

# İTKİB HEDEF 230

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLİK DERGİSİ

15 MART - 15 NİSAN 2013

**MODA  
HAFTASI  
YENİLENEN  
YÜZÜYLE  
GELDİ**

**GUINNESS'Lİ  
PROJE  
START ALDI**





StyleShoots

• Canon 5D MARK II  
21 Megapixel Kamera



StyleShoots



Apple iPad 3

Kumanda ve  
fotoğraf çekmek için  
pratik ve kolay

INNOVATIVE  
THINKING



styleshootturkey.com

Siz hala **DEKUPE** ile mi uğraşıyorsunuz?  
StyleShoots ile otomatik dekupenin hız ve kalitesini yaşayın...



bábéxi LCWAIKIKI CLIMBER B.C. cicik.com Bebebe SAMHA GROUP TAYPA CKLT

FORNIT MURIEL M&S STATEART RIET ZOOVERS mes MEXX GARCIA GRUPO COIN limango

**ASTAS**

styleshoots.com

Tel: (0212)630 89 00 Dahili: 1390

Faks: (0212) 630 89 29

# Modanın gerçek yıldızı: Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'u tüm modaseverlere gururla sunar.



Mercedes-Benz  
İletişim Hattı  
4446244

[istanbul.mbfashionweek.com](http://istanbul.mbfashionweek.com)



Mercedes-Benz FashionWeek  
İSTANBUL



## İÇİNDEKİLER

2



**MODA:**  
İSTANBUL  
MODA  
HAFTASI  
YENİLENEN  
YÜZÜYLE  
GELDİ

26

## SOSYAL SORUMLULUK: GUINNESS'Lİ PROJE START ALDI



68

## FUAR: TEKSTİLİN DÜNYAYA AÇILAN KAPISI : PREMIERE VISION



54

- 4 **KISA**
- 12 **İTKİB KISALAR**
- 16 **BİLİŞİM**  
İTKİB HER YERDE
- 18 **SEKTÖR**  
HAZIR GİYİMCİLER  
SEKTÖRÜN NABZINI TUTTU
- 20 **ZİYARET**  
KONSOLOSLUK ZİYARETLERİ  
İKİNCİ TURDA
- 22 **SEKTÖR**  
AYAKKABICILARDAN  
İTHALAT TEPKİSİ
- 24 **SOSYAL SORUMLULUK**  
KIZILAY MERTER'DEN  
EĞİTİME DESTEK
- 60 **TREND SEMİNERİ**  
2014 İLKBAHAR VE  
YAZI RENGARENK
- 62 **FUAR**  
RUSYA PAZARI  
CPM'LE CANLANDI
- 72 **İTKİB**  
İTKİB YÖNETİM KURULLARI'NIN  
BAŞARILI İŞ KADINLARI

- 76 **FUAR**  
AYSAF İSTİKRARINI  
SÜRDÜRÜYOR
- 78 **FUAR**  
MUNICH FABRIC'E İLGİ ARTIYOR
- 82 **FUAR**  
İTALYANLARIN GÖZÜ  
TÜRK TASARIMLARINDA
- 86 **FUAR**  
İTHİB "ISPO MUNICH" YOLUNDA
- 90 **SEKTÖR**  
TEKSTİLİN DİNAMOSU:  
TERBİYE SEKTÖRÜ
- 94 **GÜNDEM**  
EYLEM PLANI'NDA SON ADIM
- 98 **İTKİB İTA**  
İTKİB İTA ORGANİK  
TEKSTİLLERE IŞIK TUTTU
- 102 **İMA**  
HAYALLER İMA İLE BÜYÜYOR
- 104 **TİCARET HUKUKU**  
YURT DIŞI HARCAMALARIN  
VERGİLENDİRİLMESİ
- 106 **GÖSTERGELER**
- 112 **ADRESLER**

# İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON  
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına  
Cumhur İŞBIRAKMAZ

### 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, Kengiz 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





Tüketici Güvenliği  
Kaynak Tasarrufu  
İklim Koruması

**\*GELECEK, her hafta 3,000 m<sup>3</sup>  
su tasarrufu yapmak demek!**



### **Tekstili \*Geleceğe Taşımak...**

Daha iyi bir GELECEK - Kaynakların verimli kullanımıyla, karbondioksit emisyonları azaldı ve tüketici koruma güvenliği geliştirildi.

Güvenilir bir partner olarak bizim için "gelecek", bugün ve yarınlar için sizlere geleceği şekillendiren çözümler sunmaya devam etmek demektir. Örneğin, boyama sonrasında kullanılan sabunlama ürünümüz Cyclanon XC-W, bir haftalık kullanım boyunca 3,000 m<sup>3</sup> sıcak suyun tasarruf edilmesini sağlar. Gelecek için olması gerektiği gibi!

[www.basf.com/textile](http://www.basf.com/textile)

**BASF**

The Chemical Company

KADIN GİYİMİNDEN ERKEK GİYİMİNE YILIN EN TREND ÜRÜNLERİNİ, TASARIMLARI İLE GÖZ DOLDURAN MARKALARDA BULABİLİRSİNİZ. MARKALARIN SUNDUĞU SON KOLEKSİYONLARLA DA İHTİYACINIZ OLAN HER ŞEYE ULAŞMANIZ MÜMKÜN.



## Yazın rengi 'Mavi'dir

**En** güzel jean'i mutfağında pişiren Mavi, 2013 ilkbahar/Yaz koleksiyonuyla en renkli jean'i de mönüsüne ekliyor. 100'ü aşkın yıkama, kesim ve detay kombinyle herkesin mükemmel jean'i bulmasını hedefliyor. Neon renkleri koleksiyonda bomba etkisi yaratırken, Malibu ve Miami'den çıkıp gelen desenler, baskılar, grafikler, İstanbul adalarının romantik denizcileriyle buluşuyor. En klasikten en çılgına tüm stillerin bir doz Akdeniz havasıyla karıştığı Mavi koleksiyonu, ismine inat yazın tüm renklerini kapsıyor.

## Kalite ve şıklığın buluşma noktası



**Erkek** giyim sektöründe kalite ve şıklığı simgeleyen Abdullah Kişili, farklı çizgisi ve özel kumaşlarıyla şıklığın tek adresi olmaya devam ediyor. Hassas dokulu, yumuşak ve pürüzsüz kumaşlarla üretilen ceketlerini müdavimlerine sunan Abdullah Kişili, rahat olduğu kadar kalitesiyle de en çok tercih edilen marka. Yün, angora ve cashgora karışımıyla kullanıcılarını kaliteli bir moda yolculuğuna çıkararak Abdullah Kişili, dünyanın en önemli kumaş firmalarından özenle seçilen kumaşlarla üretilen ceketler, iyi giyinmeyi seven erkeklerin tercihi olmaya devam ediyor.

## Banyolar Karaca Home ile yenileniyor



**Karaca Home** ile bahar aylarına banyolarınızı yenileyerek girmeniz için çok nedeniniz var. Karaca Home banyo koleksiyonu şık tasarımları ve bambu lifli dokusuyla hem teninizi koruyor, hem banyolarınızı güzelleştiriyor. Karaca Home el ve banyo havluları, bornoz setleri yüzde yüz bambu ve bambu pamuktan üretiliyor, ayrıca havlu ve bornoz setleri bambu paspaslar ile tamamlanıyor. Kara-

ca Home'un sıcak ve zarif renklerden oluşan banyo koleksiyonu farklı tasarımlarıyla seçim yapmanızı da zorlaştırıyor. İşlevsel kullanımı, farklı desenleri ve sınımsız pastel renkleriyle en sevilen Karaca Home ürünlerinden olan bambu paspasları havlu ve bornoz takımlarıyla kombinleyebilir, banyonuzda modern bir atmosfer yaratabilirsiniz.

## Çocukların kalbi Zeyland'da



**Zeyland**, çocuk giyim alanındaki 42 yılı aşkın varlığı süresince, fiyat ve kalite arasındaki doğru ilişkiye daima büyük önem göstererek üretim ortaklarını ve satış ağını dikkatlice seçiyor. Zeyland 2012-2013 Sonbahar Kış Koleksiyonu şık ve özgün tasarımları ile kış sezonunu bitirirken modelleri ile çocuklarımızın kalbini, fiyatları ile ebeveynlerin kalbini fethediyor. Anne ve babaların vazgeçilmez adresi Zeyland, şıklığını korumak isteyen minik prens ve prenseslerinin gardırobuna seslenecek rengarenk bir sonbahar-kış koleksiyonunu ile adından söz ettirmeye devam ediyor.



## 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



Barkod  
Her  
Yerde!!!

BAY. SQL  
**ENTEĞRE**  
Yeni Nesil Çözümler

e-yaz®

V3  
Nebim  
Application  
Expert

**AKBARKOD®**

Etiket Sanayi ve Ticaret. Ltd. Şti.

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



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



## Ulaşılabilir lüks ürünler, Valeron'da

**Zorlu** Tekstil Grubu'nun, sıra dışı ve şık tarzıyla öne çıkan seçkin ev tekstili markası Valeron'un İstanbul Nişantaşı'ndaki mağazası açıldı. Üstün kaliteye sahip koleksiyonlarıyla dünyanın önde gelen ev tekstili markaları arasında yer alan Valeron, zarif ve yalın detaylar içeren özgün stiliyle trendlere yön verirken, yaşam alanları için de seçkin bir tarz sunuyor. Nevresim takımlarından bornoza, havlu çeşitlerinden perdeye, runner, throw, dekoratif ürün ve aksesuar çeşitlerine kadar oldukça zengin ve seçkin bir ürün yelpazesine sahip olan Valeron, tasarım konusundaki iddiasının yanı sıra "ulaşılabilir lüks" olma özelliğini de koruyor.

## Scooter baharda bambaşka

**Rahat** ve spor stil sevenlerin vazgeçilmez markası Scooter, yeni sezon modelleriyle sezonun trend renklerini ayaklarınıza getiriyor. Yeni sezonda adımlarınıza ayrı bir keyif katacak olan birbirinden şık Scooter modelleri, yumuşak ve nefes alan yapısıyla günün yorgunluğunu atmanıza yardımcı olacak. Ayak sağlığını koruyan, rahat, şık ayakkabılar üreterek tüketicinin beğenisini ve güvenini kazanan Scooter'ın, ilkbahar/Yaz için tasarladığı sportif modelleri alıcılarını bekliyor.



## Matraş'tan el yapımı harikalar



**Sezonun** en çekici trendi olan deri ceketlerden bir tane edinmenin tam zamanı. Klasik, vintage görünümlü, motorcu ya da pilot ceketi; hayalinizi hangi ceket stili süslüyor olursa olsun, Matraş'ın el yapımı deri ceket koleksiyonunda sizin de gönlünüzü çecek bir tane bulunuyor. Matraş, sezonun en çekici kampanyasıyla yeni bir deri ceket edinmenin tam zamanı olduğunu fısıldıyor. Şimdi hayallerinizi süsleyen el yapımı tüm Matraş deri ceketler %60 indirimle şıklığın ayrılmaz bir parçası olmaya devam ediyor.



## Duty-Free'ye yenilik

**Havalimanı** işletmeciliğinde Türkiye'nin dünyadaki lider markası TAV Havalimanları ve duty-free sektöründe dünyada ilk üç arasında yer alan Unifree-Heinemann ortaklığında hizmet sunan ATÜ Duty-Free, çalışanlarının ihtiyaçları ve talepleri doğrultusunda ünlü tasarımcı Hakan Yıldırım tarafından tasarlanan yeni kıyafetleri tanıttı. İstanbul Modern'de 11 Şubat'ta düzenlenen geceye iş ve kültür sanat dünyasının önde gelen isimleri katıldı. Gecede, ATÜ çalışanları yeni kıyafetlerini ünlü koreograf Tan Sağtürk'ün sanat danışmanlığını yaptığı bir dans performansı ile tanıttı. Gecede ATÜ kıyafetlerini ünlü mankenler Tuğba Melis Türk ve Samet Sırmalı giydi.



**Ujamoto®**

ISO9001:2000 Certified, MADE IN JAPAN

**%100 Japon**  
**Yüksek Kaliteli Reçme Makinaları**



**UĞUR®**  
M A K İ N A

Tel.: 0212 495 00 00 [www.brothertr.com](http://www.brothertr.com)

## Rahat ve sıra dışı çizgiler



**Şehirli** iş kadınlarının tercihi, rahat ve sıra dışı çizgileri sadelikle buluşturan NGSTYLE, stil sahibi ve şık giyinmeyi tercih eden kadınları 2013 İlkbahar-Yaz koleksiyonu ile buluşturuyor. Yazın dinamizmini ve canlılığını yansıtan, turuncu, ekru, yeşil, lacivert, parlament, saks, mavi ve pudra gibi renk skalasına sahip NGSTYLE koleksiyonu, dökümlü tulumlar, gömlek elbiseler, peplum ceket ve bluzlar, çan formlar, trikolar ile hayat buluyor. NGSTYLE 2013 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu; Activated City, Garden Party, Scarlet Letter, Geometry Class ve Paradise Beach temalarından oluşmaktadır.

## Güle güle fazla kilolar

**Kışın** alınan kiloları yakmak, sağlıklı ve formda kalabilmek için spor yapmaya hazırsanız ve tek eksisiniz kıyafetler ve spor ekipmanları ise aradığınız en yeni ve rahat ürünleri Intersport mağazalarından satın alabilirsiniz. Egzersiz yaparken uzmanlar tarafından uygun kıyafet giyilmesi ve özellikle spor ayakkabı seçimine dikkat edilmesi gerektiğinin de altı çiziliyor. Her tip spora uygun sizin rahat hareket etmenizi sağlayacak, nefes alabilen yapıya sahip, egzersizler boyunca vücudunuza destek veren özel kumaş ve niteliklerle üretilmiş kıyafetlere en yeni renkler ve modellerle Intersport uğramanız gereken açık adres.



## Ev yenilemenin tam zamanı

**Mudo Concept** evlerini yenilemek isteyenler için kaçınılmayacak bir fırsat sunuyor. Mudo Concept'te ahşabın ve camın en şık uyumunu yansıtan orta sehpa ve masalar, kadife kumaşın sıcaklığını simgeleyen puflar ve koltuklar, son trendleri yansıtan endüstriyel tarzda kitaplıklar ve dolaplar, eskitilmiş ahşap masalar ve sandalyeler, derinin asil duruşunu sergileyen koltuklar olmak üzere yaşam alanlarınızı farklılaştıracak tüm ürünlere avantajlı fiyatlarla sahip olabilirsiniz. Ev ve yaşam için her şeyi sınırsız dünyasında sizlere sunan Mudo Concept'ler, her yaşa ve zevke seslenen mobilya seçenekleri ile klasik ve modern evlerin vazgeçilmez parçalarını sizlerle buluşturuyor.

## Çocuklar harikalar dünyasında

**Çiçek** kokularının ve çekingen güneşin yavaş yavaş kendini hissettirdiği ilkbahar, çocukların dünyasına yepyeni renkler ve farklı bir atmosfer kazandırıyor. Çocuklar bu bahar, tavşanlar, sincaplar, filler, zürafalar ve daha birçok hayvanın bir arada yaşadığı rengarenk ve farklı bir harikalar dünyasına davetli. Renklizebra.com'da satışa sunulan ürünler, tasarımları ve renkleriyle çocukları için sıra dışı ve farklı seçenekler arayanlara çok özel alternatifler sunuyor. Bahar ve yaz sezonuna özel yepyeni koleksiyonlarıyla Room Seven ve Oilily markasının ürünleri, Renklizebra.com'da çocuğuna renkli, hit ve tarz tasarımlar hediye etmek isteyen anne-babaları bekliyor.






## 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



## Gençliğin ruhu

**60'lı** yılların Retro stilinden ilham alan Park's by Park Bravo yeni koleksiyonu, geometrik formlar ve kravat desenler kullanılarak hazırlandı. Retro havasını yakalayan marin çizgilerin ağırlıkta olduğu koleksiyonda, mavi-beyaz-kırmızı-lacivert renkleri öne çıkıyor. Koleksiyonun diğer öne çıkan renkleri ise; somon, indigo, taş gri, kiremit ve nar çiçeği. Koleksiyonun en iddialı parçaları, kontrast biyeli ve çizgili serin ilkbahar akşamları için pardesüler. Park's by Park Bravo kadınının vazgeçemediği etek ceket takımlar bu sezon da trend renkler ve yeni tasarımlar ile koleksiyonda hayat buluyor.

## BNG ile yenilenin

**Tasarımlarıyla** göz dolduran, son yıllarda hızlı bir büyüme sergileyen BNG, 2013 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu ile kadınları bu kez de yenilenmeye davet ediyor. Baharın canlılığı, yaz aylarının tazeliğini "Yeni-lenme XIII" koleksiyonuna yansıtan BNG, kadınları özgür bırakıyor. BNG'nin ilkbahar-yaz koleksiyonunda omuzda ve sırttaki asimetrik kesimler, yerlere kadar uzanan etekler, bol pantolonlar, cazibeli elbiseler özellikle dikkat çekiyor. Üst üste giyilebilecek parçalar aynı zamanda takım oluşturabilecek bütünlükteler. İncecik koton penyelerin üzerlerinde, BNG'de görmeye alışık olmadığımız mürekkep akıtmalı baskılar dikkat çekiyor.



## İçinizi saran güzellik

**La Senza** yeni koleksiyonuyla çok iddialı. La Senza'nın İlkbahar/yaz koleksiyonu çarpıcı renkleri, seksi modelleri ile mağazalarda yerini alıyor. La Senza yeni sezon koleksiyonunda sütyen modellerinde gökkuşağının tüm renkleri parl parl parlıyor. Sütyen modellerinin neon renklerini bu yaz transparan bir gömlek veya bir atletin içine giyerek deniz kenarında, konser akşamlarında göz alıcı parlaklık ile rahatlığı bir arada kullanabilirsin. La Senza'nın en heyecan verici tasarımı "Beyond Cleavage" da şimdi her zamankinden daha seksi. Göğüs dekoltesinin gizemini yeniden yorumlayan "Beyond Cleavage" tasarımı, seksi renkleri, dantel detayları ve jel dolgusuyla beyond fanatiklerini bir kez daha kendine hayran bırakacak.

## Benetton tercihini yaptı

**Avrupa'nın** en büyük yazılım şirketinden biri olan Dassault Systèmes, hayatın her alanında ve farklı sektörlerde başan öykülerine imzasını atmaya devam ediyor. Dassault Systèmes, hazır giyim endüstrisinin global devlerinden Benetton Grubu'nun tercih ettiği firma oldu. Benetton Grubu, global geliştirme ve dış kaynak kullanımını için, ENOVIA 6 ile birlikte Dassault Systèmes 3DEXperience Platform'unu seçti. Benetton Grubu, 3DEXperience Platform ile birlikte yeni koleksiyon geliştirmekten alışveriş deneyimine kadar giden yolda; yepyeni bir süreç inşa ediyor.





# KUMAŞTAN KOLEKSİYONA TASARIMDA DEVRİM



## Kaledo®

Moda tasarımı için özel geliştirilmiş yazılım çözümü

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



## Birlik Başkanları'na sürpriz doğum günü



**İstanbul** Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Üyeleri, tekstil sektörünün gündeminde olan konuları 8 Şubat tarihinde gerçekleştirdikleri kurul toplantısına taşıdı. Çok sayıda yönetim kurulu üyesinin katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda, iplik, kumaş, ev tekstili, endüstriyel/teknik kumaş ve aksesuarları

gibi her çeşit tekstil ürününün üretim ve ihracat detayları görüşüldü. Toplantıda 53 yaşına giren İTHİB Başkanı İsmail Güllü'ye sürpriz bir doğum günü partisi yapıldı. 7 Mart tarihinde gerçekleşen İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu toplantısında bir araya gelen İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri, deri

sektörünün 2012 ihracat performansını masaya yatırdı. Sektörün ihracat performansını bir adım daha ileriye taşımak istediklerini belirten üyeler, yapmaları gereken çalışmalarla ilgili detaylı fikir alışverişinde bulundu. İDMİB Yönetim Kurulu Toplantısı'nda İDMİB Başkanı Lemi Tolunay'ın 62'nci yaş günü de kutlandı.

## İTHİB'e Doğu Avrupa Ülkeleri'nden ziyaret



**"Güney** Avrupa Açık Bölgesel Fonu-Dış Ticaret Danışmanlığı (ORF AW)" projesi kapsamında, Arnavutluk, Bosna Hersek, Bulgaristan, Kosova, Makedonya ve Sırbistan'da faaliyet gösteren hazır giyim birlik temsilcileri heyeti, 20 Şubat Çarşamba günü İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri'ni ziyaret etti. Söz konusu heyette, Arnavutluk Tekstil Birliği (CFA), Bosna Hersek Hafif Sanayi Federasyonu (utoK), Bulgaristan Tekstil

ve Konfeksiyon Üreticileri ve İhracatçıları Birliği (BAPIOT), Kosova Tekstil Birliği (K-Text), Makedonya Tekstil Kümesi Tekstil Ticaret Birliği ve Sırbistan Moda Kümesi (FACTS) temsilcileri ve GIZ/Sequa Proje Müdürü ile bir danışman yer aldı. Görüşmede, Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründe dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olduğuna dikkat çeken Heyet, Güney Doğu Avrupa ülkelerindeki

Birlikler tarafından sağlanan hizmetleri geliştirmek amacıyla İTHİB ile işbirliği yapmak istediklerini temsilcilere ilettiler. İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ömer Özpehlivan ve Vehbi Canpolat'ın katıldığı toplantıda Heyet, 2013 yılı içinde İTHİB ile ikili görüşmeler yapılabilmesi imkanı ve esas itibarıyla gömlek, t-shirt ile denim giysiler için pamuklu kumaşlar ve iplikler olmak üzere kumaş tedarik edebilme imkanlarını değerlendirdi. Heyet ayrıca, düğme, fermuar gibi konfeksiyon aksesuarları da tedarik etmek ve İstanbul'da düzenlenecek en önemli kumaş ve aksesuar fuarları hakkında da İTHİB temsilcilerinden bilgi aldı. Üretim kapasitesinin modernizasyonu ve otomatizasyonu için verilen devlet destekleri, mesleki eğitim ve öğretim, marka geliştirme ve yabancı pazarlarda markaların tutundurulması gibi konular da heyetin görüştüğü konular arasında yer aldı.



*Mükemmelige Azerlan Fermuar*



## BMD'nin yeni Başkanı Hüseyin Doğan



**Türkiye'nin** önde gelen markalarını çatısı altında toplayan Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) yeni yönetimi belli oldu. BMD'nin Yönetim Kurulu Başkanlığı'na Ramsey İcra Kurulu Başkanı Hüseyin Doğan seçildi. Tek liste ile gidilen seçimlerde 2 yıllık dönem için yeni yönetim kurulu belirlenirken, Başkanlık görevini üstlenen Hüseyin Doğan, Yılmaz Yılmaz'a ve Yönetim Kurulu'na yaptıkları çalışmalarından dolayı teşekkür etti. Hüseyin Doğan konuşmasında, yoğun bir çalışma döneminin kendilerini beklediğini söyledi. Doğan, "Orta ve uzun vadeli hedefleri yakalayabilmemiz için markalarımızın yurtdışında yaygınlığını artıracak çalışmalara eğilmemiz gerekiyor. Türkiye'nin markalı ekonomiye dönüşümünde önemli bir faktör olan yurtdışı mağazalaşma faaliyetlerinde önemli atılımlar olmasını bekliyoruz. Yeni dönemde markalarımızın bu konuda daha da etkin olması için çalışmalar gerçekleştireceğiz" dedi.

## Türkiye'de pamuk tüketimi artıyor

**Cotton** Council International (CCI), 14 Mart 2013, Perşembe günü Point Otel Barbaros'ta gerçekleştirdiği bilgilendirme toplantısında dünya pamuk piyasası ilgili son verileri ve öngörülerini açıkladı. CCI Türkiye Programı Direktörü Marsha Powell, basın toplantısında pamuk pazarı ile ilgili pamuk fiyatlarındaki değişiklikler ve stok seviyelerinden dünya çapında pamuk üretimi artışından gelecek sezon tahminlerine kadar pek çok konuyu ele aldı. Ekonomik krizin ardından, dünya pamuk tüketiminin yavaş da olsa toparlandığını ancak hala zirve yaptığı 2009/10 döneminin rakamlarına ulaşamadığını söyleyen Marsha Powell, son 4 yıldır pamuk tüketiminin dünya üretimin altında kaldığını ifade etti. 2011 Mart'ında zirve yapan pamuk fiyatları, o zamandan bu yana ciddi düşüş kaydederek tarihi ortalama seviyelere gerilediğini belirten Powell, Pamuk stoklarının bol olması, pamuk fiyatlarının bu seviyeleri koruyacağına işaret

ettiğini vurguladı. Powell, Çin'in hala hala dünyanın en büyük tüketicisi konumunda olduğunu, ancak Çin'in son 3 yıldır azalan pamuk ipliği üretiminin 2012/13 döneminde daha da gerileme beklendiğini söyledi. Çin hükümetinin dünya pamuk stoklarının yüzde 50'sinden fazlasını elinde bulundurduğu için dünya çapında tekstil sektörleri Çin'in pamuk politikalarını yakından izlediğini belirten Powell, "Önümüzdeki aylarda Çin'in politikalarında yapacağı herhangi bir değişiklik dünyadaki pamuk arzını etkileyebilir. Çin'in pamuk stokları, 2011/12 sezonunda 6,6 milyon tona ulaştı ve 2013/14 sezonunda 9,3 milyon olacağı tahmin ediliyor. Küresel ekonomik kriz, tüketici talebinde daralmaya ve dünya pamuk tüketiminde ciddi düşüşe neden olsa da, Türkiye'nin pamuk tüketimi yeniden 1,3 milyon ton seviyesine geldi ve bu rakamın daha da artacağına dair güçlü göstergeler bulunuyor" 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



## BİLİŞİM

16



**İTKİB'in** resmi web sayfası "www.itkib.org.tr"nin yanı sıra haftanın iki günü İTKİB bünyesinde yer alan bütün ihracatçı firmalara sektörün gündemini mail ile ulaştıran "HEDEF 2023" bülteni hazırlanıyor. Bu bülten ile sektörü yakından ilgilendiren haberlerin yanı sıra Türkiye'nin genel ihracatına ilişkin haberler de ihracatçılara ulaştırılıyor.

İNTERNET VE SOSYAL MEDYA ARTIK İŞ DÜNYASININ AYRILMAZ BİR PARÇASI. KURUMLAR DA HEDEF KİTLELER İLE ETKİN İLETİŞİM İÇİN SOSYAL MEDYA MECRALARINI YOĞUN OLARAK KULLANMAYA BAŞLADI. MODA DÜNYASI DA BU ETKİN İLETİŞİM YÖNTEMİNDE YERİNİ ALMAYA BAŞLIYOR.

**Önemli** bir internet sitesi olarak yayına başlayan "www.styleturkish.com" iletişim portalı da 9 binin üzerindeki ihracatçı firmayı, küresel çaptaki 800 bin tedarikçi ve onlarca alım ofisiyle buluşturan temel platform görevi görüyor.



**İhracatçı** firmalar ve sektöre daha yakın olmak için oluşturulan İTKİB facebook sayfası ile de çeşitli duyurular ve yapılan etkinliklere dair paylaşımlar yapılıyor.

# İTKİB HER YERDE

**İTKİB**, ihracatçılar ile daha etkin iletişim kurmak için internet dünyasını olabildiğince etkin kullanmak için çaba harcıyor. Bu çerçevede ihracatçıların önemli bir

kaynak haline gelen ve yıllardır faaliyette bulunan İTKİB resmi web sayfasının yanı sıra yeni mecralar ve sosyal medya alanlarında da ihracatçılara ulaştırıyor.



**Yeni** yayına başlayan "www.turkishfabric.com" sitesi ise tekstil sektöründeki son gelişmeleri sektöre taşımayı hedefliyor.



**Moda** dünyasında önemli bir marka haline gelen İMA ise sosyal medyayı en etkin kullanan aktörler arasında. İMA'yı facebook üzerinden 25 bin kişi takip ederken, twitter üzerinden ise 6'in üzerinde kişi takip ediyor.



# 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

TÜRKİYE'DE Kİ HAZIR GİYİM BİRLİKLERİNİN TEMSİLCİLERİNİ BİR ARAYA GETİREN, HAZIR GİYİM İHRACATÇI BİRLİKLERİ SEKTÖR KURULU TOPLANTISI 8 MART CUMA GÜNÜ ULUDAĞ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ'NİN EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİ.



# HAZIR GİYİMCİLER SEKTÖRÜN NABZINI TUTTU

**Hazır** giyim İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Toplantısı 8 Mart Cuma günü Uludağ İhracatçılar Birliği'nin ev sahipliğinde gerçekleşti. Türkiye'deki hazır giyim birliklerinin temsilcilerinin bir araya getiren toplantıda, sektörü yakından ilgilendiren güncel konular masaya yatırıldı. TİM Başkan Vekili ve aynı zamanda İHKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık, DENİB Başkanı Süleyman Kocaser, EİB Başkanı Emre Kızılgüneşler'in yer aldığı toplantıya, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ve İTKİB temsilcileri de katıldı. Hazır giyime dair güncel konuların detaylı bir şekilde konuşulduğu toplantıda, Yeni Yatırım Teşvik Paketi kapsamında Şanlıurfa'ya yapılacak Hazır giyim Organize Sanayi Bölgesi (HOSAB) hakkında bölge müdürlüğünün beş bin metrekarelik üretim alanlarını kapsayan onaylı planı baz alınarak yaptırılan plan çalışmaları hakkında bilgi verildi. Hazırlanan ve kurulun değerlendirmelerine sunulan plan taslaklarına ilişkin mimarlık ofisinin ücret istemesi halinde

bu ücretin bir sonraki toplantıda değerlendirilmesi ve bundan sonraki mimari çalışmalarda sektör kurulu başkanının önerceği mimarlık ofisi ile çalışılacağı bilgisi verildi. Toplantıda, HOSAB'da yapılacak yatırımın avantajları, geri dönüşü ve diğer teşvik bölgeleri ile kıyaslanması dahilinde yapılacak çalışma eşliğinde Urfa Organize Sanayi Bölgesi Müdürü, Karacabey Kalkınma Ajansı yetkilisi ve Sektör Kurulu üyeleri ile Kurul Başkanının belirleyeceği Mimarlık firması temsilcilerinin katılımı ile değerlendirme toplantısı yapılacağı vurgulandı. Bu çalışmalar sonrası HOSAB'ın avantajları, yapılacak üretim alanının özellikleri, finans modeli ve tahsisat şartları ile müracaat şartlarını içeren bir dokümanın oluşturularak sektöre sunulmasına karar verildi. Toplantıda, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2012 ölçüt ve göstergeleri ışığında değerlendirilen bir sunum yapıldı. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün pazar ve mümkünse alt

ürün grupları bazında karşılaştırılmasının önemi vurgulandı. Ürün grupları bazında Dünya pazar büyüklüğü ile Türkiye'nin pazar payı ile ihracat potansiyelini kıyaslayacak ve buna göre projeksiyon gerçekleştirilebilecek bir çalışma yapılmasına karar verilen toplantıda, Serbest Bölgelerden, Laleli ve Osmanbey gibi kayıt dışı bölgelerden yapılan ihracat büyüklüğünü tahmin edecek metodolojiler üzerinde çalışılmasına ve bunun da sektörel ihracat büyüklüğüne dahil edilmesine vurgu yapıldı. Hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiren konuların başlıklar halinde görüldüğü kurul toplantısında son zamanlarda sektörde baş gösteren parça başı sigortasız işçi çalıştırılma hususu da gündeme taşındı. Parça başı sigortasız işçi çalıştırmanın yasal olmadığına ve tespit edilmesi halinde önemli cezalar uygulanabileceğine dikkat çeken temsilciler, bu konuda ihracatçıların zarar görmemesi için basında da gereken açıklamaların yapılması gerektiğine vurgu yaptılar.



# SİZİN LOGONUZU, REKLAMINIZI HALA KOMŞUNUN OĞLU MU YAPIYOR?

idemama.com'da logodan web sitesine, ambalajdan broşüre  
42 farklı alanda firmanızın tasarım ihtiyacını karşılayalım.  
Siz, onlarca alternatif arasından dilediğinizi seçin.



2600 profesyonel tasarımcı  
Para iade garantisi  
450 TL'den başlayan fiyatlar  
12 taksitle ödeme imkanı  
ile projenizi hemen başlatın.



 **idemama.com**  
herkes için tasarım





İTKİB, İHRACATTA ÖNEMLİ BİR PAYA SAHİP ÜLKELERLE BİRLİKTE HEDEF PAZARLAR ARASINDA YER ALAN ÜLKELERİN KONSOLOSLUKLARI İLE GÖRÜŞMELERE DEVAM EDİYOR. BİRLİĞİN SON DURAĞI İSE ÇİN VE UKRAYNA KONSOLOSLUKLARI OLDU.

# KONSOLOSLUK ZİYARETLERİ İKİNCİ TURDA

**İstanbul** Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Türkiye'nin ihracatımızda önemli paya sahip ve hedef pazarlar arasında yer alan ülkelerin Türkiye'deki yerleşik konsolosluk ve ticari departmanları ile görüşmelere, İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz ile birlikte ilgili departman yetkililerinin katılımıyla 2013 yılı Ocak ayında başlanmıştı. 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 temasın ikili ilişkilerin ve dolayısıyla ihracatın geliştirilmesinde işbirliği fırsatlarının ortaya çıkarılmasını amaçlıyor. Yapılan program kapsamında Mart ayı içinde ilk görüşme 6 Mart'ta Çin Halk Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosluğu'nda gerçekleştirilirken, ikinci görüşme 13 Mart tarihinde Ukrayna'nın İstanbul Başkonsolosluğu ile yapıldı.

## Çin ile çok taraflı işbirliği imkanları

6 Mart'ta Çin Halk Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosu Zhang Qingyang ve Ticari Konsolosu Li Jiang ile Ataşe Ma Lianfei'nin de katıldığı görüşme, Çin Halk Cumhuriyeti'nin Sarıyer'deki konsolosluk binasında gerçekleştirildi. Görüşmede iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkiler, ortak çalışma alanları ve geleceğe yönelik

işbirliği fırsatları değerlendirildi. Çin Halk Cumhuriyeti, 2012 yılı itibarıyla, yüzde 3'lük pay ile Türkiye'nin deri ve deri mamulleri ihracatında 9'uncu, yüzde 2,1'lik pay ile tekstil ve hammaddeleri ihracatında 10'uncu, yüzde 1,5 pay ile halı ihracatında 14'üncü ve yüzde 0,3 pay ile hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında 37'inci sırada yer alıyor.

