

**EVTEKS**  
HEIMTEXTİL'İN  
TAHTINI SALLIYOR

**İHKİB**  
PITTI UOMO'DA  
YERİNİ ALDI

**İHRACATIN**  
**YILDIZLARI**  
SAHNEDE



# ASTAS JUKI

"Teknoloji ve Çözümler Dünyası"

**assyst**

Cad / Cam Sistemleri



**NedGraphics**

BY NEDSENSE

**topcut  
bullmer**

Kumaş Serim ve Kesim Sistemleri



**StyleShoots**  
Photo Studio

4 Adet Daylight  
Özellikli Işık

• Canon 5D Mark II 21  
Megapixel Kamera

- Hızlı ve kolay kullanım
- Anında istediğiniz format ile zamandan kazanın
- Çansız mankenli, mankensiz çekim

• Powerful Mac Mini  
Özel bir yazılım ve  
Auto Alpha fotoğraf  
yönetimi algoritması  
ile çalışır.



Apple iPad 3  
Kumanda ve  
fotoğraf çekmek için  
pratik ve kolay

**PRODUCT  
PHOTOGRAPHY**  
HAS NEVER BEEN EASIER

**StyleShoots**



**DDL-9000B**

Direct Drive Yüksek Devirli  
Elektronik Düz Dikiş Makinası



**PROCUT D 8001**

Yüksek Katlı  
Kesim Makinası (Cutter)



**ASSYST CAD SİSTEMİ**

Bilgisayar Destekli Kalıp Yaratma, Serilendirme,  
Pastal Planı Hazırlama Sistemleri

**ASTAS JUKI**

ASTAS ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.  
ASTAS PLAZA Kışpalı Cad. No: 57 34000 Göveği / İSTANBUL  
Tel : (0212) 690 89 00 (100) Faks : (0212) 690 89 27





# ERDEM TEKSTİL

THE ART OF THE YARN



**2011 ve 2012  
PAMUK İPLİĞİ  
TÜRKİYE  
İHRACAT  
ŞAMPİYONU**



biz **ERDEM** liyiz

Kuruluş	1999
Açık Alan	650.000 m <sup>2</sup>
Kapalı Alan	200.000 m <sup>2</sup>
Çalışan Sayısı	1200
İşletme Sayısı	5
Toplam Üretim	4.000 ton/ay
Ciro (2013 Hedef)	160.000.000 USD
İhracat (2013 Hedef)	50.000.000 USD

Establishment	1999
Open Area	650.000 m <sup>2</sup>
Closed Area	200.000 m <sup>2</sup>
Employee	1200
Number of Mills	5
Total Production	4.000 tons/month
Turn Over (2013 Target)	160.000.000 USD
Export (2013 Target)	50.000.000 USD

#### ÜRETİM VE KAPASİTE

Open End İşletmesi	1500ton/ay
Karde İşletmesi	1000ton/ay
Penye İşletmesi	750ton/ay
Kompakt İşletmesi (RIETER K-45)	750 ton/ay
Büküm İşletmesi	500 ton/ay

#### PRODUCTION AND CAPACITY

Open End Mill	1500 tons/month
Ring Carded Mill	1000 tons/month
Ring Combed Mill	750 tons/month
Ring Compact Mill (RIETER K-45)	750 tons/month
Twisting Mill	500 tons/month

#### ERDEM TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş.

**FACTORY** : Havalimanı Yolu Üzeri 1. Km 46120  
Pk: 144 KAHRAMANMARAŞ / TÜRKİYE  
Tel: +90 344 251 28 81 Fax: +90 344 251 28 84

**İSTANBUL OFFICE**: Tekstilkent Ticaret Merkezi B14 Blok  
No: 20 Pk: 34235 ESENLER / İSTANBUL  
Tel: +90 212 438 37 09 Fax: +90 212 438 37 09

**BURSA DEPO** : Demirtaş Org. Sanayi Böl. M. Karaer  
Cd. Lale Sk. B Blok No:6/B DEMİRTAŞ / BURSA  
Tel: +90 224 261 35 09 Fax: +90 224 261 32 30

**DENİZLİ DEPO** : Ankara Karayolu Üzeri 10.Km.C.Sadık  
Abaloğlu Blv. No:1/A PINARKENT / DENİZLİ  
Tel: +90 258 267 21 23 Fax: +90 258 267 21 24

marketing@erdemtekstil.com

#### ERDEM TEKSTİL EUROPE Sp.z.o.o.

**POLAND WAREHOUSE** : Al.Jana Pawla II 67 Tuszyn /  
POLAND  
Phone/Fax: +48 (42) 226 91 88  
poland@erdemtekstil.com

www.erdemtekstil.com

**Türkiyenin Her Yerinden 444 46 45**



USTERIZED





## İÇİNDEKİLER

2



32

**ÖDÜL TÖRENİ:**

**İHRACATIN YILDIZLARI SAHNEDE**



52

**FUAR: EVTEKS, HEIMTEXTİL'İN TAHTINI SALLIYOR**

- 4 **KISA**
- 12 **İTKİB KISALAR**
- 16 **SEKTÖR**  
HAZIR GIYIMCILER HEDEF BÜYÜTTÜ
- 18 **FUAR:**  
TEKSTİLCİLER TECTEXTİL'E İTHİB'LE UZANIYOR
- 22 **FUAR:**  
İPLİK SEKTÖRÜNÜN KALBI TÜYAP'TA ATACAK
- 26 **ÇALIŞTAY:**  
LİDERLER "TÜRKİYE MARKASI" İÇİN BULUŞTU
- 28 **KONFERANS:**  
ABD-AB STA'SINDA TÜRKİYE YAKIN TAKİPTE
- 46 **SEMPOZYUM:**  
GİYSİLER KANSERE ÇARE OLUR MU?
- 60 **SEKTÖR:**  
İHKİB VE İTHİB'TEN 'FASHIONIST'E TAM DESTEK

- 62 **FUAR:**  
İHKİB'DEN PİTTI'YE MİLLİ KATILIM
- 70 **FİRMA:**  
FANTAZİ İPLİKTE ÇEYREK YÜZYILI AŞAN TECRÜBE: FİLOTEKS
- 72 **SEMİNER:**  
İŞ GÜVENLİĞİ VE SAĞLIĞI YENİDEN ŞEKİLLENİYOR
- 80 **RÖPORTAJ:**  
ANADOLU İPLİK ONURSAL BAŞKANI OSMAN UZUN İLE RÖPORTAJ
- 84 **ALIM HEYETİ:**  
İTHİB, ROTAYI BALKANLARA ÇEVİRDİ
- 92 **RÖPORTAJ:**  
SELECT MAĞAZALARI SAHİBİ CAFER MAHİROĞLU İLE RÖPORTAJ
- 100 **SOSYAL SORUMLULUK:**  
ENGELLERİ KALDIRAN DOĞA DOSTU PROJE
- 106 **GÖSTERGELER**
- 112 **ADRESLER**

# İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİB:

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, Cengiz ÖZMEN,  
Ferzat ERDEBİL, Arzu ODABAŞI SARI, Hüseyin ÇETİN,  
Ali Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL, Uğur UYSAL,  
Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

### YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA,  
Selçuk GÖKART, Hüsnüye GÖKART

### YÖNETİM YERİ

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

### YAPIM

**KÜÇÜK MUCİZELER**  
YAYINCILIK, GÜZERGAH, İNTERNET, TİCARET, İSTİS

### YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU  
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Hüsnüye PAMUK  
husnepamuk@kucukmucizeler.com

### ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL  
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

### EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN  
bahtiyar@kucukmucizeler.com  
Hilal TEMİZÖĞLU  
hilal@kucukmucizeler.com  
Cem GÜLDEMİR  
cemguldemir@kucukmucizeler.com

### GRAFİK TASARIM

Özge Şen  
ozge@kucukmucizeler.com

### FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN  
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

### PAZARLAMA İLETİŞİMİ

**REKLAM GRUP DİREKTÖRÜ**  
Özgür SEYHAN  
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

### REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK  
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

### BASKI-ÇİLT

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



# Dizginlenemez.

## Yeni CLA.

Yeni CLA aykırı çizgisiyle hiçbir kalıba girmiyor.

O bir coupé'nin ruhuna ve dört kapılı bir bedene sahip, kendi sınıfını aşmış bir tasarım.

Peki siz kalıpların dışına çıkmaya hazır mısınız?

# Dizginlenemez



Mercedes-Benz  
Hatişim Hattı  
4446244

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

[www.facebook.com/mercedesbenztr](http://www.facebook.com/mercedesbenztr)



Mercedes-Benz

The best or nothing.



## KISA KISA



BABANIZA HEDİYE EDEBİLECEĞİNİZ EN GÜZEL, EN FARKLI VE EN ÖZEL HEDİYELER SİZLER İÇİN HAZIRLANDI. ŞIK BABALAR GÜNÜ HEDİYELERİ, BİRBİRİNDEN KALİTELİ MARKALARDA ZENGİN MODEL ÇEŞİTLERİYLE SATIŞA SUNULUYOR.

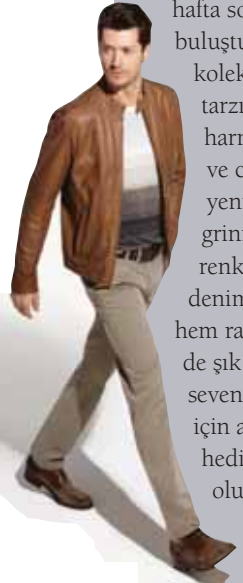
## Scooter'dan konforlu hediyeler



**Scooter'ın** tüm modelleri modern çizgisi, kendini her yaşta genç hissedeni babalara özel hazırladığı spor ayakkabıları ile şıklığını her yerde yansıtan klasik modellere kadar pek çok alternatifini sunuyor. Kırmızı, sarı, yeşil, turuncu, mavi gibi canlı renklerin yanı sıra koyu renk deri ve nubuk alternatiflerinin de yer aldığı Scooter 2013 İlkbahar/Yaz Koleksiyonu'ndan babanıza ister spor bir model, isterseniz hem günlük hem de deniz kenarında giyebileceği parmak arası bir terlik veya deri sandalet de hediye edebilirsiniz.

## Alternatif hediyeler Network'te

**Network**, Babalar Günü'nde ona şıklık katacak bir hediye almak isteyenlerin tercihi oluyor. Klasikten hafta sonu rahatlığına ve trendlerin zamansızlıkla bulunduğu tasarımlara yer veren Network erkek koleksiyonunda, birkaç sezonun popüler iki tarzı olan; fütüristik ve vintage'i birbiriyle harmanlayan modeller yer alıyor. Pike montlar ve ceketler, marin, militer, safari temalarının yeniden yorumlandığı tasarımlar, taba ve grinin kullanıldığı triko ve tişörtler, çift renkli ceketler, kargo pantolonlar ve denim gömlekler hem rahat hem de şık görünmeyi seven babalar için alternatif hediyeler oluyor.



## Babalar için şıklığın adresi Sabri Özel

**Sabri Özel** 2013 İlkbahar Yaz Koleksiyonu'nda, günün her anı kendini şık ve rahat hissetmek isteyen babalar için; gömlekler ince garni ve şerit detaylarıyla vitrinlerde yer alıyor. Zengin model seçenekleri olduğu kadar, özgün tasarımlarıyla da dikkat çeken Sabri Özel yeni sezon koleksiyonu, babalara alınacak en güzel hediye seçeneği olarak dikkat çekiyor. Hediye seçiminizde klasik takım elbiselerin yanı sıra, bedene oturan slimfit takım elbiseler de heyecan veren ayrıntılar göz dolduruyor. Sabri Özel'in aksesuar grubunda yer alan el yapımı ayakkabılar, kemer ve çantalarla kombinlenerek bütünsel bir şıklık vaat ediyor.



## Cotton Box'tan babalara özel

**40** yılı aşkın tecrübesiyle tekstil sektöründe hizmet veren Sümaş Tekstil'in sahip olduğu Cottonbox markası, pamuklu ev tekstilinde birinci kalite ve geniş ürün gamıyla hizmet veriyor. Tasarım ve kaliteyi buluşturan ev tekstili markası Cottonbox, Babalar Günü için hediye arayışında olanlara yüzde 100 pamuk bornoz setleri ile alternatif yaratıyor. Üretiminde sadece pamuk ipliğinin kullanıldığı takımlar, ekstra emici özelliği ile banyo sonrası kaliteli kullanım sunuyor. Krem ve toprak renklerinin asil duruşu ile babanıza uyum sağlayacak olan bornoz setlerinde, el havlusu ve baş havlusu da bulunuyor.



# AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- ✓ Yazılım
- ✓ Donanım
- ✓ Teknik Servis
- ✓ Sarf Malzemeleri



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)





## Keyfine düşkün babalara



**Yeni** İnci'nin Babalar Günü'ne özel, rengarenk ve rahat pijama koleksiyonuyla babaların keyfine diyecek yok. İç giyimde en çok tercih edilen markalardan biri olan Yeni İnci 2013 Yaz Pijama Koleksiyonu, Babalar Günü için ideal hediye seçenekleri arasında yer alıyor. Üçlü takımlardan oluşan t-shirt, pijama ve şortun yer aldığı birbirinden şık Yeni İnci Erkek Pijama Koleksiyonu babasına konforu ve sunmak isteyenleri bekliyor. Yeni İnci pijama koleksiyonu, babalarını örnek alan erkek çocuklarının da rüyalarını süslüyor.



## Yaz modasına özgün tasarımlar

**Koleksiyonunun** bu sezonki temasını 'özgürlük' olarak yorumlayan Abdullah Kiğili, fonksiyonellik ve şıklığın bir araya getirildiği birbirinden farklı kombinler ile bu sezon kendinden söz ettiriyor. Abdullah Kiğili erkeği 2013 İlkbahar / Yazında belirli renkler ve kalıplar içinde sıkışıp kalmıyor. Bu yıl canlı renklerin kullanıldığı erkek modasında takım elbiseler renk değiştiriyor. 25 farklı desen ve 12 farklı renk seçeneğiyle Abdullah Kiğili erkeğine özel olarak hazırlanan takım elbiseler, mavinin tonları ile koleksiyonun en can alıcı detayları arasında yerini alıyor.



## Matraş erkeklerin vazgeçilmezi

**Yaza** stiliyle damga vururken sportmenlikten de vazgeçemeyen beyler, Matraş'ın 2013 Yaz Koleksiyonu'nda yer alan casual tasarımlardan güç alıyor. Matraş'ın sportif çizgideki ayakkabı, çanta ve aksesuarları, zevkli giyim tarzını iş yaşamından özel yaşamına taşımak isteyen erkeklerin tercihi oluyor. Deri giyimin prestij markası Matraş, yeni koleksiyonu ile iş yaşamında olduğu kadar özel yaşamında da stilini konuşturmak isteyen erkeklere güç veriyor. Sportif giyim tarzının da şık olabileceğini kanıtlayan koleksiyon, abartıdan uzak, ince bir zevkin ürünü Matraşlar'dan oluşuyor. Birbirleriyle uyumlu bir çizgiye sahip olan bu Matraşlar, sayısız kombin seçeneği sunmasıyla, güne hızlı başlamak isteyen erkeklerin yaşamını kolaylaştırıyor.



## Aradığınız her şey Silk & Cashmere'de

**Babanız** kadar güvenilir ve dayanıklı ürünleri ile Silk & Cashmere, Babalar Günü'nde babasını unutulmaz hediyelerle ile sevindirmek isteyenlerin yine ilk adresi oluyor. Silk & Cashmere giyim tarzında sade ve bir o kadar iddialı olmayı seçen babalar için ulaşılabilir lüksü; üstün kumaş dokusuyla hazırlanmış zamansız tasarımlarla sunuyor. Silk & Cashmere'in ayrıcalıklı bir stil yaratan erkek koleksiyonundan saf ipek bir gömlek, klasik çizgisinden spor giyimde de vazgeçmeyen babalar için polo yaka tişört, ya da süveter alabileceğini hediyelerden sadece bir kaçını oluşturuyor. Yazın terletmeyen, nefes alan dokusuyla alerji yapmayan Silk & Cashmere ürünleri babanıza çok yakışacak.



**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)





## Her zevke uygun jeanler Loft'ta

**Efsane** jean markası Loft, yeni sezonda jean modasının kurallarını yeniden yazıyor. Yıllardır kesimleri ile tercih edilen ve bu sezon farklı alternatifler sunan Loft jeanler, kesimleri ile her zevke hitap ediyor. Tanja modeli ile düşük bel, dar kesim, dar paça seçeneğini sunan Loft, Angelina modeli ile düşük bel dar kesim, geniş paça alternatifini jean severlerle buluşturuyor. Melissa modeli ile çizme paça özelliğini de sunan Loft, sadece düşük bel kesimlere odaklanmıyor. Marka, normal bel tercih eden jean tutkunlarına da Betty modeli ile sesleniyor.

## Gottex ile plaj şıklığı

**Dünyaca** ünlü iç giyim, mayo, plaj aksesuar ve kıyafet markalarını bünyesinde toplayan Mendo's, 2013 plaj modasına Gottex mayolarla damgasını vuruyor. Gottex, plajlarda şıklığından vazgeçemeyen kadınlara özel hazırladığı rengarenk mayo ve bikini modelleriyle yazın enerjisini plajlara taşıyor. 2013 yaz plaj modasına özel hazırlanan birbirinden çarpıcı Gottex mayo ve bikinilerle bu yaz plajlarda şıklık yarışı başlıyor. Plaj modasına yön verecek, birbirinden farklı desenlerin yaz aylarının en taze renkleriyle birleştiği koleksiyon ile bu yaz tatiliniz mükemmel geçecek.



## Mehry Mu'dan Mavi'ye çanta koleksiyonu

**Tasarladığı** çantalarla son yıllarda Türkiye'den çıkan ilk "designer bag" olarak gösterilen Mehry Mu, Mavi'ye özel bir çanta koleksiyonu hazırladı. İki farklı konseptte hazırlanan ve toplam altı parçadan oluşan koleksiyonda, Mehry Mu'nun klasikleşen Rez bag'i ve bu koleksiyona özel olarak üretilen festival çantası bulunuyor. Rez bag çantalarında lacivert, bordo ve vizon; festival çantalarında ise siyah, bordo ve mint yeşili renk alternatifleri bulunuyor. Denim detaylı Rez bag'ler, özellikle Mavi'nin Gold koleksiyonundaki jeanlerle kombinlendiğinde şık ve çarpıcı bir stil yaratıyor. Festival çantaları ise her sezon capcanlı, enerjik, festivallere koşan, yazın hafifliğini küçük çantalar içine sığdırmak isteyen Mavi kızına hitap ediyor.



## Hayaller LiaLea ile gerçekleşiyor

**4-12** yaş grubu kız çocukları için özel tasarlanan giysileriyle pek çok çocuğun hayallerindeki giysiye kavuşmasını sağlayan LiaLea, 2013 yaz koleksiyonunu Frances Hodgson Burnett'in "Gizli Bahçe" adlı çocuk kitabından hareketle hazırladı. Bu kitaptaki Mary karakterinin bir bahçeyle kurduğu ilişkiyle dostluğun, çalışmanın ve sevginin önemini anlaması, yaşadığı dönüşümler, LiaLea'nın dört gruptaki ürünlerine yansıyor. LiaLea'nın tasarımlarıyla küçük kızlar, karakterlerindeki zarif, maceracı, öğrenci ve oyuncu yönleri özgürce ifade edebiliyor.



		ARZU KAPROL				
		DAMAT   TWEEN	DERİMOD			
				IPEKYOL		
				SHISEIDO	Sportime	
					YARGICI	

## 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



## İç dünyanız Dagi ile renkleniyor



**30** yıldır Türkiye'nin önde gelen iç giyim markalarından biri olan DAGI, 2013 yaz ürünlerinde yeni sezonu açtı. Saten üzeri dantel dokuma konseptli, özel olarak yurtdışında tasarlanan kumaş, özellikle kendini özel hissetmeyi önemseyen kadınlar için düşünüldü. Siyah Fransız danteli ile şifonun bir araya geldiği takımlar, şıklığın yanı sıra rahat bir kullanım sunuyor. Pul payet işlemeli geniş ürün yelpazesıyla DAGI, kadınların aradıkları her şeyi bu koleksiyonda bulmalarını sağlıyor. Romantizmin pastel renklerine düşkün kadınlar ise somon renginde tasarlanan zarif modellerde aradıklarını bulacaklar.

## Gelinler Dore Çorap'la kusursuz

**Gelinler** Dore Çorap'la kusursuz Dore Çorap, hayatlarının en önemli 'Evet'ini söyleyecekleri düğün günlerinde tepeden tırnağa kusursuz olmayı ve sorunsuz bir gün geçirmeyi hayal eden gelinler için tasarladığı çorap serisinde şıklık ve zarafeti rahatlıkla buluşturuyor. Dantelin nostaljik havasıyla zenginleşen Dore Çorap Gelin Serisi, gelinlerin masumiyetine gizli bir cazibe katıyor. Dore Çorap Gelin Serisi'nde sadelikten hoşlanan gelinler için üstü dantelli beyaz dizüstü ve romantik bir görünüm arayanlar için dantelli file dizüstü çoraplar tasarlandı. Dizüstü modelleri tercih etmeyen gelinleri de unutmayan Dore Çorap'ta, beyaz ve krem rengi külotlu çorap alternatifleri de mevcut.



## Doğanın renkleri Journey'de

**Journey'in** capcanlı ve çarpıcı renklerle tasarlanmış bu yazın trendi çiçek desenli pantolonları, doğanın renklerini vitrinlere taşıyor. Journey'nin bu yazı damgasını vuran dar kesimli pantolonlarını, tiril tiril bluz ve gömleklerle kombinleyerek yazın trendine ayak uydurabilirsiniz. Ayrıca Journey yaz koleksiyonunda

yer alan ceketler, elbiseler, bluzlar ve etekler de göz kamaştırıyor. Koleksiyona hakim olan leopar ve marin desenlerin yanı sıra dantel ve ipek dokuların; sarı, mercan, mint yeşili, mavi gibi göz alıcı renkleri de kendine hayran bırakıyor.

## Reebok U-Form ile ayakkabınızı kişileştirin



**Spor** giyimden spor ekipmanlarına kadar spora dair aradığınız her şeyi bulabileceğiniz Intersport, spor tutkunlarına özel ürünler sunmaya devam ediyor.

Her geçen gün ürün gamını genişleterek tüketici memnuniyetini her şeyden üstün tutan Intersport, Reebok'un U-Form koleksiyonunu sporseverlerle buluşturuyor. Ayakkabı ve ayak arasındaki uyumun, sporcunun performansını arttırdığından yola çıkarak tasarlanan Reebok U-Form, özel yapısıyla ayağınızın şeklini alarak kullanıcıya benzersiz bir deneyim yaşıyor. Hem günlük hem de spor yaparken kullanabileceğiniz Reebok U-Form koleksiyonu ile ayakkabınızı kişileştirebilir, baharın enerjisini yansıtan farklı renk seçenekleriyle rahatlık ve şıklığı bir arada yaşayabilirsiniz.

*Mükemmellige Acilan Fermuar*



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



## Yatırımcıların gözü 6'ncı Bölge'de

**TİM**, üretimden istihdama, karlılıktan yeni pazarlara yönelik ayrıntıların yer aldığı eğilim anketinin 2013 yılının ilk çeyrek gerçekleştirmeleri ile ikinci çeyrek beklentileri açıklandı. Ankette ilk kez, çözüm süreci ile ilgili beklentileri ölçen sorular da yer aldı. İhracatçılar, yüzde 75.8 gibi Türkiye ortalamasının üzerinde bir oranla sürecin başarılı olacağına inanıyor. Bu oran, ilk 500 firma içinde yüzde 83.1'e çıkıyor. Önümüzdeki dönemde yurt içine yatırım yapmayı düşünen ihracatçıların ise yaklaşık yarısı yatırımlarını 6'ncı bölgede gerçekleştirmeyi planlıyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "Bölgede yatırım planlayan firmalar, yeni yatırım planlayan firmaların neredeyse yarısı. Bu firmaların yüzde 60.5'i yatırım gerekçesi olarak mevcut teşviklerin artırılmasını ve kalıcı barışın tesisi için gerekli adımların atılmasını gösteriyor" dedi. Bölgede yatırım yapmayı planlamayan firmaların yüzde



40'ının zaten yurt içinde bir yatırım planlamadığını vurgulayan Büyükekşi, "Süreç ilerledikçe bölgede yeni yatırımların artacağına inanıyorum. TİM olarak bunu artıracak çalışmalara devam edeceğiz" diye konuştu. Anket sonuçlarına göre ihracat yapılırken karşılaşılan en büyük sorun, yüzde 62'lik oranla rekabetçi fiyat sunamama. İhracatçı-

ların genel anlamda karşılaştıkları sorun ise yine aynı oranla enerji maliyetleri. Bu sorunu yüzde 51 ile döviz kurları takip ediyor. İhracatçıların yüzde 45 gibi bir oranla, finansman maliyeti sorunu yaşadıklarını da söyleyen Büyükekşi, reeskont kredilerinde vadenin bir yıla uzatılması için gerekli yasanın hızla çıkmasını istediklerini ifade etti.

## Renklerde parlaklık modası

**Gelecek** sezon trendlerini Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne sunmayı gelenek haline getiren Cotton Council International ve Cotton Incorporated, 2 Mayıs tarihinde modayı yakından takip edenleri İstanbul Courtyard By Marriott Otel'de bir araya getirdi. İlgili sektörlerden 125'i aşkın kişi Sonbahar / Kış 2014-15 sezonunun kumaş, renk ve silüet trendlerini yakından görme fırsatı elde etti. Sonbahar / Kış 2014-15 sezonu için belirlenen trendlerde heyecanın cesaret ile bir araya gelişinden, dünyanın ve insanlığın çok boyutlu oluşundan, düşüncenin yaratıcılığa etkisinden, keşiflerde karşılaşılan tesadüflerden ve insanların gizli eğilimlerinden ilham alındığı temalar ön plana çıktı. Gelecek sezonda doğa ve ruhun bir araya gelişinden ortaya çıkan trendler cezbedici ve göz alıcı bir izlenim yaratıyor. Kutsal mekanlar, paylaşmak, yer altı, doğaçlama ve ekstrem başlıklı temalar da konuşulan gelecek sezonun modası, renk ve trend açısından değerlendirildi. Kutsal mekanlar paleti,

yükselen yaratıcılık ve düşünce için enerji kaynağı olan bireysel meraklara açılan kapı oluyor. Cesaretin ön plana çıktığı temada, geçmişten faydalanmak yerine, güven ve yenilikçilik belirginlik gösteriyor. Paylaşmak temasında, özgüvenli ve özenli bireylere saygı gösteren idealistik bir renk hikayesi oluşturuluyor. Kan portakalı, yoğun lacivertler

ve gün batımı renkleri ön plana çıkıyor. Yer altı temasında toprak tonları, harmonik nötr renkler, inci ve kızılımsı kahvenin nazik ve sofistike parlaklıları ile karışıyor. Doğaçlama teması, serin aqua mavileri sıcak sarılar ve zengin bordo renkleri ile yan yana sıralanmış. Ekstrem temasında, klasik lacivert, gri ve beyaz renkleri giysilerde göz dolduruyor.





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

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

**NYLON 6**

**PAMUK**

**POLYESTER**



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



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



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



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

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

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



## İTKİB'den Polonya'ya ziyaret

Ülkemiz ihracatına katkı sağlamak üzere kurumsal işbirliğinin önemine inanan İTKİB, yabancı ülkelerdeki muhatap kuruluşlarla görüşerek çeşitli temaslarda bulunmaya devam ediyor. İTKİB temsil ettiği sektörler için "hedef ülke" olarak belirlenen ülkelerdeki muhataplarının tespitine başlamıştı. Bu çerçevede o ülkelerdeki

Türk resmi temsilciliklerinin de desteği ile önemli bir aşama kaydetti. Bu kapsamda, geçtiğimiz aylarda İTKİB'i ziyaret eden Polonya Lodz Bölgesel Ticaret Odası temsilcileriyle yapılan görüşmede; her iki ülkede ortak faaliyetler düzenlenmesine ilişkin varılan mutabakat çerçevesinde, işbirliği konularını tespit etmek üzere İTKİB

Genel Sekreteri Cumhuri İŞbırakmaz, 20 Mayıs tarihinde Lodz'a bir ziyaret gerçekleştirdi. Cumhuri İŞbırakmaz, Varşova Ticaret Başmüşaviri Koray Akgüloğlu'nun da bulunduğu ziyaret sırasında, Ticaret Odası yetkilileriyle muhtemel bir protokol imzalanması için ön görüşmelerde bulundu. İŞbırakmaz ayrıca Doğu Avrupa'nın en büyük tekstil ve hazır giyim toptancı merkezi "PTAK Merkezi" yöneticileriyle toplantı yaptı. Oldukça yoğun geçen ziyaret programında; "Lodz Moda Akademisi" ve "Lodz Kongre ve Fuar Merkezi" temsilcileriyle de bir araya gelindi. Son olarak en büyük tekstil ithalatçısı firmalardan Textilimpex firmasıyla görüşme yapıldı.



## Trikocular "TRİKONFEX"te buluşuyor

Akort Fuarçılık tarafından Gaziantep Sanayi Odası ve Gaziantep Trikocular ve Çorapçılar Odası işbirliği ile düzenlenen TRİKONFEX 3'üncü Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri Fuarı, 22-25 Ağustos 2013 tarihleri arasında Gaziantep Ortadoğu Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek. İlerleyen yıllarda sektörün en kapsamlı ve etkili buluşması noktalarından birisi haline geleceğine inanılan TRİKONFEX, yeni pazar arayışları içinde bulunan üreticilere cazip fırsatlar sunuyor. Türkiye'nin Ortadoğu'ya açılan kapısı Gaziantep'te

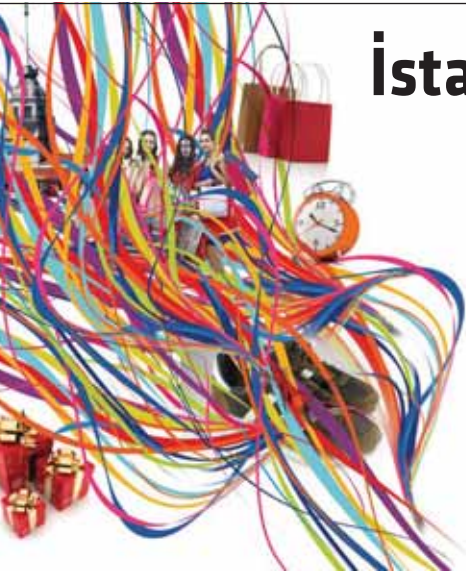
üçüncü kez düzenlenecek olan fuarda, triko ürünlerinden konfeksiyon ürünlerine, iplikten lazer kesim ve dijital baskı makinelerine, triko iplik makinelerinden dokuma makinelerine, triko örme sistemlerinden trikotaj bilgisayar sistem ve programlarına, konfeksiyon boya ve yardımcı kimyasallarından mesleki yayınlara varıncaya kadar çok geniş bir yelpazede ürün ve teknoloji sergilenecek. TRİKONFEX fuarını başta Ortadoğu olmak üzere Doğu Avrupa, Balkanlar ve Kafkasya'dan çok sayıda ilgilinin ziyaret edeceği öngörülmüyor.



## İstanbul Shopping Fest için start veriliyor

**Perakende** sektöründe ciroları yüzde 50'ye varan oranlarda artıran İstanbul Shopping Fest (İSF), 8-30 Haziran'da 3'üncü kez düzenlenecek. Her yıl yabancı turistlerin İstanbul'a akın etmesine neden olan festivalin yurt dışı tanıtım turlarına Azerbaycan'ın başkenti Bakü'den başlandı. İSF İcra Kurulu Başkanı Vahap Küçük Azeriler'e, "Haziran'da sizi İstanbul'da gözleyirik" diye seslendi. Tanıtım heyetinin rotasında Katar, Dubai, Sofya ve Moskova da var. Geçen yıl 21 gün süren ve 7.5 milyar lira elde edilen festivalden bu yıl 23 günde

8.5 milyar TL gelir bekleniyor. İstanbul Shopping Fest İcra Kurulu Başkanı Vahap Küçük, geçen yıl festival döneminde İstanbul'a gelen Azeri turist sayısının bir önceki yıla göre yüzde 35 arttığını belirterek, "Bu nedenle turumuza Bakü'den başladık" dedi. Bu yıl da yabancı turistlerden festivale büyük ilgi beklediklerini dile getiren Küçük, "Yabancıların festivaldeki harcamasının bu yıl yüzde 25 artarak 500 milyon liraya ulaşacağını tahmin ediyoruz" diye konuştu.







