

# İTKİB HEDEF 229

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 ŞUBAT - 15 MART 2013

IFW'DE  
GERİ SAYIM  
BAŞLADI

2013  
FUARLARLA  
GELDİ

DEV KAZAK  
GUINNESS  
REKORLAR  
KİTABI'NDA





StyleShoots  
Photo Studio



FIXIPDUNYASI.COM



# Siz hala **DEKUPE** ile mi uğraşıyorsunuz?

StyleShoots™ ile otomatik dekupenin hız ve kalitesini yaşayın...



**ASTAS**

Tel: (0212) 630 89 00 Dahili:1390 | Faks: (0212) 630 89 29 | styleshoots@astasjuki.net



# 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

# 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](http://www.shenghongtec.com)**

**Mail:[fiber@shenghongtec.com](mailto: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



- 6 KISA**  
**14 İTKİB KISALIK**  
**26 YARIŞMA**  
 "KOZA" DAN GENÇ  
 TASARIMCILAR YETİŞİYOR  
**32 SEKTÖR**  
 İLK HEDEF  
 20 MİLYAR DOLAR  
**36 EKOTEKS**  
 EKOTEKS BÜYÜMEYE  
 DEVAM EDİYOR  
**40 SEMİNER**  
 SOSYAL GÜVENLİKTE  
 SON YÜKÜMLÜLÜKLER  
**42 SEKTÖR**  
 HALIDA TASARIMIN ÖNEMİ  
 TESCİLLENDİ  
**46 FUARLAR**  
 2013 FUARLARLA GELDİ  
**78 ZİYARET**  
 KONSOLOSLUKLARLA  
 YAKIN TEMAS  
**82 RÖPORTAJ**  
 "TARİHİ YARIMADA'YA  
 CAN VERİYORUZ"

## SOSYAL SORUMLULUK: DEV KAZAK GUINNESS'E GİRDİ



## FUAR: TÜRKİYE HEIMTEXTİLİN GÖZDESİ OLDU



- 84 BRÜKSEL MEKTUBU**  
 TÜRKİYE'NİN  
 AB SÜRECİ ARAŞTIRILYOR  
**88 MAKALE**  
 İLERİ TEKNOJİLERDE  
 ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİ  
**92 RÖPORTAJ**  
 MAĞAZACILIKTA YENİ BİR  
 "PERSPECTIVE"  
**94 ÖZEL HABER**  
 TÜRKİYE BATIYA YAKLAŞIYOR  
**98 SEKTÖR**  
 İŞGÜCÜNÜN STANDARDI  
 VOC-TEST İLE YÜKSELECEK  
**100 RÖPORTAJ**  
 "DOĞRU ÜRETİM DOĞRU  
 YAZILIMLA MÜMKÜN"  
**102 MAKALE**  
 ORTAKLAŞAN GÜCÜMÜZ:  
 VAKIFLAR  
**104 TİCARET HUKUKU**  
 E-TEBLİGAT  
 DÖNEMİ BAŞLIYOR  
**106 GÖSTERGELER**  
**112 ADRESLER**

# İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON  
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına  
Cumhur İŞBİRAKMAZ

### DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,  
Lemi TOLUNAY, İbrahim YILMAZ

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Biröl 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 ÖZOZAN, 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



### YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU  
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Hüsnüye PAMUK  
husnepamuk@kucukmucizeler.com

### ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL  
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

### GRAFİK TASARIM

Damla KURÇAK ÖZEN  
damlakurcakozen@kucukmucizeler.com

### EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN  
bahtiyar@kucukmucizeler.com  
Hilal TEMİZÖĞLU  
hilal@kucukmucizeler.com

### FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN  
fatihyalcin@kucukmucizeler.com  
Sadık GÜLEÇ

### PAZARLAMA İLETİŞİMİ REKLAM GRUP DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN  
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

### REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK  
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

### BASKI-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. Yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.

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

### İLETİŞİM

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



*Mükemmelige Azerlan Fermuar*



[www.emrfermuar.com](http://www.emrfermuar.com)



## Mudo'da indirimler sizi çağırıyor

**Eviniz** ve yaşamınız için aradığınız her şey Mudo Concept'te. Klasik ve modern evlerin vazgeçilmezi naturel ahşap mobilyalar, capcanlı renklerde kadife puflar, endüstriyel yaşam stilini evlerinize taşıyan kitaplıklar ve aydınlatmalar, jean detaylı sandalyeler ve koltuklar, beyazın saflığının modern çizgilerle birleştiği nevresim takımları, kış günlerinde içinizi ısıtacak throw'lar, insan figürlü metal heykeller ve dekoratif vazolar olmak üzere salon ve odalarınızda özgün bir stili yansıtacak daha bir çok ürüne avantajlı bir alışveriş deneyimi ile sahip olabilirsiniz. Mudo Concept'te yüzde 70'ten yüzde 50'ye varan indirimlerle evinizin eksiklerini tamamlamanın tam zamanı!



## Şıklığın uyumu Kiğili'da

**Türkiye'nin** erkek giyimde öncü markası Kiğili, şıklığına özen gösteren erkeklere bu soğuk kış günlerinde kaçırılmayacak fırsatlar sunmaya devam ediyor.

Erkeklere özel birçok farklı kampanya sunan Kiğili'da, trikolarından takım elbiselere,

pantolonlardan gömleklere kadar geniş ürün grubu sizleri bekliyor. Her zaman şık, dinamik ve günümüz modasını Türk erkekleriyle buluşturan Kiğili, sportif şıklıktan vazgeçmeyen erkeklere sesleniyor. Bu sezon Kiğili şıklığımızı şıklık katacak.



2013 YILININ İLK AYLARINDA BİRBİRİNDEN GÜZEL VE RENKLİ TASARIMLARLA MÜŞTERİLERİN BEĞENİSİNİ TOPLAYAN MARKALAR, YIL BOYUNCA KEYİFLİ ALIŞVERİŞLERİN ADRESİ OLACAĞA BENZİYOR.



## LC Waikiki kapılarını öğrencilere açtı

**Üniversitelerle** geliştirdiği ortak projelerle Türkiye sınırlarının dışına çıkan LC Waikiki, son olarak San Francisco Devlet Üniversitesi'nde İşletme Yüksek Lisansı yapan 25 öğrenciyi İstanbul'da ağırladı. Profesör Nick Imperato ve Profesör Mouwafac Sidaoui başkanlığında yürütülen "Küresel Girişimcilik ve Yönetim Programı" kapsamında İstanbul'a gelen öğrenciler, gelişmekte olan ülkelerin dinamik ve eğilimlerini anlamak üzere Türkiye moda perakende sektörünün lideri LC Waikiki'yi ziyarette etti. Program kapsamında LC Waikiki yöneticileri, markanın Türkiye'deki başarı hikayesini gençlere anlattı.

## İSO'dan Pentti'ye jüri ödülü

**Çorap**, mayo, iç giyimi tasarımı ve üretimi konusunda faaliyet gösteren Pentti, İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından düzenlenen İSO 13. Çevre ve Şehircilik Ödülleri'nde Enerji Verimliliği uygulama alanında Jüri Özel Ödülü'nü aldı. Finalet kalan ve ödül alan tek tekstil firması olarak Pentti, enerji verimliliği konusunda 2012 yılında uyguladığı çeşitli projelerle bu ödüle layık görüldü.





# brother®

## GT-3 SERİSİ DİJİTAL BASKI MAKİNESİ

*"Doğayı bile  
aldatacak  
çözünürlükte"*



Üstün **brother** teknolojisinin geliştirdiği yeni Dijital Baskı Makinesi **GT-3** ile tanışın.

Koyu renk giyisilerde yüksek baskı çözünürlüğü, yüksek baskı hızı, kolay bakım, sorunsuz endüstriyel çalışma, uzun makine ömrü, Windows iletişim sistemine uyumlu tüm grafik programları ile çalışabilme ve dahası...

**YENİ**

**Koyu renkli zeminlere yüksek çözünürlüklü baskı yapabilme.**

**% 100 Ecoteks belgeli su bazlı pigment mürekkep.**

**1200 dpi x 1200 dpi ve üzeri yüksek baskı çözünürlüğü.**

**CMYK (GT-341) ve CMYKW (GT-361 / GT-381) modelleri arasında upgrade imkanı.**

# brother®

0212 495 00 00  
uguras@brothertr.com  
www.brothertr.com



Türkiye Distribütörü

**UĞUR**  
M A K İ N A

## Altınbaşak Heimtextil'de

**Ev** tekstilinin öncü firmalarından Altınbaşak Tekstil birbirinden şık 2013 koleksiyonunu, Almanya'nın Frankfurt şehrinde yapılan, dünyanın en büyük ev tekstil ürünleri fuarı Heimtextil'de sergiledi. Nevresim, havlu, bornoz, yastık, yorgan ve uyku setlerinde yaptığı yenilikleri fuar süresince yabancı müşterilerinin beğenisine sunan Altınbaşak Tekstil, müşterilerinden ve fuar katılımcılarından büyük ilgi gördü. Fuara sağlıklı ve yenilikçi ürünlerinden oluşan bir koleksiyonla katılan Altınbaşak, iç pazarda dinamik bir satış grafiği yakalarken, rekabetçi yeni pazarların da kapısını araladı.



## Şehirli çanta Decathlon'da

**Yalnızca** Decathlon mağazalarında bulabileceğiniz Newfeel Backenger çanta, sırt çantasının konforunu ve omuz çantasının stilini bir araya getiriyor. Tasarımıyla ezberleri bozan Newfeel Backenger, ister sırtta ister omuzda taşınabiliyor. Rahat ve yenilikçi olmanın yanı sıra Backenger aynı zamanda da çok pratik. Çantanın omuzdan kaymasını engelleyen özel askısı, manyetik ulaşım kartları için okuyucu bölmesi, 15.4 inch bilgisayarın sığabileceği özel bölüm dahil birçok fermuarlı ayrı bölümü, uzun ve ayarlanabilir askısı, şişe tutacağı, çantayı sırtta kullanınca sırtı destekleyen ve konfor sağlayan dolgun köpük parçası ile Backenger 2012 Oxy-lane Yenilik Ödülü'ne sahip.



## Pastel renkler LADY&LORD'da

**Küçük** hanımefendi ve beyefendilere özel tasarım, yüksek kalitesi ve özel tarzı ile çocuk modasına yön veren LADY&LORD, enerji dolu yeni tasarımları ile en trend giysileri anne, baba ve çocukların beğenisine sunuyor. Pastel renklerin birbiriyle dans ettiği ve ince düşünülmüş detayların ön plana çıktığı koleksiyonda parti şıklığı kullanım rahatlığı ile dengeleniyor. LADY&LORD yeni tasarımlarında fırır ve fiyonk detayları küçük hanımların ilgi çekmesini sağlarken, modern çizgiler ile karakterize edilen takım elbiseler ile beyefendiler göz alıcı bir tarz yakalıyor.



## Hızlı yaşama Enmoda'yla ayak uydurun

**Tasarım**, kalite ve şıklığı en üst noktada buluşturan Enmoda.com, moda trendlerini yansıtan geniş ürün yelpazesi ile farklılığı seven kadınların imdadına yetişiyor. Modern çağın yoğun temposunda çalışan iş kadınları, bu hızlı yaşama Enmoda.com'un şık ve rahat ofis kıyafetleriyle ayak uyduruyor. Türk kadınının ölçülerine uygun ve ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde hazırlanan Enmoda Koleksiyonu pek çok başarılı projeye imza atmış olan Mehtap Elaidi'nin yönetiminde tasarlandı. Bir çok kadının hayatını kurtaran kalem etekler, zarif bluzlar ve fit kalıplı gömleklerin yer aldığı Enmoda Koleksiyonu'nun yanı sıra; şıklığı pekiştirecek çanta, takı ve ayakkabı modelleri de Enmoda.com'da!




## Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

Sektörlerinde lider kuruluşlar bilirler, en iyiye ulaşmak; yeniliklere açık olmaktan, kalite ve verimlilikten ödün vermemekten ve en iyi seçimleri yapmaktan geçer.

Ülkemizin sektörlerinde lider kuruluşları Nebim V3 ERP'yi tercih ediyor. Planlamadan satın almaya, üretimden sevkiyata, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamalarda baştan sona entegre, kapsamlı, hızlı ve verimli kurgusuyla Nebim V3 ERP liderliğin yapı taşlarından biri olmayı sürdürüyor.

Daha fazla bilgi almak için;  
[http://www.nebim.com.tr/basari\\_hikayeleri](http://www.nebim.com.tr/basari_hikayeleri)  
<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

NEBİM  
**V3**

NEBİM

## Matraş tasarımda sınır tanımıyor



**Kış** sezonunda karşımıza sık sık çıkan tokalı tasarımlar, konfor ve şıklığı bir arada seven kadınlar için Matraş mağazalarında da yerini aldı. Matraş'ın tokalı ayakkabı, bot ve çizmeleri, süet ya da deri, uzun ya da kısa, farklı model ve renklerde giyilmeye hazır. Matraş'ın tokalı binici çizmeleri, botları ve ayakkabıları rahatlıkta ve şıklıkta sınır tanımayan kadınların kalbini çalıyor.

## Ambalajlamada yenilikçi hareketler



### Yaklaşık

10 yıldır tekstil, konfeksiyon ve kuru temizleme sektörlerine askılı elbise ambalajlama makineleri üretimi ve dağıtımını yapan Floktek Makine, otellere giysi

ambalajlama makinesi üretti. Özellikle tekstilcilerin ihracatçılarının kullandığı seri ambalajlama sistemi otellerin çamaşırhane ve kuru temizleme birimlerinde de kullanılabilir şekilde geliştirildi. Müşterilerin temizleme ve ütü için verdikleri elbiselerinin seri biçimde ambalajlanmasının sağlandığını belirten Floktek Pazarlama Müdürü İbrahim Falay, "Şimdiye kadar kuru temizleme ve ihracatçı firmaların kullandığı sistemi artık otellerin çamaşırhane ve kuru temizleme birimlerinde de kullanılabılır hale getirdik" dedi. Falay, sisteme otellerden umduklarının üstünde talep geldiğini söyledi.

## Bebekleriniz üşümesin



**Bahar** aylarında bebeklerinin dışarıda hava almasını isteyen anneler aynı zamanda bebeklerinin üşümesini de istemiyor. BabyNEO'nun yüzde 100 organik pamuktan ürettiği bebek battaniyesiyle bebekler üşümeden güzel havaların tadını çıkarıyor. Katkısız ve özel olarak yetiştirilen pamuklardan üretilen organik pamuk Fleece battaniye, bebeklere anne kucağını ve sıcaklığını en doğal şekilde hissettiriyor. Organik pamuk sayesinde bebeklerin uyku setlerine mükemmel uyum sağlayan BabyNEO battaniyelerini ister bebek arabasında, ister yatağında zevkle ve güvenle kullanabilirsiniz.

## Yeni İnci'den içinizi saran güzellik

**Yeni İnci'nin** likralı koton kumaşları sayesinde yumuşak ve kullanımı rahat olan atlet külot takımları kışın en çok tercih edilen ürünleri arasında yer alıyor. Yeni İnci koleksiyonundaki kaşkorseler ise dantel detayları ile sadelikten çıkıyor. Özellikle atlet modelleri giysinizin altından gözükse bile, tasarımı sayesinde size estetik bir görüntü kazandırıyor. Her zaman tercih edilen kaşkorseler Yeni İnci koleksiyonunda beyaz, siyah ve ekru gibi kıyafetlerinin altında rahatça kullanılacak renklerle göz dolduruyor.





## Yazılım

- ERP Çözümleri
- Barkodlu Stok Takibi
- Mağaza Satış Yönetimi

## Donanım

- Barkod Yazıcılar
- El Terminalleri
- Barkod Okuyucular

## Teknik Servis

- Ücretsiz Demo
- Ücretsiz Kurulum
- Ücretsiz Telefon Desteği

## Sarf Malzemeleri

- Termal Transfer Ribonlar
- Etiketlik Kumaşlar
- Barkod Etiketleri



ZebraCare  
3 Yıl  
Sigorta



Barkod  
Her  
Yerde!!!

**AKBARKOD**<sup>®</sup>  
Etiket Sanayi ve Ticaret. Ltd. Şti.

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

www.akbarkod.com

## Civil Çocuk büyüyor

**Her** ay yeni bir mağazayı faaliyete geçiren Civil Çocuk Giyim, mağazalarında 24'ü kendi markası olmak üzere, 6 Yüz markaya ait, 20 Bin çeşit ürün bulunuyor. Ayrıca her sezonda 7 Bin farklı modeli müşterilerine sunuyor. Tekstil ana kategorisi olsa da 0-14 yaş için bebek ve çocuklarla birlikte annelerin de tüm ihtiyaçlarına cevap verme yolunda kararlı olan marka, kozmetikten oyuncu-çağa, araç-gereçten banyo malzemelerine kadar her alanda müşterilerinin ihtiyacını gideriyor. Yüzde yüz yerli sermaye ile müşterilerine aynı zamanda internette alışveriş, kapıda ürün teslim imkanı da sağlayan Civil Çocuk Giyim, Anne - Bebek - Çocuk tekstil ürünleri sektöründeki eksiklikleri iyi gözlemleyerek, 2012 yılında toplam 35 şubeye ulaştı.



## Ceyo'dan dinamik bir konsept

**Ayak** sağlığına önem veren anatomik ürünleriyle sektörünün öncü markalarından Ceyo, mağazalarını yenileyerek daha genç ve dinamik bir konseptte müşterilerinin karşısına çıkıyor. Ceyo, 2013 yılına yeni açılan mağazalarıyla hızlı bir giriş yaptı. Nisan 2013'e kadar İstanbul, Ankara ve Çorum'da açılacak mağazalarıyla Ceyo, yeni konseptini müşterilerinin beğenisine sunuyor. Yeni mağazalarını çağdaş ve modern tarzda dekore ederek müşterilerinin gözlerine de hitap etmeyi, daha keyifli bir alışveriş deneyimi yaşatmayı planlıyor.



## Spor giyimde yüksek performans

**INVISTA'nın** tekstil sektörüne kazandırdığı LYCRA® SPORT kumaş inovasyonu, kompresyon ve şekillendirme giysi alt kategorileri ile özel ihtiyaçları da dikkate alarak, tüketicilere farklı seçenekler sunuyor. LYCRA® SPORT ENERGY ve LYCRA® Sport Beauty kumaşları spor faaliyetlerinde gerekli olan hareket özgürlüğü ve rahatlığı korurken, kumaşların görsel açıdan vücudu şekillendirme etkisinin iyileştirilmesine de katkı sağlıyor.

## Lenzing'den iyi hissettiren elyaf

**Bu** senenin başında gerçekleşen tüm uluslararası spor fuarlarında, elyaf üreticisi olan Lenzing, tamamıyla "iyi hissettiren elyaf" teması üzerinde duruyor. Selülozik bir elyaf olan TENCEL®, yüksek nem emme kapasitesi ve pürüzsüz lif yapısı sayesinde ciltteki tahrişi önleyerek, spor giyiminde rahat giyim konforunu sağlıyor. Avusturyalı elyaf üreticisi Lenzing'in TENCEL® lifine olan talep ise her geçen gün artıyor. Yüzde 40 pazar payı ile Türk tekstil sektörünün en önemli elyaf tedarikçisi olan Lenzing, gelecek yıllarda da pazar payını giderek artırmayı hedefliyor.







**Beyaz ve RENKLİ  
renk almaz  
OEKO-TEX®'li ürünler  
Siyah japon akmaz  
Coton tafta  
Tekstile özel  
yapışkanlı etiketler  
ve daha fazlası...**

**ÖZEL ETİKETLİK  
KUMAŞLAR  
ARİYORSANIZ !**



Emax, Chiasa ve MultiStiq ortak kuruluşudur.

[www.emaxlabels.com](http://www.emaxlabels.com)

### Emax Türkiye

Tekstilkent A11 Bk No:13  
P.K. 34235 Esenler / İstanbul / TR  
Tel : +90(0) 212 438 06 50  
Fax : +90(0) 212 438 06 51  
Email : canan@emaxlabels.com



*Küresel dağıtım ... .. yerel varlık*

Emax Hollanda	Tel: +31	547 280 808
Emax İspanya	Tel: +34	938 206 102
Emax Meksika	Tel: +52	4 777 766 638
Emax Brezilya	Tel: +55	5 135 874 556
Emax HK-Şangay	Tel: +86 0 21	642 647 85
Emax Bangladeş	Tel: +88	0 296 69 670

## Kızılay Merter Şubesi'nden İTHİB'e teşekkür

**Kızılay** Merter Şubesi 2011-2012 döneminde topladığı 26 buçuk TIR malzeme ile Kızılay şubeleri içerisinde en fazla bağış toplayan nokta oldu. Şubenin bu başarısında İTHİB'in de aralarında olduğu dernek ve birliklerin önemli bir katkısı oldu.

Türkiye'nin en güvenilir ve etkin yardım kuruluşu Kızılay bünyesindeki şubelerinin de azimli çalışmalarıyla hız kesmeden yardım bölgelerine destek olmaya devam ediyor. Van depreminde ve Somali'ye yardımların yağdığı dönemde yaptığı rekor bağışlarla Türkiye birincisi olan Kızılay, aynı dönemde adını yine ilk sıralara taşıdı. Kamu yararına



çalışan Kızılay, hem ülke genelinde hem de dünyada ihtiyaç sahiplerine ulaşarak önemli başarılarla imza atıyor. 2011-2012 döneminde yardımseverlerden topladığı 26 buçuk TIR malzeme (4.6 milyon TL değerinde) Kızılay'ın en fazla bağış toplayan noktası olan Merter Şubesi'nin bu başarısında tekstil ve hazır giyim sektöründeki dernek ve bir-

liklerin de önemli bir katkısı oldu. İTHİB'in şubeye verdiği desteğe teşekkür etmek için İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile bir araya geldiklerini söyleyen Kızılay Merter Şubesi Başkanı Ercan Tan, birliğin gerek iftar organizasyonlarında, gerek yurt içi ve yurt dışı bağışlarında Kızılay Merter Şubesi'ne önemli katkılarda bulunduğunu söyledi.

## İhracatçılar yeni istihdam yaratacak



**İhracatçı**, bu sene 150 bin eleman istihdam etmeyi planlıyor. TİM Başkanı Mehmet Büyükekeşi, 2012 Ekim-Aralık aylarını içeren İhracatçı Eğilim Anketi'nin bulgularını basın toplantısı ile açıkladı. Büyükekeşi, 2012 yılı 4. çeyrekte sektörde ortalama çalışan sayısının 166 olarak hesaplandığını belirterek, bu dönemde ilk 500 kategorisinde yer alan firmalarda mavi yakalılardaki hareketlilikten kaynaklanan çalışan sayısındaki artışın dikkat çektiğini söyledi. Bu yılın ilk çeyreğinde yeni çalışan istihdam edeceğini belirten firmaların yüzde 29,9'unun beyaz yakalı, yüzde 32,1'inin ise mavi yakalı çalışan istihdam etmeyi planladıklarının tespit edildiğini anlatan Büyükekeşi, bu bilgilerden hareketle firmaların 2013 yılı içerisinde ortalama 8 yeni çalışan istihdam edeceklerinin hesaplandığını bildirdi. Büyükekeşi, yurtiçinde ve yurtdışında gerçekleştirilen yatırım hamlelerinde modernizasyon ve kapasite artırımının ilk iki sırada yer aldığını söyledi.



afadugme

444 20 61

[www.afafermuar.com.tr](http://www.afafermuar.com.tr)  
[www.afadugme.com](http://www.afadugme.com)

äFä

fermuar / düğme





## İhracatçılar Afrika'dan umutlu döndü

**Başbakan** Recep Tayyip Erdoğan başkanlığında Gabon, Nijer ve Senegal'i ziyaret eden ihracatçılar, bölge ile ticaretin geliştirilmesi için önemli adımlar atarken, işbirliğinin karşılıklı anlaşmalarla güçlendirilmesi için söz aldılar. Başbakan Erdoğan, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin katılımıyla gerçekleştirilen

5 günlük Afrika programına çok sayıda işadama ve sivil toplum örgütü temsilcisi katıldı. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi de Gabon'da STK temsilcileriyle bir araya geldi. Büyükekşi burada yaptığı konuşmada "Afrika kıtası bize fiziken uzak bir coğrafya. Ancak gönlümüz size çok yakın. Bunun için Türkiye son yıllarda Afrika'ya

büyük önem veriyor. Afrika kıtasında tüm ülkeler ile hem dostluğumuzu daha da derinleştirmek, hem de yatırım ve ticaret ilişkilerimizi geliştirmek için büyük çaba sarf ediyoruz" dedi. Erdoğan, gezinin son durağı olan başkent Dakar'da düzenlenen Türkiye-Senegal İş Forumu'nda yaptığı konuşmada, Türkiye'nin Dakar Büyükelçiliği'nin, 1960'larda Afrika'da açılan ilk büyükelçiliklerden biri olduğunu, TİKA'nın da Batı Afrika'daki ilk ofisini Dakar'da açtığını belirterek, "Senegal'in Türkiye'nin Afrika ile yeniden kavuşmasının ilk adresi" olduğunu söyledi. Tarihten gelen bağın güçlendirilmesi için Türkiye ile Senegal arasında yeni bir sürecin başlatılabileceğini belirten Erdoğan, hükümetler olarak öncelikli hedeflerinin; yatırımcılar için gerekli hukuki altyapıyı hazırlamak ve onları yatırım ve ticaret için teşvik etmek olduğunu belirtti.

## Kumaşa hünerli eller dokundu

**Akdeniz** Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) tarafından bu yıl ilki gerçekleştirilen "1. Dokuma Kumaş Yarışması", tekstil sektörüne genç tasarımcılar ve katma değerli ürünler kazandırmak için önemli bir adım attı. ATHİB, 'Sektörel kırılım projeleri' çerçevesinde bir ilke imza attı. ATHİB tarafından düzenlenen "1. Dokuma Kumaş Yarışması", Adana'da düzenlenen final gecesi ile sonuçlandı. Sektöre genç tasarımcılar ve katma değerli ürünler kazandıran Tasarım Yarışması'nda ödüller, defile eşliğinde düzenlenen törenle sahiplerine verildi. Genç tasarımcılar ödüllerini Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ile Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik'in elinden aldı. İTHİB Başkanı İsmail Güllü'nin de



katıldığı finalde, geçtiğimiz yıllarda gerçekleşen "5. İHİB Halı Tasarım Yarışması"nda birincilik elde eden Mine Beşen, profesyonel kategorisinde birinci oldu. Profesyonel ve öğrenci kategorilerinde toplam 65 tasarımın yarıştığı gecede öğrenci kategorisinde ise Ayşe Türker birincilik elde etti. Tasarım Yarışması ödül töreninde yaptığı konuşmada yoğun rekabetin tekstil ve konfeksiyon

sektöründeki klasik iş anlayışını kökten değiştirdiğini belirten ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, "Sektörümüz küresel rekabet şartlarında öne çıkabilmek için inovasyon ve tasarıma önem vermeli. Ancak, ürünleri ve tasarımları taklit edilen bir ülke olduğumuz zaman önde olabiliriz. Bu yarışma ve inovatif girişimlerimizle, Çukurova bölgesindeki yüksek kapasite ortaya çıktı" dedi.



# texprocess

Uluslararası Tekstil ve Esnek Malzeme  
Ürünleri İşleme Fuarı



## Giyim Sanayisinin en önemli etkinliği: 10. – 13. 6. 2013 Frankfurt, Almanya

Giyim Sanayi ve Tekstil Endüstrisinin en önemli Uluslararası Fuarı Texprocess sizleri beklemekte. Tüm markaların ve sektör liderlerinin en son makinalarını, ekipmanlarını, teknolojilerini, IT ve lojistik çözümlerini bulabileceğiniz Texprocess 2013 fuarında "Source it" platformu da sizlerle. Dünyada tek: "Source it" platformu – Global üreticileri ve küresel kaynakları sizlerle bire bir buluşturuyor.

[www.texprocess.com](http://www.texprocess.com)  
[info@turkey.messefrankfurt.com](mailto:info@turkey.messefrankfurt.com)  
Tel. 0212 296 26 26

Eş zamanlı  
gerçekleştirilecek fuar:

## techtexsil

11. – 13. 6. 2013

powered by



Garment and Leather  
Technology



messe frankfurt





## İhracatçıların girdi maliyetleri arttı

finansman sorununun çözümüne yönelik olarak 3 talepte bulunan Büyükekşi bu taleplerini ise şöyle açıkladı: “Merkez Bankası ihracatçıları yüzde 15’lik kredi büyümesi sınırı dışında tutsun, ihracat kredilerindeki karşılık oranı azaltılsın, BSMV oranı ihracatçılara verilen kredilerde düşük tutulsun.” Anket sonuçlarının ihracatçıların 2013’e umutla baktıklarını ortaya koyduğunu belirten Büyükekşi, bunun rakamlara da yansıdığını söyledi. Büyükekşi’nin verdiği bilgiye göre ihracatçılar, 2013 yılında bütün tahminlerin üzerinde olarak yüzde 6.29 büyüme bekliyor.

**TİM** tarafından düzenli olarak her 3 ayda bir yapılan ihracat eğilim anketininin 2012 4. çeyreği ile ilgili sonuçları ve 2013 ile ilgili beklentileri, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi tarafından açıklandı. Anket sonuçlarına göre, ihracatçı firmaların girdi maliyetleri 2012 yılının 4. çeyreğinde artış gösterdi. Aynı dönemde firmaların finansman ihtiyacında da artış oldu. Düzenlenen basın top-

lantısında anket sonuçlarını değerlendiren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, TİM adına yürütülen İhracatçı Eğilim Araştırması’nın 2012 yılının 4’üncü çeyrek bulgularını içeren 12. fazının 7 Ocak-6 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirildiğini, periyodik çalışmanın bu aşamasına 505 ihracatçı şirketin üst/orta düzey yöneticilerinin katıldığını kaydetti. Yaptığı konuşmada ihracatçıların

## İMA’da Bahar eğitimleri bir başka

**İMA’nın** “2013 Bahar Eğitim Dönemi” başlıyor. Bu dönem öngörülen kriterlere uygun firmaların, belirli eğitim bedellerinin yüzde 70’i ise Ekonomi Bakanlığı tarafından destekleniyor. İMA, esnek saatlerde devam eden eğitim programları ile moda alanında kariyer yapmak isteyenlere; ‘Moda Yönetimi’nden, ‘Moda Perakende-sinde Merchandising ve Satın Alma’ya, ‘Moda Fotoğrafçılığı’ndan ‘Styling’e, ‘Moda Tasarımında Photoshop ve Illustrator’dan, ‘Yaratıcı Drapaj ve Prova Teknikleri’ne moda’yı tüm yönleriyle disiplinlerarası bir bakış açısıyla ele alan birçok eğitim seçeneği sunuyor. Profesyonel Gelişim Programları’na bu dönem eklenen ‘Moda Satın Alması’, ‘Moda Sektörüne İlk Adım’ ve eğitimin İngilizce verileceği ‘Innovative Retail Concepts’



ise moda endüstrisinin bambaşka alanlarına yönelik altyapı kazandırmayı amaçlıyor. Moda Portfolyosu Hazırlık Programı, Şubat ayında 3 aylık versiyonu ile moda, tasarım ve sanat dünyasına adım atmak isteyenlere tüm portfolyo süreçlerini deneyimleme,

alacakları moda ve tasarım eğitimine sağlam bir altyapı oluşturma ve kendi görsel kimliklerini bulma fırsatı tanıyor. Program, yurt içi ve yurt dışı üniversitelerin Moda Tasarımı Bölümleri’ne girmek isteyenler için referans niteliği taşıyor.



# STOLL İLE ÖRGÜ HEP BİR ADIM ÖNDE

Lider olmak 139 yıllık bir Stoll geleneğidir. En iyi sonuçları almak adına olan çabalarımız da buradan gelir. Teknolojik inovasyonlarımız sayesinde bugün dünyanın düz örgüdeki pazar lideriyiz. Finanstan eğitime, donanımdan yazılıma bütün alanlarda destek verecek servis yapımız müşterilerimizin hizmetindedir ve yılda iki kere yayınladığımız moda koleksiyonumuz bu endüstrinin nabzını tutmaktadır. Neden? Çünkü bu çekişmede sizin hep bir adım önde olmayı hak ettiğinizi düşünüyoruz. Firmanız için yapabileceklerimize göz atmak için:  
[www.STOLL.com](http://www.STOLL.com) veya [www.mayermumessillik.com.tr](http://www.mayermumessillik.com.tr)

**STOLL**  
KNIT AHEAD

# IFW İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

**8'İNCİ SEZONUNDA DA BÜYÜK YANKI UYANDIRMASI BEKLENEN İSTANBUL FASHION WEEK'İN TARİHLERİ AÇIKLANDI. 12-16 MART TARİHLERİ ARASINDA ANTREPO 3'TE GERÇEKLEŞECEK İSTANBUL FASHION WEEK'İ BEKLEYEN MODASEVERLER İSE TÜRK MODA VE TASARIMININ HAZİNESİYLE KARŞILAŞMAYA HAZIR.**

**İstanbul** Fashion Week'in (IFW) heyecanla başlangıç tarihini bekleyen modaseverler, türk moda ve tasarımının hazinesiyle karşılaşmaya hazır. Yerli ve yabancı basının ilgi odağı haline gelen IFW, 8'inci sezonunda önekilere göre çok daha iddialı. Türkiye'de modanın gözbebeği haline gelen IFW, 8'inci sezonunda önemli bir dönemece giriyor. 4 gün boyunca moda severlere adeta kesintisiz bir moda şöleni yaşatacak olan organizasyon, bu dönem İHKİB, MTD ve BMD'nin danışmanlığında, Türkiye'nin farklı alanlarda faaliyet gösteren, en büyük ve en başarılı holdingleri arasında yer alan Doğuş Grubu ile New York, Londra, Milano, Berlin, Moskova, Tokyo, Sidney ve Hindistan gibi dün-

yanın önde gelen moda haftalarını düzenleyen IMG'nin ortaklığında hayata geçiriliyor. Türkiye'nin en seçkin marka ve başarılı moda tasarımcılarının 2013 Sonbahar- Kış koleksiyonlarını tanıttığı IFW, 2'nci defa sanat limanları arasında yerini alan Antrepo 3'te, doğal dokusu bozulmadan hazırlanan mekanında düzenleniyor. IMG'nin uluslararası alanda sahip olduğu güç ve bağlantıları da arkasına alan IFW, sektör odaklı defileleri, özel davetleri ve müşteri odaklı farklı etkinlikleri, İstanbul'un stil sahibi ruhu ve cazibesıyla bir araya getiren, çok katmanlı bir organizasyon sunacak.

## Modanın dünyaya açılan penceresi: IFW

Geçen sezon 30 bin kişinin izlediği, 24'ü solo, 5'i marka olmak üzere toplamda 33 defilenin gerçekleştiği İstanbul Fashion Week'nin, bu yıl da rekor bir katılıma imza atması bekleniyor. IFW'ye katılacak tasarımcılar, gerçekleşecek organizasyon, tanıtımlar ve defilelerin ön takvimi ise önümüzdeki haftalarda açıklanacak. Türk markalarını ve tasarımcılarını aynı organizasyonda bir araya getirerek İstanbul'u dünya moda sahnesine taşımayı amaçlayan IFW, bu dönem de modanın dünyaya açılan penceresi olmaya devam edecek.

## Rakamlarla IFW'nin yedinci dönemi

- IFW, 4 gün boyunca yaklaşık 30 bin ziyaretçiye ev sahipliği yaptı.
- Yaklaşık 100 yabancı alıcı katıldı
- Moda haftasını 50'nin üzerinde yabancı basın mensubu takip etti.
- Hazırlıklarına 15 gün önce başlanan IFW'nin kurulum çalışmalarında toplam 300 işçi görev alarak 4 bin metrekarelik alanı hazırladı.
- 8 bin metrekarelik alan tamamen yeniden boyandı.
- Lounge, basın odası, VIP odası ve defile alanı için 2 bin 200 m2 duvar örüldü.
- Enerji için 4 bin 550 metre kablolama yapıldı.
- Antepo 3'te 900 kişilik defile izleme alanı, 1.500 kişilik fuaye, 80 kişilik basın ve VIP odası kuruldu.
- 4 gün boyunca görev alan mankenler yaklaşık 1000 kez podyuma çıktı
- Modelleri giydirmek için 135 personel çalıştı.
- Organizasyon boyunca, 60 kişilik güvenlik ve sağlık ekibi nöbet tuttu.
- IFW'de bir gün içinde 12 saat boyunca defileler devam etti.



444 1 POL



üretim

Son Teknoloji



Servis

Hızlı Ve Güler yüzlü

"Artık size daha da  
Yakınız..."



Kalite

Üst Düzey



Fiyat

Rekabetçi

Showroom: MahmutBey Mah. Ordu Cad.  
Tempo Plaza, No:49 Kat:3  
Güneşli, İstanbul / Turkey  
pazarlama@polsanbutton.com.tr

Fabrika: Tel : 00 90 216 488 87 87  
Fax : 00 90 216 387 52 22  
E-mail : cem@polsanbutton.com.tr  
Web : www.polsanbutton.com.tr

www.polsanbutton.com.tr

# HAZIR GİYİM, LOJİSTİK AVANTAJINA SARILIYOR

**HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ İÇİN LOJİSTİĞİN REKABETTE EN BÜYÜK KOZLARINDAN BİRİ OLDUĞUNU BELİRTEN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, SEKTÖR OLARAK BU ALANDAKİ MALİYETLERİ AŞAĞI ÇEKEBİLMEK İÇİN 'ORTAK SATIN ALMA PLATFORMU' OLUŞTURMAYA BAŞLADIKLARINI SÖYLEDİ**

**Özellikle** son 10 yılda uluslararası pazarlarda payını artıran hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Türkiye'nin, dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girmesinde önemli rol oynaması bekleniyor. Geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiği 16,2 milyar dolarlık ihracatla dünyada ilk 5 içinde yer alan sektör, Çin'den sonra Avrupa'nın 2'nci büyük tedarikçisi konumunda. Hazır giyim sektörü alt kalemler itibarıyla da bazı alanlarda liderliğe oynuyor. İç giyim ihracatında Türkiye, Çin ve Hong Kong'un ardından dünyada 3'üncü durumda iken, çorap üretiminde ise 1,5 milyar dolarla dünyada 2'nci sırada bulunuyor.

Katma değerli ürünlere odaklanarak moda ve marka yaratan sektörün AB ülkelerinin yanı sıra pazar çeşitlendirme çalışmaları ile diğer bölgelerde de payını artırdığını belirten İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon

İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 2013 yılı için ihracat hedeflerinin 17 milyar dolar olduğunu söyledi. Son yıllarda dünya hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe "hızlı moda" kavramının öne çıktığına dikkat çeken Tanrıverdi, küresel kriz döneminde bile bunun değişmediğini belirtti.

Sektör açısından vitrinlere sürekli yeni ürünler koyarak, müşteri talebini karşılayabilmenin rekabetin ana unsurlarından biri haline geldiğini vurgulayan Tanrıverdi, sektörün rekabetteki elinin güçlendirilmesi için lojistik süreçlerden kaynaklanan gecikmelerin ortadan kaldırılması gerektiğine dikkat çekti. Bu sorunların lojistik sektörü ve ihracatçıları temsil eden kuruluşların ortak çalışmaları ile aşılabacağına inandıklarını söyleyen Tanrıverdi, çoğunlukla küçük ve orta ölçekli firmalardan oluşan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tamamına yakın bölümünde lojistik hizmetlerin outsource edildiğini kaydetti. Sektörün birçok kalemden maliyetleri azaltmak için "Ortak Satın Alma Platformu" kurduğunu ve bu kapsamda anlaşmalar yapıldığını belirten Tanrıverdi, "Bu alanlardan birisi de kargo taşımacılığı. Şu anda uluslararası kargo taşımacılığında küçük paket ve numune gönderilerinde üyelerimizin maliyetlerini azaltmak için anlaşmalar yapıldı. Önümüzdeki dönemlerde lojistik anlamında başka alanlarda da proje geliştirme çalışmaları devam edecek" dedi.

## "Dolaylı maliyetler ihracatçıyı zorluyor"

Tekstil ve hazır giyim sektörünün lojistik süreçlerde yaşadığı sorunlara da değinen Tanrıverdi, "Uluslararası taşımada belge temini, liman hizmetleri, depolama, yurt içi taşıma bedelleri gibi doğrudan masraflardaki artışlar ile liman ve gümrük hizmetlerindeki gecikme ve yaşanan zaman kayıpları şeklinde ortaya çıkan dolaylı maliyetler, ihracatçıların uzun yıllardır dış ticaretin kolaylaştırılması ve masrafların aşağıya çekilmesi yönünde verdiği çalışmaları olumsuz etkiliyor" dedi. Türkiye'nin 2023 hedefinin gerçekleştirilmesi için firmaların rekabet gücünü olumsuz etkileyen unsurların bertaraf edilmesi gerektiğini belirten Tanrıverdi, ihracat ve ithalat operasyonlarında eşyanın bir ülkedeki çıkış noktasından alınarak, diğer ülkedeki teslim noktasına varışına kadar yaşanan lojistik süreçlerinde karşılaşılan gereksiz masraf ve gecikmelerin, kamu ve özel sektörün işbirliğiyle asgari seviyeye indirilebileceğini kaydetti. Bu işbirliği çerçevesinde, kamunun gerekli altyapı yatırımlarını hızla yapması gerektiğini belirten Tanrıverdi, firmaların da yeni kurumsal stratejiler ve süreçler geliştirmesi gerektiğine dikkat çekti. Tanrıverdi, "Lojistik sektörünün de uluslararası standartlara uygun fiyat ve kalitede hizmet vermesi önemlidir" dedi.





# WIN FUARLARI KAZANDIRIR

## WIN FAIRS MAKE YOU WIN

21- 24 Mart March 2013

TÜYAP Büyükçekmece - İstanbul / Türkiye  
TÜYAP Fair Convention and Congress Centre  
İstanbul / Turkey

İmalat endüstrisinin kazandıran 4 uluslararası fuarı  
4 winning international trade fairs for the manufacturing industry

Otomasyon

EURASIA



Hydraulic &  
Pneumatic

EURASIA



Electrotech

EURASIA



Materials  
Handling

EURASIA



  
**WIN** World of  
Industry  
21-24 Mart March 2013

20<sup>th</sup> year

-  OTOMASYON (Uluslararası Endüstriyel Otomasyon Fuarı International Industrial Automation Fair)
-  HYDRAULIC&PNEUMATIC (Uluslararası Akışkan Gücü Teknolojileri Fuarı International Fluid Power Technologies Fair)
-  ELECTROTECH (Uluslararası Enerji, Elektrik ve Elektronik Fuarı International Energy, Electric and Electronic Technologies Fair)
-  MATERIALS HANDLING (Uluslararası Taşıma, Depolama, İstifleme ve Lojistik Fuarı International Materials Handling and Logistics Fair)



Deutsche Messe  
Worldwide

Hannover-Messe  
Bileşim Fuarçılık A.Ş.

Tel / Phone : 0212 334 69 00  
0212 324 44 43

Email : info@hf-turkey.com  
info@bilesim.com.tr

Destekleyenler / Supporters



win-fair.com

BU FUARLAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) İZİNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR  
THESE FAIRS ARE ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY  
IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174

17-19 OCAK TARİHLERİNDE YEDİNCİSİ GERÇEKLEŞTİRİLEN İSTANBUL DERİ FUARI (İDF) İLE EŞ ZAMANLI OLARAK İDMİB TARAFINDAN DÜZENLENEN "İDF ALIM HEYETİ PROGRAMI" DERİ FİRMALARINI ÖNEMLİ ALICILARLA BİR ARAYA GETİRDİ.