Çin Türkiye'nin ihracatında henüz ön sıralarda yer almamasına rağmen son yıllarda hızlı artış oranı ile dikkat çekiyor. Yapılan görüşmede söz konusu sektörlerde ikili ve çok taraflı işbirliği imkanları detaylı olarak tartışılarak, Türk firmalarının Çin'de düzenlenen fuar ve etkinliklere katılımlarının yanı sıra karşılıklı sektörel ticaret ve alım heyetleri düzenlenmesi konuları da değerlendirildi. 2013 yılının Çin'de 'Türk Kültür Yılı' olduğuna değinen Başkonsolos, Türk Tekstil ve Hazır Giyim sektörünü temsil eden firmaların, Türkiye'yi Çin'de en iyi şekilde tanıtabilmek amacıyla, katıldıkları fuar ve etkinliklerde, defileler ve moda şovları yapabileceklerini belirtti ve Konsolosun bu tavsiyesi İTKİB tarafından da olumlu karşılandı. Ayrıca Başkonsolos'un Çinli firmaların Türkiye'de yapılan fuarlara katılımlarının kolaylaştırılması yönünde talepleri oldu. Görüşmede İTKİB Genel Sekreterliği'nin faaliyetleri ile sahip olduğu yüksek temsil gücü hakkında Başkonsolos'a bilgi de verildi.

## Ukrayna'da yatırıma davet

Ukrayna'nın Florya'da yer alan Konsolosluk binasında 13 Mart'ta Ukrayna'nın İstanbul Başkonsolosu Bohdan Yaremko'nun makamında gerçekleştirilen ve Ukrayna İstanbul Ticari Konsolosu Hryhorii Boiko'nun da katıldığı görüşmede, iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkiler, ortak çalışma alanları değerlendirildi. Ukrayna 2012 yılı itibarıyla, yüzde 3,1'lik pay ile Türkiye'nin deri ve deri mamulleri ihracatında 7'nci, yüzde 1,8'lik pay ile halı ihracatında 10'uncu, yüzde 2,6 pay ile tekstil ve hammaddeleri ihracatında 13'üncü ve yüzde 1,2 pay ile hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında 15'inci sırada yer alıyor. Yapılan görüşmede söz konusu sektörlerde ikili ve çok taraflı işbirliği imkanları detaylı olarak görüşülerek, Türk firmalarının Ukrayna'da düzenlenen fuar ve etkinliklere katılımlarının yanı sıra karşılıklı sektörel ticaret ve alım heyetleri düzenlenmesi ve B2B tarzı görüşmelerin organize edilmesi konularına da değinildi. Başkonsolos Ukrayna'da en önemli güncel konulardan biri olan yabancı yatırımlara sağlanan teşviklerden bahsederek, Türk firmalarını Ukrayna'da yatırım yapmaya davet ederken, en kısa sürede konuyla ilgili çalışma yapacaklarını ve üye firmalarımızı bu yatırım teşvikleriyle ilgili düzenleyecekleri seminerler aracılığıyla bilgilendireceklerini belirtti. Başkonsolos ayrıca Türk mallarının Ukrayna'da geçmiş dönemlere göre çok daha üst düzey kalitede algılandığını da vurguladı.



AFAD

äfa  
fermuar / düğme



444 20 61

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



# AYAKKABICILARDAN İTHALAT TEPKİSİ

**TASD TARAFINDAN ÇIRAĞAN SARAYI'NDA 19 ŞUBAT'TA DÜZENLENEN BASIN TOPLANTISINDA, İTHAL AYAKKABILARIN "ÖZEL TEKNOLOJİ İHTİVA EDEN AYAKKABI" STATÜSÜNDE TÜRKİYE'YE GETİRİLEREK EKONOMİYE 681 MİLYON DOLARLIK ZARAR VERİLDİĞİNE DİKKAT ÇEKİLDİ.**

**Türkiye** Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, yapılan ithalat ile devletin vergi, yerli sanayicinin ise haksız rekabet yüzünden pazar kaybına uğradığını belirterek, getirecek "Ek vergi" ile haksız rekabetin önüne geçilebileceğini bildirdi. Hüseyin Çetin düzenlediği basın toplantısında, 546 milyon dolar ihracata karşılık 864 milyon dolarlık ayakkabı ithal edildiğini, acil önlem alınmaması durumunda fabrikalara tek tek kilit vurmak zorunda kalacaklarını söyledi. Son yıllarda Türkiye'nin ithal ayakkabı cennetine dönüştüğüne dikkat çeken Çetin, en sıradan ürünlerin bile Türkiye'de üretilmesi zor

veya mümkün olmayan "özel teknoloji ihtiva eden ayakkabı" gibi gösterilerek yurda sokulduğunu açıkladı.

## "Bu tür ithalatın önüne geçilmeli"

TASD Başkanı Çetin, 2012'de yurt dışından bu kapsamda getirilen 38 milyon çift için 681 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirildiğini bildirecek, "Piyasada 200-500 TL arasında satılan profesyonel sporcuların kullandığı ayakkabılar göz önünde bulundurularak verilen bir ithalat ayrıcalığı, çift başına suni deri ayakkabılarda 1,5, deri ayakkabılarda ise 2.35 dolarlık korunma önlemlerinden kaçmanın aracı olarak kullanıldı. Toplam ithalat içinde korunma kapsamında olmayan ayakkabı oranı 2006'da yüzde 7, 2008'de yüzde 8, 2010'da yüzde 9 iken 2012'de bu rakam bir anda yüzde 77'ye çıktı. Zannedersiniz ki, Türkiye'de 38 milyon NBA basketbolcusu var. İthalatçılar, sıradan ayakkabıyı ek mali yüklerden kaçırmak için 'özel teknoloji ihtiva eden ayakkabı' statüsünde göstererek, hem devletimizi hem de sektörümüzü büyük zarara soktu" dedi. Çetin, toplam ithalatın yüzde 77'sini oluşturan bu işlemlerin, devlete 60 milyon dolarlık vergi kaybına da neden olduğunu dile getir-

di. İthalatçı firmaların kendi antrepolarını kurarak "İhtisas Gümrükleri Uygulaması"nın delmelerinin sektörde rahatsızlık yarattığını vurgulayan Çetin, ithal edilen ürünlerin gerçekte hangi vergi dilimine ait olduğu tam olarak bilinmeden işleme tabi tutulduğunu öne sürdü. Dünyanın 9, Avrupa'nın 3'üncü büyük üreticisi olan Türk ayakkabı sanayinin, Uzakdoğu'nun ucuz ve kalitesiz ürünleri karşısında sıkıntılı günler geçirdiğine değinen Çetin, konuşmasına şöyle devam etti: "Türk ayakkabı sanayi yaklaşık 22 bin 500 işletmede 240 bin çalışını ile ülke ekonomisine yıllık 5.2 milyar dolar katkı sağlıyor. 1990'larda yükselen ihracat grafiğimiz 2006 yılına gelindiğinde Uzakdoğu'nun ucuz ve kalitesiz ürünleri karşısında gerilemeye başladı. Anadolu topraklarında bin yılı aşkın bir geçmişi bulunan ayakkabı sanayini ithalatın yıkıcı etkilerinden kurtarmak için "korunma önlemi" başvurusunda bulunduk. İlki 2006 yılı Ağustos ayında yürürlüğe giren, 2009 ve 2012 yıllarında uzatılan "ek mali yükümlülük" maalesef ayakkabı sektörünün beklentisini karşılayamadı. Korunma önlemlerine rağmen ithalattaki hızlı yükseliş devam etti. 2003 - 2012 arasında ayakkabı ihracatımız yüzde 196 artarken aynı dönemde ithalatta yüzde 352'lik patlama meydana geldi."



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

KIZILAY MERTER ŞUBESİ'NİN BAŞLATMIŞ OLDUĞU "OKUMAYI SENİNLE ÖĞRENDİM" PROJESİYLE YURT GENELİNDE İHTİYAÇ SAHİBİ ÖĞRENCİLERE, OKUL ÖNCESİ EĞİTİM SETLERİ VE İLKÖĞRETİM 1. SINIF OKUMA SETLERİ ULAŞTIRILYOR.



# KIZILAY MERTER'DEN EĞİTİME DESTEK

**Sosyal** sorumluluk bilinci ve gelecek nesillere daha iyi ve yaşanılabilir bir dünya bırakmak amacıyla Türk Kızılay Merter Şubesi ve Kitap Network firması, destekçilerle birlikte yüz binlerce öğrencinin eğitimine Türkiye'nin kültürel gelişimine katkıda bulunacak "Okumayı Seninle Öğrendim" hediye kitap kampanyası düzenliyor. Kampanya ilköğretim 1. sınıf öğrencilerine ve okul öncesi öğrencilerine yardımcı kaynak niteliğindeki 1. sınıf okuma setlerinin ve okul öncesi eğitim setlerinin bedelsiz dağıtımını ve teslim edilmesini kapsıyor.

## Hedef 50 bin kitap seti

Bu çerçevede 50 bin kitap setini bu yıl içinde öğrencilere ulaştırmayı hedeflediklerini belirten Kızılay Merter Şubesi Başkanı Ercan Tan, "Gelecek sene bu sayıyı 75 bine çıkarmayı hedefliyoruz. Yönetim Kurulumuz ve Kitap Network firmasının desteği ile şu ana kadar 2 bine yakın seti okullara ulaştırdık. Yaklaşık olarak 600 civarında okuldan geri dönüş aldık. Piyasa değeri 150 TL olan bir seti kargo ve ambalajlama gibi altyapı ve KDV dahil Kitap Network firması bizim için 50 TL indirimli sağlıyor. Bu tutarı da firmalar ödedikleri vergiden düşebiliyorlar" dedi. Kampanya'ya ilginin oldukça yoğun oldu-

ğunu belirten Tan, ancak şu anda bireysel olarak bağış yapacaklara cevap veremediklerini söyledi. Tan, "Bireysel başvuruların bu kadar yoğun olmasını beklemiyorduk. Buna yönelik olarak da çalışmalarımızı yapıyoruz. Bu tamamlandığında isteyen 1 tane seti bile bizim aracılığımızla istediği okula yollayabilecek. İTKİB, İTO ve İSO ile görüşüyoruz. Büyük firmalar kampanyayı sahiplenmiş durumdadır. Amacımız birçok firmanın bunu sahiplenmesi" diye konuştu.

Her kurumun bir sosyal proje yapması gerektiğini belirten Ercan Tan, doğru yerde doğru zamanda doğru kişiler ile bu faaliyetlerin yapılmasının önemini vurguladı. Kızılay'ın kamuya yararlı bir dernek olduğu için buraya yapılan yardımların tamamının bağışçıların vergiden düşürebileceğini belirten Tan, kampanyanın tamamen şeffaf bir şekilde yürüdüğünü belirtti. Tan, "Bu set okul öncesi ve birinci sınıf öğrencilerine yönelik, direkt olarak eğlenceli bir şekilde okumayı çocuklara öğretmeye çalışan bir eğitim seti. Kurumumuz, kitap konusunda bu kadar ayakları yere basan ve bu kadar büyük bütçeli bir etkinliği ilk defa gerçekleştiriyor. Kızılay'ın değişik yardım çalışmalarında da bulunması gerektiğini düşünerek başlanmış bir proje bu. Karadeniz, İç Ana-

dolu, Doğu ve Ege'deki ihtiyaç sahibi olan ya da kitaba ulaşması zor olan öğrencilere bu kitap setlerini ulaştırmaya çalışıyoruz. Bu kitap setini kitap network firması yüzde 70 indirimlerle tüm lojistik ve altyapısını bize ücretsiz kullanarak böyle bir destek verdi. Okullardan da bize istekler geliyor. Biz de bunları iş adamlarımızdan sağlayacağımız kaynaklarla onlara ulaştırma organizasyonunu sağlıyoruz" dedi.



ERCAN TAN  
Kızılay Merter Şubesi Başkanı



# tasarımlarınıza fermuar estetiği



**Marka ve koleksiyon renklerinizden oluşan özel renk kombinasyonlarında, Opti dokuma tekniği ile üretilmiş, çok renkli bantları ile tasarımlarınızı renklendiren fermuarlar.**

Dünya markası Opti fermuarları, dikiş ipliğinde dünya lideri Coats tarafından üretilmektedir.

1750 yılına kadar uzanan tarihi, altı kıtada 20.000 çalışanı ile Coats, 70'den fazla ülkede ev sahipliği yapmakta ve hazır giyim, ayakkabı ve teknik ürünlerde tüm dünya markalarına servis vermektedir. Coats dünyasının ürün ve hizmet çeşitliliğini, kurumsal sorumluluk yaklaşımlarını [www.coatsindustrial.com](http://www.coatsindustrial.com) sitesinden izleyebilirsiniz.

**444 1952**  
**[www.coatsindustrial.com](http://www.coatsindustrial.com)**



# İstanbul Moda Haftası Yenilenen yüzüyle geldi

DÜNYA MODA ENDÜSTRİSİNİN İLK BEŞ MERKEZİ ARASINDA YER ALMAK İÇİN YOLA ÇIKAN İSTANBUL FASHION WEEK 8'İNCİ DÖNEMİNE YENİLİKLERLE GİRDİ. BU YIL İLK DEFA DÜNYACA ÜNLÜ MODA HAFTALARININ ORGANİZASYON ŞİRKETİ IMG TARAFINDAN 12-16 MART TARİHLERİNDE ANTREPO 3'TE GERÇEKLEŞTİRİLEN MODA HAFTASI, "MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL" İSMİYLE MODA SEVERLERİN KARŞISINA ÇIKTI.

## İHKİB'in eli hep IFW'de

İHKİB'in yedi dönem boyunca endüstrinin gücünü de arkasına alarak yatırım yaptığı markası IFW, bugünkü adıyla "Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul" bu dönem de MTD, BMD ve İMA'nın danışmanlığında gerçekleşti.

## IFW sponsorluk şemsiyesi altında

Moda haftası bu dönemde sponsorluk şemsiyesi altına girerek, profesyonel ellere teslim edildi. Mercedes-Benz'in sponsorluğunda gerçekleşen etkinlik dünyaca ünlü moda haftalarının organizasyon şirketi olan IMG Fashion tarafından gerçekleştirildi.

## Alternatif sunum alanı

Fashion Week İstanbul'da, defile alanına bir de alternatif var, Studio. Defile yapmak istemeyen tasarımcı ve markaların, koleksiyonlarını istedikleri gibi sergileyebilecekleri Studio alanı, Runway'in dışında alternatif bir sunum alanı oluşturdu.

## Moda haftası her yerde

İstanbul Moda Haftası'nın bu kez dünya çapında daha çok ses getirmesi için Instagram, Pinterest, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlardan da bilgi akışı sağlandı.

## Fashion Week İstanbul şıkır şıkır

Antrepo 3'te binlerce misafiri ağırlayan Moda Haftası lounge'uyla, basın alanıyla bu dönem gayet şık bir konseptte büründü... İçeriye girme/oturma probleminin çözüldüğü etkinlikte, herkese girişte numaralı oturma bileti verildi. Defileleri izlemek için gelen konuklar podyuma basa basa oturma yerine ulaşmadı. Çünkü podyum kalkmış, zeminde yürüyordu artık mankenler.

## Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'dan satır başları:

- Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul yaklaşık 2 bin metrekarelik kapalı bir alanda düzenlendi.
- 12-16 Mart tarihleri arasında 30 tasarımcı Antrepo 3'te tasarımlarını sergiledi.
- Defile alanındaki podyum 30 metre uzunluğunda idi.
- Aydınlatma için 200 adet en yüksek teknolojide ışık kullanıldı.
- Amerika, Avustralya, Almanya, Meksika, Hindistan, İngiltere, İtalya ve Almanya gibi ülkelerden modaseverler resmi sosyal medya kanallarından aktif olarak haftayı takip ettiler.
- Şovlarda 20 binden fazla konuk ağırlandı.
- Türkiye'nin en sevilen tasarımcılarına ait 900 adet tasarım sergilendi.
- 500 manken en yeni koleksiyonları tanıtmak için podyuma çıktı.
- 500'den fazla gazeteci, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'u takip etmek için hazır bulundu.
- Podyumda olanları görüntülemek için yüzlerce fotoğrafçı medya pit alanında görev yaptı.





# İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi: İSTANBUL MODA HAFTASI'NIN GÜCÜ ARKASINDAKİ SEKTÖRDÜR

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK ISTANBUL'A DAİR IMG İLE YAPILAN İŞBİRLİĞİNİN DETAYLARINI VE ETKİNLİĞİN BU DÖNEMİNE DAİR GÖRÜŞLERİNİ BİZİMLE PAYLAŞAN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, "İŞİN ORGANİZASYONEL VE TEKNİK KISMI IMG'DEN, STRATEJİK VE YARATICILIK KISMI BİZDEN" DİYEREK, SÖZ KONUSU BİRLİKTELİĞİN SON DERECE İYİ BİR DENKLEM OLDUĞUNA DİKKAT ÇEKTİ.

**Yıllardır** hayalini kurduğu moda festivali projesini 2009 yılında hayata geçiren İHKİB, 7 dönemdir çocuk gibi büyüttüğü İstanbul Fashion Week'i (IFW) 8. döneminde emin ellere teslim etti. Türkiye'nin en seçkin marka ve tasarımcıların yer aldığı, bu sezon 8.'si düzenlenen ve beş gün boyunca moda severlere görsel bir şölen yaşatan İstanbul Moda Haftası ilk kez dünyaca ünlü moda haftalarının organizasyon şirketi IMG tarafından 12-16 Mart tarihleri arasında Karaköy Antrepo 3'te düzenlendi. Berlin, Londra ve daha bir çok moda haftasını düzenleyen IMG, bu yıl İstanbul'u da uluslararası ağa dahil etmiş oldu. Yeni dönemine yenilenen yüzüyle adım atan moda haftası, her şeyden önde "Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul"

ismiyle moda severlerin karşısına çıktı. 2013 Sonbahar- Kış defilelerinin gerçekleştiği, "Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul" bu dönemde de moda profesyonelleri, sektör temsilcileri, sanat, müzik ve cemiyet hayatından bir çok moda severi bir araya getirdi. Toplam 30 tasarımcı ve markaya defile ve sunumlarında ev sahipliği yapan "Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul"u 200 ülkeden yaklaşık 1 milyon kişi takip etti. IMG Fashion'un hedefi İstanbul'u ilk önce bölgesel, sonrasında ise global bir oyuncu haline getirmek. Söz konusu işbirliğinin detaylarını ve Moda Haftası'nın bu dönemine dair görüşlerini bizimle paylaşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "İşin organizasyonel ve teknik kısmı IMG'den, stratejik ve yaratıcılık kısmı



## TANRIVERDİ; “BUGÜN İSTANBUL MODA HAFTASI’NDA KENDİNİ GÖSTEREN GENÇ BİR TASARIMCI, RAHATLIKLA LONDRA’NIN BERLİN’İN, MİLANO’NUN DA HAYALİNİ KURABİLİR. GENÇ BİR TASARIMCI İÇİN BUNDAN GÜZEL BİR HEDEF OLUR MU?”

bizden” diyerek, söz konusu birlikteliğin son derece iyi bir denklem olduğuna dikkat çekiyor.

**İHKİB yarattığı IFW markasını bu sezon IMG ile birlikte yeni bir boyuta taşıdı. Birliğin IMG Doğu grubu ortaklığı ile anlaşmasından asıl beklentisi neydi?**

İHKİB olarak Fashion Week Istanbul markasını kendimiz için üretmedik. Bu sektörün markasıdır ve bir sürecin çıktısıdır. Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörü endüstriyel açıdan bu derece gelişmiş olmasaydı, moda üretecek tarihsel ve kültürel arka planımız bulunmasaydı, bu yaratıcılığı gösterecek insan varlığımız ve küresel entegrasyonumuz olmasıydı böyle bir markayı yaratmayı bırakın, böyle bir işe soyunmaya dahi cesaret edemezsiniz. İstanbul Moda Haftası Türk hazır giyim ve moda endüstrisinin uzun zamandır hak ettiği bir markaydı. Biz de bu sektörün en güçlü kurumu olarak bu gecikmiş yatırımı yaptık ve istikrarlı bir şekilde bu markanın arkasında durduk. Sonuçta biz bir ihracatçı birliğiyiz. Moda etkinlikleri organizatörü değil. Bugüne kadar İHKİB olarak İstanbul Moda Haftası’nın bütün organizasyonel boyutunu da üstlendiysek, stratejimizi etkinliğe istediğimiz biçimde yansıtabilmek

*“Moda haftasının arkasına endüstriyel destek koymazsanız, her sene yeni ve yaratıcı tasarımlar çıkarmazsanız istediğiniz kadar iyi organizasyon yapın, yerinizde sayarsınız.”*



içindir. Aslında o gün de biliyorduk ki, bu işi dünyada profesyonel olarak yapan firmalar var. IMG bu açıdan son derece yetkin bir kurum. Berlin, Londra ve daha bir çok moda haftasını düzenleyecek kadar bu işi geliştirmişler. Sonuçta bu işin nasıl yapılacağı ve tanıtılacağı ile ilgili bir bilgi sorunları yok. Bu sebeple bu işbirliği son derece akılcı. İşin organizasyonel ve teknik kısmı onlardan, stratejik ve yaratıcılık kısmı bizden. Son derece iyi bir denklem.

**İHKİB’in bu seneki moda haftasına katkısı ne oldu?**

Biz işin stratejik ayağındayız. Belli bir hedefimiz var. İstanbul Moda Haftası da diğer tüm moda haftaları gibi mağazinel yanı güçlü bir etkinlik. Tasarımcılar, mankenler, partiler bir işin içindeyse bu kaçınılmaz. Ama arkasında koca bir endüstri bulunan moda haftalarının kamuoyuna çok da yansı-

*“Arkasında koca bir endüstri bulunan moda haftalarının kamuoyuna çok da yansımayan ticari bir tarafı olur. Küresel satın alıcılar, dev markalar, zincir mağazalar ve her türden moda profesyonelleri bu etkinlikleri izler ve sonuçta bir takım ticari bağlar kurulur. İHKİB olarak asıl değerli çıktımız da budur.”*

mayan bir de ticari ve itibari bir tarafı olur. Küresel satın alıcılar, dev markalar, zincir mağazalar ve her türden moda profesyonelleri bu etkinlikleri izler ve sonuçta bir takım ticari bağlar kurulur. İHKİB olarak nihai hedefimiz, asıl değerli çıktımız da budur. Nasıl olimpiyatlar tüm dünyanın gözünü düzenlendiği ülkeye çevirirse, moda haftaları da doğru stratejiyle kurulduklarında dünya moda endüstrisinin gözünü o ülkeye çevirir. Elimizde İstanbul gibi bir değer var. Senede 20 milyar dolar ihracat yapan bir sektör var. Onlarca dünya markası olmuş yüzlerce



TANRIVERDİ; "BU İŞ ANCAK EL VE GÜÇ BİRLİĞİ İLE OLUR. ZAMAN İÇİNDE ATILACAK ADIMLARIN BUGÜNE KADAR KURULMUŞ EL VE GÜÇ BİRLİĞİNİ BOZMAMASI LAZIM."

## MODA

30



*"Biz bu işin yabancı basındaki geri dönüşlerini son derece dikkatli takip ediyoruz. Avrupa'daki Türkiye modasını izliyoruz. Yalnızca moda haftasının düzenlendiği hafta değil yılın 365 günü bu işi takip ediyoruz."*

*"Bugüne kadar İHKİB olarak İstanbul Moda Haftası'nın bütün organizasyonunu da üstlendiysek, stratejimizi etkinliğe istediğimiz biçimde yansıtabilmek içindir. Aslında o gün de biliyorduk ki bu işi dünyada profesyonel olarak yapan firmalar var."*



dünya markası olmaya aday tasarımcı var. Öyle bir moda haftası düzenlemelisiniz ki bunların hepsine birden fayda sağlasın. Bu seneki İstanbul Moda Haftası'nı bu gözle görmek gerekir. Bizim koyduğumuz strateji de işte budur. Hatırlamaya çalışın. Bundan beş yıl önce moda editörlüğü, moda yazarlığı ya da moda eleştirmenliği gibi kavramlar var mıydı? Bugün artık bunlar konuşuluyor. Gelecekte işin bu ayağı da dünya standardına çıkacak. Bunların hepsi birer kazanımdır.

### Beklentilerinize ulaştınız mı?

Biz daha ilk günden bu hedefimize adım adım yürüyoruz zaten. Bu sene hedefe doğru daha büyük bir adım attık sadece. Bu işler uzun solukludur. Bir günde bütün hedeflerinizi realize edemezsiniz. Ama şuradan değerlendirebilirsiniz sonuçları. Artık daha çok modacı bu işin etrafında toplanıyor. Türkiye'de Moda Tasarımcıları Derneği bizimle beraber. Türkiye'nin en yetkin moda akademisi olan ve birliğimizin bir girişimi olan İstanbul Moda Akademisi de bu işin arkasında. Markalar, perakendeciler bu etkinliği sahipleniyor. Yani sektör tüm unsurlarıyla bu işin arkasındaki yapıyı oluş-

turuyor. Önce buraya dikkat etmek lazım. Bundan beş sene önce genç bir Türk moda tasarımcısı bir moda haftasında boy göstermeyi hayal bile edemezken, artık insanların önüne bir hedef koyduk. Bugün İstanbul Moda Haftası'nda kendini gösteren genç bir tasarımcı rahatlıkla Londra'nın Berlin'in, Milano'nun da hayalini kurabilir. Genç bir tasarımcı için bundan güzel bir hedef olur mu? Biz bu işin yabancı basındaki geri dönüşlerini son derece dikkatli bir şekilde takip ediyoruz. Avrupa'daki Türkiye modası algısını izliyoruz. Yalnızca moda haftasının düzenlendiği hafta değil yılın 365 günü bu işi takip ediyoruz. Önemli olan Türkiye'de de bu algıyı yaratmaktır.

### IMG bu yıl önceki senelerden farklı olarak ne yaptı? Organizasyonel açıdan sonuçları nasıl değerlendiriyorsunuz?

Biz sektörün sahibi olduğu bu markayı IMG'ye emanet ederken onların başarılı olacağına inanıyorduk zaten. Bu alandaki organizasyon kabiliyetleri belli. Türkiye'de ilk sezonları olmasına rağmen iyi de bir iş

çıkardılar. Fakat burada önemli olan şu. Bu iş ancak el ve güç birliği ile olur. Zaman içinde atılacak adımların bugüne kadar kurulmuş el ve güç birliğini bozmaması lazım. Biz tasarımcıları, markaları, perakendecileri, ihracatçıları, üreticileri bir araya getirdik. Şimdi IMG de bu denkleme katıldı. İş bu zemin üzerinden yükseltirsek başarı kaçınılmaz olur.

### İstanbul'un Milano, Paris, Londra ve New York moda haftalarıyla birlikte anılması mümkün olacak mı?

Dünyanın onlarca şehrinde moda haftaları düzenleniyor. Ukrayna'da Portekiz'de Brezilya'da Avustralya'da... Hepsi kendi özel yanının altını çizmeye çalışıyor. Ama herkesin elindeki malzeme belli. İstanbul Moda Haftası'nı konuşarak değil, ancak çalışarak dört büyüklerin arasına sokabilirsiniz. Ama dönüp İstanbul'un ve sektörün potansiyeline baktığımızda insan bu soruya neden olmasın diyebiliyor. Bu işten bizim memnuniyetimiz bir gösterge değil. Tasarımcılar moda haftası yaklaşırken heyecanlanıyorsa. Atölyelere bir heyecan geliyorsa. Markalar yeni koleksiyonlarıyla bu tarihe konsantre oluyorsa, İstanbul Moda Haftası her türlü başarıyı yakalar. Bu Türkiye'de modaya hizmet eden her kurumun her firmanın ortak markasıdır. İHKİB olarak bu markayı sektörün önüne bir sıçrama tahtası olarak kurduk. Öyle kalması için de çalışacağız.



# GUARANTEED GREEN

THE SYMPATEX  RECYCLABLE MEMBRANE

## DINAMİK PERFORMANS



**SU GEÇİRMEZ**  
**NEFES ALIR**  
**RÜZGAR GEÇİRMEZ**

[WWW.SYMPATEX.COM](http://WWW.SYMPATEX.COM)

**TÜRKİYE MÜMESSİLİ;**  
**CROMOGENIATÜRK**  
**+90 (216) 394 90 88**



RUNWAY

1.gün

32

TÜRK MODA SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ VE DİKKAT ÇEKİCİ ORGANİZASYONLARINDAN BİRİ OLAN MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL, YENİ DÖNEMİNDE DEĞİŞEN YÜZÜYLE MODASEVERLERİ AĞIRLADI.

Tanju Babacan

Mehtap Elaidi

# ÇİFTE MEKAN

Atıl Kutoglu

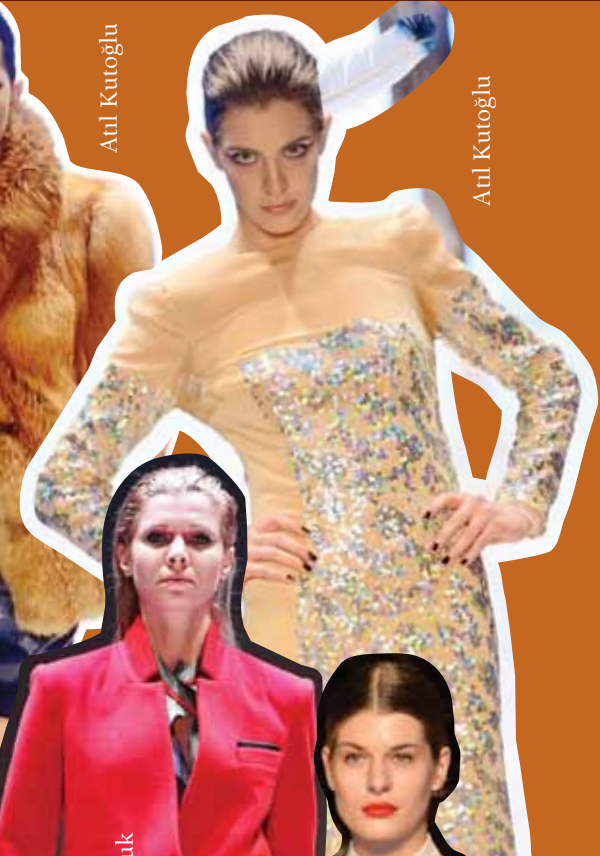
Atıl Kutoglu

Mehtap Elaidi

Nihan Buruk

Twecan

Tanju Babacan





TÜRKİYE'NİN YARATICILIĞINA DÜNYA  
STANDARTLARINDA BİR SUNUM SAHASI  
SAĞLAYAN MERCEDES BENZ FASHION WEEK  
İSTANBUL'DA BU YIL DEFİLELER, "RUNWAY"  
VE "STUDIO" OLMAK ÜZERE İKİ ALANDA  
GERÇEKLEŞTİ.

STUDIO  
1.gün

www.itkib.org.tr

33

# GÖSTERİSİ



Layd Faith

Songül Cabacı

Ece Gözen

Songül Cabacı

Layd Faith



Simay Bülbül



Aslı Güler



Tuvanam



Tuvanam



Niyazi Erdoğan



Simay Bülbül



Aslı Güler



Jülide Hürdoğan





MODA HAFTASINA İLK DEFA KATILAN  
TASARIMCILARIN ÇOĞU STUDIO ALANINDA  
SUNUMLARINI YAPARKEN, DAHA ÖNCEKİ  
DÖNEMLERDE KATILIM GERÇEKLEŞTİRENLER,  
RUNWAY ALANINDA DEFİLELERİNİ SUNDU.

STUDIO  
2.gün

Ayşe Deniz Yeğin

Begüm Salihoglu

Begüm Salihoglu

Begüm Salihoglu

Ayşe Deniz Yeğin

Emre Erdoğan

Emre Erdoğan







Gamze Saraçoğlu

Gamze Saraçoğlu



Özlem Kaya



Özlem Kaya



Nihan Peker



Nihan Peker



Gamze Saraçoğlu



Özlem Kaya







Tuba Ergin



Didem Soydan



Elif Cığızolğu



Tuba Ergin



Ayhan Yetgin



Ayhan Yetgin



Tuba Ergin



Elif Cığızolğu



Cengiz Abazoglu



Studio Kaprol



Cengiz Abazoglu



Hakan Akkaya



Özgür Mansur



Studio Kaprol



Argande



Özgür Mansur









“MERCEDES-BENZ FASHION WEEK  
ISTANBUL” DA ARALARINDA MEHTAP ELAİDİ,  
TANJU BABACAN VE NİYAZİ ERDOĞAN GİBİ  
İSİMLERİN BULUNDUĞU 30 TASARIMCI VE  
MARKA SON KOLEKSİYONLARINI PODYUMA  
TAŞIDI.

# 30 muhteşem tasarımcı





# 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



HEDEF DERGİSİ OLARAK MODA HAFTASININ DEĞİŞEN YÜZÜNÜ; MEHTAP ELAİDİ, NİVAZİ ERDOĞAN, TANJU BABACAN VE LADY FAİTH MARKASININ TASARIMCILARINA VE ORKA GROUP YÖNETİM KURULU BAŞKANI SÜLEYMAN ORAKÇIOĞLU'NA SORDUK.



**MEHTAP ELAİDİ**  
Tasarımcı / MTD Başkanı

### İstanbul alternatif bir moda noktası

Sonbahar-Kış 2013-2014 koleksiyonumda azlığı savunan bir noktadan yola çıktım. 1900 adlı filmdeki bir replik bu anlamda beni çok etkiledi. Kahraman olan kişi sonsuz seçeneklerde yaşamaktansa, ölmeyi tercih ediyordu. Böylece ortaya sade ve şıklığın hissedildiği bir koleksiyon çıktı. İstanbul bence alternatif bir moda noktası haline gelecek. Hem tasarımcı yapısı olarak, hem coğrafi durumu göz önüne alınarak, hem de arkasındaki tekstil sektörünün birikimi ve deneyimi düşünüldüğünde İstanbul dolu bir paket olarak değerlendirilebilir.



**NİVAZİ ERDOĞAN**  
Tasarımcı

### Markalaşma adına büyük fırsat

IMG İstanbul Moda Haftası'nı uluslararası bir arenaya taşıdı. Bu yıl yenilik olarak genç ve yeni tasarımcıları ön plana çıkarmaya çalışan "studio" bölümü de var. Sonbahar/Kış 2013-2014 koleksiyonumuzda, Orta Çağ'ın önemli imparatorlarından Attila'yı ilham kaynağı olarak aldık. Daha şık, daha klasik giyinen mücadeleci, güçlü bir erkek Mercedes-Benz sponsorluğunda artık moda haftamız uluslararası bir platforma taşıyor. Bu bizler için çok büyük bir fırsat. Şimdiye kadar gördüğüm ilgiden ve organizasyondan memnunum.