**ITM Texpo**  
**2013 Eurasia 2013**  
CIVIL ENGINEERING

29 Mayıs - 1 Haziran 2013

**SALON : 12**  
**STAND : 1205/A**

## STOLL, BİLDİĞİMİZ TEK YOL; DAİMA İLERİ.

140 yıldır en büyük amacımız, makinelerimizi sürekli geliştirerek ihtiyaçlarınızı karşılayacak noktalara getirip siz müşterilerimizi rekabetinizde bir adım daha ileriye taşımaktır. Sayısız teknolojik yeniliklerimiz bizi dünya pazarında lider yapmıştır. Vizyonel mekik teknoloji ile en yeni makine jenerasyonumuz CMS ADF-3, örme dünyası için hayal edilemez boyutların ve yaratıcılık özgürlüğünün kapılarını açıyor. Çok esnek yapıdaki MIplus® desen yazılımımız her çeşit deseninizin en verimli şekillerde hazırlanmasına yardımcı oluyor. Yaratıcı ve ilham verici koleksiyonlarımız, yılda iki defa dünya moda endüstrisine esin kaynağı olmaya devam etmektedir. "Knit Ahead" - İleriye Örün sadece bir vizyon değil, aynı zamanda her geçen gün daha iyi olma yolunda çalışmamız için bizi heyecanlandıran bir slogandır. Eğer siz de güvenilir ve size en iyi çözümleri sunacak bir teknik partner arıyorsanız, bizi ziyaret ediniz [www.STOLL.com](http://www.STOLL.com) veya [www.mayermumessillik.com.tr](http://www.mayermumessillik.com.tr)

**STOLL**  
KNIT AHEAD



İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, HAZIR GİYİM İHRACATININ 2023 HEDEFİNİN 60 MİLYAR DOLARA YÜKSELTİLDİĞİNİ BELİRTEREK, “RUSYA, İRAN, SURİYE, FAS, ÇİN, MEKSİKA, ABD GİBİ HEDEF SEÇTİĞİMİZ ÜLKELERDEKİ PAZAR PAYLARIMIZI DA ARTTIRMAYI ÖNGÖRÜYORUZ” DEDİ.



# HAZIR GİYİMCİLER HEDEF BÜYÜTTÜ

**Türkiye** İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) hayata geçirdiği “TİMAKADEMİ 2023”ün hazır giyim ve deri sektörünü işlediği ilk sempozyumun açılışında konuşan İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı (İHKİB) Hikmet Tanrıverdi, 2023'te 30 milyar dolar markalı ihracat öngördüklerini söyledi. Tanrıverdi, 52 milyar dolar olan 2023 yılı hazır giyim ihracat hedefinin 60 milyar dolara yükseltildiğini belirterek, “Rusya, İran, Suriye, Fas, Ürdün, Çin, Meksika, ABD gibi hedef seçtiğimiz ülkelerdeki pazar paylarımızı da arttırmayı öngörüyoruz” dedi.

## İstikrarla artan ihracat hedefi

Sektörün 2013 yılında 17 milyar 350 milyon dolarlık ihracatı yapmayı öngördüklerini söyleyen Tanrıverdi, 2014'de bu rakamı 20, 2019'da 34, 2023 yılında ise 60 milyar dolara çıkarmayı planladıklarını anlattı. Tanrıverdi, sözlerini şöyle sürdürdü: “2012'de Türkiye, dünya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından yüzde 3.5 pay aldı. Bu payla dünyada 6'ncı büyük tedarikçi ülke konumundayız. Belirlediğimiz

hedefler doğrultusunda, payımızı yüzde 4.2'ye yükseltmeyi arzuluyoruz.60 milyar dolarlık hedefin 30 milyar dolarlık kısmının moda-marka ve tasarım odaklı ürünler ile katma değerli ihracatın artırılması yoluyla, diğer 30 milyar dolarlık kısmın ise 'organizatör ülke' rolüyle ticari katma değer yaratmak suretiyle elde edilmesini öngörüyoruz. Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatı içindeki payının 2023 yılında yüzde 12'ye yükselmesini hedefliyoruz.”

## Hammaddemiz olan deriyi üretemiyoruz

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları (İDMİB) Birliği Başkanı Lemi Tolunay ise 500 milyar dolarlık 2023 ihracat hedefi içinde deri sektörünün 5.2 milyar dolarlık pay almayı hedeflediğini vurguladı. 210 milyar dolarlık dünya deri ticaretinde Türkiye'nin butik bir ülke kadar pay alabildiğine değinen Tolunay, “Geçtiğimiz yıl 1.6 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Ancak bu sayı yalnızca resmi kayıt. Yolcu ve kargo yoluyla yurt dışına çıkan deri ürünleriyle birlikte 4 milyar doları yakalayabiliyoruz” dedi. Tolunay, konuşma-

sında sektörün kendi hammaddesi olan deri üretilmediğine dikkat çekerek, deri sanayinin hayvan yetiştirme stratejisinin arkasında durması gerektiğini sözlerine ekledi.



**İDMİB Başkanı Lemi Tolunay,**  
“500 milyar dolarlık 2023 ihracat hedefi içinde deri sektörünün almayı hedeflediği pay 5.2 milyar dolar.”

AFADUGME

444 20 61

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

äFä  
fermuar / düğme







# TEKSTİLCİLER TECHTEXTİL'E İTHİB'LE UZANIYOR

TECHTEXTİL VE TEXPROCESS FUARLARI İKİNCİ KEZ EŞ ZAMANLI OLARAK 10-13 HAZİRAN 2013 TARİHLERİNDE FRANKFURT'TA ORGANİZE EDİLECEK. TECHTEXTİL FUARI'NA, YILLARDIR İNFO STAND İLE KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, BU YIL İLK DEFA MİLLİ KATILIM DÜZENLEYECEK.

**Techtextil** Uluslararası Teknik Tekstil ve Nonwoven Ürünleri Fuarı ve Texprocess Uluslararası Tekstil ve Esnek Malzeme Ürünleri İşleme Fuarı ikinci kez eş zamanlı olarak 10-13 Haziran 2013 tarihlerinde Almanya'nın Frankfurt şehrinde kapılarını ziyaretçilerine açacak. İki yılda bir gerçekleştirilen Techtextil Fuarı 15'inci kez dünyanın bir çok yerinden gelen alıcı ve satıcıları bir araya getirecek. Fuarda, dokunmamış "nonwoven" kumaşlar, iplik ve elyaflar, sanayide kullanılan kumaşlar, ısı, yıpranma ve suya dayanıklı kumaşlar, özel amaçlı döşeme/kaplama kumaşları, spor ürünlerine yönelik kumaşlar, boyama

ve işleme kimyasalları gibi çok çeşitli ürün grupları sergilenecek. Türkiye'de ve sektöründe, üniversitelerle işbirliği içindeki projelerle her geçen gün önemini artıran ve ihracatçılara yeni pazar imkanları sunan teknik tekstiller konusunda en kapsamlı fuar konumundaki Techtextil Fuarı'na, yıllardır info stand ile katılım gerçekleştiren İTHİB, bu yıl ilk defa milli katılım düzenleyecek. İTHİB patronajında katılım sağlayacak 11 firma ürünlerini üç ayrı salonda, 236 metrekairelik bir alanda sergileyecek. Ekoten, Kipaş, Öztekt Tekstil, Aksa, Onse Yalıtım, Tepar, Karsu, Hakteks, Texpin, Ağteks firmalarının İTHİB bünyesinde katılacağı fuarda, İTKİB İTA Ar-Ge merkezi de standı ile yer alacak. Fuar tanıtım çalışmalarına aylar öncesinden başlayan İTHİB, ayrıca bir info stand ile fuarda yerini alarak, bünyesinde etkinliği katılan firmalara destek sağlayacak. Üç ayrı salonda ışıklı tanıtım panoları kiralayan İTHİB, fuarın resmi gazetesinde tam sayfalık ilan vererek ve içinde katılımcı firmaların detaylı bilgilerinin yer aldığı bir katalog bastırarak tanıtım çalışmalarını sürdürüyor. Toplam 3 salonda, 11 farklı ürün grubunun yer alacağı fuarı 25 bin kişinin ziyaret etmesi bekleniyor. Fuarla eşzamanlı olarak

sektördeki yenilik, trend ve çözümlerle ilgili de çeşitli seminerler organize edilecek.

## Tekstil yeniliklerle büyüyor

Techtextil Frankfurt fuarı ile eş zamanlı olarak Frankfurt'ta organize edilecek Texprocess Uluslararası Tekstil ve Esnek Malzeme Ürünleri İşleme Fuarı" Messe Frankfurt Exhibition GmbH tarafından organize ediliyor. Tüm dünyadan sektörünün öncülerini buluşturacak fuar, hazır giyim, imalat ve uluslararası tekstil işleme sektörü için gelecek odaklı yenilikler sunacak. Yüksek teknolojik çözüm önerileri sunan Texprocess Fuarı, ve Techtextil Fuarı 2013 yılında yaklaşık 40 ülkeden 17 bin ziyaretçiyi ağırlayacak. Geniş bir katılımcı ve ziyaretçi portföyüne sahip olan Techtextil fuarının 2011 döneminde 49 ülkeden 1.226 katılımcı ve 24 bin 915 ziyaretçiyi ağırlamış olup aynı dönemde Türkiye'den 34 firma fuara katılmış bulunuyor. 2011 yılına göre Almanya, İtalya, Hindistan ve Türkiye'den katılacak firmaların sayısında artış gözlenirken, milli katılım sağlayacak ülkeler listesine de yenileri eklendi.

# 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





HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNE NİTELİKLERİ ÖLÇÜLEN YETERLİLİĞE SAHİP İŞ GÜCÜ KAZANDIRMAK İÇİN “İHKİB HAZIRGIYIM SERTİFİKASYON MERKEZİ”Nİ 7 HAZİRAN’DA AÇMAYA HAZIRLANAN İHKİB, BÖYLECE BİR İLKE DAHA İMZA ATIYOR.



# İHKİB HSM'YE SAYILI GÜNLER KALDI

**Günümüzde** Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler, aynı zamanda üretici, ihracatçı ve ithalatçı olabiliyor. Bu etkiye, istihdama yönelik AB destekli projelerin sonuçları da eklendiğinde, nitelikli iş gücü ile kalitesi tescilli, sosyal sorumluluk kuralları çerçevesinde üretilmiş, rekabet gücü yüksek mal ve hizmetlerin üretilmesi de kaçınılmaz bir hal alıyor.

Diğer taraftan istihdama yönelik projeler birçok ülkeye olduğu gibi Türkiye'ye de uluslararası rekabet edebilirlik anlamında yeni kulvarlar açıyor. Tekstil ve hazır giyim sektörüne katkı sağlayacak her türlü çalışmayı başlatmakta tereddüt etmeyen İHKİB ise önümüzdeki günlerde faaliyete geçireceği Hazırgiyim Sertifikasyon Merkezi ile istihdama yönelik önemli bir adım atmaya hazırlanıyor.

İHKİB Hazırgiyim Sertifikasyon Merkezi (İHKİB HSM) Türkiye'de hazır giyim sektörüne yönelik ulusal ve uluslararası meslek standartlarını temel alarak ulusal mesleki yeterliliklere dayalı sınav ve belgelendirme sistemi aracılığı ile “Mesleki Yeterlilik Belgesi” düzenleyen merkez olacak. İHKİB HSM, Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) tarafından akredite edilerek, Mesleki Yeterlilik Kurumu'nca (MYK) belgelendirme kuruluşu olarak yetkilendirilerek çalışmalarına 7 Haziran 2013'de başlayacak. Hazır giyim sektöründe iş piyasası ihtiyaçlarına uygun belgeli iş gücü istihdamını kalite güvencesi altına alacak olan İHKİB HSM böylece sektörün nitelikli personelle buluşma noktası olacak. Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından ortak fonlanan, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı otoritesi altında, MYK koordinasyonunda İHKİB tarafından yürütülen “Katma Değer ve İstihdam Odaklı Belgeli İş Gücü Seferber-

liği” projesi ile yapılandırılan İHKİB HSM, hazır giyimde iş gücü seferberliğinin de güzel bir örneği olacak.

## HSM, AB standartlarında olacak

7 Haziran'da sektöre yeni bir ivme kazandıracak olan, İHKİB HSM bireylerin belirli bir işe uygun olup olmadığını tespit etmeye yönelik olarak tasarlanmış mesleki inceleme-değerlendirme yöntemine dayalı olarak “Mesleki Yeterlilik Belgesi” düzenlemeye başlayacak. Böylece, Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi'ne uyum kabiliyetimiz arttığı gibi, hazır giyim alanında akredite Sertifikasyon Merkezi vasıtasıyla aynı mesleki beceri ve yeterliğe sahip bireylere aynı tip sertifika verilmesi sağlanarak, yeterliklerin belgelenmesi alanında standart bir sistem de kurulmuş olacak. İHKİB tarafından yetkinliği belgelenmiş iş gücü ile Türkiye hazır giyim sektörünün, yeni başarılarına imza atması bekleniyor.

# Söylediklerinizi dikkate aldık; size şimdi „sizin“ baskı makinenizi sunuyoruz: **Kappa 180 V2**



Endüstriyel mürekkep püskürtme uygulamaları uzmanı Durst, yeni Kappa 180 V2 ürününü gururla sunar:

- Simetrik baskı özellikli eşsiz V2 Baskı Başlığı Teknolojisi - renk şeritleri oluşmaz
- İdeal substrat gerilim kontrolü için Kafes Rulolu Corino Besleme Ünitesi
- Keskin hatları ve pürüzsüz geçişleri garantileyen 1000 dpi yüksek Hız Baskı
- Triko için optimize edilmiş güçlü V2 Kappa Kurutucu
- Sürdürülebilir üretim için GOTS sertifikalı yeni Reaktif Mürekkep Sistemi

Tekstil baskı konusunda uzman işletmelerin başarısı için Durst Kappa 180 V2 yüksek performans, yüksek kalite ve „yeşil“ teknoloji sunar.

Kappa 180 hakkında daha fazla bilgi veya bir sunum talep etmek için lütfen [www.durst-online.com](http://www.durst-online.com) adresini ziyaret edin.

**Durst.** Sanayi tipi mürekkep püskürtme uzmanı



Sertifikalandırma:  
Control Union Certifications  
Lisans numarası C 827188-01.2013



**durst**





TEKSTİL SEKTÖRÜ, 29 MAYIS- 1 HAZİRAN TARİHLERİ ARASINDA İSTANBUL TÜYAP'TA DÜZENLENECEK "10. ULUSLARARASI İSTANBUL İPLİK FUARI" NDA BULUŞACAK.

## FUAR

22



# İPLİK SEKTÖRÜNÜN BULUŞMA NOKTASI İSTANBUL

**Türk** iplik sektörü, önemli üreticilerin katılımı ile düzenlenecek 10. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı'nda yer almaya hazırlanıyor. Fuar, 29 Mayıs – 1 Haziran 2013 tarihleri arasında Tüyap'ta 12 ülkeden 150'nin üzerinde katılımcı ile gerçekleştirilecek. Bu yıl 10'uncusu düzenlenen Uluslararası İstanbul İplik Fuarı, iplik sektörünün önemli bir ticari etkinliği olarak göze çarpıyor. Sektörün ihracat hedeflerine önemli katkılar sağlayan fuar kapsamında ziyaretçiler; pamuk, viskon, akrilik, yün, polyester, polipropilen, polyamid, filament, keten, ipek gibi tekstil ve hazır giyim sektörlerinde kullanılan iplik türlerine ait tüm ürün, hizmet ve teknolojileri bir arada bulabilecekler. 2014-2015 modasına

yön verecek ürünlerin yanı sıra, dünya hazır giyim ve moda sektörünün son 10 yılına damgasını vuran ekolojik ürünler 10.Uluslararası İstanbul İplik Fuarı'nda da yer alıyor. Bambu ve soya elyafından yapılan ipliklerden, organik ipliklere; geri dönüşüm ile elde edilen renjener ipliklerden, zararlı kimyasallardan arınmış proseslerle üretilen ipliklere kadar geniş bir ekolojik ürün yelpazesi ziyaretçilerin beğenisine sunuluyor.

### Yeni pazarlar için önemli bir platform

2012 yılında, eş zamanlı düzenlenen ITM Texpo Eurasia 2012 ve Hightex2012 Fuarları ile birlikte 78 ülkeden 37 bin 747 ziyaretçi

ağırlayan 9.Uluslararası İstanbul İplik Fuarı, yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından yoğun bir ilgiyle takip edilmişti. Dünyanın en büyük 5 pamuk üreticisi ülkenin yer aldığı Avrasya Bölgesi'nde, sektör için yeni ihracat fırsatları yaratması hedeflenen fuara, tekstil ve hazır giyim sektörlerinden büyük bir katılımın olması bekleniyor. Fuara başta Orta Doğu ülkeleri ağırlıklı olmak üzere, Balkan ve Afrika ülkelerinden ve Türkiye'den çok sayıda ziyaretçi bekleniyor. Yeni pazarlara ulaşmak için önemli bir pazarlama platformu niteliği taşıyan fuar, dünya tekstil piyasasında Türkiye'nin üretim gücünü, kapasitesini, tecrübesini, bilgi birikimini, nitelikli insan gücünü yeni hedef kitlelere ulaştırmada önemli bir rol üstleniyor.



# 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



## SEMİNER



HALIÇ ÜNİVERSİTESİ TARAFINDAN 10 MAYIS'TA GERÇEKLEŞTİRİLEN, TEKSTİL VE MODADA MARKALAŞMANIN ÖNEMİNE DİKKAT ÇEKEN, "KARİYER GÜNLERİ" NİN BU YILKI KONUKLARI ARASINDA İHKİB EĞİTİM VAKFI GENEL SEKRETERİ METE LEVENT SERDENGEÇTİ DE YER ALDI.

# İHKİB, "KARİYER GÜNLERİ"NE KONUK OLDU

**Çok** sayıda öğrenci ve öğretim üyesinin katıldığı, bire bir ve toplu sohbetlerin gerçekleştirildiği Haliç Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen "Kariyer Günleri" etkinliğinde tekstil ve moda bölümü öğrencilerinin merak ettiği konular masaya yatırıldı. Seminerde konuşmacı olarak yer alan İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri ve Öğretim Görevlisi Mete Levent Serdengeçti, "Tekstil ve Modada Markalaşmanın Önemi ve Yetkinlik" başlıklı sunumu ile gençlerin karşına çıktı. "Tekstil ve Modada Markalaşmanın Önemi ve Yetkinlik" isimli sunum, "Dış Ticaretin Organizasyonu", "Tekstil ve Moda Kavramları" ve "Tekstil ve Modada Yetkinlik" olmak üzere üç ayrı bölümde katılımcılara aktarıldı. Sunumunda ihracatçı birliklerinin genel yapısına da değinen Serdengeçti, İTKİB, İHKİB ve İHKİB Eğitim Vakfı'nın organizasyonu, misyon ve vizyonu ile ulusal ekonomi için önemi konusunda da ayrıntılı bilgiler aktardı. Dış ticaret ve özellikle ihracatın önemi, ihracat artışında ve katma değer artışında markalaşmanın önemi ile tekstil ve modada yetkinlik konularını interaktif bir ortamda ele alan İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri

Serdengeçti, markanın unsurları ile markalaşma yönetimi konusunda da ayrıntılı bilgiler sundu.

## "İhracatçı birlikleri ticareti geliştiriyor"

Serdengeçti, etkinlikte öğrencilerin moda, marka, dış ticaret, girişimciliğin koşulları, ihracatçı birliklerinin yapısı ve görevleri, iş bulmak veya kurmak için izlenecek etkili yöntemler gibi konulardaki sorularını cevapladı. Sohbetler sonrasında Serdengeçti tarafından "Tekstil ve Modada Markalaşmanın Önemi ve Yetkinlik" konulu bir seminer verildi. Serdengeçti, ihracatçı birliklerinin 1937 yılından bu yana Türkiye'nin çeşitli illerinde bazı sektörlerde hizmet verdiğini belirtti. Türkiye'de 24 ayrı sektörde faaliyet gösteren 61 ihracatçı birliğinin olduğu bilgisini veren Serdengeçti, "Bu 61 birlik çeşitli illerde yer alan 13 genel sekreterlik halinde örgütlendi" dedi. Serdengeçti, ihracatçı birliklerinin amacını ise şöyle sıraladı: "İstihgal sahası içerisindeki sektörlerde Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırmak, ihracat performansını yükseltmek ve uluslararası ticari faaliyetlerinde üyelerine yardımcı olarak ikili

ve çok taraflı ticari ilişkilerin geliştirilmesine katkıda bulunmak". Birliklerin amaçlarına ulaşmak için çok sayıda görev ve faaliyet icra ettiğinin altını çizen Serdengeçti, birliklerin ticareti geliştirme faaliyetleri, istatistik kayıtları, ekonomik araştırmalar ve raporlama, halkla ilişkiler faaliyetleri, eğitim faaliyetleri, danışmanlık hizmetleri, koordinasyon faaliyetleri, yayın faaliyetleri, dahilde işleme rejimi ve ihracatın desteklenmesi konusunda hizmet ve görevlerinin bulunduğunu söyledi. Seminerde, İHKİB Eğitim Vakfı hakkında bilgi veren Serdengeçti sözlerine şöyle devam etti: "Vakıf, sosyal sorumluluk ve ulusal değerlerinin bilincinde kurum, kuruluş ve sanayicilerin katkısı ve katılımıyla mesleki eğitimi geliştirmek ve yaygınlaştırmak için destek amacıyla 1998 yılında kuruldu. Vakfın amacı: hazır giyim, konfeksiyon ve tekstil sektöründe mevcut eğitimli insan gücü ihtiyacını karşılamak, desteklemek ve bu sektörlerde dünya standartlarında yetişmiş insan gücü kazandırmak, sektörde modern teknolojileri geliştirmek amaçlarına yönelik olarak lise, meslek lisesi ve benzeri örgün ve yaygın öğretim kurumları ile üniversite, fakülte, meslek yüksekokulu, enstitü ve benzeri yükseköğretim kurumları kurmak."

Sektörün tek fuarı!

# trikonfeX

3.TRİKO, TRİKO İPLİĞİ, KONFEKSİYON VE  
TEKNOLOJİLERİ FUARI

3.TRICOT, TRICOT YARN, CLOTHING AND TECHNOLOGIES FAIR

22-25 AĞUSTOS/AUGUST 2013

Ziyaret Saatleri/Visiting Hours: 10.00-19.00

Düzenleyen / Organizer



www.akort.com  
Tel: +90342.2200877



Ortadoğu Fuar Merkezi  
Fair Ground

GAZİANTEP / TÜRKİYE



# GAP SHOES 2013

17.Uluslararası Ayakkabı, Terlik, Saraciyeye ve Yan Sanayi Kış Fuarı

17. International Footwear, Slipper, Saddlery and Footwear Industry Suppliers Winter Fair

04-07 TEMMUZ/JULY 2013

Ziyaret Saatleri/Visiting Hours: 10.00-19.00

Düzenleyen / Organizer



www.akort.com  
Tel: +90342.2200877



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



“TÜRK ÜRÜNLERİNİ YURT DIŞINDA TEMSİL EDECEK” KAVRAM VE LOGO OLUŞTURMAK AMACIYLA TİM TARAFINDAN BAŞLATILAN ÇALIŞMALAR KAPSAMINDA TÜRKİYE’NİN ÖNDE GELEN İSİMLERİ “2023 HEDEFİ YOLUNDA TÜRKİYE MARKASI ÇALIŞTAYI”NDA BİR ARAYA GELDİ.



# LİDERLER “TÜRKİYE MARKASI” İÇİN BULUŞTU

Türkiye'nin önde gelen isimleri “2023 Hedefi Yolunda Türkiye Markası Çalıştayı” programı için 20 Nisan günü Sapanca'da bir araya geldi. Tüm dünyaya ihraç edilen Türk mallarının imajını ve Türkiye'nin yurt dışında temsilini güçlendirmeyi hedefleyen logo ve sloganı ortaya çıkarmak üzere görevlendirilen Londra Merkezli Saffron Brand Consultant'ın bugüne kadar yaptığı mülakatların sonuçlarının da aktarıldığı çalıştaya Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın yanı sıra, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Başkanı Nail Olpak, Tüm Sanayici ve İş Adamları Derneği (TÜMSİAD) Başkanı Hasan Sert, Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı, Hedef Alliance Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ethem Sancak, iletişim uzmanları, akademisyenler ve gazeteciler de katıldı.

## “Ortak bir söylemde birleşmeliyiz”

Sapanca Richmond Nua Hotel'de düzenlenen Çalıştay'ın açılışında konuşan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan da konuşmasında “Dünyada Türk malının girmediği pazar bırakmayacağız.

2023'de 500 milyar dolar ihracat yapmayı planlıyoruz, bu hedefe ürünlerimizin kalitesini, tasarımını ve marka değerimizi artırarak geleceğiz. Ar-Ge'ye GSMH'mızın yüzde 3'ünü ayıracağız, yani 60 milyar dolarlık bir kaynaktan söz ediyoruz. Tasarım ve markalaşma çalışmalarına da büyük destek veriyoruz. TİM'in başlattığı çalışmayı kutluyorum. Kurumsal sovenizmi bırakalım, ortak bir marka, logo ve slogan oluşturalım, hepimiz T.C. Devleti çevresinde toplanalım” diye konuştu. Çağlayan, yaptığı konuşmada; Türkiye'nin 2023 ve sonrası hedeflerine ulaşması için olmazsa olmazının tasarım ve marka olduğunu, bu iki alanda sıçrama yapılamadığı takdirde büyük ihracatçı ve büyük ekonomi olma hedefinin unutulması gerektiğini söyledi. Dünyada marka olabilmenin sırrının Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşma olduğunu belirten Çağlayan, şöyle devam etti: “Bakanlık olarak bütün bu alanları çok önemsiyoruz. Yatırım-üretim-ihracat değer zincirinin tüm halkalarına yönelik oluşturduğumuz teşvik sistematiğimizi, bu hassasiyetlerimizi yansıtacak şekilde kurguladık ve uyguluyoruz. İşte Turquality bunun en iyi örneği.”

TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi, Türkiye'nin son 10 yıldaki gelişmesinin yurt dışında yeterince yansıtılmadığını belirterek, “Made in Turkey ifadesinin bugün için ne anlam ifade ettiğini, gelecekte ise neleri kapsamı gerektiğini bugün çok doğru analiz etmeliyiz. Türkiye bugün ulaştığı noktada üretim kalitesinde, tasarımda, yeni ürünler geliştirmekte, markalaşmada büyük bir atılım içerisinde. Şimdi bu atılımı, prestij sağlayan dünya markalarına sahip güçlü bir Türkiye ile liderliğe dönüştürmenin vakti. Başbakanlık, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, ihracatçılar ve çeşitli Sivil Toplum Kuruluşları ortak bir söylemde birleşerek bu imajı yükseltmeli” diye konuştu. Hedefe doğru ve emin adımlarla ilerlediklerine dikkat çeken Büyükekçi şunları söyledi: “İhracatımızı her geçen yıl büyütürken, yeni pazarlara giriyoruz. Artık üretirken daha fazla tasarım ve marka odaklı düşünüyoruz. Bunun sonucunda da katma değeri yüksek ürünlere doğru yönelmeye başladık. Tasarımı ve inovasyonu teşvik etmek, bizim en büyük önceliğimiz.”



# Tasarımcıların Vazgeçilmezi: Yağsız Hava

Tasarımcılar, çizimlerini sadece en iyi kaliteyi sunan dokumacılara emanet etmek isterler. Çünkü, sofistike renk ve desenlerde, kaliteli kumaş üretmek bir sanattır.

Bu bilinçle siz de; fark yaratan, kalite ve verimlilik sunan %100 yağsız hava teknolojisini seçersiniz.

Tekstil sektörünü; enerji verimliliği sağlayan, %100 yağsız havayla buluşturan ilk marka olan Atlas Copco; gelecekte de, ürettiğiniz kumaşlarla tasarımcıların vazgeçilmezi olmanızı sağlamak ve sürdürülebilir kılmak için çalışmaya devam edecektir.

Daha Fazla bilgi için: [www.classzero.com](http://www.classzero.com)

Atlas Copco'yu sosyal medyada takip edin: [www.kompresorgunlugu.com](http://www.kompresorgunlugu.com)



*Sustainable Productivity*

**Atlas Copco**



TÜSİAD GERÇEKLEŞTİRDİĞİ, “TRANSATLANTİK TİCARET VE YATIRIM ORTAKLIĞI VE TÜRKİYE EKONOMİLERİNE ETKİLERİ” ADLI KONFERANSLA ANLAŞMASI’NIN MUHTEMEL ETKİLERİNİ SEKTÖR TEMSİLCİLERİ İLE BİRARAYA GELEREK MASAYA YATIRDI.



## ABD-AB STA’SINDA TÜRKİYE YAKIN TAKİPTE

**TÜSİAD’ın** düzenlediği ve son günlerin en önemli gündem maddesini oluşturan “Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTYO) ve Türkiye ekonomilerine etkileri” adlı konferans 6 Mayıs tarihinde gerçekleşti. İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz’ın konuşmacı olarak katıldığı konferansta, ABD ile AB arasında müzakere süreci gündemde olan TTYO Anlaşması’nın muhtemel etkileri üzerinde durularak, önemli sektörler açısından yeni oluşumun Türkiye’nin ticaretine yansımaları tartışıldı. Konuşmasında ABD ve Türkiye arasında tercihli bir ticaret anlaşması oluşturulması yönünde geçmişte yapılan çalışmaları ve bu konuda TÜSİAD ve diğer ilgili iş çevreleri tarafından yürütülen lobi faaliyetlerine değinen TÜSİAD Genel Sekreteri Ali Yavan, özel sektör örgütlerinin bu yeni süreçte de aktif bir şekilde üzerine düşeni yapmaya hazır olduğunu söyledi.

Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Cemalettin Damlacı, söz konusu anlaşmanın imzalanmasıyla dünya ticaret kurallarının yeniden şekilleneceğini vurgulayarak, anlaşma netleşmeden yapılacak tespitler için henüz çok erken olacağını ifade etti. Damlacı, yapılan ilk değerlendirmelerde, Türkiye’nin bu anlaşmaya dahil olması halinde ihracat artışı anlamında öne çıkan sektörlerin başında tekstil ve konfeksiyon ürünleriyle makine ve aksamları ile taşıt araçlarını gösterdiği-

ni belirtti. Türkiye’nin bu sürece dahil olmaması durumunun sıkıntı yaratacağını ifade eden Damlacı, özellikle ABD menşeli ürünlerin Türkiye’ye aleyhine ticaret sapması yaratarak, Türkiye’nin AB ile oluşturduğu Gümrük Birliği’nin düzgün işleyişini tehdit edecek boyutlara ulaşabileceğini hatırlattı. Damlacı, bu süreç içinde kamu ve özel sektörün ABD ve AB arasındaki süreci titizlikle takip ederek, lobi faaliyetlerine birlikte katkı sağlanması gerektiğine inandığını söyledi.

### Amerikalı tüketici kaliteden ziyade fiyata daha duyarlı

Konferansın “Türk İş Dünyası Gözünden TTYO’nun Niteliksel Etki Analizi” adındaki ikinci bölümünde, İTKİB’in yanı sıra, Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAD), Türkiye Demir Çelik Üreticileri Derneği ve Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu temsilcileri de yer aldı. Kurumlar, sektörel bazda AB ve ABD pazarında mevcut durumu ilgili bilgi vererek TTYO’ya olan yaklaşımlarını anlattı. İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz, 2000’li yılların başından itibaren tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin küresel ve AB bazındaki ekonomik gelişmelere ve kotaların kaldırılması gibi sektörel koşullara karşın, dünya pazarlarındaki rekabetçiliğini koruyabildiğini, öncelikli ihracat pazarı olan AB ülkelerinde pazar payını

arttırırken ABD pazarında önemli gerilemeler yaşadığını belirtti. ABD kotaları döneminde konfeksiyonda yüzde 2’lik pazar payı bulunan Türkiye’nin 2012 yılında oranını binde 7’ye gerilediğini, ABD ile NAFTA Ticaret Anlaşması bulunan Meksika’nın dahi bu sektördeki pazar payında gerileme olduğunu, buna karşın Çin’in payını yüzde 20’lerden yüzde 44’lere çıkardığını ifade etti. Çin’in pazar payını bu derece arttırmasının nedenleri arasında Amerikalı tüketicinin kaliteden ziyade fiyata daha duyarlı olmasına bağlayan İşbirakmaz, bunun Amerikan siparişlerinin büyük adetli olmasıyla birleştiğinde, Çin ve Uzak Doğu ülkelerinin Amerikan pazarında etkin hale gelmesindeki en büyük etkenler olduğunu kaydetti. Tekstil ihracatında durumun konfeksiyona göre daha iyi olduğunu ifade eden İşbirakmaz, pazar payında az da olsa bir yükselme olduğunu söyledi. İşbirakmaz, Serbest Ticaret Anlaşması’nın tek başına yeterli olmayabileceğini, yakın geçmişte ABD ile gündemde bulunan nitelikli sanayi bölgesi, lojistik merkez kurulması gibi enstrümanlarla birlikte desteklenmesi durumunda ihracatta büyük bir ivme kazanabileceğini dile getirdi. TTYO’nun tekstil ve konfeksiyon ihracatına olumlu etkilerinin beklendiğini belirten İşbirakmaz, tekstil ve konfeksiyon sektörü olarak bu sürece Türkiye’nin de dahil olmasına yönelik her türlü desteğin İTKİB tarafından verileceğini açıkladı.



28 years  
"For Future Designs"

Kıraç, Mareşal Fevzi Çakmak Cad. No: 20 34522 Esenyurt - İSTANBUL  
Tel: 90 (212) 210 22 75 (Pbx) - 90 (212) 689 12 64 (Pbx)  
Fax: 90 (212) 210 22 70 - 90 (212) 689 08 49  
web: [www.filoteks.com.tr](http://www.filoteks.com.tr) e-mail: [filoteks@filoteks.com.tr](mailto:filoteks@filoteks.com.tr)

**FİLOTEKS FANTAZİ İPLİK / FİLOTEKS FANCY YARN**





TÜRKİYE'DE TOPLAM GİRİŞİM SAYISININ YÜZDE 99.9'UNU, İSTİHDAMIN İSE YÜZDE 77.8'İNİ KARŞILAYAN KOBİ'LER, TOPLAM İHRACATIN YÜZDE 59.6'SINI GERÇEKLEŞTİREREK EKONOMİNİN CAN DAMARI KONUMDA YER ALIYOR.