# İDMİB'DEN İDF'YE ÖZEL ALIM HEYETİ

**Türkiye** adeta bir deri cenneti olarak tanımlanıyor. Türk dericiler, Anadolu'dan gelen köklü deneyim ve deri işleme kapasitesini artık tasarım ve moda ile birleştiriyor. Türkiye deride tasarımın başkenti olma yolunda hızla ilerlerken, deri sanayi sektörün buluşma noktası olan İstanbul Deri Fuarı'nda (İDF) uluslararası ilgi görüyor. İstanbul Deri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından İstanbul Deri Fuarı bünyesinde gerçekleştirilen alım heyet programına iştirak eden heyet üyeleri 15 Ocak'ta İstanbul'a geldi. Heyete Yunanistan'dan 2, Sırbistan'tan 3, Rusya'ya dan 2 ve Japonya'dan da 3 firma olmak üzere toplam 9 deri firması katıldı. İDMİB Başkanı Lemi Tolunay ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Ali Dinç'in de katıldığı alım heyetinde Türkiye'de isim yapmış önemli deri firmaları potansiyel müşterilerle bir araya gelme imkanı buldu. 16 Ocak'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen Alım Heyeti kapsamındaki ikili iş görüş-

melere aralarında Yako Deri, Tess, Desa, Adamo, Doğu Deri, Gündüz Kürk, Vizyon Deri, Emelda Deri, Keskin Deri, Arpel Deri, Harmanlı Deri, Yusufoğulları, Arpel Deri, Emsa Moda Deri gibi isimlerin bulunduğu 21 Türk firması iştirak etti. İkili görüşmelerde firmaların ürün talepleri, işlenmiş deri ve kürk, deri konfeksiyon ve deri saraciyeye olarak üç grupta toplandığı görüldü. Türkiye'den deri alımı sınırlı olan pazarlardan temsilcileri ağırlamak amacıyla gerçekleştirilen program, Sırbistan ve Japonya'dan katılan firmalar ile kurulan ticari ilişkiler bağlamıyla başarılı geçti. Alım Heyeti İstanbul Deri Fuarı'nı da gezerek, firmaların ürünleri hakkında detaylı bilgi aldı.

## Heyet, İDF'yi ilgi ile gezdi

İstanbul Deri Fuarı'nı da geniş bir zaman aralığında gezme fırsatı bulan Heyet, firmaların sergiledikleri 2014 modellerinin yanı sıra sektördeki yenilikleri de takip etme fırsatı buldular. Artık uluslararası

bir kimliğe bürünen İDF, Türk deri firmalarının yanı sıra uluslararası firmalar ve global markaların da akınına uğraması ile de dikkatleri üzerine çekti. İtalya, Almanya, Fransa ve Hindistan'ın takip ettiği İDF, Türkiye'nin ağırlıklı pazarları olan Rusya, Kazakistan, Türkiye Cumhuriyetleri, İran, Mısır ve Avrupa ülkelerinden ziyaretçilere ve firmalara ev sahipliği yaptı. Bu yıl aynı zamanda Amerika ve Kanada'dan da fuara yoğun bir ziyaretçi akını oldu. Deri sektörü geçen yıla göre Türkiye'nin geleneksel pazarı olan Avrupa ülkelerinde yüzde 30'u aşan düşüşler yaşamamıza rağmen, deri sektörümüzün 2012 yılı ihracatını yüzde 8.5 oranında artırdığımızı, deri ve kürk konfeksiyon grubunun ise 2011 seviyesini koruduğu da görülüyor. Sektörün Rusya başta olmak üzere Doğu Bloku ülkelerindeki etkinliklerini koruyarak, mağazalaşma ve yatırımlarla desteklenen pazar çeşitlendirme çabalarına devam edildiği görülüyor.





**ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL  
FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.**

[www.anadoluiplik.com.tr](http://www.anadoluiplik.com.tr)

**NYLON 6**

**PAMUK**

**POLYESTER**



- Nylon 6 Teksture iplikler
- Nylon 6 Teksture Elastanlı iplikler (A.C.)
- Nylon 6 Düz iplikler
- Nylon 6 P.O.Y.



- Ring Compact Penye iplikler
- Ring Penye iplikler
- Ring Karde iplikler
- Ring Penye Core-Spun iplikler
- Ring Karde Core-Spun iplikler
- Open-End iplikler



- Polyester Teksture iplikler
- Polyester teksture elastanlı iplikler (A.C.)



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

Tel: +90 212 415 50 50  
Fax: +90 212 415 56 06

[info@anadoluiplik.com.tr](mailto:info@anadoluiplik.com.tr)

İHKİB “KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI” İLE GENÇ YETENEKLERİ DÜNYAYA KAZANDIRMAYA DEVAM EDİYOR. BU YIL 21’İNCİ KEZ DÜZENLENEN YARIŞMANIN ÖN JÜRİ ELEMELEERİ 30-31 OCAK TARİHLERİNDE İMA’DA GERÇEKLEŞTİRİLDİ.



# “KOZA” DAN GENÇ TASARIMCILAR YETİŞİYOR

**Dünya** modasının önemli aktörleri arasına giren Türk moda ve tasarım sektörü “İHKİB Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması” ile bu yıl da genç yetenekleri gün ışığına çıkarmaya hazırlanıyor. İHKİB’in ev sahipliğinde 20 yılı geride bırakan yarışmanın ilk jüri elemesi ise 30-31 Ocak tarihlerinde İMA’da gerçekleşti. İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atık’in başkanlığında gerçekleşen elemelerde, moda akademi ve sektörden çok sayıda isim jüri üyesi olarak yer aldı. Birinci aşamada, moda endüstrisinin tecrübeli isimlerinden oluşan jüri üyeleri tüm katılımcıların sunum dosyalarını inceleyerek ilk elemeyi gerçekleştirdi. Tasarımcı, moda editörleri ve sektörün önde gelen marka direktörlerinden oluşan Koza jürisi, yarışmacıların yaratıcılık düzeyi, tasarımların uygulanabilirliği ve giyilebilirliği, malzeme seçiminde yaratıcılık gibi kriterleri göz önüne alarak 10 finalist seçti. Ayça Pelvanlar, Başak Tarkin, Elif Yavuz, Gökçe Ece, Salih Balta, Serdar Bozok, Sinem Aktaş,

Şenay Özok, Tuğçe Yıldırım ve Yegane Dilek ilk aşamayı geçen 10 genç tasarımcı listesindeki yerini aldı. Tasarımcı, moda editörleri ve sektörün önde gelen marka direktörlerinden oluşan Koza jürisinin seçtiği 10 finalist, tasarımlarını 3 boyutlu hale getirerek, Türk modasının yeni yıldızları olmak için finalde yarışacak. 15 Mayıs akşamı gerçekleşecek final gecesinde gerçekleşecek defile ile 10 finalistin 3’er tasarımı aralarında moda, akademi ve sektörden önemli isimlerin bulunduğu misafirlerle buluşacak.

## İHKİB’den finalistlere ödül yağmuru

Final defilesi ile sonuçlanacak yarışma, genç yeteneklerin birbirinden özgün hazır giyim koleksiyonları ile sahnedeki yerini alırken, final günü yine jüri değerlendirmeleri sonrasında Koza’dan çıkan ilk 3 isim açıklanacak. Birincinin 7 bin 500 TL, ikincinin 5 bin TL, üçüncünün ise 2 bin 500 TL para ödülü alacağı yarışmada, bu ödüllerin yanı

sıra “2008/2 Tasarımcıların Desteklenmesi Tebliği” çerçevesinde ayrılan kontenjan ile birlikte İHKİB’in projesinin onaylanması durumunda genç tasarımcılara yurt dışında bir yıllık eğitim hakkı verilecek. İngilizce’ye hakim finalistler İHKİB tarafından belirlenecek kurumda, yüzde 90 devamlılık şartıyla bir başka yabancı dil eğitimi alabilecek. İMA’da düzenlenen workshoplardan içeriği uygun olan 3 tanesine ücretsiz katılacak finalistlere ayrıca, İMA ve Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) işbirliği çerçevesinde yürütülen 6 aylık ‘Moda Yönetimi’ programına da ücretsiz katılım hakkı verilecek. Tanınmış bir tasarımcı ya da markada bir yıl ücretsiz asistanlık imkanı ve Moda Tasarımcıları Derneği’ne (MTD) üyelik gibi çeşitli hediyeler de finalistleri bekliyor olacak. Dereceye giren ilk on finaliste en anlamlı hediye ise Paris Premier Vision Kumaş Fuarı’na ziyaret hakkı tanınması olacak.



# 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](http://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

HAZIR GİYİM İHRACATI OCAK AYINDA YÜZDE 14.6 ARTIŞLA 1 MİLYAR 406 MİLYAR DOLARA ÇIKTI. HAZIR GİYİM İHRACATININ OCAK AYINDAKİ BU YÜKSELİŞİNİN ARDINDA YATAN NEDEN İSE AVRUPA'DAKİ PERAKENDE SEKTÖRÜNDE YAŞANAN CANLANMA OLDU.

# OCAK AYI HAZIR GİYİMDEN YANA

**Türkiye'nin** lokomotif sektörlerinde biri olan, 2012 yılını 16 milyar dolarlık ihracat performansı ile kapatan hazır giyim sektörü, Ocak ayında Türkiye'nin ihracat ortalamasından 2,5 kat daha fazla artış gösterdi. Geçtiğimiz yılın ocak ayına göre yüzde 14.6 artışla 1 milyar 406 milyar dolara çıkan hazır giyim ihracatının yükselişinin en büyük nedenlerinden biri ise Avrupa'daki yılbaşı tüketiminin beklenenden fazla olmasına bağlandı. Sektör yetkilileri, ihracattaki Avrupa merkezli artışın diğer nedenlerini ise, parite ve Avrupalı ithalatçıların stok maliyetlerine katlanmak istememesi olarak gösteriyor.

Avrupa'ya yapılan ihracat artışında paritenin ciddi bir etkisi olduğunu söyleyen İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sert geçen kış ile beraber AB ülkelerindeki perakende sektöründe bir canlanma yaşandığını dikkat çekerek söz konusu gelişmenin Türkiye hazır giyim ihracatına olumlu geri dönüşlere beraberinde getirdiğini söyledi. Perakende sektörünün kısa terminli siparişlere yönelmesinin sektör ihracatını olumlu yönde etkilediğini ifade eden Tanrıverdi, "Ocak ayında 1 milyar 406 milyon dolar ihracatla otomotivin hemen ardından ikinci sırada yer alan hazır giyim sektörü olarak bu ivmeyi önümüzdeki aylarda da sürdürmeyi ve ihracat liderliğini geri almayı amaçlıyoruz" dedi.

## "En büyük sıkıntımız yüksek maliyet"

"Çin'de fiyatların sürekli arttığını, bundan etkilenen Avrupa ülkelerinin de, model bazında düşük adetli, daha kısa zamanda, daha çok RPT yaparak çalışmak istediğini belirten İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi, Mustafa Gültepe, bu nedenle Avrupa ülkelerinin Türkiye'den başka seçenekleri olmadığını söyledi. Gültepe, "Buna karşın Türkiye'nin en büyük problemi yüksek maliyetler ve yoğun rekabet yüzünden fiyat tutturama-

ması ve düşük kurlar. Söz konusu sorunları aşabilirsek gerçek anlamda ihracatımızı yüzde 30 artırırız" diye konuştu. Avrupa'daki yılbaşı tüketiminin beklenenin üzerinde bir artış gösterdiğini belirten Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Yönetim Kurulu Başkanı Cem Negrin, ekonominin hareketlenmesi ile Avrupalının boşalan mağazasını Türkiye'den ürün olarak doldurduğunu söyledi. Avrupalının Türkiye'yi tercih etmesindeki en büyük nedenin hızlı teslimat olduğunu ifade eden Negrin, "Uzakdoğu'ya göre pahalıyız, ama Avrupa'nın hiçbir yerden o kadar kısa sürede mal temin etme imkanı yok. Avrupalıların piyasalarına güvenip de Uzakdoğu'dan mal alacaklarını düşünmüyorum. Bu yıl hazır giyim ihracatı 1-2 milyar dolar artar" dedi.



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

*Avrupa Birliği ülkelerindeki perakende sektörünün kısa terminli siparişlere yönelmesi hazır giyim ihracatını olumlu yönde etkiledi.*







www.bezsan.com



1995'ten beri

# Dünyanın kumaşını dokuyoruz

ΚΟΚΟΛΟΛΙΣ

*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



# DEV KAZAK GUINNESS'E GİRDİ

ENERJİ MALİYETLERİNDEN ÇOK ÇEKEN TEKSTİLCİLER, AMERİKA VE KANADA'DA KULLANILAN "SWEATER DAY"İ TÜRKİYE'YE TAŞIDI. "KAZAK GİY ENERJİDEN TASARRUF ET" KAMPANYASI ÇERÇEVESİNDE DÜNYANIN EN BÜYÜK KAZAĞINI DA ÜRETEBEN TEKSTİLCİLER, BİR İLKE DAHA İMZA ATARAK GUINNESS REKORLAR KİTABI'NA GİRDİ.

**Toplumda** tasarruf bilincini artırmak amacıyla yapılan sosyal sorumluluk projelerine bir yenisi daha eklendi. Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, aile ve ülke bütçesinde önemli bir paya sahip olan enerji maliyetini düşürmek için yeni bir proje başlattı. Enerji Bakanlığı'nın desteğinde, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş adamları Derneği (BATİAD) ile Bayrampaşa Belediyesi'nin birlikte hayata geçirdiği "Kazak giyimim yüzde

20 tasarruf edelim" isimli projeye, vatandaşlar kalın giymeye özendirilerek, enerji kullanımında yüzde 20 tasarruf sağlanması hedefleniyor.

Kampanyaya özel üretilen dev kazak ise Türk tekstilcisinin ismini Guinness Rekorlar Kitabı'na yazdırdı. BATİAD proje kapsamında ördüğü dev kazakla, 2010 yılından bu yana Peru'nun elinde bulunan dünyanın en büyük kazağı rekorunu Türkiye'ye getirmiş oldu. Peru'nun 10 metre 16 santimetre eninde, 13 metre 60 santimetre boyunda ve kol uzunluğu 6 metre 60 santimetre boyutunda



olan kazağına karşılık BATİAD'ın ürettiği dev kazağın eni 15 metre 11 cm, boyu 18 metre 49 cm ve kol uzunluğu da 15 metre 88 santimetre olarak gerçekleşti.

## Kazak giyin, tasarruf edin

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, BATİAD Başkanı Doğan Bakırcı ile Bayrampaşa Belediye Başkanı Atila Aydın'ın katılımıyla 31 Ocak Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen basın toplantısında yılda 2 milyar dolarlık tasarrufu hedefleyen projenin detayları ve sağlayacağı faydalar hakkında sektöre bilgi verildi. Toplantıda 20 milyar dolarlık doğal gaz ithalatının 6 milyar dolarının ısınmada kullanıldığı belirtilerek, kazak giyerek sağlanacak 2 derecelik ısı ile doğal gazdan 1.2 milyar dolar, tüm yakıtlardan ise toplamda 2 milyar dolar tasarruf sağlanabileceğine dikkat çekildi.

## “Hazır giyimde alışkanlıklar değişebilir”

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi toplantıda yaptığı konuşmada dünyanın en büyük hazır giyim üreticilerinden olan Türkiye'nin giyim alışkanlıklarını değiştirerek, tahminlerin çok ötesinde bir tasarrufa imza atılabileceğini belirtti. Tanrıverdi, Türkiye'nin cari açığa olumlu katkı sağlamak için enerji tasarrufunun şart olduğunu söyleyerek, “Her ay ısınmaya yüzlerce lira ödeyen vatandaşlarımız daha çok kazak giyerek, kış mevsiminin kabusu olan doğal gaz faturalarını düşürebilirler. Böylece hem kendileri, hem de ülke ekonomisi kazanır” diye konuştu. Kanada'da yapılan bir araştırmada ısıtıcıların dereceleri düşürüldüğünde, bir günde trafikteki 300 bin aracın harcadığı enerjinin geri kazanıldığını söyleyen Tanrıverdi, böylece doğanın da korunduğunu ifade etti.

## Proje için kamu spotu hazırlandı

Türkiye'de doğal gaz ve merkezi ısıtma sistemlerinin yaygın kullanımı sonrasında insanların ısınmak için evlerinde kışlık giysiler giymek yerine ısıtıcılarının derecelerini yükselttiklerini söyleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle, “Yaptığımız araştırmalarda ülkemizde tüketilen doğal gazın yüzde



31 Ocak Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen basın toplantısında projenin detayları ve sağlayacağı faydalar hakkında sektöre bilgi verildi.

35'inin binalarda kullanıldığını tespit ettik. Yine binalarda kullanılan doğal gazın yüzde 85'ini ısınmak için harcıyoruz. Kazak giyip, binalarda ısınma amaçlı kullanılan kalorifer ve kombilerin derecesini 1 derece düşürerek yüzde 10 oranında enerjiden tasarruf elde etmek mümkün. Kış döneminde ince giysiler yerine kazak giyerek sağlayacağımız 1-2 derecelik ısı ile sadece doğal gaz tüketiminden 1 milyar 200 milyon dolar tasarruf elde edebiliriz. Kış aylarında kullanılan diğer enerji türlerini de dikkate aldığımızda, ülkemizi toplamda 2 milyar dolarlık bir harcama kaleminden kurtarabiliriz” dedi. İTHİB Başkanı Gülle, insanlarda farkındalık oluşturmak adına kamu spotu çalışmalarını halkın bu konu ile ilgili bilgilendirileceğini ifade ederken, sektör olarak, istihdamda, üretimde ve ihracatta olduğu gibi enerji tasarrufunda da örnek oluşturan bir projeye imza attıklarını vurguladı.

## Sektörde farkındalık yaratıldı

BATİAD Başkanı Doğan Bakırcı, kampanyaya özel dünyanın en büyük kazağını ürettiklerini söyledi. BATİAD ördüğü dev kazakla, 2010 yılından bu yana Peru'nun elinde bulunan dünyanın en büyük kazağı rekorunu da Türkiye'ye getirmiş oldu. Peru'nun 10 metre 16 santimetre eninde, 13 metre 60 santimetre boyunda ve kol uzunluğu 6 metre 60 santimetre boyutunda olan kazağına karşılık, BATİAD'ın ürettiği dev kazağın eni 15 metre 11 cm, boyu 18

metre 49 cm ve kol uzunluğu da 15 metre 88 santimetre olarak gerçekleşti. Kurulduğu günden bu yana başarılı işlere imza atan BATİAD, ördüğü dünyanın en büyük kazağı ile Bayrampaşa'nın adını uluslararası arenada duyurmuş oldu. BATİAD Başkanı Doğan Bakırcı, “Hazırladığımız bu kazak için 500 kilogram ağırlığında 90 bin metre ip kullandık. Kazağın toplam ağırlığı 350 kilogramdan oluşuyor. Bu kazağı bir ayda 40 kişilik bir ekip çalışması ile ürettik. Sadece iplik maliyeti 5 bin dolar oldu” dedi. Özellikle öğrencilere enerjinin doğru şekilde kullanılmasının öğretilmesi gerektiğini ifade eden Bayrampaşa Belediye Başkanı Atila Aydın de, israf ekonomisinden tasarruf ekonomisine geçmek gerektiğinin altını çizdi. Aydın, “Doğal gazın dışında elektrik enerjisini de tasarruflu kullanarak, Türkiye'nin kaynaklarını boşuna harcamamalıyız. Kanada'da her yıl bu ve benzeri projelerin geliştirilmesi için çalışmalar yapıyor. Bizde de özellikle okullarda Milli Eğitim Bakanlığı'nın enerji tasarrufu konusunda öğrencileri bilinçlendirmesi gerekiyor.”

Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün, aile ve ülke bütçesinde önemli paya sahip olan enerji maliyetini düşüreceği düşünülen, “Kazak giyelim enerjide yüzde 20 tasarruf edelim” kampanyası, Şenay Akay, Ece Gürsel, Şebnem Schaefer, İrmak Atuk ve Hasan Yağz gibi mankenlerin yer alacağı defile ile önümüzdeki günlerde start alacak.

# İLK HEDEF 20 MİLYAR DOLAR

ÜRETİM, İHRACAT VE İSTİHDAMDA PEK ÇOK İLKE İMZA ATARAK TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNE YÖN VEREN İHKİB, 2023 YILI İÇİN 20 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİNİ TUTTURACAK PROJELERİ AÇIKLADI. TOPLANTIDA İHKİB BAŞKANI TANRIVERDİ, EĞİTİMLİ İŞGÜCÜNDEN TEKNOLOJİ ODAKLI TASARIM MERKEZİNE KADAR SEKTÖRÜN YILDIZINI PARLATAÇAK PEK ÇOK ÇALIŞMAYI HAYATA GEÇİRDİKLERİNİ SÖYLEDİ.

**İHKİB** Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İHKİB Yönetim Kurulu üyeleriyle birlikte düzenlediği basın toplantısında hazır giyim son 25 yıl boyunca Türkiye ekonomisinin amiral gemisi olduğunu vurgulayarak, bu konumunu daha da güçlendirecek projelere start verdiklerini söyledi. Türkiye’de hazır giyim ekonomisinden moda ekonomisine geçiş döneminin yaşandığını bildiren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bilişim alt yapısından, yeni pazar alternatiflerine; eğitilmiş işgücünden teknoloji odaklı tasarım merkezine kadar sektörün yıldızını parlatacak pek çok çalışmayı hayata geçirdiklerini söyledi. Tanrıverdi, “2 yılda 4 milyar dolar

ihracat artışı hedefliyoruz” dedi. İHKİB olarak IFW, OSAP, Style Turkish, İMA gibi uzun soluklu projelerle taş üstüne taş koyduklarını belirten Tanrıverdi, hazır giyim ekonomisinden, moda ekonomisine geçerek, global rekabette Türkiye’ye yeni bir kulvar açtıklarını ifade etti. Tanrıverdi, 2023 için belirlenen 52 milyar dolarlık hazır giyim ihracatında psikolojik sınırlardan ilki olan 20 milyar doları yakalamak ve geleceği bugünden kurgulamak için üzerinde uzun zamandır çalıştıkları yerel ve global projeleri hayata geçirdiklerini bildirdi. Bu kapsamda bilişim alt yapısından, yeni pazar alternatiflerine; eğitilmiş işgücünden





teknoloji odaklı tasarım merkezine kadar pek çok çalışmayla sektöre yeni bir yön çizmek istediklerini anlatan Tanrıverdi, “Rekabet koşullarının her geçen gün daha da zorlaştığı günümüzde hazır giyim ekonomisinden yüksek katma değerli moda ekonomisine geçişi hızlandırmamız gerekiyordu. Bunun adımlarını attık” diye konuştu.

## Hazır giyim ihracatı artıyor, Türkiye büyüyor

Öncesinde yaşanan krizler nedeniyle son derece zor geçmesi beklenen 2012’yi miktar bazında artışla hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak 16.1 milyar dolar ihracat ile kapattıklarını hatırlatan İHKİB Başkanı

TÜM DİNAMİKLERİYLE YÜKSEK KATMA DEĞERLİ ÜRETİME ODAKLANAN İHKİB , HAYATA GEÇİRDİĞİ PROJELERLE 2023’TEKİ 52 MİLYAR DOLARLIK HAZIR GİYİM İHRACATI HEDEFİNİN GERÇEKLEŞMESİNİ SAĞLAYACAK ADIMLARI ATIYOR.

## İHKİB’in yeni dönem projeleri

### • Teknoloji Odaklı Tasarım Merkezi

Teknoloji Odaklı Tasarım Merkezi’ni, sektörümüz ile Nişantaşı’nda buluşturuyoruz 10 yetenekli moda tasarımcısına ulusal ve uluslararası arenada marka kimliği kazandırıyoruz. Koleksiyonlarını Paris-Who is next ve Londra-On/Off Fuarı’na taşıyoruz.

### • Hazır giyim Sektöründe Tasarım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi Projesi

Firmalar bu projeye 3 yıl süre ile aktif katılım sağlayacak. Toplam bütçesi 700 bin dolar olan projeyi ilk olarak bayan giyim alanında başlatıyoruz. 15 bayan giyim üreticisi firma ile 10 tasarımcıyı kümelene yaklaşımını esas alarak bir araya getiriyoruz. Dünya trendlerini takip etmeyi, tasarım gücü ile markalaşarak yeni pazarlara girmeyi ve ihracat gücümüzü artırmayı hedefliyoruz.

### • Export-T, Uluslararası İhracat Yöneticileri Eğitimi

Ekim 2013’de başlayacak proje, İspanya Tekstil Endüstrisi Federasyonu (ATEVAL) işbirliği ve 5 ülke (İspanya, İngiltere, İtalya, Çek Cumhuriyeti, Türkiye) katılımı ile 2 yıl sürecek. Her ülkede hazır giyim sektörüne, uluslararası meslek standartları

ile uyumlu, 20’şer Export-T ihracat yöneticisi kazandırılacak.

### • KOBİ’ler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması

Bu proje için sektörde üretim ve istihdam payı yüksek olan, Malatya, Kahramanmaraş, Gaziantep ve Adıyaman illeri pilot bölge olarak seçildi. Proje, Birleşmiş Milletler Ortaklığı ile BinYıl Kalkınma Hedefleri Fonu (MDC-F) tarafından 2 milyon 700 bin dolar bütçe ile finanse ediliyor. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Durum Raporu ile sektörde çalışma ve çevre koşulları sektör gündemine girdi. Değer Zinciri Yönetim Portalı, Styleturkish.com sektörün küresel buluşma noktası oldu. Kurumsal Sosyal Sorumluluk çalışmalarını KOBİ’lerin iş süreçlerine dâhil ederek tekrarlanabilir iş modelleri oluşturuyoruz.

### • Katma Değer Ve İstihdam Odaklı Belgeli İşgücü Seferberliği

Bu proje, AB finansman desteği ile başlatıldı. Projenin toplam bütçesi 267 bin Euro olarak belirlendi. İşgücü Seferberliği için, Mart 2013’de İHKİB Hazır giyim Sertifikasyon Merkezini kuruyoruz. Eğitim ve belgeli işgücü istihdamı arasındaki ilişkiyi güçlendirmeyi hedefliyoruz.

Hikmet Tanrıverdi, konuşmasında sektöre ilişkin şu bilgileri verdi:

- 2013 yılının Ocak ayında yüzde 14,6 oranında artış yakaladık ve 1,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Böylece daha yılın ilk ayında Türkiye’nin 3 katı bir performans ortaya koyduk.
- Şubat ayında da ihracatımız yükselmeye devam ediyor. Güncel sanayi üretim verilerine göre giyim eşyaları imalatı bir önceki yıla kıyasla Kasım’da yüzde 19,7, Aralık’ta ise yüzde 12,5 arttı. 2012’de 30 binin üzerinde ilave istihdam sağladık.
- Hazır giyim sektörü olarak, üretim ve istihdamda gıdadan sonra en büyük imalat sanayi koluyuz. İmalat sanayi içinde üretimde yüzde 6,4, istihdamda ise yüzde 14,3’lük paya sahibiz.

- Üretimde 450 bin kişiye iş veriyoruz. Yüzde 50’lik oran ile kadın istihdamında lideriz. Perakendeyle birlikte çalışan sayımız 1,5 milyonu geçti. 2023 yılı hedefimiz ise, toplam 3 milyon kişiyi istihdam etmek.
- Amerika’dan Afrika’ya, Avrupa’dan Asya kıtasına kadar, her coğrafyada 195 ülkeye hazır giyim ürünü ihraç ediyoruz. Dünyanın en büyük 6’ncı hazır giyim ihracatçısı konumundayız.
- Türkiye’de 24 sektör arasında mücevher ve savunma sanayinin ardından 18 dolar/kg ile en fazla katma değerli ürün ihraç eden ilk üç sektör arasındayız.
- AB ortalama ithal birim fiyatına göre yüzde 31 ve Çin’in birim fiyatına göre yüzde 40 daha yüksek fiyatla ürün satıyoruz. 2009 yılından 2012 yılına pazar payımız yüzde 12,4’ten yüzde 13,2’ye yükselttik.

İHKİB, TÜRKİYE EKONOMİSİNİN KİLİT TAŞI KONUMUNDAKİ HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ÖNÜNÜ AÇAN PROJELERLE 1 OCAK 2015'TE ULAŞMAYI HEDEFLEDİĞİ 20 MİLYAR DOLARLIK REKOR İHRACATIN ALT YAPISINI HAZIRLIYOR.



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, yönetim kurulu üyeleriyle birlikte düzenlediği basın toplantısında hazır giyim Türkiye ekonomisinin amiral gemisi olduğunu, bu konumunu daha da güçlendirecek projelere start verdiklerini söyledi.

## “Hazır giyim üretiminden moda üretimine geçtik”

Gün geçtikçe artan markaları, trendlere uygun tasarım ve koleksiyonları ve yurt dışı perakendede güçlenen kimliğiyle Türkiye'nin hazır giyim üretiminden moda üretimine geçişi yaşadığını vurgulayan Tanrıverdi, ihracatta, yatırımda, istihdamda ve katma değerde öncü ve lider sektör olmaya devam edeceklerini anlattı.

Hikmet Tanrıverdi, sektöre kabuk değişimi yaşatacak 4 ana başlık altında topladıkları projeleri sıraladı: “Yeni Dönem Projeleri”, “Rekabette Yeni Fırsat: Şanlıurfa”, “Hedef Pazarlar” ve “Geleceğin Şifreleri: 3T”

## Global rekabette Türkiye'nin elini güçlendiren il: Şanlıurfa

Yeni Yatırım Teşvik Paketi ile 5'inci ve 6'ncı bölgede birçok fırsat ve avantajlar sunulduğunu belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “İHKİB olarak biz de ihracatçı üyelerimizin bu teşvik paketinden etkin bir şekilde yararlanmasını sağlamak amacıyla, Şanlıurfa Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgesi (HOSAB) projesini yürütüyoruz” dedi. Yaklaşık 350-400 dönüm alanda 8-9 dönümlük yüzde 55 kapalı alan imkanı veren

36 parsel hazırlandığını belirten Tanrıverdi, bunu sektörün kullanımına açacaklarını dile getirdi. Hikmet Tanrıverdi, “Proje global rekabette maliyet baskısı nedeniyle fiyat tutturamayan sektörümüzün elini güçlendirecek” dedi.

## Hedef pazarlara çıkarma

2013'te hem geleneksel hem de geleceğin pazarlarında etkin bir şekilde sektörü tanıtmaya çalışacaklarını vurgulayan Tanrıverdi, bu yıl ticaret heyeti programları düzenleye-

cekleri önemli durakların arasında Nijerya, ABD ve Danimarka bulunduğunu, Çin ve Japonya da özellikle ilgilenilen ülkeler arasında yer aldığını söyledi.

## Geleceğin şifreleri “3T”

Hikmet Tanrıverdi, geleceğin şifreleri olarak değerlendirilen 3T (Tanıtım, Trend, Tasarım) kapsamında sürdürülen çalışmalar hakkında ise şu bilgileri verdi: Tanıtım başlığı altında sürdürülen Global Connection ile 2013'te, Moskova'da CPM Fuarı'nın yapıldığı dönemde Komsomolskaya Pravda ve Kommersant Gazetesi; Londra Moda Haftası'nda The Daily Telegraph; Almanya'da Berlin Moda Haftası ve Bread and Butter Fuarı sürecinde Die Welt Gazetesi ile yayınlanacak eklerle yaklaşık 6 milyon okuyucuya Türk moda endüstrisini anlatacağız. 2014 ve 2015 yıllarında da benzer çalışmalar devam edecek. “Made in Turkey” algısını güçlendirmeyi hedefliyoruz. Trend, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, İstanbul Moda Akademisi (İMA) ve Nelly Rodi, Promostyle, Style Sight, Modpie Dizayn gibi uluslararası “trend firmalarının” yer aldığı seminerler ile firmalarımızın moda algısını güçlendiriyoruz. Burada hedefimiz trend belirleyici ülke olmak.

Tasarım'da ise yukarıda paylaştığım Mayıs 2013'te Nişantaşı'nda faaliyete geçecek Teknoloji Odaklı Tasarım Merkezi önemli yer tutacak. Burada tasarımın üretimin önüne geçtiği günümüzde bu sürece iyi yetişmiş insan kaynağı sağlamayı hedefliyoruz.”



IFW, HOSAP, Style Turkish, İMA gibi uzun erimli projelerle taş üstüne taş koyan İHKİB, hazır giyim ekonomisinden, moda ekonomisine geçerek, global rekabette Türkiye'ye yeni bir kulvar açma yolunda emin adımlarla ilerliyor.



# Keten Dünyası.....

PREMIERE VISION NEW YORK  
15/16 JANUARY 2013 - B43

COLOMBIATEX  
22/24 JANUARY 2013-66/B

LONDON TEXTILE FAIR  
23/24 JANUARY 2013

MUNICH FABRIC START  
5/7 FEBRUARY 2013-S1 F111

PREMIERE VISION PARIS  
12/14 FEBRUARY 2013-6C24/6D23

TEXTILLEG PROM MOSKOW  
19/22 FEBRUARY 2013-PAVILION 69

TEXBRIDGE  
13/15 MARCH 2013

# ESENTEKS

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SAN. TİC. LTD. ŞTİ

Head Office\_ Fatih. Cad. Akçaağaç Sk.  
No. 21/A 34169 Merter / İSTANBUL  
Tel. +90 212 637 42 32  
Fax.+90 212 637 42 33  
info@esenteks.com

Branch Office\_ Rumeli. Cad. Şafak Sk.  
No. 16/2 Osmanbey / İSTANBUL  
Tel. +90 212 230 06 57  
Fax.+90 212 230 41 73  
magaza@esenteks.com

Branch Office\_ İZMİR  
Gsm.+90 533 689 99 34  
tayfun@esenteks.com

[www.esenteks.com](http://www.esenteks.com)





BİLGİ VE DONANIMINI SEKTÖRLE PAYLAŞMAYI SÜRDÜREN EKOTEKS LABORATUVARI, GLOBAL LABORATUVARLAR ZİNCİRİ OLAN MODERN TESTING SERVICES (MTS) İLE GEÇTİĞİMİZ GÜNLERDE, HONG KONG'DA DÜNYA ÇAPINDA BİR ANLAŞMAYA İMZA ATTI.

# EKOTEKS BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR



**Ekoteks** Laboratuvarı, kurulduğu 1998 yılından bu yana uluslararası geçerliliği olan bağımsız bir laboratuvar olarak tekstil sektöründeki hizmetlerini artırarak sürdürüyor. İHKİB tarafından 5 milyon dolarlık başlangıç yatırımıyla 1.800 metrekare alan üzerine kurulan Ekoteks Laboratuvarı sunduğu hizmetlerle uluslararası standartlarda, güvenilir, hızlı ve kaliteli bir 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 Laboratuvarı eğitilmiş, deneyimli ve dinamik bir kadroya sahip. 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 Laboratuvarı, bu alanla ilgili üniver-

site öğrencilerine kapılarını her zaman açık tutarak, bilgi ve donanımını paylaşmayı da bir taraftan sürdürüyor.

## Ekoteks, uluslar arası arenada

Yaptığı çalışmaların yanında kendi gelişimini de devamlı olarak gündemde tutan Ekoteks Laboratuvarı, global laboratuvarlar zinciri olan Modern Testing Services (MTS) ile geçtiğimiz günlerde, Ekoteks Yönetim Kurulu





kararı ile MTS Hong Kong merkezinde, dünya çapında bir anlaşmaya imza attı. Söz konusu imza törenine, Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, MTS Laboratuvarları Sahibi B. W. Park'ın yanında İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Birol Sezer, Jale Tuncel ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt da katıldı. MTS ile yapılan anlaşmanın içeriğini Hedef Dergisi'ne anlatan Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, söz konusu iş birliği için bir yıldır



İmza törenine Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, MTS Laboratuvarları Sahibi B. W. Park, İthalat Daire Başkanı Alper Sadık Toközlü, İHKİB YK Üyeleri Birol Sezer, Jale Tuncel ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt katıldı.

uğraş verdiklerini dile getirdi. MTS'in global bir laboratuvar olduğunu ifade eden Özdemir, Ekoteks'in bu iş birliğinin uluslar arası arenada varlığını sürdürdüğünün güzel bir göstergesi olduğunu dile getirdi. Dünyaya açılıp sektörü daha geniş bir çerçevede takip etmek için bu iş birliğinin büyük atılım olduğunu söyleyen Özdemir, büyük alım ofislerinin beklentileri doğrultusunda gerçekleşen anlaşmanın, piyasayı daha iyi bilmek için büyük fırsat olarak nitelendirdi. Özdemir, MTS'in sadece Avrupa'da değil, dünyanın her yerinde adından söz ettirdiğini vurgularken, Ekoteks'in dünyada ithal ürünler açısından rekabet anlamında, Türkiye'deki firmaların garantisi olacağını altını çizdi. MTS iş birliğinin sektöre çok büyük hizmet olduğunu belirten Nilgün Özdemir, Ekoteks'in bu anlamda tüm düzenlemeleri yerinde görüp, uygulama şansı olacağını dile getirdi.

## Ekoteks tüm sektörlerle açılıyor

MTS laboratuvarlar zincirinin Türkiye'de bulunmadığını vurgulayan Özdemir, bilgi paylaşımı açısından standartların Avrupa Birliği (AB) direktifleri tarafından EN ISO adı altında belirlendiğini söyledi. MTS ile bilgi alışverişi dışında ortak projeler de geliştirilebileceğini ifade eden Nilgün Özdemir, "Sadece tekstil ve konfeksiyon sektö-

ründe değil, ev tekstilinde, oyuncak ve diğer sektörlerde de, yapılacak ne varsa biz de kendimizi bu anlamda geliştirmiş olacağız" dedi. Farkındalık yaratmak adına sektörü bilgilendirme toplantıları yaptıklarını söyleyen Özdemir, sanayiye katkıda bulunmak adına Türkiye'de çalıştıkları ciddi markalar için "kalite kitapçığı" denilen el kitapçıkları hazırladıklarını vurguladı. Bu çalışmalarını ücretsiz yaptıklarını belirten Ekoteks Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı, bu düzenlemeler ile sektörü daha yakından takip ederek, yereliktikten çıkacaklarını söyledi. Ekoteks Laboratuvarı'nda, geliştirilmiş ürünü test edebilme etkinliği kontrol yöntemini geliştirdiklerini ve Türkiye'de bulunan akıllı ürünleri anlatan Özdemir, bu projenin İstanbul Üniversitesi ile yürütüldüğünün altını çizdi. Özdemir, "Akıllı halı dediğimiz halılar üzerindeki kimyasal aphenin etkinliği geliştirilen yöntemlerle test edilerek doğrulanmıştır. Bunu ortam havasını değiştiren halı gibi düşünebilirsiniz" dedi.

## Ar- Ge çalışmaları üniversitelerle yürütülüyor

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe ihracat artışında Türkiye'nin dünyanın ilk sıralarında yer aldığını vurgulayan Özdemir, tekstil sektörüne ne kadar destek olunursa, o kadar fayda sağlanacağını altını çizdi.

MODERN TESTING SERVICES (MTS) İLE YAPILAN ANLAŞMA İLE EKOTEKS LABORATUVARI'NIN DÜNYAYA AÇILARAK, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜ DAHA GENİŞ BİR ÇERÇEVEDE TAKİP ETMESİ ADINA BÜYÜK ATILIM OLDUĞU BELİRTİLİYOR.



**NİLGÜN ÖZDEMİR**  
Ekoteks İcra Kurulu Başkanı

Ar- Ge çalışmalarına üniversitelerle geliştirdikleri projeler çerçevesinde de devam ettiklerini belirten Nilgün Özdemir, projelerden bir tanesinin de Ekonomi Bakanlığı, İHKİB ve Ekoteks tarafından yürütüldüğünü söyledi. Projede hangi kimyasalla, hangi maddeyi bir araya getirdiklerinde nasıl sonuçlar alacaklarını araştırdıklarını söyleyen Özdemir, İHKİB'in sektör kısmında, Ekoteks'in ise uygulama kısmında yer aldığını vurguladı. Araştırmada, kansorejen maddenin yapay oluşturulan mide asidi ortamında belirli bir süre sonundaki emilimi testler ile kontrol edilip ölçüldüğünü söyleyen Özdemir, bu araştırmanın da sektöre olumlu yönde katkı sağlayacağını söyledi.

### “‘Made in Turkey’ için seferber olmalıyız”

Kalite politikası olarak benimsediği “doğru testi uluslar arası gerekliliklere uygun olarak en kısa sürede yapmak ve müşteriye güvenilir bir şekilde ulaştırmak” felsefesini kurduğu günden bu yana kesintisiz olarak sürdüren Ekoteks Laboratuvarı'nın en büyük hedefi sektöre yön vermek. Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, firmalara bir telefon kadar yakın olduklarını ve firmalara her türlü anlamda destek olmak için bir kuvvet olduklarının altını çizdi. Türkiye'de kalite avantajı olduğunu vurgulayan Özdemir, “Daha önce Uzak Doğu'ya büyük umutlarla gitmiş firmalar, şuan sektörün kalitesinden dolayı geri gelmiş durumdadır. Bu Türkiye için sevindirici bir durum” dedi. Uluslar arası arenada etiketin kaldırılması yönünde baskı

olduğunu da ekleyen Özdemir, “Avrupa'da artık üretim azaldığı için, 'bu etiketin globalleşen dünyada yeri yok' sloganıyla, etiketin kaldırılması yönünde planlar var. 'Made in Turkey' için seferber olup, sektörümüzün dünyadaki yerini bu anlamda da koruyor olmalıyız. Bundan taviz verirsek, yerimizi koruyamayız” dedi.

*MTS laboratuvarı ile yaptığımız iş birliği Ekoteks'in uluslar arası arenada varlığını sürdürdüğünün güzel bir göstergesi.*



Yaptığı çalışmalarla adından söz ettiren Ekoteks Laboratuvarı, global laboratuvarlar zinciri Modern Testing Services (MTS) ile geçtiğimiz günlerde Ekoteks Yönetim Kurulu kararı ile dünya çapında bir anlaşmaya imza attı.



# 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



İHKİB 18 OCAK CUMA GÜNÜ DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ "SOSYAL GÜVENLİKTE TEŞVİK UYGULAMALARI VE SOSYAL GÜVENLİK REFORMUNUN YANSIMALARI SEMİNERİ" İLE SOSYAL GÜVENLİKTE BİLİNMEYENLERE IŞIK TUTTU.



# SOSYAL GÜVENLİKTE SON YÜKÜMLÜLÜKLER

**Değişen** koşullar ve mevzuatlara göre tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik eğitim ve seminerler gerçekleştiren İHKİB, ihracatçı firmaların temsilcilerine konunun uzmanlarından bilgiler aktarıyor. 2013 yılına yoğun bir tempo ile başlayan Birlik, 18 Ocak Cuma günü moderatörlüğünü İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in yaptığı "Sosyal Güvenlikte Teşvik Uygulamaları ve Sosyal Güvenlik Reformunun Yansımaları Semineri" ile sosyal güvenlikle bilinmeyenlere ışık tuttu.

SGK Sigorta Primleri Genel Müdürü Cüneyt Olgaç, SGK Kadim Daire Başkanı Yakup Süngü ve SGK İstanbul İl Müdürü Ramazan Yıldız'ın konuşmacılığında geçen seminer sektörden yoğun ilgi gördü. Seminerde ihracatçılara ve işverenlere yönelik teş-

vikler, uygulamalar, faydalanma koşulları ve mevzuat açısından bilinmeyenler gibi konular ele alınarak, katılımcılar bilgilendirildi. İhracatçı firma yetkililerinin yoğun ilgi gösterdiği semineri İHKİB Başkanı İbrahim Yılmaz ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir, Cem Altan ve İTKİB Genel Sekreteri Cemal Bayazıt da takip etti. Yaptığı konuşmada hazır giyim sektörünün ciddi oranda istihdam yaratan bir sektör olduğu için Sosyal Güvenlik Kurumu'nun (SGK) düzenlemelerini yakından takip ettiğini belirten İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer, SGK'nın firmalara yönelik olarak yaptığı bu tarz seminer programlarını önemsediklerini dile getirdi. Seminerde, "İstihdama İlişkin Teşvik Uygulamaları", "Kayıtlı İstihdama İlişkin Gerçekleştirilen Faaliyetler ve Hedefler (Günlük

işçi sorunu ve çözüm önerileri)", "SGK'nın Yeni Uygulamaya Koyduğu "Meslek Kodları" ve Mesleklere Göre Belirlenecek Ücret Baremleri Nedir? Uygulaması ve Denetimi Nasıl Olacak?" başlıklı sunumlar gerçekleştirildi.