**TANJU BABACAN**  
Tasarımcı

### Moda haftası büyümeye kaydediyor

Daha evvelki yıllarda moda haftasına konuk olarak katılıyordum. Bu yıl ise kendi koleksiyonumu sergileme imkanı buldum. Koleksiyonumuz oldukça renkli ve keyif vericiydi, birçok kişi için de öyle olduğunu düşünüyorum. Fashion Week İstanbul'da diğer moda haftaları gibi büyümeye kaydedebilir. Bu çok zor değil. Diğer taraftan Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un hazır giyime katkısı yadsınamaz. Kısa bir süreçte olmasa da uzun vadede düşünüldüğünde bu moda şöleni hazır giyim sektörüne artı değerler sağlayacaktır.

### Sektör artık tasarım odaklı

**SÜLEYMAN ORAKÇIOĞLU**

Orka Group Yönetim Kurulu Başkanı



Fashion Week İstanbul için çok çalışıldı, büyük emekler verildi. Sonuç itibarı ile dünya takvimine, dünya şirketi aracılığıyla girdik. IMG ile yapılan ortaklık, Mercedes'in sponsorluğu bizler için bu noktada çok önemliydi. Bu süreç gerçekten kolay bir süreç değildi. Diğer moda haftaları ile birlikte dünya takviminde olabilmek sektör adına çok büyük bir gelişim.

### Dünyada tanınmak adına attığımız ilk adım bu oldu

**TUĞÇE ERGÜN / NAZLI SOYLU**

Yönetici - Tasarımcı / Lady Faith



Moda sektörünün bir araya geldiği bu organizasyonda yer almak, bir markanın global pazardaki yerini oluşturması demek. Biz de burada kurduğumuz ilişkilerin ileride atacağımız adımlar için yol gösterici olacağına inanıyoruz. Hedefimiz de sanatla birleştirdiğimiz fonksiyonel tasarımlarımızın heyecanını katılımcılara hissettirebilmektir.



BİLİCİ  
HOLDİNG



SADECE ÜRETMIYORUZ,  
**YAŞIYORUZ!**

ADANA | İSTANBUL | MOSKOVA | NEWYORK

[www.biliciholding.com](http://www.biliciholding.com) • [info@biliciholding.com](mailto:info@biliciholding.com)

BİLİCİ  
YATIRIM

btd  
TEKSTİL

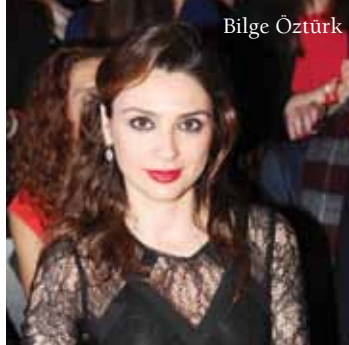
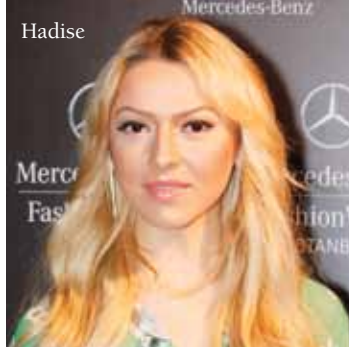
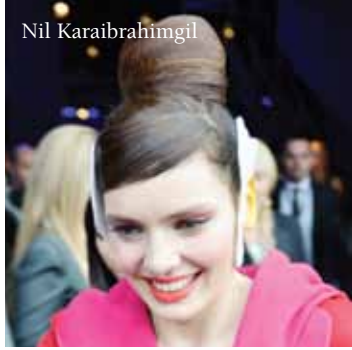
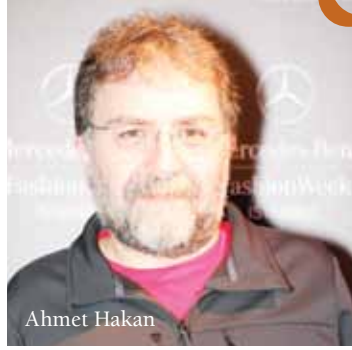
BİTEKS  
İPLİK

btd  
KONFEKSİYON



BU SEZON 8'İNCİSİ DÜZENLENEN MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL, 5 GÜN BOYUNCA ÜNLÜLER GEÇİDİNE SAHNE OLDU. DEFİLELERİ MODA PROFESYONELLERİ, SEKTÖR TEMSİLCİLERİ, SANAT, MÜZİK VE CEMİYET HAYATINDAN BİR ÇOK KİŞİ YAKINDAN TAKİP ETTİ.

# Ünlüler geçidi







*fashionable fabrics since 1933*



**PALATEKS®**

PALATEKS TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

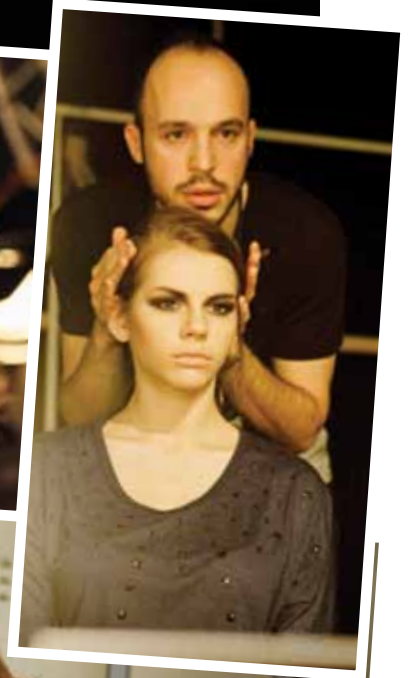
Tel: +90 212 230 31 74 Fax: +90 230 25 42

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

MODA HAFTASINDA MANKENLER SAHNE ARKASINDA DA SIKI BİR HAZIRLIK İÇERİSİNDEYDİ. PROFESYONEL BİR EKİPLE PODYUMA ÇIKMAYA HAZIRLANAN MANKENLERİN HEYECANI GÖRÜLMEMEYE DEĞERDİ.



# PERDE ARKASINDAN ENSTANTENELER





# 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 - 6C26/6D25

TEXTILLEGROM MOSKOW  
19/22 FEBRUARY 2013-PAVILION 69

TEXBRIDGE  
13/15 MARCH 2013

## ESENTEKS

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SAN. TİC. LTD. ŞTİ

Head Office\_ Fatih. Cad. Akçağaç 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)





HER SEZON BAŞARI ÇİTASINI YÜKSELTEREK ADINDAN SÖZ ETTİREN YERLİ VE YABANCI BASIN TARAFINDAN 5 GÜN BOYUNCA TAKİP EDİLEN FASHION WEEK İSTANBUL ROMANYA, FRANSA, ALMANYA GİBİ ÜLKELERDEN GELEN YABANCI BASININ İLGİ ODAĞI OLDU.

# MODA HAFTASI BASININ MARKAJINDA



**ANTONIO NIETO**  
Azia Wa Outur/ Gazeteci

## Organize olmuş bir yapıyla karşılaştık

Etkinliğe geldiğimde dikkatimi çeken ilk şey, binanın dış renginin siyah olmasıydı. Değişikliğe binadan başlamışlar. İçeride daha organize olmuş bir topluluk vardı. Burada olan insanlar gerçekten çok profesyonel bir kesimden oluşuyor. Benim Newyork, Milano, Londra'nın dışında tek katıldığım moda haftası İstanbul. Çünkü başından beri kendilerini dünyaya duyuracaklarına inanıyorlar. Tüm tasarımcıların yaratıcılığını görebiliyorum. İstanbul Moda Haftası'nı da diğer moda haftalarından ayıran en büyük özelliği bu. Burada tasarımcıların taklidi olmadığını düşünüyorum ve en önemli olan şeyin yaratıcılık olduğunu düşünüyorum.

## Türk tasarımcıları ne istediklerini biliyor

RENE AMES

Time Out Istanbul / Moda Editörü



Öncelikle şunu belirtmeliyim ki, bu yılki organizasyon çok düzenli gerçekleşti. Basın mensuplarına ayrılan alanın çok geniş olması ilk dikkatimi çeken noktaydı. Geçtiğimiz yıllarda defilelere girerken karışıklık yaşıyorduk, bu yıl kaydımızı defile öncesinde yaptırıp, biletimizi aldık. Yerimiz belli olduğu için de bir karışıklık yaşamadık. Türk tasarımcıları ne istediklerini çok iyi biliyor. Kendi kültürleri ile ilintili yaptıkları tasarımların beğenileceğini ve marka olmak adına taklitten uzak kalmaları gerektiğini biliyorlar. Mercedes Benz'in isim sponsorluğunda yapılan diğer moda haftaları ile karşılaştırmak gerekirse İstanbul Moda Haftası'nın yolun başında olduğunu düşünüyorum.



**DINA DABBAS RIFAI**  
Front Row Publishing/ Editör

## Başarılı defileler izledik

Yabancı basın için böyle bir platformda olmak bence çok harika bir deneyim. Buradaki genç ve başarılı tasarımcıların dünyada bilinmiyor olması bana çok ilginç geldi. Bu etkinlik sayesinde Türkiye'de başarılı ve yaratıcı tasarımcıların varlığından haberdar olduk. Problem olan tek şey; tekstile dair tüm malzemelerin en güzeli hemen hemen Türkiye'de. Ancak buna rağmen defilelerde kullanılan kumaşların birbirine çok benzer olduğunu gördüm. Çok iyi tasarımcılar da Türkiye'de bulunuyor. Bu fırsat çok daha farklı kullanılıp dünya çapında ilerleme kaydedilebilir. İstanbul harika bir şehir. Dünyada gördüğüm en etkileyici yerlerden biri. Kesinlikle tekrar gelip görmek isterim.



Giyim sanattır. Kalem ile yazılır.



ŞİFON ve SATEN  
kumaşların adresi



LONDRA, SİDNEY, BERLİN... BU ŞEHİRLERDE MODA HAFTALARINI DÜZENLEYEN "IMG FASHION WORLDWIDE EVENTS AND PROPERTIES", 3 YILLIK SÜRE İÇİN MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL'U ORGANİZE ETMEYE BAŞLADI.

yenilikleri takip ederek moda endüstrisine kazandıran ülke olarak dikkat çekiyor. Biz de IMG Fashion'ın portfolyosuna eklenen İstanbul Moda Haftası'nı Türkiye'de çok büyük bir potansiyeli etrafında topladığı için son derece önemsiyoruz.

**Ülkelere göre tasarımcı, renk ve moda stilleri arasındaki farkları anlatabilir misiniz?**

Her şehrin kendine göre bir kültürü var. Saydığınız bütün şehirlerde bu durum çok önemli bir moda endüstrisi ve pazarı oluşturuyor. Bunu her moda etkinliğinin kendi DNA'sı olarak isimlendirebiliriz. Sidney büyük bir kumsal, Berlin avangart ve düzenli... İşte bu kimlikler moda haftalarına yön veriyor. İstanbul da kendi kimliği olan bir şehir ve biz İstanbul Moda Haftası'na da bu kimlik etki etsin istiyoruz. Çünkü tasarımcılar genç ve kendi kültürlerini çok özümseyebilmişler, bunu koleksiyonlarına güzel şekilde yansıtabiliyorlar. Bizim görüşümüz her moda haftasının kendi özgünlüğünü yakalaması.

**IMG Fashion Türk tasarımcılara neler katacak?**

Modacıların defilelerden çıkan tasarımlarının üretiminin dünya standardında olmasına katkı sağlayacak. Ayrıca tasarımcıların, ürünlerinin defile sonrasında da pazarlamasını kolaylaştırmayı hedefliyoruz. IMG Fashion ile çalışan Türk tasarımcılar, uluslararası arenadaki izleyici kitlesine ulaşma şansı da yakalayacak.

**Moda haftalarını daha çok kişiye duyurmak adına ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?**

Global bir takvimde incelersek, moda haftalarını takip edenler etkinliğe gelmeseler bile sosyal medya üzerinden takip ediyor; Twitter, Facebook ve Instagram gibi... Twitter'da yaklaşık 200 bin kişi, Facebook'ta 3 milyon 2 bin kişi bizi takip ediyor. İstanbul ile birlikte bu rakam daha da artacak. Web sitemiz de aktif hale geliyor. Aynı adreste New York, Miami, Sidney, Berlin ve İstanbul Moda Haftaları ile ilgili detaylı bilgiler yer alıyor. Takipçilerimiz "mbfashionweek.com" internet adresi üzerinden organize ettiğimiz moda haftalarının hepsini aynı anda inceleyebiliyor.

## IMG Fashion Uluslararası Prodüksiyon Direktörü Jarrad Clark : "İSTANBUL KENDİ KİMLİĞİ OLAN BİR ŞEHİR"

**Türkiye'deki** moda endüstrisinin dünyaya açılan penceresi olarak kabul edilen Mercedes Benz Fashion Week İstanbul, bu sezon önemli bir dönemece girdi. Büyük organizasyon, Londra, Sidney, Berlin, Moskova ve Tokyo gibi dünyanın önde gelen moda haftalarını düzenleyen IMG Fashion Worldwide Events and Properties tarafından organize edildi.

Biz de Hedef Dergisi olarak IMG Fashion Uluslararası Prodüksiyon Direktörü Jarrad Clark'a moda haftasıyla ilgili merak edilenleri sorduk...

**Yaklaşık iki senedir IMG olarak İstanbul Moda Haftası'nı yakından takip ediyorsunuz. Ünlü moda haftalarından sonra sizi İstanbul Fashion Week'in organizasyonunu üstlenmeye iten sebep ne oldu?**

Türkiye, Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise üçüncü en büyük tekstil üreticisi. 2012'de Türkiye hazır giyim sektörü, 16 milyar doları aşan bir endüstri haline geldi. Yüzde 90'ı hazır giyim markaları olmak üzere, dünya çapında toplam 2 bin 500'den fazla satış noktasıyla Türkiye, uluslararası trendleri belirleyen ve tekstil dünyasındaki en son



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)





MODA HAFTASINA İLGİ GÖSTERENLER SADECE SEKTÖR DUAYENLERİ, MODASEVERLER DEĞİLDİ. PARİS'TE DÜZENLENEN HAZIR GİYİM FUARI 'WHO'S NEXT PRÊT À PORTER' YETKİLİSİ BORIS PROVOST DA KARAKÖY ANTREPO 3'TE DEFİLELERİ BÜYÜK BİR KEVİFLE İZLEDİ.

### “Bölgesel bilinirlik artırılmalı”

Mercedes Benz Fashion Week Istanbul organizasyonunun IMG Fashion tarafından üstlenmesinin İstanbul'un tanıtımı açısından çok büyük bir adım olduğunu söyleyen Provast, “IMG dünya çapında bilinen ve en büyük moda haftalarını düzenleyen bir şirket. Bu şirketin bu organizasyonu üstlenmesi uluslararası arenada Türk tasarımcılarını tanıtmak adına çok güzel bir başlangıç” dedi.

Dünyada dört tane büyük moda haftası (Paris, Newyork, Milano ve Londra) olduğunu belirten Provast, bu moda haftalarının dünya çapında bilinirliği olduğunu, dünyanın her yerinden moda duayenlerini bir araya getirdiğini, uluslararası satın almacılar ve söz konusu etkinliklerde tasarımcıların boy gösterdiğini de sözlerine ekledi. İstanbul Moda Haftası'nın bu dört büyük moda haftaları gibi olabilmesi için daha fazla zamana ihtiyacı olduğunu vurgulayan Provast, “Global dünyada, bilinirliği olan firma ve markalarla bilinirliği olmayanları birbirinden ayırmak için seçim yapmak durumundayız. İstanbul Moda Haftası oyunun içine yeni dahil oldu. Bu pastadan pay alabilmesi için öncelikle bölgesel bilinirliğini artırması gerekiyor. Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul, Avrupa bazında en üst seviyeye gelebilir. Ancak dünya arenasında söz sahibi olabilmesi için biraz daha yolu var” dedi.

“Hedef ne kadar büyük olursa amaca o kadar çabuk ulaşılır” diyen Boris, Türk tasarımcılarının çok yaratıcı bulunduğunu da söyledi. İstanbul'a en son 6 ay önce geldiğini ve her geldiğinde yeni markalarla görüşme fırsatı yakaladığını belirten Provast, “Görüştüğümüz markaların bazılarını Paris'te Who's Next Fuarı'nda da görüyoruz. Türk tekstil sektörünün artık Avrupa'da bilinirliği var. Tekstil sektörü artık tasarım odaklı, Türkiye de bunu çok güzel bir şekilde ortaya koyuyor. Her geçen yıl daha emin, daha yaratıcı konseptler görüyoruz” dedi.

Boris Provast ayrıca İstanbul'un çok etkileyici bir şehir olduğunu ve tasarımcıların bu kadar başarılı olmasının sırrını da İstanbul'dan ilham almalarına bağladı.

## “İSTANBUL MODA HAFTASI OYUNA YENİ DAHİL OLDU”

**Bu** yıl 8'inci düzenlenen Mercedes Benz Fashion Week Istanbul'daki defileleri izlemeye gelen sektör duayenleri, sanat ve müzik dünyasından gelen ünlüler kadar, Paris'te düzenlenen Avrupa'nın en büyük hazır giyim fuarı 'Who's Next Pret a Porter' yetkilisi Boris Provast da dikkat çeken isimlerden biriydi. Defileleri heyecanlı

izlediğini söyleyen Boris Provast, İstanbul Moda Haftası'nda geçen yıllara oranla çok büyük farklılıklar görmediğini dile getirdi. Tasarımcıların neredeyse geçen sezon defile gerçekleştirenlerle aynı kişiler olduğunu vurgulayan Boris Provast, kendini belli bir noktaya getirmiş tasarımcıların runway alanında defile yaptıklarını belirtti.





ARNAVUTLUK



MAKEDONYA



BULGARİSTAN



YUNANİSTAN

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



**SERAY®**

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK  
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



**BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ**

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com





# TEKSTİLİN DÜNYAYA AÇILAN KAPISI : PREMIERE VISION





TÜRKİYE'DEN 67 FİRMANIN KATILDIĞI PV'DE BUGÜNE KADAR TREND ALANI İLE YER ALAN İTHİB, İLK KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREREK, TÜRKİYE'DEN 17 TEKSTİL FİRMASI İLE FUARDAKİ YERİNİ ALDI.



**Tekstil** sektöründe lokomotif görevi gören uluslararası fuarlar, farklı coğrafyalarda sektöre hizmet eden mensupları bir araya getiriyor. Dünyada bu anlamda yaşanan gelişmeleri görmek, öğrenmek ve takip etmek için uluslararası bir platform oluşturuyor. Bu fuarlar arasında ise Şubat ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen kumaş fuarı, "Premiere Vision Paris" en önde gelenler arasında yer alıyor. Firma stantlarının yanı sıra moda ve trend bilgi bölümlerinin de bulunduğu fuar düzenlendiği her dönem tekstil ve moda sektöründen yoğun ilgi görüyor. Paris, New York, Moskova ve Şangay gibi şehirlerde düzenlenen bu fuar uzun yıllardan bu yana sektöre hizmet ediyor. Her yıl düzenlenen Premiere Vision'ın bu yılki ilk dönemi 12-

14 Şubat tarihleri arasında Paris'te gerçekleşti. Dünya genelinde kumaş trendlerinin belirlendiği Premiere Vision Kumaş Fuarı'na bu yıl da Türk firmaları adeta çıkarma yaptı. Türkiye'den 67 firmanın katıldığı PV'de bugüne kadar trend alanı ile yer alan İTHİB ise ilk kez milli katılım gerçekleştirerek, Türkiye'den 17 tekstil firması ile fuardaki yerini aldı.

Milli katılım ile Türkiye'den katılan firmaların koleksiyonlarından örneklerin sergilendiği trend alanı ise alıcılara ve basına bir bakışta Türk tekstilinden en iyi örneklerini sundu. Dünyanın pek çok ülkesinden misafirler ağırlayan fuara katılım oldukça yüksekti. Bu dönem 28 ülkeden 700 kumaş üreticisinin ürünlerini sergilediği fuara toplamda 1.752 firma katıldı.

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE EN ÖNEMLİ FUARLAR ARASINDA YER ALAN PREMIERE VISION PARİS, 12-14 ŞUBAT TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİ. FUARA İLK DEFA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, 17 FİRMA İLE PV'DE TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN KALİTESİNİ ZİYARETÇİLERİN BEĞENİSİNE SUNDU.



Fuarda firma standlarını ziyaret eden İTHİB Başkanı İsmail Güllü'ye İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz ve İTKİB Brüksel Temsilcisi Haluk Özelci eşlik etti.

DÜNYA GENELİNDE KUMAŞ TRENDLERİNİN BELİRLENDİĞİ PREMIERE VISION KUMAŞ FUARI'NA BU YIL DA TÜRK FİRMALARI ADETA ÇIKARMA YAPTI.

## FUAR

56



Fuarda İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz ve Paris Büyükelçisi Tahsin Burcuoğlu firma stantlarını birlikte ziyaret etti.

leme imkanı, billboardlardaki tanıtımlar, milli katılımın yerinde olduğunu ve Türk firmalarının her geçen gün pazardan büyük payı hedeflediklerini gösterdi” dedi. Bu yıl Premiere Vision Fuarı'nın daha heyecanlı geçtiğini dile getiren Tamer Pala, fuara katılan Türk tekstil firmalarının fuardan da aynı heyecanla döndüklerini belirtti. Fuar boyunca firmaların görüşmelerinin de aynı kalitede sürdüğünü söyleyen Tamer Pala, “Bu fuardan bir hafta önce Munich Fabric Start Fuarı vardı. Premiere Vision'a katılan firmalar oraya da katıldı. Bu da demek oluyor ki, Türk firmaları, fuarlara katılmanın bilinirliği artırmak adına çok önemli olduğunu biliyorlar, her geçen gün büyüyorlar” dedi. Türk tekstil firmalarının, sanayicilerinin tasarıma önem vermeleri gerektiğini vurgulayan Pala, özgün modeller, desenler firmaların büyümesini sağlarken, taklitten kaçınan firmaların emin adımlarla ilerleyeceklerini belirtti.

## Profesyonellerden fuara yoğun ilgi

Gerek katılımcı gerek ziyaretçi profili açısından Güney Amerika'dan Japonya'ya tüm tekstil profesyonellerinin yoğun

## İTHİB'den firmalara tam destek

Dünya çapında tekstil ve hammaddeleri alıcı, satıcı ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren fuarı her yıl 106 farklı ülkeden 50 bin profesyonel ziyaret ediyor. Fuara Türkiye'den katılan firma sayısı ise her geçen yıl artış gösteriyor. Türkiye'den 67 firmanın katıldığı PV'de bugüne kadar trend alanı ile yer alan İTHİB ise ilk kez milli katılım gerçekleştirerek, Türkiye'den 17 tekstil firması ile fuardaki yerini aldı.

Aralarında Anteks, Bezsan Tekstil, BTB Tekstil, Gülle Tekstil, Kıvanç Tekstil ve Söktaş Dokuma gibi firmaların katıldığı etkinlikte İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala da firmaları yalnız bırakmadı. 94,5 metre-karelik alanda kurduğu trend alanıyla da ziyaretçilerin ilgi odağı olan İTHİB, bu alanda fuara milli katılım dahilinde katılan firmaların yanında bireysel olarak yer alan Türk tekstil firmalarının da örnek kumaşlarını alıcıların beğenisine sundu. Birlik faaliyetlerini tanıtmak amacıyla oluşturulan trend alanı içerisinde aynı zamanda, fuar süresince firmalara catering, fax ve internet hizmeti sunuldu.

Firmaların tanıtımına yönelik çalışmalar çerçevesinde, Birlik tarafından hazırlanan, içerisinde katılımcı firmaların detaylı bilgilerinin yer aldığı kataloglar da alıcı firmala-

ra ve ziyaretçilere fuar süresince dağıtıldı. Premiere Vision Fuarı'nın artık klasikleştiğini söyleyen İTHİB başkan Yardımcısı Tamer Pala, “İTHİB önderliğinde Premiere Vision Fuarı'na milli katılım gerçekleştirdik. Milli katılımın da çok faydasını gördük. Şöyle ki, Premiere Vision katalogundaki tanıtımlar, trend alanındaki yoğunluk, firmaların kumaşlarını sergi-



İTHİB'in Premiere Vision kapsamında Türk kumaşlarını sergilediği trend alanında ürünler "İronic, Graphic, Aguatic, Normadic" olmak üzere 4 başlıkta toplandı.





ULUSLARARASI TASARIMCILARIN YER ALDIĞI  
INDIGO BÖLÜMÜNDE İTHİB TARAFINDAN  
AYRILAN 27 METREKARELİK ALANDA MARMARA  
ÜNİVERSİTESİ, MİMAR SİNAN ÜNİVERSİTESİ VE  
IŞIK ÜNİVERSİTESİ'NDEN SEÇİLEN 7 ÖĞRENCİNİN  
BASKI TASARIMLARI SERGİLENDİ.



ilgisine hedef olan fuar, aynı organiza-  
törün düzenlediği ve iştirakçisi olduğu  
Indigo (desen tasarım), Expofil (iplik),  
Modamont (aksesuar), Zoom by Fatex  
(fason hazır giyim üretimi), Le Cuir a Paris  
(deri) fuarlarıyla aynı alanda, Premiere  
Vision Pluriel etiketi altında sunuldu.  
Fuar aynı zamanda moda bilgisinin ve  
trendlerinin aktarıldığı, karşılıklı bilgi  
alışverişinin gerçekleştiği önemli bir buluşma  
noktası olarak gösteriliyor. Fuarın bir başka  
özelliliği de ihtiyaca göre spesifik pazarları  
hedef alarak birçok değişik ürün gruplarını  
barındırmasıdır.

## Öğrenciler İTHİB'in markajında

Sektörde genç tasarımcıların yetişmesine  
önem veren ve bu alanda çeşitli etkinlikler,  
yarışmalar düzenleyen İTHİB, genç tasarımcı-  
lara destek olmak için bir stand kiraladı.  
Türk kumaş tanıtımının pekiştirilmesi ama-  
cıyla, uluslararası tasarımcıların yer aldığı



## İTHİB bünyesinde fuara katılan firmalar

- Almodo Altunlar Tekstil
- Anteks
- Arsan Dokuma Boya
- BM Bahariye Mensucat
- Bezsan Tekstil
- BTD Tekstil
- Çelik Makas
- Esenteks
- Fun Tekstil
- Güllüpek Tekstil
- Güllü Tekstil
- Karma Kokteyl Örme
- Kıvanç Tekstil
- Özlem Kumaş
- Palateks Tekstil
- Söktaş Dokuma
- SYK Tekstil

Indigo bölümünde İTHİB tarafından ayrılan 27 metrekaarelik alanda Marmara Üniversitesi, Mimar Sinan Üniversitesi ve Işık Üniversitesi'nden seçilen 7 öğrencinin baskı tasarımları sergilendi. Kendi tasarladıkları ürünleri dünya pazarına sunma imkanı bulan öğrenciler, uluslararası designerlarla yan yana olma imkanı buldular. Ayrıca bu trend alanının önemli konukları da oldu. Alan, Paris Büyükelçisi Tahsin Burcuoğlu tarafından ziyaret edildi. Türk Tekstil sektörünün geleceğinin tasarımdan geçtiğini belirten

İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, genç tasarımcıları yüreklendirmek için elimizden geleni yaptık. Çocuklara moral vermek için kiraladığımız stand, birçok kişi tarafından ilgi gördü. Tasarım bizlerin geleceği için çok önemli, her fırsatta gençlere destek olmalıyız. Kendilerini geliştirmeleri, güvenmeleri için elimizden geleni yapmalıyız. Bu öğrenciler fuarlarda dinamik bir şekilde dünyayı takip ediyorlar. Neyin neye yakışacağını bilen, ayırt edebilen ve uygulayabilen bir gençliğimiz var. Bana kalırsa bu dinamiklik

sektöre heyecanını hala yaşıyor” dedi. Premiere Vision, dünya moda tasarım trendlerini en çok etkileyen ve ilham veren etkinliklerden biri olarak gösteriliyor. Hedef aldıkları sezon için 2 sene öncesinden çalışmaya başlayan kumaş üreticileri koleksiyonlarını yaklaşık bir sene içinde hazırlayıp yine aşağı yukarı sezondan bir sene önce fuarlarda sergilemeye başlıyor. Fuar ise, sezonu yaklaşık bir sene gerisinden planlayan tasarımcılar için bir başlangıç tarihi oluyor.



**MUAMMER AKÇAY / Bezsan Tekstil**  
Yönetim Kurulu Başkanı

### Kendine has bir fuar

Premiere Vision bizim uzun yıllardan beri katılım gösterdiğimiz bir fuar. Pamuk ve pamuk karışımı ürünleri koleksiyonumuzda kullandık ve koleksiyonumuz da yoğun ilgi gördü. Premiere Vision'ın kendine has bir ağırlığı olduğunu düşünüyorum. Bu fuara diğer ülkelerin de yoğun katılımı olduğu için etkinlik sayesinde koleksiyonlarımızı daha geniş coğrafyaya sunma imkanı buluyoruz. Premiere Vision'a katılan her firma kendini daha iyi anlatabilmek için katılım gösteriyor. Yaptığımız sunumlardan ve aldığımız geri dönüşlerden hedeflerimize bir adım daha yaklaştığımızı düşünüyorum. Fuarda hedefimizde bulunan müşterilerle görüşme imkanı bulduk, bu da bizi mutlu etti.

### Başarılı bir grafik yakaladık

**ALPER YAKUPPUR**  
Uğurteks İhracat Direktörü



Premiere Vision Fuarı'nda potansiyel müşterilerimizle yakın ilişkiler kurma fırsatını elde ettik. Çalışmalarımızın boşa çıkmamış olduğunu görmek önümüzdeki sezon için de iyi bir motivasyon kaynağı oldu. Firma olarak standımızda 2014 İlkbahar/Yaz koleksiyonlarımızı görücüye çıkardık. Koleksiyonumuz dünya trendine uygun olarak polyester, viskon, pamuklu, keten, lycralı kumaşlardan oluşuyor. Free Touches ; Innovative Touches; Generous Conversion konu başlıklı konseptleriyle büyük ilgi gören koleksiyona; su itici, leke tutmayan bazda, serinliği içinde barındıran yazlık kumaşlar, sade şıklığı tanımlayan sportif desen ve çizgiler ,bukleler hakim. Her sezon tasarım ve Ar-Ge çalışmalarını yeni temalar, alternatif renk ve desenler hazırlıyoruz. Biz bu sektörde müşterilerimizin yalnızca tedarikçisi değil, moda anlayışının da kaliteli bir parçasıyız.



**MURAT COŞKUN**  
Arsan Tekstil İstanbul Ofis Müdürü

### PV iş olanağı sağlıyor

Premiere Vision Fuarı çok başarılı geçti. Fuarın ilk günü bizim için biraz durgundu ancak ikinci ve üçüncü gününde beklediğimiz yoğunluğu gördük. İnsanlar daha çok yumuşak kumaşlara ilgi gösterdi. Parlak iki renkli satenler favori olarak gösterildi. Premiere Vision sektöre iş olanakları sağlıyor ve bu fuara satın alma odaklı müşteriler geliyor. Türkiye'den katılımcı sayısı her geçen yıl artış gösteriyor bununla birlikte beklentiler de farklılık gösteriyor. Bu da Türkiye adına başarılı bir gelişme. Premiere Vision Arsan Tekstil adına beklentileri karşıladı. Fuarda dış pazarlara ürünlerimizi tanıtmaya imkanı sağladık. Kendimizi bu alanda hep daha ileriye taşımayı hedefliyoruz.





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

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

**NYLON 6**



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

**PAMUK**



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

**POLYESTER**



- 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)

İDMİB'İN ORGANİZATÖRLÜĞÜNDE, LINEAPELLE FUARI TARAFINDAN HAZIRLANAN "2014 İLKBAHAR-YAZ TRENDLERİ SEMİNERİ" 18 ŞUBAT'TA GERÇEKLEŞTİ. 4 ANA TEMADAN OLUŞAN SUNUM, 2014 İLKBAHAR-YAZ SEZONUNA İLİŞKİN TRENDLER HAKKINDA İPUÇLARI VERDİ.



# 2014 İLKBAHAR VE YAZI RENGARENK

**Avrupa'nın** önde gelen ve İtalya'da gerçekleşen Lineapelle Fuarı'nın gelecek dönemine ilişkin trendleri İDMİB'in organizatörlüğünde gerçekleşen seminerle sektöre aktarıldı. 2014 İlkbahar/ Yaz trendleri cool lab, riots, elfs ve reloaded diye adlandırılan 4 farklı ana temada tanıtıldı. Seminerde her dönemin farklı özelliklerinin olduğu dikkat çekilirken, deri üstüne oluşturulan bu trendlerin 3 anahtar kelimenin üzerinde yoğunlaştırıldığı da vurgulandı. Anahtar kelimeler, etkileşim, kısa devre ve istikrar olarak adlandırıldı. Her dönem farklı stillerin, farklı trendlerin moda olduğu belirtilirken, eski yılların trendlerine geri dönüş olduğuna dikkat çekildi. Cool lab, riots, elfs ve reloaded temalarının tanıtıldığı sunumda, banalın dışına çıktığı ve fantastik bir dünyaya adım atıldığı belirtildi. Seminerde, renk yelpazesinin genellikle bir önceki sezonu takip ettiği, basit bir araştırma sonucu elde edilen tonlar temsil edildiğinde bile gerçekçi ve ticari özelliğini koruduğu vurgulandı. Ara ve nötr renklerin her yere serpildiği, ilham dolu, büyümlü kombinasyonlar oluşturulduğuna dikkat çekildi.

## Modernite ve teknoloji iç içe

4 temanın içerisinde yer alan Cool lab, soğuk renkleri içeriyor. Modernite ve teknolojinin iç içe vurgulandığı temada, yeşilin özleri, mavi, pembe, açık ve soğuk griler, silik kum tonları hakim. Riots, asi renkleri içeriyor. Kışkırtıcılık ve asiliğin güçlü tonları bu temada birleşiyor. Güçlü renklerin parlantıları ile ateşlenen siyah, gümüş gri, çamur ve kauçuk renkleri bu temaya hakim. Elfs teması etnik ve doğanın buluşması olarak tanımlanıyor. Kahverengi ve maviler, morlar



ve bunların arasına karışan yumuşak tonlar bu temaya hakim. Son olarak, reloaded denilen temada sıcak ve teşvik edici, eskiye dönüşün var olduğu kırmızılar, hardal sarıları derilerin yoğunluğu ve safran renklerinin hakimiyeti görünüyor.