# İHRACATI KOBİ'LER SIRT LIYOR

**Ekonomiye** dinamizm ve serbest rekabete dayalı piyasa ekonomisine işlerlik kazandıran KOBİ'ler, Türk ekonomisinde gelişmeyi hızlandırıyor ve bilhassa yaratıcı potansiyelin ortaya çıkmasını gerçekleştiriyor. İstihdam sağlayarak yeni iş olanakları yaratan ve ülkedeki işsizlik sorununun çözümüne yönelik alternatifler oluşturan bu işletmeler, Türkiye'de olduğu kadar dünya ekonomilerinde de yeni iş olanakları yaratıyor.

## İhracatın yüzde 59.6'sı KOBİ'lerden

2011 yılında ihracatın yüzde 59.6'sı, ithalatın ise yüzde 39.9'unun KOBİ'ler tarafından gerçekleştirildiği belirtiliyor. İhracatta sıfır ila dokuz çalışanı bulunan mikro girişimlerin payı yüzde 15.2 olurken, yüzde 25.7'si 10-49 kişi çalışanı bulunan küçük ölçekli

girişimler, yüzde 18.7'si 50-249 kişi çalışanı olan orta ölçekli girişimler tarafından karşılanıyor. İthalatta ise 0-9 kişi çalışanı bulunan mikro ölçekli girişimlerin payı yüzde 6.5, 10-49 kişi çalışan küçük ölçekli girişimlerin payı yüzde 15.3 ve 50-249 kişi çalışan orta ölçekli girişimlerin payının da yüzde 18.2 olduğu kaydediliyor. Girişim ana faaliyetleri esas alındığında; ihracatın yüzde 36.2'si sanayi, yüzde 57.9'u ticaret sektöründe faaliyet gösteren girişimler tarafından yapılırken, ithalatın ise yüzde 33.9'u sanayi, yüzde 56.6'sı ticaret sektöründe faaliyet gösteren girişimler tarafından karşılanıyor. Türkiye'de, 2010 yılında 9 milyar 268 Milyon lira olarak hesaplanan Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcamasının 1 milyar 376 Milyon lira ile yüzde 14.9'u KOBİ'ler tarafından gerçekleştiriliyor. Yine Türkiye'de çalışan tam zamanlı 81 bin 792 Ar-Ge personelinin

yüzde 23.5'i KOBİ'lerde istihdam ediliyor. Dünyadaki diğer gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler gibi KOBİ'ler, Türkiye ekonomisinin de lokomotifini olma görevi üstleniyor. Bu durumun sağlıklı bir süreç içinde yoluna devam etmesi için de KOBİ'lerin birlikte hareket ettiği tüm sektörlerin uyum içinde olması gerekiyor. Bir bütün halinde hareket eden ve organik bir yapıda çalışan KOBİ'ler, finans, lojistik, sigorta, iletişim, otomotiv ve enerji sektörleriyle bütünlüklü bir şekilde hareket ediyor. Bankalardan aldıkları kredilerle şirketlerini büyüten işletme sahipleri aynı zamanda sigorta acenteleriyle anlaşarak da risklere karşı kendilerini teminat altına alıyor. Bunların yanında yurtiçi ve yurtdışı pazarlara açılan KOBİ'ler lojistik hizmet sağlayıcılar tarafından ürünlerini ticaret yapılan pazarlara hızlı ve güvenli bir şekilde ulaştırabiliyor.

# İHRACATIN YILDIZLARI SAHNEDE

BÜYÜK BAŞARILARA İMZA ATAN HAZIR  
GİYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRÜ AYNI  
ZAMANDA İHRACATIN KATMA DEĞER YARATAN  
GİZLİ KAHRAMANLARI ARASINDA YER ALIYOR.  
BU GİZLİ KAHRAMANLARI UNUTMAYAN İTKİB,  
GELENEKSEL BİR KİMLİĞE BÜRÜNDÜRDÜĞÜ  
ÖDÜL TÖRENİYLE ONLARIN BAŞARISINI  
TAKDİR EDİYOR.





# İHRACATIN YILDIZLARI SAHNEDE PARLADI

2012 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİKLERİ İHRACAT İLE TÜRKİYE EKONOMİSİNE BÜYÜK KATKI SAĞLAYAN İTKİB'E BAĞLI HAZIR GİYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNDEKİ 133 BAŞARILI FİRMA, ÖDÜLLERİNİ BİRLİĞİN DÜZENLEDİĞİ "İHRACATIN YILDIZLARI GECESİ" NDE EKONOMİ BAKANI ZAFER ÇAĞLAYAN'IN ELİNDEN ALDI. RENKLİ KARELERİN YAŞANDIĞI GECEDE İHRACATÇILAR CANDAN ERÇETİN'İN ŞARKILARIYLA DA KEYİFLİ SAATLER GEÇİRDİ.

**İTKİB** (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri), İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda 1 Mayıs'ta organize ettiği "İhracatın Yıldızları Gecesi"nde hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinde başarılı 133 firmayı ödüllendirdi. Geçtiğimiz yıl 124 firmanın platin ve altın ödül aldığı bu yıl ise 133 firmanın ödüllendirildiği gecede, Şık Makas Giyim San. ve Tic. A.Ş hazır giyim, Ak-Pa Teks. İhr. Paz. A.Ş tekstil, Desa Deri San. ve Tic. A.Ş deri, Erdemoğlu Dış Tic. A.Ş de halı sektörünün birincisi oldu. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri'nin de (DTSS) başarılılarının ödüllendirildiği gecede TGS Dış Tic. A.Ş. hazır giyim dalında, DSD Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. ise deri dalında birinci olarak platin ödül aldı. Ödülleri Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın elinden alan firma temsilcilerinin mutlulukları gecede sahne alan sanatçı Candan Erçetin konseri ile devam etti. Gece-

ye, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İT-HİB) Başkanı İsmail Güle, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay, İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Başkan Yardımcısı Cem Şengör ile yaklaşık 2 bin ihracatçı katıldı. İTKİB çatısı altında yer alan dört sektörden 2 bin davetlinin katıldığı gecede, Bakan Çağlayan org başına geçerek geceye renk kattı.

## "Mikronezya ve Nauro'ya da ihracat yapın"

Ödül töreninde konuşan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, ihracatta hayal bile edilemeyen bir başarıya imza attıklarını vurgulayarak, Türkiye'nin dünyada pek çok kimsenin adını dahi bilmediği sadece iki ülkeye ihra-

GECEDE, ŞIK MAKAS GİYİM SAN. VE TİC. A.Ş HAZIR GİYİM, AK-PA TEKS. İHR. PAZ. A.Ş TEKSTİL, DESA DERİ SAN. VE TİC. A.Ş DERİ, ERDEMOĞLU DIŞ TİC. A.Ş DE HALI SEKTÖRÜNÜN BİRİNCİSİ OLDU.

cat yapmadığını söyledi. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Mikronezya ve Nauro adındaki çok küçük iki ülkeye ihracat yapılmadığına dikkat çekerek, “Gelin o iki ülkeye de ihracat yapalım. Dünyada Türk malı girmeyen pazar bırakmayalım” dedi. Başta Avrupa olmak üzere global krizden etkilenen ekonomiler nedeniyle Türk ihracat çevrelerinin pazar çeşitlendirmesine yöneldiğini anımsatan Çağlayan, ihracattaki başarıda pazar çeşitlendirmesinin payınının 42 milyar dolar olduğunu dile getirdi. Zafer Çağlayan, çalışanların 1 Mayıs işçi bayramını da kutladığı konuşmasına şöyle devam etti: “Şükürler olsun ki tam AB'nin gidişinin tersi olarak Türkiye 4 yılda 5 milyon ilave istihdam sağladı ve bugün Türkiye'nin işsizlik ortalaması Euro bölgesinin altında yani yüzde 10.2'ye geldi. Son dört yılda Avrupa'nın yaşadığı finansal krizle 4 milyon insan işini kaybetti. Bugün Avrupa'da tam 26.5 milyon işsiz var. Avrupa'nın, Birlik üyesi olan 27 ülkesinin 21'inde işsizlik rakamları Türkiye ortalamasının üzerinde. AB'nin işsizlik ortalaması yüzde 12'leri geçti. Şükürler olsun ülkemizde bilhassa ihracatın istihdama verdiği katkı ile Türkiye'yi Avrupa'nın en fazla büyüyen 2'nci büyük ekonomisi yapan iş gücümüzün adeta krize meydan okuduğunu gördük.”

## “2023'te dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına gireceğiz”

Cumhuriyet tarihinde ilk defa gerçekleşen ve hükümet tarafından ulusal bir program olarak kabul edilen “2023'te 500 milyar dolar ihracat hedefini” planlayarak ülkeye mükemmel bir ivme kazandırdıklarını söyleyen Çağlayan, “Türkiye, 2023'te dünyanın ilk 10 ekonomisinin içine de girecek ve 150 milyar dolar hizmet ihracatını da yapacak, 500 milyar dolar ihracat hedefine de ulaşacak, 84 milyon nüfusuyla kişi başına 25 bin dolar gelirin olduğu bir ülke de olacak. Bunu hep birlikte göreceğiz. İlk dört ayda ihracatımız 50 milyar dolara dayandı. Bundan 10 yıl önce bir yılda sadece 36 milyar dolar ihracat yapan bir Türkiye vardı” diye konuştu. Çözüm süreciyle Doğu'da yatırım yapmanın her zamankinden daha önemli hale geldiğini dile getiren Çağlayan, teşvik



İTKİB çatısı altında yer alan dört sektörden 2 bin davetlinin katıldığı gecede Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan org başına geçerek geceye renk kattı.

belgeleri için gelen taleplerde ciddi artışlar yaşandığına dikkati çekti. Çağlayan, “Bu yılın ilk üç ayıyla geçen yılın üç ilk üç ayı arasında Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinde adeta bir patlama yaşıyoruz. Teşvik belgelerinde Bingöl'e yapılacak olan sabit yatırım tutarı geçen yılın aynı dönemine göre tam 5 bin kat arttı. Yatırımcılarımız 1 milyar 61 milyon liralık yatırım yapacağını açıkladı” şeklinde konuştu.

Etkinlikte konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi de nisan ayı ihracat rakamlarını açıkladıklarını anımsatarak, “Nisan ayında ihracatımız geçen yılın aynı ayına göre yüzde 4.9 artışla 11 milyar 870 milyon dolar oldu, ilk dört ayda ihracatımız yüzde 5 artarak 48 milyar 943 milyon dolara yükseldi” dedi. Büyükekşi, ihracattaki katma değeri artırmak adına Ar-Ge ve inovasyon konusuna önem verdiklerine işaret ederek, ekonomi yönetimiyle 2023 hedeflerine hizmet eden çalışmalarını aksatmadan sürdüreceklerini kaydetti.

## “Global baskılara göğüs gerdik”

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise konuşmasında son 3-4 yılın tüm dünya çok zorlu geçtiğine değinerek, Avrupa'dan Amerika'ya, Asya'dan Afrika'ya dünyanın dörtte üçünün ekonomik krizi yaşadığı bir ortamda, 100 milyar dolarların altına düşen ihracatı üç yıl gibi kısa bir sürede 150 milyar dolarlara çıkardıklarını ifade etti. Bir yandan “içeride üretmenin” getirdiği zorluklarla mücadele ederken, diğer yandan sayısız “global baskılara” göğüs gerdiklerine dikkat çeken Tanrıverdi konuşmasına şöyle devam etti:

“16 milyar doların üzerinde ihracat, yüz binlerce çalışan ve 13 milyar dolar net ihracat fazlası veriyoruz. Kilogramda 26 dolar katma değer ile müceverat ve savunma sanayinin ardından üçüncü sırada yer alıyoruz. Türkiye'nin gücüne güç katıyoruz.”

Ece Vahapoğlu'nun sunduğu, ihracatta başarılı olan şirketlere farklı kategorilerde ödülleri verildiği etkinlikte, platin kategorisindeki ödülleri Bakan Çağlayan, TİM Başkanı Büyükekşi ihracatçı birliklerin başkanları ile takdim etti.





# 133

İTKİB ORGANİZE ETTİĞİ "İHRACATIN YILDIZLARI GECESİ" NDE HAZIR GİYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNDE BAŞARILI 133 FİRMAYI ÖDÜLENDİRDİ.

## ÖDÜL TÖRENİ

34



# HAZIR GİYİMİN YILDIZLARI

**Hazır giyim** ve konfeksiyon sektöründe 2012 yılında yüksek ihracat performansı sergileyen 48 firma platin ödül alırken, 136

firma altın, 201 firma gümüş, 666 firma bronz ve bin 152 firma başarı sertifikası almaya hak kazandı. Geçtiğimiz yıl Ongan

Tekstil'in birincilik ödülünü aldığı gecede bu yıl Şık Makas Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. liderlik koltuğuna oturdu.



## PLATİN PLAKET KAZANAN HAZIR GİYİM FİRMALARI

- 1 ŞIK MAKAS GİYİM SAN. VE TİC. A. Ş.
- 2 ERPA HAZIR GİYİM İÇ VE DIŞ TİC. A. Ş.
- 3 CROSS TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 4 EROĞLU GİYİM SANAYİ TİCARET A.Ş.
- 5 REAL İÇ VE DIŞ TİC. A. Ş..
- 6 REALKOM TEKS. ÜRÜNL. SAN. PAZ. VE DIŞ. TİC. A. Ş.
- 7 ÖZAK TEKS. KONF. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 8 İPEK TEKS. PAZ. SAN. VE DIŞ TİC. A. Ş.
- 9 ONGAN TEKS. SAN. VE DIŞ TİC. A. Ş.
- 10 SAİDE TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 11 BAYKANLAR TEKS. SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ
- 12 TAYPA TEKS. GİY. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 13 VENÜS GİYİM SAN. VE TİC. A. Ş.

- 14 LEVİ STRAUSS İSTANBUL KONF. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 15 ÇAK TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 16 ERAK GİYİM SAN. VE TİC. A. Ş.
- 17 KARDEM TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 18 ETİK DIŞ TİC.VE PAZ. A.Ş.
- 19 YENİ DÜNYA TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 20 İMTEKS GİY. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 21 NAZ DIŞ TİC. A. Ş.
- 22 ACT TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 23 ATK TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 24 FALCON TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 25 RİMAKS TEKS. ÜRÜNL. SAN. VE TİC. A.Ş
- 26 GELAL ÇORAP SAN. VE TİC. A. Ş.

- 27 YILTEM KONF. SAN. VE TİC. A. Ş..
- 28 TYH ULUSL. TEKS. PAZ. SAN. VE TİC. A.Ş
- 29 TAHA TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 30 ASTER TEKS. SAN. VE DIŞ TİC. A. Ş.
- 31 MODAVİZYON TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 32 BEKS ÇORAP VE İÇ GİYİM SAN. VE TİC.AŞ.
- 33 EFES TEKS. SAN. VE DIŞ TİC.LTD. ŞTİ
- 34 HAMARATLI TEKS. KONF. SAN. VE TİC A.Ş
- 35 R E GRUP DIŞ TİCARET A.Ş.
- 36 EKSPRES TEKS. SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ
- 37 TAMTEKS TEKS. KONF. İML. VE TİC. A.Ş
- 38 ÖR-MA TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 39 DEBATEKS TEKSTİL SAN. VE DIŞ TİC.LTD. ŞTİ.
- 40 KARBEL KONF. SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ.

“İHRACATIN YILDIZLARI ÖDÜL TÖRENİ”NDE,  
HAZIR GİYİM DALINDA LİDERLİK KOLTUĞUNA  
OTURAN ŞIK MAKAS, DENİM ALANINDA YAPTIĞI  
İHRACAT RAKAMLARIYLA SEKTÖRDE YERİNİ  
SAĞLAMLAŞTIRIYOR.

# HAZIR GİYİMDE “ŞIK”LIK KAZANDI

1939 yılından bu yana hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren Şık Makas Ticaret ve Sanayi A.Ş., bugün denim alanında ihracat yapan firmalar arasında ilk sıralarda yer alıyor. Türkiye'nin 500 büyük sanayi kuruluşu içinde yer alan Şık Makas, dünyanın önde gelen bir çok denim markasına ürün geliştirirken, koleksiyonlarını Türkiye'de kendi üretim tesislerinde gerçekleştiriyor. Inditex Grup, H&M, River Island, Top Shop, S.Oliver, Guess gibi dünya markalarına denim giysi üretimi yapan firma, kendi bünyesinde bulunan Cross Jeans markasıyla da Avrupa'ya açılıyor. Başta Almanya olmak üzere, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Hollanda, İsviçre, Avusturya ve Belçika'da kurdukları satış organizasyonları ile tüketicilere Cross markasını sunan Şık Makas, Avrupalı tüketiciden tam not aldıktan sonra, markayı tüm dünyaya tanıtmayı hedefliyor.

## Şık Makas kaliteyi tasarımıyla sentezliyor

İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde firma adına ödül alan Şık Makas Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Kolunsağ, Şık Makas olarak müşteri memnuniyeti, tasarım, kalite ve fiyatın öneminin ilk sırada yer aldığını belirtti. Bunların yanı sıra Ar-



İSMAİL KOLUNSAĞ  
Şık Makas Yönetim Kurulu Üyesi

Ge, inovasyon ve 6 Sigma metodolojisini kullanarak, müşterilerine en iyi hizmeti verebilmek için yönetim ve üretim süreçlerini geliştirdiklerini vurgulayan Kolunsağ, sürdürülebilirlik çerçevesinde geliştirdikleri ürünler ve kullandıkları üretim teknikleri ile çevreye yönelik sorumlulukları da yerine getirdiklerinin altını çizdi. Son yıllarda denim sektörünün tasarım ağırlıklı çalışmasıyla ilgili düşüncelerini anlatan Kolunsağ, “Denim, gerek kullanıcıları gerekse markaları açısından ayrı bir kültür ve ruha sahiptir. Her markanın, hedef müşteri profiline göre kendi bünyesinde ayrı bir denim anlayışı bulunuyor. Her geçen gün denim hedef kitlesi genişliyor, kullanıcı portföyü artıyor. Denim kültürü gençlerden orta yaş ve üstüne kadar her kesime hitap ediyor. Denim kullanıcılarının artışı, genç müşteri kitlesinin yanı sıra, yöneticilerin günlük

yaşantılarında daha çok denim tercih etmeleri de yer alıyor. Rekabette üstünlük yaratabilmek açısından, moda ve tasarım ürünlerinin, koleksiyon içindeki payları artıyor” dedi.

Türkiye'nin şuan denim kumaş trendlerinin belirleyicisi olduğunu vurgulayan Kolunsağ, Türkiye olarak, Avrupa'ya yakın olmamız ve firmaların kısa terminli üretim yapabileme becerilerinin firmaları olumlu yönde etkilediğini belirtti. İsmail Kolunsağ, “Türkiye'de bulunan kumaş üreticilerinin, artan Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları sonucunda inovatif ürünler ortaya çıkarması, üretime ve istihdama yönelik devlet teşviklerinin bulunması, Türkiye denim sektörünün gelecek stratejilerinin oluşturulmasında oldukça önemli rol oynuyor. Bu şekilde sektörün, 2023 hedeflerine ulaşması için gerekli çalışmalar sağlanıyor. Sektörün geleceğini oldukça parlak görüyorum” dedi.





# TEKSTİLİN YILDIZLARI



**Tekstil** sektöründe faaliyet gösteren firmaların da ödüllendirildiği gecede, Ak-Pa Tekstil birincilik koltuğuna oturdu. 36 firmanın platin ödül aldığı ödül töreninde, 75 firma altın, 128 firma gümüş, 432 firma bronz ödül alırken, 276 firma da başarı sertifikası olarak başarılarını taçlandırdı.



## PLATİN PLAKET KAZANAN TEKSTİL FİRMALARI

- 1 AK-PA TEKS. İHR. PAZ. A.Ş.
- 2 AKSA AKRİLİK KİMYA SAN. A.Ş.
- 3 KORDSA GLOBAL ENDÜST. İPLİK VE KORD BEZİ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 4 ZORLUTEKS TEKSTİL TİC. VE SAN. A.Ş.
- 5 ZORLU DIŞ TİC. A. Ş.
- 6 SUNJÜT SUNİ JÜT SAN. VE TİC. A. Ş.
- 7 ORTA ANADOLU TİC. VE SAN. İŞLET. TİC. A.Ş.
- 8 YÜNSA YÜNLÜ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 9 ORMO YÜN İPLİK SAN. VE TİC. A. Ş.
- 10 ORMO İTH. İHR. A.Ş.
- 11 ÜNSA AMBALAJ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 12 TGS DIŞ TİC. A.Ş.

- 13 KADİFETEK MENSUCAT SAN. A.Ş.
- 14 BOSSA TİC. VE SAN. İŞLT. T.A.Ş.
- 15 KETS TEKS. TURZ. TİC. A. Ş.
- 16 GAP GÜNEYDOĞU TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.
- 17 ÜNVER TEKSTİL KONF. İML. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 18 DENİZ EKSPORT TEKS. ÜRN. İTH. İHR SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 19 TORAMAN TEKS. DERİ VE İNŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 20 TEKSİS TEKS. ÜRÜNL. PAZ. A.Ş.
- 21 AYDIN MENSUCAT DÖŞEMELİK KUMAŞ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 22 AYDIN TEKS. TİC. VE PAZ. A.Ş.

- 23 KASAR VE DUAL TEKS. SAN. A.Ş.
- 24 İPEK İDROFİL PAMUK SAN. VE TİC. A.Ş.
- 25 YÜNTEKS TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 26 CESUR AMBALAJ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 27 FLOKSER TEKS. DIŞ TİC. A. Ş.
- 28 FLOKSER TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 29 KİPAŞ PAZARLAMA VE TİCARET AŞ.
- 30 PELSAN TEKS. ÜRÜN. SAN. VE TİC. A.Ş.
- 31 OĞUZ TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 32 SEPA MENSUCAT SAN. VE TİC. A. Ş.
- 33 DOĞAN TEKS. LTD.ŞTİ
- 34 SÜPER TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 35 GSD DIŞ TİC. A. Ş.
- 36 HYOSUNG İSTANBUL TEKS. LTD.ŞTİ

“İHRACATIN YILDIZLARI ÖDÜL TÖRENİ”NİN  
TEKSTİL DALINDAKİ BİRİNCİSİ AK-PA TEKSTİL OLDU.  
AK-PA’NIN İŞ GELİŞTİRME VE PAZARLAMA MÜDÜRÜ  
HAKAN SÖZEN, FİRMALARINI BAŞARIYA GÖTÜREN  
PÜF NOKTALARI HEDEF DERGİSİNE ANLATTI.

# AKKÖK’ÜN DÜNYAYA AÇILAN PENCERESİ: AK-PA TEKSTİL



**HAKAN SÖZEN**

Ak-Pa Tekstil İhracat Pazarlama A.Ş. İş Geliştirme ve Pazarlama Müdürü

**İTKİB’in** geleneksel bir kimliğe bü-ründürdüğü “İhracatın Yıldızları Ödül Töreni”nin tekstil dalındaki birincisi olan Ak-Pa Tekstil, ihracata sağladığı katkı ile önemli bir yerde duruyor. 1976 yılında Akkök Grubu şirketlerinin yurt dışı pazarlama ve ihracat faaliyetlerini yürütmek üzere kurulan Ak-Pa Tekstil, bugün gerçekleştirdiği ihracat rakamlarıyla adından söz ettiriyor. Kurulduğu ilk yıl 5 milyon Dolar ihracat yapan Ak-Pa, 2012 yılında ise bu ihracat rakamını 360 milyon Dolar seviyesine ulaştırarak önemli bir ivme kazandığını tekstil sektörüne gösterdi. İhracat gerçekleştirdiği ülke yelpazesini kısa bir

süre içerisinde genişleten şirket, Türkiye’nin tekstil alanındaki en güçlü ihracatçı firmalarından biri olarak iç piyasasının yanısıra beş kıtada 70’den fazla ülkeye kuruluşundan bugüne kadar olan süre içerisinde 5.6 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Ak-Pa, Akkök Grubu Şirketleri’nin akrilik elyaf, karbon elyaf, organik ve inorganik kimyasal ürünlerini dünyanın büyük ve orta ölçekli sanayi kuruluşlarına sevk ediyor. Değişime açık duruş, takım çalışması, çözüm üretme odaklı yaklaşımlar ve stratejik duyarlılık bu istikrarlı ihracat başarısının temel unsurları olarak öne çıkıyor.

## Ak-Pa ihracatını yüzde 50 artırmayı hedefliyor

“İhracatın Yıldızları Ödül Töreni”de Akkök Grubu Şirketleri adına ödül alan Ak-Pa Tekstil İhracat Pazarlama A.Ş. İş Geliştirme ve Pazarlama Müdürü Hakan Sözen, Ak-Pa’nın Akkök Grubu için uluslararası pazar eğilimlerini ve gelişmelerini izlerken, temel olarak grubun dışarıya açılan penceresi olarak hareket etmeye devam edeceğini söyledi. Sözen, bu bağlamda Ak-Pa’nın 2013 yılı itibarı ile beş yıllık stratejik planında, ihracatını yüzde 50 artırmayı hedeflediğinin altını çizdi. Tekstil sektörüne dair değerlendirmede de bulunan Sözen, dış ticaret hacmi olarak konfeksiyon, hazır giyim ve halı segmentinde net ihracatçı olan sektörün tekstil ve hammaddeleri segmentinde net ithalatçı olduğunu ifade etti. Sözen, “Dünya genelinde kişi başı 12 kg tekstil hammadde üretilirken, Türkiye tüm tekstil sektörü kişi başına 45 kg hammadde kullanıyor” dedi.

## “STA’ların tamamlanması sektöre destek verecek”

Türkiye’deki tekstil sektörünün dünya arenasındaki yerine de değinen Sözen, sektörün köklü bir geçmişe sahip olmasının en büyük avantajı olduğunu dile getirdi. Sektörün dünya boyutunda ulaştığı güçlü konumunu koruması ve istikrarlı büyümeye ve ihracat yapmaya devam etmesi için, hammadde ve özellikle makine parkı üretimine yönelik yatırım yapılması gerektiğine vurgu yapan Sözen, “İhracat pazarları açısından da müzakere edilecek veya edilmekte olan Serbest Ticaret Anlaşmaları’nın (STA) tamamlanması, üretim ülkesi ya da bölgesi hızlı hareket eden-değişen sektörün global rekabetine karşı tekstil endüstrimize verilecek en önemli destek olacak” diye konuştu.



# DERİ SEKTÖRÜNÜN YILDIZLARI

“İhracatın Yıldızları Gecesi”nde deri sektöründe 7 firmaya platin, 16 firmaya altın, 24 firmaya gümüş, 155 firmaya bronz ve 90 firmaya da başarı sertifikası verildi. Geçen yıl sektörde 11 firma altın plaket alırken, bu yıl bu sayı 16’ya çıktı. Bronz kategorisinde ise geçen yıl 131 olan bu sayı bu yıl 155’e yükseldi. Deri sektöründe platin plaket kazanan isimler arasında geçen yılki başarı performansını sürdüren isimler de vardı. Bu anlamda geçtiğimiz yıl deri kategorisinde birinci olan Desa Deri liderlik koltuğunu kimseye kapırmazken, Matraş Deri de geçen yılki yerini koruyarak ikinci oldu. Altın plaket kazanan Şen Deri de aynı kategoride geçen yılki gibi birinci sırada yer aldı.



## PLATİN PLAKET KAZANAN DERİ FİRMALARI

- 1 DESA DERİ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 2 MATRAŞ DERİ MAM. SAN. VE TİC.A. Ş.
- 3 VERONICA DERİ VE TEKS. SAN. TİC. LTD.ŞTİ
- 4 PUNTO DERİ SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ
- 5 AYDINLI DERİ KONF. SAN. VE TİC. A.Ş.
- 6 GEZER AYAKKABI DERİ SAN. VE TİC A.Ş.

## ALTIN PLAKET KAZANAN DERİ FİRMALARI

- 1 ŞEN DERİ VE KONF. SAN. TİC. A. Ş.
- 2 BİLGİN TEKS. DERİ SAN VE TİC. LTD.ŞTİ
- 3 ORJİN DERİ KONF. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 4 ULAŞ-CAN DERİ KONF. SAN. VE DİŞ TİC. LTD. ŞTİ.
- 5 YILDIZ DERİ SAN. VE TİC. A.Ş.
- 6 VİZYON DERİ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 7 SÜED MOD DERİCİLİK SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ
- 8 MARMARA DERİ SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ.

- 9 ALDERİ TİC.VE SAN. LTD. ŞTİ.
- 10 VERONA DERİ GİY. SAN. VE TİC. LTD ŞTİ
- 11 MİNİMEN ORTOPEDİK AYAKKABI SAN VE TİC.LTD. ŞTİ
- 12 GÜNDÜZ KÜRK SAN. VE TİC. A. Ş.
- 13 HİPERBOL DERİ VE TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 14 MUYA POLİÜRETAN KAUKUK SAN. VE TİC. A. Ş.
- 15 TEMER TEKSTİL SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ.

YAKALADIĞI İHRACAT RAKAMIYLA İHRACATIN YILDIZLARI ÖDÜL TÖRENİ'NİN DERİ DALINDAKİ BİRİNCİSİ DESA DERİ OLDU. DESA DERİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI MELİH ÇELET, "MÜŞTERİYE YAKIN OLMAK FİRMAYI BAŞARIYA GÖTÜREN EN ÖNEMLİ UNSUR" DEDİ.

# "MÜŞTERİYE YAKIN OLMAK, BAŞARIYI GETİRDİ"



**Türkiye'de** 86, Londra'da ise iki mağazasıyla müşterilerine her yerde, her saatte mutlak bir şıklık ve kendine özgü bir tarz oluşturma imkanı veren DESA Deri 2013, Türkiye'den İngiltere'ye deride şıklığın köprüsü oluyor.

Ürün haline getirdiği işlenmiş tüm derileri, gıda sektöründe kullanılan hayvanlardan elde eden DESA'nın varoluş amacını; moda ve kaliteyi en iyi şekilde birleştirerek uygun fiyatlarla Türkiye ve dünyadaki müşterilerine, DESA markası ile perakende ve toptan satış noktaları aracılığı ile ulaştırmak olarak belirtiyor. Bunun yanında şirket dünyaca ünlü lüks markalarla uzun yıllardan bu yana süregelen işbirliği ile dünya standartlarında ürünlerinin ihracatını da yapıyor. Düşey entegrasyonunu tamamlamış olan DESA, koyun derisi, koyun kürkü, dana derisi işleyen ve ihraç eden tabakhane, tekstil ve deri konfeksiyon, çanta ve küçük mamul üreten tesisleri ve 2 bin çalışanı ile Türkiye'de deri sektörünün en büyük oyuncusu olarak biliniyor. 2003 yılından beri halka açık olan DESA, aynı zamanda sektörün tek Turquality markası.

## "50 milyonluk ihracat deri sektörü için önemli bir rakam"

DESA Deri Yönetim Kurulu Başkanı Melih Çelet, firmanın 2012 yılında yaklaşık olarak 50 milyon dolarlık bir ihracat gerçekleştirdiğini belirterek, "Bizimki gibi emek yoğun bir sektörde, özellikle de DESA gibi

el işçiliğine büyük önem veren ve her bir üretim detayını büyük bir titizlikle değerlendiren bir firmada bu önemli bir rakam" dedi. DESA'nın ağırlıklı olarak Batı Avrupa pazarında yerleşik olan lüks markalara ihracat yapan bir firma olduğunu ifade eden Çelet, bu nedenle Euro bölgesindeki ekonomik daralmadan DESA'nın da bir nebze etkilediğini ve 2011 ihracat rakamlarının altında kaldığını söyledi. Çelet, "Bu duruma rağmen üçüncü yıl yine sektörün ihracat lideri olmak mutluluk verici oldu" diye konuştu. Çelet, DESA'yı deri sektöründe başarıya götüren unsurların; esneklik, müşteriye yakın olma ve onların ihtiyaçlarını anlama ve ekip çalışması olduğunu vurguladı. Müşteriye yakın olmanın ve onların iç görülerini anlamamanın bir firmayı başarıya götüren en önemli unsurlardan bir tanesi olduğunu irdeleyen Çelet, "Kısa vadede sadece kar gütmeye amaçlı, üretim ve faaliyetlerini organizasyon-patronaj odaklı yapan şirketlerin günümüzde uzun vadede yaşamaları gittikçe imkansızlaşmaya başladı" şeklinde konuştu. Çelet, DESA Deri'nin 2013 yılı ihracat hedefinin ise 2012 yılındaki 50 milyon dolar değerindeki ihracat rakamını aşmak olduğunu açıkladı. 2013 yılının ilk yarısına girerken deri sektörünün ihracat performansını değerlendiren Çelet, "Euro bölgesindeki durgunluk ihracatı etkiliyor. Ancak pazar çeşitliliği sağlayarak sektör bunu aşacaktır. Özellikle ayakkabı sektöründe dünya ticaretinde hakkettiğimiz ölçüde pay almadığımızı düşünüyorum. Bu sene ayakkabıcılarımızın yaptığı çıkış ile bu eksikliği gidereceğimiz kanaatindeyim" diye



**MELİH ÇELET**  
DESA Deri Yönetim Kurulu Başkanı

konuştu. Sektörü dünya çapında bir adım daha ileri götürecektir hususlara da değinen Çelet açıklamalarını şöyle sürdürdü: "Sektörü ileri taşıyacak en önemli hususlar tasarım, markalı ihracat ve kaliteli üretim. Türkiye'de kalite olarak tekstil ve deri sektöründe çok ileri gidilmiş durumda. İhracat rakamları da bu gerçeği kanıtıyor. Türk ürünleri tüm dünyada tanınmıyor ve kalite yönüyle müşterinin algısında belli bir yerde duruyor. Fakat daha da ileri gitmek için marka çalışmalarına önem vermek gerekiyor. Ürününüzü markalayarak tüketicinin gözünde belli bir yere konumlayıp uzun vadede daha fazla ve daha istikrarlı kar elde etmeniz mümkün. Türkiye'de de başta DESA olmak üzere, dünya markası olmayı hak edecek çok sayıda marka bulunuyor".