## "Sigortalı sayısı 18.5 milyon

Tekstil ve hazır giyim sektöründe sosyal güvenlikle ilgili sorunların tespit edilmesi için yaptıkları bu tarz seminerlerin önemine değinen SGK Sigorta Primleri Genel Müdürü Cüneyt Olgaç, bu etkinliklerin sorunları çözme noktasında önemli parametreler sunduğunu dile getirdi.

Sosyal güvenlik reformunun hayata geçirilmesi ile birlikte artık tek bir emeklilik sisteminin oluşturulduğuna değinen Olgaç,



# %11

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ  
TÜRKİYE'DEKİ KAYITLI İSTİHDAMIN YÜZDE 11'İNİ  
KARŞILIYOR. İSTANBUL'DAKİ 3 MİLYON 700 BİN  
AKTİF SİGORTALIDAN 400 BİNİ İSE TEKSTİL VE  
HAZIR GIYIM İŞLETMELERİNDE ÇALIŞIYOR.



Moderatörlüğünü İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in yaptığı seminerde, SGK Sigorta Primleri Genel Müdürü Cüneyt Olgaç, SGK Kadim Daire Başkanı Yakup Süngü ve SGK İstanbul İl Müdürü Ramazan Yıldız konuşmacı olarak yer aldı.

“Eskiden kazanılmış haklar saklı kalmak kaydı ile tek bir emeklilik sistemi oluştu. Genel sağlık sigortasıyla da sadece Türk vatandaşı değil, yabancılar da genel sağlık sigortası kapsamına alınmış oldu. Hastaneye gidebilmek için eskiden çalışanların 120 gün sağlık primi ödemesi gerekirken, bugün ise genel sağlık sigortasından yararlanmak isteyenlerin 30 gün prim ödenmesi yeterli oluyor. Sosyal güvenlik reformu gerçekleştirilmeseydi, SGK'nın sürdürülebilirliği ciddi sorunlar yaşanacaktı. Yeni reform ile bu riskin bertaraf olduğunu görüyoruz. 2008 yılında 15 milyon olan aktif sigortalı sayısı 2012 yılında 18,5 milyon düzeyine ulaştı. Bu artışın hem ekonominin içerisinde olduğu güven ortamı ve yönetimdeki istikrar, hem de kayıt dışı ekonomi ile mücadele ve uygulanan teşvik uygulamaları ile ilgili olduğunu düşünüyoruz” dedi. Cüneyt Olgaç, Türkiye'nin 2023 yılında 500 milyar dolar ihracatla dünyanın en büyük 10 ekonomisinden birisi olmasının hedeflendiğini ve bu süreçte sigorta prim teşviklerinin önemli bir rol oynayacağını dile getirdi. Teknoloji ve Ar-Ge kapasitesini artıracak, uluslararası alanda rekabet üstünlüğü sağlayacak büyük ölçekli yatırımlar başta olmak üzere savunma sanayi, eğitim, turizm, madencilik, demir yolu ve deniz yolu taşımacılığı gibi alanlarda yapılacak yatırımların öncelikli olduğunu vurgulayan Olgaç, işverenlerin yeni teşvik uygulamalarından hangi koşullarda faydalanabileceklerini anlattı.

## “Kayıt dışı istihdam yüzde 15'e inmeli”

SGK tarafından yeni uygulamaya konulan “Meslek Kodları” çalışmasıyla ilgili detaylı bilgilendirmenin de yapıldığı seminerde SGK Kadim Daire Başkanı Yakup Süngü, 2004 yılından günümüze kadar olan süreçte teşvik uygulamalarının başarısını ortaya koyan istatistik verileri dinleyicilerle paylaştı. Türkiye'de kayıt dışı istihdam oranının sosyal güvenlik reformundan önce, 2003-2004'lerde yüzde 53 civarında olduğunu belirten Süngü, reform kapsamında yapılan çalışmalar sonucunda bu kayıt dışı istihdam oranının düşürüldüğünü kaydetti. Kayıt dışı istihdamla mücadele kapsamında yürüttükleri bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmalarına da değinen Süngü, bu konuda binlerce toplantı, seminer ve eğitim düzenlediklerini belirtti. Gelişmiş ülkelerde kayıt dışı istihdam oranının yüzde 15'ler civarında olduğunu aktaran Süngü, “Bizim de 2023 hedefimiz kayıt dışı istihdam oranını yüzde 15'e düşürmek” dedi. Süngü, kayıt dışı istihdam oranını düşürmek için sosyal güvenlik hizmet kalitesini yükselttiklerini ifade ederek, “Çünkü primi yatırdığımızda karşılığında hizmet istiyorsunuz. Eskiden kuyruklar, hizmetin aksamaması, memnuniyet düzeyinin düşük olması nedeniyle kayıt dışı istihdam yaygınlaşıyordu. Şu anda hizmetler cazip hale gelince, insanlar bu hizmeti almak için daha fazla fedakarlık yapıp, kayıt içinde çalışıyorlar” diye konuştu. 60 kurum-

la veri paylaşımı yaptıklarını bildiren Süngü, bir kişinin başka bir kurumda çalıştığının ortaya çıkması halinde kayıt dışı olanları sigortalı kapsamına aldıklarını kaydetti.

## Tekstil ve hazır giyim istihdama can veriyor

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün Türkiye'deki kayıtlı istihdamın yüzde 11'ini karşıladığını ifade eden İstanbul Sosyal Güvenlik İl Müdürü Ramazan Yıldız, İstanbul'da 3 milyon 700 bin aktif sigortalıdan 400 bininin tekstil ve hazır giyim sektöründe çalıştığını belirtti. Türkiye genelinde 40 bin işyerinde 1,5 milyon kişinin tekstil sektöründe istihdam edildiğine dikkat çeken Yıldız, bu sektörün ekonomide olduğu kadar sosyal sigortacılıkta da lokomotif görevi üstlendiğini dile getirdi. İşverenlere sunulan teşviklerle yatırım ve istihdamın artırılmasında olduğu kadar genç, kadın, engelli ve mesleki eğitim mezunlarının çalışma hayatına kazandırılmasının hedeflendiğinin altını çizen Yıldız, işverenlerin ayakta durması için işbirliği çalışmalarının artırılacağını söyledi. Sektörel anlamda fason üreticiler arasında geçmişte yaygın bir şekilde kayıt dışı eleman çalıştırıldığını belirten Yıldız, “Teşvik primi uygulamaları ile firmalarda kayıt dışının oldukça azaldığını yaptığımız çalışmalardan biliyoruz. İstanbul'da zamanında ödemelere yönelik verilen 5 puanlık indirim teşviki sayesinde de İstanbul'da aylık tahakkuk eden primlerin yüzde 90'ı tahsil edilebiliyor” dedi.



# HALIDA TASARIMIN ÖNEMİ TESCİLLENDİ

**İHİB, HEIMTEXTİL VE DOMOTEX FUARLARINI GEZEN 6. HALI TASARIM YARIŞMASI FİNALİSTLERİ İLE KAPSAMLI BİR DEĞERLENDİRME TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRDİ. TOPLANTIDA, GEZİ SONUCUNDA HALI KONUSUNDA TASARIMIN ÖNEMİNİN TESCİLLENMİŞ OLDUĞU VURGUSU YAPILDI.**

**Frankfurt'ta** 9-12 Ocak tarihlerinde düzenlenen Heimtextil ve 12-15 Ocak tarihlerinde Hannover'de gerçekleşen Domotex fuarlarını İHİB 6. Halı Tasarım Yarışması'nda finale kalan 7 genç tasarımcı, İHİB yetkilileri ile birlikte gezme fırsatı yakaladı. 4 Şubat

günü İHİB'te Almanya'ya yapılan bu geziye ilişkin tasarımcıların görüşlerini almak ve gelecek yılki gezilerde yapılması gerekenlere dair konuların ele alındığı kapsamlı bir toplantı gerçekleştirildi. Başkanlığını İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil'in yaptığı toplantıya jüri üyelerinden Prof. Günay Aykaç Atalayer, Tasarımcı Başak Özdemir, yarışmanın finalistleri Cansu Çelikkol, Başak Badur Özkendirici, Esra Yazar ve Miray Varol katıldı. Toplantıda ayrıca hem yarışma hem de yarışma sonrası uluslararası fuarlara dair yapılması gereken hususlar ele alındı. Toplantıda, bu yıl 7.'si yapılacak "Halı Tasarım Yarışması"na ilişkin görüşler değerlendirilirken, üniversitelerin tasarım bölümleri ile yarışmaya ilişkin daha sıkı ilişkiler kurulmasına yönelik çalışmalar yapılması gerektiğine de dikkat çekildi.

Finalistleri Domotex fuarına ilişkin izlenimlerini aktardığı buluşmada, ayrıca yarışma finalistlerinin tasarımlarının Domotex Fuarı'nda ayrı bir alanda sergilenmesine yönelik çalışma yapılmasına karar verildi.

## **Yarışma kalıcı bir değere dönüştü**

Genç tasarımcıların Almanya'da düzenlenen Heimtextil ve Domotex fuarlarını İHİB aracılığıyla gezmelerinin kendilerini mutlu ettiğini belirten İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil, "Bu fuar gezilerinden sonra ortaya çıkan en önemli saptama, halı sektörünün ürünlerini geleceğe taşıması için tasarımın şart olduğunun tescillenmiş olması. Yarışma sonrasına İHİB olarak finale kalan genç tasarımcıları uluslararası işlerin yapıldığı alanlara taşımanın ne kadar önemli





olduğunun farkındayız. Bu faaliyetler Halı Tasarım Yarışması'nın kalıcılığını sürdürmek için son derece önemli. Bu anlamda Birlik olarak genç tasarımcıları böyle projeler ile desteklemenin bilinci ile çalışmalarımızı yürütüyoruz.” dedi.

## “Yarışma için komite oluşturacağız”

Halı sektörünün gelecek hedeflerini, tasarımlar sayesinde yaratılacak yeni markalar ve bu markaların getireceği yüksek katma değerle yakalayabileceğini ifade eden Evrençil, “Halı Tasarım Yarışması'nı tasarımcı kültürünü oluşturmak misyonu ile başlattığımız için finalistlerin bu tarz alanlarda ufuklarını geliştirmesi önemli bir konu. Bu projenin sektör-üniversite işbirliğini oluşturmak ve eğitime katkı sağlayabilmek adına İHİB tarafından gelecek nesillere aktarılacak önemli bir proje olduğu daha da açığa çıkmış oldu. Bu bağlamda İHİB olarak bu yıl 7.'sini düzenleyeceğimiz Halı Tasarım Yarışması için tasarım bölümleri olan üniversiteler ile daha sıkı ilişkiler oluşturmak için bir komite oluşturmayı planlıyoruz. Ayrıca tasarımcıların yarışmaya daha rahat hazırlanmaları için yarışma tarihini üniversitelerin sınav dönemlerini gözeterik titizlikle ele almayı planlıyoruz” dedi.

## Dilara Çelikbaş

*Fuarlar tasarımcı için birer hazine*



Fuarlar yeni fikirler açısından hazine gibidir. Heimtextil ve Domotex dünyanın sayılı büyük fuarlarından olduğundan dolayı

dünyanın birçok ülkesi tarafından tercih ediliyor. Bu sayede fuarlar ziyaretçilerine çok fazla çeşitlilik sunabiliyor. Yeni teknikler, farklı malzemeler, yeni trendler, yeni firmalarla tanışma/çalışma imkanı, piyasa analizi için fuarlar sektörün nabzını gösterir. Bu yüzden sektör çalışanlarının fuar ziyaretleri her zaman kendilerine yararlı olacaktır. Tasarımcılar için de bu nitelikler geçerlidir.

## Cansu Çelikkol

*Türk firmaları çok gelişmiş*

Domotex Fuarı'nda ülkeler arasındaki tasarım benzerliklerini ve farklarını görme fırsatımız oldu. Yer döşemeleri ve halı konusunda birçok çeşitliliği olan büyük bir fuardı. El dokuması ve makine halısı olarak Türk firmalarının çok gelişmiş olduğunu görüp, katılımcı firmalarla da tanışma fırsatı bulduk. El halılarındaki



malzemelerin çeşitliliğinin çok olması, yeni fikirlere imkan sunuyor. Makine halılarında desen ve tasarım olarak zengin bir ortam vardı.

Genel olarak gördüğümüz, çok fazla eski halıları yeniden değerlendirme fikri ile doğmuş olan kırkyama tekniği ile yapılmış halılar bulunmaktaydı. Heimtextil ev tekstil fuarını gezmiş olmak beni ayrıca heyecanlandırdı. Bu fuarda da ev tekstil konusunda trendlerin ne olduğunu yakından görme imkanı bulduk

## Miray Varol

*Fuarlar büyüleyiciydi*



Ev tekstili olarak bilinen Heimtextil fuarında sektördeki firmaların ürünlerini görmek bizim görsel açıdan fikir edinmemizi

sağladı. Ev tekstilinin her çeşit ürünü fuarda bulmak mümkündü. Domotex fuarına gittiğimiz zaman ise büyüledim. Sadece halı ve yer döşemelerinin yer aldığı fuardaki renkler ve desenler olağanüstüydü. Klasik halılardan daha çok modern renklerde halıları fuarda görmek mümkündü. Fuardaki katılımcıların çoğunda aynı tarzda halılar olmasına rağmen hepsi birbirinden farklıydı. El halılarının ve makine halılarının dünya halı sektöründe çok fazla önemi olduğunu ve Türk katılımcıların da fuarda kendilerini iyi tanıttıklarını gördüm.

## Seyit Ali Dönmez

*Yeni bir bakış açısı edindim*



Halı sektörünün dünya çapında ticari yönden büyük bir alana hitap ettiğini ve gelişen teknoloji ile bu alanda yapılan en son yenilikleri

yerinde görmek, dokunmak ve incelemek bana fikirler kazandırdığı gibi beni son derece mutlu etti. Heimtextil fuarına da katılarak sektör adına nelerin yapıldığını gördüm. Bu da tekstil alanında nelerin eksik olduğunu bana göstermiş oldu. Bunların yanı sıra farklı ülkelerin kendi kültürlerini ve tekniklerini de bir arada görerek kıyaslama yapma şansımız oldu. Kendimi bir kumbarayken fuar gezilerinden sonra bir banka gibi hissetmeye başladım.

## Tasarımda dünya ile aynı boydayız

Halı Tasarım Yarışması jüri üyesi Marmara Üniversitesi Öğretim Görevlisi Prof. Günay Aykaç Atalayer de genç tasarımcıların Heimtextil ve Domotex fuarlarına dair izlenimlerine katıldığını dile getirdi. Domotex ve Heimtextil fuarları hakkında bugüne kadar çok şey duymasına rağmen bu fuarlara ilk defa katıldığını belirten Günay Atalayer, fuarlarda bu kadar çeşidini ve hareketliliğin olduğunu beklemediğini söyleyerek fuarlarla ilgili şaşkınlığını dile getirdi. Bu durumun hem olumlu hem de olumsuz noktaları olduğuna dikkat çeken Prof. Atalayer, bu kadar çok çeşitliliğin bulunduğu bir yerde tasarımcıların yapacağı çok iş olacağına, ancak çoğu çalışmanın bir diğerinin taklidi olma durumunu da gözlemlediğini ifade etti. Tasarımcıların halı tasarımları konusunda yapacağı çok işlerinin olduğuna kanaat getirdiğini belirten Günay Atalayer, "Hem yabancı firmalar, hem de yerli firmaların üretimden çok artık daha fazla tasarım odaklı çalışmaları gerekiyor. Fuarda çok geniş yelpazede ürünler gördük. Ancak bu ürünlerde tasarımcı dokunuşunun eksikliği kendini gösteriyordu. Dolayısıyla tasarım sayesinde üretilen ürünlerin daha zengin, daha estetik, daha satılabilir ve seçilebilir olma şansının olabileceğini gördük. Bu tarz fuarlarda kesinlikle bizim tasarımcılarımızın profesyonel olarak kendi dosyalarını sunmaları gerektiğine inanıyorum. Bugüne kadar sanayimiz belki bunu çok desteklememiş olabilir. Ama şimdi onların da desteklediğini ve ihtiyacın herkes tarafından tam olarak fark edildiğini görüyoruz. Bu noktadan sonra tasarımcılara iş düşüyor. Orada farklı ülkelerden gelen tasarımcıların gerçekten kimliklerinin olduğunu gördüm. Dolayısıyla bizim tasarımcılarımız da buralara giderek, kendini böyle bir şekilde hazırlamış olacak. Ben meseleye bireysel olarak finalistler ya da kendi pencereden değil, Türkiye'nin tasarım dünyası açısından bakmaya çalışıyorum. Bugün yaptığımız her şey bu tasarım dünyasında yer alacak ve sektöre dönecek. Dolayısıyla meseleye toplumsal olarak bakıyorum" diye konuştu.

## Başak Badur Özkendirci

*El halıları dikkat çekiciydi*



Domotex Fuarı'nda el halıları ve makine halıları olarak iki gruba ayırabileceğimiz ürünler içinde estetik açıdan en etkileyici

bulduğum alan 17. Hol'de sergilenen el halılarıydı. Resimsel kompozisyon olarak oldukça başarılı tasarlanmış halılarda el işçiliğinin sağladığı farklı dokuların bir arada dokunabilmesi avantajı da tasarımlarda sıklıkla kullanılmıştı. Geleneksel olarak yün ve ipekle üretilen el halılarında farklı tekstil malzemelerinin de kullanıldığını görmek bu alanın tasarım açısından sunduğu olasılıkları hayal edebilmemizi sağladı. El halılarında ve parça makine halılarında gördüğüm patchwork tasarımların çokluğu bende halıcılıkta yeni ve farklı bir tasarım gerçekleştirmenin güç olduğu, ancak böyle bir fark yaratılabildiği takdirde önemli çıkışlar sağlanabileceği izlenimi bıraktı. Fuar sayesinde dünya halı sektöründe el halıcılığı alanında sarsılmaz bir yere sahip olduğumuz gerçeği dışında makine halıcılığında da önemli bir noktaya ulaştığımızı gördük.

## Lokman Gençtürk

*Ufkumuzu açmak gerekiyor*



Yarışmada finale kalmış olmamın en büyük ödülü, İHİB tarafından Domotex ve Heimtextil Fuarları'na götürülmem oldu.

Domotex ve Heimtextil gibi uluslararası fuarlara katılmamın en güzel yanı, halı ve tekstil alanında duyulan ihtiyacı önemli oranda karşılayabildiğimizi ve aslında

TOPLANTIDA, HALI TASARIM YARIŞMASI'NDA FİNALE KALAN TASARIMLARIN DOMOTEX FUARI'NDA AYRI BİR ALANDA SERGİLENMESİ İÇİN ÇALIŞMALARA BAŞLANACAĞINA DİKKAT ÇEKİLDİ.

ülkemizin bu alanda oldukça büyük bir potansiyele sahip olduğunun farkına varmam oldu. Çoğu firmanın yılın trend renklerini kullanmalarından ötürü genelde sınırlarından çok çıkamayan ürünlerle karşılaştım. Firmaların birbirinden esinlendiği oldukça net olup, bu konuda da patchwork örneğini vermek istiyorum. Aynı tonlamalarda, aynı teknik ve çizgilerde her halı firması standında karşılaşmış olmam beni oldukça şaşırttı ancak bir o kadar da rahatsız etti. İhtiyaç cevap vermek veya pazarlama adına halıların bir çoğunda vizyon anlamında dar kalıpların hakim olduğu izlenimine vardım. Bu durum daha geniş vizyonlarda üretimler yapılabilmesi için biz genç tasarımcılara çok iş düştüğünü bir kez daha açıkça ortaya koyuyor.

## Esra Yazar

*Gezi ilham kaynağı oldu*



Bu fuar gezisi sayesinde son yıllarda ülkemizde ve en önemlisi tüm ülkelerde yer alan ev tekstili ve halı alanında üretim yapan firmaların

yeni çalışmalarını bir arada görme imkanı elde ettik. Birbirinden güzel yeni tasarımlarını dünya prömiyerinde görücüye çıkaran halı firmalarını ve en önemlisi her ülkenin kendi içerisinde öne çıkan halı ev tekstili trendlerini bir arada görme şansı yakaladık. Tasarımcıların, okulların ve desen atölyelerinin tasarımlarını sunduğu 4. Hol'de gezmek, Türk tasarımcılarının bu konuda hiçbir eksikliğinin olmadığını sadece sunum ve pazarlama desteğinin eksikliğinin olduğunu farketmemizi sağladı. Heimtextil ve Domotex fuarı gelecekte bana daha cesur, sıra dışı ve en önemlisi özgün tasarım oluşturmam için cesaret ve ilham kaynağı oldu. Domotex fuarı bize halı, kilim ve yer döşemeleri adına üretim yapan dünyadaki birçok firmayı yeni ürünleriyle bir arada görme imkanı da sağladı.





*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](http://www.palateks.com.tr) [info@palateks.com.tr](mailto:info@palateks.com.tr)



2013'ÜN İLK AYI TEKSTİL, HAZIR GİYİM VE HALI SEKTÖRÜ İÇİN FUARLAR YÖNÜNDEN BEREKETLİ BİR DÖNEM OLDU. FUARLARA AYLAR ÖNCESİNDEN HAZIRLANAN FİRMALAR PARİS'TEN ALMANYA'YA, LONDRA'DAN KOLOMBİYA'YA KADAR GENİŞ BİR COĞRAFYADA ÜRÜNLERİNİ SERGİLEDİ.

FUAR

46

# 2013 FUARLARLA





# GELDİ

**Ocak** ayında hazır giyimciler "Who's Next Pret-a Porter" ve Pitti Uomo'da, tekstil sektörü "Colombiatex Fuarı", Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı ve Heimtextil Fuarı'nda, halı sektörü ise "Domotex Hannover Halı Fuarı"nda boy gösterdi. Fuarlara milli katılım gerçekleştiren İHKİB, İTHİB ve İHİB sektör firmalarını söz konusu etkinlikler aracılığı ile dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarla buluşturmuş oldu. Fuarlara aylar öncesinden hazırlanan hazır giyim, tekstil ve halı sektörleri "Made in Turkey" etiketini dünya arenasına taşıyarak, ziyaretçilerden tam not aldı.







# HAZIR GIYIMCILER PARIS'TE BULUSHTU

**Dünyadaki** en büyük hazır giyim fuarı olma iddiasını taşıyan “Who’s Next Prêt à Porter” 19-22 Ocak tarihleri arasında gerçekleşti. Dünyaca ünlü markalar bu dönem de Avrupa’nın önde gelen hazır giyim ve aksesuar fuarlarından biri olan “Who’s Next Prêt à Porter Paris”te buluştu. 1960’lı yıllardan bu yana düzenlenen Prêt à Porter Fuarı ile son yılların en hızlı gelişen ve tasarım ağırlıklı “Who’s Next Fuarı”nın birleşmesi sonucunda üçüncü kez düzenlenen fuara dünyanın dört bir yanından yoğun ilgi vardı.

İHKİB’in ise 24 firma ile milli katılım gösterdiği fuar, düzenlenen defile organizasyonları ile modacıların kreasyonlarını görsel bir biçimde ziyaretçilerin beğenmesine sunarak, fuar anlayışı ile hazır giyim sektörüne önemli katkılar sağladı. Özellikle tasarım ağırlıklı çalışan ve kendi markasıyla üretim yapan firmaların yer aldığı fuarda bay, bayan, aksesuar ve deri ürünleri farklı bölümlerde sergilendi. Firmaların aksesuar, ayakkabı, kadın ve erkek giyim gibi farklı ürünlerle katıldığı fuarı, yaklaşık 60 bin kişi ziyaret etti.



DÜNYANIN EN BÜYÜK HAZIR GIYİM  
FUARLARINDAN BİRİ OLAN “WHO’S NEXT  
PRÊT À PORTER PARIS” 19- 22 OCAK TARİHLERİ  
ARASINDA KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇTI.  
İHKİB’İN 24 İHRACATÇI FİRMA İLE KATILDIĞI FUAR,  
MODASEVERLERİN BULUŞMA NOKTASI OLDU.



Özellikle tasarım ağırlıklı çalışan ve kendi markasıyla üretim yapan firmaların yer aldığı fuarda bay, bayan, aksesuar ve deri ürünleri farklı bölümlerde sergilendi.

### Türk firmalarına ziyaretçilerden tam not

Paris’te yapılan ve 51 ayrı ülkeden katılımın gerçekleştiği Who’s Next Prêt à Porter Paris fuarına Türk firmalarının da ilgisi her geçen gün yoğunlaşıyor. Yurt dışındaki en önemli konfeksiyon fuarlarına milli katılım düzenleyen İHKİB, bu dönem 24 ihracatçı firma ile katıldığı fuarda ziyaretçilerden tam not aldı. Fuara ihracatçı firmalar ile birlikte İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Özüren de katıldı. Bu dönem milli katılım içerisinde yer alan





DÜNYADAKİ EN BÜYÜK HAZIR GİYİM FUARI OLMA İDDİASINI TAŞIYAN WHO'S NEXT PRET-A-PORTER'İN GENEL ANLAMDA GEÇEN SEZONA GÖRE DAHA PROFESYONEL BİR HAVADA GEÇTİĞİ GÖZLEMLENDİ. YAPILAN DEFİLELER İŞE KATILIMCILARIN BEĞENİSİNİ TOPLADI.



## İHKİB bünyesinde fuara katılan firmalar

ALPCAN TEKSTİL  
ARK TEKSTİL  
ASFLAŞ DERİ  
ATELYE TEKSTİL  
AYIŞIĞI TEKSTİL  
DERLÜKS DERİ  
ERONİ GİYİM  
ESVAP KONFEKSİYON  
GROUP EKSA  
HAZAL TEKSTİL  
İKİSTAR TEKSTİL  
MAKSİMA AKSESUAR  
MODERNTEKS HAZIR GİYİM VE  
İMALAT VE TİC. A.Ş  
ONTEKS  
ÖZLEM SÜER  
SASON MODA  
SALICI TEKSTİL  
SEÇİL ETEK GİYİM  
SİNERJİ TEKSTİL  
TUNA DERİ  
ÜMİT ÜNAL  
VAKKO  
ÇİĞDEM AKIN  
A46

katılımcılardan Ece Salıcı, Niyazi Erdoğan ve Happy Look'un koleksiyonları da fuar karma defilesinde yer alarak ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Vakko eşarp ve çantalarıyla bu dönem Who's Next Accessories bölümünde İHKİB organizasyonu altında yer alırken, Fame bölümünde Ümit Ünal, Mehtap Elaidi ve Ece Salıcı; Mr. Brown bölümünde ise Niyazi Erdoğan ve Emiliano Zapata; Private bölümünde ise Özlem Süer, 2Wins gibi önemli markalar son koleksiyonlarını alıcıların beğenisine sundu. Türk katılımcıların stantlarına da ziyaretçilerin ilgisi oldukça yoğundu. Türk katılımcı firmalar, "Who's Next Prêt à Porter Paris" fuarı ile birlikte, ürünlerini uluslararası butik alıcılara etkin bir şekilde sunma, güçlü dağıtım ağlarının temsilcileri ile tanışma ve sağlıklı bağlantılar kurma fırsatını yakaladı. Katılımcılar ayrıca, önemli firmaların yöneticileri ve satın alıcıları ile doğrudan temasa geçerek, pazarı yerinde görmek yoluyla etkili satış stratejileri belirlemiş oldu.

## Farklı segmentler bir arada

Gerek katılımcılar için, gerekse de ziyaretçiler önemli bir sinerji yaratan fuarda, erkek giyim ürünlerinin tanıtıldığı Mr. Brown ve Private bölümü, hall 3'ü paylaştı. Private bölümünün de üç ayrı yerde sergilenmesi, katılımcıları ve ziyaretçileri farklı kültürleri birleştiren ve yeni pazarların oluştuğunun habercisini veren dinamik, güncel ve ticari koleksiyon hazırlayan ticari firmaları Avrupa'nın demografik yapısına uygun şık, klasik, çağdaş bayan giyim ürünleri dizayn eden tasarımcılarla buluşturdu. Mr. Brown ve Premiere Classe (aksesuar) bölümleri bu sezonda da kaliteli ürünleri ile göz doldurdu.

## Katılımcı sayısı her yıl artıyor

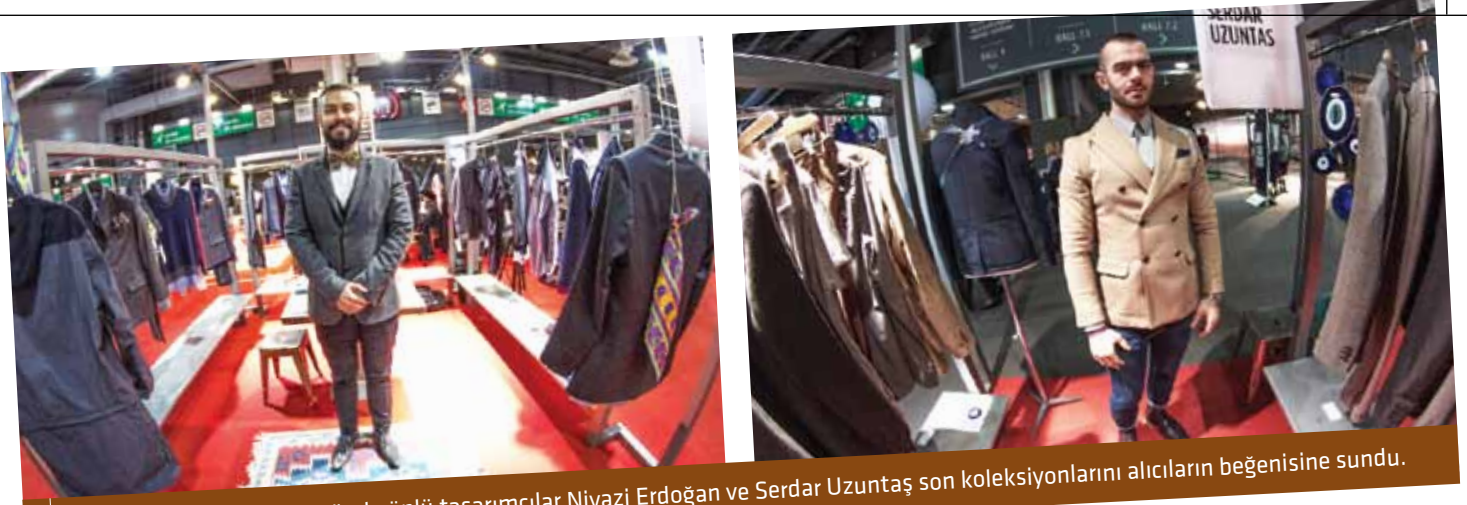
Dört gün boyunca 57 bin 8 yüz 38 kişinin ilgi gösterdiği fuar ziyaretçilerinin yüzde 63'ü Fransa'dan gelirken, yüzde 37'si dış ülkelerden geldi. Fuara katılan ziyaretçilerin



İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Özüren Who's Next Paris Fuarı'nda Türk firmaların stantlarını gezerek fuarın nabzını tuttu.



ÖZELLİKLE TASARIM AĞIRLIKLIL ÇALIŞAN VE KENDİ MARKASIYLA ÜRETİM YAPAN FİRMALARIN; AKSESUAR, AYAKKABI, KADIN VE ERKEK GİYİM GİBİ FARKLI ÜRÜNLERLE KATILDIĞI FUARI, YAKLAŞIK 60 BİN KİŞİ ZİYARET ETTİ.



Fuarın Mr. Brown bölümünde ünlü tasarımcılar Niyazi Erdoğan ve Serdar Uzuntaş son koleksiyonlarını alıcıların beğenisine sundu.

20 bin 800 44'ünü Fransızlar oluştururken, Türkiye 1.166 ziyaretçi ile fuara katılım gerçekleştirdi. Asyalı katılımcıların sayısında, geçen seneye oranla büyük bir artışın gözlemlendiği fuarda, Japonya 1.898 ziyaretçi ile, Çin 516 ziyaretçi ile Güney Kore ise 348 ziyaretçi ile yükselişe geçti. Amerika kıtasından katılan ziyaretçi sayısı 988 kişi oldu. Ortadoğu'dan katılım geçen seneye oranla çok ufak bir artış gösterirken, İsrail 166 ziyaretçiyle en çok katılıma sahip Ortadoğu ülkesi oldu. Afrika kıtasından toplam 604 ziyaretçinin katılım gösterdiği fuara, Okyanusya Bölgesi'nden ise 150'si Avustralya'dan olmak üzere toplam 168 ziyaretçi katıldı. Bu dönemde 57 binin üzerinde ziyaretçinin gezdiği fuar, Paris'teki soğuk hava şartlarına rağmen, genel olarak bakıldığında uluslararası ziyaretçi oranında çok büyük bir düşüş yaşanmadı.

## İhracatla birlikte fuarlara katılım da artıyor

Who's Next Prêt à Porter Paris Fuarı öncesinde hazır giyim sektörü ile ilgili değerlendirme yapan İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, artan ihracata paralel fuarlara katılımın da arttığını söyledi. Türkiye'nin fason ağırlıklı çalışan firmalarının artık koleksiyon yapar hale geldiğini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Uluslararası bir buluşma noktası olan fuarlar firmalar için daha önemli hale geldi. Eskiden buralara kabul edilmezdik. Şimdi ise bu tür etkinliklerde listenin başında yer alıyoruz" diye konuştu. Tanrıverdi, "Uluslararası alanda düzenlenen birçok fuara katılan hazır giyim firmaları, Who's Next Pret-a Porter Fuarı'nda da yerini alarak, sektördeki gücünü bir kez daha



## TÜRK KATILIMCI FİRMALAR, "WHO'S NEXT PRÊT À PORTER PARIS" FUARI İLE ÜRÜNLERİNİ ULUSLAR ARASI BUTİK ALICILARA ETKİN BİR ŞEKİLDE SUNMA, GÜÇLÜ DAĞITIM AĞLARININ TEMSİLCİLERİ İLE TANIŞMA VE SAĞLIKLI BAĞLANTILAR KURMA FIRSATI YAKALADI.

gözler önüne serdi. Bu fuar hazır giyim firmalarımızın dünyadaki güçlü alıcılarla temas kurdukları bir platform. Bu anlamda fuarın bu döneminde de milli katılımı fuara katılan firma ve tasarımcılar önemli iş bağlantıları kurdu" dedi.

İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı Volkan Atik ise Türk firmalarına fuarlarda olan talep artışının birçok nedeni olduğunu söyledi. Atik, "Türk firmaları artık üretim, tasarım açısından birçok ülkeyi geride bıraktı. Bizler artık en önemli yerlerde, büyük metrekarelerle fuarlarda yer alabiliyoruz" diye konuştu.

### "Katılımcılar profesyonel bir kimliğe bürünüyor"

Dünyanın en etkili hazır giyim fuarlarından biri olan 'Who's Next Paris' Fuarı'na katılan Türk firmalarının sayısının her geçen yıl arttığını söyleyen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Özüren, "Fuar, kötü hava şartlarından dolayı Avrupalı katılımcılar açısından zayıftı Ancak Avrupa dışından gelen alıcılar, Kuzey Afrika, Ortadoğu, Amerika gibi ülkelerden ciddi katılım vardı" dedi. Fuarın geçen yıllara göre sakin geçtiğini belirten Özüren,

katılımcıların daha profesyonel bir kimliğe büründüğünü vurguladı. Fuarda tek tek Türk firmaların standlarını gezdiğini söyleyen Özüren, "Bu yıl katılan Türk firmaları seneye tekrar katılacaklarını beyan ettiler. Firmalar fuarlara hazırlanarak katıldıkları takdirde başarılı sonuçlar alabilirler" dedi. Fuarla ilgili ön hazırlığı iyi yapan firmaların olumlu geri dönüşler aldığını söyleyen Ümit Özüren, Avrupa'nın genel ekonomik durumunun da göz önünde bulundurulması gerektiğini ve genel anlamda fuarın katılımcılar açısından verimli geçtiğini vurguladı.

### Markalaşma adına büyük bir adım

RIFAT ELHADEF

Vakko Holding Yöneticisi



Vakko olarak ilk defa katıldığımız Who's Next fuarı bizim için çok verimli bir etkinlik oldu. Butik Vakko konseptinin 30 metrekarelik bir versiyonu ile katıldığımız fuarda koleksiyonlarımız beklentimizin üzerinde ilgi gördü. Bu nedenle kendi adımıza ilk katılım için oldukça verimli geçtiğini söyleyebiliriz. Dünyanın en etkili hazır giyim fuarlarından Who's Next Pret a Porter hiç şüphesiz Türk hazır giyimi için çok önemli bir yere sahip. Yıllarca Türk markaların ziyaretçi olarak bile girmekte zorlandığı bu fuarda Türkler artık oldukça gözde. Diğer pazarlarla kıyaslandığında markalaşmak adına yatırım yapan Türk markaları Avrupa'yı asla göz ardı edemez. Bu nedenle Who's Next Fuarı, markalaşma yolunda ilerleyen Türk hazır giyim sektörü için öncelikli ve önemli fuarlar arasında yer alıyor.



İLKER LALİK / On Tekstil Makina  
Genel Koordinatörü

### Sektör oyuncularını için başarılı bir platform

Firma olarak, son sekiz yıldır Who's Next Paris Fuarı'na katılıyoruz. Fuar, genel anlamda iyi geçmekle birlikte, alanın büyümesi ile katılım ve ziyaretçi sayısının yüksek oluşu, yanında dezavantajı da getirdi. Bu da stanttaki yoğunluktan her müşteriniz ile yeterli kadar ilgilenememe durumunu ortaya çıkardı. Onteks olarak, fuarda ana üretim konumuz olan, atkı, bere ve eldiven ürünlerimiz ön plandaydı. Bu fuarın, dünyanın her tarafından ziyaretçilerin gelişi, uluslararası anlamda iş yapan veya yapmayı düşünen sektör içindeki oyuncuların mutlaka yer alması gereken başarılı bir organizasyon olduğunu düşünüyorum.



HANDE-DUYGU GÜLŞEN  
İkistar Şirket Ortakları

### Ülkeler tarzını sergiliyor

Who's Next Fuarı'nda bu sezon itibariyle üçüncü senemizi tamamladık. Süregelen deneyimlerimizle artık müşterilerimizin taleplerini daha iyi biliyoruz. Beklentilerimizi müşteri memnuniyeti üzerine kuruyoruz. Her geçen sezon ürün yelpazemizi ve kalitemizi yükselterek satış beklentilerimizi arttırıyoruz. Oluşan müşteri kitlemizin ihtiyaçlarına yönelik ürünler tasarlamaya dikkat ediyoruz. Bu yüzden bu sezon da önceki sezonlara nazaran daha başarılı olduğumuzu görmüş olduk. Who's Next Fuarı, trendlerin belirlendiği ve birçok ülkenin kendi tarzını sergilediği bir fuar. Türkiye'nin de bu trendleri belirleyici bir unsur olarak katılımcı olması çok gurur verici.



Giyim sanattır. Kalem ile yazılır.



ŞİFON ve SATEN  
kumaşların adresi



# ERKEK GIYİMİNDE “PITTI” MODASI



**ERKEK GİYİMİNDE ADINDAN SÖZ  
ETTİREN VE KENDİNİ DÜNYAYA  
KANITLAMIS BİR FUAR OLAN  
“PITTI IMMAGINE UOMO”  
FUARI 8-11 OCAK TARİHLERİ  
ARASINDA MODASEVERLERİ  
İTALYA’NIN FLORANSA ŞEHRİNDE  
BULUŞTURDU. 83. KEZ  
KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE  
AÇAN FUARA TÜRKİYE’DEN İSE 5  
MARKA VE 6 TASARIMCI KATILDI.**

**Erkek** giyimde kendini dünyaya kanıtlamış bir fuar olan Pitti Immagine Uomo, Türkiye’nin önde gelen hazır giyim firmalarının katılımı ile 8-11 Ocak tarihlerinde gerçekleşti. Erkek hazır giyiminin referans noktası olarak kabul edilen fuar, 83’üncü kez İtalya’nın Floransa şehrinde düzenlendi. Uzun yıllardan beri Türk firmalarının kadrından biri olan “Pitti Immagine Uomo” bu dönem de erkek giyiminde öncü firmaların kreatif koleksiyonlarıyla renkli görüntülere sahne oldu.

İtalya’nın Floransa şehrinde düzenlenen fuara girmek istedikleri halde kendine yer bulamayan Türk hazır giyim firmaları ise İHKİB’in yoğun çalışmaları sonrasında artık bu fuarda ürünlerini sergilemeye başladı. Bu yıl 25 ülkenin katılım yaptığı, İtalya’nın ve moda dünyasının en önemli fuarlarından olan “Pitti Immagine Uomo”, Türkiye’den 5 markaya ve 6 tasarımcıya ev sahipliği yaptı. 2013-2014 Sonbahar Kış koleksiyonunu dünyaca ünlü moda otoritelerine, kaliteli işçiliği ve tasarımıyla sunan Türk markaları, fuara damgasını vurdu.

Erkek giyiminde kendini dünyaya kanıtlamış bir fuar olan Pitti Immagine Uomo’nun bu dönemde de önümüzdeki sezona dair ipuçları verildi.

Dünyanın dört bir yanından firmaların yer aldığı Pitti Immagine Uomo Fuarı’na Türkiye’den Hatem Saykı, Avva, Kigili, Ramsey gibi markaların yanı sıra Hatice Gökçe, Deniz Kaprol, Niyazi Erdoğan, Emre Erdemoğlu ve Zeynep Erdoğan gibi tasarımcılar katıldı. Pitti Immagine Uomo Fuarı ile Türk markalarının kaliteli işçiliği, tasarımı, hızı,

fiyat aralıkları, anlaşılabilir olmaları dünya tarafından bir kez daha onaylanmış oldu. Erkek modası için önemli bir haberci haline gelen Pitti Immagine Uomo’nun katılımcı firmalarının yüzde 14’ünü Türkiye’den katılan firmalar oluşturdu.

## **Türkiye “Focus ülke” olmaya aday**

Geçmiş yıllarda yurt dışı fuarlara zor girebilen Türk firmaları, artık bu fuarlarda kuralları belirleyen konuma yükseldi. Üretimden uzaklaşıp, yeni marka yaratamayan Avrupalı’ya karşı Türkler tercih edilmeye başlandı. Hatemoğlu Yönetim Kurulu Başkanı- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Efsane Turan da Pitti Immagine Uomo Fuarı’nın başka bir alternatifi olmadığı için, bu etkinliğin Türkiye için çok önemli olduğunu söyledi. Geçen yıla kıyasla fuarın daha kalabalık olduğunu belirten Turan, “İHKİB’in İtalya’ya giderek birebir yaptığı görüşmeler, ve sonrasında onların buraya gerçekleştirdiği ziyaret Pitti Uomo bu kapıların Türk firmalarına aralanmasını sağladı” dedi.

İHKİB olarak gelecek yılında Türkiye’nin focus ülke olması için çalışmalar yürüttüklerini belirten Turan, erkek giyiminin kalbi diye adlandırabileceğimiz Pitti Immagine Uomo Fuarı, bu dönemde ciddi bir kalabalığa tanıklık etti. Biz de orada bulunarak Türk firmalarının kalitesinin fark edilmesini sağladık” dedi. Türkiye’nin üretim kalitesinin çok yüksek olduğunu ve Avrupa’ya göre daha makul fiyatların söz konusu olduğunu vurgulayan Turan, Pitti Immagine Fuarı’na, ne kadar çok Türk firması katılırsa, bilinirliğin o paralele artacağını belirtti. Fuara Hatem

Saykı koleksiyonu ile katıldıklarını söyleyen Turan, koleksiyonlarının fuarda son derece dikkat çektiğini, ziyaretçilerin beğenisini topladığını söyledi.