## Geçmişe dönüş var

Cool lab, riots, elfs ve reloaded temalarının tanıtıldığı sunumda konuşmacı olan moda tasarımcısı ve trend uzmanı Antonella Bertagnin, insanların etrafında olup bitenden etkilendiğini vurgulayarak, moda, trend ve tasarımların da bu etkileşimle şekillendiğini belirtti. Bertagnin sezonun yeni trendlerinin çizgilerini şöyle ele aldı: Söz konusu sezonda geçmişe geri dönüş var. Daha önceden trend olan her şeyi, tekrar alıp sunduk. İfade özgürlüğü sanat anlamına geliyor ve yeni şeyler deneme anlamına geliyor. Geçmişte kullandığımız siyah kumaşların üzerine şeffaf damlalar yerleştirdik ve ortaya başka şeyler koyduk. Eskiye ve yeniyi birbirine harmanlayarak farklı tekniklerle, yeni çizgiler ortaya çıkardık.

Tasarım ortaya koyulan sezonun trendlerinde, şekil açısından sade ama detayda çok cüretkar motifler yer alıyor. Aksesuarda şaşırtıcı detayları ön plana koyuyoruz. Çok renkli, parlak öğeler ön plana çıkarken, hızla değişen topluma ayak uyduran trendleri de yine insanlar belirliyor.”

2014 İlkbahar-Yaz trendinde geçmişe döndüğünün altını çizen Antonella Bertagnin, geçmişten bu zamana birçok şeyin değişip estetik kazandığını da vurguladı. Teknolojinin de trend belirleyici etkisi olduğunu söyleyen Bertagnin, kıyafetlerde yüzeylere derinlik veren öğelerin çok önemli olduğunu ve mekanik ve estetik arasındaki dengenin yüzey derinliği ile ortaya çıktığını söyledi.

3 boyutlu görüntülerin, dolgu topukların öne çıktığını ifade eden Antonella Bertagnin, topuklu ayakkabıda en önemli değişikliğin topuklarda olduğunu vurguladı. Bertagnin, aynı zamanda geometrik desenlerin de ön plana çıktığının altını çizdi.

## Işıltılar göz kamaştıracak

2014 İlkbahar ve Yaz modasının özellikle metal aksesuarları ve parlılarla bir bütün olduğunu belirten Lineapelle Trend



Uzmanı Antonella Bertagnin, “Materyal üstü kusursuz olmayan okside olmuş veya üzerlerinde hafif motifler bulunan metal aksesuarlar, deri üzerinde doğal görünümlü kum taneleri şeklinde ışılılar, parlılar, parlaklıklardan mat arasında geçişler söz konusu olacak. Doğadan ilham alınarak tasarlanan deniz kabukları, tüyler, natürel ve değerli taşlar deri üzerinde kullanılabilir. Deri kumaşların örgülerle perçinlenmesinin yanısıra, deri üzerinde iki renkli farklı efektler yapılacağını da bilgisini vermek isterim. Ancak deri yüzeyi üzerinde yapılan efektlerin, son teknoloji kullanılarak yapıldığı halde el işçiliği gibi durması gerekiyor. Ayrıca yıkan derisi üzerindeki mat ışık oyunları oldukça önem kazanacak” dedi.

Konuşmasında 2014 İlkbahar-Yaz sezonunun renkleri hakkında bilgi veren Lineapelle Trend Uzmanı Antonella Bertagnin, “Yeşille altın renginin ve açık bronz tonlarının yan yana kullanımını 2014 yazında çok sık göreceğiz. Bunun yanısıra soğuk renklerin yer aldığı renk yelpazesinde nane yeşili ve açık ve soğuk pembe yer alırken, asi renkler yelpazesinde kahverengi ve çamur rengi ile beraber fuşya bulunacak. Etnik ve doğaya yakın şekilde nitelendirdiğimiz perimsi renklerde mavi, mor ve kahverenginin ahengine tanık olacağız,

dolgun renkler şeklinde nitelendirdiğimiz son renk yelpazemizde de 2014’te parlak kırmızılar, kum rengi, koyu gri ve vazgeçilmez beyazın yerini alacağını belirtmek isterim” diyerek sözlerini sonlandırdı.



**ANTONELLA BERTAGNIN**  
Trend Uzmanı

*İnsanlar etrafında olup bitenden etkilendirirken, moda, trend ve tasarımlar da bu etkileşime göre şekil alır.*

# RUSYA PAZARI CPM'LE CANLANDI





BU DÖNEM 20'NCİSİ DÜZENLENEN CPM, 58 BİN METREKARELİK ALANI, 31 ÜLKEDEN 1.600 KOLEKSİYONU İLE BUGÜNE KADAR DÜZENLENEN EN BÜYÜK FUAR UNVANINI ALARAK ÖNEMLİ BİR REKORA DA İMZA ATTI.

DOĞU AVRUPA'NIN EN ÖNEMLİ ULUSLARARASI MODA FUARI OLAN COLLECTION PREMIERE MOSCOW'UN (CPM) BU YILKI İLK DÖNEMİ 26 ŞUBAT-1 MART TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞTİ. TÜM DÜNYANIN İLGİYLE TAKİP ETTİĞİ BİRBİRİNDEN RENKLİ KOLEKSİYONLARIN SERGİLENDİĞİ CPM'E İHKİB BÜNYESİNDE 89 FİRMA KATILDI.

**Yılda** iki kez gerçekleştirilen ve dünyanın en popüler fuarları arasında yer alan Collection Première Moscow Fuarı (CPM) 26 Şubat-1 Mart tarihleri arasında Moskova'da gerçekleştirildi. 20'nci kez düzenlenen CPM, 58 bin metrekarelik alanı, 31 ülkeden 1.600 koleksiyonu ile bugüne kadar düzenlenen en büyük fuar unvanını alarak önemli bir rekora da imza attı. Düzenlendiği günden bu yana gerek katılımcı firma sayısında gerekse de ziyaretçi sayısında yükselen bir trend izleyen fuara Türk hazır giyim firmaları geçen yıllarda olduğu gibi bu dönemde geniş bir katılım gerçekleştirdi. Yaklaşık 20 bin profesyonel ziyaretçinin ağırlandığı CPM fuarına 1000 civarında firma katıldı. İtalya, Almanya, İspanya ve Fransa olmak üzere 9 ülkenin milli katılım düzenlediği fuara İHKİB bünyesinde ise 89 firma katıldı. Toplamda 58 bin metrekarelik bir alanda gerçekleşen fuarda Türkiye 2 bin 300 metrekarelik alanda ziyaretçilerle buluştu. Bay-bayan giyim, iç giyim-çorap, deri ürünleri ve geniş bir alanda sergilenen çocuk giyim alanıyla CPM yeni sezon ürünlerinin de sergilenmesine olanak sağladı. Gerek stant tasarımları, gerekse de ürün showroomları ile İtalya'yı bile baştan çıkartacak şekilde tasarımlarını sunan Türk firmaları bu dönem de birçok Rus alıcı ile bir araya gelerek, potansiyel pazarda iş bağlantıları kurmuş oldu.

Alman Igedo Messe Dusseldorf firması tarafından düzenlenen CPM'de Doğu Bloğu Ülkeleri, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinin katılımları dikkat çekti. Türkiye, İtalya ile birlikte fuara en fazla katılım gösteren ülke



İHKİB, Pravda ve Kommersant gazetelerine sektörü tanıttığı bir ek yaptırarak, şimdiye kadar Rusya'da yapılmış en etkin tanıtım faaliyetini ortaya koydu.

oldu. Türkiye'den milli katılım gerçekleştirilen firmaların genel kanaati, fuarın çok renkli, ticari anlamda karlı ve ziyaretçi açısından oldukça verimli olduğu yönündeydi. Bu yıl İHKİB önderliğinde 89 firmanın milli katılımının gerçekleştiği CPM fuarında Türkiye ziyaretçilerden yine tam not aldı. Geçen Eylül döneminde 85 firmayla katılım gerçekleştiren Türkiye, bu sezon firma sayısını artırmakla kalmayıp sergi alanını da geçen yıla oranla daha da genişletti. Firmaların Sonbahar-Kış koleksiyonunu tanıtmaya fırsatı bulduğu fuarda firmalar önemli iş bağlantıları da kurmuş oldu.

Her dönem fuarı tanıtıcı çeşitli etkinlikler düzenleyen İHKİB, bu dönem de Rusya genelinde Türk hazır giyim sektörünün daha çok kişiye ulaşabilmesi amacıyla, Rusya'nın en büyük ve en köklü gazetelerinden olan

Pravda ve Kommersant gazetelerinde 16 sayfalık sektörü tanıttığı bir ek çıkartılmasını sağladı. Toplam tirajları 2 milyona ulaşan iki gazete fuar alanında tüm ziyaretçilere ücretsiz olarak dağıtıldı. Türk hazır giyim sektörü bu faaliyeti ile şimdiye kadar Rusya'da yapılmış en etkin tanıtım etkinliğini de ortaya koymuş oldu.

## Türkiye'den fuara rekor katılım

CPM Moskova Fuarı'nı değerlendiren İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı Volkan Atık, fuara Türkiye'den katılan firmalardan fuar hakkında olumlu geri dönüşler aldıklarını belirtti. Özellikle bu fuara istikrarlı bir şekilde katılım gösteren firmaların fuardan çok memnun olduklarına söyleyen Atık, fuara ilk defa katılan firmaların kısa vadede



**TÜRKİYE FUARA İHKİB'İN MİLLİ KATILIMI İLE 89 FİRMA İLE KATILDI. TOPLAMDA 58 BİN METREKARELİK BİR ALANDA GERÇEKLEŞEN FUARDA, TÜRKİYE 2 BİN 300 METREKARELİK ALANDA ZİYARETÇİLERLE BULUŞTU.**



**VOLKAN ATİK**  
İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı

*Özellikle istikrarlı bir şekilde katılım gösteren firmaların fuardan çok memnun olduklarını gördük.*

sonuç beklememeleri gerektiği uyarısında bulundu. İHKİB bünyesinde 89 firmanın fuara katılmış olmasının çok önemli olduğunu vurgulayan Atik, bu sayının sektör için bir rekor olduğunu belirtti. Atik, "Dünya çapında önemi olan ve sektörün profesyonel bir bilinçle değerlendirilmesini sağlayan fuarların önemini fark edilmesi ve bu fuarlarda yer almanın gerekliliğinin kaçınılmaz oluşu, firmalar tarafından artık çok iyi anlaşıldı. Dolayısıyla katılımların artışında bu değişimin payı büyük. İnaniyorumki CPM gibi hazır giyim sektörünü destekleyen, yeni ufuklar açan fuarlara ülke olarak katılımımız artacaktır. Aynı zamanda bu tarz fuarlarda

koleksiyonları merak edilen ülkelerin başında geleceğimize inanıyorum" diyerek sektör firmalarının fuarlara daha da konsantre olmasına dikkat çekti.

### **Türk firmaları Rusya perakende pazarında**

İHKİB olarak bütçelerinin yettiği kadar tanıtım konusunda harcama yaptıklarına değinen Atik, "Bilindiği gibi Rusya çok büyük bir bölge ve reklam tanıtımının da çok pahalı. Biz yine de elimizden geldiğince tanıtım yapmış olduk. Rusya pazarı uzun bir süredir krizlere epey dirençli bir şekilde direniyor. Malum çok büyük bir kara parçası ve bunun üzerinde 100 milyonlarca insan yaşıyor. Bu bölgede tüketimin çok ciddi boyutta ulaştığını görüyoruz. Rusya'nın tüketimi her geçen yıl azalmıyor aksine her geçen gün artıyor. O pazarda ciddi bir genç nüfusun bulunması da pazarı biz hazır giyim üreticileri için daha da cazip bir konuma taşıyor. Artık Türk firmaları perakendecilik alanında o pazarda kendilerini göstermeye başladı. Orada alışveriş merkezlerine girdiğimiz vakit Türk firmalarının yoğunluğunu hissetmeye başladık. Önümüzdeki 10 yıl içerisinde birçok firmayı daha perakende zincir mağazalar şeklinde görmüş olacağız" dedi. CPM Moskova fuarının ziyaretçileri arasında bulunan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan, fuarın bu döneminde Türkiye'den katılımcı firma sayısının 89'a yükselmiş olmasını memnuniyetle karşıladıklarını vurguladı. Türkiye'den katılan firmaların arasında fuara ilk defa katılan firmaların olmasının da önemli olduğunu belirten Altan, fuara



**CEM ALTAN**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

*Fuarda kuru kalabalıktan ziyade alıcıların olduğunu gözlemledik. Fuarın bu döneminin çok iyi geçtiğini söyleyebiliriz.*

koleksiyonla katılan yeni katılımcıların fuardan çok memnun ayrıldıklarına dikkat çekti. Eski katılımcıların yüzde 90'ının fuarın son iki fuardan çok daha iyi olduğunu kaydettiklerini belirten Altan, "Fuarda kuru kalabalıktan ziyade alıcıların olduğunu gözlemledik. Fuarın bu döneminin çok iyi geçtiğini söyleyebiliriz. Fuar istikrarlı bir şekilde katılan firmalar fuardan ticari anlamda daha karlı ayrılıyorlar. Fuarlar markaların global ölçekte tanıtımını yaptığı ve ticari ilişkiler kurmada en avantajlı oldukları yerler. Dolayısıyla her zaman bu sahalarda yer almaları firmalar için önemli bir durum" dedi.





Güçlü koreografileriyle dikkat çeken defilelerle zenginleşen CPM, Altınyıldız'ın kış sezonu defilesine de ev sahipliği yaptı.



DÜNYANIN BİRÇOK NOKTASINDAN ZİYARETÇİ VE KATILIMCILARI ÇEKEN ETKİNLİK, BU DÖNEMİNDE YAKLAŞIK 20 BİN PROFESYONELLE BİRLİKTE 1000 CİVARINDA FİRMAYI AĞIRLADI.

## Türk firmaları CPM'de sıcak satış peşinde

CPM de yer alan firmaların başarılı olmalarında Moskova'da açtıkları showroomlarının da etkili olduğunu ifade eden İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan, "Firmaların bu pazarda satış noktaları yaratması satış açısından çok önemli. Rusya pazarı da artık dünya modasını talep eder bir noktaya gelmiş bulunuyor. Bu pazarda da eski tüketim alışkanlıklarının kırıldığı görüyoruz. Bunun için modayı çok iyi takip ederek, son

trendleri oraya sunmak gerekiyor. Orada da beğeni çitasının yükseldiğini görüyoruz. Diğer Avrupa firmaları gördüğüm kadarıyla fuarın yaz döneminde kış koleksiyonu, kış döneminde ise yaz ürünlerini gösteriyorlar. Bizim firmalarımız yaz döneminde yazlık ürünleri, kış döneminde ise kış koleksiyonlarını götürerek sıcak satış tercih ediyorlar. Ruslar Avrupa firmalarından mal alırken bir sonraki sezonun ürününü seçiyorlar bize gelince sıcak alış yaparak o sezonun malını alıyorlar. Avrupa ile bizim aramızda böyle

bir fark var. Avrupalıların getirdikleri mallar ile bizim mallar arasında kalite anlamında çok fark yok. Ayrıca fuarın bu döneminde Türkiye'den deri firmalarının da katılımının arttığını gördük. Bu firmaların da fuardan memnun döndüklerini gözlemledik" dedi. Rusya'da birçok basın kuruluşu ile de görüştüklerini belirten Altan, fuarın gelecek sezonunda oradaki bazı sektör dergilerine Türkiye hazır giyim sektörünü tanıtan ilanlar vererek tanıtım yapmak istediklerini dile getirdi.



**OSMAN ÇAVUŞOĞLU**  
Altinyıldız Temsilcisi

## Pazarda istikrar şart

Biz bu fuara istikrarlı bir şekilde her yıl katılıyoruz. Rusya pazarında istikrarlı bir şekilde yer alındığında başarının yakalandığını gördük. Bu anlamda CPM fuarı ile de bu istikrarlı çalışmalarımızın meyvelerini bu pazardan topladığımızı söyleyebilirim. Fuarın bu dönemi hem katılımcı hem de ziyaretçi anlamında çok zengin olduğunu gördük. Türkiye'den katılan firmaların da fuara iyi hazırlandıklarını gözlemledik. Rusya gibi geniş bir pazarda enerjik bir şekilde yer almak önemli. Son iki senedir fuarda defile yapıyoruz. Defileler için şov kısmını oluşturuyor. Defileler fuara renk katıyor, bu anlamıyla bu fuarda defile yapmayı da önemsiyoruz.

## Türk firmaları daha titiz yaklaşmalı

**YAKUP SAMSA / Cüno Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi**



Firma olarak Türkiye'den fuara katılan diğer birçok firmanın aksine fuarın önceki dönemlerine göre daha az talep gördüğümüzü söyleyebilirim. Ben bunun nedeninin gizli olarak yaşanan bir ekonomik kriz olduğunu düşünüyorum. Umarım gelecek dönemler daha iyi olur. Erkek giyim ürünleri üreten bir firma olarak fuarın bu dönemine önümüzdeki dönemin ürünlerini getirdik. Biz gelecek sezonun ürünlerini fuara taşıırken, Türkiye'den birçok firmanın da bu sezonun ürünlerini fuara getirdiğini gördük. Bu durum aslında müşteri için bir dezavantaj oluşturuyor. Türk firmalarının bulunduğu bölümde kış ve yaz sezonlarının bir arada yer alıyor olmasından dolayı bazen müşterilerde kafa karışıklığına yol açabiliyor. Avrupa firmalarının genelde gelecek sezonları taşıdığını görüyoruz. Bu konuda daha titiz olmamız gerektiğine inanıyorum.



**GÜVEN KOÇ**  
Tuna Deri Temsilcisi

## Hareketli bir fuar

CPM Moskova fuarına firma olarak ikinci defa katılıyoruz. Fuarın bu döneminden de memnun olarak ayrıldık. İHKİB'in sunduğu hizmetler de bizi oldukça memnun etti. Rusya geniş bir alan olması açısından çok önem arz eden bir pazar konumunda. Bu pazarda yer almak için bu tarz fuarların önemli bir kapı görevi gördüğünü görüyoruz. Türkiye'den firmaların da bunun farkında oldukları için fuara hazırlıklı geldiklerini düşünüyorum. Fuara biz hem yazlık hem de kışlık ürünlerimiz ile katıldık. Fuarın bir önceki döneminde sadece yazlık ürünler ile katıldığımız için daha az satış yakalamıştık. Böylece fuara ürün çeşitliliği ile katılımın önemini görmüş olduk.



LERAS



*Medanın  
Kalbindeyiz*



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

LERAS® 20<sup>th</sup> Yıl

TEXTILE ACCESSORIES

İHKİB VE İTHİB'İN DESTEĞİ İLE BATIAD VE BAYRAMPAŞA BELEDİYESİ TARAFINDAN BAŞLATILAN, "KAZAK GİYELİM YÜZDE 20 TASARRUF EDELİM" KAMPANYASI ÜNLÜ MANKENLERİN YER ALDIĞI SOKAK DEFİLESİ İLE START ALDI.

# GUINNESS'Lİ PROJE START ALDI



TASARIMI 15 GÜN, ÜRETİMİ İSE 30 GÜN SÜREN  
BATIAD'IN ÜRETTİĞİ DEV KAZAĞIN ENİ 15  
METRE 11 CM, BOYU 18 METRE 49 CM VE KOL  
UZUNLUĞU DA 15 METRE 88 SANTİMETRE  
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

**Aile** ve ülke bütçesinde önemli bir paya sahip olan enerji maliyetini düşürmek için yeni bir proje başlatan tekstil ve hazır giyim sektörü, "Kazak giyelim yüzde 20 tasarruf edelim" kampanyasının startını düzenlediği sokak defilesi ile verdi. Bayrampaşa Belediyesi'ne dünyanın en büyük kazağını asan BATIAD, Belediye'nin düzenlediği görkemli bir sokak defilesi ile de rekorunu dünyaya duyurdu. Enerji Bakanlığının desteğinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammadde İhracatçıları Birliği (İTHİB), Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş adamları Derneği (BATIAD) ile Bayrampaşa Belediyesi'nin birlikte hayata geçirdiği "Kazak giyelim yüzde 20 tasarruf edelim" isimli projeye, vatandaşlar kalın giymeye özendirilerek, enerji kullanımında yüzde 20 tasarruf yapılması hedefleniyor. Enerji tasarrufunun dışında, kampanyaya özel üretilen dev kazak Türkiye'nin yüzünü güldürdü. Peru'nun elinde bulunan dünyanın en büyük kazağı rekorunu Türkiye'ye getiren dev kazak, böylece Türk tekstilcisinin adını Guinness Rekorlar Kitabı'na yazdırdı. Rekor kazağın tasarımı 15 gün, üretimi ise 30 gün sürdü. Peru'nun 10 metre 16 santimetre eninde, 13 metre 60 santimetre boyunda ve kol uzunluğu 6 metre 60 santimetre boyutunda olan kazağına karşılık BATIAD'ın ürettiği dev kazağın eni 15 metre 11 cm, boyu 18 metre 49 cm ve kol uzunluğu da 15 metre 88 santimetre olarak gerçekleşti. Dev kazak 500 kg yani 90 bin metre ip kullanılarak hazırlandı.

## 2 milyar dolarlık tasarruf

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, BATIAD Başkanı Doğan Bakırcı ile Bayrampaşa Belediye Başkanı Atilla Aydın'ın katılımıyla düzenlenen basın toplantısında yılda 2 milyar dolarlık tasarrufu hedefleyen projenin detayları ve sağlayacağı faydalar hakkında bilgi verilmişti. Basın toplantısında, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, kazak giyilerek sağlanacak 2 derecelik ısı ile doğalgazdan 1.2, tüm yakıtlardan ise toplamda 2 milyar dolarlık tasarruf sağlanabileceğini söyledi. Türkiye'de doğal gaz ve merkezi ısıtma sistemlerinin yaygın kullanımı sonrasında insanların



AB Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış'ın da katıldığı tanıtımda; Bağış'a, üzerinde portresi olan bir kazak hediye edildi.

ısınmak için evlerinde kışlık giysiler giymek yerine ısıtıcılarının derecelerini yükselttiklerini vurgulayan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, ise "Yaptığımız araştırmalarda ülkemizde tüketilen doğal gazın yüzde 35'inin binalarda kullanıldığını tespit ettik. Kazak giyip, binalarda ısınma amaçlı kullanılan kalorifer ve kombilerin derecesini 1 derece düşürerek yüzde 10; 2 derece düşürerek yüzde 20 oranında enerjiden tasarruf elde etmek mümkün" dedi. Gülle, insanlara farkındalık oluşturmak adına kamu spotu çalışmalarıyla halkın bu konu ile ilgili bilgilendirileceğini ve bir algı oluşturulacağını ifade ederken, sektör olarak, istihdamda, üretimde ve ihracatta olduğu gibi enerji tasarrufunda da ülkemize örnek oluşturacak bir projeye imza attıklarını vurguladı.

## Dev kazak belediye binasına asıldı

Bayrampaşa Belediyesi'ne dünyanın en büyük kazağını asan BATIAD, görkemli bir programla gerçekleştirilen sokak defilesi ile de rekorunu tüm Türkiye'ye ve dünyaya duyurdu.

19 Şubat Salı günü Bayrampaşa Belediyesi önündeki Atatürk Parkı'nda, Bayrampaşa Belediye Başkanı Atilla Aydın'ın ev sahipliğinde gerçekleşen programın onur konuğu ise Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış oldu. Programda konuklara ilk olarak Guinness Rekorlar Kitabı'na giren kazağın üretim serüveninin anlatıldığı bir slayt gösterisi izletildi. Şenay Akay, Şebnem Schaefer ve Ece Gürsel gibi ünlü isimlerin



ŞENAY AKAY, ŞEBNEM SCHAEFER VE ECE GÜRSEL GİBİ ÜNLÜ MANKENLERİN PODYUMA ÇIKTIĞI DEFİLENİN FİNALİNDE TRİKODAN YAPILMIŞ GELİNLİK VE DAMATLIK MODELLERİ DE TANITILDI.



podyuma çıktığı, Banu Noyan'ın organize ettiği defilenin finalinde ise trikodan yapılmış gelinlik ve damatlık modelleri de tanıtıldı. Vatandaşların ve basın mensuplarının yoğun ilgi gösterdiği programın sunuculuğunu ise Korhan Abay ile Deniz Akkaya birlikte yaptı.

### “Dünyaya önemli bir mesaj veriyoruz”

Programda konuşan Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış, “Son ırnak kurduğunda, son ağaç yok olduğunda, son balık öldüğünde, beyaz adam paranın yenmeyen bir şey olduğunu anlayacak” diyerek insan için enerjinin ve doğanın önemine dikkat çekti. Konuşmasında, enerji tasarrufuna vurgu yapan Egemen Bağış, enerji tasarrufuna dikkat çekmek için proje geliştiren Bayrampaşa Belediyesi'ne ve BATIAD'a teşekkür etti. Bayrampaşa'nın dokuduğu kazakla dünya rekoru kırdığına dikkat çeken Bakan Bağış, “Türkiye'nin ve Bayrampaşa'nın projeleri göğsümüzü kabartıyor. Resmi temaslarda bulunmak üzere, buradan Paris'e gideceğim. Rekor kıran bir ilçeden Paris'e gitmek benim için ayrı bir gurur” diye konuştu. Bakan

Bağış “Bayrampaşalıların gerçekten kalbi çok sıcak, bizi de sıcaklıklarıyla ısıtıyorlar. Ben özellikle BATIAD Başkanı Doğan Bakırcı'yı ve Bayrampaşa Belediye Başkanı Atıla Aydın'ı ve tüm Bayrampaşalıları kutluyorum bizlere gerçekten çok büyük gurur yaşattınız.

Bu akşam enerji tasarrufuna dikkat çekmek için, dünyaya Bayrampaşa'dan çok önemli mesaj veriyoruz. Diyoruz ki, ‘Türkiye Avrupa'nın bütününe ısıtacak enerjiye sahiptir. Türkiye'nin kazağı sizin hepimizi ısıtacak kadar büyüktür ve geniştir. Bu kazağı giymezseniz bilin ki açıkta kalırsınız ve üşürsünüz.’ Biz Türkiye'nin Avrupa Birliği sürecinde de, engel çıkararlara, sorun çıkararlara bu kazakla mesaj veriyoruz. Türkiye olarak biz gerçekten, krizden çıkış noktasında da Avrupa Birliği'ne ilham kaynağı olabilecek bir potansiyele sahip olduğumuzu çok net bir şekilde gösteriyoruz ve buradan bir çağında bulunmak istiyorum. Belki de Guines Rekorlar Kitabı'na girebilecek kadar uzun süren bir Avrupa Birliği müzakere süreci yürüttük. Ama artık mutlu sona kavuşmanın vakti geldi” dedi.

### “Rekorumuzu hiçbir ülkeye bırakmayız”

BATIAD (Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği) Başkanı Doğan Bakırcı ise gecede yaptığı konuşmaya, “Bu mutlu günümüzde bizleri yalnız bırakmayan, Avrupa Birliği Bakanımız ve Başmüzakereci Egemen Bağış'a, Kaymakamımız Hasan Gözen'e, Belediye Başkanımız Atıla Aydın'ı, Emniyet Müdürümüz Necdet Öztürk'e, İlçe Milli Eğitim Müdürümüz



Guinness Rekorlar Kitabı'na giren dev kazak düzenlenen törenle Bayrampaşa Belediyesi'ne asıldı.



# %20

“KAZAK GİYELİM YÜZDE 20 TASARRUF EDELİM” İSİMLİ PROJEYLE, VATANDAŞLAR KALIN GIYMEYE ÖZENDİRİLEREK, ENERJİ KULLANIMINDA YÜZDE 20 TASARRUF SAĞLANMASI HEDEFLENİYOR.



Kenar Kırallı'ye, Bayrampaşa AK Parti İlçe Başkanı Cemil Yıldız'a, Belediye Başkan Yardımcılarımıza, muhtarlarımıza, meclis üyelerimize, derneklerimize, BATIAD üyelerimize, Sivil Toplum Kuruluşlarına ve çok kıymetli misafirlerimize hoş geldiniz diyerek başladı. Peru'da bulunan dünyanın en büyük kazağı rekorunu Bayrampaşa'ya getirdikleri için çok mutlu olduklarını söyleyen Bakırcı, “Böyle büyük bir kazağın yapımında, gecesini gündüzüne katan herkese sizlerin önünde bir kez daha sonsuz teşekkür ediyorum. Bu rekoru kolay kolay kimse kıramaz, varsa kıracak olan ben iddia ediyorum biz tekrar daha büyüğünü yapar ve rekorumuzu hiçbir ülkeye bırakmayız” diye konuşmasına devam etti.

## “Bayrampaşa'yı tekstil bölgesi yapacağız”

Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış'a ve katılımcılara hoş geldiniz diyerek konuşmasına başlayan Belediye Başkanı Atıla Aydın, “Kazak giyelim, enerjide yüzde 20 tasarruf edelim” isimli projeyi başından beri desteklediklerini söyledi. Bayrampaşa'yı tekstil kenti yapacaklarını ifade eden Atıla Aydın, “Bayrampaşa'da üretilen kazaklar Avrupa'da üretilen kazaklardan çok daha kaliteli ve çok daha ekonomik.

İlçemizi Osmanbey ve Laleli gibi tekstilin merkezi haline getireceğiz. Ürettiğimiz kazakla Guinness Rekorlar Kitabı'na girmeyi başardığımız için çok mutluyuz. Bu başarının arkasında siyasi irade, iş adamlarımız, işçilerimiz ve halkımız var. Projeye emek veren herkese teşekkür ediyorum” dedi. Bayrampaşa'nın artık bir marka şehir, tekstil merkezi, triko merkezi, iplik merkezi ve makine merkezi haline dönüştüğünü söyleyen Aydın, 39 ilçe merkezi içerisinde cazibe noktasına dönüşmüş bir ilçenin Belediye Başkanı olduğu için çok mutlu

olduğunu söyledi. “Kazak giyelim yüzde 20 tasarruf edelim” projesi ile Bayrampaşa'nın katma değerinin bir kat daha artacağını ve Bayrampaşa'nın marka değerini yükselteceğini söyleyen Aydın, başta BATIAD'a olmak üzere projede emeği geçen kuruluşlara ve katkı sağlayan sponsorlara da teşekkür etti. Konuşmalarından sonra Başkan Aydın, Bakan Bağış'a üzerinde kendi resminin yer aldığı bir kazak ve çinili ibrik hediye etti. Bağış ve Aydın daha sonra dev kazağın küçüğünü giyerek enerji tasarrufuna uygulamalı olarak destek verdiler.



Defile sonrasında BATIAD yetkilileri projeye desteklerinden dolayı İTHİB Başkanı İsmail Güllü'ye teşekkür ziyareti gerçekleştirdi

TOPLUMUN HER NOKTASINDA AKTİF OLARAK YER ALAN KADINLAR, İŞ DÜNYASINDA DA ÖNEMLİ BİR YERDE DURUYOR. İTKİB YÖNETİM KURULLARI'NDA BULUNAN İŞ KADINLARI DA BUNUN EN YAKIN ÖRNEKLERİNDEN SADECE BİRKAÇ TANESİ...

# İTKİB YÖNETİM KURULLARI'NIN BAŞARILI İŞ KADINLARI

**“Dünya Kadınlar Günü”** ya da “Dünya Emekçi Kadınlar Günü” her yıl 8 Mart'ta kutlanan ve Birleşmiş Milletler tarafından tanımlanmış uluslararası bir gün olarak biliniyor. Kadınların eşit haklara sahip olmak yolunda verdiği mücadelenin tarihi olan 8 Mart 1857 yılında Amerika'nın New York kentinde tekstil sektöründe çalışan yüzlerce kadının düşük ücretlerini, uzun çalışma saatlerini protesto etmek için grevler yapmaya başlamasıyla tarihe geçti. Başlattıkları grev sırasında çıkan yangında, fabrikadan çıkmayan 129 kadın yanarak yaşamını yitirdi. Kadınlara özgü bir günün var olması düşünülürse ise ilk kez, 26-27 Ağustos 1910'da Kopenhag'da düzenlenen Uluslararası Sosyalist Kadınlar Konferansı'nda Clara Zetkin, 'in 129 kadın işçinin anısına 8 Mart'ın Dünya Emekçi Kadınlar Günü olarak kutlanması önerisiyle kabul edildi. Türkiye'de ise 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ilk kez 1921 yılında “Emekçi Kadınlar Günü” olarak

kutlanmaya başlandı. Günümüzde kadınlar da erkekler gibi her alanda çalışma hakkını elde edebiliyor. Toplumun temelinde olan kadınlar elde ettikleri başarılarla da geleceğe ışık tutuyor. Hedef Dergisi olarak, İTKİB Yönetim Kurulu'nda bulunan iş kadınlarına Dünya Kadınlar Günü'nün önemini ve iş hayatındaki başarılarının sırrını sorduk.

## “Başarılı olmak için çalışmak yeterli değil”

Toplumda insanların kendilerini belli bir kategoriye koymamaları gerektiğini belirten İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, öncelikle insanların kendi hedefleri doğrultusunda başarılı olabileceklerinin altını çizdi. “İş hayatında kadınlar, bilgi birikimi, çalışma gücü ile boşlukları dolduruyorsa zaten kendilerini kanıtlamış oluyorlar” diyen Tepe, bu algının yıkılması için çok bilmek, çok okumak ve çok çalışmak gerektiğini vurguladı. Tepe, kişisel başarının kendisi

için çok önemli olduğunu belirtti. Başarılı olmak için artık sadece çalışmanın da yeterli olmadığını ifade eden Tepe, “Çok bilmek gerekiyor, çünkü ancak o zaman başarılı olabiliyorsunuz” dedi. Bazı risklerin hayatta alınması gerektiğini dile getiren Tepe, insanların hedeflerini belirlemeleri ve çalışmalarını o doğrultuda yapmaları gerektiğini söyledi. Genç girişimci kadınlara da önerilerde bulunan Tepe, “Genç girişimciler korkmadan kendi yollarını çizsinler. Hedef belirlenirse başarı zaten kendiliğinden geliyor. Kendilerine güvensinler, kendilerinden emin olsunlar, böylelikle başarıya daha yakın olurlar” diye konuştu.