# HALI SEKTÖRÜNÜN YILDIZLARI



**2012** yılında halı sektöründe gösterdiği başarılı ihracat performansı ile 16 firmaya platin, 14 firmaya altın, 28 firmaya gümüş, 62 firmaya bronz ve 106 firmaya da başarı sertifikası takdim edildi. Erdemoğlu Dış Tic. A.Ş.'nin birincilik ödülü aldığı gecede Merinos Halı ikinci, Dinarsu Halı ise üçüncü oldu.



## PLATİN PLAKET KAZANAN HALI FİRMALARI

- 1 ERDEMOĞLU DIŞ TİC.A. Ş.
- 2 MERİDOS HALI SAN. VE TİC. A. Ş.
- 3 DİNARSU İMALAT TİC.A. Ş.
- 4 DTY DETAY TURİZM HAL. KUY. SAN. VE TİC.A. Ş.
- 5 SOFİTEKS TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 6 ÇINAR HALICILIK A. Ş.

- 7 DİNARSU HALI MOBİLYA VE TEKS. ÜR. PAZ. A. Ş.
- 8 CEYHAN TEKS. VE TURZ. SAN. TİC. LTD.ŞTİ
- 9 BAHARİYE MENS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 10 BAHARİYE TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş.
- 11 SARAY HALI A.Ş.
- 12 TURKUVAZ HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ

- 13 ALTIN İPLİK DERİ KUYUM. KONF. VE HALI. SAN. TİC.LTD. ŞTİ.
- 14 AYDIN MENSUCAT DÖŞEMELİK KUMAŞ SAN. VE TİC. A. Ş.
- 15 AYDIN TEKS. TİC.VE PAZ. A. Ş.
- 16 NURTEKS HALI SAN. VE TİC. A. Ş.

BİTMEK ÜZERE OLAN GELENEKSEL TÜRK EL HALICILIĞINI AZİMLE DEVAM ETTİREN ÇINAR HALI, GÖSTERDİĞİ İHRACAT PERFORMANSIYLA DA İHRACATIN HALI SEKTÖRÜNDEKİ YILDIZLARINDAN BİRİ OLDU.

# BİR ASIRLIK “ÇINAR”

**Çınar Halı**, 1935 yılında Kayseri’de, soyu Selçuklu devletine kadar uzanan Ekincioglu ailesine mensup, Hayrullah Çınar tarafından kuruldu. Babadan oğula geçen meslek aşkıyla Türk el halı sanatını günümüze taşıyan Çınar Halı, bugün Hasan ve Mehmet Çınar kardeşlerin yönetiminde faaliyetlerini sürdürüyor. Çınar markası ile yün, ipek el dokuması kilim ve halı üretimi konusunda faaliyet göstermekte olan firma bugün alanında Türkiye’nin lider kuruluşları arasındaki yerini aldı. Kurulduğu günden bugüne, Çınar Halı bünyesinde değişmeyen tek şey, kalite anlayışı oldu. Kurum kaliteyi bir yaşam biçimi olarak benimseyen bir firma olarak yaptığı her işte, ürettiği her üründe en üst kalite düzeyini hedefliyor. Çınar Halı, kalite ile sanatı birleştirerek, Türkiye’nin sahip olduğu bu kültürel mirası gelecek kuşaklara taşımak, Türk halıcılık kültürünü daha ileri boyutlara taşımak, manevi değerlerimizi, tarihimizi ve geleneklerimizi yarattığı eserlerle sonraki nesillere bırakabilmek için titizlikle çalışıyor.

## Üretimin yüzde 90’ını ihraç ediyor

Son altı yılda el düğümlü ipek ve yün halılarda yarattığı farklılıklarla rakipleri arasında sıyrılarak dünya çapında bir üne kavuşan Çınar Halı, bugün yurt içinde olduğu gibi yurtdışında da beğenilen ve arandığı bir marka yaratmayı başardı. Üretimini yüzde 90’ını ihraç eden Çınar Halı, Kayseri’de 14 bin metrekare kapalı alana kurulu entegre tesisleri, Türkiye’nin dört bir yanındaki 150’ye yakın atölyeleri ve 5 bin çalışanıyla ürettiği el düğümlü ipek ve yün halılarıyla tüm Türkiye’de dev bir işletmecilik haline dönüştü. Tüm bu başarının arkasında bulunan ve kendilerini halıcılık işine adanmış olan Hasan ve Mehmet Çınar kardeşler bugüne kadar yapmış olduklarıyla ve ileriye dönük projeleriyle Türk el halıcılığının haklı gururu olmayı başardı.



Tüm firma çalışanlarının yaratıcılığı ve titizliği, kullanılan malzemenin kalitesi Çınar Halı’nın bugünkü hak ettiği konuma gelmesinde önemli bir rol oynuyor.

## “2012 yılı ihracatımız beklentilerimizin altındaydı”

Çınar Halı Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hasan Çınar, 2012 yılında şirketin ihracat açısından normal sınırlarda geçen bir sezon geçirdiğini belirtti. Çınar Halı’nın 10 milyon dolar ihracat yaptığını söyleyen Hasan Çınar, “2012 yılı ihracatımız beklentilerimizin biraz altındaydı” dedi. Çınar, 80 yıllık halıcılık tecrübesiyle dünya piyasasında rekabet etmeye çalıştıklarının altını çizerek, “Bitmekte olan Türk el halıcılığını azimle devam ettiriyoruz” diye konuştu. Çınar Halı’nın başarılı ihracat rakamlarına sahip olmasına katkı sağlayan en önemli unsurları sıralayan Çınar, dünya halı piyasasıyla rekabet etmek için devamlı kurumun kendini yenilemesi, dürüst ve sistematik bir ekip çalışması içerisinde olunması

gerektiğini söyledi. Çınar, firmanın 2013 yılı ihracat hedefini ise 2012 yılı ihracat rakamlarını yüzde 25 oranında artırmak olarak açıkladı. Çınar, Türkiye’nin halı sektöründe başarısını daha iyi konumlara taşımaya için dünya halı piyasasını yakından takip ederek daha yenilikçi, kaliteli ve müşterilerin isteklerine cevap veren halılar üretmesi gerektiğini ifade etti.





# DIŞ TİCARETİN YILDIZLARI

**İmalatçı** firmaların ödüllendirildiği gecede "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" de unutulmadı. Törende hazır giyim

dalındaki 8 Dış Ticaret Sermaye Şirketi platin plaket ödül alırken, deri sektöründe ise DSD Deri Sanayicileri Dış Ticaret

A.Ş. ve GSD Dış Ticaret A.Ş dış ticaret sermaye şirketleri kategorisinde platin ödül alan firmalar oldu.



## PLATİN PLAKET KAZANAN DIŞ TİCARET SERMAYE ŞİRKETLERİ HAZIR GİYİM FİRMALARI

- 1 TGS DIŞ TİC. A.Ş.
- 2 GSD DIŞ TİC. A. Ş.
- 3 BİRGİ BİRLEŞİK GİYİM İHR. DIŞ TİC. A. Ş.
- 4 TAHA PAZ. VE MAĞAZACILIK A.Ş.
- 5 TÜRKMEN GRUP İTH. İHR. DIŞ TİC. A.Ş.
- 6 PERGAMON STATUS DIŞ TİC. A. Ş.
- 7 İLERİ GİYİM SAN VE DIŞ TİC. AŞ.
- 8 BEYPA DIŞ TİC.VE TEKS. SAN. A.Ş

## PLATİN PLAKET KAZANAN DIŞ TİCARET SERMAYE ŞİRKETLERİ DERİ FİRMALARI

- 1 DSD DERİ SANAYİCİLERİ DIŞ TİCARET A.Ş.
- 2 GSD DIŞ TİC. A. Ş.

# TİCARETİN İNCİLERİ: DIŞ TİCARET SERMAYE ŞİRKETLERİ

**Hazır** giyim sektöründe TGS Dış Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Ali Tanrıverdi, deri sektöründe DSD Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. Genel Müdürü Remzi Özbay "İhracatın Yıldızları Ödül Gecesi"nde 1'inci olmalarının ardından sektörlerine ilişkin değerlendirmelerde bulunarak, şirketlerinin yürüttüğü hizmetleri ve ödüle layık görülme sebeplerini bizimle paylaştılar.

## "2012 yılı çok verimli geçti"

TGS'nin 2012 yılında gerçekleştirdiği ihracatı, rakamlar ışığında değerlendiren Tanrıverdi, "2012 yılı bizim için diğer yıllarda olduğu gibi çok verimli geçti. 2012 yılında 1 milyar 48 milyon Dolar ihracat rakamı gerçekleştirmiş ve ihracat ciromuzu bir önceki seneye göre yüzde 41 oranında artırdık" dedi. TGS'nin yakalamış olduğu büyüme ivmesinin şirket için övünç kaynağı olduğunu belirten Tanrıverdi, gecede elde edilen başarının birincil nedenini ihracat rakamları olarak açıkladı. Ancak başarının arka planında kurumu bu rakamlara ulaştıran değerlerin bulunduğunu anlatan Tanrıverdi, "Gerek uzman konusunda özverili çalışanlarımız, gerek çalışma prensiplerimiz, gerekse hizmet verdiğimiz firmalarla olan ilişkilerimiz bizi bu noktaya taşıdı. Bu değerleri sürdürdükümüz sürece sektördeki yerimizi korumaya devam edeceğiz" şeklinde konuştu.

## "Her sektöre hizmet verebilir durumdayız"

TGS'nin 2013 yılının ikinci yarısına girerken her sektörde üretim yapan firmalara hizmet verebilir durumda olduğunu ifade eden Tanrıverdi, "Ancak mevcut müşteri ağımız ve mevcut merkezimizin bulunduğu mevki itibarıyla daha ağırlıklı olarak tekstil ve türevlerini üreten firmalarla çalışıyoruz" dedi.

Tekstil sektörünün istikrarlı bir çizgi sürdürdüğünü ifade eden Tanrıverdi, "Son dört yıldır tekstilin ihracat içindeki ağırlığı yaklaşık yüzde 20 seviyesinde bulunuyor. 2012 için bu rakam yüzde 18 olarak gerçekleşti. Ancak ülke olarak avantajlı ve tecrübeli olduğumuz bu sektörün

ağırlığını, toplam ihracat rakamları içerisinde bir miktar daha artırmalıyız" dedi. Sektörün önündeki en önemli engelin maliyetler olduğunu söyleyen Tanrıverdi, söz konusu maliyetlerin içinde ise iş gücü, enerji ve teknolojinin başta geldiğinin altını çizdi.

## 200 milyon doların üzerinde ihracat

DSD Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. Genel Müdürü Remzi Özbay ise şirketin 2012 yılında 200 milyon doların üzerinde bir ihracat gerçekleştirerek "İhracatın Yıldızları Ödül Töreni"nde Dış Ticaret Sermaye Şirketleri arasında deri sektöründe 1'incilik ödülünü aldığını belirtti. Özbay, DSD'nin "2012 yılının ilk yarısında ihracatta yüzde 40'ın üzerinde bir artış sergilerken, yılın ikinci yarısında özellikle AB pazarlarındaki gerileme ile ihracatının artış hızı düşmüş olmakla birlikte, 2012 yılını deri sektörü ve ülke genel ihracatının üstünde bir oranla önceki yılın yüzde 15 üzerinde kapattığını açıkladı. Özbay, "İş ortaklarımız olan deri sektörü ağırlıklı imalatçı ihracatçılarımız, Avrupa'daki yavaşlamayı Rusya ve Çin gibi pazarlara daha fazla ağırlık vererek telafi ettiler" dedi. Deri sektörünün özellikle giyim alt segmenti itibarıyla baştan itibaren ihracata dönük bir yapı arz ettiği bilgisini veren Özbay, "Son yıllarda ayakkabı alt sektörümüz de ihracata yönelik pazarlama yatırım ve girişimleri ile önemli mesafeler kaydetti. İhracatçı özelliğiyle keskin uluslararası rekabet koşullarına göre iş modelini ve çalışma tarzını şekillendiren deri sektörümüz, bu yolda kazandığı beceriyle geleneksel dış pazarlardaki durgunluğa da diğer sektörlerle nazaran daha hızlı tepki verip, pazar çeşitlendirme gayretleriyle toplamda başarılı bir performansa ulaşabiliyor" şeklinde konuştu. Özbay, DSD'nin 2013 yılında yüzde 20'nin üzerinde bir büyüme ve özellikle rekabette önemli avantajlara sahip olduğu bilgisini vererek, "Eski Doğu Blok'u ülkelerine yönelik ihracat aracılık ve pazar geliştirme çabalarımızdan deri sektörü dışındaki küçük ve orta boy işletmelerimizi daha fazla faydalandırmayı hedefliyoruz" dedi.



ALİ TANRIVERDİ

TGS Dış Tic. A.Ş. YK Başkanı ve Genel Müdürü

*İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri'nin hazır giyim dalındaki birincisi TGS Dış Ticaret, deri dalındaki birincisi ise DSD Deri oldu.*



REMZİ ÖZBAY

DSD Deri San. Dış Tic. A.Ş. Genel Müdürü



# MODANIN YILDIZLARI ARASINDA YER ALMAK İSTER MİSİNİZ?

Modanın yıldızları, iş ve tatili birleştiren dünyanın ilk ve tek moda organizasyonu Dosso Dossi Fashion Show'da 16. kez bir araya geliyor. Butik ve mağazalar, Sonbahar - Kış kreasyonlarını herkesten önce görüp, sipariş verme fırsatı buluyor.



miranda kerr



Dosso Dossi





HANDE YENER



SERDAR ORTAÇ



SİNAN AKÇIL



VERKA SERDUCHKA

Antalya'nın en iyi otellerinde, rüya gibi bir tatil yapma  
şansı da bulan katılımcılar,

**Miranda Kerr, Serdar Ortaç, Hande Yener,  
Sinan Akçıl ve Verka Serduchka**  
ile yıldıza ve eğlenceye doyuyor.

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

**DDFS**  
Dosso Dossi Fashion Show

05-11 HAZİRAN 2013- ANTALYA



# GIYSİLER KANSERE ÇARE OLUR MU?



EKOTEKS LABORATUVARI TARAFINDAN BU YIL 6'NCISI DÜZENLENEN "ULUSLARARASI EKOTEKS TEKSTİL SEMPOZYUMU" 8 MAYIS'TA DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ. BU YIL "SAĞLIKLI TEKSTİL ÜRÜNLERİNDE ZORUNLULUKLAR" BAŞLIĞI ALTINDA GERÇEKLEŞEN SEMPOZYUMDA İNSAN SAĞLIĞINA YÖNELİK DÜNYA ÇAPINDAKİ GELİŞMELER MASAYA YATIRILDI.

**Kurulduğu** gündün bu yana uluslararası geçerliliği olan bağımsız bir laboratuvar olarak tekstil sektöründeki hizmetlerini arttırarak sürdüren Ekoteks Laboratuvarı, geleneksel hale getirdiği "Uluslararası Tekstil Sempozyumları"na devam ediyor. İstanbul Hazirgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) çatısı altında bu yıl 6'ncısı düzenlenen "Uluslararası Ekoteks Tekstil Sempozyumu" 8 Mayıs Çarşamba günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Toplantıda insan sağlığına yönelik dünya çapındaki gelişmeler, tehditler ve denetim uygulamaları "Sağlıklı Tekstil Ürünlerinde Zorunluluklar" başlığı altında masaya yatırıldı. İHKİB çatısı altında bu yıl

6'ncısı düzenlenen Uluslararası Ekoteks Tekstil Sempozyumu'nda tekstil üretimindeki hangi kimyasalların giysilere zarar verdiği, çevre dostu sürdürülebilir üretimlerin gelecekteki etkilerinin neler olduğu hazır giyim ithalatında hangi denetim ve uygulamaların yapıldığı anlatıldı. Açılış konuşmalarını, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in yaptığı "Uluslararası 6'nci Ekoteks Tekstil Sempozyumu"na, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, İTKİB Genel Sekreterliği'nden ve sektörden çok sayıda temsilcisi katıldı. Dört ayrı oturumda düzenlenen sempozyum Almanya, İspanya, Belçika ve Türkiye'den uzmanların sunumlarıyla gerçekleşti.



## SEMPOZYUMDA TEKSTİL ÜRETİMİNDE NE TÜR KİMYASALLARIN GİYSİLERE ZARAR VERDİĞİ, HAZIR GİYİM İTHALATINDA HANGİ DENETİM VE UYGULAMALARIN YAPILDIĞI ANLATILDI.

termal konforun sağlanmasına dek pek çok yeniliğin tüketicileri beklediğini vurgulayan Tanrıverdi, bu süreçte sağlık konusunun ilk planda yer aldığını kaydetti. Hikmet Tanrıverdi, “Tekstil üretiminde hangi kimyasallar giysilere zarar veriyor?, Çevre dostu sürdürülebilir üretimler neler?, Yönetmeliklerin gelecekteki etkileri ve Türkiye’nin bakış açısı nedir? , Boyarmadde ve kimyasal kullanımında beklentiler neler?, Hazır giyim ithalatında hangi denetim ve uygulamalar yapılıyor? Bu soruların cevaplarını, “Sağlıklı Tekstil Ürünlerinde Zorunluluklar” başlığı altında, 6. Uluslararası Ekoteks Tekstil Sempozyumu’na katılan, Almanya, İspanya, Belçika ve Türkiye’den dünya çapındaki uzmanlar masaya yatırıyor” dedi. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kanserojen içerikli tekstil ürünlerinin insan sağlığını ve gelecek nesilleri ciddi boyutlarda tehdit ettiğine dikkat çeken Tanrıverdi, sürekli artan maliyet unsurları ile devam eden rekabet yüzünden bu alanda çok daha titiz ve dikkatli olunması gerektiğini belirtti. Ar-Ge ve teknolojinin birlikte hareket ederek üretimi gerçekleştirdiğinde insan ve çevre sağlığına büyük katkı sağlandığını da dikkat çeken Hikmet Tanrıverdi konuşmasını şöyle

tamamladı: “İHKİB’in iştiraki olarak hayata geçirdiğimiz Ekoteks, önemli bir görev ve misyon üstlenmiş durumda. Bir yandan ihracatçıyı desteklerken, öte yandan ithalatı denetleyen Ekoteks, fonksiyonel tekstil ve benzer ürünlerin geliştirilmesinde de sektörümüzün yanında yer alıyor. 1998 yılından bu yana uluslararası geçerliliğe sahip bağımsız bir laboratuvar olarak hizmet veren Ekoteks, uluslararası standartlarda, güvenilir, hızlı ve kaliteli servis sunuyor. Öncelikli kuruluş amacı, ihracat yapan firmalara en kısa zamanda ve test maliyetlerini en düşük seviyede tutarak hizmet vermek olan Ekoteks, ayrıca tekstil ürünlerinin kalitesini istenen seviyeye yükseltmeye ve sürekliliğini sağlamaya yönelik de katkı sağlıyor.”

### “Rekabet sağlıklı ürünlerle olur”

Sempozyumun açılış konuşmasını yapan bir diğer isim ise Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir oldu. Özdemir, “Yeşil ürünler adı altında gerçekleşen sempozyumumuzda, ürünlerimize daha fazla katma değer katacak, tekstil ve hazır giyimde 2023 hedefi olan 80 milyar dolar ihracatımızı yakalamamızda bizi öncelikli ve

### Öncelik tüketici sağlığı

Bilimsel çalışmaların her geçen gün yepyeni ufuklar açtığı dünyamızda, tekstil ve hazır giyim sektörünün hızlı bir kabuk değişimi yaşadığını söyleyerek konuşmasına başlayan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, teknik ve fonksiyonel tekstilde yaşanan gelişmelerin hazır giyim sektörünü tasarım, moda ve üretim üçgeninden çıkardığını, gelişen teknoloji sayesinde hazır giyim ürünlerinin, sadece giysi olmanın ötesine geçip, çok farklı bir kimliğe ve misyona büründüğünü ifade etti. Artık insan sağlığına hizmet eden ürünlerden; kanserin tetikleyicilerinden radyasyona karşı kalkan görevi üstlenen ceketlere, iç ve spor giyimden



Dört ayrı oturumda düzenlenen “Uluslararası 6’ncı Ekoteks Tekstil Sempozyumu” Almanya, İspanya, Belçika ve Türkiye’den uzmanların sunumlarıyla gerçekleşti.



## SEMPOZYUM

İHKİB BAŞKANI TANRIVERDİ: “TEKNİK TEKSTİLDE YAŞANAN GELİŞMELER HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜ TASARIM, MODA VE ÜRETİM ÜÇGENİNDEN ÇIKARDI. GELİŞEN TEKNOLOJİ SAYESİNDE HAZIR GİYİM ÜRÜNLERİ FARKLI BİR KİMLİĞE BÜRÜNDÜ.”



Açılış konuşmalarını İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in yaptığı "Uluslararası 6'ncı Ekoteks Tekstil Sempozyumu" sektörden büyük ilgi gördü.

## Konunun uzmanları bu sempozyumda buluştu

Dört ayrı oturumda düzenlenen sempozyum, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in açılış konuşmalarından sonra konunun uzmanları tarafından hazırlanan sunumlarla devam etti. İTÜ Profesörü ve aynı zamanda Tekstil Geliştirme ve Pazarlama Programı Koordinatörü olan Prof. Dr. Bülent Özipek'in moderatörlüğünde gerçekleşen "Uluslararası 6'ncı Ekoteks Sempozyumu"nda ilk oturum Santiago De Compostela Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. F. Javier Sardina'nın "Tekstil Tedarik Zincirinde Bilgi ve Uzmanlık Etkinliği: Bilmediklerimiz Giysilere Zarar Verebilir" başlıklı sunumuyla başladı. Prof. Dr. F. Javier Sardina, tekstil üretimi yapan Türkiye, Bangladeş, Hindistan ve Çin gibi ülkeler arasında, 1 yıl boyunca aynı tutarlılıkla "en düşük" zararlı kimyasal içeren ürünleri Türkiye'nin ürettiğine dikkat çekerek "Türkler iyi iş çıkarıyor" dedi. Hazır giyimde denetimin artık teknoloji ve kaliteden sağlık ve kimyaya kaydığına işaret eden Prof. Dr. Sardina, en büyük ve güncel sorunun tüketiciye yeterli bilgi aktarımının yapılması olduğunu bildirdi.

## "İşlevi olmayan ürünün pazarı da olmaz"

Prof. Dr. F. Javier Sardina'nın sunumundan ardından İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. İsmail Boz, katılımcılarla, "Yeşil Kimya Dünyasında Sürdürülebilir Üretimler" konulu sunumu paylaştı. İkinci oturuma geçildiğinde ilk sunumu Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Çevre Sağlığı Daire Başkanlığı Biyosidal Ürünler Birimi'nden Çevre Mühendisi Selim Atak, "Küresel Biyosidal Yönetmeliklerinin Gelecekteki Etkileri: Türkiye'nin Bakışı"nı anlattığı sunumu ile gerçekleştirdi. Atak, biyosidal ürünlerin çevre sağlığı ve risklerini azaltmak için ortaya çıktığını belirterek, ürünlerin etiketlenmesinde ve ruhsatlandırılmasında Bakanlık tarafından onaylanması gerektiğini vurguladı. Aktif maddenin tanımlanıp tanımlanmadığına bakılarak, risk görülmesi

rekabetçi kılacak olan sağlığımıza, geleceğimize ve çevremize duyarlı ürünler üretmemizle mümkün olacaktır" dedi. Özdemir, 80'li yıllarda ihracatına başlanan tekstil ve konfeksiyon sektöründe bugün "Made in Türkiye" etiketiyle daha fazla rekabet ederek artan talebi karşılayabildiklerini ifade etti. İnsan sağlığının tekstilde ana nokta olması

gerektiğini söyleyen Özdemir, küresel ekonomide daha fazla yer almanın sağlıklı, çevre dostu ürünler üretmekle ve sosyal sorumluluk konularına önem vermekle gerçekleşeceğini belirtti. Özdemir, haksız rekabeti önlemede de Ekoteks olarak yardımcı rol oynadıklarının altını çizerek sektörün Ar-Ge çalışmalarında yanlarında olacaklarını hatırlattı.



**ALPER SADIK TOKÖZ**  
Ekonomi Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğü Daire Başkanı

## Bilgi alışverişinde bulunduk

Ekoteks Uluslararası Tekstil Sempozyumu'na ilk defa katılıyorum. Tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatında risk değerlendirmesine dayalı denetim sistemini katılımcılara aktardım ve genel olarak akıcı bir konuşma olduğunu düşünüyorum. Firmaların bilgilenmesi adına bu sempozyumun çok faydalı. Çünkü insanlar burada bilgi alışverişini içinde buluyorlar. Bu sempozyum farkındalık yaratmak adına çok güzel bir platform. Sempozyumdan ben çok memnun kaldım, umarım katılımcılar da benim kadar memnun ayrılmışlardır.



**PROF. DR. F. JAVIER SARDINA**

Santiago de Compostela Üniversitesi  
Organik Kimya Bölümü Öğretim Üyesi

## Denetim teknolojiden sağlığa kayıyor

Bence bu sempozyum bilgi alışverişi anlamında çok geniş bir alan. Alanında uzman kişiler burada konuşma yaptılar ve tekstil sektöründe son gelişmeleri paylaştılar. Bu sempozyumda bilinmeyen bilgileri paylaştık. En büyük ve güncel sorun tüketiciye yeterli bilgi aktarımının yapılmaması.

Bu bilgileri biz biliyorduk ama hiçbir yerde kimseyle paylaşmamıştık. İlk defa burada aktardık. Bence İstanbul tekstil sektöründe üretim açısından çok gelişmiş bir şehir. Alanında bilir kişilerin yaptığı tartışmalarda çok ileri seviyedeydi. Çevre ve insan sağlığı ile ilgilenen biri olduğum için benim çok hoşuma gitti. Hazır giyimde denetimin artık teknoloji ve kaliteden sağlık ve kimyaya kaydığını düşünüyorum. Yaptığımız araştırmalardan örnekler vererek kimyasalların çevre sağlığına ve insan sağlığına ne şekilde zarar verdiğini paylaştık. Kimyasalları boyalardan mı alıyoruz, yoksa başka bir maddeden mi alıyoruz bunlara da baktık. Bu araştırmaların sonucunda da uluslar arası boya tedarikçilerinin zararlı kimyasalları göstermemek adına, durumu düzeltmek adına her şeyi yapabileceklerini gördük. Bu konu burada ilk defa konuşuldu. Bununla ilgili bu bilgilendirme toplantısı da insanların bir şeyleri farkına varması için çok verimli geçti.

## Vizyonu geniş bir sempozyum

Ekoteks Tekstil Sempozyumu'na bu yıl ilk defa katılıyorum. Ulusal ve uluslararası uzmanları, kamu, üniversite ve sanayi bir aradaydı. Tekstil ürünlerinde ekolojik kriterlerin önemini ve bu anlamda nelere dikkat etmemiz gerektiğine bu sempozyum aracılığıyla dikkat çekildi. Türkiye tekstil sektöründe çok güçlü. Firmaların bilinçlenmesi, Avrupa standartlarında hangi kriterlere dikkat etmeleri gerektiğini öğrendik. Yurt dışında insanlar nasıl çalışıyorsa, Türkiye'de de o şekilde çalışmaya başladı. Hiçbir alanda insanları bilgilendirmekten geri kalmıyoruz. Sempozyumun herkese çok geniş bir vizyon kattığını düşünüyorum.



**DR. HATİCE BEKTAŞ**

Tekstil ve Tekstil Ürünleri  
TSE Ayna Komitesi Uzmanı

durumunda, riskin ortadan kaldırılması için etikette yeniden düzenleme getirildiğine ve bunun sonucunda da zararlı maddelerin uzaklaşması için çalışmalar yapıldığına dikkat çekti. İkinci oturum, "AB Biyosidal Ürün Yönetmeliklerine Uygun Tekstiller" sunumuyla, Brüksel, Field Fisher Waterhouse'dan Avukat-Danışman Koen Van Maldegem ile devam etti. Maldegem, biyosidal ürünlerle ilgili Eylül 2013'te bir tüzüğün çıkacağını söyleyerek, işlenmiş eşyaların biyosidal

ürün olarak gözüktüğünü ve eşyadan ayrılmaz bir bileşen olması durumunda, zarar vermemesi halinde biyosidal ürün taşıdığını söyledi. Biyosidal ürünler ve işlenmiş eşyalara uygulanacak bu tüzük AB üyeliği olan 27 ülkede, Avrupa ekonomi alanında geçerli olacağını belirten Maldegem, "Bir eşyanın işlevi olmazsa, pazarı da olmaz. Bu tüzükle birlikte denetimler de daha sıkı olacak. Halk sağlığı ile ilgili sorunlar çözümlenmeye çalışılacak" dedi.



**GÜLPERİ TANDAR**

Lc Waikiki Global Kalite Direktörü/  
TSE Tekstil Ayna Komite Başkanı

## Güncel konular masaya yatırıldı

Altı yıldır ilgiyle karşılanan Uluslararası Ekoteks Tekstil Sempozyumu'na iki yıldır katılıyorum. Bakanlıkların, sektör temsilcilerinin, laboratuvarların, ulusal ve uluslararası uzmanların bir araya geldiği bir organizasyondu. Biz Lc Waikiki olarak bu tarz etkinliklerde bulunmaya çalışıyoruz. Bu sempozyumda da sponsor olarak yer aldık. Bilgilerin hızlı akışını sağladığımız, en yeni, güncel konuların tartışıldığı çok güzel bir sempozyuma tanıklık ettim. Etkinliğin tekstil sektörüne ve ülkeye katkıda bulunduğunu düşünüyorum. Firmaları ve tüketiciyi bilinçlendirmek adına oluşturulan bu sempozyumların geleneksel hale gelmesi çok memnun edici bir durum.



EKOTEKS İCRA KURULU BAŞKANI NİLGÜN ÖZDEMİR, SEKSEN Lİ YILLARDA İHRACATINA BAŞLANAN TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE BUGÜN “MADE IN TÜRKİYE” ETİKETİYLE DAHA FAZLA REKABET EDEREK ARTAN TALEBİ KARŞILAYABİLDİKLERİNE DİKKAT ÇEKİTİ.



Birbirinden önemli isimleri ağırlayan Ekoteks Sempozyumu'nda Brüksel, Field Fisher Waterhouse'dan Avukat-Danışman Koen Van Maldegem “AB Biyosidal Ürün Yönetmeliklerine Uygun Tekstiller” sunumuyla katılımcıların karşısına çıktı.

## “Haksız rekabet için denetim şart”

Seminerin öğleden sonra düzenlenen oturumlarında, Centexbel/ Technologiepark Sürdürülebilir Ürünler ve Uygulama Müdürü Stijn Devaere, “Boyarmadde ve Kimyasal Kullanımında Gelecekteki Beklentiler: REACH ve SVCH Uygulamalarında Güncel Uygulamalar” sunumunu gerçekleştirirken, İstanbul Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. İsmail Aydın, “Plastikleştirici Malzemelerin İnsan Sağlığına ve Çevreye Toksik Etkileri” konulu sunumu katılımcılarla paylaştı. Stijn Devaere, REACH’in öncelikli olarak insan ve çevre sağlığını korumak olduğunu belirterek, tekstil sektöründe bunun çok önemli olduğunu belirtti. İnsan ve çevre sağlığı risklerini azaltarak, kısıtlamalar getirildiğini belirten Devaere, “Türk üreticisinin doğrudan bir yükümlülüğü olmadığını vurgulayarak, ürünle ilgili sorunları önceden bildirmek gerekiyor ve tüketicinin sorularını da bu anlamda yanıtlamak, güvenilirliği artırır” dedi. Prof. Dr. İsmail Aydın tekstilde yardımcı olarak bazen plastik malzemenin kullanıldığını belirterek, plastiğin kullanım alanının çok

yaygın olduğunu vurguladı. Aydın, “Plastik malzemenin en yaygın olduğu ‘Dop’ içeren ürünlerde görebilirsiniz. ‘Dop’ içeren bir şeyi sığağa bıraktığınızda üstünde ıslak gibi parlaklık görebilirsiniz. Plastik malzemelerin olumsuz etkileri süre içinde görünür ve dış görünüşleri bozulur. Tekstilde de mümkün olduğunca plastik içermeyen ürünlere yönelmeliyiz” dedi. Setaş Kimya Sanayi A.Ş., Proje Koordinatörü İsmail Yakın’ın, “Marka Oluşturmada Tekstil Boyarmadde ve Yardımcı Kimyasalların Rolü” sunumuyla başlayan, dördüncü oturum, Ekonomi Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğü İthalat Politikalarını İzleme ve Değerlendirme Dairesi Daire Başkanı Alper Sadık Toközlü’nün “Tekstil ve Hazır Giyim Ürünleri İthalatında Risk Değerlendirmesine Dayalı Denetim Sistemi” konulu sunumuyla devam etti. Toközlü, Ekonomi Bakanlığı olarak azo boyar maddelerin ithalatını riske dayalı denetlediklerini belirterek, bu durum sonucunda cezalandırmanın ön plana çıktığını ve haksız rekabetin vurgulandığını kaydetti. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün Türkiye’nin ihracatında itici güç olduğunu vurgulayan Toköz, “İthalat yapmak isteyen firmalar için kayıt sistemi kuruldu. Firmalar



**MERAL KARAASLAN**

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı  
Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi  
Genel Müdürlüğü- Mühendis

## Farkındalık oluşturan bir etkinlik

Sempozyum çok güzel geçti. Bu benim katıldığım üçüncü Ekoteks Sempozyumu. Tekstil sektörü için çok faydalı olduğunu düşünüyorum ve Bakanlık olarak da sempozyumdan çok faydalanıyoruz. Sektörle iç içe olmak bizi çok memnun ediyor. Yeni yönetmeliklerimizi, yeni yasal yaptırımlarımızı bu platformda paylaşmış oluyoruz. Burada tanıştığımız insanlarla Ankara’da da çok sık beraber oluyoruz. Bu sempozyumlar aracılığıyla firmalarda da, tüketicilerde de farkındalık oluşuyor. Sempozyum, gerek konularıyla gerekse de konuklarıyla her dönem dikkat çekici bir konseptle yolunda ilerliyor. Sempozyum bu dönemde de insan sağlığına yönelik gelişmelere dikkat çekerek ilgili çevreleri bilgilendirdi.

kendilerini bu sisteme kaydediyor ve istedikleri firmalara ulaşma imkanı buluyorlar. Bu firmaların da denetimleri yapıyor” dedi. Son oturumun son konuşmacısı olarak, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü, Tekstil Mühendisi Meral Karaaslan, “Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Piyasa Gözetimi ve Denetim Uygulamaları” başlıklı sunumu katılımcılarla paylaştı. Sempozyum genel değerlendirmeler ve soru-cevaplarla sona erdi.