Fuarda, Türk firmalarının hazır koleksiyonunun ve perakende mağazalarının



UZUN YILLARDAN BERİ TÜRK FİRMALARININ KADRAJINDA YER ALAN VE DÜNYANIN EN PRESTİJİ FUARLARINDAN BİRİ OLAN “PİTTİ IMMAGINE UOMO”, ERKEK GİYİMİNDE ÖNCÜ FİRMALARIN KREATİF KOLEKSİYONLARIYLA RENKLİ GÖRÜNTÜLERE SAHNE OLDU.



olmasının tercih edilme nedenleri olduğunu vurgulayan Turan, Pitti Immagine Uomo Fuarı'nı erkek giyim kalbi olarak nitelendirdi.

### Fuar erkek modasının nabzını tuttu

Fuara katılımın çok yoğun olduğuna dikkat çeken Kigili Ceo'su Hilal Suerdem, sektörden birçok kişi ile tanışma fırsatı bulduklarını ve tekstile olan ilginin kendisini şaşırttığını dile getirdi.

Pitti Immagine Fuarı'nın sektörün nabzını tuttuğunu vurgulayan Suerdem, hangi ülkenin tasarımlarında nelere önem verdiğini, ülkeler genelinde en çok kullanılan renk ve tasarım modellerini incelediklerini söyledi. Suerdem, fuara gelen ziyaretçilerin Türk tekstil ürünleri ve kaliteli işçiliği hakkında genel bir bilgiye sahip olduklarını, dikkatli bir şekilde inceledikleri ürünlere tam not verdiklerini söyledi. Hilal Suerdem, "Artık Türk tekstil ve hazır giyimciler Avrupa pazarının önemli oyuncusu haline geldi. Fuarda başta markamız olmak üzere Türk markalarının kaliteli işçiliğini gösterebilmek temel hedeflerimiz arasındaydı. Fuar katılımcılarından aldığımız olumlu tepkiler bizi hem mutlu etti, hem de heyecanlandırdı. Dünya markalarının arasında bu kadar fark edilebilir olmak, açıkçası bizi çok gururlandırdı" diye konuştu.



**VOLKAN ATİK**  
İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı

*Önceki dönemlerde Türk firmalarına kapalı olan Pitti, hazır giyim firmalarının son dönemde yaptıkları çalışmalarla kapılarını Türkiye'ye açtı.*

Yabancı alıcıların geçen yıla kıyasla, yaklaşık yüzde 5 oranında artış gösterdiği fuar, firmaların da beklentilerini karşıladı. Geçtiğimiz yıl ocak ayına kıyasla, bu yıl yabancı alıcının arttığı belirtilen Pitti Immagine Uomo Fuarı'nda, AB üyeliği olmayan Türkiye, Japonya, Çin, Amerika, Güney Kore gibi ülkelerin çok iyi performans sergiledikleri



Türkiye'den 5 marka ve 6 tasarımcının yer aldığı fuara, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Efsane Turan ve Volkan Atik ile MTD Başkanı Mehtap Elaidi de katıldı.



## GEÇEN YILIN OCAK AYINA KIYASLA, YABANCI ALICININ ARTTIĞI PITTİ UOMO FUARI'NDA, AB ÜYELİĞİ OLMAYAN, ARALARINDA TÜRKİYE'NİN DE BULUNDUĞU JAPONYA, ÇİN, AMERİKA, GÜNEY KORE GİBİ ÜLKELER SERGİLEDİKLERİ ÜRÜNLERLE FUARIN GÖZDESİ OLDU.

gözlendi. AB üyesi olmayan ülkelerin fuar katılım oranlarının yüzde 5 artış göstermesinin kendileri için itici bir güç olarak nitelendiren Pitti Immagine Uomo Fuarı Yetkili Ceo'su Raffaello Napaolon, fuar katılımcılarına, sundukları yüksek kalite koleksiyonları için de teşekkür etti.

Moda ve tekstile dair dünyaca ünlü pek çok firma ve markanın alıcılarıyla buluştuğu İtalya'nın en önemli fuarı olan Pitti'nin Immagine Uomo (erkek) dışında düzenlediği yedi farklı fuar bulunuyor. Pitti Immagine Women (kadın) aynı tarihlerde yılda iki kere

düzenleniyor. Daha sonra ise sırasıyla; Pitti Immagine Bimbo (çocuk), Pitti Immagine Filati (dokuma), Super, ModaPrima, Fragranze (parfüm) ve taste (yemek) fuarları mevcut.

### “Erkek giyiminde en kuvvetli fuar”

Pitti Uomo Fuarı'nın erkek giyiminde en kuvvetli fuar olduğunu belirten İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı Volkan Atik, fuarın tasarım ve ziyaretçi açısından çok zengin olduğunu söyleyerek sektör için önemine

dikkat çekti. Fuarın uzun yıllardan beri belli bir konseptte devam ettiğine vurgu yapan Atik, fuarın genel anlamda güzel geçtiğini belirtirken, firmaların ve tasarımcıların fuardan mutlu ayrıldıklarının altını çizdi. Önceki dönemlerde Pitti'nin kapılarının Türk firmalarına kapalı olduğunu vurgulayan Atik, yaptıkları çalışmalarla bu durumu yumuşatarak, sonraki dönemlerde Türkiye'nin focus ülke olması için çaba sarf ettiklerini söyledi. Volkan Atik, Türkiye'nin focus ülke olması halinde, ülkenin tanıtımı açısından önemli bir fırsat olduğunu da ekledi.

### Rekabetin doğru adresi

DENİZ KAPROL

Moda Tasarımcısı



Bu etkinlik Türk hazır giyim sektörünün kendini tanıtmaya ve global platformda rekabet edebilmesi için en doğru adreslerden biri. Tasarımcı markaların ağırlıklı olması, Türk hazır giyiminin tasarım odaklı yönünü ön plana çıkarması açısından oldukça önemli. Türk tasarımcılar olarak, global bir fuarda yer aldık ve ülkemizi en iyi şekilde temsil ettiğimizi düşünüyorum. Diğer katılımcıların da bize olan ilgisi oldukça yüksekti. Biz marka olarak özel davetli olarak gittiğimiz için, yüksek oranda bir ticari beklentimiz yoktu. Daha çok markamızın global anlamda tanıtılması bizim için önemliydi. Gerek kurulan kontaklar ve gerekse yabancı basının ilgisi açısından beklentilerimizi karşıladığını söyleyebilirim. Fuara katılım oranı fazlaydı. Yeni yapılanmaya başlayan bir fuar olduğu için, ilerleyen sezonlarda katılım oranının, tanıtıma paralel olarak yükseleceğini düşünüyorum.



NİYAZI ERDOĞAN

Moda Tasarımcısı

### Eşsiz bir etkinlik

Pitti Immagine Uomo Fuarı'na ikinci kez katılıyorum. Kadın giyiminde bile böylesine kendine özgü bir fuar yok. Bu anlamda katılımcılar, erkek markalarını öne çıkarmak için büyük fırsat yakaladı. Pitti Immagine Uomo Fuarı'nı dünyaya açılan bir pencere olarak nitelendiriyorum. Daha birkaç yıl öncesine kadar fuara katılım oldukça zordu. Fuar yönetimi tarafından seçilen firmalar, markalar ve tasarımcılar burada yer aldı. 5 Türk tasarımcı olarak fuarda yer aldık. Bu fuara İstanbul Fashion Week'teki (IFW) performanslar gözetilerek seçim yapıldı. Pitti Immagine Uomo Fuarı Türk tekstil sektörü için firmaların markalaşmasında önemli bir role sahip.



HATİCE GÖKÇE

Moda Tasarımcısı

### Erkek giyimde tek fuar

Fuar dört gün boyunca aynı yoğunlukta ziyaretçi akınına uğradı. Pek çok kez ziyaretçi olarak gittiğim fuarda, bu yıl katılımcı olarak yer almak son derece heyecan vericiydi. Pitti Uomo'nun erkek giyim fuarı açısından tek fuar olduğunu söylemeliyim. Erkek giyim yapan firmaların ister ziyaretçi olarak ister katılımcı olarak yer alması gerektiğine inanıyorum. Bildiğim bütün fuarların içinde bu kadar güçlü stil baskısı yapan başka bir fuar olmadığını düşünüyorum. Pitti Immagine Uomo Fuarı sektör için çok faydalı bir platform. Geleneğe bu kadar bağlı ama yeniliği bu kadar güçlü bir biçimde özümseyen erkek giyiminin emin adımlarla ilerlediğini görüyorum.



# GÜNEY AMERİKA'NIN ANAHTARI: COLOMBIATEX

**BU YIL 25'İNCİSİ DÜZENENLENEN COLOMBIATEX'E ÜÇÜNCÜ DEFA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, TÜRKİYE'DE İSİM YAPMIŞ 12 TEKSTİL FİRMASINI, MODA FUARLARINI ARATMAYAN BİR HAVADA GÜNEY AMERİKALI ALICILARLA BULUŞTURDU.**

**Latin** Amerika pazarına açılan en önemli fuarlardan biri olan "Colombiatex De Las Americas Tekstil Ürünleri Fuarı" 25'inci yılında dünyanın dört bir yanından gelen firmaların katılımı ile yoğun bir hareketliliğe sahne oldu. Bu yıl 22-24 Ocak tarihleri arasında düzenlenen Colombitex, Latin Amerika'nın önde gelen tekstil fuarı olarak, hazır giyim üreticilerinin başlıca tedarik

noktası olduğunu bir kez daha kanıtladı. Ev tekstili ve konfeksiyona yönelik her türlü kumaş, elyaf ve iplik, konfeksiyon yan sanayi ürünleri, tekstil makinaları ve kimyasallarının sergilendiği etkinlik, entegre üreticilerin de katılımıyla birlikte sunduğu ürün ve hizmetler açısından bütünlük içeren bir tedarik fuarı konumunda. Bulunduğu pazarda rakipsiz bir etkinlik olarak kendini konumlandıran Colombiatex'in bu yılına da dünyanın değişik yerlerinden kumaş ihracatçıları, iplik ve elyaf üreticileri katıldı. Fuarın gerek katılımcı, gerek ziyaretçi gruplarını Kolombiya, Brezilya ve Arjantin başta olmak üzere komşu ülkeler ile Meksika'dan gelen firmalar oluşturuyor. Diğer taraftan daha kısıtlı bir oranda Almanya, İtalya ve Fransa'dan önemli tekstil üreticileri katılımcılar arasında göze çarpıyor.

Özellikle etkinliğe çevre ülkelerden katılan büyük üreticilerin fuarda 18 yıla varan süreklilikleri sebebiyle fuarın Latin Amerika pazarındaki güçlü konumu ve tutarlılığı dikkat çekiyor.

## **Colombiatex ilgi ile takip ediliyor**

Güney Amerika pazarına girmek ya da bu pazardan daha fazla pay almak isteyen tekstil ihracatçıları için Colombiatex'e üçüncü defa milli katılım gerçekleştiren İTHİB, fuarın 2011 yılına 10, 2012 dönemine 12 firma ile katılırken bu yıl bu sayı 13 oldu. İTHİB milli katılımı iki ayrı ana bölgede; Beyaz Salon ve Yeşil Salon'da gerçekleşti. Bunlardan Yeşil Salon, fuarın yeni inşa edilerek ilk kez bu dönem kullanılan bölümü oldu. Yeni açılan bir salon olmasına rağmen ilk dönem-



FUARDA ÜÇ GÜN BOYUNCA , 93.6 MİLYON DOLARLIK İŞ BAĞLANTISI GERÇEKLEŞTİ VE BU İŞ HACMİNİ OLUŞTURAN İLK BEŞ ÜLKE; ABD, MEKSİKA, VENEZÜELLA, EKVATOR VE PORTO RİKO OLARAK SIRALANDI.



de tamamen dolmuş olması fuara katılım konusundaki ilginin önemli bir göstergesi. İTHİB bünyesinde fuara katılan 13 tekstil firması Yeşil ve Beyaz Salon'da kurulan 219 metrekarelik alanda ürünlerini alıcıların beğenisine sundu.

Colombiatex Fuarı'nın hareketli bir fuar olduğunu belirten İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, Kolombiya'nın Güney Amerika'ya açılan bir kapı olduğu için çok önemli bir pazar olduğuna dikkat çekti. Bu pazarda trende uyan ve yeni tasarımlar yapan firmaların başarılı olacağını belirten Pala, "Firmalarımızın Ar-Ge'ye önem vererek, bünyelerinde tasarımcı barındırmaları gerekiyor. Özellikle bu pazarda firmalarımızın ihtiyaç duyduğu şey olabildiğince trend ve yeniliğe açık olmak. Biz İTHİB, olarak bu fuara inanıyoruz ve her geçen yıl firmalarımızın bu fuara ilgisinin artacağını ümit ediyoruz" dedi.

## Fuar, tüm dünyadan ilgi görüyor

Latin Amerika pazarında yer almak isteyen firmalara giriş için elverişli fırsatlar sunan Colombiatex Fuarı'nı bu yıl Almanya, Suudi Arabistan, Avusturya, Belçika, Brezilya,

Kanada, Şili, Güney Kore, İspanya, Finlandiya, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri, Hollanda'nın aralarında bulunduğu 27 ülkeden gelen bin 699 alıcı ziyaret etti. Geçtiğimiz yıla göre ziyaretçi sayısında artış yaşayan fuar, üç gün boyunca 16 bin 829 kişiyi ağırladı.

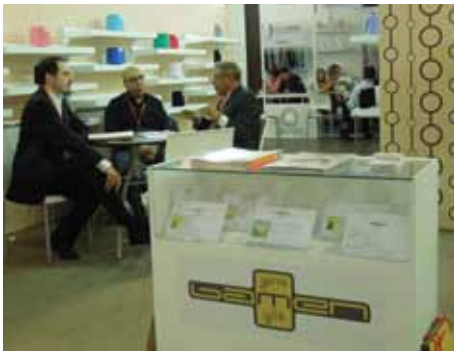
Çok sayıda renkli etkinliğe sahne olan Colombiatex, düzenlenen defileler, ikili iş görüşmeleri, konferans ve trend alanlarıyla da göz doldurdu. Ticari iş bağlantılarının kurulmasına imkan veren fuar, aynı zamanda katılımcılarının firma imajı açısından da boy gösterdiği bir alan oldu. Kurduğu konseptle moda fuarlarını aratmayan Colombiatex, bu yönüyle de katılımcı ve ziyaretçileri moda fuarlarına benzer bir atmosferde buluşturmuş oldu.

## 93.6 milyon dolarlık iş bağlantısı

Fuar organizatörü Inexmoda, devlet fonlarıyla oluşturulmuş kar amacı gütmeyen 30 kişilik çalışanıyla Ocak ayında Colombiatex fuarı ile Temmuz ayında Colombiamoda hazır giyim ve moda fuarını gerçekleştiriyor. Fuarın alım heyetleri organizasyonunu üstlenen Kolombiya'nın İGEME'si konumundaki



GEÇTİĞİMİZ YILA GÖRE ZİYARETÇİ SAYISINDA ARTIŞ YAŞAYAN FUAR, ÜÇ GÜN BOYUNCA 16 BİN 829 KİŞİ AĞIRLADI. RENKLİ ETKİNLİKLERE SAHNE OLAN COLOMBIATEX, DÜZENLENEN DEFİLELER, İKİLİ İŞ GÖRÜŞMELERİ, KONFERANS VE TREND ALANLARIYLA DA GÖZ DOLDURDU.



Proexport'un raporuna göre fuar boyunca, 93.6 milyon dolarlık iş bağlantısı gerçekleşti ve bu iş hacmini oluşturan ilk beş ülke ise ABD, Meksika, Venezuela, Ekvator ve Porto Riko olarak sıralandı.

### 47 milyonluk dev nüfus

Kolombiya, Orta ve Güney Amerika arasında bir bağlantı noktası olması dolayısıyla stratejik bir konuma sahip. Kolombiya, yaklaşık 47 milyon nüfusu ile dünyada en fazla nüfusa sahip 24. ülke konumunda. Artan siyasi ve ekonomik istikrar ile güvenlik koşullarındaki iyileşme, Kolombiya'yı yabancı yatırımcılar için tercih edilen bir ülke haline getirmiş. GSYİH'nin yüzde 11,3'ünü oluşturan ve işgücünün yüzde 13,5'ine istihdam sağlayan imalat sanayi, Medellin, Bogota, Cali ve Barranquilla kentlerinin çevresinde yoğunlaşmış. Başlıca sanayi dalları tekstil (yerel pamuk ve yün içerikli), hazır giyim ve ayakkabı, gıda işleme, tütün, demir ve çelik (bir kısmı yerel içerikli), madencilik ürünleri, otomobil montajı, kimyasallar, petrol işleme ve petrokimya olarak sıralanıyor. Ülkenin perakende sektörünün, artan iç talep ve satın alma gücüne paralel olarak ekonomik büyümeye de katkısı giderek artıyor. Havaalanlarının yenilenmesi ve yeni havaalanı inşaatı ile ilgili projelerin yanı sıra; turizm altyapısının iyileştirilmesine yönelik gündemde olan projeler de büyümeyi destekleyen gelişmeler arasında yer alıyor.

**Pazardaki potansiyeli yakalamaya çalışıyoruz**  
**SERDAR BEHLÜL GÜRKULE**  
Bamen İplik Bölge Satış Yöneticisi



Kolombiya'nın Medellin şehrinde 22-24 Ocak tarihlerinde gerçekleşen Colombiatex fuarına firma olarak bu sene ikinci defa katıldık. Fuar ziyaretçileri ve potansiyel müşterilere ulaşılması açısından son derece tatmin edici geçti. Katılımın son derece yoğun olduğu fuarda birçok firma ile görüşme ve fikir alışverişinde bulunma fırsatı yakaladık. Güney Amerika pazarı, nüfus ve ekonomik gelişim itibarı ile çok yüksek potansiyele sahip bir pazar. Biz de firma olarak iletişimi ve mobilitenin hızla arttığı dünyamızda tekstilde gelişim ve ilerleme yolunun dünya ile kucaklaşmak ve dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmekten geçtiğini düşünüyoruz. Bu yüzden Avrupa, Asya, Afrika ve Amerika'daki önemli fuarlara azami ölçüde katılmaya ve dünyada değişen trendleri takip etmeye gayret gösteriyoruz. Buna ek olarak ihracattaki başlıca pazarımız olan Avrupa pazarında yaşanan ekonomik dalgalanmalar da bizi yeni ve potansiyel pazarlara şimdiden yatırım yapmaya yöneltiyor. Gelişen ekonomik yapısı ve hızla artan nüfusu ile Güney Amerika pazarı gelecek 5 yılda Türkiye ihracatındaki payını hızla arttıracığa benziyor. Bu ve bunun gibi sektörün önünü açan faydalı fuarların gerçekleşmesinde emeği geçen herkese teşekkür ederiz.

### Colombiatex ile hızlı adımlar atacağız

Dülgeroğlu İplik olarak 2013 yılı dış ticaret hedeflerinin temelinde doğru pazarlarda doğru alıcılarla işbirliğine gitmek ve kısa sürede ihracatımıza ivme kazandırmanın yattığını belirten Dülgeroğlu İplik Dış Ticaret Koordinatörü Nil Yılmaz, "Colombiatex fuarının gelecek çeyrekler için belirlediğimiz misyonlarımız ile ilgili bize hızlı adımlar atıracak bir fuar yaşattığını belirtmek isterim. Latin Amerika pazarı ile yaptığımız tüm ticari aktivitelerimizin olumlu sonuçlanabilmesi açısından hükümetimizin Kolombiya hükümeti ile devam ettirdiği serbest ticaret anlaşmaları müzakerelerinin devam ettirilmesi gerekiyor" dedi.





## Kolombiya Türkiye'nin kadrajında

Kolombiya ve Türkiye arasında, coğrafi uzaklığın da etkisiyle oldukça düşük düzeyde bir ticaret ilişkisi bulunuyor. Türkiye'nin Kolombiya ile dış ticareti içerisinde, tekstil ve konfeksiyon ihracatının yüzde 2,2 gibi bir payı bulunuyor. Sektör ihracatının 10 milyon doların üstüne çıktığı Kolombiya'nın, sahip olduğu potansiyeller ele alındığında tekstil ve hazır giyimde Türkiye'nin önemli pazarları arasına girebileceği öngörülüyor.

Resmi dilin İspanyolca olduğu Kolombiya'da, İngilizce de iş çevrelerinde yaygın olarak kullanılıyor. Resmi para biriminin Kolombiya Pesosu olduğu ülkenin yerel saati ise Türkiye'den 7 saat geride.



FATİH ÇAKIRBAY  
Çakırbaylar Tekstil Firma Sahibi

## Fuardan iyi sonuçlar aldık

Colombiatex Fuarı'na firma olarak ilk defa katıldık. Fuardan beklediğimizden daha iyi sonuçlar aldık. Biz çorap fabrikalarına yönelik olarak pamuk polyster iplik üretiyoruz. Biz bu fuarda ürünlerimizi talep eden birkaç firma ile iletişime geçmiş olduk. Onlara yönelik olarak başka numune ürünlerde göndermeye başladık. Yaptığımız bu bağlantılar ile pazarda ilerlemeye çalışacağız. Fuarın net sonucu ileriki dönemlerde açığa çıkmış olacak. Güney Amerika pazarı coğrafi olarak bize uzak olduğu için, mesafeden kaynaklanan bir takım sorunların da olabileceğinin farkındayız. Güney Amerika çok büyük bir pazar olduğu için bu noktayı önemsiyoruz. Fuar da o bölgenin en büyük ticari faaliyeti olması açısından oldukça önemsenen bir durumda.



## İTHİB bünyesinde fuara kimler katıldı ?

Akpamuk İplik  
Başyazıcıoğlu Tekstil  
Berra Tekstil  
Çakırbaylar Tekstil  
Deniz Otomotiv  
Diktaş İplik  
Dülgeroğlu İplik  
Esenteks Tekstil  
Gap Güneydoğu Tekstil  
Kıvanç Tekstil  
Noss Tekstil  
Sespa  
Söktaş Dokuma



## Güney Amerika alternatif pazarımız olacak

AHMET YILMAZ

Sespa Tekstil Müşteri Temsilcisi



Avrupa ülkelerinde yaşanan krizden dolayı son dönemlerde firma olarak alternatif pazarlara yöneldik. Ortadoğu ülkeleri ve Güney Amerika bizim öncelikli yöneleceğimiz pazarlar arasında bulunuyor. Colombiatex fuarına bu yıl ilk defa katıldık. Ancak bizim yaptığımız gözlemlere göre fuara Kolombiya ve Venezuela gibi çevre ülkelerden ziyaretçiler geldi. Brezilya, Arjantin ve Şili gibi ülkelerden ziyaretçiler görmek bizi hayal kırıklığına uğrattı. Ancak biz firma olarak Güney Amerika pazarında yer almaya çalışacağız. Biz ağırlıklı olarak battaniye üretimi yapan bir firmayız, ancak bu fuara iplik ile katıldık.





The London  
Textile Fair

# TEKSTİLCİLER LONDRA FUARINA ISINDI

İTHİB, "LONDRA TEKSTİL VE AKSESUARLARI FUARI" ARACILIĞIYLA DÜNYA İLE ARASINDA KURDUĞU KÖPRÜYE BİR YENİSİNİ EKLEDİ. 23-24 OCAK'TA GERÇEKLEŞEN FUARA İTHİB ORGANİZATÖRLÜĞÜNDE KATILIM GÖSTEREN 23 FİRMA, LONDRA'DAN MEMNUN AYRILDI.

**İstanbul** Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 23-24 Ocak tarihlerinde 8'inci kez düzenlenen "Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı"na (The London Textile Fair) beraberinde 23 Türk tekstil firması ile katıldı. Londra'nın Islington bölgesinde yer alan Business Design Center

Fuar Merkezi'nde bir araya gelen fuar katılımcıları ve ziyaretçiler tekstil ürünlerinin yanı sıra aksesuar ve baskı alanları gibi zengin bir içerikle karşılaştı. Bilinen fuar organizasyonlarından çok daha farklı; ikili görüşmeler mantığında düzenlenen bir fuar olan Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı, tüm Avrupa'dan gelen tekstil üreticileri, tasarımcıları ve distribütörlerini tek çatı altında topladı. Ürünlerin küçük alanlarda sergilendiği, ikili görüşmeler halinde farklı bir fuar konsepti yaratan Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı, bu konsept ile katılımcı firmalara hem maddi açıdan, hem de pek çok firmaya erişme, iletişime geçme konularında oldukça kolaylık sağladı. Fuara İTHİB bünyesinde katılan 23 firmaya İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala öncülük etti. Akben, Akın Tekstil, Almodo,

Ankamoda, Bahariye, Bez Tekstil, Bezsan, Bossa, BTD, EMR, Esenteks, Grup Tekstil, Hamzagil Emprime, Joyteks, Kanal Tül, La-Teks, Linset, Özel Tekstil, Yarangümeli, Yünsa, Zümrüt Tekstil, Portakal Kumaş ve EMS firmaları İTHİB bünyesinde katılan firmalar oldu. İTHİB üyesi firmaların yanı sıra Türkiye'den bireysel olarak da 9 firmanın katılım sağladığı Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı bu yıl, İtalya, İngiltere, İspanya, Fransa, Belçika ve Portekiz gibi Avrupa ülkelerinden olmak üzere, Japonya, Mısır ve Türkiye'nin de aralarında olduğu ülkelerden 220'nin üzerinde katılımcı firma ve 900 den fazla alıcı ve tasarımcı yer aldı.

Ocak ve Temmuz dönemlerinde düzenlenen "The London Textile Fair" Avrupa tekstil pazarı için önemli bir giriş noktası teşkil ediyor.



## İTHİB BÜNYESİNDE FUARA KATILAN FİRMALARIN GÖRÜŞÜ FUARIN ÇOK OLUMLU GEÇTİĞİ YÖNÜNDE OLDU. TAHMİNLERİNDEN DAHA FAZLA SATIŞ YAPAN TÜRK FİRMALAR, İKİLİ GÖRÜŞMELER SAYESİNDE MÜŞTERİLERLE YÜZ YÜZE İLETİŞİME GEÇME FIRSATI YAKALADI.

### Türk firmalarına yoğun ilgi

İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala fuarın ilk gününde etkinliğe milli ve bireysel katılım gösteren Türk firmalarını ziyaret etti. Fuarın nabzını yoklayan Pala, firmalara başarılar diledi. Bunun yanı sıra fuar organizatörü John Kelley, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala'ya, fuara yönelik olarak Türk ihracatçı firmalarının ilgisinden duyduğu memnuniyeti dile getirdi. İTHİB organizatörlüğünde katılım gösteren Türk firmalarının genel görüşü fuarın çok olumlu geçtiği yönünde oldu. Tahminlerinden daha fazla satış yapan Türk firmaları; yeni bağlantılar kurma ve yeni müşterilerle yüz yüze iletişime geçme fırsatı yakaladı. Fuar tekrar İngiltere pazarına giriş yapan, yeni müşteri ve acenteler bulan ve eski müşterileriyle ticaret hacmini artıran firmalar açısından oldukça başarılı geçti. Söz konusu fuarda Türkiye'den 32 firma yer alırken, ürün gruplarının başlıca kategorileri arasında; pamuk, örme kumaş, dantel, keten, polyester, baskı, viskoz ve yün gibi ürünler yer aldı.

### Türk tekstili dünya ile boy ölçüşüyor

İTHİB olarak Londra Tekstil Fuarı'nı çok önemsediklerini belirten Tamer Pala, Türk tekstil sektörünün Londra, New York, Fransa ve Almanya gibi noktalarda temsil edilmesinin önemine inandıklarını belirt-



Fuarda, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Derya Yarangümeli, Fuar Organizatörü John Kelley ile bir araya geldi.

ti. Fuarın bu döneminde geçen Temmuz dönemine oranla katılımcı sayısının oldukça arttığını gözlemlediklerini dile getiren Pala, fuara yönelik bu ilginin kendilerini de motive ettiğini söyledi. Avrupa'da yaşanan genel ekonomik krizden İngiltere pazarının da etkilenmiş durumda olduğunu söyleyen Pala, bu durumun da fiyatlara yansıtıldığını söyledi. Pala, "Alım talebi azaldığı için daha az mal yaparak fiyatlara yüklenme durumu ortaya çıkmış durumda. Söz konusu durum, fuarın bu döneminde yoğun bir şekilde hissedildi. İTHİB olarak bu fuara iki dönemdir milli katılım gerçekleştiriyoruz. Geçen dönemde İTHİB bünyesinde 10 firma katılırken, bu

dönem 23 firma bizim bünyemizde fuara katıldı" dedi. Fuarın önümüzdeki dönemde "Türk Günü" yapmayı planladıklarını söyleyen Pala, "Geniş bir çerçevede gerçekleştirmeyi düşündüğümüz Türk Günü'nün Türkiye'nin tanıtımına da katkı sunmasını amaçlayacağız" diye konuştu. Londra Tekstil Fuarı'nın klasik anlamda bir fuar konumunda olmadığına dikkat çeken Pala, "Ben bunu sosyal ortamda satış olarak adlandırıyorum. Onun için firmaların diğer fuarlardan beledikleri fiziksel konumlanmayı buradan beklememeleri gerekiyor. Fuarın genel konseptine firmaların uyması gerekiyor. Fuarın bu dönemine İtalyan ve Fransız firmaların ilgisinin arttığını gözlemledim. Bu katılımcıların fuarda koleksiyonlarını da çok geliştirdiklerini gördük. İddialı İtalyan firmalarının da fuara ilgisi yoğundu. Biz de orada Türk tekstilinin gücünü temsil eden firmalar olarak dünyanın önemli firmaları ile boy ölçüşüyoruz" dedi.

### 'Baskı Dizayn Alanı' oluşturuldu

Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı'nda aksesuar için oluşturulan alanda sezonun trendleri sergilendi. 'Aksesuar Alanı'na katılım gösteren firmaların koleksiyonlarında; astar, deri etiket, dokuma etiket, karton etiket, ambalaj, fermuar, düğme, broşlar ve tokayı barındıran zengin bir ürün grubu yer aldı. Geçtiğimiz yıllarda sergilenen kumaş ve aksesuarların yanı sıra bu yıl ilk defa baskı



İTHİB bünyesinde fuara katılan 23 tekstil firması ikili görüşmeler sayesinde olası müşterileriyle bir araya gelerek, iş birliklerini değerlendirdi.

## İTHİB, BU YIL İKİNCİ DÖNEMİ TEMMUZ AYINDA YAPILACAK FUARDA OLUŞTURACAĞI "TÜRK GÜNÜ" KONSEPTİ İLE TÜRKİYE'NİN TANITIMINA KATKI SAĞLAMAYI AMAÇLIYOR.

ve baskı dizaynı ile ilgili ürünler dikkat çekerken, birbirinden önemli tasarımcı, katılımcı ve ürünler fuardaki yerini aldı. Girişte yer alan 'Baskı ve Trend Alanı'nda pek çok trend ve dizayn stüdyolarının koleksiyonları sergilendi. Baskı alanında; dijital, elle çizilmiş, grafik ve vintage olmak üzere pek çok yüksek kaliteli tasarım mevcuttu.

### Fuarın konsepti fark yaratıyor

İTHİB olarak Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı'na bu dönem ikinci kez milli katılım

sağlandığını belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Derya Yarangümeli, İngiltere pazarının Türkiye için büyük bir nokta olduğunu ve ticari ilişkilerin de son derece iyi bir şekilde devam ettiğini söyledi. Fuarın bu dönemine Türkiye'den artan bir katılım gerçekleştiğini belirten Yarangümeli, bunun sektör açısından sevindirici bir durum olduğuna dikkat çekti. Katılımcı firmaların büyük müşteriler ve Londra piyasasındaki müşterilerle bu fuarda görüşme imkanı yakaladığını belirten Yarangümeli, "Fuarın yapısının bilinen fuarlardaki gibi

stant sisteminin dışında olması katılan firmalara ziyaretçiler ile daha yakın ilişkiler kurmasına olanak sağlıyor. Müşteriler ve firmalar birbirleriyle ikili görüşmeler şeklinde bir araya gelebiliyorlar. Fuara katılım masraflarının düşük olması da fuara katılan firmaların az masraf ederek, çok fazla müşteri ile görüşmelerine imkan sağlıyor. Londra Tekstil Fuarı'nın bu döneminde de bu etkinliğin Türkiye'den katılan firmalar için çok önemli bir ticari ilişki noktası olduğu bir kere daha görülmüş oldu" dedi.



**ESİN ERDEM**

Yünsa Satış ve Pazarlama Uzmanı

### Yoğun bir fuar oldu

Yünsa olarak Londra Tekstil Fuarı'nda 2013 İlkbahar -Yaz koleksiyonumuzu ziyaretçilerimizin beğenisine sunduk. Fuarda hem bayan, hem de erkek koleksiyonlarımızı sergiledik. Fuardaki ziyaretçi yoğunluğundan memnun olarak döndüğümüzü belirtebilirim. Klasik stantların dışında bir sistemin olması da firmalara pratik avantajlar sunuyor. Fuarda ceketlik ürünlerimizin oldukça beğenildiğini söyleyebilirim. Takım elbiselerimiz her zamanki gibi ilgi gördü. Daha çok tek parça olabilecek kumaşlarımız beğenildi. Londra Tekstil Fuarı, Paris'te düzenlenen Premiere Vison Fuarı öncesinde olduğu için ürünleri erken görmek isteyen firmalar için de yararlı oluyor.

### Fuara katılmaya devam edeceğiz

**ONUR ATEŞ / Bezsan Tekstil İhracat ve Satış Sorumlusu**



Londra Tekstil Fuarı'nın bu dönemine katılan firma sayısında artış söz konusuydu. Bu artış oranına paralel olarak gelen müşterilerin sayısında aynı yükselişi göremedik. Genel anlamda fuarın olumlu geçtiğini belirtmek istiyorum. İleriki dönemlerde ise fuara daha büyük alıcıların gelmesini umut ediyoruz. Bu etkinliğin klasik fuar havasının dışında gelişen bir fuar olmasını son derece önemsiyoruz. İngiltere pazarındaki müşterilerimiz ile yakın ilişki kurmamızı sağlayan bu fuar, tekstil sektörünün de üzerinde durması gereken bir platform. Firma olarak önümüzdeki döneme dair yaz koleksiyonumuzun bir bölümünü de Londra Tekstil Fuarı'nda ziyaretçilerin beğenisine sunduk. Bezsan olarak önümüzdeki dönemlerde de fuara katılmaya devam edeceğiz.



**BUKET TATLIDİL / Akben Tekstil Satış ve Pazarlama Sorumlusu**

### Fuar farklı bir atmosfer sunuyor

Londra Tekstil Fuarı'na bu yıl ilk defa katıldık, genel olarak değerlendirdiğimizde fuardan memnun olduğumuzu söyleyebilirim. İlk gün ziyaretçi katılımı düşüktü, ancak ikinci gün çok hareketli bir atmosferde geçti. Organizasyonun yapısından da oldukça memnun kaldık diyebilirim. Bu fuarın doğal yapısı gereği biraz dar bir ortamda gerçekleşiyor. Fuara ilişkin olarak biraz daha tanıtım yapılması da daha doğru olabilir. Fuardan sonra görüştüğümüz firmalardan geri dönüşler aldık. İlerleyen günlerde fuarın sonuçlarını daha sağlıklı bir şekilde almış olacağız. İngiliz müşterilerimizle buluşmak bizim için iyi oldu.





ARNAVUTLUK



MAKEDONYA



BULGARİSTAN



YUNANİSTAN

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



**SERAY®**

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK  
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.

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



**BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ**



# TÜRKİYE HEIMTEXTİL'İN GÖZDESİ OLDU

**DÜNYA EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜNDE BÜYÜK ÖNEME SAHİP OLAN TÜRKİYE, FRANKFURT'TA 9-12 OCAK TARİHLERİNDE DÜZENLENEN "HEIMTEXTİL FUARI"NA 175 FİRMASI VE YÜKSEK KALİTEDEKİ ÜRÜNLERİYLE DAMGASINI VURDU.**

**Ev** tekstili alanında dünyanın sayılı fuarlarından olan Heimtextil Frankfurt Fuarı, 9-12 Ocak tarihleri arasında Almanya'nın Frankfurt kentinde gerçekleştirildi. Bu yıl 43'üncüsü gerçekleştirilen Heimtextil Fuarı'nda, 62 ülkeden 2 bin 658 katılımcı stant açtı. Türkiye'den katılım sağlayan

yaklaşık 175 tekstil firması ise 13 bin 556 metrekarelik bir alanda yer aldıkları fuarda adeta gövde gösterisi yaptı. Yılın ilk sektör fuarı olan Heimtextil'de mobilya kumaşlarından perdeye, nakış tasarımlarından termal baskılara, yastıktan, yatak takımına, duvar kağıdından halıya, mutfaktan banyo tekstil ürünlerine kadar ev tekstilinin her yönü yansıtıldı ve en yeni tekstil ürünleri alıcıların beğenisine sunuldu. Geçtiğimiz yıl 2 bin 601 firmanın stant açtığı fuara bu yıl sektörün ilgisi daha yoğun oldu. Dört gün süren etkinliği, 128 ülkeden gelen 66 bin kişi ziyaret ederken, geçen yıl bu sayı 67 bin 500 idi. İlk bakışta ziyaretçi sayısındaki düşüş dikkat çekse de fuara katılanların genel değerlendirmesi, ziyaretçi niteliğinin üst düzeyde olduğu yönündeydi. Diğer bir ifade ile fuarı ziyaret

edenlerin önemli bir kısmının somut iş hedefleri ile Frankfurt'a geldiğinin gözlemlendiğini söyleyebiliriz. Geçtiğimiz yıl ziyaretçilerinin yüzde 65'ini Almanya dışındaki ülkelerin oluşturduğu fuarın, bu yılki ziyaretçilerinin yüzde 67'sini Almanya dışındaki ziyaretçiler oluşturdu. Heimtextil 2013 Fuarı'na ABD, Kanada, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi önemli pazarlardan, daha fazla ziyaretçinin geldiği gözlemlendi. Yılın ilk sektör fuarı olan Heimtextil Frankfurt, dört gün boyunca üreticileri, tasarımcıları, sektör profesyonelleri ve ziyaretçileri bir araya getiren uluslararası bir platform görevi gördü. Trend sunumları ve gelecek senelerdeki ev tekstili tasarımındaki gelişmelerin tartışıldığı seminer ve atölyeler de katılımcı ve ziyaretçilerden büyük ilgi gördü.



GEÇTİĞİMİZ YIL 67 BİN 500 KİŞİYİ AĞIRLAYAN FUARI BU YIL 66 BİN KİŞİ ZİYARET ETTİ. İLK BAKIŞTA ZİYARETÇİ SAYISINDAKİ DÜŞÜŞ DİKKAT ÇEKSE DE KATILIMCILARIN GENEL DEĞERLENDİRMESİ, ZİYARETÇİ NİTELİĞİNİN ÜST DÜZEYDE OLDUĞU YÖNÜNDE.



## Türkiye'den 175 firma Heimtextil'de

Türkiye, tekstil sektöründe, özellikle son yıllarda dünyanın önemli ülkelerinden biri olma yolunda ilerlerken, bu gelişmeye paralel olarak ev tekstili sektörü de her yıl ürünlerini dünyanın dört bir yanına ihraç ediyor. Dünya ev tekstili pazarının önemli oyuncularından biri olan Türkiye için Heimtextil fuarı, Türkiye'nin pazardaki önemi ve hakimiyetini arttırmak açısından oldukça büyük önem taşıyor. Her yıl Türkiye'den çok sayıda firmaya ev sahipliği yapan Heimtextil'de, Türkiye'den 175 firma ürünlerini sergiledi. Türkiye'den ziyaretçilerin de yoğun ilgi gösterdiği fuar bu yıl, Türkiye'den 2 bin 500 kişi ziyaret

etti. Türkiye'deki ev tekstilinin buluşma noktası olan "Evtexs" in ise Heimtextil karşısındaki gücü her geçen gün artıyor. Düzenlendiği her dönem dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçileri Türkiye'de isim yapmış ev tekstili firmalarıyla buluşturan fuar, dünya ev tekstili sektörünün bir numaralı fuarı olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.

## "Firmalarımız fuarda örnek oldu"

Türkiye'den tekstil firmalarının Heimtextil gibi ev tekstili konusunda önemli bir fuarda bu denli yüksek bir katılımla katılmalarının önemine değinen İTHİB Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, 175 Türk firmasının

bu fuara katılmasının kendilerini oldukça mutlu ettiğini dile getirdi. Bu firmaların fuarda sergiledikleri ürünler ile kendilerini onurlandırdıklarını söyleyen Demir, "Bütün firmalarımız birbirinden başarılıydı. Bu anlamda firmalarımızın fuarın hakkını verdiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Firmalarımız, ürettikleri ürünler ile fuarda örnek oldu. Bundan yıllar önce bu fuara gittiğimizde oradaki kumaşlara, perdelerle gipta ile baktık. Hatta çoğu arkadaşımız da onlardan ithalat yapardı. Şimdi bu stantlarda kendi ülkemizin mallarını görüyoruz Artık bizim firmalarımızın ürettiği ürünler dikkat çekiyor. Türkiye Ar-Ge konusunda geçtiğimiz iki yıl içerisinde yaptığı yatırımların meyvelerini almaya başladı" dedi.



Türkiye'den çok sayıda ev tekstilcisinin yer aldığı fuarda, firmalar sergiledikleri ürünlerle ziyaretçilerden tam not aldı.



## FUAR

YÜZDE 67'SİNİ ALMANYA DIŞINDAKİ ÜLKELERDEN GELEN ZİYARETÇİLERİN OLUŞTURDUĞU FUARA, ABD, KANADA, RUSYA VE BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ GİBİ ÖNEMLİ PAZARLARDAN, DAHA FAZLA ZİYARETÇİNİN GELDİĞİ GÖZLEMLENDİ.



**ŞERAFETTİN DEMİR**  
İTHİB Başkan Yardımcısı

*Heimtextil 'de artık firmalarımızın ürettiği ürünler dikkat çekiyor. Bunu, Türkiye'nin Ar-Ge konusunda yaptığı yatırımların bir sonucu olarak görüyorum.*



Fuarda 2014 yılının moda trendlerinin sergilendiği alanda Türkiye'den firmaların ev tekstil ürünlerinin yer aldığı belirten Demir, "Bu da ayrıca gurur verici bir tabloydu. Türkiye'nin ev tekstili konusunda bilgi ve beceri olarak çok iyi noktalara geldi. Bu anlamda ülkemizin bu konuda önünü daha da açılması gerekiyor. Bu anlamda ülke olarak üretim noktasını çok başarılı bir şekilde gerçekleştirdiğimizi söyleyebilirim. Bu noktadan sonra firmalarımızın pazarlama noktasına yüklenmeleri gerekiyor. Özellikle bu fuarda fuarcılık anlamında da örnek alınacak birçok yön bulunuyor. Yurt içi fuarlarında da fuar





organizatörlerinin buraları örnek almalarını umuyoruz. Çünkü Türkiye'de ev tekstili konusunda önemli fuarlar düzenleniyor, bunları daha da ileri noktalara taşımamız şart" diye konuştu.