## “Başarıyı başkaları takdir ederse anlamlı olur”

Kadının yerinin toplum kültürüyle şekillendiğini söyleyen İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, Türk kültüründe kadınların doğduğu andan itibaren ikinci



SULTAN TEPE  
İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi



NİLGÜN ÖZDEMİR  
İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi



EFSENE TURAN  
İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi



planda kaldıklarını belirtti. Bu tercihlerin biraz daha öne çıkartılarak, kadınların daha etkin ve başarılı olabileceğini vurgulayan Özdemir, “Başarıyı başkaları takdir ederse anlamlı olur. Benim tercihim erkeklerden geri kalmamak. Geride kalmamayı tercih ettiğim için başarıyı yakabiliyorum” dedi. Kadınların iş hayatında çekingen olmamaları gerektiğine dikkat çeken Özdemir, hayallerinin peşinden koşması için hedefin olmasının en önemli nokta olduğunu belirtti. Girişimciliğin birinci kuralının cesaret olduğunu vurgulayan Özdemir, erkek egemen toplumda kadınların ancak cesur adımları sayesinde başarıyı yakalayabileceklerinin altını çizdi.

### “Toplumda kadının rolü vazgeçilmez”

Türkiye nüfusunun yarısının kadın olmasından dolayı “Dünya Kadınlar Günü”nü çok anlamlı bulduğunu ifade eden İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Efsane Turan, toplumda kadının rolünün çok fazla olduğunu altını çizdi. Toplumun standardını kadının sağlığı ve kuvvetiyle ilişkilendiren Turan, “Kadınların daha eğitilmiş olması için, maddi olanaklarının daha fazla olması için bizler de iş kadınları olarak destek vermeliyiz” dedi. Eğitim kalitesi ile kadınların daha

iyi bir anne ve eş olabileceğini vurgulayan Turan, şans faktörünün de unutulmaması gerektiğini belirtti. İnsanların eline birçok fırsat geçtiğini söyleyen Turan, bu fırsatların iyi değerlendirilmesi konusunda da uyarıda bulundu.

### “Hayallerden vazgeçilmemeli”

İş dünyasında artık kadınların sesinin eğitime duyulmaya başladığını söyleyen İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi, Didem Sümer, kadınların saygınlığının özellikle son 20 yıldır arttığını altını çizdi. İş hayatında başarının sırrını azime bağlayan Sümer, “Yeni girişimlerde bulunmak isteyen kadınlar öncelikle yapmak istedikleri hayallerinden asla vazgeçmemeliler. Yılmadan yola devam etmelidir.” dedi.

### “Girişimci kadın sayısı artıyor”

Türkiye’de her dört çalışandan birinin kadın olduğunu belirten İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı, kadın istihdam oranının Avrupa’da yüzde 59, Türkiye’de ise yüzde 30 olduğunu vurgulayarak, Dünya Ekonomik Forumu verilerine göre, kadınların iş gücüne katılımında Türkiye’nin 134 ülke arasında sondan 9’uncu olduğunu altını

çizdi. Girişimci ve yönetici kadınların artış gösterdiğini belirten Mızraklı, Türkiye’nin kadın Ceo oranında, Finlandiya’dan sonra dünya ikincisi olduğunu söyledi. Ruken Mızraklı, “Çalışan kadın demek daha refah bir dünya demek. Halen 4 milyona yakın kadının okuma yazma bilmediği bir Türkiye’de artık kadının çalışma hayatına katılımını olağan, hatta “olması gereken” olarak görmeli, çocukluktan itibaren kız ve erkek çocuklarına bu fikri aşılmalıyız” dedi.

### Türkiye’de kadınlar yeterince aktif değil

Dünya genelinde kadınlara verilen değeri, Türkiye’ye göre çok ileride bulunduğunu söyleyen İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mükerrer Yolcu, Türkiye’de kadınların toplumda yeterince aktif olmadığından bu ilerlemenin biraz zaman alabileceğini belirtti. Başarı için ilk kuralın çok çalışmak olduğunu vurgulayan Yolcu, “Başarı için azimli ve sabırlı olmak gerekiyor. Kadın ya da erkek ayrımı yapmadan, toplumda söz sahibi olmak adına, hayallerin peşinden gidip onları gerçeğe dönüştürmek adına taşın altına elimizi koymalıyız” dedi. Olumlu düşünerek birçok şeyin olumlu olacağını belirten Yolcu, yeni nesil için eğitime önem vererek, kararlı ve cesur bir şekilde adım atmalarını önerdi.



**DİDEM SÜMER**  
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi



**RUKEN MIZRAKLI**  
İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi



**MÜKERREM YOLCU**  
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi



# BAŞARIYA KADIN ELİ DEĞDİ

**İŞ DÜNYASININ ERKEK EGEMEN YAPISINA RAĞMEN BAŞARI MERDİVENLERİNİ AZİMLE TIRMANAN İŞ KADINLARI, 8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜ VESİLESİ İLE ÇEŞİTLİ ETKİNLİKLER VE ÖDÜLLER İLE TAKDİR EDİLDİ.**

**Hayatın** hemen hemen her alanında erkek zihniyetin ortaya koyduğu kurallara göre hayatlarını şekillendiren kadınlar için, iş dünyasında başarıyı yakalamakta düşünlenden daha fazla emek gerektiriyor. Hele hele rekabetçi iş dünyasında kadın olarak var olmak, herhangi bir erkeğin ortaya koyduğu iş performansının çok daha üstünde enerji gerektirdiği aşikar. Bu yönüyle kadınların ortaya koydukları başarıların takdir edilmesi ve daha görünür kılınması çok daha önemli oluyor.

Bu tarz etkinliklerden biri olan, iş kadını ve İstanbul Sanayi Odası (İSO) Meclis Üyesi Aynur Ayhan'ın "1000'de Bir" isimli fotoğraf sergisi, geçtiğimiz günlerde İSO Odakule Sanat Galerisi'nde yapıldı. Türk sanayisinin gizli kahramanları olan iş kadınları tema-

lı projesinde Aynur Ayhan, iş yaşamında kendilerini kanıtlamanın yanısıra çeşitli STK'larda sorumluluk almış kadın patronları, kendi çalışma ortamlarında çektiği en doğal fotoğrafları sanat severlerle buluşturdu. Sergide İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi olan başarılı iş kadını Sultan Tepe ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Efsane Turan'ın da fotoğrafları yer aldı 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne denk gelen sergi, erkeklerin hükümsürdüğü bir alanda var olan bu bir avuç kadının başarılarına ortak olmak için ayrıca anlam taşıdı.

## Nur Ger'e BM'den ödül

İş kadınlarının takdirine dönük olarak, Birleşmiş Milletler Kadını Güçlendirme Prensipleri (WEPS) Yarışması'nda SUTEKS Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Nur Ger'in aldığı onur ödülü de önemli. Nur Ger, ödüllü 8 Mart Dünya Kadınlar Günü etkinlikleri kapsamında, 6 Mart'da New York'da düzenlenen törende aldı.

New York'da düzenlenen 'Sosyal İçerme: Değişim için Strateji' başlıklı etkinlikte BM Genel Sekreteri Ban Ki-mun'un konuşmasının ardından ödül töreni düzenlendi. Etkinlikte ödüllü SUTEKS adına alan Nur Ger daha sonra, BM'nin 'İnovasyon: İş

Dünyası ve Eşitlik' başlıklı oturumunda bir konuşma gerçekleştirdi.

SUTEKS'in hiyerarşisiz yönetim anlayışını anlatan ve ayrımcılıktan arınmış bir iş ortamı yaratmak için gerçekleştirdikleri uygulamalara değinen Ger, "İş yaşamında kadın erkek eşitliğini sağlamak için SUTEKS özelinde yıllardır yürüttüğümüz çalışmaların bu şekilde ödüllendirilmesinden dolayı büyük onur duyuyorum. SUTEKS'in tüm iş süreçlerindeki mottomuz, "Varlıklarının yarısını kullanamayan gelişemez" olmuştur" dedi. Tüm çalışanlarının iş ve aile yaşamını dengelemek amacıyla yürüttükleri yenilikçi uygulamaların kendilerine verimlilik ve kar olarak geri döndüğünü belirten Ger, tüm işverenlere ve girişimcilere düşen sorumluluğun, iş planlarına bu yenilikçi uygulamaları entegre ederek cinsiyet eşitliğini sağlamak olması gerektiğini vurguladı.

Hiyerarşisiz yönetim anlayışı, insana verdiği değer, kar payı paylaşımı gibi uygulamalarıyla dikkat çeken bir iş modeli sunan SUTEKS, 2012 yılında da Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın "Çalışma Hayatında Toplumsal Cinsiyet Eşitliği" yarışmasında "Orta Ölçekli İşletme" kategorisinde birincilik ödülü kazanmıştı.



*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





# AYSAF İSTİKRARINI SÜRDÜRÜYOR

BU YIL 49'UNCUSU DÜZENLENEN "AYSAF ULUSLARARASI AYAKKABI YAN SANAYİ FUARI", YURT İÇİ VE YURT DIŞINDAN 350 FİRMANIN KATILIMIYLA 28 ŞUBAT-2 MART TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ. 20 ÜLKEDEN ALIM HEYETİNİN DE ZİYARET ETTİĞİ FUAR YOĞUN İLGİ GÖRDÜ.

**Türkiye'de** 5 milyar dolar büyüklüğe ulaşan ayakkabı sektöründen önemli oranda pay alan ayakkabı yan sanayi sektörü, 49. AYSAF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı'nda bir araya geldi. 28 Şubat ve 2 Mart 2013 tarihleri arasında gerçekleşen, CNR Holding, Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) ve KOSGEB desteğinde düzenlendi. Avrupa'da konusunda en büyük ikinci fuar olma özelliğiyle ön plana çıkan AYSAF, 49'uncu kez

düzenlenmesiyle de sektörün ve Türkiye'nin en istikrarlı fuarları arasında yer alıyor. Yan sanayi firmalarını ulusal ve küresel ölçekte faaliyet gösteren kuruluşların satın almalarıyla AYSAF aracılığıyla buluşan sektör, 300 milyar dolarlık dünya pazarındaki ihracat payını artırmayı hedefliyor.

## Fuara 350 firma katıldı

Fuarın 3 Bin 500'ü yurt dışından olmak üzere üç günde toplam 25 bin 983 profesyonelin etti. Yurt içi ve yurt dışından 350 firmanın katılım gösterdiği fuarda başta İtalya olmak üzere Almanya, İspanya, Çin, Japonya, Hindistan, Portekiz, ABD, İran, Tayvan, Tayland, Arjantin, Avusturya, Slovenya, Fransa, Gürcistan, Hollanda, İsrail, Romanya, Slovakya, Ukrayna ve Mısır'ın da aralarında bulunduğu 20'den fazla ülkeden firma stant açtı. AYSAF'ın ziyaretçi ülkeleri arasında ise Cezayir, Avusturya, Azerbaycan, Belçika, Mısır, Fransa, Almanya, İran, Kazakistan, Lübnan, Fas, Rusya, İspanya, Ukrayna, İngiltere ve Amerika da yer aldı.

## Yeni fikirlere yön verecek ürünler

Her yeni organizasyonda çeşitlenen ürün grupları ve yeni teknolojilerin sergilendiği ayakkabı fuarı AYSAF, katılımcı ve ziyaretçiler için önemli bir pazar oluşturuyor. Sezonlar arasındaki değişimleri yakından izleme fırsatı sağlayan AYSAF'ta sergilenen ayakkabı yan sanayi ürün grupları arasında taban, iç taban, ökçe, kalıp, aksesuar, deri, kösele, suni deri, ayakkabı tekstili ve lamine edilmiş ürünler, vardola, yapıştırıcı ve yüzey hazırlayıcılar, deri ve taban finisaj ürünleri, makine, yedek paraça ve CAD/CAM yazılımlar yer aldı. AYSAF'a katılan firmalar bu yıl kahverengi ve siyah ayakkabı tabanının yanında, kiremit ve lacivert tabanın tercih edileceğini söylediler.

Fuarın bu döneminde deride troplu ve yakmalı ürünlerin yeni trend olduğunu belirten firmalar, önümüzdeki sezon süetin de yine tercih edilecek ürünler arasında yer alacağını ifade ettiler.





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

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

Daha fazla bilgi için inovasyon@permess.com.tr

**Permess**  
International

*a world of textile innovation...*

Tekstilkent A1 | Blok No: 13 34235 / Esenler / İstanbul  
Tel: +90 (0) 212 438 06 50 Fax: +90 (0) 438 06 51  
email: inovasyon@permess.com.tr





# MUNICH FABRIC'E İLGİ ARTIYOR



**Paris** Premiere Vision'un Almanya'daki alternatifi olarak bilinen Munich Fabric Start Fuarı tekstil sektörüne yön vermeye devam ediyor. Tekstil pazarının en tanınmış uluslararası fuarlardan biri olup dünya çapında tekstil alıcıları ve tedarikçilerini ağırlayan Munich Fabric Start Fuarı, 5-7 Şubat tarihleri arasında Münih'te kapılarını ziyaretçilerine açtı. Kumaş ve aksesuarlarının sergilendiği fuar Collections, Additionals, Bluezone, Asia Salon ve Showroom

bölmelerinden oluştu. Munich Fabric Start Fuarı'nın Temmuz dönemine milli katılım gerçekleştirecek olan, Şubat dönemine ise info stand ile katılan İTHİB, fuarda katılımcı ve ziyaretçilere hem Türk tekstil sektörü ile ilgili bilgi verdi, hem de katılımcı Türk firmalarını fuarda yalnız bırakmamış oldu. Fuara Türkiye'den toplamda ise 145 firma katılım gösterdi. Fuar öncesinde İTHİB yetkilileri Munich Fabric Start Fuarı yöneticileri ile 12 Kasım 2012'de bir araya





gelerek güven protokolü imzaladı. Protokolde, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı bir ülke olarak Almanya pazarını çok önemsediklerine dikkat çekildi. Ayrıca fuar yetkilileri ile imzalanan güven protokolü çerçevesinde Türkiye'de de uluslararası bir fuar hazırlamaya yönelik olarak karşılıklı çalışma yapılacağı belirtildi. Dünyanın her tarafından katılım gerçekleşen bir fuarda, Türkiye olarak daha fazla görünür olmak ve söz konusu pazarda pay sahibi olmak için çalışıldığı vurgulandı.

### Her yıl ivme kazanıyor

Son 15 yılda Munich Fabric Start fuarının ivme kazandığını söyleyen İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, 1998-1999 yıllarında

DÜNYA ÇAPINDA TEKSTİL ALICILARI VE TEDARİKÇİLERİNİ AĞIRLAYAN "MUNICH FABRIC START FUARI" 5-7 ŞUBAT TARİHLERİ ARASINDA KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇTI. FUARA TÜRKİYE'DEN İSE 145 FİRMA KATILIM GÖSTERDİ.



Fuarda, İTHİB Başkanı İsmail Güllü ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala Munich Fabric Start Genel Müdürü Wolfgang Klinder ile bir araya geldi.

40-50 firma içinde gerçekleşen fuarın, şuan 1.300'ü aşkın firma katılımıyla yüksek bir enerji yarattığını söyledi. Sadece Almanya'da böyle bir fuarın organize edilmesi ve yüksek katılımcı sayısı ile insanı şaşırtan bir fuar olduğunu vurgulayan Tamer Pala, "Bu fuarın bir hafta sonrasında Fransa'da Premiere Vision fuarı var. Buna rağmen bu yoğunluğun yaşanması, Munich Fabric Start Fuarı'nın ne

kadar önemli bir ivme kazandığını ve bilinirliğinin giderek arttığını gösteriyor" dedi. Katılımın yoğun olmasını fuar idaresinin kendi içinde çok iyi organize olmalarına bağlayan Tamer Pala, bu işin tamamen profesyonelce yapıldığını vurguladı. Tekstildeki, teknik gelişmeler ve yenilikler ile modadaki kalite, güzellik ve farklılıkların kombinasyonundan yola çıkarak 2013'ün



**TÜRKİYE'DEN 145 FİRMANIN KATILDIĞI MUNICH FABRIC START FUARI'NIN ŞUBAT DÖNEMİNE İNFO STAND İLE KATILAN İTHİB, EYLÜL DÖNEMİNDE İSE MİLLİ KATILIMLA FUARDAKİ YERİNİ ALACAK.**



Gerçekleştirdikleri çalışmalar neticesinde Munich Fabric Fuarı'na info stand ile katılan İTHİB, böylece fuarla ilgili çalışmalarının meyvesini almaya başlamış oldu.

mer Pala, çok başarılı Türk firmalarının da bu hall'de yer aldıklarını ve ürünlerini en iyi şekilde tanıtmaya imkanı bulduklarını söyledi. Fuara katılan Türk firmalarının, fuardan çok memnun kaldıklarını ve başarılı geri dönüşler aldıklarını belirten Tamer Pala, "bu yıl Munich Fabric Start Fuarı'na info stand ile katılım gerçekleştirdik. Fuar yöneticileri ile ikili görüşmelerimizde Eylül ayında milli katılım yapabilmek adına bir anlaşmaya vardık. Milli katılım için bir engelimiz yok sadece onay bekliyoruz" dedi.

## Türk tekstil sektörü için önemli bir pazar

**MERT ÇAĞATAY / Bossa Denim Almanya Bölge Sorumlusu**



Fuarda, Kuzey ve Güney Almanya olmak üzere 40 civarında hedef müşterimiz ile görüşme fırsatı bulduk ve 2014' e yönelik Almanya özel koleksiyonumuzu sunduk. Bizden kullanabilecekleri kalitelerin ilk seçimlerini tespit ettik. Fuarın bizi ilgilendiren "Denim Bölümü"ne katılım, bizi Bossa Denim olarak memnun etti. Munich Fabric Start organizasyonu da tüm Türk tekstil firmalarına bu önemli pazarla buluşma fırsatı sunuyor. Bu fuarı denim hususunda örneğin bir Denim by PV organizasyonu ile mukayese ettiğiniz zaman tamamen Almanya Pazarına yönelik lokal bir fuardır. Paris'e dünyanın dört bir yanından ziyaretçiler geliyor, Münih'te Alman alıcılar haricinde çok fazla yabancı ziyaretçi ile karşılaşmazsınız. Özetle Munich Fabric, Alman hazır giyim pazarını kendisine hedef olarak seçmiş tüm şirketler için olmazsa olmaz bir organizasyondur.

ikinci döneminde "BEAUTY FULL" konseptiyle yola çıkan Munich Fabric Start fuarı, ekonomik olarak bir takım sıkıntıların olduğu bu dönemde de yükselen bir ivme sergiledi. Üç gün süren fuarda ziyaretçi sayısı yüzde 3 artışla 18 bini aştı. Çeşitlik segmentlerinden kaliteli ziyaretçi profiliyle dikkat çeken fuarda Otto, Betty Barclay, Gerry Weber, C&A, P&C and Comma to Hugo Boss, Gucci ve Escada gibi dünya markalarından alıcılar yer aldı. 2014 İlkbahar/Yaz koleksiyonlarının sergilendiği fuarda ziyaretçi sayısının yanı sıra fuar katılımcı sayısı da artış gösterdi. Bu anlamda

fuara 840 katılımcı, 1300 koleksiyonunu sergiledi.

## Eylül'de milli katılım

Fuarın 2013 Şubat döneminde İTHİB, Türk tekstil sektörü ile ilgili bilgi vermek hem de katılımcı Türk firmalarını desteklemek amacıyla, info stand ile katılım gerçekleştirdi. Türkiye'den 145 firmanın katıldığı fuara İTHİB Eylül ayında milli katılım gerçekleştirecek. Munich Fabric Start Fuarı'nda Bluezone bölümünde sadece denim markalarının katıldığı bir hall'ün olduğuna dikkat çeken İTHİB Başkan Yardımcısı Ta-



**SEYHAN AKTEMUR / Söktaş Paz. ve Ürün Geliştirme Gen. Müd. Yrd.**

## Yüksek alım gücü var

Bu fuara yıllardır aralıksız katılıyoruz. Özellikle Almanya pazarındaki müşterilerimiz ile bir araya geldiğimiz fuar, hem müşteri sayısı ve kalitesi, hem de koleksiyonlarımıza olan yoğun ilgi nedeniyle çok iyi geçti. Fuara şık, elegan ve profesyonel görünmek isteyen şehirli erkekler için hazırlanan, incelik hafiflik ve ipeksi dokunuşu öne çıkaran "Meander 71" kumaşlarımızla katıldık. Fuar, Avrupa'da düzenlenen diğer kumaş fuarları Premier Vision ve Milano Unica'ya göre daha "yerel" olarak değerlendirilebilecek bir yapıda. Yerel bir fuar olmasına rağmen, yüksek alım gücüne sahip bir pazar olan Almanya'daki müşterilere ulaşmak için önemli bir fuar olduğunu düşünüyorum.





# 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





# İTALYANLARIN GÖZÜ TÜRK TASARIMLARINDA

AYAKKABI ALANINDA İTALYA'NIN EN ÖNEMLİ FUARI OLAN "theMICAM" FUARI 4-6 MART TARİHLERİ ARASINDA MİLANO'DA GERÇEKLEŞTİ. FUARDA, DTG TARAFINDAN YÜRÜTÜLEN "8 TASARIMCI / 8 MARKA" İŞBİRLİĞİNDE OLUŞTURULAN PROJE İLE GÖZLER TÜRKİYE'NİN ÜZERİNDEYDİ.

**Türk** ayakkabı sektörü özgün tasarım ve yakaladığı kalite çıtası ile dünyada adından söz ettirmeye devam ediyor. Sektörün yakaladığı bu düzeyi yurtdışı pazarlara aktarmaya dönük olarak İstanbul Deri ve

Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), bünyesinde bulunan ayakkabı firmaları ile dünyanın en önemli ayakkabı fuarlarına katılım gösteriyor.

Bu çerçevede Türk ayakkabı firmaları 4-6 Mart tarihlerinde İtalya'nın en önemli ayakkabı fuarı "theMICAM"a katıldı. İDMİB patronajından Türkiye'den 19 firmanın milli katılım ile yer aldığı fuarda bu yıl ilk defa Deri Tanıtım Grubu (DTG) sektör için çok önemli bir projeye imza attı. Bu proje kapsamında 8 Türk moda tasarımcısı 8 fuar katılımcısı firma için özel birer ayakkabı koleksiyonu üretti. Türkiye'nin tasarımcı, yenilikçi, bir ayakkabı üreticisi olduğunu anlatmak için yapılan "Tasarımcılarla İşbirliği Projesi" fuarda "8 Designers for 8 Brands" mottosuyla yer aldı.

## Ayakkabı dünyası theMICAM'ı takip ediyor

Dünyaca ünlü ayakkabı markalarının buluşma noktası olan theMICAM yılda iki kere Milano'da gerçekleştiriliyor. Bir önceki dönemi geçtiğimiz yıl Eylül ayında gerçekleşen fuarda Türkiye'den firmalar bu dönemde olduğu gibi yoğun ilgi görmüşlerdi. Dünya ayakkabı pazarının orta ve üst segmentine hitap eden fuarın Eylül etkinliğinde 1.573

katılımcı firma yer almış olup fuarı 41 bin 85 kişi ziyaret etmişti. TheMICAM 2013 yılının ilk döneminde dünyanın değişik yerlerinden alıcılarla bir araya gelen ayakkabı firmaları, yeni ürünlerini görücüye çıkarırken, fuara İDMİB patronajından katılan 19 Türk firması önemli iş bağlantıları kurarak bu dönemde fuardan mutlu ayrıldı. İtalya Ayakkabı Üreticileri Birliği (ANCI) tarafından organize edilen ve Türk firmalarının 2005 yılından beri milli katılım gerçekleştirdiği theMICAM Fuarı bu dönem de; bayan şık ayakkabıları, bayan trendy ayakkabıları, bay-bayan lüks ayakkabıları, genç moda ayakkabıları, çocuk ayakkabıları, karışık ayakkabılar, mağaza aksesuarları, uluslararası tasarımcılar bölümleri olmak üzere sekiz bölümde gerçekleşti. 80 bin metrekare gibi geniş bir alanda





gerçekleştirilen fuarda, İDMİB patronajında milli katılım gösteren firmalar 500 metreka-relik bir alanda ürünlerini sergiledi.

## İDMİB'ten katılımcılara yoğun hizmet

İDMİB fuar boyunca katılımcı firmalara destek vermek ve bilinirliklerini artırmak adına çeşitli hizmetlerde bulundu. Tanıtım çalışmalarının da ağırlıkta olduğu bu hizmetler kapsamında İDMİB, katılımcı firmalara destek ve Türk Deri/Ayakkabı sektörü hakkında ziyaretçilere bilgi vermek amacıyla bilgisayar, telefon, faks, internet gibi ofis ekipmanlarıyla donatılan info-stand alanı ile fuardaki yerini aldı. Daha önceki yıllardakine benzer şekilde reklam panoları, fuar katalog ilanları, kamyon üstü ilan gibi tanıtım çalışmaları yapıldı. İDMİB bünyesinde bu dönem Akar Deri, As Erdoğan, Bozyaka Ayakkabı, Çetsan Ayakkabı, Devran Ayakkabı, Emin Ayakkabı, Hasel Ayakkabı, Karyoka Ayakkabı, Lota Ayakkabı, Mehmet Güler Ayakkabı, Minimen, Molyer, Plastab Plastik Taban, Poletto Ayakkabıcılık, Sebata Alyasan Ayakkabı, Topbaş, Voder Ayakkabı ve Wox's firmaları Türk ayakkabı sektörünü 500 metreka-relik alanda temsil etti.

## 8 tasarımcıdan 8 ayakkabı koleksiyonu

DTG tarafından yürütülen "8 Türk Tasarımcı ve 8 Türk ayakkabı markası" projesi fuarda büyük beğeni topladı. Türk deri markalarının iç ve dış pazarda tanıtımı, dünyada Türk derisi imajının güçlendirilmesi amacıyla 2005'ten bu yana faaliyetlerini yürüten DTG, 8 Türk tasarımcısı ve 8 Türk ayakkabı markasının işbirliğiyle eşsiz bir projeye imza attı. Türkiye'yi yurtdışı moda platformlarında başarıyla temsil eden Türk tasarımcıları, Bora Aksu, Mehtap Elaidi, Gamze Saraçoğlu, Hatice Gökçe, Studio Kaprol, Zeynep Tosun, Ahmet Baytar ve Elif Cıgızoğlu'nun yer aldığı proje, theMICAM'da sergilendi. Projede tasarımcılar, firmalarla eşleşerek, özel birer koleksiyon üretti. DTG, bu özel proje aracılığıyla Türkiye'nin deri sektöründe üretici gücünün yanı sıra artık tasarımda da söz sahibi olan bir ülke konumuna yükseldiğini İtalya'dan tüm Avrupa'ya duyurmayı başardı.



Türkiye Milano Başkonsolosu Aylin Sekizkök fuarı İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ferzat Erdebil ve İslam Şeker ile birlikte gezdi.

## Türkiye artık "Esinlenen" değil, "Esin veren" ülke

Dünyada her yıl yaklaşık 21 milyar çift ayakkabı satılıyor. Türkiye ise bu dev sanayinin liderleri arasında yerini koruyor. Dünya ayakkabı pazarının en büyük 9'uncu ülkesi olan Türkiye, Avrupa'da ise ilk 3 arasında yer alıyor. Türkiye, üretim gücü ve kalitesinin yanı sıra tasarımda da söz sahibi bir ülke olduğunu, theMICAM için özel olarak geliştirilen "8 Tasarımcı, 8 Marka" projesiyle bir kez daha ortaya koydu.

Projeye ilgili açıklama yapan İstanbul İDMİB ve DTG Yönetim Kurulları Başkanı Lemi Tolunay, "Bu projeye Türk tasarımcılarımız ile Türkiye'nin orijinal tasarım yaratma ve üretme yeteneğini sergilemeyi amaçladık" dedi. Lemi Tolunay, "Böylece Türkiye'nin artık modada 'esinlenen' değil 'esin veren' ülke olduğunu da modanın merkezi İtalya'da sergilemiş olduk" açıklamasını yaptı. Tolunay'a göre, bu özel projenin Türk derisine katkısı bununla da sınırlı değil. "Bu ve benzeri projeler aracılığıyla üretici



DÜNYADA HER YIL YAKLAŞIK 21 MİLYAR ÇİFT AYAKKABI SATILYOR. DÜNYA AYAKKABI PAZARININ EN BÜYÜK 9'UNCU ÜLKESİ OLAN TÜRKİYE, AVRUPA'DA İSE İLK 3 ARASINDA YER ALIYOR.



Fuarda 8 tasarımcıyla bir araya gelen İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, bu projeyle Türk tasarımcıları ile Türkiye'nin orijinal tasarım yaratma ve üretme yeteneğini sergilemeyi amaçladıklarını söyledi.

oranında artış göstermiş. Rakamlar, 2012 yılında deri ve deri ürün grupları içerisinde en çok ihracatın ayakkabı kategorisinde gerçekleştiğini de ortaya koyuyor. Toplamda 552,1 milyon dolarlık ayakkabı ihracatının gerçekleştiği 2012, aynı zamanda bir önceki yıl oranla bu kategoride firmaların yüzde 22,8 oranında artışın kaydedildiği yıl oldu. Böylece ayakkabı ürün grubunun toplam deri ve deri ürünleri ihracatındaki payı yüzde 34,4'e yükseldi.

**theMICAM ile dünyaya açıldık**  
CENGİZ POLAT / Polleto Ayakkabı  
Yönetim Kurulu Başkanı

firmalarımız tasarımcılarımızla en efektif işbirliklerini öğrenme şansını da elde ediyor" diyen Tolunay, "Aynı zamanda bu projelerle, moda tasarımcılarımızı deriyle çalışmaya ve ayakkabı tasarlamaya da teşvik ediyoruz" diye ekliyor. Tolunay'a göre, theMICAM gibi önemli bir platformda, Türk firmalarının stantlarında tasarımcı koleksiyonlarının yer alması, Türk derisine ve üretimine talebi artırdığı gibi, markaların fiyat ve kalite çitasının yükselmesine de aracı olmayı başarmış durumda.

theMICAM'da sergilenen "8 Tasarımcı / 8 Marka" projesi, DTG'nin yurt dışındaki ilk

başarısı değil kuşkusuz. Türkiye'nin dünya deri sektöründe imajını hızla yükselten tanıtım grubu, Türkiye'nin deri ihracatındaki diğer hedef ülkeleri Rusya ve Uzakdoğu'da da takdir edilecek çalışmalara imza atıyor. İhracat rakamları da Türkiye'nin bu ve benzeri çalışmaların sonuçlarını ekonomik olarak da elde ettiğini ortaya seriyor. Öyle ki, bu projelerle birlikte reklam ve PR çalışmalarının da hızlandığı 2012 yılında, Türkiye deri ve deri ürünleri ihracatı yüzde 8,5 artışla 1 milyar 605 milyon dolara yükselmiş. Pazarlar bazında ise ihracat rakamları, Rusya'ya yüzde 31.2 ve Çin'e yüzde 10.2



**OSMAN DOĞANER**  
Lota Ayakkabı Temsilcisi

## Tasarım sektörü ileriye taşır

Her yıl artan bir ivme ile yoluna devam eden fuar, bu dönem de iyi geçti. Türkiye'nin tasarıma odaklı olarak yaptığı çalışmalarını çok önemsiyoruz. Çünkü tasarım sektöründe bizi ileriye taşıyacak bir nokta. Bu anlamda herhangi bir imaj sorunu yaşadığımızı da düşünmüyorum. Zaten ziyaretçiler fuar boyunca ürünlerimizi çok kaliteli bulduklarını açık gönüllülikle dile getirdi. Firmalarımızın özellikle tasarıma daha fazla önem vermeleri gerekiyor. Bu çerçevede "8 Tasarımcı için 8 Marka" projesini çok yerinde görüyorum. Biz firma olarak Zeynep Tosun'un tasarladığı bir koleksiyon ile fuarda yer aldık.



Türkiye'den theMICAM fuarına katılan en eski firmalardan birisiyiz. Bu fuar her zaman için bizim beklentilerimizi karşılayan bir etkinlik oldu. Bu anlamda theMICAM'ın Türk ayakkabı sektörü için de önemli bir fuar olduğunu söyleyebilirim. Bu organizasyona dünyanın birçok ülkesinden ziyaretçiler geldiği için ürünlerimizi tüm dünyaya tanıtmamız için çok önemli bir mecra konumunda. Fuara yönelik yaptığımız çalışmaların da tam anlamıyla karşılığını bulduğunu söyleyebilirim. Dünyanın birçok ülkesine ürün ihraç etmeye başladık. Deri Tanıtım Grubu'nun fuar çerçevesinde tasarıma yönelik olarak yapmış olduğu çalışmaları da Türkiye için çok önemli buluyorum. Türkiye'den tasarımcıların da sektör ile bir arada böyle bir çalışmada yer almalarını da gelecek için çok umut vadeden bir durum olarak değerlendiriyorum.



8 TÜRK MODA TASARIMCISI, 8 FUAR KATILIMCISI FİRMA İÇİN BİRER AYAKKABI KOLEKSİYONU ÜRETTİ. "TASARIMCILARLA İŞBİRLİĞİ PROJESİ" FUARDA "8 DESIGNERS FOR 8 BRANDS" MOTTOSUYLA YER ALDI.

# 8 DESIGNERS FOR BRANDS

**MEHTAP ELALDI  
RIDGE**

Daha önce kendi defile ayakkabılarımın tasarımlarını yapmıştım ancak bir koleksiyon mantığı içinde erkek ayakkabı koleksiyonu yapmak çok heyecanlıydı. Atkı ve bağcıklarda renklerle oynadık. Fermuarlarda bile renge gittik. Bu çalışmaların hem firmalar hem tasarımcılar açısından çok besleyici olduğunu düşünüyorum.



1997 yılında deri sektöründen moda dünyasına adım atan bir tasarımcı olarak ayakkabı ve deri sektörüne uzak değildim. Erkek giyim tasarımcısı olarak eşleştiğim markanın da erkek ayakkabıları üretiyor olması sebebiyle aynı dili konuşuyorduk. Süreç bizim için oldukça hızlı ve başarılı geçti.

**HATİCE GÖKÇE  
CORRENTE**



**BORA AKSU  
PEGIA**



Markalarla tasarımcılar arasında kurulmuş köprüler; tasarımların farklı platformlarda geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olması bakımından çok faydalı. Bu proje de bence bunun en güzel örneklerinden birini teşkil ediyor.

Markalarla tasarımcılar arasında kurulmuş köprüler; tasarımların farklı platformlarda geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olması bakımından çok faydalı. Bu proje de bence bunun en güzel örneklerinden birini teşkil ediyor.