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



FUAR

52

HER YIL DÜZENLENDİĞİ FUARLA, DÜNYA ÇAPINDA YANKI UYANDIRAN EVTEKS, 15-19 MAYIS 2013 TARİHLERİ ARASINDA 19'UNCU KEZ KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇTI. FUAR AÇIK KALDIĞI 5 GÜN BOYUNCA 39 BİN 275'İ YABANCI OLMAK ÜZERE, TOPLAM 118 BİN ZİYARETÇİYİ AĞIRLADI.

# EVTEKS, HEIMTEXTİL'İN TAHTINI SALLIYOR



## ARAP ÜLKELERİNDEN UZAKDOĞU ÜLKELERİNE KADAR TÜRKİYE'NİN BÜTÜN KOMŞULARI İÇİN ÇEKİM MERKEZİ HALİNE GELEN EVTEKS, SEKTÖRÜN EV TEKSTİLİNDEKİ SADECE ÜRETİM GÜCÜNÜ DEĞİL, TASARIM ALANINDAKİ VARLIĞINI DA ORTAYA KOYMUŞ OLDU.



**Ev tekstiline** dair son gelişmelerin trend ve moda uygun olarak harmanlanarak ziyaretçilerin beğenisine sunulduğu “EVTEKS 19’uncu İstanbul Ev Tekstili Fuarı”, 15-19 Mayıs tarihleri arasında düzenlendi. Ev tekstilinde dünyanın ikinci fuarı, Türkiye’nin ise en büyük ticari platformu olan EVTEKS, 19’uncu döneminde de ziyaretçi ve katılımcılardan yoğun ilgi gördü. Geçtiğimiz yıl 35 bini yabancı olmak üzere toplam 119 bin kişiyi ağırlayan fuar, bu yıl özellikle yabancı ziyaretçilerin akınına uğrayarak, 39 bin 275’i yabancı olmak üzere, toplam 118 bin ziyaretçiyi ağırladı. EVTEKS’e 40 bine yakın yabancı ziyaretçinin gelmesi, İstanbul’un konaklama kapasitesi açısından olimpiyat provası olarak değerlendirilirken, yetkililer, fuar alanına yakın bölgedeki evlerin bile pansiyon hizmeti verdiğine işaret etti. Ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyet gösteren bin firmanın kendi markasıyla ürünlerini sergilediği EVTEKS’i bu yıl yurt dışından 50’yi aşkın ülkeden alıcı grupları ziyaret etti. 11 salonda 160 bin metrekare alanda düzenlenen fuara Türkiye’den; İstanbul, Denizli ve

Bursa ağırlıklı olmak üzere Kayseri, Adana, İzmir, Ankara ve Diyarbakır’ın aralarında olduğu çok sayıda ilden firma, ürünlerini dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarla buluşturdu.

EVTEKS Fuarı’nın 14 Mayıs tarihinde gerçekleşen gala gecesi yemeği de kamu kurum ve kuruluşlarının üst düzey yetkililerinin, sivil toplum kuruluşlarının üst düzey yetkililerinin, temsilcilerinin yoğun katılımı ile yapıldı. Gala gecesinde TETSİAD tarafından düzenlenen tasarım yarışması ödül töreni de yapıldı. EVTEKS 2013 gala yemeği gerek sektörün gelişmesi için yapılması gerekenlerin, gerekse EVTEKS fuarının yakın zamanda dünyanın en büyük ev tekstili fuarı olabilmesi için uygulanması gereken stratejilerin konuşulduğu bir ortam oluşturdu.

### Yurt dışı katılımcılarının sayısı artıyor

Yurt dışından fuara katılan ülke sayısında da artışın gözlemlendiği EVTEKS’te; ABD, Almanya, Japonya, Fransa, Avusturya, İngiltere, Kanada, İtalya, Kolombiya, Brezilya, Rusya, İspanya, Fas, İran ve Çin ziyaretçi ülkeler arasında yer aldı. Alıcı gruplarının yüksek oranlarda sipariş verdiği fuarda katılımcılar önemli ticari anlaşmalara imza attı. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) desteğinde CNR Holding kuruluşlarından CNR Uluslararası Fuarçılık organizasyonu ile gerçek-

leştirilen fuarda, tül perdelerden döşeme-lik kumaşa, banyo ürünlerinden, yatak odası ürünlerine, masa örtülerinden, perde mekanizmaları ve aksesuarlarına kadar ev tekstiline dair bütün ürünler sergilendi.

### “Türkiye markalaşmanın önemini kavradı”

Dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçileri, katılımcı firmalarla buluşturan EVTEKS İstanbul Ev Tekstili Fuarı, beş gün boyunca renkli etkinliklere sahne oldu. Fuarın 15 Mayıs tarihinde gerçekleşen açılış törenine tekstil sektörünün önde gelen isimleri katıldı. EVTEKS 2013, Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem, Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) Başkanı Yaşar Küçükçalık, Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Süleyman Kocasert, CNR Holding Fuarçılık Grubu CEO’su Cem Şenel’in katılımıyla açıldı. Fuarın açılışında konuşan Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, EVTEKS Fuarı’nın 19 yıl içinde büyük bir gelişme gösterdiğini söyledi. Babacan şöyle konuştu: “1995 yılında ilk kez 69 firmanın katılımıyla düzenlenen EVTEKS, bugün katılımcı firma sayısını bine, metrekareyi de 2 bin 175’ten 160 bin metrekarelere çıkardı. Söz konusu rakamlar Türkiye’nin ev tekstili sektöründe nereden nereye geldiğinin ispatıdır.” Sektörde markalaşmanın önemine de değinen Ali Babacan, iyi markanın tutulan söz anlamına geldiğini, Türkiye’nin de artık markalaşmanın önemini kavradığını belirtti. TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık da fuarın ve sektörün önemine değinerek, Türk ev



19. EVTEKS Fuarı’nın açılış kurdelasını Başbakan Yardımcısı Ali Babacan’la birlikte sektörün önde gelen isimleri birlikte kesti.



EV TEKSTİLİ İHRACATININ BÜYÜK BİR BÖLÜMÜNÜN GERÇEKLEŞTİRİLDİĞİ EVTEKS FUARI AYNI ZAMANDA ÖNÜMÜZDEKİ SEZONLARIN EV TEKSTİLİ TRENDLERİNİ BELİRLENMESİ YÖNÜYLE DE BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR.



**ŞERAFETTİN DEMİR**  
İTHİB Başkan Yardımcısı

*Dünyanın bir numaralı ev tekstili fuarı olmamız için tüm imkanlara sahibiz.*

tekstili sektörünün 5.5 milyar dolar ihracatı olduğunu ve dünya ev tekstili sektöründen yüzde 5'lik bir pay aldığını söyledi. CNR Holding Fuarçılık Grubu CEO'su Cem Şenel ise, EVTEKS Fuarı'nın İstanbul ekonomisine büyük katkı sağladığını vurgulayarak,



**ALİ AYDIN**  
TETSİAD Başkan Vekili

*Fuara gelen ziyaretçiler, EVTEKS'te Türkiye'deki ev tekstilinin modası hakkında bilgi sahibi oluyor.*

“Fuara gelen ziyaretçi normal bir turistten 3 kat fazla harcıyor. EVTEKS için gelen ziyaretçi İstanbul'a bin 300 euro bırakıyor” dedi.

### Fuar liderliğe oynuyor

EVTEKS'in dünyanın sayılı fuarlarından biri olduğunu belirten İTHİB Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, fuarın ev tekstili konusunda ticaret hacmi olarak çok geniş bir alana sahip olduğunu vurguladı. TETSİAD'ın 1991 yılında başlattığı fuarın bugünlere kadar gelmesinden büyük bir onur duyduğunu belirten Demir, “1996 yılında 2 hall'de sergilediğimiz ürünleri, artık 11 hall'de sergiliyoruz. Ev tekstili sektöründe kalite anlamında çok iyi bir yerde duruyoruz ve etrafımızda hiçbir ülke bu işi bizim kadar iyi yapamıyor. Fuar alanını biraz daha genişletirsek, iş hacmimizden dolayı bu alanı dolduracağımızı düşünüyorum. Bizim üretecek kalitemiz, satacak malmız var. Kısacası dünyanın bir numaralı ev tekstili fuarı olmamız için tüm imkanlara sahibiz” dedi.

### “EVTEKS, kültürümüzün yansıması”

Tekstil sektörünün köklü bir geçmişi sahip olduğunu belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Cengiz Özmen, “EVTEKS fuarı liderliğe gözünü dikti. Bu fuarın dünyanın ikinci



**CENGİZ ÖZMEN**  
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

*Biz EVTEKS'le Türk toplumunun kültürünü ve misafirperverliğini de ortaya koyuyoruz.*

büyük ev tekstili fuarı olmasının sebebi de çalışkanlığımızdan kaynaklanıyor. EVTEKS denilince aklımıza sadece bavulumuzu, kumaşlarımızı alıp, iş yapmak için yola çıktığımız bir fuar gelmemeli. Biz bu fuarla Türk toplumunun kültürünü ve misafirper-



Her yıl yenilenen konseptiyle hafızalara kazınan fuarda, Nelly Rodi tarafından hazırlanan 2014 sezon trendleri, EVTEKS Trend Alanı'nda sergilendi.

# 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 İq 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



11 SALONDA 160 BİN METREKARE ALANDA DÜZENLENEN EVTEKS FUARI'NA İSTANBUL, DENİZLİ VE BURSA AĞIRLIKLILIK OLMAK ÜZERE KAYSERİ, ADANA, İZMİR, ANKARA VE DİYARBAKIR'IN ARALARINDA OLDUĞU ÇOK SAYIDA İLDEN FİRMA KATILDI.



verliğini de ortaya koyuyoruz” dedi. EVTEKS Fuarı'nın üreticinin pazarı olduğunu belirten Özmen, ev tekstili sektörünün büyük bir ivme kazandığını ve kalitesiyle artık dünyanın dört bir yanında bilinirliğinin olduğuna vurgu yaptı. Fuarın Almanya'da düzenlenen Heimtextil Fuarı'nın alternatifi olduğunu belirten Özmen, “Heimtextil'e biz de katılıyoruz. Brezilya'dan, Arjantin'den de yoğun ilgi gören Heimtextil'de, iş olanakları yaratıyoruz. O firmaları EVTEKS'e davet ediyoruz. Bu fuar hem katılımcılara hem de ziyaretçilere gerçekten çok büyük bir platform sunuyor. Yerimizin genişliği de dünyanın ikinci büyük ev tekstili fuarı olmamızı sağlıyor. Fuar alanımız daha da geniş olsa, Heimtextil'in önüne geçeriz” dedi.

### Dünya Trend Merkezi: “EVTEKS”

1996 yılında otel odasında başlayan ev tekstili fuarının bu yıl itibarıyla bin firmanın kendi markasıyla katıldığı çok önemli bir fuar haline geldiğine vurgu yapan TETSİAD Başkan Vekili Ali Aydın, Türkiye'de artık ev tekstili modasının yaratıldığı-



ğına ve bu modanın EVTEKS Fuarı'nda yakından takip edilebildiğine dikkat çekti. Gelinen nokta için büyük bir onur duyduğunu söyleyen Aydın, “Çok büyük fuarlar var ama bu fuarda ev tekstili trendi belirleniyor. Biz bunun için mücadele ettik ve başardık. Gelecek yıl için de şimdiden çalışmaya başladık. EVTEKS'e yeni bir slogan geliştirdik; “Dünya Trend Merkezi”. Bu logoyu almak için de elimizden gelen çabayı göstereceğiz” dedi. EVTEKS Fuarı'nın Türkiye ekonomisine de katkı sağladığına dikkat çeken Aydın, her geçen sene daha da büyümek istediklerine vurgu yaptı.

### Fuardan eli boş dönen yok

Arap ülkelerinden Uzakdoğu ülkelerine kadar Türkiye'nin bütün komşuları için çekim merkezi haline gelen fuar, sektörde ev tekstilindeki sadece üretim gücünü değil, tasarım alanındaki varlığını da ortaya koymuş oldu. EVTEKS 2013'de kurdukları bağlantılar sayesinde fuardan memnun ayrılan sadece yerli firmalar olmadı. Dünyanın değişik noktalarından katılan yabancı firmalar da kurdukları sıcak temaslara, yakın gelecekte yapacakları satışların ilk tohumlarını atmış oldu. Ev tekstili ihracatının büyük bir bölümünün gerçekleştirildiği fuar aynı zamanda önümüzdeki sezonların ev tekstili trendlerini belirlenmesi yönüyle de büyük önem taşıyor.

Bir sonraki yılın ev tekstili trendlerinin belirlendiği fuarda trend temalarının ana konseptini “Keşfet” oluşturdu. Fransız Trend Tahmin Ajansı Nelly Rodi'nin çalışmaları ile belirlenen trendler bu konsept etrafında EVTEKS Trend Alanı'nda sergilendi. Fuarın Dizaynist bölümünde ise Fransa, İngiltere, Almanya, ABD ve İsviçre'nin dünyaca ünlü desen stüdyoları yer aldı. Ayrıca ünlü tasarımcıların katıldığı seminerler de EVTEKS'te büyük ilgi topladı.





SympaTex®

# GUARANTEED GREEN

THE SYMPATEX  RECYCLABLE MEMBRANE

DINAMİK PERFORMANS



SU GEÇİRMEZ  
NEFES ALIR  
RÜZGAR GEÇİRMEZ

WWW.SYMPATEX.COM  
TÜRKİYE MÜMESSİLİ;  
CROMOGENIATÜRK  
+90 (216) 394 90 88



TOPLAMDA 119 BİN KİŞİYİ AĞIRLAYAN EVTEKS'E 40 BİNE YAKIN YABANCI ZİYARETÇİNİN GELMESİ, İSTANBUL'UN KONAKLAMA KAPASİTESİ AÇISINDAN OLİMPİYAT PROVASI OLARAK DEĞERLENDİRİLDİ.

## Trendler EVTEKS'te keşfedildi

Her yıl yenilenen konseptiyle hafızalara kazınan İstanbul Ev Tekstili Fuarı'nda Nelly Rodi tarafından hazırlanan 2014 sezon trendleri, EVTEKS Trend Alanı'nda sergilendi. Ana konseptini 'Keşfet'in oluşturduğu 2014 sezon trendleri Trend Alanı'nda yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından büyük ilgiyle karşılanarak oldukça beğeni topladı. Geleneğin tasarımıyla bütünleştiği ve doğadan ilham alarak yeni keşiflerin yapıldığı 2014 İlkbahar/ Yaz temaları "Arsız Şık, Gizemli

Uyum ve Sevimli Lüks"; Sonbahar/Kış temaları ise, "Karmaşa Tarzı, Yumuşak Şekiller ve Kırsal Esinti" olarak karşımıza çıkacak. 2014 Sonbahar/Kış teması olan 'Karmaşa Tarzı'nda şıklık çok ile yüzleşerek, hayret uyandıracak. Önümüzdeki yılın İlkbahar/Yaz trend renkleri değişen açık tonlar, turkuaz varyasyonları ve su yeşili ile kombine doğal ve ağaçsı gölgeler, askeri renk tonları, ikili sarılar, pembeleri kucaklayan koyu bejler, haki ve romantik altın sarısı olarak öne çıkıyor. "Sonbahar/Kış" sezonunda ise ağırlıklı olarak rafine, karmaşık gri, ağaç kabuklarının, köklerinin ve kuru ağacın bitkisel renkleri, romantik altın sarısı



**MEHMET DURMAZ**

Ozan Tekstil A.Ş. Hobby Home Collection Genel Müdür

## EVTEKS TEKSTİLCİLERİN BAYRAMI

EVTEKS Fuarı, ev tekstili sektörünün bayramı olarak nitelendirilebilir. Bir yılın birikimlerini burada sergileyip, satışlarımızı yapıyoruz Türkiye'nin ev tekstili ile ilgili tüm dış ticaret bağlantıları fuarlarda yapılıyor. Bu fuar da Türkiye'nin en büyük fuarlarından biri. Biz firma olarak bu fuara ilk günden beri katılım gerçekleştiriyoruz. Firma olarak perde üzerine yoğunlukla çalışıyoruz. Perde de zebra desenleri ve mekanizmalı perdeler öne çıkıyor. Bence Türk ev tekstili artık İtalya'nın yerini alıyor ve bizim yerimizi de Çin alıyor. Biz modaı yakından takip ediyoruz ve bunu da koleksiyonlarımıza yansıtıyoruz.



**NAZIM BAYRAM**

Bayramlar Dokuma Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı

## EVTEKS GÜN GEÇTİKÇE BÜYÜYOR

Tekstil fuarları arasında dünyanın ikinci büyük fuarı konumunda olan EVTEKS'e, düzenlendiği ilk yıldan bu yana katılıyoruz. Almanya'daki Heimtextil'de gün geçtikçe bir düşüş, EVTEKS'te de gün geçtikçe bir artış yaşanıyor. Katılım o kadar fazla oluyor ki, bazı firmalar yer bulmakta zorlanıyor. Ziyaretçi sayısında da her geçen gün bir artış oluyor. Firmalar, bir yıl boyunca bu fuara hazırlanarak ürünlerini bu platformda sergileme imkanı buluyor. Aynı anda hem alıcı, hem satıcı bu organizasyonda bir araya gelmiş oluyor. Gelecek yıllarda EVTEKS Fuarı'nın daha başarılı olacağını düşünüyorum.



**ABDULLAH HEPER**

Gelin Çeyiz Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti- Gelin Home Firma Ortağı

## 'MADE IN TURKEY'İ DÜNYAYA DUYURMALIYIZ

Dünyanın değişik yerlerine 'Made in Turkey' etiketini taşımak istiyoruz. EVTEKS fuarı da bu amaca ulaşmamız için iyi bir fırsat yaratıyor. Bu nedenle de buradaki fırsatları en iyi şekilde değerlendirmeye çalışıyoruz. Her geçen yıl artan bir taleple fuarın bize geri dönüşü oluyor. Bu da bir sonraki yıla daha iyi hazırlanmamızı beraberinde getiriyor. Ev tekstilinde en çok tercih edilen pastel renkler bu yıl da moda. Orta Doğu, Türki Cumhuriyetleri ve Rusya bölgesinde aktif çalışıyoruz. Hedeflerimiz arasında Kuzey Afrika pazarına girmek var. Umarım fuarla birlikte bu hedefimize de bir adım daha yaklaşmış olacağız.

EVTEKS'TE KURDUKLARI BAĞLANTILAR SAYESİNDE FUARDAN MEMNUN AYRILAN SADECE YERLİ FİRMALAR OLMADI. YABANCI FİRMALAR DA KURDUKLARI SICAK TEMASLARLA, YAKIN GELECEKTE YAPACAKLARI SATIŞLARIN İLK TOHUMLARINI ATMIŞ OLDU.



ile gökkuşağının parlaklığı elektrik ve florasan tonlarıyla birleşerek ev tekstili ürünlerine yansiyacak.

### Dünyanın rengi değişiyor

15-19 Mayıs tarihleri arasında CNR Expo'da düzenlenen "EVTEKS 19. İstanbul Ev Tekstili Fuarı", dünyaca ünlü tasarımcıların seminerlerine de ev sahipliği yaptı. Fuar kapsamında yapılan seminerlere konuşmacı olarak Prof. Dr. Nesrin Ünlü, Inkrit Berbee, Bibi Ronchi, Milou Ket, Cenk Mommarje, Ahmet Kayaer, Kemal Yamankaradeniz ve Mine Kalaylı katıldı.

Seminerlerde önümüzdeki sezonların ev tekstili trendlerini anlatan ünlü tasarımcı Cenk Mommarje, dünyanın artık rengini değiştirdiğini önümüzdeki sezonlarda bebek pembe-sinin ev dekorasyonunda önemli bir renk olacağını söyledi. Momarje, ev döşemelerinde sakinlik ve yalınlık trendinin günümüzde olduğu gibi önümüzdeki sezonlarda da önemini koruyacağını belirterek şöyle konuştu: "2014 yılında sadelik önemli pudra renkleri, mint yeşili, yağ yeşili, bebek pembesi, oksitli sarılar, bej tonları, siyah-kırmızı, beyaz-kırmızı karışımı, kızıl, mavi aşırı derecede pastel skalalar trend renkler olacak".



**MEHMET BAYKENT**

Baykent Tekstil  
Yönetim Kurulu Başkanı

### VERİMLİ BİR FUAR

Son iki yıldan bu yana katılım gösterdiğimiz EVTEKS Fuarı'na çok iyi başlangıç yaptık. Bu fuar ev tekstili adına çok doğru bir fuar, Heimtextil Fuarı'nın EVTEKS kadar verimli geçtiğini düşünmüyorum. EVTEKS Fuarı gün geçtikçe önem kazanmaya başladı. Fuara daha fazla yabancıların gelmesi, sektörü hareketlendiriyor. Bugün bakıldığında ev tekstili çok önemli bir duruma geldi. Eskiden bir havlu yıllarca kullanılırdı. Şuan dekoratif olarak da ev tekstili ön plana çıkmaya başladı. Kaliteli ürünler yaparak, daha geniş koleksiyonlarla bu fuarlarda Türk ev tekstilinin kalitesini dünyanın dört yanından gelen müşterilere göstermek istiyoruz. EVTEKS'in ilerleyen zamanlarda daha başarılı olacağına inanıyorum.



**ÖZGE AĞAOĞLU**

Ağaoğlu Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Home Harmony Kreatif Direktör

### EVTEKS'İN EKONOMİYE KATKISI BÜYÜK

Ev tekstili alanında sektör olarak son derece kaliteli ürünlere sahip olduğumuzu düşünüyorum. Geçen seneye göre fuar, firmamız açısından çok olumlu geçti. Dünyanın en büyük ikinci ev tekstili fuarı katma değer anlamında Türkiye ekonomisine katkı sağlıyor. Ev tekstili zaten Türkiye'de ülkemizin gelişmesi açısından lokomotif diyebileceğimiz sektörlerden bir tanesi. Fuar ürünlerimizi tanıtmak için çok güzel bir platform oluşturuyor. Firmamız adına sevindirici gelişmeler yaşadık. Brezilya ve Meksika'da fuarlara katılmıştık ve oralarda tanıştığımız firmalardan EVTEKS'te geri dönüşler aldık.



**CAN ALBAYRAK**

Aco Tekstil  
Firma Ortağı

### EVTEKS'LE DÜNYAYA AÇILIYORUZ

EVTEKS Fuarı'na her yıl ihracat payımızı artırmak amacıyla katılıyoruz. Yoğunluklu olarak iç piyasada müşterilerimiz var. Yüzde 70 iç piyasa, yüzde 30 ihracata yönelik çalışıyoruz. Yurt dışı müşterilerimize de kendi desenlerimizi ve stok ürünlerimizi satıyoruz. Türkiye'nin her yerinden bu fuara katılım gösteriliyor. Ürünlerimizi dünyaya tanıtmak adına bu fuar çok iyi bir fırsat oluşturuyor. Fuara çok fazla talep olduğu için katılmayanlar bile var. Piyasa açısından müşteri talebi biraz durgun, ancak buna rağmen fuarın çok verimli olduğunu düşünüyorum.



BUGÜNE KADAR SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ HER TÜRLÜ ETKİNLİK VE GİRİŞİMDE DESTEĞİNİ ESİRGEMEYEN İHKİB VE İTHİB, 5-7 ARALIK'TA GERÇEKLEŞECEK FASHIONIST 2013 İÇİN OTİAD'A TAM DESTEK SÖZÜ VERDİ.



# İHKİB VE İTHİB'TEN 'FASHIONIS'E TAM DESTEK

**İstanbul** Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, sektörel işbirliği ve dayanışmanın sağlanması amacıyla sektörün önde gelen isimlerini ziyaret eden Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD) Başkanı Ali Ulvi Orhan ve Yönetim Kurulu üyelerini, 9 Mayıs'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde ağırladı. Hazır giyim ve tekstil sektörünün sorunlarının konuşulduğu ziyaret sırasında sektöre dair çözüm önerileri üzerinde fikir alışverişinde bulunuldu. Birlik Başkanları Tanrıverdi, Gülle ve OTİAD Başkanı Orhan yaptıkları konuşmalarda her zaman olduğu gibi gelecek dönemde de yakın işbirliği içinde olacaklarını vurguladılar. İHKİB Başkanı Tanrıverdi ve İTHİB Başkanı Gülle OTİAD'ı ağırlamaktan çok memnun olduklarını, derneğin sıkıntı ve önerilerini paylaşmalarının kendileri için çok önemli olduğunu ifade ettiler. Sektörün içinde bulunduğu kritik geçiş sürecinde her zamankinden daha çok dayanışmaya ihtiyaç

duyduklarını belirten Tanrıverdi ve Gülle, ziyaret için OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan ve Yönetim Kurulu'na teşekkür ettiler.

## “Fashionist Türkiye'nin fuarı”

5-7 Aralık 2013'te OTİAD-Patika Fuarçılık işbirliği ile İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek olan “FASHIONIST 2013-Fashion İstanbul Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı” için destek isteyen OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan, yapacakları fuarın Osmanbey'in değil, Türkiye'nin fuarı olacağını söyledi. Aynı ayrı gerçekleşen İHKİB ve İTHİB ziyaretinde her iki birliğin her zaman OTİAD'ın yanında yer aldığını, desteğini esirgemediğini bunun için teşekkürlerini ifade eden Orhan şunları söyledi: “Biz bu projeye güveniyoruz, inanıyoruz. Tamamına yakını satılmış bir fuara destek için bugün buradayız. Bu fuar OTİAD ya da Osmanbey'in fuarı değil, Türkiye'nin fuarı. Bunun da bir sebebi var. Amacımız FASHIONIST'i 3-5 sene sonra diğer segmentleri de içine alan bir fuar haline getirebilmek

yani Türkiye hazır giyim fuarına dönüştürmek istiyoruz. İnşallah sizden gelen destek ve imkanlarla bunu gerçekleştireceğiz. Bu nedenle 'FASHIONIST, Osmanbey'in değil, İstanbul'un, Türkiye'nin fuarı' diyoruz. Her zaman OTİAD'ın yanında yer alan İHKİB ve İTHİB'in bu önemli etkinliğimizde de yanımızda olacağını biliyoruz, bunun için de çok teşekkür ediyoruz.”

## Tanrıverdi: “OTİAD'ın çabasını önemsiyoruz”

OTİAD heyetini Dış Ticaret Kompleksi'nde ağırlayan, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin ev sahipliğinde gerçekleşen ziyaret sırasında bugüne kadar söz konusu olan İHKİB ve OTİAD ilişkileri kısaca değerlendirildi. Sektörel ve bölgesel anlamda İHKİB'in her zaman maddi ve manevi OTİAD'ın yanında olduğunu vurgulandığı toplantıda, 2013 Fashionist Fuarı'na destek konusunda da İHKİB'in her zaman olumlu bir tavır sergilediği belirtildi. Toplantıda fuara direkt ve dolaylı yoldan olası destekle-

rin belirlenmesi ve uygulanması için her iki kurumun genel sekreteriyasının bir çalışma yapması ve yönetim kurullarına getirmesini takiben olası destek ve teşviklerin yürürlüğe konması kararlaştırıldı.

Tanrıverdi ziyaret sırasında yaptığı konuşmada şunları söyledi: "OTİAD'ı her zaman kendi derneğimiz gibi gördük. Biz sizlerden bugüne kadar güç aldık. Bir dönem bizim de buradaki imkanlarımız kısıtlıydı, bu nedenle de derneğe pek destek olamadık. Geldiğimiz noktada, önemli işler yaptığımız ortaya çıkıyor. Önemli projeler gerçekleştirdik. İstanbul moda dünyasının merkezi konumuna gelecek dediğimizde, bunun gereğini de yapacağımızı biliyorduk. Önümüzde öyle hedefler var ki, tek başına gösterilen çaba yetmeyebilir. İstanbul'un, moda ve hazır giyim için cazibe merkezi olması sektörün çabasıyla mümkün olacak." OTİAD'ın söz konusu çabayı gösteren sivil toplum kuruluşlarının başında geldiğini belirten Tanrıverdi, sözlerine şöyle devam etti: "Bugün geldiğimiz noktada Başbakanımız Recep Tayyip Erdoğan 'İstanbul moda merkezi olacak' diyorsa, bu gösterdiğimiz çabaların boşa gitmediğini gösteriyor. Bununla birlikte hepimiz, bu vizyon çerçevesinde, önümüze koyduğumuz hedefler doğrultusunda çaba göstereceğiz. Sizler bu çabayı gösteren insanlarsınız,



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

*İstanbul'un modanın cazibe merkezi olmasında en büyük desteği veren kurumlar arasında OTİAD yer alıyor.*



İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel işbirliği ve dayanışmanın sağlanması amacıyla sektörün önde gelen derneklerinden biri olan OTİAD temsilcileriyle bir araya geldi.

yanınızda uyum içinde binlerce, insan çalıştırıyorsunuz. Sektörün geleceği için önemli projeler gerçekleştiriyorsunuz, çaba gösteriyorsunuz. Koordinasyon içinde, dayanışma ve paylaşma içinde ortak hedeflere ilerlerken, tabi ki bizler de sizlerin yanında olacağız."

### **Gülle: "Başarılı işlerin her zaman yanındayız"**

OTİAD heyetine tam destek sözü vererek sözlerine başlayan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, OTİAD'ın başarılı bir fuar düzenleyeceğine inandığını belirtti. Gülle, "Bu alanda bir boşluk var ve bu boşluğu doldurmak için OTİAD'ın girişimini değerli buluyoruz" dedi. Gülle şöyle devam etti: "Maddi ya da manevi anlamda elimizden ne geliyorsa yapmaya çalışacağız. Biz isteriz ki içinde bulunduğumuz işler iyi olsun. Onun için OTİAD Yönetim Kurulu'nda da yer alan Yönetim Kurulu Üyemiz Tamer Pala ve Vehbi Canpolat'ın deneyimlerinden faydalanabilirsiniz. Tekstil ile ilgili bugüne kadar birçok fuar girişimi olduğunu, söz konusu girişimlerin başarı şansı olmadığı için Birlik olarak projeye dahil olmadıklarını belirten Gülle, "Biz başarılı olacak işlerin içinde olmaya devam edeceğiz. FASHIONIST fuarının da bu bağlamda başarılı olacağına inanıyoruz. Onun için yanınızda olacağız ve destekleyeceğiz" dedi. Sıradan projelerin kimseye fayda getirmeyeceğine vurgu yapan Gülle, önümüzdeki dönemlerde sona erecek uluslararası bir tekstil fuarının hazırlıkları içerisinde olduklarının

da müjdesini de verdi. Gülle, yapılacak bu fuarın Premiere Vision kalitesinde bir fuar olacağını açıkladı. Yapılan işlerin bir özelliği olması gerektiğini vurgulayan Gülle, "Sıradan işlerin dönemi artık bitti. OTİAD tecrübesi olan bir derneğimiz. Osmanbey firmaları belli bir vizyonu yakalamış, dünya ile rekabet edebilecek seviyeye gelmiş firmalar olarak öne çıkıyor. Onun için sizlerin özellikli ve derinliği olan bir fuar yapacağımıza inanıyorum" şeklinde konuştu.



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

*OTİAD'ın sektörde fuar anlamında söz konusu olan boşluğu Fashionist ile dolduracağına inanıyoruz.*



# İHKİB'DEN PITTI'YE MİLLİ KATILIM

ERKEK GİYİMDE KENDİNİ DÜNYAYA KANITLAMIS BİR FUAR OLAN "PITTI IMMAGINE UOMO" FUARI BU YIL 18- 21 HAZİRAN TARİHLERİ ARASINDA KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇIYOR. TÜRKİYE'NİN "FOKUS ÜLKE" OLARAK YER ALACAĞI FUARA, İHKİB İSE YEDİ TASARIMCI VE DÖRT MARKA İLE BU YIL İLK DEFA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRİYOR.