Heimtextil'de sürdürülebilir tekstiller ve yeşil ürünler önemli bir odak noktası oldu. "Green Directory" (Yeşil Rehber) adı altında sürdürülebilir, çevre dostu ekolojik ev tekstili ürünleri sergilendi. Sürdürülebilir ev tekstilleri, yüksek ekolojik kaliteleri ve iyileştirilmiş çalışma koşullarında üretimleri ile diğer ürünlerden ayrılıyor. Satın almacı-

ların ve ziyaretçilerin bu ürünleri kolayca bulabilmeleri için, ürünler "Green Directory" adlı rehberde etiketlendi. Heimtextil Frankfurt, sonraki 18 ayın da trendlerini ön plana çıkardı. Fuarda düzenlenen "Heimtextil Trends Show ve Heimtextil Trend" kitabı, ürün geliştirme sorumluları, dekoratörler ve tasarımcılar için vazgeçilmez bir rehber oldu. 2013/2014 sezonunun renk, şekil, doku ve materyallerine ışık tutacak olan trendleri belirleyen Amsterdam merkezli stil bürosu Stijlinstituut ve Trendtable tasarımcıları bu yılın trendlerini: the historian

(tarihçi), the eccentric (aykırı), the inventor (mucit) ve the geologist (jeolog) olarak belirledi. Yeni trend kitabı, her birinin çarpıcı bir karakter tarafından temsil edildiği 4 farklı temadan oluşuyor. "You are how you live" yani "Nasıl yaşıyorsanız öylesiniz" motto-suyla yola çıkan trend uzmanları dört farklı karakter yarattı. Sonuç birbirinden tamamen farklı dört karakter: tarihçi, aykırı, mucit ve jeolog. Bu karakterlerin evleri de kendi karakterlerini yansıtan hayatlarının önemli bir parçası. İç dekorasyon ve tasarımda ruh hallerinin değişiminin de önemli bir yeri var.



**YAŞAR KÜÇÜKÇALIK / Küçükçalık**  
Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı

## Türkiye ev tekstilinde gücünü kanıtladı

Heimtextil dünyada gelenekselleşmiş ev tekstilcilerinin bir fuarı konumunda. Bu fuarın farkı, modadan daha çok firmaların birbiri ile ticaretini geliştirdiği ve birbirini gördüğü bir yer olması olduğunu söyleyebilirim. 175 Türk firmasının Heimtextil'de yer alıyor olması da Türkiye'nin ev tekstili konusundaki gücünü ortaya koydu. Türkiye ev tekstili sektörünün dünya hacminin yüzde 5'ini oluşturuyor. Bu anlamda Türkiye için ev tekstili çok önemli bir konuma gelmiş durumda. Evtex Fuarı'nın da gittikçe önemli olmaya başladığını da görüyoruz. Bu anlamda hedefimiz Evtex'i de uluslararası bir fuar haline getirmek.

## Arap alıcılardan yoğun ilgi

**İBRAHİM ÇINAR**

Koçaklar Tekstil İhracat Müdürü



Bu sene geçen seneye göre Arap ülkelerinden gelen alıcıların daha fazla sipariş verdiklerini gördük. Avrupa'da yaşanan krizin etkisi ile Avrupa'dan pek gelen olmadığını söyleyebilirim. Ürdün, Suudi Arabistan ve Kuveyt gibi ülkelerden gelen alıcılar yoğun alım yaptılar. Bizde firma olarak Avrupalı ziyaretçilerin fuara ilgilerinin az olacağını tahmin ederek Rusya ve Ortadoğu ülkelerine yönelik ürünler ile fuara katıldık. Özellikle büyük desenli ürünlerimizi ön plana çıkardık. Bu çalışmalarımızın da ziyaretçilerden istediğimiz ilgiyi görmesi bizi mutlu etti. Türkiye'den fuara katılan firmaların kalite ve tasarım anlamında çok geliştiklerini görüyoruz. Ancak ürünlerimizi sergilediğimiz stantlara yönelik olarak daha özenli ve tasarıma odaklanmalıyız inancındayım.



**AHMET BOSTAN**  
Paşa Tekstil Fabrika Müdürü

## Fuarda ciddi alıcılar gördük

Genel olarak Heimtextil Fuarı'nın iyi geçtiğini söyleyebilirim. Fuara ziyaretçi olarak gelenlerin çoğu ciddi alıcılardan oluşuyordu. Bize sipariş verenlerin çoğundan onayları aldık. Son dönemlerin en iyi Heimtextil Fuarı olduğunu söyleyebilirim. Ziyaretçilerin çoğunluğunu Uzakdoğu'lu müşteriler oluşturdu. Çok yoğun Çinli alıcıların olduğunu gördük. Ayrıca Hindistan'dan gelen alıcılar dikkatimizi çekti. Hintli ilgisini gördükten sonra firma olarak Hindistan'da da fuara gitmeyi düşünür duruma geldik. Ortadoğu ülkelerinden de yaşanan siyasi çalkantılara rağmen ilgi olduğunu görmekte şaşırtıcı oldu. Avrupalı alıcıların ilgisinin çok az olduğunu gözlemledik.





# TÜRKİYE DOMOTEX'TE YİNE ZİRVEDE

TÜRKİYE HALI SEKTÖRÜ, 12-15 OCAK TARİHLERİNDE HANNOVER'DA GERÇEKLEŞEN "DOMOTEX HALI VE YER DÖŞEMELERİ FUARI" NDA YİNE TÜM DİKKATLERİ ÜZERİNE ÇEKTİ. 27'Sİ İHİB BÜNYESİNDE TOPLAM 130 TÜRK FİRMASININ KATILIM SAĞLADIĞI ETKİNLİKTE, BU YIL DA FUARA ULUSLARARASI BAZDA EN FAZLA KATILIM GERÇEKLEŞTİREN ÜLKE TÜRKİYE OLDU.

**Dünyanın** en büyük halı ve zemin kaplamaları fuarı olan "Domotex Halı ve Yer Döşemeleri Fuarı", 12-15 Ocak tarihleri arasında Hannover'da gerçekleşti. Geleceğin trendlerini dünyanın dört bir yanından gelen 40 bin ziyaretçiyle buluşturan fuarda, 60 ülkeden toplamda bin 350 katılımcı ürünlerini sergileme fırsatı yakaladı. El ve

makine halıları, tekstil, esnek, parke ve diğer ahşap zemin kaplamaları, laminant; doğal taş ve seramik çiniler, lifler, elyaf ve kumaş ve contractworld alanında ürünlerin sergilendiği fuar, katılımcılara geniş bir alanda iş olanağı sağladı.

Yüzyılları temel alan halı kültürünün uluslararası pazarlarda hak ettiği yeri alması için en önemli fırsatlardan biri olarak gösterilen

Domotex Fuarı 2013 yılında da Türkiye'deki halı üreticileri için ticari ve sosyal kazançları da beraberinde getirdi. Toplam 16 bin 335 metrekarelik alanda 130 firmayla fuara katılan Türkiye, bu yıl da Domotex'te uluslararası bazda en fazla katılım gösteren ülke oldu. Türk katılımcılarının çoğu fuara gelen ziyaretçi profilinden oldukça memnun





# %100

GEÇTİĞİMİZ YILI 2 MİLYAR 50 MİLYON DOLARLIK İHRACATLA KAPATAN HALI SEKTÖRÜ, YAPILAN ÇALIŞMALARLA SON 5 YIL İÇİNDE İHRACATTA YÜZDE 100'LÜK ARTIŞ YAŞADI.

olduklarını ve fuarın kendileri için başarılı geçtiğini belirttiler. Fuarda bu yıl sektörün cesur renklere ve dizaynlara ağırlık verdiği kaydedildi.

Milli katılımın gerçekleştiği fuarda yer alan firmalardan 27 halı firması, İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) patronajında Domotex'de boy gösterdi. Firmalara İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ve İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil de eşlik etti. Geçtiğimiz yıl düzenlenen "6. Halı Tasarım Yarışması'nın finalistleri de İHİB'in desteği ile Domotex fuarını ziyaret etme fırsatı buldu. İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil ve Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Sanatları Bölümü'nden Prof. Günay Aykaç Atalayer ile birlikte fuarı gezen finalistler, halı sektörünün en büyük buluşma noktasından biri olan Domotex'te dünyanın dört bir yanından gelen firmaların ürünlerini yerinde görmüş oldu.

İHİB şemsiyesi altında fuara katılmak, firmalara bir takım ayrıcalıklar sağladı. Örneğin İHİB bu firmaları İstanbul'dan organize ederek onlara nakliye, stant, tasarım, gümrükleme gibi konularda kolaylıklar sağladı ve Hannover'daki devlet katkılarını da finanse etti. Ayrıca fuara giden firmaların Hannover'da ihracatlarını kolaylıkla yapmaları ve müşteri bulmaları da İHİB'in sağladığı kolaylıklar üzerinden gerçekleşti. Kısacası İHİB, sektörün kazanması için, Domotex fuarının bu dönemin de firmalara büyük bir destek sağladı.



Bu dönemde 60 ülkeden bin 350 firmanın ürünlerini sergilediği Domotex'i dört gün boyunca 40 bin kişi ziyaret etti.

## Domotex'e ziyaretçi akını

Katılımcı firmaların, uluslararası müşteri hedef grubuna ulaşmayı ve gelecek yılın hedeflerini yakalaması açısından önemli bir başlangıç yaptıkları kaydedildi. Domotex'in bu döneminde de uluslararası halı ve zemin kaplamaları endüstrisi için eşsiz bir iş platformu ve fikir verici olma işlevini eksiksiz bir şekilde yerine getirdiği görüldü.

Fuarın ziyaretçilerinin yarısını Almanya dışındaki Avrupa ülkelerinden gelenler oluşturdu. Ziyaretçilerin yüzde 21'i Asya'dan ve yüzde 11'i de Kuzey ve Güney Amerika'dan gelirken Kuzey Amerika'dan gelen ziyar-

retçilerin yanı sıra, Güney, Doğu ve Orta Asya'dan gelenlerin sayısında da büyük bir sıçrama görüldü.

Fuara katılan ziyaretçilerin yüzde 90'ından fazlası, şirketlerinin satın alma kararlarında doğrudan söz sahibi olan kişilerden oluştu.

## Halı sektörünün ihracat kapısı

Domotex fuarına Türkiye'den firmaların yaklaşık 23 yıldır katıldığını ifade eden İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, bunun yanında İstanbul ve Şangay'da da fuar organizasyonları düzenlediklerini fakat en geleneksel ve kalıcı olanın Hannover'da düzenlenen fuar olduğunu söyledi. Fuarın hem sektör adına, hem de Türkiye ekonomisi adına çok önemli bir nitelik taşıdığını ifade eden Yılmaz, "Son 5 yıldır bu fuarda en çok alan kaplayan ve katılım sağlayan ülkeler arasında birinci sırada yer alıyoruz. Bu anlamda bizim buradaki yerimiz ve potansiyelimiz oldukça önemli. Geçtiğimiz 5 yıl içinde yapılan çalışmalarla ihracatımız yüzde 100 oranında bir artış sergiledi. Türk halı sektörü 2012 yılını 2 milyar 50 milyon dolarlık bir ihracatla kapattı. Zira Türkiye genel ihracatının yüzde 14 seviyesinde artış gösterdiği bir yılda, halı sektörü yüzde 29'luk bir yükselişle göstererek ihracatta en fazla artış yakalayan sektör oldu." dedi. Domotex fuarına bu sene Türkiye'den



İHİB bünyesinde 27 firmanın milli katılım gerçekleştirdiği fuara İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ve İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz da katıldı.



TOPLAM 16 BİN 335 METREKARELİK ALANDA 130 FİRMAYLA FUARDA YERİNİ ALAN TÜRKİYE, BU YIL DA DOMOTEX'E ULUSLARARASI BAZDA EN FAZLA KATILIM GÖSTEREN ÜLKE OLDU.

## İHİB bünyesinde fuara katılan firmalar

- Ağaçan Halı
- Alican
- Altın Boynuz Halı
- Argen Halı
- Bazaar Ahtamara
- Bereket Halıcılık
- Birinci Halı
- Deregöz Halı
- Doğa Halı
- Fatih Tr Halıcılık
- Galeri 97 Alkışlar
- Galeri Boğa
- ICI
- Kirkit Turizm
- Knottisse Halıcılık
- Köknar Halıcılık
- Matalya Patch Arts
- Malatya Pathwork
- Nurem Art Tekstil
- Yeni Osmanlı
- Özmelek Halı
- Sembol Halı
- Serkan Güney Halı
- Sultan Kilim
- Sfi Deri Tekstil
- Şarkköy Halı
- Üretim Halı

130 firmanın katılım sağladığını ifade eden İHİB Başkanı Yılmaz, "Bu firmaların 53 tanesi Gaziantep'ten geri kalanı ise Türkiye'nin dört bir yanından geldi. İHİB bünyesinde ise 27 firma fuara katıldı" dedi.

## Domotex bölgeselleşiyor

Hannover'da düzenlenen Domotex fuarını bölgeselleşen bir fuar olarak nitelendiren İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrençil, "Dünyadaki halıcıların buluşma noktası olarak bilinmesine rağmen Domotex Hannover, Avrupalıların yoğun olarak ziyaret ettiği, bölgesel bir fuar konumunda bulunuyor. Fuar organizasyonunun Çin ve İstanbul'da da fuar düzenliyor olmasını da fuarların artık bölgeselleşerek yürütüleceğinin bir işareti olarak görüyorum. Almanya'da düzenlenen fuarın her yıl daha da az ilgi çekiyor olması organizatörleri böyle bir strateji uygulamaya götürmüş olabilir. Avrupa'daki ülkelerin yaşadıkları krizin de etkisiyle fuarın bu yıl

daha cansız geçtiğini, Türkiye'den firmaların da geçen yıla göre daha az ilgi gösterdiklerini gözlemledik" dedi.

## Halı artık bir sanat

Domotex bu yıl da gelecek sezon için zemin trendlerine ve yenilikçi tasarımlara ışık tuttu. Yeni, çağdaş tasarımlar ve zeminler kendi başlarına bir yaşam tarzı ürünü olarak iç dekorasyonda çok önemli rol oynadıklarını bir kez daha ortaya koydu. Farklı salonlardaki gösterimlerle bireyselleşmeye veya kişiye özel yaşama yönelik trendlerin vurgulandığı fuarda, eskiden sadece pratik olmaları ve kolay temizlenmeleri beklenen ve bir zamanların pratik ürünleri olarak kabul edilen halı ve zemin döşemeleri, artık kendi başlarına ifade yaratan özgün sanat objesi olma yolunda ilerlediklerini gözler önüne serdi. El yapımı halılardaki en son trendler "Souk Deluxe" alanında olduğu gibi, Carpet Design Awards çerçevesinde de sergilendi.

## Fuar beklentilerimizin üzerinde iyi geçti

MUSTAFA KAYHAN / ICI Halıcılık Dış Ticaret Müdürü



Türk firmaları olarak fuarda genelde pathwork ürünlerle yer aldık. Pathwork ürünler konusunda herkesin aklında geleceğe dair soru işareti vardı. Bu fuarda gördük ki pathwork piyasada en az 5 sene daha devam edecek. Pathwork konusunda da Türkiye'nin dünyada en iddialı ülke olduğunu sergilediğimiz ürünlerle bir kez daha gösterdik. Fuarı, olumsuz beklentiler içinde gitmiştik. Ancak çok olumlu sonuçlar ile döndük. Yani şimdiye kadar geçirdiğimiz en iyi fuarlardan biri olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Halı üretimi geleneksel noktada organizeli, sistemli ve belli bir operasyonel duruma dayanan ciddi bir imalat türü konumunda. Bunun aksi durumunda üretim yapan firmaların şansının olmadığını görüyoruz. Bu anlamda sektörde merdiven altı üretim olarak tabii edilen üretimin geleceğinin hiç kalmadığı aşikar.



BURAK AYDOĞAN  
Knotisse Halı Firma Sahibi

## AB krizi fuarı etkiledi

Domotex Fuarı sektör açısından çok önemli bir etkinlik. AB ülkelerinde son dönemlerde yaşanan ekonomik çalkantılar nedeniyle fuarın bu yıl bir nebze düşük bir seyir izlediğini gözlemledik. Geçen seneye oranla yaşanan düşmeye rağmen kötü diyemeyeceğimiz sonuçlar aldığımızı söyleyebilirim. Türkiye halı sektörünün bu denli geniş platformlarda temsil ediliyor olması bizim için ayrıca bir gurur kaynağı. Fuarın bu döneminde Türkiye'den katılan halı firmalarının ilgi ile takip edildiklerini gördük. Fuarı her yıl yeni tasarım ve ürünler ile gitmeye çalışıyoruz. Biz kilim imalatı yapan bir firma olarak bu sene de Hannover'daki Domotex fuarına yeni tasarımlarımız ile yer aldık.



“6. HALI YARIŞMASI”NIN 8 FİNALİSTİNE FUARDA EŞLİK EDEN İHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ HAZİM EVRENGİL, GENÇ TASARIMCILARIN BU ZİYARETLE TASARIMIN ÖNEMİNİ BİR KEZ DAHA İDRAK ETTİKLERİNİ SÖYLEDİ. EVRENGİL DOMOTEX FUARI SIRASINDAKİ İZLENİMLERİNİ HEDEF DERGİSİ’NE ANLATTI.



# İHİB GENÇLERİN YANINDA

**Türkiye’de** halı ihracatında daha yüksek hedefleri yakalamanın yolu katma değerli ürünler üretmek ve markalaşmaktan geçiyor. Gerek katma değerli ürünleri üretebilme, gerekse de bu ürünleri bir marka altında ve markalaşma sürecini tamamladıktan sonra satılabilmenin yolunun ise tasarımdan geçtiği artık herkesin malumu. Tasarım ve tasarımcının artık bu kadar önemli bir konuma geldiği günümüzde İHİB, 6 yıldan bu yana düzenlediği “Halı Tasarım Yarışması” ile sektör-üniversite işbirliğine önem vererek ve bu yolda tasarımcıya destek olacak adımlar atıyor. Birlik diğer taraftan da sektörün yüksek kalibrede tasarımcılar edinmesi için emek harcıyor. Bu bağlamda İHİB Yönetim Kurulu, Halı Tasarım Yarışması’nda finalistlere yurt dışında verdiği desteklerle sektör – üniversite işbirliğine de destek vermiş oluyor. Her yıl olduğu gibi geçtiğimiz yıl da “6.Halı Tasarım Yarışması”nda finale kalan tasarımcılar yurt dışı fuarlarını Marmara Üniversitesi öğretim görevlisi Prof. Dr. Günay Atalayer ile birlikte gezme fırsatı yakaladı. Finalistler fuar gezileri kapsamında yine Almanya’nın

Frankfurt şehrinde yapılan Heimtextil ve Hannover şehrinde yapılan Domotex fuarlarını gezdiler. Yarışmacılara sektörün nereye doğru gittiğine dair bilgi alabilmeleri, tasarımın ve tasarımcının önemini anlayabilmeleri için düzenlenen bu geziyle İHİB, eğitim konusunda üzerine aldığı bu misyonu yerine getirmeye çalışıyor. Fuar gezileri sonrası finalistlerle yapılan görüşmelerde bu gezilerin kendilerine tasarımın öneminin bir kez daha anlaşılmasına vesile olduğunu belirttiler. Gerek makine halısında gerek el dokuma halılarda tasarıma önem verilen ürünlerin ön plana çıktığı, ama genel olarak da sektörde tasarım eksikliği bulunduğunu tespit ettiler. Bu gezilerin amacına ulaşmış olması İHİB Yönetim Kurulu olarak bizleri de son derece memnun etti. Sektör- üniversite işbirliğini bir adım daha ileri taşımak, sektöre faydalı tasarımcı yetiştirmek amacıyla genç yeteneklere destek olmaya çalışan İHİB Yönetim Kurulu, tasarımcı düşünceye ve tasarımcıya verdiği desteği sonuna kadar sürdürecektir.



**HAZİM EVRENGİL**  
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

*Genç tasarımcıların katılımıyla düzenlenen bu geziler, İHİB’in eğitim konusunda üzerine aldığı misyonu yerine getirdiğinin güzel bir göstergesi.*

# GELİNLİKÇİLER “FASHIONIST” İÇİN HAZIR

**İSTANBUL'DA İLK KEZ 5-7 ARALIK 2013 TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞECEK “FASHIONIST ABİYE, GELİNLİK VE DAMATLIK FUARI”NA İLİŞKİN LANSMAN TOPLANTISI 24 OCAK PERŞEMBE GÜNÜ İSTANBUL KONGRE MERKEZİ'NDE DÜZENLENDİ.**

**İhracatta** atağa geçen gelinlik sektörü hızlı bir büyüme ve değişim sürecine girdi. Belirli semtlerde küçük butik dükkanları ile tanıdığımız gelinlikçiler, yurt dışı taleplerini karşılamak için seri üretime yönelik fabrikalar kurmaya başladı. Sektör temsilcileri, Türkiye'nin artık 'gelinlik' deyince ilk akla gelen ülkelerden biri olduğunu ifade ediyor. Gelinlikte katma değer yüksek olduğuna vurgu yapan gelinlikçiler, 'bir gelinlik 300 tişörte bedel' değerlendirmesini yapıyor. Geçtiğimiz yıl yaklaşık 250 milyon dolarlık ihracat yapan sektör, bu yıl yüzde 25'in üstünde büyüme öngörüyor. Türkiye'ye gelinlik turizminin başladığını, bu durumun iç piyasa satışlarını önemli oranda artırdığını ifade eden gelinlikçiler, mağazalaşma ve markalaşma konusunda da sektörün büyük ilerleme kaydettiğini anlatıyor. İhracatı artırmaya odaklanan sektör,

fuvar organizasyonlarını çoğaltarak reklam ve tanıtıma ağırlık veriyor.

İstanbul'da ilk kez gerçekleşecek “Fashionist Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı” Patika Fuarçılık tarafından Osmanbey Tekstilciler ve İşadamları Deneği (OTİAD) işbirliği ile 5-7 Aralık 2013 tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde düzenlenecek. 65 ülkeden yaklaşık 2 bin yabancı alıcıyla toplam 15 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapması beklenen fuarın lansman toplantısı ise 24 Ocak'ta gerçekleşti. İstanbul Kongre Merkezi'nde yapılan toplantıya İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan, İTO Meclis Başkanı İbrahim Çağlar, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik ve hazır giyim sektöründen çok sayıda temsilci katıldı.

## Niş fuarlar önemini koruyor

Basın toplantısında yaptığı konuşmada Türkiye'nin bu tür girişimlere ve fuarlara ihtiyacı olduğunu dile getiren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Geçmişte yapılan kimi fuarların içinde bulunduk, destek verdik fakat sıkıntılar yaşandı. Ben bu tür niş fuarların başarılı olabileceğine inanıyorum. Biz de elimizden geldiği kadar destek vereceğiz. OTİAD'ın yaptığı bu fuara ve diğer

derneklerimizin yapacağı bu tür girişimlere desteğimiz devam edecek. Yerli ve yabancı toptan alıcılarını; abiye, gelinlik ve damatlık firmaları ile buluşturacak olan fuarın, ulusal ve uluslararası iş birliklerine imza atılmasıyla 150 milyon dolarlık bir ticaret hacmi yaratacağı öngörülmüyor. Bunu çok önemsiyoruz” dedi.

## “Türkiye gelinlikte beş kıtayı besleyebilir”

Abiye, gelinlik ve damatlık gibi türlerde İstanbul'da özellikle Osmanbey'in merkez olarak kabul edildiğini belirten OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan fuara, bu segmentte Türkiye'nin beş kıtayı besleyebilecek bilgi ve birikime sahip olduğunu dile getirdi. Sektör dünyada 45 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahip olmasına rağmen bu büyüklüğü yansıtmayacak bir fuarın bulunmadığını belirten Orhan, “Bu hedefi hep birlikte başarmak istiyoruz. Umarım önümüzdeki dönemde bu fuar çok daha iyi yerlere getirebiliriz ve genel bir fuara dönüştürebiliriz. Sadece Osmanbey değil, Türkiye'nin fuarı olmasını diliyoruz. Çünkü bu sektör iyi bir fuar hak ediyor. Bunu hep beraber başaracağımıza inanıyorum. Yaşadığımız şehir o kadar stratejik bir noktada ve özelliğindeki; dünyanın hiçbir şehri bu kadar moda merkezini barın-



ARALIK AYINDA GERÇEKLEŞTİRİLECEK  
FASHIONIST FUARININ, 65 ÜLKEDEN  
YAKLAŞIK 2 BİN YABANCI ALICIYLA TOPLAM  
15 BİN ZİYARETÇİYE EV SAHİPLİĞİ YAPMASI  
BEKLENİYOR.



**ALİ ULVİ ORHAN**  
OTIAD Yönetim Kurulu Başkanı

*Abiye, gelinlik ve damatlık gibi ürünlerde İstanbul'da özellikle Osmanbey merkez olarak kabul ediliyor*

dırmadığı gibi, dünyanın birçok ülkesine bu kadar kısa mesafede olsun. İşte bunun için İstanbul'umuza yakışır, sektörümüze yakışır bir fuarın temellerini atıyoruz" dedi.

## Fuar 150 milyon doları hedefliyor

Türkiye'nin 2012 hazır giyim ihracatı 16.1 milyar dolar. 2011'e göre yüzde 0.4 daralma söz konusu. Bu veriler itibari ile 2012 yılı abiye, gelinlik, damatlık, çocuk abiye gibi ürünlerin ihracatının tahmini olarak 750 milyon dolar olduğu düşünülüyor. 2014 yılında öngörülen hedef ise 1 milyar dolar. Bu artışın büyük bir bölümünün fuar vasıtasıyla sağlanması bekleniyor. Aralık ayında gerçekleşecek 'Fashionist Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı'nda hedeflenen ticari hacim 150 milyon dolar olarak öngörüldü.

## İTO'dan fuara tam destek

Gelinlik sektörü için çok önemli bir faaliyet olduğuna inandıkları bu fuara destek vereceklerini belirten İTO Meclis Başkanı İbrahim Çağlar, 350 bin üyesi bulunan İTO'nun dünyanın dördüncü büyük odası olduğuna söyledi. Bu etkinlikte yer alan firmaların aynı zamanda İTO üyesi olduğuna dikkat çeken Çağlar, "Üyelerimizin başarısı için elimizden gelen gayreti zaten göstermemiz

gerekliyor. Bu etkinliği enteresan bir fuar olarak değerlendiriyorum. İnsanların ömründe bir defa giydiği gelinlik ve damatlık için yapılan bir fuar. Bu anlamda Fashionist, sektör için yapılan önemli girişim. Emeği geçen değerli sektör temsilcilerine çok teşekkür ediyorum. Oda olarak da fuarın başarılı geçmesi için elimizden gelen desteği vereceğiz" diye konuştu.

## "Fashionist", sektöre can verecek

Fuarın sektörün gelişimine ve Türkiye'nin tanıtımına büyük bir katkı sağlayacağına inandıklarını belirten Fuar Komite Başkanı İlker Karataş, projenin tanıtımına sektörden geniş bir katılım olmasını önemsediklerini belirtti. Son derece büyük bir özveri ve heyecan ile OTIAD'ın çalışmalarını sürdürdüğünü belirten Karataş, "OTIAD, sektöre büyük bir açılım sağlayacak önemli bir projeye, sizlerde desteğiyle imza atmaya karar verdi. Bu proje ile ilgili çalışmaların takibini yapmak üzere dernek yönetimi-mizce bir komite oluşturulmuş ve süratle çalışmalar yapıldı ve her ayrıntısı titizlikle değerlendirilen bir çalışma sonrasında bugüne gelindi. Büyük bir başarıya ulaşacağına inandığımız bu fuarın herkes için hayırlı olmasını diliyorum" dedi.

İstanbul'un hazır giyim sektörü için bir çok avantajı bünyesinde bulundurduğunu belirten Patika Fuarcılık Genel Müdürü Didem Cılga, yatırımcıları bu bölgeye çekerek ihracatı artırmak amacıyla birçok girişimde bulunulduğuna değindi. Didem Cılga sözlerine şöyle devam etti, "Uzun vadede



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

*Başarılı olabileceğine inandığımız Fashionist gibi niş fuarlara birlik olarak elimizden geldiği kadar destek vereceğiz.*

İstanbul'u dünya üzerindeki önemli moda merkezlerinden biri haline getirme gayretlerini göz önüne aldığımızda, Fashionist ile ne kadar doğru bir işe başladığımızı görebiliyoruz. 16 yıldır sektörün içinde bulunan biri olarak birçok fuar organizasyonu gördüm. Dolayısıyla bir fuarın başarılı olabilmesi için neler yapılması gerektiğini biliyorum. Doğru tanıtım kanalları kullanıldığında, doğru ziyaretçi planlanması yapıldığında başarısızlık için bir sebep göremiyorum" diyerek hep birlikte İstanbul'a, Osmanbey'e yakışır bir fuar yapacaklarına inandıklarını söyleyerek sözlerini tamamladı.



Fashionist'in tanıtımı için gerçekleşen basın toplantısına; İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin yanında hazır giyim sektöründen çok sayıda temsilci katıldı.

İMA'DA ALDIĞI EĞİTİMLERİN SONRASINDA "DONNA KARAN EXCLUSIVE" MARKASININ TÜRKİYE YAPILANMASINI ÜSTLENEN BİR İSİM ELİF GEÇERGİL. "TEXTILE MERCHANDISER" EĞİTİM PROGRAMI İLE HAYATININ YÖNÜNÜ DEĞİŞTİREN GEÇERGİL, KARIYERİNİ İTKİB'E BORÇLU OLDUĞUNU SÖYLÜYOR.



## “İŞ ROTAMI İMA BELİRLEDİ”

**İnsanların** yaşamları boyunca bir takım dönüm noktalarından geçtiklerine inanan Elif Geçergil, Türkiye’de eğitimini tamamladıktan sonra, İngiltere’ye giderek “City of London Polytechnic Akademisi”nde eğitimine devam etti. Londra’da insan kaynakları eğitim alan Geçergil, Türkiye’ye döndüğünde uluslararası bir ticaret şirketinin satış ve pazarlama bölümünde çalışmaya başladı. Geçergil, evlendikten sonra bir süre iş yaşamına ara verdi. Bir şey üretmeden sadece tüketimin kendisine göre olmadığını söyleyen Geçergil, İTKİB ve İstanbul Üniversitesi’nin birlikte gerçekleştirdiği “Textile Merchandiser” eğitim programına başladı. Bu programın sonunda Metropol Tekstil ve Mümessillik firmasında merchandiser olarak yeniden iş yaşamına geri döndü. Hiç düşünmediği bir dünyaya adım attığını vurgulayan Geçergil, “Metropol Tekstil’de, son 4 yılı Çin ve Uzak Doğu’da olmak üzere, geçirdiğim 11 yılda “out sourcing”, “inter-

national marketing” ve “business administration” konularında uzmanlaştım. Deyim yerindeyse, moda dünyasında bugün bulunduğum yere bu işin mutfağından başlayarak geldim” dedi.

### “Alt yapıyı kişi kendisi geliştirmeli”

2007 yılından sonra özellikle Çin ve Uzak Doğu’da yapılanmak isteyen tekstil firmalarına serbest danışmanlık yapan Geçergil, bu süreçte İMA’nın “Moda İletişimi” ve “Moda Marka Yöneticiliği” eğitim programlarına da katıldı. İMA’dan aldığı uzmanlık eğitimlerinin sonrasında “Donna Karan Exclusive” markasının Türkiye yapılanmasını üstlendiğini belirten Geçergil, “Böylece moda dünyasındaki yeni rotamı ‘Marka yöneticiliği’ olarak belirledim” dedi.

Geçergil, “İMA’nın uygulama ödevlerini yaparken öğrencilik yıllarımda bile bu kadar zorlanmamıştım. İMA’da, ünlü

tasarımcıların bizzat katılarak verdikleri konferanslar da çok etkiliydi. Önemli olan, burada verilen alt yapıyı kişinin kendi akli ve becerisiyle sürekli geliştirebilmesi. Kendi deneyimlerini de katarak bundan bir sonuç çıkarabilmek insanın kendisine kalmıştır artık” şeklinde konuştu.

Elif Geçergil, şu anda Dilek Hanif Moda Evi’nin Genel Müdürü olarak görev yapıyor. Geçergil, Dilek Hanif ile buluşmasını şu işe sözleri ile anlatıyor: “Sağlam bir alt yapınız ve piyasada da bilinirliğiniz olduğu sürece er ya da geç doğru buluşmalar kendiliğinden gerçekleşiyor. Teklif Dilek hanımdan geldi, görüştük ve şimdi de çok uyumlu bir beraberliğimiz var. Şu anda en önemli hedefimiz Dilek Hanif markasını couture’de olduğu gibi, hazır giyimde de dünya çapında bir marka yapmak ve bunu adım adım gerçekleştiriyoruz. Bu hedefe ulaşış global bir marka olduğumuzda da bu işin başında olmak isterim.”



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](http://www.denimglobal.com)

KARŞILIKLI TEMASLARIN İHRACATIN GELİŞTİRİLMESİNDE ÖNEMLİ BİR PAYI BULUNDUĞUNUN BİLİNCİNDE OLAN İTKİB, İHRACATTA ÖNEMLİ BİR PAYA SAHİP ÜLKELERLE BİRLİKTE HEDEF PAZARLAR ARASINDA YER ALAN ÜLKELERİN, KONSOLOSLUKLARIYLA GÖRÜŞMELERE BAŞLADI.



# KONSOLOSLUKLARLA YAKIN TEMAS

**İTKİB**, Türkiye'nin ihracatında önemli paya sahip ve hedef pazarlar arasında yer alan ülkelerin Türkiye'deki yerleşik konsolosluk ve ticari departmanları ile görüşmelere başladı. Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinde faaliyet gösteren 10 binin üzerinde üyesi ve Türkiye'nin ihracatındaki yüksek payı ile Türkiye'nin lider kurumlarından biri olan İTKİB, karşılıklı diyalog ve temas sonucunda ikili ilişkiler ve dolayısıyla ihracatın geliştirilmesinde işbirliği fırsatları-

nın ortaya çıkarılmasını amaçlıyor. Yapılan program kapsamında, ilk görüşme 17 Ocak'ta Fransa'nın İstanbul Başkonsolosluğu ile gerçekleştirildi. İkinci ziyareti 18 Ocak'ta Almanya'nın İstanbul Başkonsolosluğu'na yapan Birlik, 22 Ocak'ta İtalya Başkonsolosluğu misyonu altında faaliyette bulunan İtalya Dış Ticaret ve Yatırım Ajansı Müdürü ile bir araya geldi. Üçüncü görüşmesini 1 Şubat'ta Rusya Başkonsolosluğu ile gerçekleştiren Birlik, son olarak da İngiltere

Başkonsolosluğu'na 11 Şubat'ta ziyarette bulundu. İTKİB Genel Sekreteri Cumhuriyet İşbirlikçi tarafından gerçekleştirilen ziyaretler, ilgili departman yetkililerinin katılımıyla 2013 Ocak ayında başlamış olup, bundan sonraki dönemde de devam ettirilecek.

## **Vazgeçilmez partner: Fransa**

17 Ocak'ta, Fransa Başkonsolosu Herve Magro ve Konsolosluğun Ekonomik Misyonu Ubifrance Dış Ticaret Danışmanı Lea



## İTKİB GENEL SEKRETERİ CUMHUR İŞBIRAKMAZ, HAZIRGIYIM, KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ İLE HALI SEKTÖRLERİNDE YAPILABİLECEK TİCARİ İŞBİRLİKLERİNİ, FRANSA, ALMANYA, İTALYA, RUSYA VE İNGİLTERE BAŞKONSOLOSLARI VE DIŞ TİCARET BİLİM YETKİLİLERİ İLE DEĞERLENDİRDİ.

Kamhi ile yapılan görüşme, Başkonsolos'un Türkiye'ye yakın ilgisi nedeniyle sıcak bir ortamda gerçekleşti. İTKİB'in ülke ve sektörel ihracattaki yeri ve faaliyetleri konusunda bilgi veren İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz, Fransa ile Türkiye'nin karşılıklı dış ticaret ilişkilerinin ve işbirliğinin önemine değindi. Başkonsolos ise görüşmede, Konsolosluk şemsiyesi altında Ubifrance'in görev alanının tüm Türkiye'deki ticari ilişkileri kapsadığını ve bunun da Türkiye'ye verilen önemin bir göstergesi olduğunu belirterek, Türkiye üzerinden Azerbaycan ve Irak gibi pazarlara ulaşmak istediklerini ve bu konuda Türk firmaları ile işbirliği yapmak istediklerini belirtti.

### Almanya ile ikili ve çok taraflı işbirlikleri

Almanya Federal Cumhuriyeti'nin Beyoğlu'nda yer alan tarihi Konsolosluk binasında 18 Ocak tarihinde, Almanya'nın İstanbul Başkonsolosu Jutta Wolke ile gerçekleştirilen görüşmede, iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkiler, ortak çalışma alanları ve geleceğe yönelik işbirliği fırsatları değerlendirildi. İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz tarafından gerçekleştirilen görüşmede; tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinde iki ülke arasındaki ikili ve çok taraflı işbirliği imkanları detaylı olarak tartışılırken, Almanya'da düzenlenen ve sektör firmalarının milli katılımı sayesinde geniş katılım sağladığı fuarlar da değerlendirildi.

### İtalya ile yakın temas

22 Ocak 2013 tarihinde, İtalya Başkonsolosluğu misyonu altında faaliyette bulunan, İtalya Dış Ticaret ve Yatırım Ajansı Müdürü Ferdinando Pastore ile bir görüşme gerçekleştirildi. Görüşmede İtalya'nın Türkiye'nin ihracatı açısından hem pazar, hem de sektörel perspektif açısından önem taşıdığından hareketle, bundan sonraki dönemde de işbirliğinin artarak sürdürülmesine değinildi. İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz, İtalya'da düzenlenen fuar ve tanıtım etkinliklerine değinerek, bu konuya özel önem verildiğini belirtti.

### Rusya ile ilişkiler hep sıcak

1 Şubat 2013 tarihinde, Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Mümnessili Alexander V. Bakustin ile Rusya Federasyonu Ticaret ve Sanayi Odası Türkiye Yetkili Temsilcisi İldar Fattakhov, İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz'ı makamında ziyaret etti. Yapılan görüşmede, CPI Moskova ve Mosshoes fuarlarının dünü, bugünü, yarını değerlendirilirken, ilgili fuarların etkinliğinin artırılması için karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu. İTKİB organizatörlüğünde Rusya'ya yönelik düzenlenen ticaret heyetlerinin verimliliğini arttırmak için işbirliği imkanları görüşülürken, bu kapsamda önümüzdeki dönemde düzenlenecek fuarlar ve ticaret heyetlerinde söz konusu işbirliği imkanlarının özenle hayata geçirilmesi için Başkonsolos'un da katılımıyla bir görüşme planlandı. Öte yandan, İTKİB'in ve Türk ihracatçıların, Rusya'daki faaliyetlerinin ağırlıklı olarak Moskova

merkezli olduğu ve bu faaliyetlerin başta diğer büyükşehirler ve özerk bölgeler olmak üzere Rusya coğrafyasına yayılması için yapılabilecekler değerlendirildi. Görüşmede, Türk ihracatçıların Rus gümrüklerinde son dönemde sıklıkla karşılaştıkları sorunlar, bu kapsamda iki ülke arasında faaliyete geçirilmiş, Basitleştirilmiş Gümrük Hattı projesine de değinildi. Görüşmenin sonunda, Rusya tarafından özellikle Gümrük Birliği ile ilgili konulara ilişkin olarak İTO işbirliğinde 9 Nisan 2013 tarihinde bir seminer düzenleneceği belirtildi.

### İngiltere önemli ticari partnerimiz

11 Şubat 2013 tarihinde İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz, İngiliz Başkonsolosu Leigh Turner'ı makamında ziyaret etti. Dünya ve Türkiye açısından da önde gelen pazarlar arasında yer alan İngiltere bundan sonraki dönemde de önemli ticari partnerlerimiz arasında yerini almaya devam edeceği ne dikkat çekildi. Görüşmede Başkonsolos, İstanbul Fashion Week kapsamında defile vb. etkinlikler düzenlemeyi planladıklarını belirterek bu konuda işbirliği talebinde bulundu. Ayrıca, Başkonsolos'un ithalat kayıt sistemiyle ilgili "ihracatçı kayıt belgesi" ile azo boyar kontrolü ve test işlemleri konusunda özel bilgi talep etmesi üzerine bu konuda Ekonomi Bakanlığı ile birlikte bilgilendirme toplantıları düzenlenebileceği ifade edildi. Görüşme sonucunda taraflar sıcak ilişkilerin ve işbirliklerin devam etmesi temennisinde bulundu.



Ocak ayında İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz'ın öncülüğünde Fransa, Almanya, İtalya, Rusya ve İngiltere ile başlatılan ziyaretler, ilgili departman yetkililerinin katılımıyla bundan sonraki dönemlerde de devam ettirilecek.

MODA DÜNYASININ ÖNDE GELEN İSİMLERİ TARAFINDAN DESTEKLENEN ARGANDE, "2. AŞAMA" OLARAK ADLANDIRILAN YENİ DÖNEMİNİ 30 OCAK ÇARŞAMBA GÜNÜ İSVEÇ BAŞKONSOLOSLUĞU'NDA, MODA TASARIMCILARI VE PROJE DESTEKÇİLERİNİN KATILDIĞI DAVETLE KUTLADI.



# ARGANDE YENİ DÖNEME HAZIR

**Kadınlar** için yazılmış, kadınlar tarafından tasarlanmış ve kadınlar tarafından üretilmiş bir proje, Argande. Kadınların iş gücü piyasasına katılımını, Güneydoğu Anadolu'nun markalaşmasını, yeni satış ve pazarlama fırsatlarının yaratılmasını hedefleyen proje, ilk olarak el dokuması kumaşların da kullanıldığı tasarımlardan oluşan 14 parçalık bir koleksiyon olarak moda dünyasına adım attı. Üretilen koleksiyon için çalışan bölge kadınları, İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) gezici TIR'larındaki atölyelerde eğitildi ve eğitimin sonunda sertifikalarını aldı. Marka olma yolunda ilk adımı ise Argande ismini almasıyla oldu. Türkiye'nin önemli moda tasarımcıları tarafından hazırlanmış ve proje yararlanıcısı kadınlar tarafından Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde üretilmiş olan koleksiyon, Argande etiketi altında satışa sunuluyor.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (GAP BKİ) ortaklığıyla 4 yıldır Güneydoğu'daki kadınları istihdam ettirmek ve iş alanları yaratmak için var gücüyle çalışan

Argande, yeni döneme merhaba dedi. Bölge kadınları tarafından Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde üretilen hazır giyim ürünlerini büyük kentlerdeki tüketicilerle buluşturan Argande'nin 2. aşaması, projeye destek veren isimlerin katılımıyla İstanbul'daki İsveç Başkonsolosluğu'nda gerçekleşen davetle kutlandı.

Gecenin açılışını davete ev sahipliği yapan İsveç'in Türkiye Başkonsolosu Torkel Stiernlöf gerçekleştirirken, UNDP Proje Yöneticisi Gönül Sulargil de projenin hayata geçirilmesinden bugüne kadarki yolculuğunu katılımcılara anlattı.

Geceye katılan isimler arasında ise Hatice Gökçe, Mehtap Elaidi, Bahar Korçan, Gül Ağış, Simay Bülbül, Niyazi Erdoğan, Rana Canok, Berna Canok gibi Türkiye'nin önde gelen moda tasarımcılarının yanında cemiyet hayatı ve moda basınından önemli isimler vardı.

İsveç Büyükelçiliği, UNDP ve GAP Bölge Kalkınma İdaresi yöneticilerinin de söz aldığı gecede, markayı anlatan yeni video ilk kez ziyaretçilere sunulurken, Argande'nin yeni aşamaya geçişi kutlandı.