**ZEYNEP TOSUN  
INUOVO**

Daha önceden de ayakkabı tasarlıyordum ama bu proje, sektörü tanımam açısından çok faydalı oldu. Hayalimdeki tasarımları uygulama şansı buldum. Fuarda da hem proje, hem de tasarımlar çok fazla ilgi gördü. Bu ilgi bizleri ayrıca sevindirdi.



**GAMZE SARAÇOĞLU  
ATTIMO**

Ayakkabı tasarımı sıcak baktığım bir alan. Kendi koleksiyonlarım için de ayakkabı tasarlamayı çok seviyorum. Bu koleksiyonda özel baskı teknikleri kullanıldı. Formlarla oynadık. Şehirli, güçlü kadınları temsil eden bir koleksiyon oldu.



**AHMET BAYTAR  
SERGI PAGANELLI**

Artık tasarımcılar, bu deneyimler sayesinde daha bilinçli ve üretime daha uygun koleksiyonlar hazırlayabilecek. Bu da hem üretici firma ve hem de tasarımcı için verimli bir çalışma ortamı hazırlayacak.



**ELİF CİĞİZOĞLU  
POLETTA**

Tasarımlarda aksesuar çok önemli bir araç. Büyük markalar dahi aksesuarla büyüyor. Ben de buradan yola çıkarak söz konusu projede, aksesuar olarak kullandığım kuşakları çizmelere yansıttım.



**STUDIO KAPROL  
FERTINI**

Studio Kaprol tasarımcıları olarak bu projede olmaktan büyük keyif aldık. Ortaya çok renkli ayakkabı tasarımları çıktı. Projenin Türkiye'de tasarımın yaygınlaşması açısından anlamlı olduğuna inanıyoruz.





# İTHİB “ISPO MUNICH” YOLUNDA

SPOR, TEKNİK KUMAŞ VE KONFEKSİYONA YÖNELİK DÜZENLENEN ISPO MUNICH FUARI 3-6 ŞUBAT TARİHLERİ ARASINDA DÜZENLENDİ. ÖNÜMÜZDEKİ YIL MİLLİ KATILIMLA FUARDA YER ALACAK OLAN İTHİB DE TÜRK MARKALARINI TANITICI FAALİYETLER GERÇEKLEŞTİRDİ.

**Almanya’da** 25 yıldır spor, teknik kumaş ve konfeksiyona yönelik olarak düzenlenen ISPO Munich Fuarı 3-6 Şubat tarihleri arasında gerçekleşti. Bir önceki yıl 51 ülkeden 2 bin 344 firmanın ürünlerini sergilediği fuarda bu yıl 52 ülkeden 2 bin 481 katılımcı yer aldı. Ziyaretçi sayısında da artış trendini sürdüren fuara bu yıl 109 ülkeden 81 bin ziyaretçi ilgi gösterdi. Ziyaretçi sayısının yüzde 66 gibi büyük bir çoğunluğunu İtalya’dan alan fuar, Avustur-

ya, İsviçre, Fransa ve İngiltere olmak üzere; başka ülkelerden de katılımcıların ilgi odağı oldu. Firmaların 103 bin 220 metrekarelik alanda ürünlerini sergilemelerine imkan veren ISPO Munich Fuarı’na Türkiye’den de firmalar ilgi gösterdi. Fuarda tekstil firmalarının tanıtım çalışmalarını gerçekleştirmek ve fuarın nabzını tutmak için yerini alan İTHİB’le birlikte Türkiye’den fuara 12 tekstil firması katıldı. Fuarı katılan İTHİB temsilcileri arasında ise İTHİB Yönetim



## İTHİB, TÜRK TEKSTİL FİRMALARININ DÜNYA ARENASINDA DAHA ETKİN OLMASI İÇİN ISPO MUNICH FUARI'NA 2014 YILINDA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRECEK.

Kurulu Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Bilici yer aldı. Fuarda İTHİB katılım alanında sergi alanına yer verilmiş olup, bu sergi alanında Türk kumaşlarının kalitesi ve fuara iştirak eden Türk firmalarından alınan bitmiş ürün numuneleri ile kalitesi sergilendi. Katılımcı Türk firmalara İTHİB tarafından hazırlanan, Türk katılımcılar kataloğu; sergi alanı ile birleşince daha kesin olumlu geri bildirimlere yol açtı. Gerçekleştirilen sergi alanına; Türk ürünlerini merak eden yabancı katılımcılar tarafından büyük talep oldu. Sergi alanındaki firmaların ürününü gören ve beğenen ziyaretçilerin ilgili firmaya yönelmesi de ve çalışmanın olumlu geribildirim olarak katılımcı firmalara katkı sağladığının güzel bir göstergesi oldu. Türk tekstil firmalarının dünya arenasında daha etkin olması için ISPO Munich Fuarı'na 2014 yılında milli katılım gerçekleştirecek olan İTHİB fuarın bu döneminde yaptığı ön çalışmalarla Türk tekstil sektörünün kalitesini gelen ziyaretçilere göstermiş oldu.

### ISPO Textrends'in sürpriz jüri üyesi

3-6 Şubat tarihlerinde düzenlenen fuar kapsamında gerçekleşen "ISPO Textrends Forum" yarışmasının sürpriz jüri üyesi ise İTHİB Başkanı Yardımcısı Tamer Pala oldu. Pala, 11 uluslararası uzman



ile yarışmanın jüri üyelerinden biri olarak, Türk tekstil sektörünü yarışmada temsil etmiş oldu. Ürünleri performans, en iyi tutuş, yaratıcılık, inovasyon, çevre ve sürdürülebilirlik, en iyi çoklu fonksiyon ve sağlık gibi 7 farklı kritere göre değerlendiren 12 bağımsız uluslararası uzmandan oluşan jüri, çok sayıda başvurulardan en iyi beş ürünü seçti. ISPO Textrend Forum'da seçilen katılımcılar, geniş çeşitlilikteki iletişim kanallarını ve promosyon araçlarını kullanarak, inovasyonlarının doğrudan hedef kitlelerine tanıtımını ve promosyonunu içeren kapsamlı bir kazanç paketinden avantajlar da elde etmiş oldu. Fuar yöneticileri ile güzel ilişkilerin şekillendiğini belirten İTHİB Baş-

### Fuara Türkiye'den katılan firmalar

Akal Tekstil  
Altunay Spor  
Barco Tekstil  
Dizayn Etiket  
Erateks Tekstil  
Eurotex Tekstil  
Korteks  
Onteks Tekstil  
Ral Tekstil  
Şampiyon Sport  
Trigon Tekstil



Fuarda İTHİB temsilcileri firma stantlarını gezerek, etkinliğin bu dönemine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.



“ISPO Textrends Forum” yarışmasının sürpriz jüri üyesi İTHİB Başkanı Yardımcısı Tamer Pala oldu.

lendiğini belirten İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, Nisan ayının son haftasında Türkiye’ye bir heyetin geleceğini ve fuar tanıtımının yapılacağını, bu anlamda Türk firmalarının katılım oranını yükseltmek için İTHİB olarak destek vereceklerini söyledi. Türk tekstil firmalarının ISPO Textrend Forum yarışmasına ilgi duymalarını sağladıklarını belirten Pala, Türk kumaş üreticilerinin yaptıkları inovatif çalışmalarını dünyaya duyurmaları noktasında bu yarışmanın önemli bir platform olduğunu ifade etti. Türk tekstil firmalarının uluslararası fuarlarda sayılarının artmasının önemini vurgulayan Pala, uluslararası fuarlarda Türk firmalarının doğru temsil edilmesi için Birlik olarak sürekli çalışmalar yaptıklarını



BANU TUNÇ  
Ral Tekstil İhracat Müşteri Temsilcisi

değindi. Fuar yetkilileri ile Türk firmalarının fuarlarda daha etkin olmaları için anlaşmalar yaptıklarına değinen Pala, uluslararası alanda Türk firmalarına gösterilen ilginin kalitelerinin göstergesi olduğunu söyledi. Ayrıca Frankfurt Techtexile fuarına da katıldıklarını belirten Pala, teknik tekstillerin dünyada giderek önem kazanmasından dolayı oldukça önemsedikleri bir fuar konusunda olduğuna dikkat çekti. Bu fuarın da 2013 Temmuz’unda yapılacak döneminde milli katılım sağlayacaklarını belirten Pala, İTHİB olarak çeşitli üniversitelerden bilim adamlarını da bu fuara götürdüklerine dikkat çekti.

## ISPO Textrends sektöre kılavuz oluyor

ISPO Textrends Forum, 2014/2015 Sonbahar/Kış sezonu için en yenilikçi materyal seçimi için spor giyim, moda ve aksesuar tasarımcıları ve ürün müdürlerine en yüksek düzeyde kılavuz olmak amacıyla düzenleniyor. Buraya seçilen katılımcılar, geniş çeşitlilikteki iletişim kanallarını ve promosyon araçlarını kullanarak, inovasyonlarının doğrudan hedef kitlelerine tanıtımını ve promosyonunu içeren kapsamlı bir kazanç paketinden avantajlar da elde etmiş oluyor. ISPO Textrends Forum alanında sergilenen ürünler uzmanlardan oluşan uluslararası bir jüri tarafından seçildiği ve dolayısıyla oto-

matik olarak özgünlük ve yüksek kalitenin olacağına dair bilgilendirdiler. Seçilen ürünler, ISPO Textrends Forum etiketi alıyor ki, bu kaynak şirket tarafından tanıtım faaliyetlerinde önemli avantaj oluyor. Etiket sadece ISPO Munich süresince değil, aynı zamanda uluslararası düzeyde de dikkatleri üzerine çekiyor. Seçilen ürünler fuar ziyaretçilerinin sergilenenlere dokunmasını ve hissetmesini mümkün kılarak, özel olarak tasarlanmış sergi standından seçilen ürünler sergileniyor.

## Ön başvurumuzu şimdiden yaptık

EZGİ SÜZEN

Korteks Pazar Geliştirme Şefi



İSPO Fuarı’na dört yıldır katılım gerçekleştiriyoruz ve bu yıl katıldığımız günden bu yana en yoğun dönemini yaşadık. Fuarda spor tekstili için performans kumaşlarımızı sergiledik. “Dry tocuh” markamız bu sezon fuarda ön plana çıkan ürünlerimizdendi. Polyester olarak ürettiğimiz yeni ürünlerimizi de ön plana çıkardık. Ürünlerimiz gerçekten ilgi gördü. Avrupa’da da artık Türk tekstil sektörü daha fazla bilinmeye başladı. Türk tekstil sektörünün kalitesinin ve bilinirliğinin artması ile birlikte fuarda farklı alanlarda iş yapma olasılığı da bulduk. Konfeksiyon anlamında kumaşı nereden alabiliriz, nerede üretim yaptırabiliriz gibi sorularla karşılaştık ve bunun sonucunda hem biz hem de birlikte çalıştığımız lisanslı üreticilerimiz alıcılara bir araya gelme imkanı buldu. Fuarın gelecek dönemi için şimdiden ön başvurumuzu yaptık.

## Yeni müşteriler yeni pazarlar

İSPO Fuarı spor ağırlıklı bir fuar. Biz de daha çok spor ürünleri üstüne çalıştığımızdan bu fuar bizim için çok olumlu geçti. Polyester grubu ürünlerimiz yoğun ilgi gördü. Son zamanlarda özellikle dijital baskı gündemde olduğundan ürünlerimiz fuarda ön plana çıktı. Fuarda katılım oranı oldukça fazlaydı. Bu da bizim için yeni müşteriler, yeni iş imkanları anlamına geldi. Sektör için yeni atılımları beraberinde getiren İSPO Fuarı, farklı alıcıları bir araya getirerek yeni iş birlikleri sağlıyor. Kendi firmamız adına fuara katılım oranı bizi çok memnun etti. Gelecek yıllarda Türk firmalarının burada daha çok boy göstereceğine inanıyorum.



# 6. İSTANBUL MODA KONFERANSI

www.tgsd.org.tr



# EN moda KONFERANS

TÜRKİYE  
GİYİM  
SANAYİCİLERİ  
DERNEĞİ



TURKISH  
CLOTHING  
MANUFACTURERS'  
ASSOCIATION

9-10 Mayıs 2013

1

tarihlerinde,  
yepyeni bir mekanda

İstanbul Boğazı'nın  
eşsiz güzelliğinde yer alan  
Shangri-La Bosphorus Otel'de  
(Beşiktaş-İstanbul)  
yapılacak olan

## 6.İSTANBUL MODA KONFERANSI

sürpriz konuşmacıları ile  
sizleri bekliyor.

Bu yıl  
bir tam gün konferans,

2

bir tam gün iş görüşmeleri ile

iki gün farklı bir tasarıma  
karşınızdayız.

9 Mayıs ilk gün;

3

birbirinden değerli  
yerli ve yabancı konuklarımız ile  
dopdolu bir konferans  
sizleri bekliyor.

**Türkiye'de ofisi olan ve olmayan tüm dış alım gruplarına  
firmanızı daha yakından tanıtmak için  
STANDINIZI AYIRTMAIYI UNUTMAYIN!**



10 Mayıs ikinci gün;

Üretici firmalar:  
üç farklı boyutta tasarlanan  
kapsül standlarda  
Türkiye'den ve yurt dışından,  
yeni alım grupları ile  
özel randevularla  
bir araya geliyor.

Yeni üreticilerle  
tanışmak isteyen  
pek çok Dış Alım Grubu  
bu konferansa katılıyor.

4

6. İstanbul Moda Konferansına  
katılmak ve özel randevularınızı  
gerçekleştireceğiniz

**standınızı ayırmak  
için acele edin...**

Pek çok fuara katılsanız  
bile hepsini bir arada  
bulamayacağınız  
ve tanışıp  
firmanızı tanıtamayacağınız  
bir fırsat ayağınıza geliyor!

5

Stand ve kurulumu için  
aynca bir ücret ödemenize gerek yok!

Alım ofisleri ile buluşmak ve size özel  
stand alanında ürünlerinizi tanıtmak  
amacıyla sınırlı sayıdaki standlarımız  
için Burçin Özer ile irtibata geçmeniz  
yeterli olacaktır.

☎ 0212 639 76 66 (dahili 14)

☎ 0532 625 85 27

✉ burcin.ozer@tgsd.org.tr

🌐 www.tgsd.org.tr

📘 İstanbul Moda Konferansı

📧 modakonferansi

6



# TEKSTİLİN DİNAMOSU: TERBİYE SEKTÖRÜ

TÜRKİYE, TEKSTİL TERBİYE SEKTÖRÜ KONUSUNDA DÜNYANIN EN GELİŞMİŞ ÜLKELERİNDEN. KENDİLERİNİ TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN DİNAMOSU OLARAK TANIMLAYAN TEKSTİL TERBİYE SANAYİNİN TEMSİLCİLERİ, SEKTÖRÜN BİLİNİRLİĞİNİN ARTIRILMASI İÇİN FAALİYETLERİNE HIZ VERDİ.

**Türkiye** tekstil sektörünün sahip olduğu en önemli avantajlar arasında gelişmiş bir tekstil terbiye sektörünün olması gösteriliyor. Peki, tekstil terbiye deyince neyi kastediyoruz? İpliğin dokuma ya da örme makinelerde ham kumaş olarak üretildikten sonra konfeksiyonda nihai ürün olarak kullanılmasına kadar olan bölümde gördüğü tüm işlemler tekstil terbiye sektörü bünyesinde gerçekleşiyor. Tekstil terbiye sektörünün bir tekstil ürününün ortaya çıkması için dinamo görevi gören bir yer konumunda olduğunu dile

getiren Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD) Başkanı Vehbi Canpolat, bir kumaşın iyi veya kötü olabildiğinin tamamen yapılan terbiye işlemlerine bağlı olduğuna dikkat çekiyor. Bir ülkede terbiye sanayinin iyi bir yerde olmasının o ülkede iyi kumaş üretildiği anlamına geldiğini belirten Canpolat, “Kumaş ham olarak alındıktan sonra yıkanma, boyama, baskı ve finishing diye tabir edilen proseslerden sonra terbiye edilmiş olur. Kumaşın gerçek kalitesinin belirlendiği yer terbiye bölgesidir. Bu anlamda ben tekstilin dina-



## TÜRKİYE GENELİNDE 600 TESİS İLE HİZMET VEREN TEKSTİL TERBİYE SEKTÖRÜ, YAKLAŞIK 120 BİN KİŞİYİ DE İŞ İMKANI VEREREK, İSTİHDAMA KATKI SAĞLIYOR.

mosu diyorum. Türkiye son 20 yılda bu konuda çok mesafe kaydetti. İçerisinde en zor üretimi olan sanayi de terbiye sanayidir. İpliği üretmek daha fabrikasyondur. Konfeksiyonu yapmak daha insana bağlı ve daha kolay bir bölümdür. Bunun için de en zor ve en fazla know-how bölümü tekstil terbiye sektörüdür” diyor.

### Türkiye, terbiye sanayide lider

Bugünün koşullarında hızlı moda olarak adlandırılan bir trendin var olduğunu belirten Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD) Başkanı Vehbi Canpolat, müşterinin konfeksiyona sipariş verdiği zaman maksimum 3 haftada sıfırdan ürünü istediğini belirtiyor. Bu durumunda siparişi alınan ürünün terbiyesinin de çok hızlı bir şekilde teslim edilmesini gerektirdiğine dikkat çeken Vehbi Canpolat, “Gelecekte tekstil terbiye sektörünün günün modasına daha kaliteli ve uygun ürünleri yapması gerekecek. Bunun için tekstil terbiye sektörünün biraz daha gelişmesi gerekiyor. Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörünün iyi yerlere gelmesini istiyorsak, tekstil terbiye sektörünün de daha çok gelişmesi gerekiyor. Tekstil terbiye konusunda bulunduğu coğrafya itibarıyla Türkiye’den gerek kapasite olarak gerekse de bilgi birikimi olarak daha gelişkin bir ülke yok. Bir zamanlar İtalya, Fransa ve İngiltere bu konuda çok fazla ön plandaydı. Tekstil terbiye sektörünün gerçek anlamda zor bir alan olması ve özveri isteyen bir iş olmasından dolayı son yıllarda Avrupa’da bu işin yapılmadığını söyleyebiliriz. Ben Türkiye’nin kumaş alanında her zaman için çok şanslı olduğuna inanıyorum. Bunun en büyük nedeni de tekstil terbiye sektörünün dinamik ve sürekli gelişen makine parklarına sahip olması ve bu alandaki insanların çok özverili çalışması olduğunu söyleyebilirim. Türkiye’nin kumaş ve dolayısıyla konfeksiyonda şansı daha fazla olacaktır. Bir ülke de tekstil terbiye sektörü yeterince güçlü değilse, o ülkede konfeksiyonun da güçlü olması beklenemez. Türkiye’de ise kumaşını hızlı tedarik edebileceği güçlü bir tekstil terbiye sektörüne sahip” diyor.



### TTTSD sektörün ana sorunlarına eğiliyor

Türkiye’de tekstil terbiye sektörünün önemini insanlara yeterince aktarılamadığını belirten Canpolat, Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği olarak sektörün önemini insanlar arasında daha bilinir kılmaması gerektiğini söylüyor. Bugüne kadar insanlar bu işleri bilmiyorsa sektörün kendisini tanıtamamasından kaynaklandığını belirten Canpolat, bir ülkede güzel kumaş üretiliyorsa orada modadan söz edilebileceğine vurgu yapıyor. Tekstil terbiye sektörünün ülkenin gündeminde daha fazla olmasını istediklerini belirten Canpolat, “Derneğimizi 1994 yılında tekstil terbiye sanayinin duayenleri olarak tabir ettiğimiz insanlar kurmuşlar, ellerinden geldiği kadar görevlerini yapmışlar. Sektörün sorunlarını çözmek adına çaba göstermişler. Teknik anlamda çeşitli zamanlarda o günün problemleri ile ilgili sektörün yararlı olabilecek işleri yapmışlar, ama çok fazla da zaman ayırlamamış bugüne kadar. 25 Ocak’ta yapılan Genel Kurul’da oluşan yeni yönetim kurulu ile aldığımız kararlardan ilki de sektörün önemini Türkiye’ye anlatmak. İkinci olarak bugün sektörün çevre sağlığı konusunda yaşadığı sorunları ele almak olacak. Bu işin en fazla problemini yaşayan yine tekstil terbiye sektörü. Bir kumaş ürünü haline gelmeden önce en gerekli olan şey su ve boyadır. Bütün bunlar çevre ile çok alakalı. Yakın zamanda Greenpeace dün-

yanın önemli iki markasının ürünlerini inceleyerek çeşitli zorluklar çıkardı. Bu firmalar ve onun arkasından gelen firmalar bu konu ile alakalı çeşitli önlemler almaya başladı. Yakın bir zaman da Greenpeace’in Türkiye’deki ilgilileri ile bir araya gelmeyi planlıyoruz. Onlarla görüşerek bizlerin neler yapacağını, sektör ile daha uyumlu hale nasıl getirebileceğimizin çözümünü bulmaya çalışıyoruz. En önemli işlerimizden biri bu olacak. Çevre duyarlılığının çeşitli sivil toplum tarafından bu kadar gündeme getirilmesi dünya markası diye tabir ettiğimiz firmaların tekstil terbiye fabrikalarını daha çok yoğun denetim ihtiyacı içinde soktu. Bu büyük dünya markaları adına bu denetim işlerini yapan firmalar ile de görüşmeyi planlıyoruz. Sektörü buna hazırlamak için neler yapılacağını görüşeceğiz. Bu firmaların sektörü yıpratmalarını ile ilgili görüşmeler yapacağız” diyor. Derneğin üye sayısının 63 fabrikadan oluştuğunu belirten Canpolat, üyelerinin hepsinin üretim yapan sanayicilerden oluştuğunu söylüyor. Canpolat, kendilerinin derneğin üye sayısını büyütme ile ilgili çok çabalarının olmadığını, başlangıçta bir şeyler yaparak firmaların kendilerinin üye olma ihtiyacı hissetmelerini sağlayacaklarını dile getiriyor. Derneğin amacının sektörü daha iyi bir yere taşımak olduğunu belirten Canpolat, sektörde kendilerinin yaptığı bu çalışmalara ilgi göstereceklerine dikkat çekiyor.

TTTSD'NİN 25 OCAK'TA YAPTIĞI GENEL KURUL TOPLANTISI İLE BAŞKANLIĞA VEHBİ CANPOLAT SEÇİLDİ. DERNEĞİN BAŞKAN VEKİLLERİ KEMAL OĞUZ, FATMA ŞENER OLURKEN, YÖNETİM KURULU ÜYELERİ EŞREF AKIN VE BURHAN MEHMET AKINCI'DAN OLUŞTU.



Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği Başkanı Vehbi Canpolat, "Tekstilin iyi yerlere gelmesi, tekstil terbiye sektörünün gelişmesiyle yakından ilintili."

## "Sektör yaptığı işin önemini bilmeli"

Kendisinin de sektörde Migiboy Tekstil firması ile 42 yıldır yer aldığını belirten Canpolat, firmaları bünyesinde 750 çalışanlarının olduğunu söylüyor. Firmalarının Kırklareli'nde ring iplik tesisi, Kahramanmaraş'ta open end iplik tesisi ve Çorlu'da da örme, boyama ve baskı tesislerinin bulunduğunu belirten Canpolat, "İstanbul'da da Zeytinburnu ve Merter'de kumaş satış mağazalarımız bulunuyor. Ayrıca İtalya'da kurulu ayrı bir şirketimiz var. Burada ürettiğimiz ürünlerin bir miktarını da orada satıyoruz. Üretimimizin yüzde 30'luk kısmını direkt olarak kumaş olarak ihraç ediyoruz. Sektörde birçok yatırımın bir anda olması ya da sektörün içerisindeki insanların yaptıkları işin önemini yeterince farkında olmamalarından ve birbirleriyle yoğun şekilde rekabet etmelerinden dolayı, tekstil terbiye sektörünü bugün olması gerektiği yerde değil."

## Türkiye geneli 600 tesis

Tekstil terbiye sektörünün merkezini Trakya bölgesi olduğuna değinen Canpolat, dernek olarak yaptıkları tespitlere göre Trakya ve İstanbul'da 192 boya ve baskı tesisinin olduğunu söylüyor. Tekstil terbiye sektörünün Türkiye'de başlangıcının dokuma ağırlıklı olmak üzere Bursa olduğunu belirten Canpolat, Trakya bölgesinin ise örme kumaş terbiyesinde çok daha uzman konumda

olduğunu sözlerine ekliyor. Tekstil terbiye işinde de çeşitli bölümlerde uzmanlaşan fabrikaların olduğunu belirten Canpolat, "Örnek olarak söylesek, bir fabrika hem dokumayı hem örmeyi bir arada yapamaz. Mesela Bursa bölgesi yüzde 90 dokuma kumaşın terbiyesini çok iyi yapar. Trakya bölgesi yüzde 90 tersine örme kumaşı çok iyi terbiye eder. Buralarda bir uzmanlaşma söz konusudur. Fabrikalar da sahip oldukları know-how ile yıllar içerisinde çok daha iyi yerlere geliyor. Bunun yanında Denizli bölgesi bulunuyor. Denizli bölgesi de daha çok ev tekstili diye tabir ettiğimiz çarşaf, nevresim, havlu ya da bunun yanında birçok gömleklik ya da pantolonluk dokuma kumaşlarda oldukça uzmanlaşmış durumda. Bunun yanında Kahramanmaraş bu alanda son yıllarda çok gelişme kaydetti. Sektörde yer alan tesisler ortalama olarak 200 kişi çalıştırıyorlar. Türkiye genelinde 600 tesisin faaliyetinden söz edersek, sektörün 120 bin kişilik bir istihdam sağladığını söyleyebiliriz. Ancak sektör, belli konularda yetiştirilmesi gereken kalifiye elemana ihtiyaç duyuyor" diyor.

## Kalifiye eleman ihtiyacı yüksek

Tekstil terbiye sektörü ile ilgili problemlerden birincisinin işletmelerin sekiz saatlik üç vardiya şeklinde çalışmalarından dolayı işçi problemleri yaşanması olduğunu belirten TTTSD Başkan Yardımcısı Kemal Oğuz,

tekstil terbiye sektöründe kalifiye eleman sayısının az olduğunu belirtiyor. Yaptıkları işin uzmanlaşmaya dair olduğunu söyleyen Oğuz, "Zaman zaman üniversiteler ile ya da belli meslek okulları ile bu işleri kurtarmaya çalışıyoruz. Ancak en sonunda Türkiye'deki sistemden kaynaklı herkes işi iş başındayken öğreniyor. Bu tarz bir yetişme tarzı hem ekonomik hem de zaman anlamında maliyetli. Devlettten sektör olarak çok beklentimiz yok. Biz kendimizi iyi ifade edersek devletin zaten bizi anlayacağını ve sektörün önemini kavrayacağını düşünüyoruz. Derneğin yeni yönetimi olarak kendimizi ifade konusunda faaliyetlere daha çok yöneleceğiz. Biz Temtaş Tekstil firması olarak 1988 yılından beri tekstil terbiye sektöründe faaliyet yürütüyoruz. Çerkezköy'de kurulu bir fabrikamız var. Bugüne kadar yüzde 100 fason çalışıyorduk. Bizim özelliğimiz hızlı bir şekilde her türlü malı yapan bir boyahane olarak tanınıyor olmaktı. Kar marjları düştüğü için nihai üreticiye doğru gitmenin yollarını arıyoruz. Firma bünyesinde 200 kişiyi istihdam ediyoruz" diyor.



**KEMAL OĞUZ**  
TTTSD Başkan Yardımcısı

*Tekstil sektörünün dinamosu olarak nitelendirilen tekstil terbiye sektöründeki en önemli sorunlardan biri kalifiye eleman sayısının az olması.*



# DIŞ TİCARETTE UZMANLIK SERTİFİKA PROGRAMI

15 NİSAN / 21 MAYIS 2013

## Programın İçeriği:

- Dış Ticaret Nedir, Riskler ve İhtilafların özümü
- Dış Ticarete Teslim Őekilleri
- Kambiyo Mevzuat ve Uygulamaları
- Etkili İletişim Teknikleri
- Dış Ticarete Ödeme Őekilleri
- Akreditif / Okuma –İnceleme ve Evrak Hazırlama
- İhracat Mevzuat ve Uygulamaları
- Serbest Bölgeler
- İthalat Mevzuat ve Uygulamaları
- Gümrük Mevzuat ve Uygulamaları
- İhracatta Devlet Yardımları
- Dış Ticarete Muhasebe İŞlemleri
- Dış Ticarete Vergi, KDV İadesi
- Dahilde İŞleme Rejimleri
- Hariçte İŞleme Rejimleri
- Sınav

## Gün ve saat:

Pazartesi - Salı  
Perşembe

## Eğitim Saati:

18.30 – 21.30 (15 gün)

## Eğitim Yeri

Dış Ticaret Kompleksi /Yenibosna



# EYLEM PLANI'NDA SON ADIM

BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI TARAFINDAN TEKSTİL, HAZIR GİYİM, DERİ SEKTÖRÜNÜN DÜNYA TİCARETİNDEN DAHA FAZLA PAY ALAN SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR YAPIYA KAVUŞTURMAK AMACIYLA BAŞLATILAN "TEKSTİL HAZIR GİYİM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ TASLAK EYLEM PLANI" NIN KAPANIŞ TOPLANTISI 20 ŞUBAT'TA YAPILDI.

**Kamunun** ve özel sektörün katılımıyla hazırlanan Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Stratejisi ve Eylem Planı çalışmalarında sona gelindi. Tekstil, hazır giyim, deri ve deri ürünleri sektörünü katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile rekabetçiliğini artırarak dünya ticaretinden daha fazla pay alan sürdürülebilir bir yapıya kavuşmak amacıyla başlatılan "Tekstil Hazır Giyim Deri ve Deri Ürünleri taslak eylem Planı"nın kapanış toplantısı ise 20 Şubat'ta Radisson Blue Hotel'de yapıldı. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının

öncülüğünde gerçekleşen "Türkiye Tekstil, Hazır giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektör Stratejisi Mutabakat Toplantısı'na İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir ve İTKİB Genel Sekreteri Cumhuriyet İşbirakmaz da katıldı. 5 farklı müdahale alanının yer aldığı toplantının açılış konuşmasında söz alan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, tekstil sektöründeki büyüme ile ekonomideki büyümenin birbirine paralel olarak ilerlediğini belirtti. Geçmişte ihracatçıların sıkıntıları yaşadığını dile getiren Gülle, "O sıkıntılı dönemlerde strateji çalışmaları başlattık. Bu



“TÜRKİYE TEKSTİL, HAZIR GIYIM, DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ SEKTÖR STRATEJİSİ MUTABAKAT TOPLANTISI’NA İTHİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI İSMAİL GÜLLE, İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ NİLGÜN ÖZDEMİR VE İTKİB GENEL SEKRETERİ CUMHUR İŞBIRAKMAZ DA KATILDI.



**SÜFYAN EMİROĞLU / Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Genel Müdürü**

*Sıkıntılı yollardan geçerek yol haritasını bulan tekstil sektörü sayesinde, Türkiye yabancı ülkelerin özenerek baktığı ülke konumuna geldi.*

çalışmalarla ilgili kurumlarla bir araya gelecek, görüşmelerimizi rapor haline getirdik ve raporlar sonucunda çok yol kat ettiğimizi gördük” dedi. Tekstil sektörünün ülke için önemli bir yerde durduğunu söyleyen Gülle, karlılığın çok önemli olduğunu, karlılıkta sürekli olmak için kararların arkasında durulması gerektiğinin altını çizdi. Stratejik çalışmaların da karlılığı etkileyeceğini söyle-

yen Gülle, üniversitelerle yapılan işbirlikleri sonucunda, hem sanayinin hem de üniversitelerin büyüdüğünü söyledi.

Çalıştayda konuşma yapan Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Genel Müdürü Süfyan Emiroğlu ise Türkiye’nin tekstil sektöründe son 10 yılda ciddi bir büyüme kaydettiğini söyledi. Tekstil sektörünün, ihracat ve istihdamda payının çok fazla olduğunu belirten Süfyan Emiroğlu, “Daha önceden yabancı ülkelerin alaylı gülümseyişleriyle karşılaşıyorduk, şuan özenilerek bakılan bir ülke konumundayız” dedi. Emek yoğun sektörün sıkıntılı dönemlerden geçerek, yol haritasını belirlediğini vurgulayan Emiroğlu, bakanlık olarak 2023 hedefinden yola çıkarak, sanayicisinden özel sektörüne herkesin, tekstil sektöründe elini taşın altına koyarak destek verdiklerini belirtti.

Toplantının müdahale alanları, makro politikalar, üretim alt yapısı, Ar-Ge, Ür-Ge, yenilikçilik ve eğitim faaliyetleri, yurt içi ve yurt dışı tanıtım- pazarlama faaliyetlerinin etkinleştirilerek sürdürülebilir hale getirilmesi ile sektörel mevzuatlar ve denetim başlıkları altında incelendi.

### Makro politikalar

Toplantıda sektörün dünya ticaretinden daha fazla pay alması için gerekli düzenlemelerin yapılması hedefiyle makro politikalar müdahale alanında farklı eylem planları



**İSMAİL GÜLLE  
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı**

*İhracatçıların sıkıntılı dönemlerinde strateji çalışmaları başlattık. Bu çalışmalarla ilgili kurumlarla bir araya gelerek, görüşmelerimizi rapor haline getirdik.*

incelendi. İTKİB’in sorumlu kuruluş olduğu, sektörle ilgili dünyadaki değişim ve gelişmeler izlenerek raporlanması ve ilgililerle paylaşılması, eylem tanımı, sektörde faaliyet gösteren firmaların rekabet edebilmek amacıyla dünya piyasasındaki gelişmeleri ve trendleri daha yakın takip ettiği gerçeğinden ve aynı zamanda ekonominin genel koşulları ve küresel eğilimlere dair bilgi temin etmenin maliyeti ve zorluğundan hareket ederek malumat toplanması ve analize dayalı yönlendirmenin yapılabilmesi için bir mekanizma oluşturulması ve raporların ilgililerle paylaşılması amaçlanıyor. Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri sektörlerine yönelik bölgesel dağılımın yer aldığı bir rehber hazırlanması eylem planında, sanayi sicilde kayıtlı bulunan tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinde iş gören firmaların dağılımını gösteren istatistiksel bir rapor hazırlanarak yatırımların doğru şekilde yönlendirilmesi amaçlanıyor. Sektörün yerli üretimi olan ithal ürünlere karşı korunması için özellikle “Dahilde İşleme Rejimi Tebliği” kapsamında yer alan mevcut mevzuatın ve diğer önlemlerin etkin şekilde işletilmesi amaçlanan eylem planı, yerli üretimi olan ithal ürünlere karşı mevzuatın etkin şekilde işletilmesi olarak nitelendirildi.