**Erkek** giyiminde kreatif koleksiyonlar hazırlayan seçkin firmaların katıldığı dünyanın en prestijli fuarlarından biri olan "Pitti Immagine Uomo", uzun yıllardan bu yana Türk firmalarının kadrainde yer alıyor. Fortezza Da Basso Fuar Merkez'inde, İtalya'nın Floransa şehrinde düzenlenen fuara girmek istedikleri halde kendine yer bulamayan Türk hazır giyim firmaları, İHKİB'in yoğun çalışmaları sonrasında artık bu fuarda ürünlerini sergilemeye başladı. 18- 21 Haziran tarihleri arasında 84'üncü kez kapılarını ziyaretçilerine açacak olan fuara Türkiye "fokus ülke" olarak katılım gerçekleştirirken, İHKİB (İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği) ise ilk defa milli katılım gerçekleştiriyor. Daha önceki dönemlerde

İHKİB'in İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik'in yoğun çalışmaları sonrasında fuara bireysel olarak katılan marka ve tasarımcılar, bu yıl ise Birlik şemsiyesi altında fuara katılacak. Geçen dönem, Türkiye'den 11 markaya ve altı tasarımcıya ev sahipliği yapan fuara bu yıl İHKİB öncülüğünde, Elif Cıgızoğlu, Zeynep Tosun, Aslı Filinta, Niyazi Erdoğan, Hatice Gökçe, Deniz Kaprol, Emre Erdemoğlu, Avva, Hatemoğlu, Kiğılı ve Ramsey gibi marka ve tasarımcılar katılıyor. Fuar kapsamında çeşitli etkinlikler de düzenleyecek olan İHKİB, kuracağı trend alanıyla birlikte vereceği kokteyle de Türkiye'den fuara katılan marka ve tasarımcıları moda, basın ve sektör temsilcileriyle biraraya getirecek. 59

PITTI IMMAGINE UOMO FUARI'NA BU SEZON İHKİB ÖNCÜLÜĞÜNDE; ELİF CİĞİZOĞLU, ZEYNEP TOSUN, ASLI FİLİNTA, NİYAZİ ERDOĞAN, HATİCE GÖKÇE, DENİZ KAPROL, EMRE ERDEMOĞLU, AVVA, HATEMOĞLU, KİÇİLİ VE RAMSEY GİBİ MARKA VE TASARIMCILAR KATILYOR.



bin metrekairelik fuar alanında, yaklaşık bin 10 markayı ağırlayacak olan Pitti Immagine Uomo Fuarı'na 30 ülkeden katılım bekleniyor. Pitti Immagine Uomo Fuarı'na bu dönemde de Almanya, Japonya, İspanya, Fransa, Hollanda, Rusya, Polonya, Ukrayna, Brezilya gibi ve pek çok ülkeden firmalar ürünlerini alıcıların beğenisine sunacak.

## “Ürünlerimizin kalitesi takdir görüyor”

Pitti Immagine Uomo Fuarı'nın erkek giyim kategorisinde dünyada takip edilen ve bu alanda referans olarak gösterilen önemli bir etkinlik olduğunu belirten İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik, “Bütün Avrupa'daki fir-

maların kendilerini görücüye çıkardıkları, koleksiyonlarını bir yıl önceden tanıttıkları bu önemli fuarda Türkiye'nin de konumlanması gurur verici bir durum. Ayrıca fuara İHKİB'in milli katılım gerçekleştirmesinden dolayı da mutluluk duyuyorum” dedi.

Bir ülkenin Pitti Immagine Uomo Fuarı'nda firmalarını görücüye çıkarıyor olması; bu o ülkenin sadece hazır giyim anlamında değil, moda anlamında da ciddi bir noktaya geldiğinin göstergesi olduğunu belirten Atik, yerli firmaların artık sadece fiyat odaklı veya fason imalatçı olmadıklarını, aynı zamanda tasarımlarıyla da önde olduklarının altını çizdi.

Hem sektöre hem de ülkeye ciddi bir övgünün olduğunu belirten Atik, Türk tasarımcılarının yurt dışında bilinirliğinin olduğunu belirterek, “Alt yapımız, mağazacılığımız, ürünlerimizin kalitesi takdir görüyor. Erkek giyiminde tüm dünyanın takip ettiği bir fuar olan Pitti Immagine Uomo'nun, global bir platformun içerisinde kendimizi lanse edebileceğimiz bir yer olduğunu düşünüyorum. Burada önemli olan, nicelik değil, nitelik. Bizim için bu fuar nitelikli bir fuar. Doğru tasarımcı ve markalarımızın bu fuarda olması ile kendimizi daha doğru tanıtacağımıza inanıyorum” dedi.

## “İtalya ve Çin arasındaki boşluk doldurulmalı”

Geçmiş yıllarda yurt dışı fuarlara zor girebilen Türk firmaları, artık bu fuarlarda kuralları belirleyen konuma yükseldi. Üretimden uzaklaşıp, yeni marka yaratamayan Avrupalı'ya karşı Türkler tercih edilmeye başladı. Hatemoğlu Yönetim Kurulu Başkanı- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Efsane Turan da Pitti Immagine Uomo Fuarı'nın başka bir alternatifi olmadığından, bu etkinliğin Türkiye için çok önemli olduğunu söyledi. Yoğun çalışmalar sonucunda fuarda Türk firmalarının ürünlerini sergilemeye başladığını ifade eden Turan, “İHKİB'in İtalya'ya giderek birebir yaptığı görüşmeler ve sonrasında onların buraya gerçekleştirdiği ziyaret Pitti Uomo bu kapılarının Türk firmalarına aralanmasını sağladı” dedi. Türk firmalarının kalitesini tüm dünyaya duyurmak için bu fuarlarda boy göstermenin önemli olduğunu anlatan Turan, “Bu fuar, sadece Avrupa'dan gelen alıcıları kapsamıyor. Dünyanın her bölgesinden firmalar bu fuara ürünlerini sergilemeye geliyor. Biz fason üretim yaparak belli bir yerlere geldik, ama artık markalı üretim yapıyoruz. İnsanlar burada tasarım odaklı hazır ürün bulabiliyor. Yabancıların da bunu fark etmesiyle Türkiye satın alımcılar için çok cazip bir nokta haline geldi” dedi. İtalya hazır giyim sektörünün Türkiye'ye bakış açısını da değerlendiren Turan, İtalyan



GEÇMİŞ YILLARDA YURT DIŞI FUARLARA ZOR GİREBİLEN TÜRK FİRMALARI, ARTIK BU FUARLARDA KURALLARI BELİRLEYEN KONUMA YÜKSELDİ.

## FUAR

64



**VOLKAN ATİK**  
İHKİB Fuarlar Komitesi Bşk. - İHKİB YK Üyesi

*Erkek giyimi alanında faaliyet gösteren bütün Avrupa'daki firmaların kendilerini görücüye çıkardıkları bu önemli fuarda Türkiye'nin de konumlanması gurur verici bir durum.*

firmalarının tasarım odaklı olmasından dolayı dünyada bilinirliği olduğunu vurguladı. Dünyanın her yerinde üretim yapabildiklerinin altını çizen Turan, markalı ürünler üzerinde gerçekleşen ihracat rakamlarının her şeyi gösterdiğini belirtti. Efsane Turan, "Bizim İtalya ve Çin arasındaki boşluğu doldurmamız gerekiyor. İtalya'daki pahalı ürünleri alamayan ama Çin'den daha kaliteli ürünler isteyenlere ulaşmamız ve ürünlerimizi ulaşturmamız da gerekiyor" dedi.

### Geçen sezounun Pitti'si

Avrupa ülkeleri, Rusya, Çin, Japonya, Güney Kore gibi bölgelerden firmaların yer aldığı Pitti Immagine Uomo Fuarı'na Türkiye'den Hatem Saykı, Avva, Kigili, Ramsey gibi markaların yanı sıra Hatice Gökçe, Deniz Kaprol, Niyazi Erdoğan, Emre Erdemoğlu ve Zeynep Erdoğan gibi tasarımcılar katıldı.

Pitti Immagine Uomo Fuarı ile Türk markalarının kaliteli işçiliği, tasarımı, hızı, fiyat aralıkları, anlaşılabilir olmaları dünya tarafından bir kez daha onaylanmış oldu.

### Pitti Immagine'den 7 ayrı fuar

Moda ve tekstile dair dünyaca ünlü pek çok firma ve markanın alıcılarıyla buluştuğu İtalya'nın en önemli fuarı olan Pitti'nin Immagine Uomo (erkek) dışında düzenlediği yedi farklı fuar bulunuyor. Pitti Immagine Women (kadın) aynı tarihlerde yılda iki kere düzenleniyor. Daha sonra ise sırasıyla; Pitti Immagine Bimbo (çocuk), Pitti Immagine Filati (dokuma), Super, ModaPrima, Fragranze (parfüm) ve Taste (yemek) fuarları dünyanın dört bir yanından gelen alıcı ve firmaları buluşturuyor.

Erkek modası için önemli bir haberci haline gelen Pitti Immagine Uomo'nun katılımcı firmalarının yüzde 14'ünü Japonya, yüzde 39'unu Rusya, yüzde 34'ünü Çin, yüzde 14'ünü Türkiye ve yüzde 11'ini Güney Kore'den gelen firmalar oluşturdu.

### Türkiye İtalya'ya Pitti ile giriyor

Erkek giyiminde kreatif koleksiyonlar hazırlayan seçkin firmaların katıldığı dünyanın en prestijli fuarlarından biri olan "Pitti Immagine Uomo", Fuarı İtalya'nın Floransa kentinde gerçekleşiyor. Türk hazır giyim firmalarının da kadrajında yer alan bu fuar, Türk firmalarının ürünlerini sergilemesi adına ve yeni iş bağlantıları yapmaları için çok büyük bir fırsat niteliği taşıyor. Pitti Immagine Uomo Fuarı, her yıl yaklaşık 25 ülkeden misafir alıyor. Geçmiş yıllarda yurt dışı fuarlara zor girebilen Türk firmaları, artık bu fuarlarda kuralları belirleyen konuma yükseldi. Üretimden uzaklaşıp, yeni marka yaratamayan Avrupalıya karşı Türkler tercih edilmeye başladı. İtalya'nın ve moda dünyasının en önemli fuarlarından olan "Pitti Immagine Uomo", ile Türkiye İtalya hazır giyim pazarında ürünlerini tüm dünyaya gösterme imkanı elde ediyor.

### İtalya'nın 6'ncı ithalat pazarı: Türkiye

Uluslararası pazarlarda en önemli tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerden biri olan Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ticareti



# 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

**TELASIS**





**EFANE TURAN**  
Hatemoğlu YK Başkanı- İHKİB YK Üyesi

*İHKİB'in İtalya'da birebir yaptığı görüşmeler ve sonrasında fuar temsilcilerinin buraya gerçekleştirdiği ziyaret, Pitti Uomo kapılarının Türk firmalarına aralanmasını sağladı.*

açısından geleneksel partnerlerinden biri de İtalya. İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi'nin 2012 Ocak- Eylül verilerini ortaya koyan raporu İtalya'nın; Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa ve Hollanda'nın ardından Türkiye'nin tekstil ve hazır giyimde en fazla ihracat yaptığı



6'ncı ülke olduğunu gösteriyor. Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon pazarında oldukça önemli bir yerde duran İtalya, söz konusu sektörlerin ithalatında da önemli bir paya sahip. Söz konusu raporda da Türkiye'nin 2012 Ocak-Eylül döneminde İtalya'dan 107.9 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yaptığını gösteriyor. İtalya Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe en fazla ithalat yaptığı ülkeler arasında 3'üncü sırada yer alıyor. Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı içinde, İtalya'dan yapılan ithalatın payı ise yüzde

5.7 oranında. Rakamsal olarak düşünülürse yine de İtalya'dan yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ithalat oranının, ihracata göre daha düşük oranda olduğu gözleniyor.

## İtalya'da Türkiye'nin bilinirliği artıyor

İtalyan tüketicilerin Türk ürünleri hakkında her geçen gün bilinirliği artıyor. Erkek modasına yön veren Pitti Immagine Uomo Fuarı'na daha önceden katılmakta zorluk çeken Türkiye bu yıl fuarda kendini konumlandırıyor. İHKİB'in yoğun çalışmaları sonucunda kapılarını Türk firmalara aralayan fuar, Türk firmalarının ve tasarımcılarının kalitesini sergilemek için global bir platform. İkili iş birliklerinde önemli fırsatlar sunan İtalya pazarında Türk markaları her geçen gün kalitesinden söz ettirmeyi başarıyor. Uluslararası Para Fonu'nun verilerine 2008 yılında dünyanın en büyük yedinci, Avrupa'nın ise 4'üncü büyük ekonomisi olan İtalya, son 10 yıl içinde Avrupa Birliği (AB) ortalamasının altına düşerek, ekonomik açıdan yıllık ortalama yüzde 1.23 büyümeye yaşadı. İtalya, son yıllarda yaşadığı ekonomik durgunluk, siyasi çalkantılar ve reform programlarını uygulamadaki aksaklıklar nedeniyle basın tarafından "Avrupa'nın hasta adamı" olarak anılmaya başlandı. Ancak yapılan son istatistiksel araştırmalar, İtalyanların satın alım gücünün AB ortalamasına yakın olduğunu gösteriyor.



İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı Volkan Atik, gerçekleştirdiği ön çalışmalarla Türkiye'den firmaların Pitti Uomo Fuarı'na katılmasında etkili olan isimdi.



*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)



İTALYA, TÜRKİYE’NİN TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER LİSTESİNDE; ALMANYA, İNGİLTERE, İSPANYA, FRANSA VE HOLLANDA’NIN ARDINDAN 6’NCI SIRADA YER ALIYOR.



### İlişkiler birbirini tamamlar nitelikte

Türkiye'nin AB üyeliğini destekleyen ülkelerin başında gelen İtalya, Türkiye'nin 2'nci ticaret ortağı ve iki ülke arasındaki ticaret hacmi her geçen yıl artış gösteriyor. Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında ise İtalya, Türkiye'nin bu sektörlerde en fazla ithalat yaptığı 3'üncü ülke pozisyonunda bulunuyor.

AB'nin en gelişmiş ekonomileri arasında yer alan İtalya ile Türkiye arasındaki ilişkiler birbirini tamamlar nitelikte. Bunun başlıca nedenleri arasında Türkiye'nin İtalya'ya yakın olması ve komşu olduğu pazarlara ulaşım için önemli bir merkez noktası oluşturması.

Tekstil-konfeksiyon, deri, makine imalat, gıda işleme, kimyasallar doğrudan İtalyan firmalarının işbirliğine açık alanlar. Bu sektörlerin yanı sıra ambalaj, madencilik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, güvenlik sistemleri, mücevherat, haberleşme, mühendislik, lojistik, metal işleme, gemi inşa, enerji – ulaşırma - çevre projeleri, savunma sanayi, sağlık, finansal hizmetler ve turizm sektörleri de gelişmeye oldukça açık sektörler arasında yer alıyor.

Dünya Bankası'na göre iş kurma, yatırım yapma ve ticaret konularında oldukça uygun ülkeler arasında gösterilen İtalya'da, buna karşın, bürokrasi alanında, mülkiyet haklarının korunması ve yüksek vergilendirmeler konusunda sorunlar göze çarpıyor.

İtalya'da turizm ise ülkede en hızlı gelişen ve en çok kar getiren sektörlerden biri. Her yıl 43.7 milyon turist ülkeyi ziyaret ederek, ülkeye 4.7 milyar dolar gelir sağlıyor. İtalya dünya sıralamasında en çok ziyaret edilen beşinci ülke olurken,

turizmden de en çok gelir elde eden dördüncü ülke olarak göze çarpıyor.

### İtalya'nın tercihi kaliteden yana

İtalya ikili işbirlikleri açısından önemli fırsatlar sunan bir ülke konumunda bulunuyor. Özellikle de Avrupa'ya açılmak isteyen Türk şirketleri için. İtalyan hükümeti serbest girişim ve serbest ticareti teşvik ediyor. Yatırım yapmak isteyenler içinse, faaliyet alanı ve şirket türlerine göre yatırılması gereken minimum nominal sermaye miktarı belirleniyor. Banka ve sigorta şirketleri ile hisse senedi, yatırım aracı kuruluşlarının AB direktifleri ile belirlenen kriter ve koşulları karşılaması zorunluluğu bulunuyor. Yabancı yatırımcılar mevcut teşvik mekanizmalarından yararlanabiliyor. Ancak bunun için anonim veya limited şirket statüsünde örgütlenmiş olmaları gerekiyor. İtalyan pazarında başarılı olmak isteyen Türk şirketlerinin özellikle katma değeri yüksek bir ürün sunmaları gerekiyor. Yatırımcıların pazarı iyi tanınması da önem taşıyor. Yeni yatırımlar için bölgesel teşvikler veriliyor. Belirli sektörlerde yerel şirketlerin korunması ve geliştirilmesi amacıyla KOBİ'lere yönelik bir dizi yardım programları yürütülüyor.

Bugün İtalya'da Türkiye'nin Dupont Sabancı, Sarkuysan, Baydemirler Brilliant, Vestel, Sepiciler Deri, Tekfen gibi önemli markalarının temsilcilik ofisleri bulunuyor.

DEİK'ten alınan bilgilere göre Türkiye'den İtalya'ya ihracat yapan firmalar arasında da: Borusan, Tofaş, Tüpraş, Vestel Dış Tic., Kibar Dış Tic., GİSAD Dış Tic., Cam Pazarlama, Oltan Gıda, Yıldızlı Fındık ve Tarım Ürünleri, İçdaş Çelik, Beko, Türk Traktör, Petkim, Ram Dış Tic., Çolakoğlu Dış Tic., Advansa Sasa, Türk Pirelli, Ege Dış Tic., Exsa yer alıyor.

Giyim sanattır. Kalem ile yazılır.



ŞİFON ve SATEN  
kumaşların adresi

yedincik

 **KALEM**  
TEKSTİL

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



TEKSTİLCİNİN YENİ HAYALİ OLAN FANTEZİ İPLİK ÜRETİMİNDE FAALİYET GÖSTEREN FİLOTEKS, SEKTÖRDE ÇEYREK YÜZYILI AŞKIN TECRÜBESİYLE TANINIYOR. TESİSLERİNDE ÖRME, DOKUMA, EV TEKSTİLİ, TRİKO, ÇORAP VE EL ÖRGÜSÜNE YÖNELİK İPLİK ÜRETİMİ YAPAN FİRMA, YENİ YATIRIMLARIYLA DA SEKTÖRDEKİ YOLUNDA EMİN ADIMLARLA İLERLİYOR.



Fantazi iplikte çeyrek yüzyılı aşan tecrübe:

# FİLOTEKS

## Sektördeki

yolculuğuna 1985 yılında başlayan Filoteks, fantezi iplik denildiğinde Türkiye’de akla gelen ilk isimlerden biri. Kırşehir’te bulunan tesislerinde örme, dokuma, ev tekstili, triko, çorap ve el örgüsüne yönelik fantezi, kamgarn iplik ve şöniy ipliği üretimi yapan firma, imalatının yüzde 25’ini yurt dışına ihraç ediyor. Başta Avrupa ülkelerine türünlerini sunan firmanın ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında ise Rusya, A.B.D ve Ortadoğu ülkeleri yer alıyor.

Sektörle ilgili genel değerlendirmelerde bulunan Filoteks Yönetim Kurulu Başkanı Silven Ovadya, “Fantezi iplik üretiminin yaygınlaşması ve yüksek tonajlara ulaşmasıyla, uzun yıllar düz / kamgarn ipliklerle üretim yapan trikocu örmeci ve dokumacılar daha özel üretimler gerçekleştirip, yerli ve yabancı müşterilerine cazip ve müşteriye özel mallar üretmeye başladı” diyor. “Türkiye’de iplik üreticisinin yarısı trikocu, örmeci ve dokuma sektöründe faaliyet gösterenlerin, özellikle numune aşamasındaki yoğun çalışmalarıyla dış müşteriye daha başarılı hizmet veriyor” diyen Silven Ovadya, bu durumun da daha önce Çin başta olmak üzere Asya ülkelerine yönlendirilmiş olan siparişlerin Türkiye’ye doğru yön değiştirmesini beraberinde getirdiğini söylüyor.

Sektörün en eski firmalarından olan Filoteks’in Yönetim Kurulu Başkanı Silven Ovadya ile firmalarının sektöre giriş hikayesini ve fantezi iplikle ilgili merak edilenleri görüştük.

**Filoteks firmasının sektöre girişini ve faaliyet alanlarını kısaca bize özetler misiniz? Hangi çeşit iplikler üretiyorsunuz?**

1985 yılında oyuk iğli fantezi iplik makinelerinde üretim hayatına başlayan Filoteks Fantezi İplik Sanayi ve Ticaret A.Ş., 80’li yılların ikinci yarısında sınırlı makine parkuruyla dokuma, örme ve triko alanlarına yönelik, sadece fantezi iplik üreten Türkiye’deki tek firmaydı. O günün şartlarında en küçük siparişleri de karşılamayı amaç edinen firmamız, bu tür ipliklerin kullanımını yaygınlaştırmak için müşterilerine her türlü hizmeti verdi.

Üretim spektrumunda bukile, flame, nope, frize, sarma; ayrıca fantezi iplikte düşünülebilen her

SON ON YILDIR ÜRETİMİNİN YAKLAŞIK YÜZDE 25'İNİ DIŞ PAZARA SUNAN FİLOTEKS, BAŞTA AVRUPA ÜLKELERİ OLMAK ÜZERE, RUSYA, A.B.D VE ORTADOĞU ÜLKELERİNE DÜZENLİ OLARAK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİYOR.

türlü ipliği yalın ve bükümlü üreten Filoteks son yıllarda fitil iplikleri de üretimine ekledi. Kroşe ipliklerin yanı sıra lase ve pullu iplik üretimi de yapan firmamız; 15 Nm ile 40 Nm arasında kamgarn-ring iplikler üretiyor. Akrilik, yün, tiftik, alpaka, poliamid ve polyester elyaf-larından ayrı ayrı veya karışım şeklinde üretim yapılan tesisimizde bu hammaddeler fantezi iplik üretiminde de kullanılıyor.

**Üretim ve makine parkınız hakkında bilgi verir misiniz?**

Üretim hattımızda çoğunluğu teşkil eden "Saurer Allma" makinelerinin yanı sıra "Mispa" fantezi büküm makineleri de mevcut. 25'in üzerinde makinede fantezi iplik üretimi yapan firmamız tümü optik gözlü aktarma makinelerinde özel düğümlleme makineleriyle (splicer) ürünlerini en iyi kalitede kullanıcılara ulaştırmayı kendine hedef edindi. Şişirme (ince-kalın); tüylendirme makineleriyle malı çeşitlendiren Filoteks ring-kamgarn ipliklerini tamamen otomatik Zinser, Savio-Savio Duopot makinelerinde üretiyor.

Bünyesinde 2 NSC hazırlama grubuna sahip tesislerimizde ihtiyaç duyan üreticilere akrilik; akrilik-yün fitil satışı da gerçekleştiriyoruz.

**Filoteks olarak üretimini gerçekleştireceğiniz ipliğin hammaddesini nerelerden temin ediyorsunuz?**

Ekru ve renkli akrilik hammaddesini Aksa Akrilik Kimya San. A.Ş.'den temin ederken,



Korteks A.Ş.'den de FDY ve tekstüre poliester iplikleri satın alıyoruz. Yurt dışından yün tops, poliester tops ve viskon tops ithal ederken gerektiği zaman viskon ve sim iplik gibi hammaddeleri de genellikle yerli üreticilerden tedarik ediyoruz.

**Yurt içi ve yurt dışı satış şekilleriniz hakkında bilgi verir misiniz?**

Filoteks olarak gerek yurt içinde gerekse de yurt dışında döşemelik, perdelik, dokuma, yuvarlak örme, düz örme-triko ve el örgüsüne yönelik ürünler imal ediyoruz. Satışımızın yüzde 80'lik kısmını, iç piyasadaki ihracatçı üreticilere

sunarken, yurt dışı ihracatımızı ise Rusya, Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'nın yanı sıra Belçika, Fransa, Fas, Tunus, Brezilya gibi ülkelere gerçekleştiriyoruz.

**Türkiye'deki iplik sektörünün ana sorunları arasında neler alıyor? Sizin bu sorunlara çözüm önerileriniz var mı?**

Sektörümüzün önünde duran en önemli sorun, üretimde kaliteli ve eğitilmiş elemana sahip olamaması. Ülkemizde en çok istihdam sağlayan tekstil sektöründe usta eleman yetiştiren tekstil meslek liselerinin yetersiz kalışı ve öğrencilerinin iyi bir eğitim sürecinden geçememeleri; ayrıca okulların sanayi kuruluşlarıyla yeterli teması sağlayamamaları bizim gibi kuruluşların daha ileri gitmelerini engelliyor. Bu noktada sektördeki kalifiye eleman sıkıntısının çözülmesinde, eğitim veren kurumlar ile sanayi kanadının işbirliği içinde olması önemli bir konu olarak karşımıza çıkıyor.

**Filoteks'in kısa ve uzun vadedeki hedefleri arasında neler yer alıyor?**

Firmamız son birkaç sezondur planlanmış şekilde koleksiyon oluşturuyor ve başta trikocular olmak üzere fantezi iplik tüketen firmalara ipliği örülmüş ve dokunmuş kumaş örnekleri sunuyor. Son yıllarda Avrupa'nın önemli perakende şirketlerinin tasarım bölümlerinde katalogları yer alan Filoteks, önümüzdeki sezon koleksiyonunu da İtalyan bir tasarımcıyla oluşturmanın heyecanını yaşıyor.



Filoteks, yurt dışından yün tops, poliester tops ve viskon tops ithal ederken, gerektiği zaman viskon ve sim iplik gibi hammaddeleri de yerli üreticilerden tedarik ediyor.



İŞ DÜNYASI ŞU GÜNLERDE “6331 SAYILI İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KANUNU” İLE İLGİLİ ENDIŞELİ GÜNLER YAŞIYOR. İŞ GÜVENLİĞİNİ VE SAĞLIĞINI ADETA YENİDEN ŞEKİLLENDİREN KANUNLA İLGİLİ BİR SEMİNER VEREN İTHİB, İŞ DÜNYASINI KONUYLA İLGİLİ BİLGİLENDİRDİ.



# İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ YENİDEN ŞEKİLLENİYOR

**1 Ocak 2013** tarihinde yürürlüğe giren 6331 sayılı “İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu” çalışan sayısı ve niteliğine bakılmaksızın tüm firmalara risk sınıflandırmasına göre önemli yükümlülükler getiriyor. 6331 Sayılı Kanun ve uygulamaları hakkında 3 Mayıs tarihinde verdiği seminerle sektörü bilgilendiren İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), iş dünyasına söz konusu kanunun detaylarını aktardı. Dış Ticaret Kompleksi’nde gerçekleşen seminerde, 6331 sayılı Kanun, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Uzmanı, İş Baş Müfettişi Özlem Özkılıç tarafından katılımcılara anlatıldı. Seminere Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Teftiş Kurulu Başkanlığı yetkilileri, İTHİB Başkanı İsmail Gülle’nin de katıldığı seminerde, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri ve çok sayıda firma temsilcisi yer aldı. Konuşmasında, 6331 Sayılı Kanun’un düzenli çalışma anlamında çok faydalı olduğunun altını çizen İTHİB Başkanı İsmail Gülle,

sektörün ağırlaşan rekabet ortamına göre çok hızlı ilerleme kaydettiğini belirtti. İşyerlerinde güvenlik ve iş sağlığında görülen aksaklıkların giderilmesi için kamuoyunu bilgilendirilmesi gerektiğine dikkat çeken Gülle, AB üyeliği sürecinde yapılan çalışmaların işletmeleri de olumlu yönde etkilediğini söyledi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle’den sonra söz alan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Uzmanı, İş Baş Müfettişi Özlem Özkılıç 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu’nun büyük bir yenilik olduğunu belirterek, Kanun’un devlet memurlarını, işverenleri ve çalışanları kapsadığının altını çizdi.

## İş sağlığı ve güvenliği için yaklaşım modelleri

İş yerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması için iki türlü denetim modelinin benimsenmesi gerektiğini vurgulayan Özlem Özkılıç, “İş yerinde oluşan ciddi yaralanmalar ve ölüm ile sonuçlanan kazaların incelenerek

tekrar meydana gelmemesi için sonuç odaklı yaklaşım benimsenmelidir. Bir iş yerinde risklerin değerlendirmesini sağlayarak mevzuat gerekliliklerinin yerine getirilmesi ile kazaların önüne risk odaklı yaklaşımla geçilmeye çalışılmalıdır” dedi. İş sağlığı ve güvenliği yönünden yapılan denetim çeşitlerine değinen Özkılıç, bu denetimlerin programlı ve programsız olarak yapıldığının altını çizdi. Programlı teftişlerde yapılan genel denetimlerde, çalışma hayatına ait mevzuat hükümlerine uyulup uyulmadığı konusunda ‘Yıllık Teftiş Programları’ kapsamında denetimlerin söz konusu olduğunu söyleyen Özkılıç, iş yerinde daha önceden yapılmış olan genel denetim neticesinde tespit edilen noksan hususların giderilip giderilmediğine kontrol denetimleri adı altında incelendiğini belirtti. Özlem Özkılıç, “İş yerinde meydana gelen iş kazası, meslek hastalığı ya da iş sağlığı ve güvenliğini ilgilendiren bir şikayetse program dışı teftişler yapılır” dedi. Özkılıç bu denetimlerin, kamu

ve özel sektöre ait bütün işlere ve işyerlerine, bu işyerlerinin işverenlerine, çalışanlarına ve stajyerlerine olmak üzere faaliyet konularına bakılmaksızın herkese uygulandığına dikkat çekti.

## Kanun yaptırımları ağır olabilir

Yeni İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu olarak bilenen 6331 Sayılı Kanun 1 Ocak 2013'te yürürlüğe girmesiyle hemen her sektörde yeni bir dönem başladı diyebiliriz. Buna göre, tüm işyerlerine iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyma zorunluluğu getirildi. İş dünyası kanunla gelen idari para cezalarının yüksekliğinden şikayet ediyor. Yasa, işyeri hekimi ve iş güvenliği uzmanı istihdam etme yükümlülüğü bakımından, çalışan sayısı ve işyeri tehlike sınıfına göre uygulamada farklı tarihler öngörüyor. Buna göre; 50 ve üzeri işçi çalıştıran işyerleri 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren bu yükümlülük kapsamına girdi. 50'nin altında işçi çalıştıran işyerlerinden tehlikeli ve çok tehlikeli sınıfta olanlar 1 Temmuz 2013 tarihinden, az tehlikeli olanlar ise 1 Temmuz 2014 tarihinden itibaren işyeri hekimi ve iş sağlığı ve güvenlik uzmanı çalıştırmak ya da dışarıdan hizmet satın almak zorunda. Risk değerlendirmesi yapmak, acil durum planı hazırlamak, iş sağlığı ve güvenliği eğitimleri vermek ve çalışan temsilcisi belirlemek yükümlülükleri ise çalışan sayısına ve tehlike sınıfına bakılmaksızın tüm işyerleri için 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren geçerli hale gelmiş durumda.

## Şirketler idari para cezaları ile karşı karşıya

6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nda yapılan denetimler sonucunda, kanuna uygunluğun bulunmaması durumunda iş yerleri idari para cezası ve işin durdurulması gibi yaptırımlarla karşı karşıya kalıyor. İş yerindeki bina ve eklentilerde, çalışma yöntem ve şekillerinde çalışanlar için hayati tehlike tespit edildiğinde iş yerinde durdurma emri verilebilir. Bu tehlike giderilinceye kadar ve bu tehlikeden doğabilecek riskin etkileyebileceği alan ile çalışanların dikkate alınarak iş yerinin tamamının ya da bir kısmının durdurulması gerektiğini belirten Özkılıç, "Ayrıca risk değerlendirmesi yapılmamış, çok tehlikeli sınıfta yer alan maden, metal ve yapı işleri gibi tehlikeli işlerin yapıldığı, endüstriyel kazaların olabileceği iş yerlerinde de söz konusu işin durdurulması gerekiyor" dedi. Kanun ve yükümlülükler uyluğunda herhangi bir yaptırımla yüz yüze gelmeyeceğinin de altını çizen Özlem Özkılıç, İSG Uzmanı ve iş yeri hekimi çalıştırmamak, sağlık personeli çalıştırmamak, sağlık ve güvenlik hizmetlerini yürütenler arasında koordinasyon sağlamamak, araç gereç vermemek, gerekli bilgilendirmeyi yapmamak, risk değerlendirmesi yapmamak, iş kazalarının ve meslek hastalıkları gibi durumların kaydını tutmamak gibi konularda da idari para cezaları verildiğini belirtti.



### ÖZLEM ÖZKILIÇ

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı  
İş Sağlığı ve Uzmanı, İş Baş Müfettişi

*İş yerinde risklerin değerlendirmesini sağlayarak mevzuat gerekliliklerinin yerine getirilmesi ile kazaların önüne risk odaklı yaklaşımla geçilmeye çalışılmaktadır."*



İTHİB Başkanı İsmail Cülle, "İşyerlerinde güvenlik ve iş sağlığında görülen aksaklıkların giderilmesi için kamuoyunu bilgilendirilmesi gerekiyor."

İşverenleri denetim altına alarak daha güvenli bir çalışma ortamı oluşturmayı amaçlayan İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, çalışanlara da iş sağlığı ve güvenliği konusunda mesleki eğitim alma zorunluluğu getiriyor. Bu eğitim özellikle işe başlamadan önce, çalışma yeri ya da iş değişikliğinde, iş ekipmanlarının değişmesi durumunda veriliyor. Eğitimler, değişen veya ortaya çıkan yeni risklere uygun olarak yenileniyor, gerektiğinde düzenleme yapılarak belli aralıklarla devam ediyor. Çalışanlar iş kazası, meslek hastalığı ya da hastalık sebebiyle tekrarlanan istirahatlarından sonra, işbaşı yapmadan önce işverenden kendisi için yeniden bir sağlık raporu alınmasını istediğinde, işveren bu raporu aldırarak zorunda. Aksi halde işçinin işi yapmaktan kaçınma ya da haklı nedenle iş sözleşmesini feshederek kıdem tazminatına almaya hak kazanması durumu ortaya çıkıyor. Eğitimde geçen sürenin çalışma süresinden sayıldığı belirten Özlem Özkılıç, "Çalışanlar, ciddi ve yakın bir tehlike görmeleri durumunda, işverene başvurarak bu durumun tespit edilmesi talebinde bulunabilir. Önlem alınmadığı takdirde, önlem alınana kadar çalışmama hakkına sahiptir" dedi.