## Güneydoğu Anadolu Argande ile markalaşıyor

İsveç Uluslararası Kalkınma İşbirliği Ajansı (Sida)'nın sağladığı finansal destek ile GAP Bölge Kalkınma İdaresi ve UNDP ortaklığında yürütülen "GAP Bölgesinde Kadının Güçlendirilmesinde Yenilikler Projesi"nin bileşenlerinden biri olan Argande, Güneydoğu Anadolu'daki kadınların sosyal ve ekonomik olarak güçlendirilmesi amacını taşıyor. Argande kapsamında Türkiye'nin önde gelen moda tasarımcıları, bölgedeki kadınlarla yakın işbirliği içinde çalışıyor. Argande, kadınların iş gücü piyasasına katılımını, Güneydoğu Anadolu'nun markalaştırılmasını ve yeni satış ve pazarlama fırsatlarının yaratılmasını hedeflerken, kültürel mirasın görünür kılınması sayesinde proje, yerel kültürel zenginlikler, çeşitlilik ve kadınların üretkenliğine dayalı olarak bölgenin daha olumlu bir şekilde algılanmasına yardımcı oluyor. Türkiye genelinde 16 farklı Mudo mağazasında satışa sunulan Argande ürünlerinin internet üzerinden pazarlanması ise Markafoni tarafından yapılıyor.





# OSKAR®

www.oskariplik.com.tr



## EGY STITCH & TEX 2013 MISIR FUARI'NDAN



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

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

**Alexandria Branch**  
Khalid Bin Al Waleed St. Cross  
Muhammed Nagib.al Waleed  
Towers Building 3.2nd Floor  
Apt. 9 Alexandria-Egypt  
Tel : +2011 776 13 61



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

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

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

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

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

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



# “TARİHİ YARIMADA’YA CAN VERİYORUZ”

ASIRLARDIR TİCARET MERKEZİ KONUMUNDA OLAN LALELİ, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN MERKEZLERİNDEN BİRİ OLMAYA DEVAM EDİYOR. LALELİ’NİN BİRLEŞTİRİCİ BİR GÜCE SAHİP OLDUĞUNU SÖYLEYEN LASİAD BAŞKANI GİYASETTİN EYYÜPKOCA, BÖLGENİN TARİHİ YARIMADAYA CAN VERDİĞİNİ SÖYLÜYOR.

**Geçmiş** 18. yüzyıla kadar uzanan Laleli, tekstil ve hazır giyim sektöründe kuşkusuz önemli bir yere sahip. Bölge, Rusya, Ukrayna, Polonya, Litvanya, Moldova, Mısır, İran, Suriye, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan ve Beyaz Rusya ülkeleri gibi birçok ülkeden satın alınmanın,

her sezon binlerce ürün aldığı toptancıların bulunduğu bir nokta. Hareketin hiç eksik olmadığı Laleli’de bulunan irili ufaklı çok sayıda firma, gerçekleştirdikleri ihracatla da Türkiye’nin ekonomisine önemli bir katkı sağlıyor. Laleli bölgesinde bulunan esnafın, sıkıntılarını dile getirmek adına sivil toplum kuruluşu olarak kurulan Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD) ise 1997’den bu yana çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Yaklaşık 55-60 ülkeye sıcak satış yapan Laleli bölgesinin problemlerini çözmek için böyle bir oluşuma girdiklerini belirten LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca; LASİAD olarak gerek Rusya coğrafyası, gerek diğer coğrafyalarda yaşanan sıkıntıları ilgili kurumlarla görüşerek, raporlar hazırlayarak çözüme ulaştıklarını söylüyor. Laleli’nin bir moda merkezi olduğunu ve bölgenin birleştirici bir güce sahip olduğunun altını

çizen Eyyüpkoca, “Laleli’de hizmet sektörü ön planda. Bayan hazır giyimi, erkek hazır giyimi, ev tekstili, deri sektörü, ayakkabı sektörü ve ziynet eşyası dediğimiz kuyumculuk sektörü bölgede bir arada bulunuyor. Tüm bu sektörler bir araya geldiğinde birbirini destekler bir niteliğe kavuşuyor” diyor.

## “Laleli esnafı günah keçisi seçiliyor”

Hazır giyim sektörünün kazanımlarının bittiği yerde turizm sektörünün kazanımlarının ortaya çıktığını belirten Eyyüpkoca, “Dünyanın neresine giderseniz gidin, bu şekilde bir kümelenme göremezsiniz. Bu model, Laleli’nin ömrünün ne kadar uzun olacağı ve ticari olarak ne kadar kazanç elde edeceğinin ifadesidir. Bu kadar rengi bir arada barındırmanın da bizim güzelliğimiz olduğunu düşünüyorum” diyor. Laleli’yi dünyada eş benzeri olmayan bir bölge



## LASİAD'IN RUSYA COĞRAFYASINA İLİŞKİN YAŞANAN SIKINTILARI RAPORA DÖKEREK, DEVLETE SUNDUĞUNU BELİRTEN EYYÜPKOCA, DERNEĞİN RUSYA DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ'NE DE ÜYE OLARAK BU RAPORLAR DOĞRULTUSUNDA ÇÖZÜM YOLLARI ARADIĞINI İFADE EDİYOR.

olarak nitelendiren LASİAD Başkanı, bu kümelenmedeki insanların sıfırdan başladıklarını ve yukarı tırmandıklarını da altını çiziyor. Laleli gibi kümelenmenin olduğu bir bölgede bazı kazanımların ister istemez çatıştığını söyleyen Eyyüpkoca, bu noktada çatışan kazanımların iyi algılanması gerektiğini dile getiriyor. Eyyüpkoca, "Her seferinde Laleli esnafı günah keçisi seçiliyor. Aslında bugün bölgede çok ciddi yatırımlar yapan iş adamları var ve bu iş adamlarının Türkiye ekonomisine ciddi katkıları oluyor" diyor. Ege ve Akdeniz Bölgesi'nin turizme olan katkılarından da bahseden Eyyüpkoca, Rusya coğrafyasının, bu bölgelere olan ilgisinin Laleli'nin yapmış olduğu tanıtım ile doğru orantılı olduğuna dikkat çekiyor. Rusya ile olan ilişkilerin diğer ülkelere de örnek olabileceğini söyleyen LASİAD Başkanı, "Ülkelerin bakış açısını değiştirmek için önce kendi içimizdeki sorunları çözmemiz gerekiyor" şeklinde konuşuyor.

### "Partnerlerimize ihracatı öğrettik"

2013 yılında sıcak satışın daha fazla olacağını söyleyen Eyyüpkoca, "Bölge olarak müşterilerimize sıcak satış yapmak birinci hedefimiz" diyor. Şu anda ihracat pazarlarında bulunan müşterilerinin geçmiş dönemlerde ihracat sistemini hiç bilmediğini söyleyen Eyyüpkoca, "Bu işbirlikleri esnasında, parterlerimize ihracat kapsamına girmenin süreçlerini gösterdik. 2013 yılında Rusya coğrafyasıyla ihracatın ne kadar arttığına tanık olacaksınız. Bu da 2023 hedefine Laleli'nin ne kadar katkı sağladığının güzel bir göstergesi olacak" diye konuşuyor.

### Laleli'nin çehresi değişiyor

Türkiye'nin dış ticaretinde önemli paya sahip olan Laleli, alt yapı yenilemelerini hızla yaptı ve sona yaklaştı. Fatih Belediyesi ve LASİAD'ın iş birliğiyle başlayan alt yapı düzenlemelerinin toplam maliyeti ise 10 milyon TL oldu. İstanbul'un moda merkezi olan Laleli'nin geleceği için kendilerine düşen görevi yerine getirdiklerini belirten Giyasettin Eyyüpkoca, bu yenileme çalışmalarıyla Laleli'nin çehresinin değiştiğini söylüyor. LASİAD olarak her yıl kış mevsiminde, yeni yıla 10 gün kala dernek üyeleri ve esnafla görüşerek, bir önceki yılın muhasebesini

yaptıklarını ve bir sonraki yıl için neler yapabileceğinin raporunu hazırladıklarının altını çizen Eyyüpkoca, sosyal sorumluluk projelerine büyük önem verdiklerini dile getiriyor, Eyyüpkoca, "Dernek olarak sosyal sorumluluk projelerinin içinde aktif olarak yer almaya çalışıyoruz. Bu anlamda, 2012 yılında Somali'ye 300 bin liralık yardım yaptık. Van depreminde de oradaki insanları unutmayıp, 100 tane prefabrik ev desteğinde bulduk" diyerek, sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalarına dikkat çekiyor.

### Rusya ile ilgili sorunlara çözüm yolları aranıyor

Türkiye'nin başta tekstil ve hazır giyim olmak üzere 2012 yılındaki ihracat performansına da değinen Eyyüpkoca, geçtiğimiz yıl ihracatın, ithalat karşısında düşük seviyede kaldığını ifade ederek, bu mesafeyi kapatabilmek için çok çalıştıklarını söylüyor. Rusya ve Türkiye devlet adamlarının bir araya gelip gelişmeler için imza attıklarını belirten LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı, "Tüccar olarak sizin kararlarınızı devlet de desteklese her zaman ileri giderseniz ve bu görüşmeler sizi kamçılar" diyor. Bu anlam-

da LASİAD'ın Rusya coğrafyasına ilişkin yaşanan sıkıntıları rapora dökerek, devlete sunduğunu belirten Eyyüpkoca, derneğin Rusya Dünya Ticaret Örgütü'ne de üye olarak bu raporlar doğrultusunda çözüm yolları aradığını ifade ediyor.

### Laleli, Shopping Fest'e hazırlanıyor

2012 yılında ilkini gerçekleştirdikleri "Laleli Shopping Fest" in renkli görüntülere sahne olduğunu da anlatan LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı, bu yıl 27 Mayıs- 2 Haziran tarihleri arasında etkinliğin 2'ncisini yapacaklarını söylüyor. Laleli Shopping Fest'i gelenekselleştirmek için çalışmalar yaptıklarını belirten Eyyüpkoca, bu festivalle tekstil sektörüne hareketlilik kazandıracaklarına inandıklarını ve 2013 yılında bir önceki yılda başlayan tabela standardının hayata geçeceğini altını çiziyor. Laleli'de ciddi iş potansiyelinin oluştuğunu belirten LASİAD Başkanı Eyyüpkoca, "Laleli'de söz konusu olan bu ciddi iş potansiyeli bizi yakından ilgilendiriyor. Çünkü buradaki insanlar ne kadar motive edersek, sektör olarak o kadar kazanım elde ederiz" diyerek sözlerini sonlandırıyor.



Yaklaşık 55-60 ülkeye sıcak satış yapan, hareketin hiç eksik olmadığı Laleli'de bulunan irili ufaklı çok sayıda firma, gerçekleştirdikleri ihracatla da Türkiye'nin ekonomisine önemli bir katkı sağlıyor.

DÜNYA BANKASI , TÜRKİYE İLE AB ARASINDAKİ GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN EKONOMİK ETKİLERİNİ ARAŞTIRMAK AMACIYLA BİR ÇALIŞMA BAŞLATTI. ÇALIŞMA SONRASINDA ORTAYA ÇIKACAK TABLONUN TÜRKİYE'NİN AB ÜYELİĞİNİ SEKTEYE UĞRATACAĞINDAN ENDİŞE EDİLİYOR.



HALUK ÖZELÇİ  
İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

# TÜRKİYE'NİN AB SÜRECİ ARAŞTIRILYOR

**AB** Komisyonu'nun girişimiyle başlatılan, çalışmada, Gümrük Birliği'nin ticari ve ekonomik etkilerinin değerlendirilmesinin yanı sıra, derinleştirilmesi ve genişletilmesi de masaya yatırılacak. İkili, ticareti olumsuz etkileyen sorunların giderilmesi, hizmetler, kamu alımları ve tarım gibi, Gümrük Birliği tarafından henüz kapsanmamış sektörlerin de kapsama alınmasının taraflar üzerindeki etkileri araştırılacak.

Dünya Bankası'nın yürüttüğü çalışmanın, Gümrük Birliği'nin kapsadığı ürünlerle, kapsam dışı ürünlerin ticaretindeki değişimi, GB'nin ticaret yaratıcı ve ticaret saptırıcı etkilerini ortaya çıkarması bekleniyor. Çalışmada, karayolu kotalarının nakliyeciler üzerindeki etkilerinin yanı sıra, Türkiye'nin Avrupa Ulaştırma Sistemi'ne dahil edilmesinin yöntemleri incelenecek. Gümrük Birliği'ne, demir-çelik ve tarım ürünlerinin eklenmesi ayrıca, hizmetler sektörünü de kapsayacak şekilde genişletilmesine ilişkin yöntemler araştırılacak. Bu çalışmanın Gümrük Birliği'nin, Türkiye-AB ticaretine etkileri ve bu bağlamda ortaya çıkan sorunların tesirlerinin ortaya konması açısından yararlı olacağını söylemek mümkün.

Ancak, konuyla ilgili bazı çekinceler de var. Her şeyden önce Gümrük Birliği'nin,

Türkiye'yi AB üyeliğine taşıyacak bir aşama olduğu unutulmamalı. DTO'nun çok taraflı ticaret müzakereleri sürecinin çıkmaza girmesi, uluslararası ticari ilişkilerin ikili STA'lara dönüşmesine yol açmıştı. AB'nin ticaret politikası tümünden değişti. Komisyon birbiri ardına STA müzakereleri yapmaya başladı. Tamamlanan STA'ların sonucunda bizim, topluluk pazarında GB ile edindiğimiz tavizlerin neredeyse tamamı ortadan kalktı. AB'nin yaptığı STA'ların üstlenilmesinde yaşanan güçlükler, Türk karayolu taşımacılığına uygulanan kotalar ve Türk iş adamlarının AB üyesi ülkelerde karşılaştıkları katı vize uygulamaları, GB kapsamında karşılaştığımız sorunların başında geliyor. Bu engeller, AB ile aramızdaki GB'ne esas oluşturan Ankara Anlaşması'na, "Katma Protokole" ve 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi kararlarına aykırı uygulamalar ve hiç bir tartışma veya pazarlık konusu edilmeden çözümleri gerekir. İncelemenin sonucunda ortaya çıkacak tablo, AB üyeliğini bir yana bırakarak sadece, GB'nin genişletilerek derinleştirilmesi sonucuna odaklanırsa, mevcut sorunların daha da artmasına ve gündemden düşürülmeye çalışılan tam üyeliğin, tümüyle rafa kaldırılmasına yardım edebilir. Dünya Bankası çalışmasının 2013 yılı Ekim ayında tamamlanması bekleniyor.

Yetkililerle yapılacak temaslarda, tam üyelik hedefimize odaklandığımızı ve bundan geri adım atmayacağımızı vurgulamak, kararlı bir mesaj olarak etki yaratabilir diye düşünüyorum. Türkiye, AB ilişkilerinin 50 yıllık bir mazisi var. Bu süre içinde Topluluk sürekli olarak büyüdü ve genişledi. Birliğin kurucu yasası olarak bilinen Roma Anlaşması, bile birçok kez değişti. Topluluğun yapısında ve karar alma meka-

nizmasında önemli düzenlemeler yapıldı. Bu süreçte yegane değişmeyen, statik bir şekilde duran, AB, Türkiye ilişkileri oldu. Bazı başlıklar Fransa tarafından, üyeliğimizin önünü açar korkusuyla, bazıları, G.Kıbrıs yönetimi tarafından, sadece Türkiye karşıtı olma nedeniyle bloke edildi. Bunları bir tarafa bırakıyorum. Demek istediğim, AB sürekli genişlerken, yapısı, ticaret politikası, karar mekanizması değişirken, bunların hiçbiri bizim ilişkilerimize yansımada.

AB ile aramızdaki GB ilişkisinin başka bir örneği yok ve 17 yıldır devam eden bu süreçte, Topluluklar Komisyonu tarafından alınan tüm ticari ve ekonomik kararları üstlenerek uygulamak zorundayız. AB ile Türkiye arasındaki GB, tam üyelikten önceki son etap olmasına rağmen, hala ortada verilmiş bir tarih olmadığı gibi sürekli engellerle karşılaşıyoruz.

## Topluluk ülkeleri Türkiye'yi desteklemiyor

Topluluk ülkeleri arasında, Türkiye'yi ciddi olarak destekleyen bir siyasi iradenin olduğu söylenemez. Hal böyle olunca, AB ile ilişkilerimiz sadece, komisyonda görev yapan bazı iyi niyetli kişilerin çabalarıyla sınırlı kalıyor. Böylesine bir ortamda, Türkiye'nin Toplulukla ilişkilerini ilerletmek mümkün değil. Günlük gelişmelere göre arada sırada, İspanya, İtalya veya İsveç gibi ülkeler Türkiye'nin, AB üyeliğini desteklediklerini dile getiriyor. Bu girişimler olumlu, ancak bizi sonuca götürecek gücü taşıyor. Kilitli çözecek ülkeler, Fransa ve Almanya. Bu ülkelerin onayı ve desteği olmadan AB ile ilişkilerimizin ilerlemesini, üyeliğimizin gerçekleşmesini beklemenin hiç bir anlamı yok.



*İthal Aksesuarda Fiyat Avantajı*



*Çindeki Model Seçeneklerini Türkiyeye Taşudık*



**Huaixin Dantel ve Tekstil**

AKSESUAR İTH. İHR. SAN. VE DİŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
Gencosman Mah. Geçit Sok. No: 13/A Gungören/İSTANBUL  
Tel: +90 (212) 610 99 01 Fax: +90 (212) 610 99 09  
E-mail: [hxlace@hotmail.com](mailto:hxlace@hotmail.com) Web: [www.h-xlace.com](http://www.h-xlace.com)

**TekStil**  
Tayyare ve Teyzenin Pazarı  
0012 555 94 94



# AĞ İMALATÇILARININ BEKLEDİĞİ HABER GELDİ

**TÜRKİYE'DE AĞ ÜRETİCİSİ FİRMALAR, İTHALATÇI FİRMALARIN YARATTIĞI BELİRSİZLİKTEN KAYNAKLI TEKSTİL ÜRÜNLERİNE UYGULANAN YÜZDE 8 KDV ORANININ DIŞINDA BIRAKILMA İLE YÜZYÜZEYDİLER. KDV ORANIN YÜZDE 18 OLARAK UYGULANMASI DURUMUNDA ÜRETİMİN DURACAĞINI BELİRTEN SEKTÖR TEMSİLCİLERİ, EKONOMİ BAKANLIĞI'NDAN KONU HAKKINDA OLUMLU KARAR ÇIKMASINDAN MEMNUN OLDULAR.**

**Türkiye'de** 1962 yılından bu yana üretilen ağ sektöründe bugün 7 üretici firma faaliyette bulunuyor. Sektör, çoğunluğu balıkçılık sektörüne olmak üzere çok çeşitli alanlara yönelik olarak ağ üretimi yapıyor. Bir tekstil ürünü olarak üretilen ağlar daha sonra balıkçıların ellerinde belirli işlemlerden geçtikten sonra balık ağlarına dönüşüyor. Ağ üretim sektörünü, tekstil ürünü üretmelerine rağmen, tekstile uygulanan yüzde 8 KDV'nin uygulanıp uygulanmayacağına dair tartışmalar tedirgin ediyordu. Zira ağ üreticileri ürünlerine yüzde 18 KDV üretimi uygulanması durumunda sektörün biteceğine dikkat çekiliyordu. Ekonomi Bakanlığı, bu konuda yaşanan tartışma ve kafa karışıklığına aldığı bir kararla son verdi. Bakanlık ağ üreticilerinin ürettikleri ürünleri tekstil kapsamında değerlendirilerek yüzde

8 KDV oranı uygulanmasına devam dedi. Sektörde yer alan bütün firmaların bir araya gelerek kurmuş oldukları Türkiye Ağ İmalatçıları Derneği bir süredir bu konunun sektör lehine çözülmesine yönelik olarak Ekonomi Bakanlığı nezdinde girişimlerde bulunuyordu. Konu hakkında Türkiye Ağ İmalatçı Derneği Başkanı Mustafa Uyguner ile üyeleri Necdet Özbilen ve Mümtaz Özbiilen ayrıntılı bilgiler aktardılar.

## **Ağ imalatçıları çabalarının sonucunu aldı**

Ağ üretimi yapan bütün firmaların bir araya gelerek Türkiye Ağ İmalatçıları Derneğini 2011 yılında kurduklarını belirten Dernek Yönetim Kurulu Üyesi Mümtaz Özbiilen, Dernek olarak ilk yaptıkları faaliyetin ithalatçı firmalara karşı yerli üretimi korumaya



## EKONOMİ BAKANLIĞI, AĞ SEKTÖRÜNDEKİ KDV'YE YÖNELİK YAŞANAN TARTIŞMALARA ALDIĞI BİR KARARLA SON VERDİ. BAKANLIK, BU ÜRÜNLERİ TEKSTİL KAPSAMINA ALARAK AĞ İMALATÇILARINA MUTLU HABERİ VERDİ.

yönelik olarak Ankara'ya giderek Ekonomi Bakanlığında temaslarda bulunmaları olduğunu belirtiyor. Mümtez Özbilen sektörü sektörde yaşanan krizi özet olarak bize şöyle aktardı: "Bizlerin hammadde olarak kullandığı iplik ithal ediliyor. Bu ürün ithal edilirken referans fiyat uygulamasına tabi tutuluyor. Buna göre belli bir fiyatın altında ithalat yapamıyorsunuz. Gerçekte bu fiyatın altında almış olabilirsiniz ama ithal ederken o fiyat üzerinden verginizi ödüyorsunuz. Oysa bizim üretmiş olduğumuz nihai ürün olan ağlarda böyle bir referans fiyat uygulaması yoktu. Ekonomi Bakanlığında ki yetkililerde bu konuda bizi haklı gördüler. Belli bir bedelin altında alamazken serbest fiyatlar satılması çelişki yaratıyordu. Ciddi bir haksız rekabet durumu vardı. Ekonomi Bakanlığı yetkilileri buna karşı bizim ürünümüzün satışına dair de bir referans fiyat uygulaması getirdiler. Daha sonra Ekonomi Bakanlığı yetkilileri gelerek sektörde ki firmaları yerinde incelediler. Bu ürünün de bir tekstil ürünü olduğuna kanaat getirdiler. Geçen sene ithal ürünlere uygulanan ek vergi kapsamına da soktular bizi. Şu anda ağ ithalatında hem referans fiyat uygulaması ve ilave gümrük vergisi uygulaması var. Bunun yüzünden yerli üreticiler ithalatçıların yarattığı haksız rekabetten korunabiliyor. Tekstil sektörüne 2006 yılından itibaren uygulanan yüzde 8 KDV oranının bizim ürettiğimiz ağlara da uygulanıyordu. Bu konuda herhangi bir sorun yaşanmaması için o zaman ki adı Defterdarlık bugün ki adı Gelir İdaresi Vergisi'ne başvuru yaptık. Ürünlerimizin iplik olduğu yönünde karar verilerek, KDV oranının yüzde 8 olacağına dair bilgi aldık Defterdarlıktan. Bizde o yıldan beri o oran üzerinden satıyoruz. Bu durumdan rahatsız olan ithalatçı firmalar çeşitli girişim ve şikayetlerde bulundular. Sektörde ki bütün üreticiler bir inceleme merkezi tarafından incelendi. Bu incelemeler sonucunda da KDV'nin yüzde 8 olması yönünde karar alınmıştı. Aradan bir yıl geçtikten sonra 2011 yılına geldiğimizde ithalatçıların yoğun şikayetiyle bu sefer Gelir İdaresi Başkanlığı KDV'nin yüzde 18 olması yönünde görüş beyan etti. Bu görüş çerçevesinde sektörde üretici bir firmaya 2007 yılından itibaren kestiği fatura farkından doğan cezayı geriye

dönük tarh etti. KDV müşterinizden tahsil ettiğiniz ve ödediğiniz bir vergi. Ancak yaptığımız görüşmeler, sonucunda Ekonomi Bakanlığı yetkilileri bu konuda ki merakızı anladılar. Ve sorun lehimize çözülmüş oldu.

### Tekstilciler ağ üreticilerinin yanında

Balık İmalatçıları Derneği Başkanı Mustafa Uyguner'de bu konuda sektör olarak yüzde 100 haklı olduklarını ve bunun daha önce defalarca yetkili kurumlarca da belirtildiğine dikkat çekiyor. Uygulama noktasında ise kesin sonuca varılması için daha hızlı hareket edilmesi gerektiğini belirten Uyguner, bu konuda tekstil sektörünün diğer temsilcileri ile birlikte üyesi oldukları İstanbul Sanayi Odası'nın da desteğini aldıklarını belirtiyor. İstanbul Sanayi Odası'nın tekstil bölümünde ki arkadaşlarında ürettikleri ürünün tekstil grubu içerisinde olduğunu ve uygulanması gereken KDV oranının da yüzde 8 olması noktasında görüş ortaya koyduklarını belirten Uyguner, konuya İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin yakın ilgi gösterdiğini dile getirdi. Kendilerinin ürettiği ürünün balıkçıların kullandığı nihai ürün olan ağlar ile karıştırıldığını belirten Uyguner, "Bizim ürünümüzün bir balık ağı olması için bir işlemler zincirinden geçmesi gerekiyor. Bizim yaptığımız ürün balık tutmaz. Onun balık ağı olabilmesi için altına kurşun dizilmesi, üstüne mantar getirilmesi, halatlar ile donatılması lazım. Yani birkaç

malzeme daha girecek, işçilik yapılacak ondan sonra nihai balık ağı olarak karşımıza çıkacak. Oysa benim ürettiğim ürün değişik alanlarda kullanılacak bir tekstil ürünü konumunda. Ama bizim ürünümüze yüzde 18 KDV uygulamaya çalışırken diğer tekstil ürünleri yüzde 8 oranında KDV uygulanıyor. Bu durum, bizi rahatsız ettiği gibi sektörde de bir moralsizlik yaratıyordu. Ekonomi Bakanlığı aldığı karar ile sektörü uçurumun kenarından çektiğini söyleyebiliriz. Bu konuyu özenli bir şekilde ele alan Ekonomi Bakanlığı'na, İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe'ye sektör adına teşekkürlerimizi iletiyoruz" dedi.

### Ağ üretimi biterse balıkçılıkta biter

Türkiye Ağ İmalatçıları Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Necdet Özbilen de ağ üreticilerinin KDV oranlarının yüzde 8 olarak düzenlenmemesi halinde yerli üreticilerin tamamının tesislerini kapatacağına vurgu yaptı. Ekonomi Bakanlığı'nın bu duruma gelmeden, konuyu titizlikle ele aldığını belirten Özbilen, ağ üreticiliğinin Türkiye'de bitmesinin balıkçılık sektörün de bitmesi anlamına geleceğinin altını çizdi. Balık ağlarının tamamını ithal edilmeye çalışıldığında ağ talebine çok hızlı cevap verilemeyeceğini belirten Özbilen, Uzakdoğu'dan bu ağların Türkiye'ye gelmesi en az 5 ayı bulduğuna dikkat çekti.



Türkiye'de çoğunluğu balıkçılık sektörüne olmak üzere çeşitli alanlara yönelik üretim yapan 7 ağ imalatçısının yıllık üretim kapasitesi 3 bin ton olduğu kaydediliyor



# İLERİ TEKNOLOJİLERDE ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİ \*

GÜNÜMÜZDE ÜNİVERSİTELER SADECE EĞİTİM VEREN DEĞİL, BİLİM VE TEKNOLOJİ ÜRETEK, PATENT VE PROJE GELİŞTİREN KURUMLAR OLMAYA BAŞLADI. BUNUN EN GÜZEL ÖRNEKLERİNDEN BİRİNİ DE, SABANCI ÜNİVERSİTESİ BÜNYESİNDE KURDUĞU “SUNUM” ADLI UYGULAMA ESASLI NANOTEKNOLOJİK ARAŞTIRMA MERKEZİ İLE ORTAYA KOYDU.

**İleri** teknolojilerde hızlı değişen teknolojilerin gereksinimleri, yavaş değişen sanayi veya akademik organizasyon davranışları ile örtüşemeyebilir. Bu noktada esnek ve değişime açık yönetim yaklaşımları başarılı sonuca ulaşmakta önemli hale geliyor. Diğer taraftan ileri teknolojilerde araştırmadan uygulamaya geçişte yönetim farkları da söz

konusu oluyor. Araştırmada doğal olarak belirsizlikler vardır. Araştırma, hatalar yapılarak öğrenilir. Bu anlamda sabır ve sebat gerektirir. Araştırmanın bütçesi belirsizdir. Bu kapsamda Ar-Ge yönetiminin temelini “Başarısızlık Yönetimi” oluşturur. Diğer yandan uygulamaya geçmek, yeni ürün için ise kullanıcıların istediği ürünü veya pazar yaratıcı yenileşimi yapmak için sınırlı bir zaman vardır. Zamanında, verilen bütçe içinde kalarak sonuca ulaşmak ise “başarı odaklı” yönetim modelleri içinde yapılabilir. İleri teknolojilerde araştırmadan uygulamaya geçişte temel bilim, destekleyici teknoloji, mühendislik, uygulama ve sistem katmanlarındaki tüm disiplinlerarası öğretim üyesi, sanayideki araştırmacı ve öğrenci paydaşlarının takım çalışması ile önemli sonuçlar elde edilebilir. Teknoloji geliştirme süreçlerini sağlamak üzere teknoparklar, teknoloji transfer merkezleri, kuluçka merkezleri süreci tamamlamak için oldukça önemlidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, temel bilimsel ve uygulamaya dönük çalışmaların eğitim çalışmalarına paralel yürütüldüğü kurumsal

Ar-Ge merkezlerine duyulan ihtiyaç kaçınılmaz oluyor. Bilimden katma değerli uygulamaya geçişte aralığı kapatmak için stratejik Ar-Ge köprüsü oluşturmak gerekiyor. Söz konusu Ar-Ge köprüsü de üniversiteler içinde veya çevresinde oluşturulacak kurumsal araştırma birimleri Ar-Ge merkezleri tarafından sağlanabilir. Üniversite ve sanayi Ar-Ge’si birbirlerinden farklı hızlarla dönen farklı büyüklüklerde iki çark gibi düşünülebilir. Merkezler akademik – sanayi araştırmaları arasındaki düzey ve zaman farklarını birbirine yaklaşır ve uyumlu hale getiren bir ara yüz oluşturur. Merkezlerin yönetiminde gerekli olan özellikler arasında en önemlisi üniversite yapısının içinde etkin ve odaklı, birleştirici ve tetikleyici yaklaşım ve katalizör işlevidir. Üniversitenin en büyük katkısı ortak zeka ve kendi alanlarında yetkin akademik araştırmacılar olduğu için, öğretim üyelerinin ve araştırmacıların etkin katılımları başarı için gereklidir. Üniversite-sanayi işbirliğinde en önemli etken birbirini tanımadır. İşbirliklerinde birleştirici yaklaşım ve model – üni-





## KALKINMA BAKANLIĞI VE SABANCI VAKFI'NIN KATKILARIYLA KURULAN "SUNUM", TEKNOLOJİDE ÖNCÜ, TÜRKİYE'NİN BİLİM VE REKABET GÜCÜNÜ ARTIRAN, DİSİPLİNLERARASI ARAYÜZ OLUŞTURARAK BİR "İNNOVASYON KAMPÜSÜ" MODELİ OLMAYI HEDEFLİYOR.

versite, sanayi ve kamu paydaşlarının özerk bir yönetime etkin katılımı ile sağlanabilir. Bu süreçte sabır ve karşılıklı güven, başarıya destek, başarısızlığı yöneterek, devre dışı bırakma başarı için gereklidir.

### İnsan hücresinden esinlenmiş bir mimari

Sabancı Üniversitesi, Nanoteknoloji Araştırma ve Uygulama Merkezi -SUNUM - Sabancı Üniversitesinin duvarsız ve disiplinlerarası yaklaşımı ile Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesinin (MDBF) bilimsel ve teknik açıdan yetkin öğretim üyesi kadrosunun oluşturduğu temel üzerinde, Kalkınma Bakanlığı ve Sabancı Vakfı'nın katkılarıyla kuruldu. SUNUM uygulama esaslı nanoteknolojik araştırma altyapısı - bina ve donanım içeren bir uygulama merkezi olma özelliği taşıyor. Enerjiyi etkin kullanan, çevreci, yeşil, LEED ve BREEAM belgelerine sahip olan SUNUM, 7 bin 368 metrekarelik özgün ve öncü tasarımlı bir merkez binasına sahip. İnsan hücresinden esinlenmiş özgün bir mimariye sahip olan merkez binasının yapımında modern inşaat teknikleri kullanılmış. Araştırma laboratuvarlarında, tek tek atomları görüntülemek ve nanometreden daha küçük çözünürlüklere ulaşabilen elektron ve atomik güç mikroskoplarından, DNA sekanslamaya, çok yüksek frekanslarda ölçme yapabilecek yankısız odaya, hücre içine bakabilen ve bileşenlerini ayrıştırabilen

cihazlara ve hücre kültürüne kadar birçok disiplinde üstün hizmet verebilecek cihazlar bulunuyor. Bu laboratuvarlar MDBF'de bulunan geniş laboratuvar olanakları ile birleşerek hemen her türlü nanoteknoloji ve mikroteknoloji araştırması yapmaya olanak sağlıyor. SUNUM, tüm akademik ve sanayi kullanıcılarının açık olan bir uygulama merkezi özelliği taşıyor.

### Araştırmalar tematik alanlara odaklanıyor

Sanayi işbirliklerinde stratejik hedef 5746 Sayılı Kanunla kurulan sanayi Ar-Ge merkezleri ile birlikte çalışmak olup, stratejik işbirliklerinin amacı sadece proje yapmak değil, karşılıklı kazan-kazan esasına bağlı ve güven unsuruna dayalı, uzun vadeli, geniş kapsamlı işbirlikleri oluşturmak. Yani ilgili Ar-Ge merkezinin iyi bir çözüm ortağı haline gelebilmek. Akademik işbirliklerindeki amaç ise diğer üniversite ve araştırma merkezleri ile beraber çalışarak, sanayi paydaşlarına geniş kapsamlı çözümler sunabilmektir. SUNUM'da gerçekleşen araştırmalar üniversitede kritik insan kaynağının bulunduğu tematik alanlarda odaklanılmış. Çalışmalar insan odaklı ve nanoteknolojilerde son

yıllarda gündeme gelen iş ve çevre güvenliğini ve "yeşil" nanoteknoloji yaklaşımları öne çıkartarak yapıyor. Bu alanlar içinde enerji, çevre ve su, savunma uygulamaları SUNUM'un gelişmiş altyapısı ile yeni ivme kazanıyor. Yeni odak alanları olarak ise yakın vadede yapısal malzemeler (örnek olarak nanoteknolojileri kullanan yüksek özellikli kompozit paneller ve tıbbi malzemeler), orta vade uygulama alanı gıda ve ziraat, uzun vade uygulama alanı ise sağlık ve nano-biyoloji olarak seçilmiştir.

Araştırmanın en önemli temel değeri olan araştırmacı insan kaynaklarının geliştirilmesi de SUNUM'un öncelikli alanları arasında yer alıyor. Akademik girişimciliğin desteklenerek öncü teknoloji şirketleri oluşturulması da SUNUM'un kısa vadedeki hedefleri arasında yer alıyor. SUNUM teknolojide öncü, Türkiye'nin bilim ve rekabet gücünü artıran, uygulama sırasında köprü oluşturan, disiplinlerarası arayüz oluşturarak bir "İnnovasyon Kampüsü" modeli hedefliyor.

\* Hazırlayanlar  
Volkan Özgöz Sabancı Üniversitesi,  
Nanoteknoloji Araştırma ve Uygulama Merkezi  
Yusuf Menceloğlu Sabancı Üniversitesi,  
Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi  
Hasan Mandal Sabancı Üniversitesi,  
Araştırma ve Lisansüstü Politikaları Direktörlüğü



TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN DÜNYADA ÖN PLANA ÇIKTIĞI ÖNEMLİ NİŞ ÜRETİM ALANLARINDAN İÇ GIYİM, ÇORAP ÜRÜN GRUPLARINA YÖNELİK DÜZENLENEN, "İF EXPO 2013 FUARI" 31 OCAK- 2 ŞUBAT TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİ.



# İÇ GIYİM VE ÇORABA İF EXPO DOPİNGİ

**Tüyap** tarafından, Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD), Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGİS), Ege Sanayicileri Derneği, Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği işbirliği ile düzenlenen İF EXPO 2013, 10. Uluslararası İstanbul Çorap, İç Giyim Fuarı; 31 Ocak – 2 Şubat 2013 tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Türk tekstil sektörünün dünyada ön plana çıktığı önemli niş üretim alanlarından iç giyim, çorap ürün gruplarına yönelik düzenlenen fuar; 6 binden fazla ziyaretçiyi ağırladı.

Türk tekstil sektörünün buluşma adresi olan İF EXPO, Uluslar arası İstanbul Çorap ve İç Giyim Fuarı'nda, 90'dan fazla firma, 150'nin üzerinde marka ile 2013-2014 sonbahar-kış tasarımları, trend alanı sergisi ve firmaların düzenlediği mini defileler ile ilk kez görücüye çıktı. 4 farklı temada hazırlanan tasarımlar, sektör profesyonellerinden tam not aldı.

Balkan ülkeleri, Rusya, İran, Ortadoğu ülkelerine ve yurtiçi pazarlara yönelik yaygın tanıtım çalışması yapılan fuar, İran, Azerbaycan, Gürcistan, Rusya, Ürdün, Yunanistan, Ukrayna, Mısır, Libya, Lübnan, Fas başta olmak üzere yurtdışından ve yurtiçinde binlerce kişiyi ağırladı.

## “Sektörel birliği sağlıyoruz”

İF EXPO 2013 açılış töreninde söz alan, Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (TMHGF) Başkanı Hüseyin Öztürk, konuşmasında federasyonun 12 dernek, 1.500 üye ile sektörel birliği sağladığını ve bugün 24 dernek, yaklaşık 6 bin 300 üyeli geniş bir çatı kuruluş haline geldiğini belirtti. İF EXPO projesini geliştirmek için heyecanla büyük bir çaba sarf ettiklerini dile getiren Öztürk, fuarın büyümeye devam edeceğine ve sektöre sürdürülebilir katkı sağlayacağına inandıklarını söyledi. Tüm İç Giyim Sanayiciler Başkanı Derneği (TİGSAD) Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Özhamarat-

lı, İF EXPO'nun sektör için büyük önem taşıdığını belirterek, Türkiye'nin iç giyimde, dünyada 4'üncü sırada olduğunu vurguladı. Bu anlamda sektöre katkısı olacağı düşünülen fuarlara önem verilmesi gerektiğine dikkat çeken Özhamaratlı, iç giyim sektörünün Türkiye ekonomisinde ciddi payı olduğunu da ekledi. Fuarların sadece arz ve talebin buluşma noktası olmadığını söyleyen Özhamaratlı, “Yeniliklerin en kısa ve en etkili süreçte duyurulması açısından fuarlar test edilme alanıdır. Dünyanın her tarafından gelen insanlarla bilgi paylaşımı platformu oluyor. Fuarlar fikir alış veriş ve ileriye dönük planların oluşma noktasıdır” dedi. Özhamaratlı, fuarların daha fazla güçlenmesi gerektiğini ve dernek olarak büyük katkı sağladıklarını vurguladı. Özhamaratlı, sektör olarak fuarcılık alanında başarıyı yakaladıklarını belirtti. İrfan Özhamaratlı, “Fuara yurt dışından yoğun bir katılım var. Seneye de Batı ve Orta Afrika ülkelerine yayılacağız. Bu ülkelerinde katılımı ile daha geniş bir coğrafyada varlığımızı sürdüreceğiz” dedi.



LERAS



*Medanın  
Kalbindeyiz*



www.leras.com.tr | (0212) 505 0 505 pbx

LERAS® 20<sup>Yıl</sup>

TEXTILE ACCESSORIES

ÜRETİMİNİN TAMAMINI TÜRKİYE'DE YAPAN, ANCAK TÜRKİYE'DEN ÇOK YURT DIŞINDA BİLİNE KADIN GİYİM MARKASI "PERSPECTIVE", TÜRKİYE'DE HER GEÇEN GÜN MAĞAZA SAYISINI VE BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRIYOR.



**Güney** Afrika'dan Amerika'ya kadar neredeyse tüm dünyada yer alan hazır giyim markası Perspective, son 5 yıldır da Türkiye'de adını duyurdu. Yurtdışında 40'ın üzerinde, Türkiye'de ise 18 mağaza ile faaliyette bulunan Perspective, ağırlıklı olarak Rusya'nın da içinde olduğu Bağımsız Devletler Topluluğu'nda tanınan bir marka. Bu pazarda toplamda 36 mağaza ile yer alan marka, üretiminin yüzde 60'ını ise ihraç ediyor. Dış piyasada bu denli talep ediliyor olmalarını, başarılarının bir işareti olarak yorumlayan Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Gencer, markalarına olan bu ilginin nedenini ise koleksiyon mantığı ile üretim yapmalarına bağlıyor. Perspective'in yurt dışında olduğu kadar, son yıllarda Türkiye'de de elde ettiği başarı hikayesinin detaylarını markanın Yönetim Kurulu Başkanı Gencer'den dinledik.

**Perspective markasının geçmişini bize özet olarak aktarır mısınız?**

Biz faaliyetlerimize Kelebek Tekstil olarak 1970'li yılların başında başladık. İlk zamanlarda yüzde 100 iç piyasaya yönelik olarak çalışıyorduk. İlk günden itibaren kadın giyimi üretimi üzerine çalıştık ve yola çıktığımız günden bugüne kadar kaliteli üretim kararlılığımızı ortaya koyduk. 1994 yılına kadar iç piyasa ağırlıklı çalışan firmamız, Sovyetler Birliği'nin dağılma süreci ile birlikte, Rusya pazarına yönelik olarak çalışmalarına da başladı. Rusya'daki değişim, bütün sektörlerde olduğu gibi tekstil ve hazır giyim için de yeni potansiyeller açığa çıkardı. 2000 yılında oluşturduğumuz Perspective markası Rusya'da daha da bilinir bir duruma geldi. Perspective markasının doğduğu ülke olan Rusya, bizim için önemli bir pazar.

**Üst segmente yönelik üretim yapan bir şirket olarak, Rusya'da değişen dengelere nasıl uyum sağladınız? İç piyasaya yönelik üretimde ne tür zorluklar yaşadınız?**

Rusya pazarı yaklaşık 250-300 milyon nüfusa sahip bir pazar. Rusya pazarının bize sunduğu en büyük avantajlardan biri de insanlar harcamaya, giyinmeye ve yeniliğe açık olmaları. Modayı takip eden bir kitlenin de bu pazarda kısa sürede oluşması bizi oldukça rahatlatı. Bizim için asıl zor olan Rusya pazarında bu denli başarı

# MAĞAZACILIKTA YENİ BİR "PERSPECTIVE"





Perspective Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Gencer, "Marka olarak piyasada var olduğumuz ilk günden beri kaliteli üretim kararlılığımızdan ödün vermedik."

sağlamışken, dönüp kendi yurdumuzda da bu başarıyı tekrarlamaya çalışmak oldu. 5 yıldır Türkiye'de de markanın tanınırlığı ve bilinirliğini artırmaya çalışıyoruz. İlk etapta mevcut yapı ile iç pazarda ne tür zorluklar yaşarsınız diye araştırmalar yaptık. Fiyat aralığımız ve ürünlerimiz iç piyasaya uygun mu? Kullandığımız kuplar ve ölçü tabloları Türkiye'ye uyacak mı? gibi konular üzerinde durduk. Biz ilk etapta kendi mağazamızı açmadan önce bayilikler ve toptan pazarlama ile bu süreci denetlemeye ve kontrol etmeye başladık. Kendimizi hazır hissettiğimiz aşamada da mağazalarımızı açmaya başladık. Şu anda 3'ü bayii olmak üzere Türkiye'de 18 mağazaya ulaşılmış durumdayız. Türkiye'de hakikatten mağazacılık ve perakendecilik çok daha zorlu. Çünkü uluslararası rekabette Türkiye piyasası gelişmiş durumda. Bundan çokta rahatsız değiliz. Çünkü bu rekabet ortamının bizi de geliştireceğini düşünüyorum. Şu anki mevcut mağazalarımızın 4 tanesi cadde mağazası, geriye kalan 14 tanesi ise AVM'lerde yer alıyor.