**20 Şubat’ta Radisson Blue Hotel’de gerçekleşen kapanış toplantısında Eylem Planı ile ilgili kümelenme çalışmaları gerçekleştirildi.**

## Üretim alt yapısı

Müdahale alanı, üretim alt yapısı olan grup, üretim alt yapısını geliştirecek fikirleri ortaya koymayı amaçladı. Güvenilir pamuk istatistiklerinin temini, USDA ve çeşitli diğer kaynaklarda Türkiye'nin pamuk üretimi ile ilgili çelişkili rakamlar olması sebebiyle, tüm kaynaklara temel teşkil edecek güvenilir bir kaynağın oluşturulması amaçlanıyor. Girdi Tedarik Stratejisi (GİTES) kapsamında yapılan çalışmalarla işbirliği ve koordinasyon sağlanması, eylem planında, Başbakanlığın 2010/12 sayılı genelgesi ile kurulan İhracata Dönük Üretim Stratejisi Değerlendirme Kurulu tarafından hazırlanan Girdi Tedarik Stratejisi ile sanayinin ihtiyaç duyduğu girdilerin tedarikinde etkinliğin ve verimliliğin artırılması, ithalat bağımlılığının azaltılması, yurt içinde yaratılan katma değer artırılması, rekabet gücünün iyileştirilmesi ve buna yönelik politika önerilerinin ortaya konulması amaçlanıyor. Yeni bir destek mekanizması geliştirilene kadar 18.04.2006 tarihli ve 5488 sayılı Tarım Kanunu hükümleri uyarınca kurulan Tarımsal Destekleme ve Yönlendirme Kurulunca kütlü pamuk destekleme prim ödeme miktarının devam ettirilmesinde, Tarımsal Destekleme ve Yönlendirme Kurulu kanun kapsamında her yıl gerek prim miktarının artırılması,

gerekse pamuk ekiminden önce prim miktarının açıklanması pamuk üretimini önemli ölçüde etkiliyor. Üreticilerinin desteklenerek pamuk üretiminin artırılması amaçlanıyor. KOSGEB yönetiminde sürdürülen, sektörde faaliyet gösteren küçük ölçekli işletmelerin birlikte çalışma kültürünü geliştirerek verimliliklerini güçlerini artıracak destekler sağlanmasında, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin, işbirliği-güç birliği anlayışında bir araya gelerek "Ortak Sorunlara Ortak Çözümler" üretilmesi amacı ile tedarik; pazarlama, düşük kapasite kullanımı, rekabet gücü zayıflığı, finansman başta olmak üzere tek başlarına çözümünde zorlandıkları birçok soruna çözüm bulunması noktasında kapasite ve rekabet gücü yüksek işletmelere dönüşmesi, ölçek ekonomisinden yararlanılarak kaynak tasarrufu sağlanması çerçevesinde ortaklık ve işbirliği kültürünün geliştirilmesinin sağlanması amaçlanıyor.

## Ar-Ge, Ür-Ge, yenilikçilik ve eğitim faaliyetleri

Müdahale alanı, Ar-Ge, Ür-Ge, yenilikçilik ve eğitim faaliyetleri olan grup, Ar-Ge, Ür-Ge, yenilikçilik alt yapısının faaliyetlerini geliştirilmesini hedefliyor. TOBB'un sorumlu kuruluş olduğu, Ar-Ge desteklerinden faydalanabilmek üzere proje teklifi verme

konusunda seminerler verilmesi eylem planında, firmaların mevcut desteklerden faydalanabilmek için proje üretme ve proje teklifi verme konusunda yeterli bilgisi olmadığı sahibi olmadığından yola çıkarak, firmaların özellikle KOBİ'lere yönelik seminerler düzenlenmesi amaçlanıyor. İTKİB'in sorumlu kuruluş olduğu, AR-GE ve yenilik öncesi işbirliklerinin sağlanacağı bilgi platformlarının oluşturulması eylem tanımında ise, Üretim yapan firmaların faaliyetlerini (özellikle yeni ürün tasarımı faaliyetlerini) sürdürürken karşılaştıkları teknik problemlerin çözümleri için birbiriyle (teknik personelin bizzat) bilgi alışverişinde bulunabileceği web tabanlı bir platform oluşturulması planlanmıştır. Bu ortamlarda teknik personelin tanışarak bilgi paylaşımını artırılması ve bilgi düzeylerinin oluşan işbirlikleri ile artırılması hedefleniyor.

## Pazarlama tanıtım

Müdahale alanı pazarlama tanıtım olan grup, yurtiçi ve yurtdışı tanıtım - pazarlama faaliyetlerinin etkinleştirilerek sürdürülebilir hale getirilmesini hedefliyor. Yurtdışı fuar ve tanıtım faaliyetleri konusunda firmaların farkındalıklarının artırılması için, İhracatçı Birlikleri, Sanayi ve Ticaret Odaları gibi kuruluşlar tarafından düzenlenecek eğitim programları kapsamında, Ekonomi Bakanlığı ve diğer kuruluşlarca verilen fuar destekleri hakkında firmalarımızın bilgilendirilmesi hedefleniyor. Doğal deri ve suni deri arasındaki farka yönelik tüketicinin bilinçlendirilmesinin sağlanmasına yönelik, suni deriden üretilen deri mamulleri ülke içinde doğal deri gibi lanse edilerek satılıyor. Bu durum hem tüketiciyi yanıltıyor hem de haksız rekabete neden olduğu düşünüldüğünden, yapılacak tanıtım faaliyetleri ile doğal deri ve suni deri arasındaki fark konusunda tüketicinin bilinçlendirilmesi amaçlanıyor. İTKİB tarafından hazırlanan Ülke Raporlarının sektöre daha etkin şekilde duyurulması için, ilgili sektördeki tüketim alışkanlıkları ve o ülkede uygulanan kültürel nitelikteki ticaret teamülleri hakkında firmaların daha etkin bilgilendirilmesi amaçlanıyor. Ekonomi Bakanlığı tarafından yürütülmekte olan marka ve TURQUALITY destek programları konularında sektörün farkındalığının



"Türkiye Tekstil, Hazır giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektör Stratejisi Mutabakat Toplantısı"nda sektör temsilcileri Eylem Planı'nı değerlendirdi.





**PROF. DR. BÜLENT ÖZİPEK**  
İTÜ Tekstil Mühendisliği Bölümü

*Uzun bir süre önce çalışmalarına başlanan Eylem Planı ile ileride spesifik konularda alt yapısı daha fazla gelişmiş tekstilcilerin yetişmesi hedeflendi.*

arttırılmasına yönelik eğitimler verilmesi adına, İhracatçı Birlikleri, İGEME, Sanayi ve Ticaret Odaları gibi kuruluşlar tarafından düzenlenecek eğitim programları ile Ekonomi Bakanlığı tarafından marka ve destek programları kapsamında, firmaların destek kapsamına alınmalarına ilişkin prosedür ile destek kapsamına alındıktan sonra yurtdışında yapılacak birçok harcamaya ilişkin sağlanan destekler hakkında firmalarımızın bilgilendirilmesi hedefleniyor.

## Sektörel mevzuatlar ve denetim

Müdahele alanı sektörel mevzuatlar ve denetim olan grup, çevre, iş sağlığı ve güvenliği ile standardizasyona önem veren üretimin sağlanması ve tüketicinin korunması için mevzuatların etkinleştirilmesini hedefliyor. TOBB'un öncülüğünde, Sektörün ara malı veya nihai ürünler için ihtiyaç duyduğu ihtiyari veya zorunlu standart taleplerini ilgili kurumlara bildirmesi için, haksız rekabetin önüne geçilmesi ve bu husustaki şikayetlerin koordineli şekilde yürütülebilmesi için standart çalışmaları önem arz ediyor. Ulusal Standart çalışmalarında sektörün görüşleri çalışmalarda verimi arttıracak. Ulusal bir sosyal uygunluk standardı çalışması tamam-

lanmasına yönelik, tekstil sektöründe sadece 4 firma SA8000 gibi sosyal sorumluluk standardını almış durumda. Bu standartlar yabancı standartlar olduğundan maliyetleri de yüksek. Standartın ulusal bir kod haline getirilerek çeşitli teşvik unsurlarıyla yaygınlaştırılması amacıyla İş programında olan TS ISO 26000 Sosyal Uygunluk Standardının bir an önce tamamlanması hedefleniyor. KOBİ'lere iş sağlığı ve güvenliği, çevre yönetim sistemleri ve sosyal sorumluluk yönetim sistemleri kurulması ve uygulanması konusunda destek sağlanması için, TS EN ISO 14001, TS 18001 ve iş programında olan TS ISO 26000 gibi kurumsal sosyal sorumluluk standartlarını alan firmalara yönelik destek mekanizmaları geliştirilerek, firmaların kendi kendilerini denetleyecekleri bir mekanizma kurulması hedefleniyor. Sanayi kaynaklı kirliliğe karşı önlem alan firmalar haksız rekabete uğruyor. Gelecekte yaşanabilir bir dünya için temiz üretim, kaynak verimliliği, kirliliği kaynağında önleme gibi hususlar önem kazandığından, bu eylemde sektörde üretim yapan firmaların minimum düzeyde bu hususlara uymasını sağlamak amaçlanıyor. Tekstil, hazır giyim deri sektörlerinde ihtiyaç duyulan meslek standartlarının tamamlanarak Merkezi Yeterlilik Kurumu koordinasyonunda ölçme değerlendirme merkezlerinin oluşturulması için, İş sağlığı ve güvenliğinin proaktif yaklaşım gereği standartların parçası haline getirilmesi, suretiyle iş güvenliği konusunda tedbir geliştirilmesi ve iş sağlığı ve güven-



**CUMHUR İŞBIRAKMAZ**  
İTKİB Genel Sekreteri

*Ülke için önemli bir yerde duran tekstil, hazır giyim ve deri sektöründeki karlılığın artması için stratejik çalışmalar hayati önem taşıyor.*

liğine dair problemlerin aşağıya çekilmesi, ekonomik kayıpların önüne geçilmesi ile ihtiyaç duyulan her seviyedeki meslek standartları çalışmasının tamamlanmasını ve etkili bir ölçme değerlendirme sistemine ulaşılması hedefleniyor. Bu eylem planları ve amaçları yapılan toplantı da katılımcılarında fikir alış verişini ile değişim göstermiş olması ile bakanlığa sunuldu. Yapılacak değerlendirmeden sonra eylem planının taslağının oluşacağı belirtildi.



Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen toplantıya hazır giyim, tekstil ve deri sektöründen çok sayıda temsilci katıldı.



# İTKİB İTA ORGANİK TEKSTİLLERE IŞIK TUTTU

İTKİB İTA'DA EĞİTİMLER 2013 YILINDA DA DEVAM EDİYOR. TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN AR-GE YUVASI OLAN İTKİB İTA, 28 ŞUBAT TARİHİNDE "ORGANİK TEKSTİL VE SERTİFİKASYON SÜRECİ" EĞİTİM SEMİNERİNE EV SAHİPLİĞİ YAPTI.

**Tekstil** sektörünün Ar-Ge yuvası olan İTKİB İTA'nın ev sahipliği yaptığı son etkinlik 28 Şubat'ta gerçekleştirilen "Organik Tekstil ve Sertifikasyon Süreci" eğitim semineri oldu. İTÜ Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Bülent Özipek ve Control Union Gözetim ve Belgelendirme İzmir Şubesi'nden Özlem Özkan'ın eğitmenliğinde gerçekleşen seminere, Kalite Yönetim Uzmanları, Ar-Ge Mühendisleri, Planlama Sorumluları ve İhracat Müdürleri'nin içerisinde bulunduğu 33 kişi katıldı. Eğitim seminerinde, Prof. Dr. Bülent Özipek, organik pamuğun tanımı, Türkiye'de

pamuk üretimi, organik pamuk belgesi, organik pamuk ile geleneksel (konvansiyonel) pamuk arasındaki farklar, organik pamukta sınırlar ve iplik numara aralığı, organik pamuk standartları, yıllara göre pamuk fiyatları, lif fiyatlarının iplik fiyatlarındaki payı, Türkiye'de pamuk iplik fiyatlarındaki değişimler gibi konulara değindi.

## Global Organik Tekstil Standardı

Bu standardın amacı üretim zinciri boyunca çevresel ve toplumsal açıdan tüketiciye güvenilir organik ürün teminatı vermek. Standart; ham elyaf üretiminden, iplik, dokuma-örme, boya, terbiye, bitim işlemleri ve konfeksiyona kadar olan tüm üretim aşamalarını ve ticaretini kapsar. İzlenebilirlik, sosyal şartlar, çevresel şartlar, onaylı boyakimyasallar ve aksesuarlar bu standardın ana kriterleri arasında yer alıyor. Kendi içerisinde farklı elyaf kompozisyonları bulunuyor. Minimum yüzde 70 organik elyaf (pamuk, keten, yün ve ipek) ve maksimum yüzde 10 sentetik-rejenere elyaf kullanılmasına izin

veriyor. Çorap ve spor giyim ürünlerinde istisna olarak yüzde 25 sentetik-rejenere elyaf kullanımına izin veriliyor.

## Organic Exchange Standartları

"Organic Exchange Standartları" sadece pamuğun organikliğinin izlenebilirliğini denetleyen bir standart olarak biliniyor. Bu standart, Organic Exchange (OE) Blended ve Organic Exchange (OE) 100 olarak iki kısma ayrılıyor. OE Blended Standardı en az yüzde 5 organik pamuk içermek kaydıyla istenilen karışımlarda ürün üretilmesine olanak tanıyor. OE 100 standardı ise yüzde 100 organik pamuklu organik ürünler üretilmesine dayanıyor ve maksimum yüzde 5 sentetik-rejenere elyaf içeriyor. Standardın her iki kısmı da sadece elyaf organikliğinin izlenebilirliğini denetleyip tekstil üretim sürecindeki her bir işletmeye uygulanabiliyor. Standardın amacı, organik pamuk kullanarak ekim alanlarını artırmak ve çok pestisit kullanılarak üretilen bu ürünün organik üretimini cesaretlendiriyor.



# 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)



**HALUK ÖZELÇİ**  
İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

**ABD İLE KAPSAMLI BİR SERBEST TİCARET ANLAŞMASI (STA) YAPILMASI İÇİN BU SEFER AVRUPA BİRLİĞİ DE ÇOK İSTEKLİ. ÖNÜMÜZDEKİ MAYIS AYINDA ABD'YE BİR HEYETİN GİDİP, İLK GÖRÜŞMELERİ YAPMASI PLANLANIYOR. TARAFLAR, HIZLI BİR ÇALIŞMAYLA MÜZAKERELERİ İKİ YILDA BİTİRMİYİ AMAÇLIYOR. BUNA, "YÜZYILIN ANLAŞMASI" DİYENLER OLDUĞU GİBİ, ÇOK TARAFLI MÜZAKERELERİ MEZARA GÖTÜRECEK ANLAŞMA DİYENLER DE VAR.**

**Bugüne** kadar kaç defa gündeme geldi hatırlamıyorum ama ABD Başkanı, bir süre önce ulusa sesleniş konuşmasında, Avrupa Birliği ile kapsamlı bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) yapılması için kararlıyız deyince, bu işin önünde artık engel kalmadı dedim. Bu sefer Avrupa Birliği de çok istekli. Önümüzdeki Mayıs ayında ABD'ne bir heyetin gidip, ilk görüşmeleri yapması planlanıyor. Taraflar, hızlı bir çalışmayla müzakereleri iki

# "Yüzyılın Anlaşması" kapıda AB İLE ABD STA İMZALİYOR

yılda bitirmeyi amaçlıyorlar. AB ile ABD'nin toplam üretimleri, dünya üretiminin yarısına, toplam dış ticaretleri dünya ticaretinin de üçte birine denk geliyor. Her gün, iki taraf arasında gerçekleşen karşılıklı mal ve hizmet ticareti iki milyar Euro düzeyinde.

Buna, "Yüzyılın Anlaşması" diyenler olduğu gibi, çok taraflı müzakereleri mezara götürecek anlaşma diyenler de var.

Bu görüşe ben de katılıyorum. Çok taraflı DOHA müzakerelerini başlatan, sürekli destekleyenlerin başında AB ile ABD geliyor. Ama ortadan kaldırmaya karar verenler de bunlar. Bir önemli konu da, dünyanın en büyük iki ekonomisi güçlerini birleştirirse, ortaya çıkacak yapının global ekonomiye nasıl yansıtacağı?

Önceden tahmin etmek kolay değil.

Bu büyüklükteki bir STA, toplam dünya ticaretine olumlu katkı da yapabilir, bloklar arası ayrışmaya da neden olabilir.

Daha simdiden Çin, Japonya ve G.Kore'nin benzer bir STA yapabilecekleri tartışılmaya başlandı bile.

Bugün için taraflar arasındaki ticarete uygulanan tarifeler düşük olsa da, karşılıklı alışveriş çok büyük olduğundan, indirim konusu olabilecek bir kaç puan bile ticaret hacmine olumlu yansıtacaktır. Ayrıca, tarife dışı engeller kalkar, pazar açılımı sağlanırsa, bunun AB ekonomisine 190 milyar Euro, ABD'ye ise 100 milyar Euro ilave katkı yapabileceği hesaplanıyor. Bana kalırsa ABD / AB STA müzakerelerinde en büyük sorun, teşviklerle korunan sektörler gündeme geldiğinde yaşanacak. AB'nin, Tarım başlığı müzakere edilirken nasıl bir yol izleyeceğini çok merak ediyorum. Bir süre önce, onaylanan ve 2014 ila 2020 yıllarını kapsayan AB Bütçesinde (970 milyar Euro) Ortak Tarım Politikası'na 375 milyar Euro ayrılmıştı. Üretimden, ihracata kadar topluluk çiftçilerini destekleme amacına dönük bu politikadan nasıl vazgeçilecek, bilemiyorum. Aynı şekilde, ABD'nin de bazı tarım ürünlerinde uyguladığı teşvikler, hormonlu gıdalar, araçlarda uygulanan güvenlik ve çevre





standartları, tekstil ve hazır giyimde menşe kuralları gibi başlıklar müzakere edilirken ne yapacağımı merak ediyorum.

Hizmet sektöründe de (bankacılık, sigortacılık) önemli görüş ayrılıkları var. Görsel sanatlarda (sinema, TV) AB oldukça korumacı bir yaklaşım sergiliyor.

Açıkça, her iki pazarın da bir sürü kırmızı çizgisi var. Bunlara tarife dışı engel de diyebiliriz.

Bu sorunlar müzakerelerde çözülebilecek mi? AB ve ABD tarafındaki ticaretle uğraşanlar, kendi çıkarlarına göre düzenlenmiş sistemden vazgeçmeye hazırlar mı?

Ben daha çok ABD tarafından kuşkuluyum.

Düzenleri bozulacak, çıkarları tehlikeye girecek sektörlerin, Kongrede, Senatoda nasıl lobi yaptıklarını, gerektiğinde en önemli kanun tekliflerini bile nasıl önlediklerini biliyorum. AB tarafını da hafife almıyorum.

Buradaki tarım, otomotiv, demir/çelik ve aralarında bizim de yer aldığımız tekstil ve hazır giyim (T/HG) lobileri de çok güçlü.

Bana kalırsa, müzakereler kolay geçmeyecek ve beklenenden uzun sürecek. Eğer, öngörüldüğü gibi iki yılda tamamlanırsa büyük başarı olur.



## Anlaşmanın Türkiye'ye etkisi

Bu gelişmeler, ABD-Türkiye ilişkileri açısından da çok önemli. AB ile ABD arasında başlatılan çalışmalarla eşzamanlı olarak bizim de stratejik ortağımız ABD'ye, aynı şekilde STA müzakerelerine başlama önerisinde bulunmamızın tam zamanı diye düşünüyorum. Ama önce geçmişi hatırlamakta yarar var. Yaklaşık 12 yıl önce ABD yönetiminden, Türkiye'den yapılan tekstil hazır giyim ithalatına uyguladıkları kotaları kaldırmalarını istemiştik.

Ayrıca onlara, Nitelikli Sanayi Bölgelerini de içeren, Tercihli Ticaret Anlaşması önerisi yapmıştık.

ABD yönetimi o tarihte, AB ile aramızdaki Gümrük Birliği ilişkisinin yanı sıra, ABD ile AB arasında bir STA olmaması nedeniyle bu önerilerimizi geri çevirmişti.

Şimdi artık ABD ile Serbest Ticaret Anlaşması yapmamızı engelleyen bir durum yok. Aksine, ortam oldukça uygun gibi gözüküyor. Dünyanın en büyük ithalat pazarı olan ABD'ye, Türk tekstil hazır giyim sektörlerinin payı çok düşük. Nitekim 2012 yılında 100 milyar dolar ithalatın gerçekleştiği bu pazardaki en büyük tedarikçiler, Çin, 41 milyar dolar, Vietnam 7,6 milyar dolar, Hindistan 5,9 milyar dolar, Endonezya 5,2 milyar dolar olarak sıralanıyor.

Türkiye, ABD'nin, 2012 yılındaki tekstil hazır giyim ithalatında, yaklaşık 1 milyar dolar ile 19. sırada yer alıyor.

## AB ürün güvenliğinde duvarları yükseltiyor

AB Komisyonu Ürün Güvenliği ve Pazar Araştırması (General Product Safety and Market Surveillance) adı altında bir yönetmelik çalışması başlattı.

Komisyon bu girişimiyle tek pazar içinde dolaşımda olan tüm mamullerdeki genel ürün güvenliğine yeni kurallar getiriyor. Ayrıca üçüncü ülkelerden ithal edilenler de dahil olmak üzere tüm gıda dışı mamullerle ilgili bir "Pazar Araştırması" yapılmakta. Yeni yönetmelik, üreticilere, ithalatçılara ve dağıtım kanallarına önemli sorumluluklar yüklüyor. Tüm sektörlerde tehlikeli madde içeren ürünlerle ilgili uyumlu kurallar oluşturuyor. Ayrıca, tüketim mallarının tüketiciye arzı sırasında, üreticiye kadar uzanan tüm aşamaları kapsayan etkili izleme metotları getiriyor.

2015 yılında uygulamaya geçecek olan yönetmeliğe göre, ithal edilen veya AB'de üretilen, tercihli olmayan menşe kuralları kapsamındaki mallarda zorunlu olarak üretildiği ülke adı belirtilecek. Ürün üzerinde, üretici, ithalatçı ve dağıtıcının isim ve adresi yer alacak. Ürünün, türü, cinsi ve seri numarası açıkça belirtilecek. Ürünün, güvenliği ve insan sağlığı açısından sorun yaratıp yaratmadığının izlenebilmesi için sistem geliştirilecek. Bu önlemler, insan sağlığını hiçe sayan düşük fiyatlı, devlet destekli üçüncü ülke mallarının serbestçe AB'ye girmesinin önüne geçmeyi amaçlıyor.



KÜÇÜK YAŞTA YAPTIĞI ÇİZİMLERDEN GELECEKTE YAPMASI GEREKEN İŞİN TASARIM OLDUĞUNU ANLAYARAK HAYALLERİNE İMA İLE YÖN VEREN ASLI KALKAVAN, İMA'DAN ALDIĞI EĞİTİMLERİN KENDİSİNE ÇOK YARAR SAĞLADIĞINI SÖYLÜYOR



# HAYALLER İMA İLE BÜYÜYOR

genç yeteneklerin kendilerini fark ettirmeleri adına yarışmalar düzenleniyor ve moda tasarımı üzerine eğitimler artıyor. Artık yetenekli insanlar fark edilip desteklenebiliyor. Bu anlamda İMA'nın da en büyük desteği Fashion Week gibi bir organizasyonda öğrencilerinin defile yapabilmelerine imkan vermesi" dedi.

## "İMA'da tasarımı temelinden öğrendik"

Aslı Kalkavan İMA'da aldığı eğitim sürecini ise şöyle değerlendiriyor: "İlk senemiz temel eğitimlerden oluştu çizim, kalıp, drapaj, dikiş yani tasarım sürecinde gerçekleşmesi gereken her şeyi en temelinden öğrendik. Aynı zamanda bu sektörü anlayabilmemiz için moda pazarlaması, moda tarihi dersleri aldık. İkinci yılımız da zaten artık istediğimiz her şeyi yapabilecek seviyeye gelmiştik. Ben İMA'ya ilk geldiğimde mülakat sırasında "İMA'da aldığım eğitim sonunda söz konusu alanda tam anlamıyla donanım sahibi olabilecek miyim?" sorusunu sormuştum. Çünkü bu alanda kendimi yeterli görmüyordum ve boşa zaman kaybetmek istemiyordum. Cevabımı ise İMA'da aldığım 2 yıllık eğitimim sonunda öğrenmiş oldum. İMA, verdiği eğitimle beni tasarım dünyasına tam anlamıyla hazırladı diyebilirim." Jean Paul Gaultier' in tarihteki akımları yorumlayış biçiminin hep ilgisini çektiğini söyleyen Kalkavan, John Galliano'un da kişiliği ve yaptığı işlerinden dolayı en çok beğendiği tasarımcı olduğunu vurguluyor. Her yaptığı tasarımı sanat eseri olarak gördüğünü belirten Kalkavan, Türk tasarımcılardan da deriye farklı bir yorum kattığı için Simay Bülbül'ü beğendiğini söyledi.

**Çocuk** yaşta çizimler yapmaya başladığını ve çizimlerine baktığında, çoğunun kadın figürü ve kıyafet olduğunu fark eden Aslı Kalkavan gelecekte yapması gereken işin tasarım olduğunu anlayarak hayallerini İMA ile şekillendirmeye başladı. Lisede tekstil tasarımı bölümünü tercih eden Aslı Kalkavan, ön lisansını da yine tekstil üzerine tamamladı. Aslı Kalkavan, İMA'dan aldığı Moda Tasarımı ve Teknolojisi eğitiminin kendisine çok büyük yararları olduğunu belirtirken, "Bu yararlardan en önemlisi kendime olan

güvenimi ortaya çıkardı, özgürleştirdi" dedi. 2012 yılında Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Bölümü'nden mezun olan Kalkavan, moda tasarımı konusunda sürekli yeniliklere açık olduğunu vurguluyor. Tasarım yaparken dış etkenlerden ya da başka tasarımcıların işlerinden esinlenmediğini söyleyen Aslı Kalkavan, ilham aldığı konu kendisine ne yansıtıyorsa onu dışa vurmaya çalıştığını ifade ediyor. Türkiye'de moda tasarımının yavaş yavaş geliştiğinin altını çizen Kalkavan, "Bu gelişimden oldukça memnunun



Profesyonel Gelişim Programları'na Yenisi Eklendi!

# MODA SATIN ALMASI PROGRAMI

Moda sektöründe satın alma alanına giriş yapmak isteyen, bu alanda henüz kariyerinin başında olan veya satın alma süreçlerindeki yenilikler hakkında bilgi sahibi olmak isteyen sektör çalışanlarına yönelik bu program, her geçen gün biraz daha karmaşıklaşan ve zorlaşan perakende sektörünün genel yapısı ve döngüleri, farklı mağaza ve markalar için doğru koleksiyon tedarigi, fark yaratacak olan yeni ürün yönetim teknikleri üzeri üzerine yoğunlaşır.

Satın almacılara yönelik kumaş ve lif bilgileri, satın alma öncesi yapılacak olan temel pazar ve rakip analizleri, e-ticarete yönelik satın alma gibi süreci destekleyici çeşitli konular işlenirken tüm satın alma süreci ve takibi üzerine teorik ve pratik altyapı sağlar.

**Süre:**  
3 ay (72 saat)

**Gün ve saat:**  
Pazartesi ve  
Çarşamba  
18.30 - 21.30

**Son başvuru tarihi:**  
2 Nisan 2013 Salı

**Başlama tarihi:**  
8 Nisan 2013



Detaylı bilgi için: 0212 219 41 41 (1216 - 1218)  
[www.istanbulmodaakademisi.com](http://www.istanbulmodaakademisi.com)

**iMA** İSTANBUL  
MODA  
AKADEMİSİ  
ISTANBUL MODA ACADEMY



İŞ NEDENİYLE YURT DIŞINA GİDİLDİĞİNDE YAPILAN HARCAMALARA DAİR BAZI HUSUSLAR FİRMALARIN EN SIK SORDUKLARI SORULAR ARASINDA YER ALIYOR. BU MAKALEDE YURT DIŞI İŞ GEZİLERİNE DAİR BU SORULARA GENEL BİR CEVAP VERMEYE ÇALIŞACAĞIZ.



**DOĞAN ERDEM**  
Yeminli Mali Müşavir

doganerdem@istanbulymm.com

## YURT DIŞI HARCAMALARIN VERGİLENDİRİLMESİ

sadının gerektirdiği süreye maksur olmak şartıyla);” Başka bir deyişle vergi hukuku kendi özel koşullarını ortaya koyuyor. Bunu daha anlaşılabilir kılmak için yasada geçen üç kriteri yineliyorum;

- 1- Gider işle ilgili olmalıdır,
- 2- İşin önemine ve boyutuna uygun yapılmalıdır,
- 3- Yol, yemek ve konaklamaya dair giderlerden oluşmalıdır

Bu açıkladığımız hususlar sizin gerçek gider yöntemi seçmeniz halidir. Bir de “gündelik” (harcirah) verme yöntemi var. Yukarıda sayılan hususlar biraz karmaşık olabilir. Bilindiği üzere iş gezileri yalnızca işverenler tarafından gerçekleştirilmektedir. Çalışanların da iş gezisi ile yurt dışına çıkmaları muhtemeldir. Yurt dışında yapılan harcamaların bir kaideye de bağlı tutulması için işverenler “gündelik” verme usulünü seçebilirler. Demem o ki; iş gezilerinizde iki farklı yolla vergi hukukuna göre gider yazma yöntemi seçmeniz olasıdır. Ya gerçek giderleri yasal defterlerinize kaydedersiniz ya da bir gündelik belirleyip onu ödersiniz. Gerçek giderler yerine gündelik ödemenin seçilmesi halinde çalışanların yol giderleri karşılandıktan sonra kalan yemek ve konaklama giderleri için bir bedel, (“harcirah/gündelik”) tayin edilmektedir. Çalışanlara harcirah/gündelik verme yöntemi seçilmişse işverenler gündeliği çalışanın (yönetim kurulu, pay sahipleri, denetçilere de gündelik verilebilir) ya da diğer iş gezisine gidenlerin konumuna göre dilediği miktarda belirleyebilir. Elbette yalnızca gündeliği alacak kişiye göre değil, işin niteliğine uygun olarak da gündelik tutarı belirlenmesi gerekebilir. Bunlar yönetsel kararınızdır. Ancak yönetsel olgulara göre belirlenen gündelikler için vergi hukukunun ayrı düzenlemeleri olduğu unutulma-

malıdır. Şöyle ki; vergi hukuku yönetsel/ ticari gereklerin dışında kendi kriterlerine göre ödenecek gündelikleri vergiden istisna tutmakta, belli bir tutarın üzerini de istisna kapsamından çıkarmakta, ücret gibi vergilendirmektedir. Bu konuyu ayrıntılı bir şekilde ele alalım:

GVK’nun 24’ncü maddesinde gider karşılığı olarak yapılan ödemelerden bazılarının vergiden istisna olduğu belirtilmiştir. 1’nci bentte; “Harcirah Kanunu’na tabi kurumlar tarafından harcirah veya yolluk olarak yapılan ödemelerin” istisna olduğu söylendikten sonra 2’nci bentte; Harcirah Kanunu kapsamı dışında kalan müesseseler tarafından idare meclisi başkanı ve üyeleri ile denetçilerine, tasfiye memurlarına ve hizmet erbabına (Harcirah Kanunu’na tabi olsun olmasın her türlü sözleşmeli personel dahil) verilen gerçek yol giderlerinin tamamı ile yemek ve yatmak giderlerine karşılık verilen gündelikler (Bu gündelikler aynı aylık seviyesindeki devlet memurlarına verilen gündeliklerden fazla ise veya devletçe verilen gündeliklerin en yüksek haddini aşarsa, aradaki fark ücret olarak vergiye tabi tutulur)” denilerek istisna olma koşulları belirlenmiştir. Başkaca söylenirse; gerçek yol giderlerine ilaveten yemek ve konaklama için ödenen gündelikler aynı ücreti alan devlet memurlarının aldığı tutarı ve ne kadar ücret alırsa alsın devletin ödediği en yüksek gündeliği aşmaz ise istisna kapsamında olacaktır. Bu meblağları aşan kısım için ise istisna hükümleri uygulanmayacaktır. Şimdi de yurt dışında yapılan harcamaların vergi yasalarına göre belgelendirilmesini açıklayalım. Zaten yurt dışında yapılan harcamaların nasıl belgelendirileceği de sıkça sorulan sorular içinde yer almaktadır. Aslında belgelendirme konusunda vergi hukuku yurt dışı

**Yaptığınız** ve işle ilgili olduğunu düşündüğünüz tüm harcamaları yasal defterlerinize kaydedebilirsiniz. Yurt dışında yaptığımız harcamalar için de bu ilke geçerli. Ancak ticari açıdan bu harcamalar karın tespitinde gider olarak görülebilir, lakin vergi hukuku açısından aynı şey geçerli olmayabilir. Elbette ticari olarak, vergi hukukunda kabul edilemeyen pek çok gideri yasal defterlerinize kaydedip, ticari karı da buna göre tespit edebilirsiniz, ancak mali kara ulaşırken yalnızca bu giderlerden vergi hukukuna uygun olanları kabul edilecek ve vergi matrahınız buna göre tespit edilecektir. Bu genel ilke yurt dışı iş gezileri için yapılan harcamaları da kapsamaktadır. Daha başlangıçta şunu söyleyebiliriz; vergi hukukuna göre yurt dışına “iş” nedeniyle gittiğinizde ana başlık olarak şu giderler kabul edilebilecektir.