ÇOCUKLUĞU BALE DERSİNDEN PİYANO DERSİNE, ÇİZİM DERSİNDEN ŞAN DERSİNE, FOTOĞRAFÇILIK KURSUNDAN STÜDYO ÇALIŞMALARINA KOŞMAKLA GEÇEN İMA MEZUNU ŞENAY ÖZOK, TASARIMIN SADECE İYİ İŞ, ÇİZİM, TEKNİK YA DA İYİ MALZEME İLE BİTEN BİR İŞ OLMADIĞINI SÖYLÜYOR.



# “SERÜVENİMİ İMA İLE TAMAMLADIM”

**Kıbrıs'ta** sanat aşığı bir ailenin çocuğu olarak dünyaya gelen Şenay Özok, çocukluğunu bale dersinden piano dersine, çizim dersinden şan dersine, fotoğrafçılık kursundan stüdyo çalışmalarına koşmakla geçirdi. İnsanın iyi bir vizyona sahip olmasında ailesinin ve çocuk yaşta aldığı eğitimlerin çok etkili olduğunu düşünen İMA Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı mezunu Şenay Özok, küçükken başlayan sanat serüvenini İMA ile tamamladı. Hayallerinin her zaman büyük olduğunu ifade eden Özok, ailesinin de desteğini arkasına alarak hayallerine adım adım yaklaştığını ifade ediyor. Kıbrıs'ta liseyi bitirdikten sonra, İstanbul'da bir moda okulunu kazandığını söyleyen Özok, İstanbul'a geldikten sonra kazandığı okulun içine sinmediğini ifade ederek, “İMA ile tanışmam ise bir arkadaşımın vesilesi ile oldu. Büyük bir heyecanla Kıbrıs'tan her şeyimi aldım ve hayallerime

dokunmama yardımcı olacak olan okula kaydımı yaptırdım” diyor. Şenay Özok şöyle devam ediyor: “İMA gerek eğitmen kadrosu gerek sunduğu imkanlarla bu işe gönül koymuş ve yetenek sahibi öğrencilerinin vizyonunu geliştirmesi için kolay ulaşılmayacak imkanlara sahip bir okul. Başta kütüphanesi olmak üzere gelişmiş teknolojisi ve sektörle olan yakından bağlantısı sayesinde, tasarımcı adaylarının bu serüvende kendisini en sağlıklı şekilde geliştirmesine olanak sağlıyor.” İnsan hayatının tasarım üzerine odaklı olduğunu vurgulayan Şenay Özok, tasarım işinin uzun soluklu olması için iyi bir kültür, iyi bir tarih bilgisi, iyi araştırma ve sürekli beyin fırtınası yapılması gerektiğinin altını çiziyor.

## Tasarımda imkanlar sınırlı

Türkiye'nin moda alanında hızlı bir ilerleme kaydettiğini vurgulayan Şenay Özok, tasarım alanında kariyer yapmak

isteyen kişilerin fazlalığından şikayet ederek, “Türkiye’de, tasarım alanında kariyer yapmak isteyen çok fazla insan var ve maalesef henüz gelişmekte olduğumuz için imkanlarımız da son derece sınırlı. Bu nedenle sadece başarılı olmak bu durumda yeterli olmayabiliyor. Birçok sektörde olduğu gibi moda sektöründe de karşılaştığımız insanlar ve size sunulan imkanlar bu noktada çok önemli. İMA bu anlamda öğrencilerini sektöre en iyi şekilde hazırlayıp, yaratılabilecek en iyi imkanları tasarımcı adaylarına sunuyor” diyor. Moda sektörünün çok özverili yollardan geçtiğini belirten Şenay Özok, İMA'nın eğitim aldığı olduğu süreç içinde elindeki tüm imkanları süreci kolaylaştırmak için kullandığını ve her durumda öğrencilere destek olarak onların çözümsüz kaldığı zamanlarda bile yardımcı olmaya çalıştıklarını belirtiyor.

Kiralama ve proje yönetiminde

# Farklı

# beklentilere çözümler



- ✓ Proje Geliştirme
- ✓ Kiralama Hizmetleri
- ✓ Yönetim Danışmanlığı
- ✓ Perakende ve gayrimenkul Danışmanlığı

[www.4adanismanlik.com.tr](http://www.4adanismanlik.com.tr)

4A DANIŞMANLIK KİRALAMA YÖNETİM PERAKENDE LTD. ŞTİ.  
Altan Erbulak Sok. No:11/3 34394 Gayrettepe-İstanbul  
Tel:0212 356 98 88 info@4adanismanlik.com

**4A** DANIŞMANLIK  
KİRALAMA  
YÖNETİM  
PERAKENDE LTD.ŞTİ.



ERKEK GİYİMİNİN ÖNCÜ İSİMLERDEN HATEM SAYKI MARKASI, YURT DIŞINDAKİ İSTİKRARLI BÜYÜMESİNİ DEVAM ETTİRİYOR. MARKA, GEÇTİĞİMİZ GÜNLERDE ÇİN'DE AÇTIĞI SON MAĞAZASI İLE YURTDIŞINDA HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDEKİ YERİNİ SAĞLAMLAŞTIRMAK ADINA ÖNEMLİ BİR ADIM DAHA ATTI.



**Erkek** hazır giyiminin köklü markalarından Hatemoğlu, Çin'e açılıyor. Ülkede yerel bir ortakla stratejik işbirliği yapan firma, iki yıl içinde 200 mağazaya ulaşacak. 1924'te Kayseri'de kurulan Hatemoğlu, kuruluşunun 100'üncü yılı olan 2024 için büyük hedefler koydu. Firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Hatem Saykı, yurtdışında 350 yurtdışında ise 650 mağazaya ulaşmaya hedeflediklerini açıkladı. 2024'te 2.5 milyar dolar ciroolu bir firma olmayı planladıklarını ifade eden Saykı, "14 bin kişiye de istihdam sağlayacağız" dedi. Firma, hedeflerine ulaşmak için organizasyonda da bazı yenilikler yaptı. Bugüne kadar koleksiyonlarının yüzde 35'ini kendilerinin ürettiğini söyleyen Hatem Saykı, "Türkiye'de üretimden çıktık. Tamamen perakendeye odaklandık, marka yönetimi yapacağız" diye konuştu. İlk mağazanın bu ay sonunda açılacağını söyleyen Hatemoğlu Yönetim Kurulu Üyesi Efsane Saykı Turan ise Çin pazarının tüketim açısından büyük potansiyel

taşıdığını belirtti. Turan, ortaklarıyla İtalya'daki bir fuarda bir araya geldiklerini ve firma yetkililerinin Hatem Saykı koleksiyonunu çok beğendiğini söyleyerek, "Çin'de Hatem Saykı markasıyla faaliyet göstereceğiz" dedi. Turan, yurtdışındaki büyüme planları çerçevesinde önemli fuarlara katıldıklarını söyledi. Turan, özellikle Ar-Ge ve tasarıma yaptıkları yatırım sayesinde başarılı koleksiyonlar oluşturduklarını ifade etti.

### Hatem Saykı, Afrika'ya da yayılacak

Turan, Güney ABD ve Avustralya dışında mağaza açmak için dünyayı hedef aldıklarını belirterek, "Kongo'da mağaza açtık. Özellikle Afrika'yı yakından takip ediyoruz" dedi. Dünyanın her yerinde Hatem Saykı markasının mağazalarının olmasını hedef aldıklarını söyleyen Turan, ürünlerimiz dünyanın her yerinde satılsın, bu bizim hayalimiz" diye konuştu. Turan şöyle devam etti: "Çin'de de daha çok yeni bu açtığımız mağaza bizi çok mutlu etti. Firmayla da Pitti fuarında tanışmıştık zaten. Çin pazarı çok enteresan

ve hızlı büyümeye çok müsait bir pazar. Oradaki rakamlar, bizim burada düşündüğümüz hayal ettiğimiz rakamların çok üzerinde. Çinliler hızlı insanlar ve ellerinde sermayeleri de var. Orada hızlı büyümeyi düşünüyoruz. Artık Rusya, Azerbaycan, Afrika ve Çin'de mağazamız var. Yeni pazarlarda rekabet şansımız daha büyük. Daha başarılı olabiliriz ve oralara emek vermemiz daha doğru olur diye düşünüyorum."





ARNAVUTLUK



MAKEDONYA



YUNANİSTAN



BULGARİSTAN

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



DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE EKONOMİNİN  
NE YÖNE HAREKET ETTİĞİNİN  
DEĞERLENDİRİLDİĞİ "FORUM İSTANBUL 2013",  
BU YIL DA SİYASET VE İŞ DÜNYASININ ÖNEMLİ  
İSİMLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ.

## FORUM

78



# İŞ DÜNYASININ "FORUM İSTANBUL" BULUŞMASI

**Türkiye** ve dünya ekonomisi hakkındaki tespit ve değerlendirmelerin yapıldığı Forum İstanbul, 12'nci yılında da ekonomi, iş ve siyaset dünyasından tüm paydaşlarını bir araya getirdi. 7-8 Mayıs tarihlerinde İstanbul'da gerçekleşen, "Küreselleşme ve Yeni Dengeler" temasıyla düzenlenen bu yıllık foruma, Başbakan Yardımcısı Ali Babacan ve Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan katıldı. Forumun birinci gün gerçekleşen açılış oturumuna, Forum İstanbul Başkan Yardımcısı Ethem Sancak moderatörlüğünde, stratejik partnerler; TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Doğuş Grubu CEO'su Hüsnü Akhan, Akbank Genel Müdürü Hakan Binbaşgil ve Accenture Türkiye Genel Müdürü Tolga Ulutaş katıldı. Açılış oturumunun ardından gerçekleşen birinci oturum, Forum İstanbul Yönetim Kurulu Üyesi Prof. Dr. İlder Turan moderatörlüğünde, Uluslararası Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Jeoloji Bölümü Direktörü Dr. Sanjaya Baru, TÜSİAD Eski Başkanı Ümit Boyner, Johns Hopkins Üniversitesi Öğretim üyesi Prof. Dr. Steve Hanke ve YASED Başkanı Serpil Timuray'ın katılımıyla yapıldı. "Gelişme Yolundaki Pazarlar: Türkiye'nin Afrika Açılımı" başlıklı ikinci günün birinci oturumu ise Zambiya Parlamento üyesi ve Eski Maliye Bakanı Dr. Situmbeko Musokotwane'nin açılış konuşmasıyla başladı. Forumun ikinci günü, öğleden önce yapılan "Büyümenin ve Uluslararası

Rekabetin Anahtarı" başlıklı ikinci oturum ve öğleden sonra yapılan "Türkiye'de Liberalleşme ve Bankacılık Sektörünün Değişimi" başlıklı üçüncü ve "İstanbul Finans Merkezi" başlıklı dördüncü oturumlarla son buldu. Forum İstanbul 2013'ün açılış konuşmasını yapan Forum İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı "AB ile ABD arasında ve AB ile Japonya arasında yapılacak serbest ticaret anlaşmalarıyla 21. yüzyılın ekonomik NATO'su çiziliyor. Türkiye, bu aile grubuna ve müzakerelere dahil olmak için her türlü fırsat imkanı ve gücü kullanmalı" değerlendirmesinde bulundu.

### Transatlantik Türkiye için güçlü bir ittifak bağı

Forum İstanbul 2013'ün ilk gününde konuşan Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, hem ABD'nin hem AB'nin hem de Japonya'nın, krize çözümü para basmakta aradığını belirtti. Babacan fakat bunun sürdürülemez bir durum olduğunu herkesin bunu çok iyi görmesi gerektiğini söyledi. Türkiye'nin de içinde bulunduğu ülkelerin ekonomik ağırlığının gittikçe arttığını dile getiren Babacan, "Geçen yılsonu itibarıyla dünyadaki toplam GSYH'ye bakıldığında; artık gelişmekte olan ülkelerin toplam GSYH'si, gelişmiş olan ülkelerin toplam GSYH'sini neredeyse yakaladı. Yüzde 50-50 duruma neredeyse geldik. Bu yıl sonundan

itibaren 2013,2014 derken, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüklüğünün toplamı gelişmiş olan ülkeleri geçiyor." dedi.

### Hazır giyim ve konfeksiyon önemli ihracat kalemlerinden

Forum İstanbul'un ikinci gününün açılışında konuşan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Türkiye'nin elde ettiği faiz avantajının bankacılık sistemi tarafından vatandaşa etkin olarak yansıtılması gerekirken, vatandaşın "kredi kapatma komisyonları" talep edildiğini belirterek, "Yeni bir hastalık başladı. Bankacılık sistemi şu anda gidip geçmişteki yüksek maliyetlerle bugünkü düşük maliyetleri revize etmek isteyenlerin üzerine yeniden yüzde 4 gibi kredi kapatma komisyonu koymaya başladılar. Bu hiçbir şekilde etik de değildir" dedi.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, yaptığı konuşmada Türkiye'nin 2002 yılında Afrika'ya toplam ihracatının 1 milyar 700 milyon dolar olduğunu hatırlatarak, 2012 yılında ise toplam ihracatın 13 milyar 300 milyon dolara yükseldiğini dile getirdi. Türkiye'nin Afrika'ya yaptığı ihracatın son 10 yılda, yedi kat arttığına dikkati çeken Büyükekşi, "Türkiye'nin yıllık ortalama ihracat artışı yüzde 23 oldu" diye konuştu.





# OSKAR®

www.oskariplik.com.tr



ITMA FUARINDAYIZ  
5.Hall -1 i  
SHANGQIU OSIDA TEXTILE

TECNOTEXTILE BREZILYA  
FUARINDAN



**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 Sheraton 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

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

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

**Factory / Turkey**  
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

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

**Morocco Factory**  
3 Zone Industrielle Sud - orest de  
Mohammedia b.p. 172  
Casablanca Morocco  
Tel : 00 212 523 317 273





ANADOLU İPLİK, YAPTIĞI SON YATIRIMLA TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ADINDAN SIKÇA SÖZ ETTİRİYOR. 55 YILDIR TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN İÇİNDE OLAN DUAYENLERDEN BİRİ OLAN OSMAN UZUN, BU YATIRIMA NASIL KARAR VERDİKLERİNİ VE TEKSTİLİN GELECEĞİNİ NASIL GÖRDÜĞÜNÜ ANLATIYOR VE EKLİYOR, "BİZİM YATIRIMIMIZ BAŞKALARINA DA İLHAM VERMELİ."

Anadolu İplik olarak Çerkezköy'de son derece modern bir tesise imza attınız. Tekstil sektörünün son yıllarda yaptığı en önemli yatırımlar biri bu. Bize biraz bu yeni yatırımdan bahseder misiniz?

Türk tekstilinin gelecek on yıllarına imza atacak bir tesis kurduğumuzu söyleyebiliriz. Bu fabrika kendi ürün grubunda tüm dünyanın tamamını pazar haline getirebilecek niteliklere sahip. Hem Doğu'ya hem Batı'ya mal satacağız. Çin dahil artık bizim için her yer pazardır.

Türkiye'nin girdi olarak dışarıdan tedarik ettiği ipliği bu fabrikada üretip, hem iç pazara hem de dünyaya satacağız. Türkiye'de olmayan ürünleri yapacağız.

Tekstil bizim ana işimiz. Bugün ya da gelecekte başka sektörlerde de yatırımlar yapabiliriz, ama biz tekstilden kazandığımızı tekstille yatırarak sektörün geleceğine ne kadar güven duyduğumuzu ispatlamış oluyoruz. Bunun başkalarına da ilham vermesi lazım. Bu güce sahip olan tek gurup biz değiliz sonuçta.

Burası tam bir entegre tesis. Bütün prosesleri tek bir fabrikanın içinde bitiriyoruz. Bunun şu an Türkiye'de bir benzeri yok.

Petrol olarak girecek hammadde nihai mal olarak çıkacak yani Naylon sentetik ipliklerde en büyük üreticilerden birisiniz. Bize biraz bu procesten bahseder misiniz?

Açıkçası şu anda Naylon iplik üretimi olarak yapmış olduğumuz entegre tesis Türkiye'de tek ve Avrupa'nın en yeni tesisidir. Proses olarak öncelikle Polime-

Sektörün duayenlerinden  
Osman Uzun anlatıyor:

**BU ÜLKEDE TEKSTİL  
HIÇBİR ZAMAN BİTMEZ**

## ÇERKEZKÖY'DE KURDUĞU YENİ FABRİKADA "TÜRKİYE'NİN TEK NYLON CHIPS ÜRETİMİ"NI YAPAN ANADOLU İPLİK, AYNI ZAMANDA "AVRUPA'NIN İLK OERLIKON-BARMAG WINGS POY SİSTEMİ"NE DE SAHİP.

rizasyon tesisimizden Cips üretimi gerçekleştirep, Cips'den POY üretip, oradan da son olarak tekstüre tesisimizden Naylon iplik üretimi gerçekleştiriyoruz. Yapmış olduğumuz yatırımın en önemli amaçlarından biri de ülke olarak bizim dışı bağımlılığımızı azaltmak ve cari açığa katkı sağlamaktır.

**Bu kadar büyük bir yatırım yapmak bir cesaret işi. Şu an Türkiye'nin ekonomik görünümünü bu büyüklükte bir yatırım için uygun görüyor musunuz?**

Kesinlikle görüyorum. Zaten bakın derecelendirme kuruluşlarına, Türkiye'nin notunu artırmamak için kıvranıyorlar ama yapamıyorlar. Avrupa tekstilden çıkıyor. Onların artık bu alanda rekabet etmesi mümkün değil. Çin Avrupa'ya en uzak bölgede bir üretici. Eğer doğru ürünü üretecekse, ihtiyacı doğru analiz ettiysen yatırım yapmaktan çekinecek bir şey yok. Bu tip yatırım kararları öyle bir anda verilmiyor. Tam yedi senedir Avrupa'yı adım adım geziyoruz. Kimin neye ihtiyacı var biliyoruz. Sonuçta bu yatırımı yaparken kime ne satacağımızı da biliyoruz. Göreceksiniz Çin'e bile mal satacağız.

**Çin hep en korkulan rakip durumunda ama siz aynı kanaatte değilsiniz sanırım?**

Bu ne ürettiğinize bağlı. Herkesin yaptığını yaparsanız Çin'den korkarsınız. Modayı markayı lafta üretmeye çalışırsanız bu iş olmaz. Her zaman yenilik peşinde olmamız gerekiyor. Bu anlamda, Teknolojimiz tam, insan varlığımız yeterli, Know How'ımız var, Avrupa'nın dibindeyiz. Neden Çin'den korkarak yaşayalım ki.

**Moda denince önce akla konfeksiyon geliyor halbuki moda tekstilden başlıyor. Tekstil sektörünün moda üretmekle ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Bunun için yenilik yapmak mecburiyetindedir. Bunun için de Ar-Ge'nin olması lazım, Ar-Ge olmadan hiçbir yere varamazsın.

Ürün ve üretim süreçlerinde dünya yerinde saymıyor ki. Sen kafanı önüne eğip yıllarca bildiğim işi yapayım dersen önce iyi giden işlerin sonra durur ve neden durduğunu bile anlamazsın. 55 yıldır bu sektörün içindeyim. Ben Türkiye'nin moda olacağını biliyorum. Dünyada bugün moda olan firmalar bunları kaliteleriyle, yenilikçilikleriyle başardılar. Siz özel nitelikleri olan ürünler üretebiliyor musunuz, ürününüze katma değer ekleye-

biliyor musunuz? O zaman zaten dünyada moda üretiyor diye bildiğiniz kim var gelip sizi buluyor. Yoksa herkesin yaptığı mala değil kırk defa kırk bin defa bu moda deyin hiçbir şey olmaz.

**Bu yatırım için çok araştırma yaptık diyorsunuz. Şu an trend nedir? Dünya nereye doğru gidiyor?**

Dünya artık polyesterden naylona kayıyor. Naylon polyester göre daha sağlıklı. Naylonun bu kadar pahalı olmasının nedeni Avrupa'daki dev fabrikalar ucuz mal satmıyorlar. Pahalı satıyorlar. Çin bunlarla rekabet etmek için dev tesisler kuruyor. Hammadde ucuzlayacak, o zaman naylonda ucuzlayacak. Naylon ucuzlayınca polyesterin yerini tutacak. Tam tutmasa da polyesterle başa baş gider. Halda trend naylon, tekstilde naylon. Naylon birkaç sene içerisinde yerini alacak ve dünyada aranan bir mal olacak. Daha önce yoktu pahalı geliyordu. Polyesterin iki katı pahalıydı. Polyesterle yakın fiyatlara geldiği zaman herkes naylonu tercih edecek. Yön. Kur. Bşk. aynı zamanda oğlum Tuncay Uzun yedi sene Avrupa'yı dolaştı. Biz bunun Ar-Ge'sini iyi yaptık ve ön görüşümüz bu şekildedir.

**İplikte haksız ithalatı düzenleyici nitelikte bir takım önlemler alındı. Anti-damping vergileri uygulandı, ek vergiler konuldu. Sektörden farklı görüşler geldi. Siz bunu Türkiye'nin tekstil ve kumaş bazında yaptığı ithalatı haksız rekabete yol açıp açmadığıyla ilgili olarak nasıl yorumluyorsunuz?**

Türkiye'de olmayan malı ithal etmek lazım. Bundan daha doğal bir şey olamaz. Ama aynı Türkiye'de varsa bu olmaz işte. Türkiye'de üretilen mallar Türkiye'ye cevap veriyorsa bunlara anti-damping gelmesi gerekiyor. Adanın üretimle işi yok, sadece fiyat üzerinden mal getirerek rekabet yapmaya çalışıyor. Bunun istihdama zararı olur. İstihdam olmazsa bu döner hepimize zarar verir. Ama tabii şöyle bir durum var, onu da kabul etmek lazım. Çin üreticisine destek veriyor. İhracatına destek veriyor. Ben bu destekleri alamıyorsam nasıl onlarla rekabet edebilirim. Yurt dışındaki firmaların özellikle Orta Asya'da ve Çin de dahil olmak üzere çok büyük ölçekli üretim yapan firmaların ülkelerin kendi üreticilerine sağladıkları sübvansiyonlar ciddi bir maliyet avantajı yaratıyor onlar için. Türkiye aslında yurt



### ANADOLU İPLİK YATIRIMLARLA BÜYÜYOR

Anadolu İplik'in Çerkezköy- Velikoy Organize Sanayi Bölgesi'nde 80 bin metrekarelik alan üzerine kurduğu yeni fabrikası 2 yıllık bir çalışmanın sonucunda ortaya çıktı. Nylon Chips, POY İplik, Duz İplik (FDY), Tekstüre İplik (DTY) çeşitlerinin ürettiği fabrika, yıllık 24 bin ton iplik üretim kapasitesine sahip. 550 kişiye istihdam imkanı sağlayan fabrika, 75 milyon dolarlık bir yatırımın ürünü olarak karşımıza çıkıyor. Söz konusu fabrikada gerçekleştirdiği üretimle "Türkiye'nin tek Nylon Chips üreticisi" unvanına da sahip olan Anadolu İplik, aynı zamanda "Avrupa'nın ilk Oerlikon-Barmag Wings POY sistemi"ne sahip. Hazır giyim, spor giyim, iç giyim ve teknik tekstil alanlarına yönelik iplik üretiminin yapıldığı dev yapı, sahip olduğu kojenerasyon tesisleriyle de bölgede varolan diğer tesislerin bütün enerji (buhar ve elektrik) ihtiyaçlarını karşılıyor. Anadolu İplik söz konusu yeni yatırımının dışında 2003 yılında kurduğu ve daha sonra kapasite artırımını yaptığı, yıllık 7 bin 500 tonluk üretim yapan, "Pamuk iplik üretim tesisine" de sahip.

dışından gelen bu ürünlerdeki sübvanseler olmazsa normal şartlarda gelse, inanın şuanda bu ülke ihtiyacı olan ürünleri üretmek üzere her türlü yatırımı yapacak. Ama karşımızda o kadar büyük ölçekler ve bir de bunların üzerine sübvansiyonlar eklendiği zaman bu sefer rekabet edemez noktaya geliyoruz. Mevcut tesisler dahil neredeyse yüzde 50 yüzde 40 kapasitelerle çalışır hale geliyor. Anti-damping veya ithalatı önleyici tedbirlerin alınmasında en büyük etken de yerli üreticilerin



OSMAN UZUN, "TEKNOLOJİMİZ TAM, İNSAN VARLIĞIMIZ YETERLİ, KNOW HOW'IMIZ VAR, AVRUPA'NIN DİBİNDEYİZ. BU NEDENLE ÇİN'DEN KORKMAMIZ İÇİN BİR NEDEN YOK."

## RÖPORTAJ

82

gerek kapasite artırmalarını önünü açması mevcut kapasitesinin yüzde 100 kapasiteyle çıkarılması yeni yatırımların yapılmasının kesinlikle önünü açacak. Pamuk fabrikaları iki-üç yıldır zarar ediyordu. Anti dumpingin gelmesiyle hem biraz kapasitelerini yükselttiler hem de iç piyasaya rahatlıkla üretilen malları satabildiler. Üç senenin zararını biraz olsun çıkarmaya çalıştılar.

**Çin gerçekten de üreticisini çok destekliyor. Yakın zamanda büyük bir yatırım yapan firma olarak siz Türkiye'deki teşvik yasasını nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Biz teşvikten pek istifade etmedik. Bu teşvikte bir yatırım yapıyorsunuz ve Türkiye'de bir ilke imza atıp, entegre bir proses kuruyorsunuz. Fakat Ekonomi Bakanlığı'nın Girdi Tedarik Stratejisi (GİTES) ve Eylem Planı diye bir projesi var. Yatırıma baktığımız zaman GİTES projesinin tam anlamıyla göbeğindediniz ve teşvik mevzuatı diyor ki, "GİTES projesi kapsamında olan yatırımlar stratejik yatırım olarak isimlendirilip büyük ölçekli yatırımlar almış olduğu tüm teşviklerden yararlanır". Maalesef durum öyle değil. Uygulamaya geldiğiniz zaman söylenen direk şu gümrük birliği anlaşması imzalanırken Avrupa demir-çelik anlaşması var beraberinde imzalanılan ve onun ek protokolleri gereği bizim yapmış olduğumuz yatırımın AB tarafından desteklenmemesi gereken yatırımlar arasına alındığından teşviklerden de yararlanamadık. Sadece devletin desteğiyle genel esaslara tabi olarak nitelendirdiğimiz Katma Değer Vergisi'nden (KDV), gümrük vergisinden ve Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) muafiyetinden bir iki tesisimde yararlanabildim. Diğerlerinden yararlanamadım yani entegrasyon orada bozulmuş oldu. Baktığımız zaman teşvik bölgesel olarak yapıldı. Fakat teşviklerin bölgeselden ziyade sektörel olması çok önemliydi.

**Türkiye'de, sanayici enerji girdileri işçilik üzerindeki vergisel yükler açısından dünya ile mukayese edilmeyecek düzeyde baskı altında. Siz bu açıdan bakıldığında hükümetin üreticiye, ihracatçıya yaklaşımını nasıl değerlendiriyorsunuz.**

Son derece olumlu görüyorum. Bugün Sayın Bakan Zafer Çağlayan'ı düşünün mesela, dünyanın her yanını seninle birlikte dolaşiyor. Elinden ne geliyorsa vermeye çalışıyor.

Elektrik pahalı diyorsunuz. Bu hızla büyüyen bir Türkiye'de elektrik tabii ki pahalı olacak. Kapasite büyüyor. Enerji projeleri devreye girdiği zaman enerji alanında fiyatlarımız geriye gelecektir. Şimdi hidroelektrik santralleri kuruluyor, nükleer enerji konuşuluyor. Bunlar devreye girdikçe daha makul şeyler olacaktır. Bana göre şu anda yanlış yapılan hiçbir şey yok. Türkiye'deki müteşebbisin çok çalışması gerekiyor.

**Tekstil sektöründe Türkiye'de genel olarak firmaların zaten yüzde 95'i aile şirketi. Biliyorsunuz Türkiye'de üçüncü jenerasyona geçen şirket sayısı yüzde 50'nin altında, dördüncü jenerasyona geçen şirket sayısı dünyada bile yüzde 4'ün altında aile şirketi sistemini kurmak ve yönetmekte başarı için ne gerekiyor?**

Burada aile birliği çok mühim. Evlatları yetiştirirken evlatların işin içine girmesine yardımcı olmak çok önemli. Çocuğun o işi sevmesi gerekiyor. Çocuk o işi sevmiyorsa o işin ileri gitmesi mümkün değil. Biz bir aile olarak iki tane evladıyla iyi bir aile birliğiyle hareket ediyoruz.

Türkiye'de aile şirketi olmak çok zor. Belli bir noktaya gelmek için herkesin fedakarlık etmesi gerekiyor. Bir de ailenin bir tane reisi olması lazım. O reisin etrafında herkes toplanacak ve ona destek olacak. Eksikleri varsa eksiklerini söyleyecek o da eksiklerini giderecek. Her kafadan bir ses çıkarsa gitmesi mümkün değildir. Aile olarak bizde büyük oğlum Tuncay Uzun lokomotif görevi görüyor. Biz de kardeş ve baba olarak ona her türlü desteği veriyoruz.

**Tekstil sektöründe pek çok firmanın son zamanlarda turizm, enerji ve inşaat gibi alanlarda yatırımlar yapmaya başladıklarını görüyorsunuz. Sektör dışı yatırımlara siz nasıl bakıyorsunuz?**

Ekonomide bilinen bir kavram var. Yumurtaların hepsini aynı sepete koymayacaksınız. Eğer tekstilden kazandığımız parayla tekstilde yatırım gücünüzü koruyabiliyorsanız geri kalanını riski yönetmek adına dağıtmanız ülke menfaatinedir. Firmaların hem dikey hem de yatay büyümesi lazım. Siz bunun dengesini ayarlayamazsanız bir gün kaybolma riskiyle karşılaşsınız. Biz tekstilden kazandığımızı tekstilden hiç esirgemedik.



Anadolu İplik Onursal Başkanı Osman Uzun, "Son yıllarda AB'nin içine düştüğü ekonomik kriz, Türk firmaları için bir fırsat doğuruyor. Türkiye Avrupalı büyük üreticilerin ekonomik sıkıntılar sebebiyle boşalttığı alanı doldurabilir."

Zaten son yaptığımız tesis bunun kanıtı. Ama enerjide inşaatta da yatırım yaptık. Bunu yaparken tekstili hiç üzmedik.

**2023 yılında Türkiye'nin 500 milyar dolar gibi bir ihracat hedefi var. Tekstilin önünde 20 milyar dolar gibi tek başına bir hedef var. Bu hedefi gerçekçi görüyor musunuz? Sizin sektör için 2023 yılı adına mesajınız nedir?** 2023 yılında tekstil kendi görevini yapacaktır ondan eminim. Tekstile ne kadar rakam biçilmişse tekstil o rakama ulaşacaktır. Mühim olan diğer sektörler hedeflediği ihracat rakamlarını geçebilecek mi? Türkiye yakaladığı fırsatla ülke ve millet olarak kendine olan özgüveni arttı. Katma değer yaratmayı öğrendik. Katma değeri yüksek ürünleri yaratmayı öğrendik. Tekstilin ve diğer sektörlerin hedefledikleri rakama ulaşacaklarına inanıyorum yeter ki kendi aramızda kavga etmeyelim. Herkes evlatlarına fırsat versin. Çocuklarına fırsat vermeyen bir baba ne kadar ileri gidebilir? Bu banş sürecinden de çok umutluyum. Birbirimizi kötümek için kullandığımız vakti çalışarak geçirseydik bugüne kadar kim bilir daha neler olurdu? Bu çağda artık kırp dökerek bir yere varılamaz. Anlayış olsun, huzur olsun daha Türkiye'nin gideceği çok yol var.

LERAS



*Medanın  
Kalbindeyiz*



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

LERAS® 20<sup>Yıl</sup>

TEXTILE ACCESSORIES



## ALIM HEYETİ

İTHİB TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN “SIRBİSTAN TEKSTİL ÜRÜNLERİ ALIM HEYETİ” İKİLİ İŞ GÖRÜŞMELERİ, 21-22 MAYIS TARİHLERİNDE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE DÜZENLENDİ.



# İTHİB, ROTAYI BALKANLARA ÇEVİRDİ

**İTHİB'in** (İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği) düzenlediği organizasyonla Sırbistan'dan gelen dokuz firma, 67 Türk tekstil firmasıyla karşılıklı ticari ilişkiler geliştirmek amacıyla iki gün boyunca bir araya geldi. Sırbistan'dan gelen alım heyetinde tekstil sektöründen farklı branşların yer alması, Türk tekstil sektörü için Türkiye'nin ihracatını artırması adına büyük fırsat yarattı.

28-31 Mayıs 2012 tarihinde Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) işbirliği ile “Sektörel Tekstil Ticaret Heyeti” programı düzenleyen İTHİB, Sırbistan'ın Belgrad ve Hırvatistan'ın

Zagreb şehirlerinde temaslarda bulunmuştu. Üç gün boyunca Sırp ve Hırvat firmalar ile yoğun temaslarda bulunan heyet, yurda önemli iş bağlantıları ile dönmüştü. Birlik, bu iş bağlantılarının reaksiyonu niteliğinde olan ve 21-22 Mayıs tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen “Sırbistan Tekstil Ürünleri Alım Heyeti”ne de ev sahipliği yaptı.