#### Üretimimizin tamamı Türkiye'de mi gerçekleşiyor?

Biz Perspective markası olarak yüzde 100 Türkiye'de üretim yapıyoruz. Sadece aksesuar ürünlerinin bir bölümünü Uzakdoğu ülkelerinden satın alıyoruz. Bizim ana temel konumuz olan dokuma ve örme konfeksiyonun tamamını Türkiye'de üretiyoruz. Devletin son dönemde ithalata getirdiği ek vergi gibi konularda da biz yüzde 100

yerli üretime dayandığımız için çok fazla etkilenmedik, fakat büyük oranda ithalata dayalı olan mağazacılık sektörü ciddi ölçüde olumsuz etkilendi.

#### Güney Afrika'dan Amerika'ya kadar nereyese tüm dünyada yer alıyorsunuz. Bunu nasıl sağlıyorsunuz?

Dünyanın birçok noktasında ürünlerimizi satan bayilerimiz bulunuyor. Mesela Libya, Mısır, Fas, Cezayir, Güney Afrika'da bayilerimiz bulunuyor, ancak buralar çok yoğun ihracat yaptığımız yerler değil. Ama bu denli talep ediliyor olmayı da başarımızın bir işareti olarak görüyoruz. Bize bu ilgiyi sağlayan şeyin koleksiyon mantığı ile üretim yapmış olmamıza bağlıyorum. Bizim temel amacımız satılabilir, kaliteli ve bir mağazanın ihtiyacı olan koleksiyonu üretmek. Bunu başardığımız zaman dünyanın her tarafına ürün satabilecek konumda olacağımıza inanıyoruz. Bu anlamda mağazacılık bize şu anda iş öğretiyor, bizi disipline ediyor. Bu anlamda da çok doğru bir iş yaptığımıza inanıyorum. Perspective ağırlıklı olarak Rusya'nın da içinde olduğu Bağımsız Devletler Topluluğunda tanınan bir marka. Bu pazarda toplamda 36 bayi ile yer alıyoruz. Bunun dışında Letonya, Afrika, İran, New York'ta ve Erbil gibi daha birçok noktada bayilikler ile yer alıyoruz. Bizim şu anda üretimimizin yüzde 60'ı ihracatta yönelik olarak gerçekleşiyor. Yurtdışındaki yapıyı daha da güçlendirerek daha da güçlü olmayı hedefliyoruz.

#### Başarıyı nasıl bir ekiple sağlıyorsunuz?

Şu anda Türkiye'de 200 kişilik bir ekip ile çalışıyoruz. Bu ekipteki kişi sayısını üç katına çıkarmayı hedefliyoruz. Bu çalışmaların arkasında çok dinamik ve yoğun planlama gerektiren bir süreç yer alıyor. 4 kişilik bir tasarım ekibi ile hareket ediyoruz. Şu anda ekibin başında bir İtalyan tasarımcımız bulunuyor. Hedefimiz hedef kitlemiz olan tüketicilerimizin 24 saat zaman diliminde giyimini programlamak. Biz bu hedefi koyarken beraber olduğumuz ekibin uyumlu, başarılı ve heyecanlı yapısına güvendik.

#### Hedefleriniz arasında neler yer alıyor?

İç piyasada bilinirliğimiz her geçen gün artıyor. Hedeflediğimiz şey bütün Türkiye'de bilinirliği olan ulusal bir marka olmak. Yurtdışında ise mevcut bir potansiyelimiz var. Bizim hedefimiz var olan bu potansiyeli daha dinamik ve daha yüksek satış potansiyeli ve bayi sayısını artıracak bir yapıya ulaştırmak. İç pazarda da hedefimiz 2015 yılında Türkiye'de en az 40 mağazaya ulaşmak. Daha değişik pazarlarda da yer almak için arayışlarımızı sürdürüyoruz. Özellikle Çin pazarı ilimizi çeken bir nokta.



Perspective markası Türkiye'de 18 mağazası ile müşterilerine ulaşıyor.



# TÜRKİYE

**Gelişmekte** olan bazı ülkeler büyük nüfusları, artan ticari akışları ve hızlı büyüyen ekonomileriyle dünya ekonomisinde önemli oyuncular haline gelmeye başladı. 2003-2008 yılları arasında ortalama yüzde 6 büyüme ile dünyadaki en büyük sürdürülebilir büyümeye sahip ülkelerden biri olan Türkiye de bu aktörler arasında yer almayı başardı.

Geçtiğimiz haftalarda ABD Kongresi'ne araştırma hizmeti sunan Kongre Araştırmalar Merkezi'nin (CRS) yayınladığı "Yükselen Ekonomik Güçler ve ABD Ticaret Raporu" da bu bilgiyi destekler nitelikte. Rapor, dünyadaki tüm olumsuzluklara rağmen yükselen ekonomik güçleri sıralarken, Türkiye'yi, dünyadaki 7 "yükselen ekonomik güç"ten biri olarak gösterdi. Gelişmekte olan bazı ülkelerin büyük nüfusları, artan ticari akışları ve hızlı büyüyen ekonomileriyle dünya ekonomisinde önemli oyuncular haline gelmeye başladığı belirtilen raporda, bu yükselen ekonomik güçler (YEG) başta Çin olmak üzere Türkiye, Brezilya, Hindistan, Endonezya, Meksika ve Rusya olarak sıralandı. Raporda, bu ülkelerin nüfus potansiyeli, artmakta olan ticaret hacimleri ve ekonomik alanda gösterdikleri gelişmelere ilişkin değerlendirmelere de yer veriliyor. "Yükselen Ekonomik Güçler" in küresel

ekonomide önemli aktörler haline geldiği belirtilen raporda, bunun ABD'nin ticaret ve ekonomi politikalarına etkileri irdeleniyor. Raporun Türkiye bölümünde, Türkiye'nin 2003-2008 yılları arasında ortalama yüzde 6 büyüme ile dünyadaki en büyük sürdürülebilir büyümeye sahip ülkelerden biri olduğu belirtiliyor. Türkiye için gayri safi yurt içi hasılasının 2012'de sadece yüzde 2,9 oranında büyümesinin öngörülmesine rağmen, bunun hala Avrupa kıtası boyunca en güçlü büyüme oranlarından biri olarak kalmaya devam ettiği bildirilen raporda, istikrarlı ekonomik büyümenin hükümetin, büyük cari hesap açığını finanse etmesini gerekli kıldığı da ifade ediliyor. Raporda, "Dolayısıyla, Türkiye için öncelik, genellikle teknoloji ve yetenekli iş gücü transferiyle birlikte gelen doğrudan yabancı yatırımları ve daha fazla öz kaynağı çekmek ve ani geri çekilmeye daha eğilimli olan kısa vadeli kredi ve portföy akışlarını azaltmak" ifadesi kullanıldı.

## Türkiye dünyanın 12. gücü olma yolunda

Türkiye'nin daha fazla yatırımı çekmek için yabancı yatırımlara ilişkin düzenlemelerini daha liberal hale getirmesine ihtiyaç olabileceği belirtilen raporda, telif hakları ihlalleri,



# BATI'YA YAKLAŞIYOR

öngörülemeden düzenlemelerin bulunduğu bir ortam ve katı iş düzenlemelerinin de yabancı yatırımcılar için ek bazı kaygılar oluşturabildiği kaydedildi. Raporda ayrıca, HSBC'nin raporuna dayanılarak, Türkiye'nin 2050 yılında dünyanın 12. büyük ekonomisi olacağı ve 2010 yılıyla karşılaştırıldığında yükselen ekonomik güçler arasında sırası en fazla yükselen (6 sıra) ülke olacağı da öngörüldü.

## Türkiye de ilerleme raporunu hazırladı

Avrupa Birliği Bakanlığı'nın Türkiye'de 2012 yılında hayata geçirilen reformları içeren, “Türkiye'nin Kendi İlerleme Raporu”da Yükselen Ekonomik Güçler ve ABD Ticaret Raporu”nu destekler nitelikte. İlk kez hazırlanan rapor, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne katılım süreci çerçevesinde, “Siyasi Kriterler”, “Ekonomik Kriterler” ve “Üyelik Yükümlülüklerini Üstlenebilme Yeteneği” başlıklarına ilişkin son bir yılda yapılan çalışmalar ve kaydedilen gelişmeleri özetliyor. Geçmiş yıllarda AB tarafından eleştirilen ve öneri getirilen hususlar da dikkate alınarak, Türkiye'nin son bir yılda kat ettiği mesafeyi ilk elden sunmak amacıyla hazırlandığı ifade edilen rapor, Ekim 2011 ile Aralık 2012 arasında kapsıyor.

Rapora, Türkiye ekonomisinin 2010 ve 2011 yıllarında, gerçekleştirdiği yüksek büyüme performansı ve istihdam artışının yanında, kamu açığı ve borçların sürdürülebilirliği açısından da AB ülkelerinden önemli ölçüde ayrıştığını gösteriyor. Rapor, güçlü mali yapısı ve bankacılık sektörü sayesinde dayanıklılığı artan Türkiye ekonomisinin, zamanında alınan ve kararlılıkla uygulanan politikalar sonucunda küresel krizin olumsuz etkilerinden hızla uzaklaşarak güçlü bir büyüme sürecine girdiğini ifade ediyor. Türkiye'de uygulanan makroekonomik ve yapısal politikalar ülke ekonomisinin güçlenerek, yeniden yükselişe geçmesinde etkili oldu. Türkiye, 2011 yılında göstermiş olduğu yüzde 8,5 oranındaki büyüme ile dünyada büyüme hızı en yüksek olan ülkeler arasında yer aldı ve Avrupa'nın en büyük 6'ncı ekonomisi konumuna geldi. Raporda, sürdürülebilir bir büyüme temel hedefi çerçevesinde, küresel ölçekteki belirsizlikler ve cari işlemler açığındaki artış karşısında alınan önlemlerin etkilerini göstermesi sonucunda, ekonomik faaliyetlerin özellikle yılın son çeyreğinden itibaren yavaşlama eğilimine girdiği ifadesine yer verildi. Söz konusu yavaşlama 2012 yılının ilk yarısında da devam etti. Son bir yılda net mal ve hizmet ihracatının

büyümeye katkısının giderek artması sonucunda, iç talep yavaşlamasının büyüme üzerindeki olumsuz etkisi sınırlı kaldı. Dünyada en büyük sorunlardan biri yüksek işsizlik ve zayıflayan istihdamken, Türkiye'de uygulanan etkin politikalar ve ekonominin yüksek büyüme performansı sayesinde, istihdam artışı güçlenerek devam etti.

Raporda Türkiye'nin 2009 yılının başından bu yana işsizlik oranını en hızlı düşüren ülkelerden biri olduğu kaydedildi. Ekonomideki güçlü büyüme, istihdamda ciddi bir artışı ve işsizlik oranında kayda değer gerilemeyi beraberinde getirdiği belirtilen raporda, işsizlik oranındaki düşüşe paralel olarak istihdam oranının da arttığı vurgulanıyor.

Türkiye tarafından hazırlanan “2012 Yılı İlerleme Raporu”nda, 2012 yılı Ağustos döneminde Türkiye'de istihdam edilenlerin sayısı, geçen yılın aynı dönemine göre 483 bin kişi artarak, 25 milyon 367 bin kişiye yükseldiği belirtiliyor. Bu dönemde, tarım sektöründe çalışan sayısı 140 bin kişi azalırken, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısının ise 623 bin kişi arttığı kaydediliyor. Bu bilgiyle ilişkili olarak, 2012 yılı Ağustos döneminde, Türkiye genelinde işgücüne katılma oranı yüzde 50,7. Kadınların işgücüne katılım oranı ise yüzde 28,8'den yüzde 30,1'e yükseldi.

**“YÜKSELEN EKONOMİK GÜÇLER” RAPORUNDA, TÜRKİYE’NİN 2050 YILINDA DÜNYANIN 12. BÜYÜK EKONOMİSİ OLACAĞI VE 2010 YILIYLA KARŞILAŞTIRILDIĞINDA YÜKSELEN EKONOMİK GÜÇLER ARASINDA SIRASI EN FAZLA YÜKSELEN (6 SIRA) ÜLKE OLACAĞI DA ÖNGÖRÜLDÜ.**

Türkiye genelinde işsiz sayısı geçen yılın aynı dönemine göre 76 bin kişi azalarak 2 milyon 445 bin kişiye düşmüş. İşsizlik oranı ise yüzde 0,4 puanlık azalış ile yüzde 8,8 seviyesinde gerçekleşmiş. Genç işsizlik oranı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1,4 azalarak, 2012 yılı Ağustos ayı itibarıyla yüzde 17,2 olarak gerçekleşmiş. Kadın istihdam oranı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,3 puan artarak yüzde 26,8 ve kadın işsizlik oranı yüzde 0,4 azalarak yüzde 11,1 olarak gerçekleşmiş.

## Kadın girişimcilik için seferberlik

Raporda, Türkiye’de kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve kadınların finansal kaynaklara ulaşımının kolaylaştırılması amacıyla Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, sivil toplum kuruluşları, finans kuruluşları, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu, Bankalar Birliği ve Kredi Garanti Fonu (KGF) arasında toplantılar gerçekleştirildiği, kadın girişimcilerin desteklenmesi için Hazine Müsteşarlığı ile çalışmalar yapıldığı belirtiliyor. Bununla birlikte “Kadın Girişimcilerin Finansmana Ulaşımının Kolaylaştırılması” toplantıları sonrasında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü koordinasyonunda ilgili

tarafarla görüşmelerin devam ettiği ve kadın girişimciliğinin desteklenmesinin önündeki temel sorun alanları ele alındığı vurgulanıyor. Kadın girişimcilerin işyeri açma/kurulum sürecinde finansal kaynak, danışmanlık ve girişimcilik eğitimi konularında desteğe ihtiyaç duydukları tespit edilmiş. Bu bağlamda hazırlık çalışmalarında, kadın girişimcilerin karşılaştıkları temel sorun alanlarından biri olan finansal kaynak sorununun çözümü amacıyla 10 Aralık 2012 tarihinde Kredi Garanti Fonu (KGF) ve Halkbank arasında kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla “İlk Adım Kredisi Kefalet Desteği Protokolü” imzalandığı kaydediliyor.

## Hedef geniş coğrafya ile işbirlikleri

Türk dış politikası, bugün dünya düzeninde önemli değişimlerin yaşandığı bir coğrafyada, Türkiye ve dünyada barış; istikrarlı, işbirliğine dayalı ve beşeri kalkınmayı sağlayacak bir ortamın yaratılmasını hedefliyor. Başta komşu ülkeler olmak üzere, tüm ülkelerle iyi iş birlikleri gerçekleştirerek Türk dış politikasının hedeflerine varacağına

inanılıyor. Türk dış bağlantılarının sağlam olmasının, çağdaş ve modern bir ülke olmasında temel esas olduğu vurgulanıyor. Türkiye’nin ilerleme raporuna göre; Türk dış politikasının son on yıldır sürekli genişleyen dış politika ufukları Türkiye’nin küresel ölçekteki tüm gelişmeleri izlemesini ve artan imkanları ölçüsünde katkıda bulunmasını gerekli kılıyor. Türkiye’nin 2012 yılındaki dış politika gündemi, küresel ekonomik krizin başta Avrupa ülkeleri olmak üzere geniş bir coğrafyada hissedilen olumsuz etkileri, Kuzey Afrika ve Orta Doğu’da gerçekleşmekte olan tarihi dönüşümün fırsatlarla belirsizlikleri ve AB’ye üyelik sürecini de kapsayan çok geniş bir yelpazeyi içeriyor. Bu çerçevede Türkiye, Afrika’dan Asya-Pasifik Bölgesi’ne, Güney Amerika’dan Okyanusya’ya kadar geniş bir coğrafyada ilişkilerini geliştirmiş, bölgesel ve uluslararası tüm çok taraflı platformlarda artan oranda etkinlik göstermiş ve buna paralel olarak birçok konuda küresel girişimlere öncülük etti.

## Gümrük mevzuatında önemli adımlar

Gümrük Birliği’nde de AB ile gümrük mevzuatı ile bağlantılı önemli ilerlemeler kaydedildi. Rapora göre; yeni düzenleme, AB mevzuatına uyumlu olarak yasal ticaretin kolaylaştırılması, yasadışı ticaretin önlenmesi, işlemlerin hızlandırılması ile etkinliğinin artırılması, kamu, çevre, bitki sağlığı ve güvenliğinin korunması ile terörle ve terörün finansmanı ile mücadele konularını amaçlıyor. Türk Gümrük İdaresi, Risk Yönetimi Projesi’nin tamamlanması ile birlikte risk analizi kapasitesinin iyileştirilmesi ve genişletilen basitleştirilmiş usullerin bir sonucu olarak fiziksel kontrol oranının yüzde 15 oranında azaltılmasını hedefliyor. 2011 yılına göre, 2012 yılında ithalat işlemleri için fiziksel denetimde yüzde 20 oranında, ihracat işlemleri için ise yüzde 25 oranında azalma kaydedildi. Raporda; kamu hizmetlerinin kalitesinin artırılması, insan kaynaklarının etkin yönetimi, insan kaynakları planlaması, seçme ve yerleştirme sistemi ile performans ve kariyer aşamaları yönetimi için modern bir personel politikası benimsendiği belirtiliyor.

**Türkiye tarafından hazırlanan “2012 Yılı İlerleme Raporu” Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne katılım süreci çerçevesinde, “Siyasi Kriterler”, “Ekonomik Kriterler” ve “Üyelik Yükümlülüklerini Üstlenebilme Yeteneği” başlıklarına ilişkin son bir yılda yapılan çalışmalar ve kaydedilen gelişmeleri özetliyor.**





# ULUSLARARASI İSTANBUL TEKSTİL KONGRESİ ile Ar-Ge endüstriye aktarılıyor



**1 MART  
2013**

tarihine kadar teknoshow defileye teknik kumaşlarınızı ve aynı gün gerçekleştirilecek proje pazarına projelerinizi göndermek için 0 212 495 40 00 numaralı telefon ile irtibata geçiniz.

Uluslararası İstanbul Tekstil Kongresi,  
30 -31 Mayıs 2013, İTÜ Taşkişla  
Proje Pazarı ve Teknoshow, 1 Haziran 2013, İTKİB-İTA



**MEDİKAL  
TEKSTİLLERİ**



**OTOMOTİV  
TEKSTİLLERİ**



**KORUYUCU  
TEKSTİLLERİ**



**İTA**

İTKİB İTA Eğitim  
Araştırma ve Danışmanlık  
Limited Şirketi



TEKSTİL TEKNOLOJİLERİ VE TASARIMI  
**FAKULTESİ**

[www.istanbultextilecongress.com](http://www.istanbultextilecongress.com)

IDMİB'İN YÜRÜTTÜĞÜ “YETKİN BELGELİ İŞGÜCÜ İSTİHDAMINDA ÇÖZÜM ORTAKLIĞI PROJESİ”NİN TANITIM TOPLANTISI 18 OCAK'TA GERÇEKLEŞTİ. PROJE SONA ERDİĞİNDE SEKTÖRDE NİTELİKLİ İŞGÜCÜNÜN BELGELENDİRİLMESİ KONUSUNDA ÖNEMLİ BİR ADIM ATILMIŞ OLACAK.



# İŞGÜCÜNÜN STANDARTI VOC-TEST İLE YÜKSELECEK

**Deri** sektörünün en önemli buluşması olan İstanbul Deri Fuarı ile eşzamanlı olarak 18 Ocak'ta düzenlenen “Yetkin Belgeli İşgücü İstihdamında Çözüm Ortaklığı Projesi” tanıtım toplantısı deri sektöründen yoğun ilgi gördü. “Voc-Test tanıtım toplantısı” ve “Voc-Test Kariyer Günü” başlıkları ile iki farklı oturumda gerçekleşen toplantılarda deri sektörünün önemli isimleri konuşmacı olarak yer aldı.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay'ın konuşmacı olarak yer aldığı ilk oturumda Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) Başkanı Volkan Çandar, Mesleki Yeterlilik Kurumu Temsilcisi Esra Günay ve TDSO Genel Sekreteri ve VOC-Test Merkezi Proje Koordinatörü Onur GÖRGÜN proje hakkında konuşmalar yaptı. VOC-Test Merkezi Proje Koordinatörü Onur GÖRGÜN'ün moderatörlüğünde gerçekleşen “Voc-Test Kariyer Günü” başlıklı ikinci oturumda ise İDMİB Başkanı Lemi Tolunay'ın yanında sektör

duayenlerinden Hakkı Matraş ve İDMİB Başkan Yardımcısı Ali Murad Kızıltaş konuşmacı olarak yer aldı.

21 Mart 2011 tarihinde imzalanan kısaca Voc-Test olarak adlandırılan “Yetkin Belgeli İşgücü İstihdamında Çözüm Ortaklığı Projesi” 24 ay sonunda yani 21 Mart 2013 tarihinde sona erecek.

İDMİB ile birlikte proje iştirakçileri Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) ve Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD), Voc-Test (Mesleki Bilgi, Beceri Sınav ve Belgelendirme) Merkezleri Hibe Programı çerçevesinde hazırlanan projelerle deri sektöründe personel belgelendirme için 22 aydır çeşitli çalışmalar yapıyorlardı.

## Niteliğin belgelendirilmesi şart

İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, sektörün dünya ligindeki yerinin sağlanması ve dünya ticaretinden aldığı payın artırılmasına yönelik pek çok faaliyeti eşzamanlı

yürüttüklerine değindi. Sürdürülebilir bir büyümeyi sağlamak adına bugüne kadar yaptıkları çalışmalara bir yenisini daha eklediklerini belirten Tolunay, “Kaliteli işgücü eksikliğini tamamlayacağına ve ilerleyen zamanda sektörümüze daha fazla katma değer yaratacağına inandığımız bir projeyi hayata geçirdik. Deri ve deri ürünleri sektörünün en fazla ihracatçı üyesine sahip organizasyonu olarak, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği deri, ayakkabı, konfeksiyon ve saracıyeden oluşan tüm alt sektörlerin desteği ile “Yetkin Belgeli İşgücü İstihdamında Çözüm Ortaklığı Projesi”ni hayata geçirdi. Proje mesleklerin tanınması, mesleki yeterliliklerin ölçülmesinin yanı sıra meslek adayları sahip oldukları yetenekleri ve becerileri belge ile garanti altına almış olacaklar.

Eğitim ile istihdam arasında doğru ilişki kurulması şart. Sektörde işlerin nitelikleri sürekli değişmekte, işgücü transferleri küreselleşen dünyada giderek daha çok yer





“Voc-Test tanıtım toplantısı” ve “Voc-Test Kariyer Günü” başlıkları ile iki farklı oturumda gerçekleşen etkinlik deri sektöründen yoğun ilgi gördü.



LEMİ TOLUNAY  
İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı

*Voc-Test ile kaliteli işgücü eksikliğini tamamlayacağına ve ilerleyen zamanda sektörümüze katma değer yaratacağına inandığımız bir projeyi hayata geçirdik.*

litikalar değil, yaratıcı faaliyetler ve çabalar ile geleceği tasarlayarak, sektörü bir adım daha ileriye taşımaya çalışıyor” dedi. Söz konusu projenin sektörde değer yaratacak bir nitelikte olduğunu ifade eden Görgün, “Genel çerçevesi AB ile Türkiye arasında imzalanan anlaşmalar kapsamında Türkiye’de mesleki yeterlilik çalışmalarının geliştirilmesi amacıyla Voc-Test (Mesleki Bilgi, Beceri Sınav ve Belgelendirme) merkezleri olarak adlandırılan projede sona yaklaşmış durumdayız. 22 aydır yürüttüğümüz çalışmaların sonuçlanmasına önümüzde 2 aylık gibi kısa bir süre kaldı. Çok ciddi şekilde çalışmalar tamamlandı. Bundan sonra sadece bir takım prosedürlerin tamamlanması kaldı. Proje ile İstanbul merkezli bir belgelendirme merkezi kurulması amaçlanıyor.

Proje kapsamında Deri Kesimci (Deri/ Kürk Konfeksiyon, Ayakkabı, Saracıye), Deri İşlenti Operatörü, Model Makineci ve Ayakçı mesleklerine yönelik olarak mesleki yeterlilikler hazırlanmış olduk. Hazırlanan yeterlilikler kapsamında sınav ve belgelendirme sistemi tasarlanmış oldu. Son olarak kurulan sistemi işleterek belge verecek bir merkezin aktif duruma getirilmesini sağlayacağız” dedi.

kapsamakta. Bu çerçevede Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde mesleklerin belgelenmesi daha büyük önem arz ediyor. Türkiye ihracatının önemli lokomotiflerinden biri olan deri sektörü teorik ve pratik düzeyde rekabetçi, yaptığı iş ile ilgili teknolojik gelişmeleri takip eden, sosyal becerileri yüksek, öğrenmeye ve öğrendiklerini uygulamaya açık bir konumda. Nitelikleri belgelenmiş iş gücüne her geçen gün daha da fazla oranda ihtiyaç duyulmakta. Rekabet gücümüzün en önemli bileşeni olan mevcut çalışanlarımızı ve gelecekte deri ve deri ürünleri sektöründe yer almayı düşünen meslek adaylarımıza bu projenin hayırlı olmasını temenni ediyorum” dedi.

TÜRDEV Başkanı Volkan Çandar’da yaptığı konuşmada proje toplantısının İstanbul Deri Fuarı kapsamında yapılmasından duyduğu memnuniyeti dile getirdi.

## Deri sektörü geleceğe hazırlanıyor

“Deride gelecek, yetkin belgeli iş gücü ile yükselecek” sloganı ile 22 ay önce yolla çıktıklarını belirten Voc-Test Merkezi Proje Koordinatörü Onur Görgün, Avrupa Birliği tarafından desteklenen proje hakkında ayrıntılı bir sunum gerçekleştirdi. Deri ve deri ürünleri imalat sektörünün çok yüksek rekabet koşulları ile karşı karşıya bulunduğunu belirten Görgün, “Tasarım, ürün kalitesi, moda ve Ar-Ge gibi konularda yoğun faaliyet içinde bulunan sektör, özellikle kalifiye işgücüne de büyük ihtiyaç duyuyor. Dünyada rekabetçi olmak için kalifiye işgücü çok önemli bir konuma gelmiş bulunuyor. Sektör bütün bu koşullar karşısında varlığını sürdürmeye çalışırken bir şeye çok dikkat etmeye çalışıyor. Günü kurtaran po-

## Projeden neler bekleniyor?

### Sektörel işletmeler açısından

- İşletmelerin ihtiyacı olan nitelikli işgücü talebinin somut bir şekilde tanımlanması sağlanacak,
- Belgelendirilmiş mesleki yeterliliğe sahip işgücü ile üretim kalitesi artacak,
- İşletmelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet edebilirliği artacak,
- Deri ve deri ürünleri sektörü Mesleki Belgelendirme Merkezi tarafından mesleki yeterliliği “Belgelendirilmiş” olanların işe alınması halinde SGK İşveren Primlerinde teşvik sağlanacaktır.

### Sektörel işgücü açısından

- Edinilen her türlü becerinin ölçülmesi ve belgelendirilmesi sağlanacak,
- Katma değer üreten, yeterliliği ve becerisi tanımlanmış kalifiye işgücü haline gelecek,
- İstihdamda öncelikli olarak tercih edilecek,
- Kariyer gelişimine ve hareketliliğine imkan tanınacak,
- Bireysel gelişimine ve mesleki eğitimine yatırım yapacaktır.
- AB’de dolaşıma hazır hale gelecektir.



GURU SİSTEM YÖNETİM VE YAZILIM FİRMA ORTAĞI MUSTAFA YORGANCIOĞLU, “CORETEX” VE “ENVIRO” YAZILIMLARI İLE FİRMALARA ÜRETİMLERİNİ DAHA İYİ TAKİP EDEBİLECEKLERİ BİR SİSTEME SUNDUKLARINI SÖYLÜYOR.

# “DOĞRU ÜRETİM DOĞRU YAZILIMLA MÜMKÜN”

**2003** yılında faaliyete geçen Guru Sistem Yönetim ve Yazılım yaptığı işin en iyisi olma yolunda çalışmalarına devam ediyor. Kurulduğu günden bu yana, Guru Sistem Yönetim ve Yazılım'ın en büyük hedefi müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkarmak. “Departmanların, bölümlerin, sorumluların uyum ve koordinasyon içerisinde çalışmalarını sağlamanın yolu sistem yönetiminden geçer” diyen Guru Yazılım Firma Ortağı Mustafa Yorgancıoğlu, sistem yönetiminin ana hedeflerinden birinin de, iş hayatını ızdıraptan zevke dönüştürmenin yolunu açmak olduğunu belirtiyor. Her şeyin tek bir sistem üzerinden kontrol altına alınabileceğini vurgulayan Yorgancıoğlu, Guru Yazılım'ın bugüne kadar neler yaptığını ve geliştirdikleri CoreTEX ve Enviro yazılımlarının özelliklerini Hedef Dergisi'ne anlattı.

**Guru Sistem Yönetim ve Yazılım'ın sektördeki hikayesini kısaca sizden dinleyebilir miyiz? Hangi noktada başladı ve şu an firmanın hazır durumu nedir?**

2003 yılında kurulan Guru Yazılım, 3 yıl süren yazılım geliştirme sürecinden sonra 2006 yılında ilk uygulamasını gerçekleştirdi.

3 yıllık sürede yazılımın gelişmesinde en önemli katkıyı müşteri ve kullanıcı ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bunların yazılımın içerisinde gerçekleştirilmesi oldu. 2006 yılında piyasaya çıktığımızda tüm diğer yazılımlardan bir adım önde olmamız gerekiyordu. İlk önce bunu gerçekleştirip uygulamalarımızı müşteri isteklerine bağlı olarak geliştirdik. 2008 yılına geldiğimizde proje sayımızı 10'a ulaştırdık.

Bu iki yıllık sürede Hazır giyim üretimi yapan firmaların ihtiyaçlarını tam olarak karşılayan entegre bir yazılım haline döndü. Firmaların yazılım ihtiyaçları, müşteri talepleri, üretim şekilleri, tedarik şekilleri, kadro yapısı, yönetme şekilleri, finansman durumu ve buna benzer bir çok etkenden dolayı değişkenlik gösterebilir. Bunun için her firmanın kendine göre bir yazılıma ihtiyacı vardır. İşte Guru Yazılım olarak firmaların ihtiyaçlarını yerinde karşılıyoruz. Biz her firmayı ayrı bir proje olarak görüp firmaya göre geliştirme ve uygulama operasyonları yapıyoruz. Üretici firmalara yönelik geliştirilen CoreTEX yazılımı parametrik yapısı sayesinde ihtiyaç duyulan tüm fonksiyon-

ları içinde barındırıyor. Müşteriden gelen talepleri değerlendirerek yazılım geliştirme ile beraber ama aynı zamanda içine uygulamayı, danışmanlığı, firmanın yönetimini geliştirebilecek noktaları tespit ederek, bir anlamda firmada re-organizasyon çalışması yaparak bir yönetim modeli oluşturduk. Temelde bir yazılım şirketiyiz ama piyasadaki durumumuz yazılım şirketinden daha çok anahtar teslim çözüm sağlayan, bir özelliğe sahip olmamız.

**Guru Yazılım neden tekstil sektöründe bir yazılımı seçti ?**

Hazır giyim üretimi basit gibi görünse bile çok karmaşık bir yapısı var. Bir t-shirt, bir kazak veya bir pantolon üretirken yapılan işlem sayısı 100 üzerine çıkmaktadır. O halde bir çok işin ve bir çok kişinin rol aldığı bu karmaşık yapıda bir yazılım yapmak ve bunu kullanırsak oldukça zordur. İşte bu zorluk bizi cezpt etti. İşe bir tekstilci gibi bakarak geliştirdiğimiz yazılım 100'e yakın firmada kullanılıyor. Her gün 3000 'e yakın kullanıcı sabahleyin CoreTEX' i açarak işe başlıyor ve işlerini CoreTEX'ten yapıyor ve takip ediyor.



## GURU SİSTEM YÖNETİM VE YAZILIM'IN HEDEFİ FİRMALARIN ÇALIŞMA VE YÖNETİM PROBLEMLERİNİ İLE SORUNLARINI MASAYA YATIRARAK YENİ ÇALIŞMA VE YÖNETME METODLARI GELİŞTİRMEK.

### Hazır giyim sektörüne yönelik yazılımlarda en önemli ihtiyaç nedir?

Tabii ki tek kelimeyle gerçek bir entegre yazılım. İşe ilk başladığımızda entegre bir yapı kurduk. İkinci bir yazılımımız olan Enviro yazılımı klasik muhasebe programlarının tüm özelliklerine sahip olmasının yanında tekstil firmalarının özel durumlarını içeren özelliklerde sahip. Gerçek işi üretmek olan firmanın tüm gereksinimlerini karşılamanın yanında gerçek muhasebe entegrasyonunda olması firmaların daha iyi yönetilmesini ve kontrol edilmesini sağlıyor. Biz bunları iki ayrı ürün haline dönüştürdük, ama tek bir program gibi çalışıyorlar. Duyurmak istediğimiz en önemli nokta, tekstil sektöründe gerçek anlamda, üretimle muhasebeyi aynı anda, reel olarak çalıştırabilen yazılım ve firmalar piyasada yok. Tekstil sektöründe en önemli sıkıntılar da buradan doğuyor. Örneğin, kumaş depoya geliyor, depocu bunu kendi üretim programına kaydediyor. Satın almacı kendi Excel tablosuna giriyor. Muhasebede faturasını muhasebe programına giriyor. Bir iş aynı anda üç farklı yerde işlem görüyor. Bu durumda üç ayrı sonuç ortaya çıkabiliyor. Bir işlem ve bir sonuç elde edilecek bir yazılım geliştirdik. Bu yapı daha az kişi, daha az iş ve anlık doğru sonuçlar üreten bir sistemdir. Tekstil sektöründe, küçük bir firmayken 2-3 yılda 10 milyon dolar ihracat yapan bir firma konumuna gelebilirsiniz. Aynı şekilde ayda 50 bin tane t-shirt yapan firma, 2 yıl sonra 500 bin adet yapabilir hale gelebilir. Bu da firmanın 2 yıl içinde 10 kat büyüyebileceğini gösterir. Firmanın hızlı büyümesi firmayı yönetmeyi zorlaştırır. Buda hataları ve zararları beraberinde getirir. CoreTEX ve Enviro yazılımları ile işlem hacmi ne kadar büyüse de anlık bilgiye kolay ulaşımı sayesinde kolay bir yönetim sağlanabilmektedir. Burada ihtiyaç olan şey; firmanın herhangi bir anda gerçek durumunu görebilecek bir mekanizmadır. Bunu yapabilmeleri için de benim ne kadar borcum, ne kadar alacağım var, ne kadar sermayem var, üretimde ne kadar malım var diye sorgulamaları cevabını sistem üzerinden anlık olarak alabiliyorlar. Temel amaçlardan biri de CoreTEX sayesinde firmamı daha iyi yönetiyorum” dedirtmek. Bunu bir çok yerde gerçekleştirdiğini görüyoruz.

### Bilgisayar sisteminin önemli araçlarından biri olan yazılımların çok farklı marka ve ürün alternatifleri var. Bu alanda doğru ürünü nasıl tarif edersiniz?

Kesinlikle firma yazılım ihtiyaçlarının ve taleplerinin tam olarak karşılanmasıdır derim. Tekstil sektörünün kendini daha iyi yönetebilmesi için bir sisteme ihtiyaç vardır. Bu sistemi yazılım kirliliği yaratan ya da çok yazılımlarla farklı işleri yapan değil, tek program altında hem muhasebesini hem de üretimin anlık durumunu görebileceği entegre bir sistem ile sağlayabilir. Pazarlama kendine göre, üretim kendine göre, muhasebe kendine göre satılma kendine göre ve tüm departman ve kişiler kendine göre sonuç ve rapor üretememeli. Tek bir sonuç olmalı. Oda firmanın gerçek ve anlık durumunu görebileceğimiz anlık alınabilecek tüm raporlar.

### CoreTEX'in çalışma sistemi nedir?

En önemli özelliklerinden biri, kişilerin yapacakları işi zamanında ve doğru yapmalarının sağlayan bir mekanizma içermesidir. Örneğin müşteri siparişi tanımlandığında ilgili kişilere otomatik mail gitmekte ve ayrıca iş listelerine otomatik düşmektedir. Buda planlamacının, satın almacının, ve

ilgili tüm kişilerin işi zamanında yapmasını sağlamaktır. Bir iş yapıldığında sonraki kişilerin ne iş yapacakları otomatik kendilerine gelmektedir. Buda işi, insanların doğru ve zamanında yapmalarını sağlamaktadır. Tekstil sektöründe herkes işi zamanında ve doğru bir şekilde yapsa sorunlar minimum düzeye iner. CoreTEX sisteminin temeli budur. İşin unutulmasını, hatalı yapılmasını ortadan kaldıran bir yapıda geliştirilmiştir. Kişilerin mesailerinde işi zamanında yapıp erken eve gitmelerini sağlayacak, hafta sonları çalışmalarına ihtiyaç olmayacak ve yaz tatillerini istedikleri gibi yapmalarını sağlayacak bir iş yönetme sistemidir. Esas amaç stresi azalmış, daha iyi para kazanabileceği ve mutlu olabileceği bir iş ortamı sayılabilecek bir çalışma yöntemleri kurmaktır.

### Guru Sistem Yönetim ve Yazılım olarak hedefleriniz neler?

Yazılım sektöründeki en önemli şey, firmanın sağlamış olduğu güven ve bilinirliktir. Güveni ve bilinirliği artırdığımız sürece, biz her geçen gün tek adres olmaya devam edeceğiz. Bizim hedefimiz, hiç tereddüt etmeden çalıştığımız firmaların memnuniyetini maksimum düzeye çıkarmaktır.



Guru Sistem Yönetim ve Yazılım, kurulduğu günden bu yana sahip olduğu uzman kadrosuyla müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap veriyor.



**METE LEVENT SERDENGEÇTİ**  
İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri

**SELÇUKLULAR ZAMANINDA ÖNEM KAZANAN, OSMANLI DÖNEMİNDE İSE EN PARLAK DÖNEMİNİ YAŞAYAN VAKIFLAR, İSLAM MEDENİYETİNİN VE OSMANLI KÜLTÜRÜNÜN AYRILMAZ BİR PARÇASI OLARAK NİTELENDİRİLİYOR. MUHTAÇ İNSANLARIN İHTİYAÇLARININ KARŞILANMASI GÖREVİNİ ASIRLARCA YÜKLENEN VAKIFLARIN TOPLU YAŞAMDAKİ YERİ İSE BİR HAYLİ ÖNEMLİ...**

**İslam** medeniyetinin ve Osmanlı kültürünün ayrılmaz bir parçası olan vakıflar; başta yoksulların temel ihtiyaçlarının karşılanması olmak üzere dini, askeri, sosyal, kültürel, eğitim ve sağlık gibi birçok konudaki faaliyetleriyle insana ve topluma asırlardır hizmet etmektedir. Vakıf; “bir mülkün menfaatlerinin hayri, sosyal ve kültürel hizmetlere tahsis edilmek üzere, mülk sahibi kişi veya kişilerin vakfetme iradesi ve beyanıyla, özel mülkiyetten çıkarılarak kamu mülkiyetine geçirilmesi” şeklinde tanımlanabilir. Bir menfaatin kamu

# ORTAKLAŞAN GÜCÜMÜZ: VAKIFLAR

mülkiyetine geçmesi, halkın bütününün hizmetine açık olması anlamına gelir. Bu nedenle, kuruluş amacındaki hizmetlere ihtiyacı bulunan tüm yurttaşların menfaatine olacak biçimde devlet denetimine tabi olan vakıflar, toplu yaşamın önemli sivil organlarından biri durumundadır. İnsanoğlu yeryüzünde var olmaya başladığından bu yana ihtiyaçlarını kazanma savaşı vermiştir ve halen bunu sürdürmek zorundadır. Yeryüzünde yaşayan en akıllı canlı olarak avantajlı görünen insanoğlu aslında fiziki olarak diğer canlılardan çok daha zayıf bir yapıya sahiptir. Beslenmesi için alet kullanmak, soğuktan korunmak için örtünmek, doğaya direnebilmek için toplu olarak yaşamak zorundadır. “Rosseau”, doğanın karşı konulamaz gücü nedeniyle gerekli olan toplu yaşam zorunluluğunu “Toplum Sözleşmesi”nde şu sözlerle anlatmaktadır: “İnsanların doğanın direnciyle yok olup gitmemesi ve kendilerini korumak için yapabilecekleri tek şey, bir çok kişinin katılımıyla, direnişi kırabilecek bir güçler toplamı oluşturmak ve bu güçleri bir tek muharrikle devreye sokup, uyumlu bir biçimde çalıştırmaktır.” Doğanın büyük ve karşı konulması zor gücü karşısında tek başına çaresiz ve yok olma tehlikesinde olan insanın, toplu olarak yaşaması ve bu topluluğu sevk ve idare edecek mekanizmalar oluşturması gerekmektedir. Toplu yaşam zorunluluğunun bir diğer nedeni de beslenme ihtiyacıdır. “İbni Haldun”a göre, “İnsanların bir arada yaşamaları, geçim olanaklarını elde etmekte yardımlaşma amacına yöneliktir. Geçinme

olanaklarını sağlama çabası gösterilirken de, önce ‘geçim için zorunlu’ olanlardan ve ‘hemen sağlanması gerekenler’den başlanır.” Geçimini temin etmek ve korunmak için toplanmanın yararı yardımlaşma ile gerçekleşir. “Yardımlaşma olduğundaysa” diyor “İbni Haldun”; “insan için yiyecek, besin bulunur, savunmaya yarayan silah bulunur.” Korunmak ve beslenmek için yardımlaşmak amacıyla bir araya gelen topluluğun eylemleri sonucunda elde edilen yararların, oluşumu sağlayan tüm bireyler arasında adil bir biçimde paylaşılması topluluğun huzuru ve sürekliliği için gereklidir. Adil paylaşımın kriterlerini “Rousseau” şu sözcüklerle fomüle etmiştir: “Toplumsal yaşam, herkesin bir şeyleri olması ve hiç kimsenin gereğinden fazla şeyi olmaması durumunda yararlıdır.”

## Vakıflar nasıl doğdu

Dünyada yaşamın kaçınılmaz bir parçası olan doğal faaliyetler bazen felaket boyutunda insanoğlunu etkilemektedir. Ayrıca toplumlar arası sürtüşmelerin ve değişik hırsların sebep olduğu savaşlar, iç çatışmalar veya kötü kalpli egemenler, kötü yönetimler insanoğlunun bazen kitlesel olarak yok olmasına ve acı çekmesine tarih boyunca sebep olmuştur ve olmaya devam etmektedir. Temel ihtiyaçlarını karşılamak en öncelikli ve vazgeçilemez insanlık hakları olmasına rağmen, kimi zaman doğal olumsuzluklar sonucu, kimi zaman kaynakların kıt oluşu sebebiyle ve asıl olarak da gelirin yani servetin adil olmayan bir biçimde dağılmış olmasından dolayı kimi insan-





lar ihtiyaçlarının giderilmesini yeteri kadar sağlayamamaktadır. Sefaletin görüldüğü, açlıktan ölenlerin bulunduğu günümüzde ihtiyaçların asgari düzeyde karşılanması dahi kimileri için bir hayli zordur. Diğer taraftan tüm insanlar eşit fiziki güç veya eşit zekaya ya da beceriye sahip değildir. Toplu yaşam anlaşmasıyla, geçimini sağlamak için dezavantajlı durumda olanların da sadece insan olmalarından aldıkları hak ile beslenme ve korunmalarının sağlanması başta olmak üzere diğer tüm insani ihtiyaçlarının karşılanması toplumun görevlerinden kabul edilmelidir.