- 1- Yol için yaptığımız giderler,
- 2- Konaklama için yaptığımız giderler,
- 3- Yemek için yaptığımız giderler,

Yukarıda sayılan giderleri “iş” kapsamında diye her halükarda mali kara ulaşırken indiremiyorsunuz. Gelir Vergisi Kanunu’nun (GVK) 40/4 maddesinde özel bir düzenleme var. Şöyle diyor; “İşle ilgili ve yapılan işin ehemmiyeti ve genişliği ile mütenasip seyahat ve ikamet giderleri (Seyahat mak-



ÜCRET ARALIKLARI (TL)						
ÜLKELER PARA BİRİMLERİ		1.689,43 ve daha yukarısı	1.676,14 1.689,42 arası	1.476,78 1.676,13 arası	1.055,54 1.476,77 arası	1.055,53 ve daha aşağısı
GİDİLEN ÜLKE	DÖVİZ CİNSİ	II Sütun	III Sütun	IV Sütun	V Sütun	VI Sütun
A.B.D	USD	182	146	117	110	93
ALMANYA	EURO	164	131	105	99	83
AVUSTURYA	EURO	166	132	106	100	84
BELÇİKA	EURO	161	128	103	97	81

Yukarıdaki çizelgede 2013 yılı için 4 ülke seçilerek ücret aralığına göre belirlenen istisna harcırah tutarları gösterilmiştir.

faaliyetler ya da iş gezileri için fazlaca özel bir düzenleme yapmamıştır. Var olan bazı özellikli durumlara ise değinelim. Götürü gider usulü, değineceğimiz özel düzenlemelerdendir. Önce bunu açıklayalım. Başlı başına bir makale konusu olan götürü gider usulüne kısaca değineceğiz. GVK'nun 40/1 maddesi şu şekildedir: “İhracat, yurt dışında inşaat, onarma, montaj ve taşımacılık faaliyetlerinde bulunan mükellefler, bu bentte yazılı giderlere ilaveten bu faaliyetlerden döviz olarak elde ettikleri hasılatın binde beşini aşmamak şartıyla yurt dışındaki bu işlerle ilgili giderlerine karşılık olmak üzere götürü olarak hesapladıkları giderleri de indirebilirler.” Düzenlemeye göre devlet yurt dışında faaliyet gösteren kişilerin bazı giderleri belgelendirmede sıkıntıya düşüklerini düşünmekte ve bu durumda olanları götürü gider esasından yararlandırmaktadır. Yapılan diğer gerçek giderlerin dışında, tevsik edilemeyen kimi yurt dışı giderler için götürü gider usulü, muhasebe kayıtlarına da intikal ettirilerek yararlanılacak bir husus olarak ortaya çıkmaktadır. Kayıtlara aldığımız yurt dışı harcamaların binde beşi belgeye gereksinim duyulmadan vergi kanunlarına uygun, mali karın hesabında dikkate alınacak bir unsur olarak kabul edilmektedir. Konu belgelendirmeden açılmışken devam edelim. Yurt dışında yapılan harcamaların da Vergi Usul Kanunu'nun (VUK) 227'nci maddesine göre tevsiki mecburdur; “Bu kanunda aksine hüküm olmadıkça bu kanuna göre tutulan ve üçüncü şahıslarla olan münasebet ve muamelelere ait olan kayıtların tevsiki mecburidir. Defter tutmak mecburiyetinde olmayan mükellefler vergi matrahlarının tespiti ile ilgili giderlerini tevsike mecburdurlar.” Madde metni belgelendirme şart diyor. Peki nasıl belgelendirilecek kayıtlar? VUK'nun

229 ve izleyen maddelerinde yer alan fatura ve diğer belgelerle harcamaların tevsik edilme şartı bulunmaktadır. Bunu tarifliyor. Belgelendirme konusunu bazı kısa sorularla nihayetlendirelim:

## 1- Her gider için belge aranacak mı? Hiç istisnası yok mudur?

Yasada yazılı bazı küçük, örf ve geleneklere göre yapılan giderler için tevsik zorunluluğu bulunmamaktadır. Bunların neler olduğu da VUK'nun 228'nci maddesinde yer almıştır.

“Aşağıdaki giderler için ispat edici kağıt aranmaz:

1. Örf ve teamüle göre bir vesikaya istinat ettirilmesi mutad olmıyan müteferrik giderler;
2. Vesikanın teminine imkan olmıyan giderler;
3. Vergi kanunlarına göre götürü olarak tespit edilen giderler.

1 ve 2 numaralı fıkralarda yazılı giderlerin gerçek miktarları üzerinden kayıtlara geçirilmesi ve miktarlarının işin genişliğine ve mahiyetine uygun bulunması şarttır.” Eski bir Gelirler Kontrolörü olarak söylüyorum. Bu madde metnini anlatırken hep biz belgesiz, kent içi otobüs ulaşım ödemesi, hamaliye, vapur jetonu, posta ücreti, bahşiş vb hususları örnek gösterir idik. Ancak Gelir İdaresi Başkanlığı verdiği özelgelerde bahşişleri, “mekanda iş ile ilgili yapılan ödeme” saymamış ve gider olarak yazılmasını kabul etmemiştir.

Gelir İdaresi'nin lafzi yorumlarına rağmen biz yine de yurt dışında yapmış olduğunuz bazı belgesiz harcamaların gider olarak yazılabileceğini ve vergi mevzuatının buna cevaz verdiğini ve listelemek suretiyle, ödenen haberleşme, kent içi ulaşım, otopark

gibi harcamaları gider olarak yasal defterlerinize yazabileceğinizi düşünüyoruz. Ayrıntılarını müşavirinize danışabilirsiniz.

## 2-Kredi kartı ekstresi/ slipi belge olarak kabul edilir mi?

Bir işveren Gelir İdaresi'ne yurt dışında yaptığı giderlere belge düzenlenmediğini ancak ödemesini kredi kartı ile yaptığını, kredi kartı ekstresinin ya da slipinin tevsik edici belge yerine geçip-geçemeyeceğini özelge talep ederek sormuş. Gelir İdaresi Başkanlığı 20.02.2012 gün ve B.07.1.GİB.4.99.16.01.0-VUK-228-53 sayılı özelgesinde bu belgelendirmenin yeterli olmadığını, fatura vb belgeler gerektiğini açıklamıştır. Yani kredi kartı ekstresi VUK'nun 229 ve müteakip maddelerinde sayılan belgeler kapsamında olmadığından ve az yukarıda sayılan 228'nci madde istisnasına girmediğinden giderleştirme kabul edilmemiştir.

## 3-Özel otomobil ile yurt dışı gezi olursa giderler kabul edilir mi?

Özel otomobiliyle yurt dışına çıkacak olanların harcamalarının sıkıntı olmaması için mutad vasıtalarla yolculuk edecek olsaydı, ödenecek olan kısmı giderleştirilmelidir düşüncesindeyim.

## 4-Belgelendirme için başka ne önerebilirsiniz?

Eğer yurt dışı iş gezisi işletme için önemli miktarda bir harcama yapılmasını gerektiriyorsa, kanaatimce şirketlerde yönetim organı karar alıp, ne sürede, hangi iş için iş gezisi yapılacağını, nasıl bir katılımı ile iş gezisinin gerçekleştirileceğini bu kararda belirtirlerse daha iyi olacaktır.

## 5-Gündelik/harcırah yöntemini mi, gerçek gider yöntemini mi önerirsiniz?

En kolay soru da sanırım bu olur. Bir yöneticinin, az yukarıda anlatılan mevzuat çerçevesinde, yabancı ülkelerde yapılan gerçek giderler ile hesaplanacak harcırahı kıyaslaması ve vergi planlamasına uygun olanı seçmesi gerektiğini söyleyebiliriz.

## GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2012 OCAK 1000 \$	2013 OCAK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012/ 2013 DEĞİŞİM %
ALMANYA	280,275	314,970	12.4	280,275	22.8	314,970	22.4	12.4
İNGİLTERE	146,898	168,123	14.4	146,898	12.0	168,123	12.0	14.4
İSPANYA	102,470	119,305	16.4	102,470	8.4	119,305	8.5	16.4
FRANSA	105,080	107,943	2.7	105,080	8.6	107,943	7.7	2.7
HOLLANDA	75,661	89,803	18.7	75,661	6.2	89,803	6.4	18.7
İTALYA	84,729	84,841	0.1	84,729	6.9	84,841	6.0	0.1
DANİMARKA	39,691	48,175	21.4	39,691	3.2	48,175	3.4	21.4
RUSYA FEDERASYONU	31,414	40,131	27.7	31,414	2.6	40,131	2.9	27.7
BELÇİKA	30,167	34,185	13.3	30,167	2.5	34,185	2.4	13.3
ABD	33,924	32,850	-3.2	33,924	2.8	32,850	2.3	-3.2
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>930,309</b>	<b>1,040,326</b>	<b>11.8</b>	<b>930,309</b>	<b>75.8</b>	<b>1,040,326</b>	<b>74.0</b>	<b>11.8</b>
İSVEÇ	22,953	30,150	31.4	22,953	1.9	30,150	2.1	31.4
İRAK	16,283	24,647	51.4	16,283	1.3	24,647	1.8	51.4
POLONYA	12,977	19,272	48.5	12,977	1.1	19,272	1.4	48.5
UKRAYNA	9,324	15,176	62.8	9,324	0.8	15,176	1.1	62.8
SUUDİ ARABİSTAN	11,259	14,985	33.1	11,259	0.9	14,985	1.1	33.1
ROMANYA	5,691	14,017	146.3	5,691	0.5	14,017	1.0	146.3
AHL SERBEST BÖLGE	8,426	12,121	43.9	8,426	0.7	12,121	0.9	43.9
İSVİÇRE	12,938	11,526	-10.9	12,938	1.1	11,526	0.8	-10.9
AVUSTURYA	10,597	11,382	7.4	10,597	0.9	11,382	0.8	7.4
ÇEK CUMHURİYETİ	13,053	11,264	-13.7	13,053	1.1	11,264	0.8	-13.7
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,053,810</b>	<b>1,204,866</b>	<b>14.3</b>	<b>1,053,810</b>	<b>85.9</b>	<b>1,204,866</b>	<b>85.7</b>	<b>14.3</b>
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	8,976	11,062	23.2	8,976	0.7	11,062	0.8	23.2
ESTONYA	6,066	11,017	81.6	6,066	0.5	11,017	0.8	81.6
KAZAKİSTAN	9,802	10,336	5.5	9,802	0.8	10,336	0.7	5.5
İSRAİL	9,593	9,666	0.8	9,593	0.8	9,666	0.7	0.8
NORVEÇ	7,059	9,472	34.2	7,059	0.6	9,472	0.7	34.2
YUNANİSTAN	6,688	9,032	35.0	6,688	0.5	9,032	0.6	35.0
LİBYA	12,819	8,646	-32.6	12,819	1.0	8,646	0.6	-32.6
TUNUS	4,600	7,456	62.1	4,600	0.4	7,456	0.5	62.1
CEZAYİR	11,485	6,963	-39.4	11,485	0.9	6,963	0.5	-39.4
SLOVAKYA	3,013	6,895	128.9	3,013	0.2	6,895	0.5	128.9
BULGARİSTAN	4,121	6,654	61.5	4,121	0.3	6,654	0.5	61.5
TÜRKMENİSTAN	1,562	6,071	288.7	1,562	0.1	6,071	0.4	288.7
KIRGIZİSTAN	3,940	6,023	52.9	3,940	0.3	6,023	0.4	52.9
KANADA	5,444	5,748	5.6	5,444	0.4	5,748	0.4	5.6
MISIR	2,980	5,270	76.8	2,980	0.2	5,270	0.4	76.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	5,440	5,195	-4.5	5,440	0.4	5,195	0.4	-4.5
İRLANDA	4,774	4,641	-2.8	4,774	0.4	4,641	0.3	-2.8
FİNLANDIYA	3,829	3,673	-4.1	3,829	0.3	3,673	0.3	-4.1
KOSOVA	1,803	3,432	90.3	1,803	0.1	3,432	0.2	90.3
HONG KONG	3,482	3,287	-5.6	3,482	0.3	3,287	0.2	-5.6
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,683	2,893	7.8	2,683	0.2	2,893	0.2	7.8
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,816	2,644	45.6	1,816	0.1	2,644	0.2	45.6
LÜBNAN	1,829	2,460	34.5	1,829	0.1	2,460	0.2	34.5
JAPONYA	4,809	2,427	-49.5	4,809	0.4	2,427	0.2	-49.5
İRAN (İSLAM CUM.)	5,403	2,389	-55.8	5,403	0.4	2,389	0.2	-55.8
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1,531	2,357	54.0	1,531	0.1	2,357	0.2	54.0
GÜNEY KORE CUMHURİYETİ	2,035	2,248	10.5	2,035	0.2	2,248	0.2	10.5
AVUSTRALYA	1,861	1,952	4.9	1,861	0.2	1,952	0.1	4.9
GÜRCİSTAN	1,393	1,933	38.8	1,393	0.1	1,933	0.1	38.8
SUDAN	809	1,884	132.9	809	0.1	1,884	0.1	132.9
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,195,457</b>	<b>1,368,590</b>	<b>14.5</b>	<b>1,195,457</b>	<b>97.4</b>	<b>1,368,590</b>	<b>97.3</b>	<b>14.5</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	31,394	37,677	20.0	31,394	2.6	37,677	2.7	20.0
AB (27) TOPLAMI	966,625	1,101,678	14.0	966,625	78.8	1,101,678	78.3	14.0
<b>TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI</b>	<b>1,226,851</b>	<b>1,406,266</b>	<b>14.6</b>	<b>1,226,851</b>	<b>100.0</b>	<b>1,406,266</b>	<b>100.0</b>	<b>14.6</b>



## TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 OCAK 1000 \$	2013 OCAK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012/ 2013 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	87,413	94,245	7.8	87,413	14.9	94,245	13.8	7.8
İTALYA	55,989	71,360	27.5	55,989	9.6	71,360	10.4	27.5
ALMANYA	29,095	33,456	15.0	29,095	5.0	33,456	4.9	15.0
İNGİLTERE	24,960	25,287	1.3	24,960	4.3	25,287	3.7	1.3
ROMANYA	22,069	24,739	12.1	22,069	3.8	24,739	3.6	12.1
ABD	20,772	24,246	16.7	20,772	3.6	24,246	3.5	16.7
BULGARİSTAN	16,309	23,000	41.0	16,309	2.8	23,000	3.4	41.0
POLONYA	20,453	21,927	7.2	20,453	3.5	21,927	3.2	7.2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	16,032	20,201	26.0	16,032	2.7	20,201	3.0	26.0
İRAN	22,956	18,312	-20.2	22,956	3.9	18,312	2.7	-20.2
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>316,047</b>	<b>356,773</b>	<b>12.9</b>	<b>316,047</b>	<b>54.0</b>	<b>356,773</b>	<b>52.1</b>	<b>12.9</b>
MISIR	15,762	18,024	14.3	15,762	2.7	18,024	2.6	14.3
UKRAYNA	10,369	17,896	72.6	10,369	1.8	17,896	2.6	72.6
İSPANYA	16,721	17,275	3.3	16,721	2.9	17,275	2.5	3.3
FAS	16,090	16,353	1.6	16,090	2.8	16,353	2.4	1.6
BELÇİKA	10,669	14,838	39.1	10,669	1.8	14,838	2.2	39.1
FRANSA	12,309	14,215	15.5	12,309	2.1	14,215	2.1	15.5
TUNUS	10,728	14,121	31.6	10,728	1.8	14,121	2.1	31.6
HOLLANDA	12,131	13,946	15.0	12,131	2.1	13,946	2.0	15.0
BREZİLYA	8,180	12,216	49.3	8,180	1.4	12,216	1.8	49.3
PORTEKİZ	7,032	10,193	44.9	7,032	1.2	10,193	1.5	44.9
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>436,038</b>	<b>505,850</b>	<b>16.0</b>	<b>436,038</b>	<b>74.5</b>	<b>505,850</b>	<b>73.9</b>	<b>16.0</b>
YUNANİSTAN	9,317	10,084	8.2	9,317	1.6	10,084	1.5	8.2
HONG KONG	3,204	9,908	209.2	3,204	0.5	9,908	1.4	209.2
BEYAZ RUSYA	6,664	7,705	15.6	6,664	1.1	7,705	1.1	15.6
İSRAİL	6,635	7,474	12.6	6,635	1.1	7,474	1.1	12.6
SİRBİSTAN	6,543	7,301	11.6	6,543	1.1	7,301	1.1	11.6
MACARİSTAN	6,536	7,096	8.6	6,536	1.1	7,096	1.0	8.6
CEZAYİR	6,106	6,598	8.0	6,106	1.0	6,598	1.0	8.0
SUUDİ ARABİSTAN	5,872	6,063	3.2	5,872	1.0	6,063	0.9	3.2
ÖZBEKİSTAN	2,868	5,023	75.1	2,868	0.5	5,023	0.7	75.1
AVUSTURYA	2,286	4,323	89.1	2,286	0.4	4,323	0.6	89.1
İRAK	1,823	4,287	135.2	1,823	0.3	4,287	0.6	135.2
MERSİN SERBEST BÖLGE	8,880	4,140	-53.4	8,880	1.5	4,140	0.6	-53.4
EGE SERBEST BÖLGE	2,853	4,075	42.8	2,853	0.5	4,075	0.6	42.8
BURSA SERBEST BÖLGE	1,811	3,921	116.5	1,811	0.3	3,921	0.6	116.5
LİTVANYA	3,596	3,837	6.7	3,596	0.6	3,837	0.6	6.7
ÜRDÜN	1,896	3,782	99.4	1,896	0.3	3,782	0.6	99.4
ÇEK CUMHURİYETİ	3,486	3,702	6.2	3,486	0.6	3,702	0.5	6.2
BANGLADEŞ	195	3,399	1,642.6	195	0.0	3,399	0.5	1,642.6
MAKEDONYA	2,537	3,290	29.7	2,537	0.4	3,290	0.5	29.7
HİNDİSTAN	1,324	3,191	141.1	1,324	0.2	3,191	0.5	141.1
LİBYA	899	3,117	246.9	899	0.2	3,117	0.5	246.9
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,456	2,642	81.5	1,456	0.2	2,642	0.4	81.5
MEKSİKA	1,247	2,402	92.7	1,247	0.2	2,402	0.4	92.7
SLOVAKYA	1,744	2,343	34.4	1,744	0.3	2,343	0.3	34.4
LÜBNAN	3,031	2,321	-23.4	3,031	0.5	2,321	0.3	-23.4
VIETNAM	826	2,258	173.3	826	0.1	2,258	0.3	173.3
DANİMARKA	1,891	2,227	17.8	1,891	0.3	2,227	0.3	17.8
FİNLANDİYA	1,256	2,202	75.3	1,256	0.2	2,202	0.3	75.3
AVRUPA SERBEST BÖLGE	1,328	2,132	60.6	1,328	0.2	2,132	0.3	60.6
AHL SERBEST BÖLGE	2,001	2,123	6.1	2,001	0.3	2,123	0.3	6.1
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>536,150</b>	<b>638,817</b>	<b>19.1</b>	<b>536,150</b>	<b>91.6</b>	<b>638,817</b>	<b>93.3</b>	<b>19.1</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	48,863	45,966	-5.9	48,863	8.4	45,966	6.7	-5.9
AB (27) TOPLAMI	263,904	311,587	18.1	263,904	45.1	311,587	45.5	18.1
<b>TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>585,013</b>	<b>684,783</b>	<b>17.1</b>	<b>585,013</b>	<b>100.0</b>	<b>684,783</b>	<b>100.0</b>	<b>17.1</b>

## GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2012 OCAK 1000 \$	2013 OCAK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012/ 2013 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	20,788	30,963	48.9	20,788	23.2	30,963	26.8	48.9
ALMANYA	8,586	9,072	5.7	8,586	9.6	9,072	7.9	5.7
İTALYA	7,481	8,546	14.2	7,481	8.3	8,546	7.4	14.2
IRAK	4,598	6,558	42.6	4,598	5.1	6,558	5.7	42.6
FRANSA	5,134	5,499	7.1	5,134	5.7	5,499	4.8	7.1
İNGİLTERE	5,484	5,109	-6.8	5,484	6.1	5,109	4.4	-6.8
UKRAYNA	1,039	4,658	348.4	1,039	1.2	4,658	4.0	348.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,574	3,710	44.1	2,574	2.9	3,710	3.2	44.1
KIRGIZİSTAN	845	2,703	219.9	845	0.9	2,703	2.3	219.9
SUUDİ ARABİSTAN	2,853	2,661	-6.8	2,853	3.2	2,661	2.3	-6.8
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>59,381</b>	<b>79,478</b>	<b>33.8</b>	<b>59,381</b>	<b>66.1</b>	<b>79,478</b>	<b>68.8</b>	<b>33.8</b>
BULGARİSTAN	729	2,270	211.6	729	0.8	2,270	2.0	211.6
HONG KONG	1,863	2,238	20.1	1,863	2.1	2,238	1.9	20.1
ABD	1,627	2,127	30.7	1,627	1.8	2,127	1.8	30.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,099	1,869	70.1	1,099	1.2	1,869	1.6	70.1
HOLLANDA	3,413	1,705	-50.0	3,413	3.8	1,705	1.5	-50.0
İSVİÇRE	524	1,624	210.3	524	0.6	1,624	1.4	210.3
İSPANYA	1,648	1,450	-12.0	1,648	1.8	1,450	1.3	-12.0
AZERBAYCAN	1,345	1,227	-8.8	1,345	1.5	1,227	1.1	-8.8
KAZAKİSTAN	1,572	1,081	-31.2	1,572	1.8	1,081	0.9	-31.2
DANİMARKA	1,777	992	-44.2	1,777	2.0	992	0.9	-44.2
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>74,976</b>	<b>96,061</b>	<b>28.1</b>	<b>74,976</b>	<b>83.5</b>	<b>96,061</b>	<b>83.1</b>	<b>28.1</b>
ROMANYA	892	970	8.8	892	1.0	970	0.8	8.8
AVUSTURYA	827	930	12.4	827	0.9	930	0.8	12.4
MISIR	225	821	264.8	225	0.3	821	0.7	264.8
CEZAYİR	525	799	52.3	525	0.6	799	0.7	52.3
İSVEÇ	462	790	71.0	462	0.5	790	0.7	71.0
BELÇİKA	806	753	-6.6	806	0.9	753	0.7	-6.6
TACİKİSTAN	96	705	636.4	96	0.1	705	0.6	636.4
TÜRKMENİSTAN	420	702	67.3	420	0.5	702	0.6	67.3
TUNUS	426	668	56.6	426	0.5	668	0.6	56.6
LİBYA	829	659	-20.6	829	0.9	659	0.6	-20.6
UMMAN	433	620	43.2	433	0.5	620	0.5	43.2
GÜNEY KORE	252	605	140.1	252	0.3	605	0.5	140.1
AVUSTRALYA	385	605	56.9	385	0.4	605	0.5	56.9
ÖZBEKİSTAN	578	601	4.0	578	0.6	601	0.5	4.0
POLONYA	353	545	54.4	353	0.4	545	0.5	54.4
ÜRDÜN	32	514	1,517.8	32	0.0	514	0.4	1,517.8
SİRBİSTAN	365	473	29.6	365	0.4	473	0.4	29.6
İSRAİL	289	471	62.8	289	0.3	471	0.4	62.8
KUVEYT	40	460	1,050.0	40	0.0	460	0.4	1,050.0
ESTONYA	194	403	107.5	194	0.2	403	0.3	107.5
İRAN	551	401	-27.2	551	0.6	401	0.3	-27.2
SUDAN	224	400	78.3	224	0.2	400	0.3	78.3
YUNANİSTAN	901	373	-58.6	901	1.0	373	0.3	-58.6
LÜBNAN	249	340	36.5	249	0.3	340	0.3	36.5
GÜRCİSTAN	280	313	11.8	280	0.3	313	0.3	11.8
BEYAZ RUSYA	138	300	117.7	138	0.2	300	0.3	117.7
SLOVAKYA	253	235	-7.4	253	0.3	235	0.2	-7.4
BANGLADEŞ	47	209	345.7	47	0.1	209	0.2	345.7
KOSOVA	127	200	58.0	127	0.1	200	0.2	58.0
ÇEK CUMHURİYETİ	193	195	0.9	193	0.2	195	0.2	0.9
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>86,369</b>	<b>112,121</b>	<b>29.8</b>	<b>86,369</b>	<b>96.2</b>	<b>112,121</b>	<b>97.0</b>	<b>29.8</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	3,421	3,440	0.6	3,421	3.8	3,440	3.0	0.6
AB (27) TOPLAMI	39,533	40,175	1.6	39,533	44.0	40,175	34.8	1.6
<b>TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI</b>	<b>89,790</b>	<b>115,561</b>	<b>28.7</b>	<b>89,790</b>	<b>100.0</b>	<b>115,561</b>	<b>100.0</b>	<b>28.7</b>



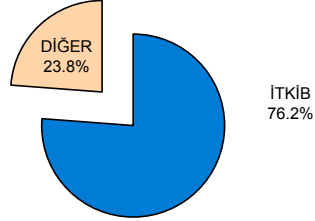
# TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 OCAK 1000 \$	2013 OCAK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK-OCAK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012/ 2013 DEĞİŞİM %
S.ARABİSTAN	22,862	29,139	27.5	22,862	17.2	29,139	17.5	27.5
LİBYA	11,434	26,575	132.4	11,434	8.6	26,575	15.9	132.4
ABD	14,358	16,742	16.6	14,358	10.8	16,742	10.0	16.6
ALMANYA	9,883	11,060	11.9	9,883	7.5	11,060	6.6	11.9
RUSYA FED.	2,929	5,212	78.0	2,929	2.2	5,212	3.1	78.0
İNGİLTERE	3,960	5,166	30.4	3,960	3.0	5,166	3.1	30.4
BAE	4,107	4,894	19.2	4,107	3.1	4,894	2.9	19.2
İRAK	4,271	4,396	2.9	4,271	3.2	4,396	2.6	2.9
AZERBAJCAN	2,034	3,898	91.6	2,034	1.5	3,898	2.3	91.6
ÇİN	2,166	3,697	70.7	2,166	1.6	3,697	2.2	70.7
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>78,004</b>	<b>110,779</b>	<b>42.0</b>	<b>78,004</b>	<b>58.8</b>	<b>110,779</b>	<b>66.4</b>	<b>42.0</b>
BELÇİKA	2,152	3,541	64.5	2,152	1.6	3,541	2.1	64.5
MISIR	4,758	2,727	-42.7	4,758	3.6	2,727	1.6	-42.7
TACİKİSTAN	2,161	2,656	22.9	2,161	1.6	2,656	1.6	22.9
İSRAİL	3,133	2,464	-21.3	3,133	2.4	2,464	1.5	-21.3
TÜRKMENİSTAN	2,100	2,445	16.5	2,100	1.6	2,445	1.5	16.5
UKRAYNA	2,442	2,343	-4.1	2,442	1.8	2,343	1.4	-4.1
JAPONYA	2,104	2,182	3.7	2,104	1.6	2,182	1.3	3.7
CEZAYİR	1,513	1,982	31.0	1,513	1.1	1,982	1.2	31.0
İTALYA	1,313	1,939	47.6	1,313	1.0	1,939	1.2	47.6
KUVEYT	2,666	1,808	-32.2	2,666	2.0	1,808	1.1	-32.2
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>102,348</b>	<b>134,866</b>	<b>31.8</b>	<b>102,348</b>	<b>77.2</b>	<b>134,866</b>	<b>80.8</b>	<b>31.8</b>
ÇEK CUMHURİYETİ	302	1,721	469.0	302	0.2	1,721	1.0	469.0
KAZAKİSTAN	1,949	1,700	-12.8	1,949	1.5	1,700	1.0	-12.8
POLONYA	1,952	1,683	-13.8	1,952	1.5	1,683	1.0	-13.8
ROMANYA	1,298	1,598	23.1	1,298	1.0	1,598	1.0	23.1
PAKİSTAN	1,070	1,478	38.1	1,070	0.8	1,478	0.9	38.1
KIRGIZİSTAN	1,132	1,405	24.2	1,132	0.9	1,405	0.8	24.2
FRANSA	630	1,313	108.4	630	0.5	1,313	0.8	108.4
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	1,277	1,216	-4.8	1,277	1.0	1,216	0.7	-4.8
İRAN (İSLAM CUM.)	3,662	1,161	-68.3	3,662	2.8	1,161	0.7	-68.3
FAS	1,230	1,113	-9.5	1,230	0.9	1,113	0.7	-9.5
AVUSTURYA	418	1,077	157.5	418	0.3	1,077	0.6	157.5
MALEZYA	555	1,035	86.4	555	0.4	1,035	0.6	86.4
İSVEÇ	665	1,012	52.2	665	0.5	1,012	0.6	52.2
AFGANİSTAN	1,911	1,011	-47.1	1,911	1.4	1,011	0.6	-47.1
YEMEN	461	785	70.2	461	0.3	785	0.5	70.2
KANADA	1,155	645	-44.2	1,155	0.9	645	0.4	-44.2
ŞİLİ	314	602	91.6	314	0.2	602	0.4	91.6
MORİTANYA	144	572	298.2	144	0.1	572	0.3	298.2
BREZİLYA	531	485	-8.7	531	0.4	485	0.3	-8.7
İSVİÇRE	347	473	36.5	347	0.3	473	0.3	36.5
İSPANYA	327	465	42.0	327	0.2	465	0.3	42.0
BULGARİSTAN	460	456	-0.8	460	0.3	456	0.3	-0.8
ANGOLA	46	450	883.2	46	0.0	450	0.3	883.2
HİNDİSTAN	131	415	217.7	131	0.1	415	0.2	217.7
ZAMBIA	79	397	400.2	79	0.1	397	0.2	400.2
LİTVANYA	13	376	2,796.4	13	0.0	376	0.2	2,796.4
MACARİSTAN	324	348	7.4	324	0.2	348	0.2	7.4
SİRBİSTAN	190	335	76.7	190	0.1	335	0.2	76.7
AVUSTRALYA	558	312	-44.0	558	0.4	312	0.2	-44.0
NORVEÇ	236	296	25.3	236	0.2	296	0.2	25.3
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>125,716</b>	<b>160,802</b>	<b>27.9</b>	<b>125,716</b>	<b>94.8</b>	<b>160,802</b>	<b>96.3</b>	<b>27.9</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	6,938	6,093	-12.2	6,938	5.2	6,093	3.7	-12.2
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>25,491</b>	<b>33,201</b>	<b>30.2</b>	<b>25,491</b>	<b>19.2</b>	<b>33,201</b>	<b>19.9</b>	<b>30.2</b>
<b>TOPLAM HALI İHRACATI</b>	<b>132,653</b>	<b>166,895</b>	<b>25.8</b>	<b>132,653</b>	<b>100.0</b>	<b>166,895</b>	<b>100.0</b>	<b>25.8</b>

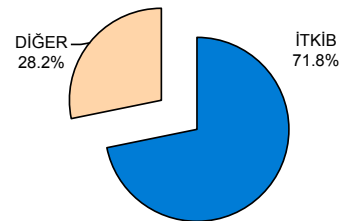
## GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.2	23.8
TEKSTİL	48.7	51.3
DERİ	71.8	28.2
HALI	19.3	80.7
	11,025,467	
İTKİB	1,604,011	
DİĞER	9,421,457	

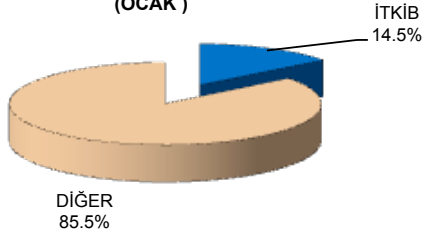
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK)



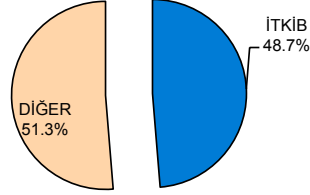
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK)



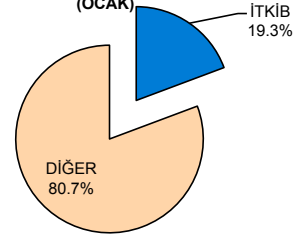
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK)



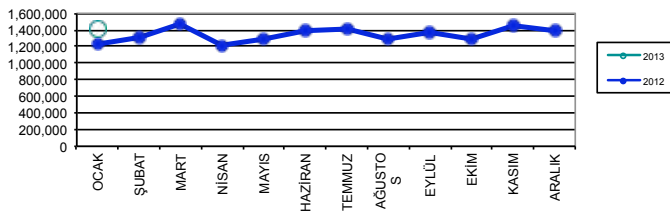
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK)



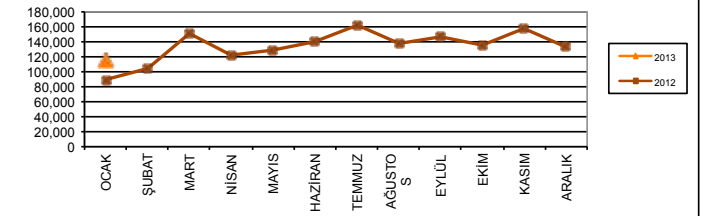
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK)



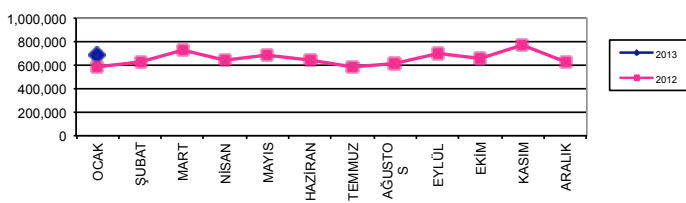
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



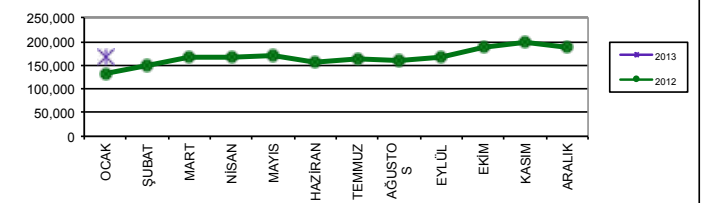
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ







## ADRESLER

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

**BİRLİKLER**

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

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

**Denizli İhracatçıları Birliği (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 İhracatçıları Birliği**  
Tel: 0 462 326 16 01  
Faks: 0 462 326 94 01 – 02  
internet: www.dkib.org.tr

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

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

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

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

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

**Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)**  
Tel: 0 454 216 24 26 – 216 13 38  
Faks: 0 454 216 48 42  
e-mail: kib@hnutexp.org  
internet: www.kib.org

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

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

**SENDİKA ve ODALAR**

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

**Tüm Dokuma, İplik, Trikotaj ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (ÖZ İPLİK-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 seçkin keten üretimi...

Doğanın derinlerinden gelen keten lifleri bir yanda natürel esasını krurken, diğer yandan üstün teknoloji ile dayanıklı ve düzgün iplikler haline getirilmektedir. 3 NM ile 60 NM arasında üretilen keten ipliklerimiz naturel, kasarlı, boyalı olarak temin edilmektedir. Keten ipliğinin en büyük üreticisi Kingdom, uzun senelerdir dünyanın kaliteyi arayan 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**

ULTRASOFT  
JACQUARD

The Naturel softness