İslam'ın ve insanlığın iyiliğine hizmet eden diğer öğretilerin, yardımlaşma ile ilgili emirleri veya tavsiyeleri, zamanla toplumsal kültürün ayrılmaz bir parçası olmuş ve bu kültürden kaynaklanan vicdani duygularla, varlıklı insanların servetlerinin bir kısmını, bazen tamamını muhtaç insanların hizmetine sunma arzuları, vakıfların doğmasına sebep olmuştur. Manevi duyguların güçlü olduğu kurumlar olan vakıflar, muhtaç insanların ihtiyaçlarının karşılanması görevini asırlarca yüklenmiş, sosyal ve kültürel konularda da hizmetler vermişlerdir. Selçuklular zamanında daha fazla önem kazanan vakıflar, Osmanlı döneminde en parlak dönemini yaşamışlardır. Muhtaçlara yardım, sosyal ve kültürel görevlerinin yanı sıra vakıflar; ahlak, sevgi, saygı duyguları ve erdemi aşılacak suretiyle topluma geniş ölçüde katkıda bulunmuşlardır. Osmanlı'da; dini, eğitim, sağlık, şehircilik, bayındırlık, askeri, sosyal, çevre ve diğer

canlılara yardım gibi muhtelif hayır işlerinde hizmet arzusuyla, amaçlarını ve vakfolunan malları belirten bir "vakfiye (vakıfnâme-nizamname-tüzük)" ile kurulan vakıflar, dönemin mülki veya adli makamlarınca tescil ve tasdik olunarak hayata geçmişlerdir. Titizlikle hazırlanmış Vakfiye'lerin, ayetler ve hadislerle başlayan birinci bölümünde, vakfetmeyi öven özendirici sözler ile vakıfların kalıcılık ve sürekliliğine özen ile gelirlerinin artmasına itina gösterenlere yönelik hayır duaları yer almaktadır. Vakfiye'lerin, takdir ve teşvik edici bu bölümüne "Vakıf Duası" denilmektedir. Kanuni Sultan Süleyman Vakfiyesinde yer alan, "Her kimse ki; Vakıflarımın bekasına özen ve gelirlerinin artırılmasına itina gösterirse, bağışlayıcı olan Allahu Teâlâ'nın huzurunda ameli güzel ve makbul olup, mükâfatı sayılamayacak kadar çok olsun, dünya üzüntülerinden korunsun ve muhafaza edilsin..." şeklindeki dua ile vakıfları koruyup gözetenlerin Allah'ın lütfuna mazhar olmaları temenni edilmektedir. Aynı Vakfiyelerin değişik bölümlerinde vakıfları zarar uğratan, mallarını eksiltten, basiretsiz davranan, istismar eden kişiler için bu kez bir "Vakıf Bedduası" yer almaktadır. Bezmi-i Alem Valide Sultan Vakfiyesi'nde, vakfa zarar verenler; "... herhangi bir devirde, zikredilen evkafımın şartları tebdil ve tahrif edilirse, buna sebep olanlar; -Kim (ölünün vasiyetini) işittikten sonra onu tebdil ederse vebali onu değiştirenlerin üzerindedir. Şüphesiz ki, Allah hakkıyla iştirici ve bilicidir (Bakara suresi 181)- ayetinin ifade ettiği üzere dünya ve

ahrette cezaya müstahak olsunlar" sözleşmesiyle, suçlarından dolayı Allah'ın adaletine havale edilmişlerdir.

## Vakıflar değişim süzgecinden geçti

II. Mahmut döneminde padişahlara ait evkaf (vakıflar) ile Mekke ve Medine'deki vakıfların yönetimini düzenlemek, vakıfların dağınlıklığını gidermek ve yolsuzlukları önlemek amacıyla 1826'da "Evkaf-ı Hümayun Nezareti (Vakıflar Bakanlığı)" kurulmuş, 1838 yılında vakıfların yetkili idarecisi olarak muhasebelerini yapmaya başlamıştır. Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) toplandıktan sonra 2 Mayıs 1920 yılında "Büyük Millet Meclisi İcra Vekilleri'nin Suret-i İntihabına Dair Kanun" çıkartılarak İcra Vekilleri Heyetine "Şer'iyye ve Evkaf Vekaleti" de alınarak vakıf işleri bu vekalet tarafından yürütülmüştür. Şer'iyye ve Evkaf Vekaleti'nin 3 Mart 1924'de kaldırılmasıyla görevleri Başbakanlığa bağlı "Vakıflar Genel Müdürlüğü"ne devredilmiştir. Vakıflar İdaresi'nde asıl değişiklikler, 5 Haziran 1935 tarihinde yürürlüğe giren "2762 Sayılı Vakıflar Kanunu" ile yapılmıştır. Bu kanunun 1. maddesine göre vakıflar; yönetim biçimine göre, Mazbut, Mülhak, Cemaat ve Esnafa Mahsus Vakıflar olmak üzere üç kategoride toplanmış, bu kanuna ve 1926 tarihli 743 sayılı "Türk Kanunu Medenisi"nin vakıflarla ilgili maddelerine göre kurulan vakıflar ise Türk Medeni Kanunu'na tabi "Yeni Vakıflar" olarak dördüncü bir kategoride değerlendirilmiştir. Günümüzde, Vakıflar Genel Müdürlüğü sosyal hizmetleri çerçevesinde; imaretler, muhtaç aylıkları, burs hizmetleri, ücretsiz tedavi ve muayene gibi birçok hizmet ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmaktadır. Kurulmuş bulunan yeni vakıflar da benzeri faaliyetlerle kamu yararına dönük olarak halka hizmette bulunmaktadır. Muhtaçlara ve ulusal menfaatlere yönelik olarak sürdürülen; hayri, sosyal ve kültürel hizmetlerin daha çok ihtiyaç sahibine ulaştırılabilmesi için; vakıfların sayılarının çoğalması, mal varlıklarının amaçlarına uygun olarak artırılması ve gelirlerinin sürdürülebilir olması ile doğru bir biçimde yönetilmeleri, sağlıklı ve mutlu bir toplum yaşamına katkı yönünden son derece değerli toplumsal görevlerdir.



**DOĞAN ERDEM**  
Yeminli Mali Müşavir

doganerdem.istanbulymm.com

**KAMUDA E-REÇETE, E-SEVK, E-OKUL'UN ARDINDAN ŞİMDİ DE E-TEBLİGAT DÖNEMİ BAŞLIYOR. ADALET BAKANLIĞI, VATANDAŞA YAPILACAK YASAL TEBLİGATLARI İNTERNET ÜZERİNDEN GÖNDERECEK. YÜRÜRLÜĞE GİREN ELEKTRONİK TEBLİGAT YÖNETMELİĞİ'NE GÖRE, ŞİRKETLERDE DE ELEKTRONİK TEBLİGAT YAPILMASI ZORUNLU HALE GELDİ.**

**Yeni** Türk Ticaret Kanunu'nun (yTTK) 18'inci maddesinin 3'üncü bendinde "Tacirler arasında, diğer tarafı temerrüde düşürmeye, sözleşmeyi feshe, sözleşmeden dönmeye ilişkin ihbarlar veya ihtarların" diğer yöntemlerin yanı sıra elektronik posta sistemiyle de yapılabileceği yer almıştır. yTTK 1525'inci maddesinde ise "Kayıtlı elektronik posta sistemine, bu sistemle yapılacak işlemler ile bunların sonuçlarına, kayıtlı posta adresine sahip gerçek kişilere, işletmelere ve şirketlere, kayıtlı elektronik posta hizmet sağlayıcılarının hak ve yükümlülüklerine, yetkilendirilmelerine ve denetlenmelerine ilişkin usul ve esaslar

# E-TEBLİGAT DÖNEMİ BAŞLIYOR

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından bir yönetmelikle düzenlenir. Yönetmelik bu kanunun yayımı tarihinden itibaren beş ay içinde yayımlanır" düzenlemesiyle elektronik posta ile tebligata dair hususlarda düzenlemenin yönetmelikle yapılacağını da hüküm altına almıştır. Tebligata dair mevzuatın en önemli ögesi olan Tebligat Kanunu'nun 7'nci maddesinde konuya dair bir düzenleme ile hukuki alt yapı oluşturulmuş bulunmaktadır. Yukarıda yTTK ile ifadesini bulan yönetmelik 19 Ocak 2013 günlü Resmi Gazete'de yayınlanmıştır. Böylece Adalet Bakanlığı tarafından yayınlanan Elektronik Tebligat Yönetmeliği ile süreç daha netleşmiş bulunmaktadır. Genel bir hukuki dayanaktan söz ettikten sonra bu makalemizde yönetmeliğin getirdiği düzenlemenin ana hatlarını paylaşmaya çalışacağız.

## Hukuk sisteminde yer alan diğer düzenlemeler

- 1- Kayıtlı Elektronik Posta Sistemine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik
- 2- Kayıtlı Elektronik Posta Sistemi ile İlgili Süreçlere ve Teknik Kriterlere İlişkin Tebliğ
- 3- Kayıtlı Elektronik Posta Rehberi ve Kayıtlı Elektronik Posta Hesabı Adreslerine İlişkin Tebliğ
- 4- İşlem Sertifikasına İlişkin Usul ve Esaslar ile İlgili Kurul Kararları

Yapılan hukuki düzenlemeler çerçevesinde aşağıda sıralayacağımız kişi, kurum ya da kuruluşlar için elektronik posta hizmet-

tinden yararlanma konusu ihtiyari ya da zorunlu olarak düzenlenmiş bulunmaktadır. Buna göre;

- Anonim, limited ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlere, elektronik yolla tebligat yapılması zorunludur.





- Gerçek kişiler ve diğer tüzel kişiler elektronik tebligattan isteğe bağlı olarak yararlanır.

Açıklandığı üzere kendilerine yalnızca elektronik yolla tebligat yapılması zorunlu olan muhatapların, tebligat çıkarmaya yetkili merciler nezdindeki işlemlerinde elektronik tebligat adreslerini bildirmeleri de zorunlu hale gelmiş bulunmaktadır. Kendilerine zorunlu olarak elektronik yolla tebligat yapılması gereken muhataplara, elektronik tebligatın zorunlu bir sebeple yapılamaması hâlinde, kanunda belirtilen diğer usullerle tebligat yapılacak ve bu tebligatta ayrıca, müteakip tebligatların elektronik ortamda yapılacağı bildirilecektir. Kendilerine elektronik yolla tebligat yapılması isteğe bağlı olan muhatapların, elektronik yolla tebligat almak istemeleri halinde, tebligat çıkarmaya yetkili merciler nezdindeki işlemlerinde elektronik tebligat adresini bildirmeleri gerekir. Bu muhatapların, tebliğ çıkaran merciyeye bildirdiği adresin elektronik tebligata elverişli olmaması halinde, bunlara, kanunda belirtilen diğer usullerle tebligat yapılır. Bu durumda gönderilecek tebligata, muhatabın bildirmiş olduğu adresin, elektronik tebligata elverişli olmadığına ilişkin şerh düşülmür.

### Sistem nasıl işliyor?

1'inci aşamada sayacağımız, (kazaî merciler, Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'na ekli (I) sayılı cetvelde yer alan genel bütçe kapsamındaki kamu idareler, (II) sayılı cetvelde yer alan özel bütçeli idareler, (III) sayılı cetvelde yer alan düzenleyici ve denetleyici kurumlar, (IV) sayılı cetvelde yer alan sosyal güvenlik kurumları ile

il özel idareleri, belediyeler, köy hükmi şahsiyetleri, barolar ve noterler ile diğer kurum ve kuruluşlar) elektronik tebligat mesajını idare tarafından verilen elektronik tebligat adresi aracılığıyla idareye iletir. 2'nci aşamada ise kendisine elektronik tebligat mesajı ulaşan idare, bu mesajı zaman damgasıyla ilişkilendirerek

muhatabın elektronik tebligat adresine iletir. Muhatap diğer bir hizmet sağlayıcıdan elektronik tebligat adresi almış ise, bu hizmet sağlayıcının sunucusuna iletir. Kendisine elektronik tebligat mesajı ulaşan diğer hizmet sağlayıcıları da bu mesajı zaman damgasıyla ilişkilendirerek muhatabın elektronik tebligat adresine iletir.

### e-tebligat beşinci günün sonunda yapılmış sayılacak

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu hizmet sağlayıcı olarak henüz iki kurumu (PTT ve bir A.Ş.) belirlemiş, bu kurumlar hizmet vermeye başlamakla birlikte henüz yeterli ölçüde başvuru gelmediği söylenmektedir. Bilmemiz gereken temel hususlardan birisi şudur: İdare ve hizmet sağlayıcılar, zaman damgası bilgisini ve mesaj özetini muhataba iletmez, sisteminde tutar.

Elektronik yolla tebligat, muhatabın elektronik tebligat adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda yapılmış sayılır. Hizmet sağlayıcılar, muhatabın adresine elektronik tebligatın iletilip iletilmediğine ve gecikme oluşmuşsa bu gecikmeye ilişkin kayıtlar da dahil tüm süreçlerin olay kayıtlarını tutar, bu bilgileri İdarenin sistemi vasıtasıyla tebliğatı çıkaran merciyeye derhal bildirir. Olay kayıtları günde en az bir defa olmak üzere zaman damgası eklenerek güvenli elektronik imzayla imzalanır ve erişilebilir şekilde arşivlerde otuz yıl süreyle saklanır. Hizmet sağlayıcılar, talep halinde elektronik tebligata ilişkin delil kayıtlarını yetkili mercilere elektronik ortamda sunmakla ve bu amaçla oluşturacağı sistemi hazır tutmakla yükümlüdür.

### Kayıtlı e-posta ile normal e-posta farklılıkları

Görüleceği üzere kayıtlı elektronik posta ile normal elektronik posta farklılık arz etmektedir. Bu farklılığı kısaca elektronik postanın bilinen hizmetlerine ek olarak, kayıtlı elektronik posta göndericisi ve alıcısı arasında;

1- Gönderici tarafından gönderinin yapıp yapılmadığına,



2- Alıcıya iletilip iletilmediğine,  
3- Gönderinin Alıcının posta kutusuna ulaşıp ulaşmadığına, ilişkin delil hizmetleri sunmakta ve ihtiyaç duyulması halinde elektronik postaya yeniden erişilebilmesine imkan tanımaktadır diyebiliriz. Yine görüleceği üzere açıkça kayıtlı elektronik posta sisteminin kullanıcısı olan gönderici, elektronik postanın kendisi tarafından gönderilmediğini ve aynı sistemin kullanıcısı olan alıcı ise kendisine ulaşmadığını iddia edememektedir.

Bir elektronik postanın göndericiden alıcıya iletilmesi sırasında meydana gelen bütün işlemlere ilişkin sisteminin tuttuğu kayıtlar delil mahiyetinde ve hukuki geçerliliğe sahip belgeler olarak kabul edilmektedir. Bu yapının bilgi güvenliği ve kişisel verilerin korunmasını sağlayacağını söyleyebiliriz.

## GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2011 ARALIK 1000 \$	2012 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
ALMANYA	294,261	302,307	2.7	3,971,805	24.6	3,449,414	21.4	-13.2
İNGİLTERE	184,016	185,135	0.6	2,077,747	12.9	2,213,596	13.8	6.5
İSPANYA	108,708	123,627	13.7	1,407,598	8.7	1,433,163	8.9	1.8
FRANSA	96,429	94,449	-2.1	1,285,226	8.0	1,036,698	6.4	-19.3
HOLLANDA	92,053	90,504	-1.7	873,565	5.4	852,428	5.3	-2.4
İTALYA	88,114	71,223	-19.2	851,116	5.3	721,080	4.5	-15.3
DANİMARKA	41,189	57,309	39.1	464,219	2.9	492,422	3.1	6.1
ABD	34,116	32,222	-5.6	442,394	2.7	450,859	2.8	1.9
İRAK	25,587	36,469	42.5	273,479	1.7	416,092	2.6	52.1
BELÇİKA	38,385	32,860	-14.4	424,958	2.6	382,372	2.4	-10.0
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,002,859</b>	<b>1,026,105</b>	<b>2.3</b>	<b>12,072,107</b>	<b>74.7</b>	<b>11,448,125</b>	<b>71.2</b>	<b>-5.2</b>
RUSYA FEDERASYONU	20,454	26,930	31.7	319,869	2.0	380,430	2.4	18.9
İSVEÇ	18,875	25,588	35.6	289,229	1.8	286,226	1.8	-1.0
POLONYA	13,329	17,850	33.9	168,460	1.0	284,977	1.8	69.2
SUUDİ ARABİSTAN	12,654	14,057	11.1	175,694	1.1	239,525	1.5	36.3
UKRAYNA	10,928	10,417	-4.7	131,684	0.8	197,806	1.2	50.2
ROMANYA	10,727	19,968	86.2	162,298	1.0	182,153	1.1	12.2
İSRAİL	14,130	10,114	-28.4	158,534	1.0	167,590	1.0	5.7
KAZAKİSTAN	8,799	6,996	-20.5	102,831	0.6	157,292	1.0	53.0
İSVİÇRE	13,482	15,395	14.2	142,689	0.9	150,799	0.9	5.7
CEZAYİR	10,610	9,799	-7.6	106,179	0.7	136,960	0.9	29.0
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,136,845</b>	<b>1,183,219</b>	<b>4.1</b>	<b>13,829,574</b>	<b>85.6</b>	<b>13,631,881</b>	<b>84.7</b>	<b>-1.4</b>
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	9,586	10,739	12.0	98,756	0.6	132,604	0.8	34.3
AVUSTURYA	11,616	9,631	-17.1	149,673	0.9	123,616	0.8	-17.4
LİBYA	15,782	13,610	-13.8	82,646	0.5	123,500	0.8	49.4
ÇEK CUMHURİYETİ	13,486	9,881	-26.7	138,935	0.9	121,995	0.8	-12.2
TUNUS	7,584	8,981	18.4	85,781	0.5	111,346	0.7	29.8
ESTONYA	2,498	4,559	82.5	58,110	0.4	98,751	0.6	69.9
YUNANİSTAN	6,046	6,650	10.0	123,629	0.8	95,745	0.6	-22.6
AHL SERBEST BÖLGE	7,134	5,369	-24.7	100,445	0.6	89,954	0.6	-10.4
MISIR	5,131	7,891	53.8	62,255	0.4	87,803	0.5	41.0
NORVEÇ	6,573	6,787	3.3	87,701	0.5	87,419	0.5	-0.3
BULGARİSTAN	4,687	5,962	27.2	78,495	0.5	80,981	0.5	3.2
KANADA	5,340	5,181	-3.0	63,845	0.4	61,376	0.4	-3.9
İRLANDA	3,846	5,474	42.3	63,107	0.4	61,051	0.4	-3.3
SLOVAK CUMHURİYETİ	3,166	5,925	87.2	51,125	0.3	57,151	0.4	11.8
KIRGIZİSTAN	2,253	3,802	68.8	29,080	0.2	53,796	0.3	85.0
LÜBNAN	3,255	2,730	-16.1	57,866	0.4	49,396	0.3	-14.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,450	3,596	-19.2	53,571	0.3	48,916	0.3	-8.7
MACARİSTAN	7,591	1,415	-81.4	66,854	0.4	47,201	0.3	-29.4
İRAN (İSLAM CUM.)	8,997	2,217	-75.4	84,505	0.5	43,165	0.3	-48.9
KOSOVA	1,953	3,633	86.0	48,827	0.3	42,983	0.3	-12.0
FİNLANDIYA	3,973	5,008	26.0	47,340	0.3	40,121	0.2	-15.2
ÜRDÜN	2,612	2,927	12.1	28,921	0.2	36,468	0.2	26.1
HONG KONG	3,645	3,524	-3.3	31,732	0.2	36,340	0.2	14.5
AZERBAYCAN	2,915	3,820	31.0	28,158	0.2	35,327	0.2	25.5
BOSNA-HERSEK	1,876	1,905	1.5	34,581	0.2	34,800	0.2	0.6
JAPONYA	3,923	2,153	-45.1	21,839	0.1	30,160	0.2	38.1
GÜRCİSTAN	5,355	2,535	-52.7	27,477	0.2	30,070	0.2	9.4
KKTC	2,127	2,394	12.5	29,684	0.2	29,512	0.2	-0.6
TRAKYA SERBEST BÖLGE	4,811	2,719	-43.5	45,393	0.3	28,552	0.2	-37.1
FAS	2,086	2,667	27.9	20,077	0.1	27,583	0.2	37.4
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,301,144</b>	<b>1,336,905</b>	<b>2.7</b>	<b>15,729,980</b>	<b>97.4</b>	<b>15,579,561</b>	<b>96.8</b>	<b>-1.0</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	34,380	46,581	35.5	420,181	2.6	508,538	3.2	21.0
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>1,046,247</b>	<b>1,081,714</b>	<b>3.4</b>	<b>12,812,386</b>	<b>79.3</b>	<b>12,132,572</b>	<b>75.4</b>	<b>-5.3</b>
<b>TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI</b>	<b>1,335,524</b>	<b>1,383,486</b>	<b>3.6</b>	<b>16,150,161</b>	<b>100.0</b>	<b>16,088,099</b>	<b>100.0</b>	<b>-0.4</b>



# TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2011 ARALIK 1000 \$	2012 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	77,847	67,055	-13.9	1,015,333	12.8	1,134,545	14.5	11.7
İTALYA	43,181	46,837	8.5	811,673	10.2	690,327	8.8	-15.0
ALMANYA	33,942	32,842	-3.2	470,843	5.9	411,437	5.2	-12.6
İNGİLTERE	25,644	22,834	-11.0	302,037	3.8	299,293	3.8	-0.9
ABD	23,802	20,141	-15.4	277,214	3.5	284,847	3.6	2.8
ROMANYA	22,931	22,340	-2.6	294,844	3.7	282,563	3.6	-4.2
İRAN	32,238	17,000	-47.3	302,046	3.8	272,011	3.5	-9.9
BULGARİSTAN	15,680	18,161	15.8	237,441	3.0	265,333	3.4	11.7
POLONYA	21,980	19,743	-10.2	295,615	3.7	260,324	3.3	-11.9
MISIR	23,637	22,605	-4.4	220,024	2.8	230,267	2.9	4.7
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>320,882</b>	<b>289,557</b>	<b>-9.8</b>	<b>4,227,069</b>	<b>53.2</b>	<b>4,130,947</b>	<b>52.6</b>	<b>-2.3</b>
İSPANYA	17,384	19,682	13.2	226,307	2.8	219,163	2.8	-3.2
FAS	17,998	15,400	-14.4	173,870	2.2	207,170	2.6	19.2
UKRAYNA	15,553	16,926	8.8	175,553	2.2	205,336	2.6	17.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	24,020	32,458	35.1	165,587	2.1	165,725	2.1	0.1
TUNUS	13,892	14,241	2.5	176,567	2.2	162,721	2.1	-7.8
FRANSA	13,734	11,046	-19.6	182,394	2.3	149,606	1.9	-18.0
HOLLANDA	12,964	12,881	-0.6	156,563	2.0	138,966	1.8	-11.2
BELÇİKA	9,767	11,371	16.4	133,517	1.7	132,981	1.7	-0.4
BREZİLYA	10,299	15,295	48.5	83,800	1.1	131,764	1.7	57.2
YUNANİSTAN	10,584	9,244	-12.7	153,563	1.9	128,875	1.6	-16.1
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>467,077</b>	<b>448,102</b>	<b>-4.1</b>	<b>5,854,788</b>	<b>73.7</b>	<b>5,773,253</b>	<b>73.5</b>	<b>-1.4</b>
PORTEKİZ	8,299	11,597	39.7	100,167	1.3	127,279	1.6	27.1
İSRAİL	8,698	6,879	-20.9	85,333	1.1	88,910	1.1	4.2
SİRBİSTAN	7,302	7,986	9.4	89,837	1.1	88,624	1.1	-1.4
HONG KONG	3,588	9,477	164.1	80,061	1.0	86,265	1.1	7.7
BEYAZ RUSYA	9,661	5,056	-47.7	93,946	1.2	80,290	1.0	-14.5
MERSİN SERBEST BÖLGE	16,657	5,068	-69.6	105,493	1.3	71,545	0.9	-32.2
MACARİSTAN	5,947	4,107	-30.9	75,381	0.9	71,519	0.9	-5.1
SUUDİ ARABİSTAN	7,120	4,625	-35.0	60,990	0.8	69,336	0.9	13.7
CEZAYİR	5,790	6,874	18.7	63,070	0.8	69,282	0.9	9.9
LİTVANYA	4,854	4,844	-0.2	51,599	0.6	53,157	0.7	3.0
ÖZBEKİSTAN	2,973	5,191	74.6	32,699	0.4	47,904	0.6	46.5
İRAK	2,781	5,817	109.2	32,204	0.4	46,056	0.6	43.0
ÇEK CUMHURİYETİ	3,198	3,229	0.9	43,884	0.6	45,795	0.6	4.4
ÜRDÜN	1,793	4,026	124.6	30,820	0.4	41,204	0.5	33.7
MAKEDONYA	3,224	4,318	33.9	37,250	0.5	39,868	0.5	7.0
AVUSTURYA	3,117	3,086	-1.0	35,899	0.5	38,048	0.5	6.0
EGE SERBEST BÖLGE	3,597	3,885	8.0	45,874	0.6	37,675	0.5	-17.9
AHL SERBEST BÖLGE	2,790	2,212	-20.7	39,806	0.5	37,222	0.5	-6.5
LİBYA	1,287	4,284	232.8	7,702	0.1	31,154	0.4	304.5
SURİYE	5,825	801	-86.2	104,956	1.3	31,026	0.4	-70.4
GÜRCİSTAN	1,955	2,381	21.8	24,769	0.3	30,633	0.4	23.7
LÜBNAN	2,705	2,332	-13.8	27,607	0.3	29,350	0.4	6.3
DANİMARKA	2,541	1,851	-27.1	29,277	0.4	28,459	0.4	-2.8
HİNDİSTAN	1,895	2,337	23.3	35,188	0.4	27,863	0.4	-20.8
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	3,195	1,862	-41.7	31,114	0.4	27,258	0.3	-12.4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,006	2,439	21.6	20,817	0.3	25,364	0.3	21.8
MOLDAVYA	2,651	2,718	2.6	21,734	0.3	25,355	0.3	16.7
KAZAKİSTAN	1,358	1,604	18.1	23,177	0.3	25,218	0.3	8.8
BURSA SERBEST BÖLG.	2,199	2,070	-5.9	31,540	0.4	24,555	0.3	-22.1
BANGLADEŞ	1,155	2,130	84.5	5,512	0.1	24,191	0.3	338.9
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>597,237</b>	<b>573,190</b>	<b>-4.0</b>	<b>7,322,496</b>	<b>92.2</b>	<b>7,243,657</b>	<b>92.3</b>	<b>-1.1</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	53,361	52,939	-0.8	622,438	7.8	606,044	7.7	-2.6
AB (27) TOPLAMI	266,427	264,581	-0.7	3,740,353	47.1	3,457,730	44.0	-7.6
<b>TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>650,598</b>	<b>626,129</b>	<b>-3.8</b>	<b>7,944,933</b>	<b>100.0</b>	<b>7,849,702</b>	<b>100.0</b>	<b>-1.2</b>

## GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2011 ARALIK 1000 \$	2012 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	51,188	41,695	-18.5	331,797	22.4	435,298	27.1	31.2
İTALYA	11,215	10,365	-7.6	139,791	9.5	127,471	7.9	-8.8
ALMANYA	10,218	8,425	-17.5	127,117	8.6	105,698	6.6	-16.8
IRAK	5,232	8,064	54.1	63,004	4.3	85,784	5.3	36.2
FRANSA	11,612	4,190	-63.9	93,811	6.3	71,535	4.5	-23.7
İNGİLTERE	5,915	5,331	-9.9	66,189	4.5	63,085	3.9	-4.7
UKRAYNA	8,000	2,445	-69.4	50,375	3.4	57,255	3.6	13.7
HONG KONG	3,563	4,502	26.4	45,508	3.1	49,419	3.1	8.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,850	4,606	61.6	43,300	2.9	47,738	3.0	10.2
SUUDİ ARABİSTAN	2,559	2,984	16.6	31,305	2.1	43,380	2.7	38.6
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>112,351</b>	<b>92,607</b>	<b>-17.6</b>	<b>992,199</b>	<b>67.1</b>	<b>1,086,664</b>	<b>67.7</b>	<b>9.5</b>
ABD	2,423	2,189	-9.6	25,845	1.7	30,407	1.9	17.6
KAZAKİSTAN	5,843	1,719	-70.6	42,429	2.9	25,908	1.6	-38.9
İSPANYA	3,177	2,147	-32.4	31,808	2.2	23,159	1.4	-27.2
BULGARİSTAN	1,891	1,777	-6.0	20,204	1.4	21,112	1.3	4.5
AVUSTURYA	2,708	2,227	-17.8	17,382	1.2	19,272	1.2	10.9
HOLLANDA	2,075	1,148	-44.7	23,293	1.6	18,919	1.2	-18.8
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,303	1,835	40.8	9,404	0.6	16,169	1.0	71.9
KIRGIZİSTAN	1,059	1,875	77.0	8,868	0.6	15,862	1.0	78.9
İSVİÇRE	1,838	905	-50.8	12,630	0.9	13,864	0.9	9.8
ROMANYA	625	532	-14.8	16,524	1.1	13,710	0.9	-17.0
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>135,293</b>	<b>108,962</b>	<b>-19.5</b>	<b>1,200,584</b>	<b>81.2</b>	<b>1,285,045</b>	<b>80.1</b>	<b>7.0</b>
LİBYA	507	899	77.3	3,394	0.2	13,550	0.8	299.2
DANİMARKA	3,134	790	-74.8	17,451	1.2	13,501	0.8	-22.6
AZERBAYCAN	478	1,006	110.7	9,290	0.6	13,169	0.8	41.8
MISIR	2,161	1,329	-38.5	11,277	0.8	12,486	0.8	10.7
BELÇİKA	1,285	762	-40.7	15,976	1.1	11,674	0.7	-26.9
YUNANİSTAN	679	342	-49.6	12,061	0.8	10,168	0.6	-15.7
TÜRKMENİSTAN	483	301	-37.7	7,659	0.5	10,165	0.6	32.7
POLONYA	400	291	-27.3	7,076	0.5	9,625	0.6	36.0
GÜRCİSTAN	2,070	779	-62.4	9,872	0.7	9,135	0.6	-7.5
İSRAİL	794	537	-32.3	9,386	0.6	8,788	0.5	-6.4
ÖZBEKİSTAN	201	749	273.7	3,856	0.3	8,691	0.5	125.4
JAPONYA	2,654	740	-72.1	9,635	0.7	8,358	0.5	-13.3
KKTC	513	641	24.8	8,459	0.6	8,326	0.5	-1.6
TUNUS	501	977	95.0	5,637	0.4	8,273	0.5	46.8
GÜNEY KORE	1,148	699	-39.1	9,673	0.7	8,207	0.5	-15.1
CEZAYİR	389	808	107.7	4,049	0.3	8,005	0.5	97.7
İSVEÇ	763	911	19.5	5,806	0.4	7,336	0.5	26.3
TATARİSTAN	377	556	47.5	4,968	0.3	6,136	0.4	23.5
SİRBİSTAN	467	297	-36.4	5,155	0.3	6,127	0.4	18.9
ÜRDÜN	163	165	1.4	3,361	0.2	5,563	0.3	65.5
TACİKİSTAN	103	190	85.2	2,846	0.2	5,535	0.3	94.5
ESTONYA	72	245	239.1	4,904	0.3	5,332	0.3	8.7
MAKEDONYA	98	395	303.0	3,824	0.3	4,893	0.3	27.9
ARNAVUTLUK	275	413	100.0	5,129	0.3	4,846	0.3	-5.5
BOSNA-HERSEK	309	337	9.2	3,637	0.2	4,478	0.3	23.1
ÇEK CUMHURİYETİ	176	433	146.3	2,972	0.2	4,459	0.3	50.0
BEYAZ RUSYA	328	249	-23.9	6,508	0.4	4,442	0.3	-31.7
MOLDAVYA	115	250	117.1	1,252	0.1	4,348	0.3	247.4
SEYŞEL ADALARI	0	0	#DIV/0!	25	0.0	4,127	0.3	16,589.9
KOSOVA	258	326	26.4	3,970	0.3	4,044	0.3	1.9
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>156,191</b>	<b>125,378</b>	<b>-19.7</b>	<b>1,399,691</b>	<b>94.6</b>	<b>1,518,832</b>	<b>94.6</b>	<b>8.5</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	8,300	7,388	-11.0	79,583	5.4	86,237	5.4	8.4
AB (27) TOPLAMI	57,377	40,987	-28.6	621,049	42.0	544,123	33.9	-12.4
<b>TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI</b>	<b>164,491</b>	<b>132,766</b>	<b>-19.3</b>	<b>1,479,274</b>	<b>100.0</b>	<b>1,605,069</b>	<b>100.0</b>	<b>8.5</b>



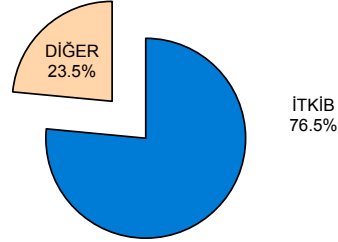
# TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2011 ARALIK 1000 \$	2012 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	18,893	27,031	43.1	249,164	15.3	333,745	16.6	33.9
IRAK	14,467	14,982	3.6	140,790	8.6	198,996	9.9	41.3
ABD	14,108	17,309	22.7	149,806	9.2	184,315	9.2	23.0
LIBYA	14,378	20,527	42.8	29,689	1.8	130,740	6.5	340.4
ALMANYA	12,177	9,430	-22.6	101,245	6.2	99,612	5.0	-1.6
MISIR	1,503	1,921	27.8	13,040	0.8	63,553	3.2	387.4
BAE	2,876	6,378	121.8	41,022	2.5	60,902	3.0	48.5
İNGİLTERE	4,481	5,148	14.9	54,446	3.3	60,093	3.0	10.4
RUSYA FED.	5,214	6,846	31.3	42,672	2.6	59,999	3.0	40.6
UKRAYNA	3,955	3,769	-4.7	35,994	2.2	36,908	1.8	2.5
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>92,051</b>	<b>113,340</b>	<b>23.1</b>	<b>857,867</b>	<b>52.7</b>	<b>1,228,864</b>	<b>61.1</b>	<b>43.2</b>
AZERBAJCAN-NAHÇIVAN	3,182	3,657	14.9	28,539	1.8	32,155	1.6	12.7
İSRAİL	4,948	3,494	-29.4	27,051	1.7	30,855	1.5	14.1
POLONYA	2,345	2,093	-10.7	33,066	2.0	30,743	1.5	-7.0
JAPONYA	2,591	2,335	-9.9	33,193	2.0	30,066	1.5	-9.4
TÜRKMENİSTAN	3,358	4,175	24.3	25,149	1.5	29,878	1.5	18.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,591	3,798	46.6	19,163	1.2	29,739	1.5	55.2
KAZAKİSTAN	2,093	2,752	31.5	32,031	2.0	29,693	1.5	-7.3
TACİKİSTAN	2,274	3,475	52.8	23,067	1.4	28,911	1.4	25.3
ÇEK CUMHURİYETİ	446	5,183	1,063.3	11,753	0.7	27,391	1.4	133.1
ROMANYA	2,136	1,921	-10.1	23,411	1.4	26,637	1.3	13.8
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>118,013</b>	<b>146,223</b>	<b>23.9</b>	<b>1,114,288</b>	<b>68.4</b>	<b>1,524,931</b>	<b>75.8</b>	<b>36.9</b>
BELÇİKA	3,823	3,063	-19.9	30,223	1.9	25,306	1.3	-16.3
AFGANİSTAN	1,315	1,355	3.0	22,518	1.4	24,585	1.2	9.2
KUVEYT	2,240	1,900	-15.2	25,856	1.6	23,498	1.2	-9.1
KIRGIZİSTAN	2,011	1,843	-8.4	17,881	1.1	21,984	1.1	22.9
İRAN (İSLAM CUM.)	3,161	1,645	-48.0	33,912	2.1	20,488	1.0	-39.6
İTALYA	1,670	2,351	40.8	18,007	1.1	19,278	1.0	7.1
CEZAYİR	1,372	1,566	14.1	12,009	0.7	16,739	0.8	39.4
MALEZYA	1,099	1,362	24.0	12,127	0.7	16,428	0.8	35.5
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	574	395	-31.1	14,191	0.9	15,787	0.8	11.2
AVUSTRALYA	756	864	14.2	11,827	0.7	15,018	0.7	27.0
KANADA	1,279	1,266	-1.0	11,411	0.7	13,282	0.7	16.4
FRANSA	1,321	1,448	9.6	33,714	2.1	12,966	0.6	-61.5
İSVEÇ	650	1,182	81.7	8,326	0.5	12,811	0.6	53.9
FAS	966	928	-4.0	10,565	0.6	12,336	0.6	16.8
YUNANİSTAN	966	966	-0.1	15,391	0.9	11,514	0.6	-25.2
BULGARİSTAN	716	1,550	116.4	6,985	0.4	10,091	0.5	44.5
PAKİSTAN	1,258	910	-27.6	10,508	0.6	9,236	0.5	-12.1
KATAR	263	594	125.9	7,252	0.4	9,053	0.4	24.8
KOSOVA	785	718	-8.6	10,084	0.6	9,017	0.4	-10.6
AVUSTURYA	534	881	64.9	7,358	0.5	8,962	0.4	21.8
LÜBNAN	266	406	52.5	4,535	0.3	8,804	0.4	94.1
AHL SERBEST BÖLGE	1,342	537	-60.0	14,538	0.9	8,666	0.4	-40.4
BOSNA-HERSEK	735	770	4.7	9,260	0.6	8,321	0.4	-10.1
YEMEN	165	823	397.7	2,833	0.2	7,623	0.4	169.1
UMMAN	526	475	-9.6	5,941	0.4	6,673	0.3	12.3
ENDONEZYA	139	279	100.4	5,711	0.4	6,201	0.3	8.6
BREZİLYA	387	380	-1.9	5,784	0.4	5,964	0.3	3.1
ARNAVUTLUK	914	1,384	51.5	5,828	0.4	5,931	0.3	1.8
NORVEÇ	414	563	36.2	5,070	0.3	5,832	0.3	15.0
GÜRCİSTAN	630	919	45.8	4,650	0.3	5,781	0.3	24.3
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>150,291</b>	<b>179,546</b>	<b>19.5</b>	<b>1,498,582</b>	<b>92.0</b>	<b>1,903,106</b>	<b>94.6</b>	<b>27.0</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	12,933	9,409	-27.3	129,861	8.0	108,835	5.4	-16.2
AB (27) TOPLAMI	38,089	37,512	-1.5	396,998	24.4	381,889	19.0	-3.8
<b>TOPLAM HALI İHRACATI</b>	<b>163,225</b>	<b>188,954</b>	<b>15.8</b>	<b>1,628,443</b>	<b>100.0</b>	<b>2,011,941</b>	<b>100.0</b>	<b>23.5</b>

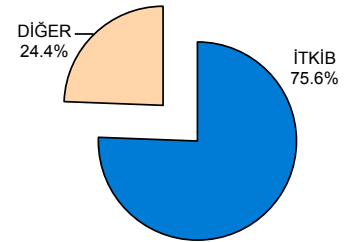
## GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
<b>KONFEKSİYON</b>	76.5	23.5
<b>TEKSTİL</b>	50.2	49.8
<b>DERİ</b>	75.6	24.4
<b>HALI</b>	19.6	80.4
	<b>137,709,929</b>	
<b>İTKİB</b>	18,693,457	
<b>DİĞER</b>	119,016,471	

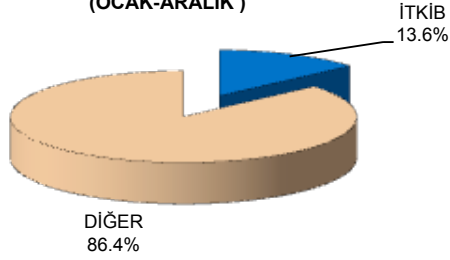
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-ARALIK)



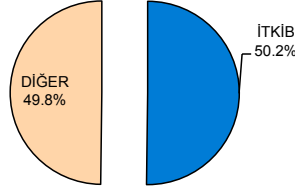
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-ARALIK)



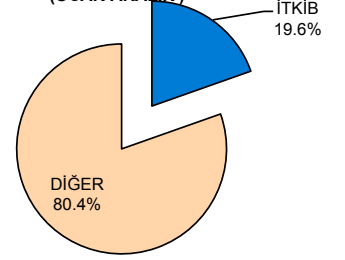
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-ARALIK)



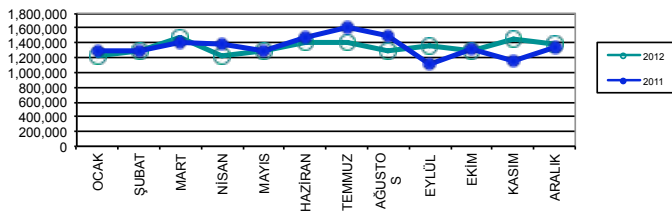
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-ARALIK)



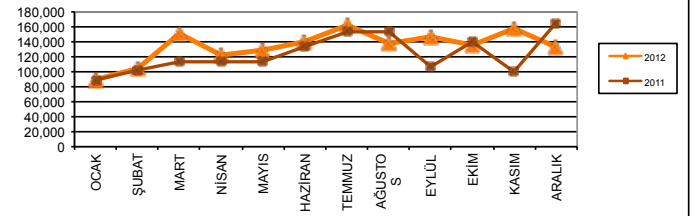
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-ARALIK)



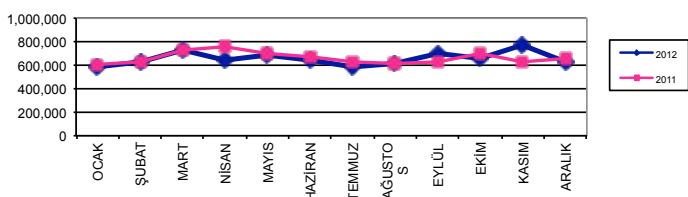
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



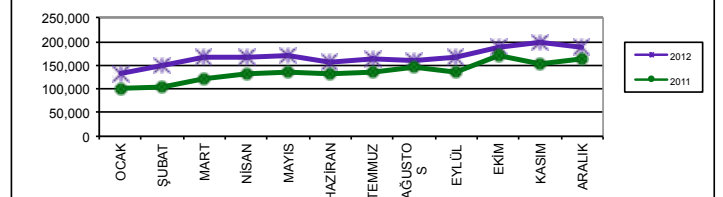
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ







## ADRESLER

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

### BİRLİKLER

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

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

**Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)**  
Tel: 0 258 274 66 88  
Faks: 0 258 274 72 22-62  
e-mail: denib@denib.gov.tr  
internet: www.denib.gov.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 İhracatçılar 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@oaib.org.tr  
internet: www.oaib.org.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 (AĞİMAD)**  
Tel: 0 322 453 53 21  
internet: www.agimad.org

**Ankara Giyim Sanayicileri Derneği**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTRADE)**  
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: tgsd@tgsd.org  
internet: www.tgsd.org

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

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

**Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği**  
Tel: 0 212 227 06 86  
Faks: 0 212 261 11 57

### KURUMLAR

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### SENĐİKA 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: 0 212 232 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: info@turdev.org  
internet: www.turdev.org

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

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

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

### SERBEST BÖLGE

**Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (İSBI)**  
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: 0 216 394 21 28  
Faks: 0 216 394 21 23  
e-mail: isttrakyasb@superonline.com

### GÜMRÜKLER

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Çerkezköy Gümrük Müdürlüğü**  
Tel – Faks: 0 282 726 58 61

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

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



# Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



## En modern teknoloji ile en seřkin 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 dış giyim ve ev tekstili firmalarının tercihi olmuştur. Filofibra güvencesi ile İstanbul depolarımızdan anında fabrikalarınıza servis avantajı ile...

## Kingdom; ketenle daha kaliteli yaşam.



## FİLOFİBRA PAZARLAMA A.Ő.

Levent Caddesi Sülün Sok. No: 34 1. Levent 34330 İstanbul  
Tel: 90 212 283 38 60 (8 Lines) - Telefax: 90 212 283 38 59 / 283 00 21  
email: filofibra@filofibra.com.tr - web: www.filofibra.com.tr  
www.kingdom-china.com



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