## Taraflar arasında karşılıklı memnuniyet

İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala ikili görüşmeler hakkında yap-

tığı değerlendirmelerde; ziyaretçi listesine bakıldığında kendi branşlarında Sırbistan pazarında kapasitesi olan, koleksiyon yapabilen ve ihracat gerçekleştiren tekstil firmalarının Türkiye'de bulunduğunu belirtti. Sırbistan'dan gelen firmaların Türk firmalarıyla gerçekleştirdiği karşılıklı görüşmeler neticesinde iki gün süren bu etkinliğin başarılı geçtiğini kaydeden Pala, “Sırbistan'dan gelen firmalarla Türk firmalarının gerçekleştirdiği görüşmelerde iki tarafın da memnuniyetini gözlemledik” dedi. Pala, geçen sene İTHİB olarak Sırbistan ve Hırvatistan tekstil sektörüne ticaret

## İTHİB BAŞKAN YARDIMCISI TAMER PALA, “SIRBİSTAN ALIM HEYETİ’NİN TÜRKİYE’Yİ ZİYARETİ, TİCARİ İLİŞKİLER AÇISINDAN DİĞER ÜLKELER İÇİN DE ÖN AYAK OLACAĞINA İNANIYORUM.”

heyeti gerçekleştirildiğini hatırlatarak, “Bu heyet katılımcılar ve alıcılar nezdinde çok başarılı geçmişti. Ticaret heyetinin geri dönüşleri bu organizasyondan da anlaşılacağı üzere çok olumlu oldu” diye konuştu. Pala, bunun paralelinde karşılıklı olarak gelişen ve olumlu yönde ilerleyen ilişkileri daha sonraki senelere de taşımaya karar verildiğini dile getirdi. Pala, altı ay önce Sırbistan Ticaret Odası Başkanı Sladjana Milojevic’in öncülüğünde geniş bir ekibin İTHİB’i ziyaret ettiğini söyleyerek şöyle devam etti: “Bu ekibin içerisinde; Bulgaristan, Arnavutluk, Makedonya, Hırvatistan tekstil ticaret odalarının temsilcileri vardı. Sırbistan’da ya da Makedonya’da karşılıklı görüşmelerde bulunma kararı aldık. Fakat bunun için karşı taraf bir tarihe karar veremedi. Biz de kendilerine bu organizasyonu İstanbul’da yapmayı teklif ettik. Uzun süren görüşmeler neticesinde iki taraf için de ihracatı canlandıracak bu organizasyonu yapma konusunda karar kıldık. Bu karar sadece Sırbistan Ticaret Odası’na bağlı tekstil sektörü temsilcileriyle de olsa, ticari ilişkiler açısından diğer ülkeler için de ön ayak olacağına inanıyorum.”

### “Sırbistan gelişen bir pazar”

Sırbistan pazarının gelişen bir pazar olduğunu ifade eden Pala, Sırbistan’ın Avrupa Birliği (AB) ülkesi olduğu için AB ekonomik komitelerinin uyguladığı güçlü finansman desteklerinden yararlandığını vurguladı. Pala, gelen ekibin uçak masraf-



Türkiye ile Sırbistan arasındaki ikili görüşmelerden öncesinde, Türkiye’nin dünya tekstil sektöründeki yeri ve ihracat yaptığı ülkeler hakkında bilgi veren bir sunum yapıldı.

larının ve otel masraflarının yarısının AB fonundan karşılandığını dile getirerek, bu gibi fırsatlardan yararlanan ülkelerin dünyayı ticari ilişkiler oluşturma amaçlı ziyaret etmelerinde problem yaşamadıklarını anlattı. Bu konuda Türk firmalarının da avantajlı olduğuna işaret eden Pala, “Türkiye de yurt dışında yapılan ticaret heyetlerine katıldığı zaman, masraflarının yüzde 50’si karşılanıyor” dedi. Pala, “Dolayısıyla gitme- gelme masrafının Türk firmalarının gözünü korkutmaması gerekiyor” diye konuştu.

### “Sırbistan, Rusya ve Avrupa’nın ihracat kapısını açacak”

Pala, Sırbistan’ın AB içerisinde ihracatında gümrük vergisi olmayan Rusya’ya ve AB ülkelerine direkt açılan bir kapı konumunda bulunan bir ülke olduğunu kaydederek “Avrupa’ya

mal satmak isteyen ve Rusya’ya giriş yapmak isteyen Türk firmaları için Sırbistan büyük bir pazar” dedi. Firmaların bu heyetle bir araya gelerek adeta bir maça çıktıklarını söyleyen Pala, “Bu tip ticaret heyetlerinin en büyük amacı; yabancı ve Türk firmalarını kolayca ve hızlı bir şekilde bir araya getirmek. Gerisi firmanın koleksiyonu, fiyatları ve satış kabiliyetlerine kalıyor” diye konuştu. Pala, konuşmasını bitirirken şu açıklamalarda bulundu: “Gözlemlediğim kadarıyla alım heyetiyle gelen Sırp firmaları kendi branşlarında çok kuvvetli ve kaliteli mal üreten firmalar konumunda bulunuyor. Sırbistan için ahmda ilk sırayı kalite ve koleksiyon, ikinci sırada fiyat geliyor. Bunu Falke gibi Avrupa’nın ve dünyanın en büyük çorap üreticisi olan bir şirketin Sırbistan’da fabrika açmasından, Benetton ve Luna gibi üst grup ürün üreten firmaların fabrikasını açmak için Sırbistan’ı seçmesinden rahatlıkla anlıyoruz”.





SIRBİSTAN'DAN GELEN DOKUZ FİRMA,  
67 TÜRK TEKSTİL FİRMASIYLA KARŞILIKLI  
TİCARİ İLİŞKİLER GELİŞTİRMEK AMACIYLA İKİ  
GÜN BOYUNCA BİR ARAYA GELDİ.

## ALIM HEYETİ

86



**SERDAR URAYLI**

Genç Mert Tekstil Kurucusu  
Yönetim Kurulu Başkanı

### SIRBİSTAN KALİTEYE ÖNEM VERİYOR

Yaklaşık 20 ülkeye ihracat yapıyoruz ama Sırbistan ile henüz çalışmadık. Sırbistan'da ticari ilişkiler kurmak adına ilk defa girişimde bulunuyoruz. Buraya gelmeden önce Sırbistan'dan gelen firmaları ilk olarak internetten inceledik. Ona göre çeşitli ürünlerimizi buraya getirdik. Sırbistan'ın nüfusu çok fazla olmasa da Avrupa'da önemli bir yer teşkil ediyor. Özellikle konuştuğumuz müşteriler Hollanda'ya, İtalya'ya ve Rusya'ya ihracat yapıyorlar. Sırbistan'dan gelen alım heyeti içinde, kendi markalarına ait yaklaşık yüz tane mağazası olan firmalar da var. Bunlar Genç Mert Tekstil için bir fırsat yaratıyor. İTHİB'in düzenlediği bu alım heyetleri sayesinde dış pazar hakkında bilgi ediniyoruz. Sırp alım heyetinden edindiğim fikir, Sırplar'ın daha çok kaliteye önem verdiği. Bu organizasyondan beklentim, firmalarla tanışarak ticari ilişkilerimizi başlatmaktır. Zaman içerisinde ilişkilerimizi geliştirip gerekli verimi alacağımızı düşünüyorum.



**LENARD BILICKI**

Leonardo Giyim Satış Müdüğü

### YAMACIMIZDAKİ FIRSAT: SIRBİSTAN

Bu etkinlik örmeci ve dokumacılar açısından daha verimli bir buluşma oldu. Biz de firma olarak bir fırsat yakalamak adına bu ticaret heyetinde görüşmelere katıldık. Sırbistan pazarı Türkiye'ye yakın bir pazar. Bizim Avrupa'da; İtalya, Danimarka, Portekiz gibi piyasalarda olduğumuz halde Sırbistan'a yakın olmamıza rağmen, yabancı kaldığımız bir ülke. Özellikle Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra boşalan alanlardaki fırsatları yakalamak adına bu pazarda da bulunmak gerekiyor. Bu bakımdan Sırbistan bizim için ticari ilişkiler geliştirmek adına önemli konumda bulunuyor. Türkiye'nin içinde olması gereken bir pazar. Firmamız daha önce Sırbistan ile bir ticari ilişkisi olmadı. Böyle bir ticari ilişkinin oluşması için bu heyete katıldık.



**SERDAR BEHLÜL GÜRKULE**

Başyazıcıoğlu Tekstil Bölge  
Satış Müdüğü

### SIRP İNSANI SPOR GIYINMEYİ SEVİYOR

Türkiye'de tekstil sektörünün her geçen gün geliştiğini düşünüyorum. Kendi firmamız için ihtiyacımız olan birçok markayla da tanışıyoruz. Türkiye'den kendi firmamız adına mal alma fırsatı yakalıyoruz. Burada yaptığım iş görüşmesi benim Türkiye ile başlattığım ilk iş ortaklığı. Sırp insanı spor giyinmeyi seviyor. Özellikle T-shirtler ve kot pantolonlar Sırbistanlıların tercih ettiği ürünler arasında. Sırp insanı fiyatı da kaliteyi de önemser ancak ilk önce kalite önemlidir. Bu ticaret heyetiyle birçok bağlantı oluşturmak istiyorum. Firmamız adına buna ihtiyacımız var. Belki bu vesileyle ticarete de başlarız.



**BILJANA KUZMANOVIC**

Tib Stil Müdüğü

### TÜRKİYE İNCELENMESİ GEREKEN BİR PAZAR

Türk ürünleri gerçekten çok güzel ve bu pazarının gerçekten yakından takip edilmesi gerekiyor. Buraya gelen alıcıların istedikleri kalitede ve fiyatta ürün bulabileceklerine inanıyorum. Bizim markamız için konuşmak gerekirse; markamız bayan giyimi üzerine üretim yapıyor. Polyester olmayan, viskon kumaşları tercih ediyoruz. Sırp insanı bir ürün alırken fiyata da kaliteye de bakıyor, ama bence öncelik kalite olmalı. Kalite bir numaralı tercihimiz. Heyet, Türkiye gibi kaliteli bir pazarda bulunan önemli firmalarla bir araya gelmemizi sağladı. Bu durum diğer firmalar gibi bizim için de önemli bir kazanım oldu.



*İthal Aksesuarda Fiyat Avantajı*



*Çindeki Model Seçeneklerini Türkiyeye Taşudık*



**Huaixin Dantel ve Tekstil**

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

**Tek Stil**  
Yayınca ve Zambiri Hımmu  
0212 555 94 94



TGSD TARAFINDAN DÜZENLENEN “6. MODA KONFERANSI” 8- 10 MAYIS TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞTİ. “HAZIR GİYİM VE PERAKENDE ÖDÜL TÖRENİ” İLE BAŞLAYAN KONFERANS, DEVLETİN ZİRVE İSİMLERİNİN YANISIRA İŞ DÜNYASINDAN DA TEMSİLCİLERİ AĞIRLADI.



# BU KONFERANS ÇOK MODA

**Her** yıl moda alanında dünya çapında gündem yaratan İstanbul Moda Konferansı, bu yıl altıncı kez 09-10 Mayıs'ta konuklarını ağırladı. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği bünyesinde bu yıl altıncısı gerçekleşen İstanbul Moda Konferansı, İstanbul-Beşiktaş Shangri-La Bosphorus Otel'de, hazır giyim, perakende ve moda alanında söz sahibi ulusal ve uluslararası kişi ve markaları bir araya getirdi. 6. İstanbul Moda Konferansı'nın 8 Mayıs'taki 37. Yıl “Hazır Giyim ve Perakende Ödül Töreni”nde,

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan 30 yılını aşan 27 firmaya tebrik plaketteğini verdi. 9 Mayıs'ta gerçekleşen konferans günü ise AB Bakanı Egemen Bağış'ın yanı sıra hazır giyim, moda, tasarım, tekstil alanında ulusal ve uluslararası alanda önemli isimler söz aldı. 9 Mayıs tarihinde, Alaxander McQueen Başkan ve Ceo'su Jonathan Akeroyd, ünlü moda yazarı ve tarihçisi, Colin McDowell ve Woolmark Türkiye Ülke Müdürü, “Doğal Elyaf ve Yeniliğe olan daimi talep” konulu sunumlarıyla dikkat çekti.

Konferansın ilk gününde ekonomi oturumu, tedarik oturumu, “Duayenler kapışıyor İhracat mı? Mağazacılık mı? İkisi bir arada mı?” oturumu da yapıldı. Konferansın 9 Mayıs'taki ilk gününde Roman Giyim Yönetim Kurulu Başkanı Turgut Toplusoy'un moderatörlüğünde gerçekleşen, Duayenler Kapışıyor İhracat mı, Mağazacılık mı? İkisi bir arada mı?” oturumu, son derece heyecanlı geçti. Kıyılı Giyim Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kıyılı, Desa Deri Yönetim Kurulu Başkanı Melih Çelet ve

## KONFERANSIN İLK GÜNÜNDE AB BAKANI EGEMEN BAĞIŞ'IN YANI SIRA HAZIR GİYİM, MODA, TASARIM, TEKSTİL ALANINDA ULUSAL VE ULUSLAR ARASI ALANDA ÖNEMLİ İSİMLER SÖZ ALDI.



**EGEMEN BAĞIŞ**  
AB Bakanı ve Başmüzakereci

*“Made in Turkey”, belki de Türkiye'nin gücünü tüm dünyaya gösterme sürecinde en önemli güçlerinden birisi olmuştur.*

APS Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Osman Benzeş, hazır giyimde sadece ihracata mı yoksa mağazacılığa mı yönelmenin daha kârlı bir yatırım olduğunu ya da markayı güçlü tutabilmek için her ikisinin de gerekip gerekmediğini tecrübeleri ile anlattı.

10 Mayıs'taki B2B görüşmeleri onlarca firma için işbirliklerinin kapısını araladı.

### TGSD, duayenleri ödüllendirdi

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği tarafından düzenlenen 6. İstanbul Moda Konferansı, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımı ile 8 Mayıs'taki 37. Yıl “Hazır Giyim ve Perakende Ödül Töreni” ile başladı. Gecede ödül alan isimler arasında Çalık Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Çalık, Kiğili Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kiğili, Vakko Yönetim Kurulu Başkanı Cem Hakkı, Sarar Yönetim Kurulu Başkanı Cemalettin Sarar ve Ayınyıldız Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner de vardı. Kendi alanında referans noktası konumuna gelen etkinlikte, 30 yıldan fazladır sektöre emek veren 27 firmaya ödülleri veren Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, kısa süre içinde yapacağı ABD seyahatinde gündemlerinin en önemli maddesini ekono-

mik ilişkilerde endüstriyel bölgeler konusunun teşkil edeceğini belirtti. Amerika ve Türkiye dış ticaret hacminin 20 milyar dolar civarında olduğunu belirten Başbakan, Türkiye'nin Rusya Federasyonu ile olan dış ticaret hacminin 35 milyon dolar olduğunu altını çizdi. Başbakan, “Hazır giyimde çok iyi bir konumu yakaladığımızı düşünüyorum. İnanıyorum ki bu pazar payı da her geçen gün artacak. Hazır giyim sektöründe Türkiye olarak gerçekten eşsiz bir tecrübeye sahibiz” dedi. Çin ve Uzakdoğu sıkıntısı iplik fiyatları gibi çeşitli etkenlerin tekstil sektörü üzerinde baskı unsuru olmaya devam ettiğini belirten Erdoğan, yakın zamanda gerçekleşen Arap baharının, Libya, Orta Doğu ve Afrika'daki gelişmelerin de sektörü olumsuz etkilediğini ekledi. Bunlardan yılmayarak bir an önce toparlanmak ve yarışta yer almak gerektiğini ifade etti. Sektörün sıkıntılarını çözmek için çözümlerin sıralandığını ve uygulamaya koyulduğunu belirten Başbakan, “Sektör üzerinde ki yükleri; vergi yükü, istihdam yükünü hafiflettik. 2001 yılında sektörümüzün dünya tekstil ihracatındaki payı yüzde 2.3 oranındaydı. 2009'da bu oran kriz ortamına rağmen yüzde 3,4'e yükseldi. Bugün hazır giyim sektörü daha üst seviye de. Biz hükümet olarak hazır giyim sektörünü Türkiye'nin lokomotifini olarak muhafaza edeceğiz” dedi. Erdoğan ayrıca Türk hazır giyim sektörüne 2023 yılı için 10 dünya markası çıkarma hedefi belirlediğini vurguladı.

### Hedef 52 milyar dolarlık ihracat

9 Mayıs'ta gerçekleşen İstanbul Moda Konferansı'nın açılış konuşmasını yapan Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Cem Negrin hazır giyim sektörünün beklentilerini anlatırken, ardından söz alan AB Bakanı Egemen Bağış, Türkiye'nin her alanda hızla ilerlediğini söyleyerek somut örnekler verdi. TGSD Başkanı Cem Negrin hazır giyim sektörünün 52 milyar dolarlık hedefini 52 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşmak olduğunu belirtirken, “Türkiye'nin satış fiyatlarını Uzakdoğu ile karşılaştırsak, örneğin T-shirt'ü Almanya 5 Euroya alırken, bizden 10 Euroya ithal ettiklerini görüyoruz. Aynı şekilde denim jeande İngiltere'nin Uzakdoğu'dan ortalama alım fiyatı 7 Euro iken Türkiye'de ise İngiltere'ye 15 euroya ihraç etmeye çalışıyoruz” dedi. Negrin,

karlılığın düştüğünü, buna sebep olarak dövizlerin içerideki enflasyon kadar dahi artmamasının gösterilmesi gerektiğini vurguladı. Türkiye'nin büyümesini ihracattan değil markalı ihracattan beklemek gerektiğini söyleyen Negrin, ABD pazarı için yıllarca verdikleri mücadeleyi ise şu şekilde açıkladı: “2004 yılında 1 milyar 200 bin dolar olan ABD ihracatımız bugün 200-300 milyon Dolarlı rakamlara geriledi. ABD ile Avrupa'nın anlaşmalarında Türkiye'nin yeri de bizler için çok önemli. Sonuçta en uzun terminli büyük siparişler ABD'de ve bazı mallarda yüzde 33'e varan vergiler var. ABD, AB anlaşmalarının içerisinde olmak veya olmamak, Türkiye ihracatçıları için yatırımları Türkiye anlaşabilirse yatırımları 5 ve 6'ncı bölgelere, yoksa Avrupa'daki üye eski Doğu Bloku ülkelerine kaymasına sebep olacak. Her şekilde ABD piyasası Türkiye için tekrar açılıyor.”

TGSD Başkanı Cem Negrin'in ardından konuşma yapan AB Bakanı Egemen Bağış, İstanbul Moda Konferansı'nın gerçekten moda olduğunu söyleyerek başladığı konuşmasında TGSD'yi yaptığı çalışmalarından dolayı kutladı. Egemen Bağış, sektör temsilcileri, katılımcılar ve konuşmacılara, “Demokrasiye, insan haklarına, ifade özgürlüğüne yatırım yaptığımız zaman ekonomide geliyoruz. Bugün Türkiye'nin dünyada 16, Avrupa'nın 6'ncı en



**CEM NEGRİN**  
TGSD Yönetim Kurulu Başkanı

*Türkiye'nin büyümesini ihracattan değil, markalı ihracattan beklemek gerekir.*



**TGSD BAŞKANI CEM NEGRİN HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN 2023 HEDEFİNİ 52 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT RAKAMINA ULAŞMAK OLARAK BELİRLERKEN, KARLILIĞIN DÜŞTÜĞÜNÜ, BUNA SEBEP OLARAK DÖVİZLERİN İÇERİDEKİ ENFLASYON KADAR BİLE ARTMAMASININ GÖSTERİLMESİ GEREKTİĞİNİ BELİRTTİ.**

büyük ekonomisi olması, aslında demokrasiye yapılan yatırımlar sayesinde olmuştur. Bunun neticelerini sektör olarak sizde görüyorsunuz” dedi. Bağış sektör temsilcileriyle el ele verip ülkenin gücünü bütün dünyaya gösterme konusunda önemli başarılarla imza atıldığının çizerek, “Sizlerin ürünlerinin üzerindeki Made in Turkey yazısı belki de Türkiye’nin bu süreçteki en önemli güçlerinden birisi oldu. Onun için sizlerle yapacağımız daha çok şey var. Dün akşam Sayın Başbakanımız burada 2023 hedeflerini belirtti. Bundan 11- 12 yıl evvel bırakın Türkiye 10 yıl sonrası, 10 gün sonrası hedeflerini bile gözüne kestiremiyordu. Bir anayasa kitapçığı bir masanın kenarından havalandığından bir ucuna düşene kadar yüzde 8 faizi benim gibi sizler de ödediniz. Bir gecede kepenkleri kapattınız. Dostlarınızın, arkadaşlarınızın, akrabalarınızın iflasını yürekleriniz burkularak izlediniz. İşte Türkiye o günleri geride bıraktı” dedi.

### Riski ve getiriye dengelemek önemli

Alexander McQueen’in CEO ve Yönetim Kurulu Başkanı Jonathan Akeroyd, “Doğal Elyaflar ve Yeniliğe olan daimi talep” konulu sunumunda, Türkiye’nin hazır giyim ve

tekstilde inanılmaz bir bölge olduğuna dikkat çekti. Türkiye’de küçük başladıklarını belirten Jonathan Akeroyd, “MC toplamda zaten yüzde 20 toplam satışlarımız içerisinde; ancak bunun zaman içerisinde büyümesini bekliyoruz. Türkiye’de McQueen’in üretimi yüzde 40 civarında. Ürünlerimizin çoğu burada yapılıyor. Çok düşündük aslında iyi olanı, çünkü genç bir markayız. Bizim işimiz açısından ‘Made in Italy’ kritik bir reklam. Türkiye’de üretime açtık ama en önemli olan tabii ki markanın da bu söylemini unutmamak” dedi. IFC (Uluslararası Finans Kuruluşu) Baş Stratejisti William Haworth ise, önümüzdeki 10 yıl içerisinde tekstil sektöründe pazar girişinde tam bir hız olacağına dikkat çekerek, teknolojinin, rekabetin ve markanın önemini daha çok artacağını ve özellikle yüksek katma değeri olan ürün portföyü ile çalışmak isteyenlerin düşük maliyetlerinin işe yaramayacağını vurguladı. İnsanların daha çok teknoloji odaklı çalışacağını altını çizen William Haworth, teknoloji dayanaklı çalışan şirketlerin kazancının daha çok olacağını belirtti. Haworth, “Şu anda çok sayıda Türk, yatırımını Mısır’a, Hindistan’a yapıyor. Pazar çeşitlendirmesi açısından önemli finansmanı, çok daha rahat bir şekilde sağlamalı. Belki

biraz riskli ama aynı zamanda çok daha iyi getirisi var. Riski ve getiriyi dengelemek önemli. Türk firmaları ile çalışırken de bunları dikkate alıyorum” dedi.

### “Satışlar kar mantığıyla yapılmalı”

Ekonomi oturumunda söz alan T.C. Başbakanlık Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (TYDTA) Başkan Yardımcısı Arda Ermut, 10 yıl öncesine göre yatırım yapmanın daha kolay olduğunu belirterek, Başbakan’ın koyduğu hedeflere ulaşmak gerektiğinin altını çizdi. 2023 hedeflerinin uzak olmadığını vurgulayan Ermut, 2002- 2012 dış ticaret ve gayri milli hasılda artış olduğuna dikkat çekti. Ermut, “Yatırımda, 2002 yılından 2012 yılına kadar 120 milyon dolar artış var ama tekstil alanında yatırım çok az” dedi.

Risk yönetiminde son 10 yılda büyük değişim yaşandığını belirten COFACE Sigorta A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü Belkıs E.Alpergun, Türkiye’ye olan talebin hızla büyüdüğünü ama buna karşılık karlılığın aynı oranda büyümediğini vurguladı. Satışların kar mantığı ile yapılması gerektiğinin altını çizen Alpergun, “Tekstil alanında çok büyük risk bizi bekliyor. Bankaların proje desteği ile ünlü markaları alabiliyor ya da marka yapabiliyorsunuz. Bunun için şimdi tam zamanı” dedi.

### İkili görüşmeler ihracat pazarları yaratıyor

Konferansta Türkiye tekstil ve hazır giyim sektöründeki değişimler, sektöre yeni girenlere yol gösterici deneyimler ve tecrübelerin aktarımı, imalatçı ve perakendeci firmaların ihtiyaçları, moda ve trendler, yeni teknolojik gelişmeler, yabancı firmaların ülkemizden alım stratejileri konularında bilgi paylaşımları da söz konusu oldu. Bu yıl da yurt dışından gelen heyetler, yabancı alım ofisleri ve yerel markalar ile organize edilen B2B (Business to business) ikili iş görüşmeleriyle yeni ihracat pazarları için önemli bir adım atıldı. Konferans kapsamında özel olarak hazırlanan standlar ve görüşme masalarında tüm gün boyunca alım gruplarıyla tedarikçiler arasında 15’er dakikalık bin 500’den fazla görüşme gerçekleşti. Özellikle Sırbistan ve İngiltere’den katılımın gerçekleştiği ikili görüşmelerde 345’ten fazla firma randevu aldı.

### İHKİB HSM standına büyük ilgi

Konferansta, “İHKİB Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi” tanıtım standı da katılımcılardan büyük ilgi gördü. AB ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından fonlanan ve Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yürütülen çatı proje kapsamında kurulan, İHKİB tarafından uygulanan Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi’nin kuruluş çalışmalarının tamamlanma aşamasına gelmesi ilgililer tarafından memnuniyetle karşılandı. Konferansta ortaya konan hedeflere ulaşma konusunda insan kaynaklarının önemini farkında olan bin civarında firma yetkilisi, “Toplam Kalite için Belgeli İstahdam, Belgeli İşgücü ile Güçlü Gelecek” sloganı ile yola çıkan Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi’nin açtığı tanıtım standında, merkez yetkililerinden ilgili meslek grupları, başvuru şekli, değerlendirme kriterleri gibi konularda bilgi aldı.



# iTKiB HEDEF

Türkiye'nin en büyük dijital  
dergi platformu  
dMags'ta!





2007'DE 200 MAĞAZASIYLA TÜM İNGİLTERE'YE YAYILMIŞ PERAKENDE MARKASI SELECT'İ SATIN ALARAK PAZARA GİRİŞ YAPAN CAFER MAHİROĞLU, ARADAN GEÇEN SÜRE İÇİNDE MARKAYI NASIL TÜRKLEŞTİRDİĞİNİ VE TÜRKİYE'DEN YAPTIĞI TEDARİKLE ÇİN'E KARŞI NASIL REKABET ETTİĞİNİ HEDEF DERGİSİ'NE ANLATTI.

Kamuoyu sizi "İngiliz mağazalar zinciri Select'i satın alan Türk" diye tanıdı. Bu süreçten biraz bahsedebilir misiniz? Select'i aldığınız günden bu yana neler yaşandı?

Select'i 2007 yılında aldık. İngiltere'de krizin güçlü hissedildiği bir dönemdi. Çok planlanmış bir yatırım değildi aslında. Fakat ülkenin ekonomik durumu dikkate alındığında alınabilecek bir riskti. Temel motivasyonumuz şuydu: Markayı yaratan mı yoksa yöneten mi daha önemlidir? Ben her zaman markayı yönetmenin daha önemli olduğunu düşünmüştüm. Sonuçta bu da bir yaratıcılık meselesi. Bence bugün artık marka yaratmaya çalışmak eskisine göre çok daha zor ve maliyetli bir iş. Bugünün küresel markalarının tohumları 100 yıl önce atılmış. O gün rekabetin, üretimin, müşteri talebinin doğası farklıymış. Markalar bu konjonktürü kullanarak hızla ilerlemiş. Bugün o koşullar yok. Öyle markalar var ki ismi sizi cezbediyor ama firmanın ekonomik arka planı hiç de o markayla uyumlu değil. Biz bu gerçeği gördük ve bir markayı satın alarak pazara girdik. Ama tabii ki bir "know how" sorunumuz yoktu. 200 mağazayı aynı anda yönetecek tedarik gücümüz vardı.

**İngiliz mağazalar zincirini satın alarak adını duyuran  
Türk girişimci Cafer Mahiroğlu anlatıyor :  
İNGİLTERE'DE ÇİN'E  
KARŞI TÜRK MALLARIYLA  
REKABET EDİYORUM**



İngiltere'nin tamamına yayılmış 200 mağazaya sahip olan Select, ülkede bir Türk markası olarak anılıyor. Gelecek dönemlere dair hedeflerini yüksek tutan marka, İngiltere pazarının derinliğine bağlı olarak mağaza sayısını 350'ye çıkarmayı planlıyor.

Fakat sonuçta 200 mağaza bir risktir ve biz bu riski aldık. O günden bu yana da Türk yatırımcılarımı bu yönde motive etmeye çalışıyoruz. Pazarda bir tek biz olalım gibi bir yaklaşımımız yok. Bizim değerlendirdiğimiz son fırsat değildi. Daha böyle nice fırsat taşıyan marka var.

**2007'de Select'i satın aldınız ve dünya 2008'de küresel krize girdi.**

**Bugün hala AB pazarında krizin izleri silinebilmiş değil. Krizi nasıl atlattınız ya da atlatabildiniz mi?**

Ben krizlerden gelen bir insanım. Uzun yıllar İngiltere'de yaşamama rağmen benim işim hep Türkiye'deydi. Bizim ticaretimizin ana unsurlarından biri enflasyondu. Bunu söylemekte bir sakınca görmüyorum, biz yıllarca enflasyon sattık. Bu yüzden uzmanlaşmıştık. Bizim için krizin olup olmaması çok fazla bir şey ifade etmiyordu. Ama bir İngiliz için durum böyle değildi. Çünkü tanımadığı bir ortama girdi ve hayatını nasıl sürdüreceğini bilmiyordu. Bu noktada çok doğru bir strateji

izledik. Fiyatları aşağı çektik. Terazinin bir kefesine ağırlık koyduğunuzda diğer taraf yukarı kalkar. İşin doğası budur. Fiyatları aşağı çekince anında sonuç aldık. Tabi bir de bu dönemde ürün çizgisini çok iyi belirledik. Tüketicilere istediğini verdik yani. En moda çizgi neyse o, üstelik uygun fiyata. Bu dönemde Türkiye'den yaptığım tedarik çok önemliydi. Çünkü istediğim ürünü rafıma koyabildim.

**İngiltere'de perakendecilik yapan bir yatırımcı olarak İngiliz pazarında Çin'e karşı Türkiye'yi kullanarak rekabet ettiniz yani.**

Sonuçta Çin'den de, Bangladeş'ten de, Hindistan'dan da mal alıyorum. Ama tedarikte ağırlığının yüzde 80'i Türkiye üzerinde. Bir kere şunu söyleyeyim, benim yerimde bir başkası olsa büyük ihtimalle Türkiye'yi tercih etmezdi. Sonuçta Çin, Bangladeş daha ucuz. Ama dediğim gibi tek belirleyici fiyat değil. Hız, koleksiyon, işçilik kalitesi çok önemli. Ben Türkiye'den bunu aldım, fiyatımı ise diğerleriyle harmanlayarak tutturdum.

**Bir tedarikçi olarak Türkiye'yi değerlendirecek durumdasınız. Bu açıdan Türkiye'yi nasıl görüyorsunuz?**

Bizim Türkiye'de uzun yıllardır yatırımımız ve çevremiz var. Bu sebeple Türkiye'de hızlı hareket edebiliyoruz. Üstelik bazı malları Türkiye'nin dışında alabileceğimiz yer yok. Hız bizim işimizde çok önemli. Burada da bir gözlemimi paylaşmak istiyorum. Çin artık hızın önemini anladı. Gemilerle gelebilecek malları uçakla getirerek termimi bir haftaya indirmiş durumdalar. Türkiye'nin hep bir haftaydı zaten. Yani bu konu Türkiye için avantaj olmaktan çıkıyor. Buna karşı geliştirilebilecek en iyi alternatif Türkiye'nin bir moda ülkesi olarak tanıtımının yapılması. Aksi halde bütün koşullar eşit olduğunda fiyat talebi belirler.

**Bir marka yaratmak çok zor diyorsunuz. Peki Türkiye'yi moda markası bir ülke olarak tanıtmak daha mı kolay?**

Bir Türk yatırımcısı olarak İngiltere gibi bir pazarda 20 yıldır iş yapıyorum. 200



CAFER MAHİROĞLU, "HIZIN ÖNEMİNİ ANLAYAN ÇİN, ALDIĞI SİPARİŞLERDE TERMİNİ BİR HAFTAYA İNDİRMİŞ DURUMDA. YANİ BU KONU TÜRKİYE İÇİN AVANTAJ OLMaktan ÇIKIYOR. BUNA KARŞI GELİŞTİRİLEBİLECEK EN İYİ ALTERNATİF TÜRKİYE'NİN BİR MODA ÜLKESİ OLARAK TANITIMININ YAPILMASI.

mağazayı ekonomik krizin tam ortasında aldım. Bunu yapacağımı anlattığımda da inanmayanlar oldu. Ama bugün Select İngiltere'de bir Türk markası olarak anılıyor. Bütün bunlar strateji meselesi. Zamanı doğru okumak lazım. Türkiye'nin moda ülkesi olması için zemin var. Bilenler bunu görüyor. Ülkeyi marka yapmak bir moda markası yaratmaktan daha kolay.

#### Zamanı doğru okumaktan kastınız nedir?

Bugün Türkiye'de hazır giyim yapan kaç firma var? Diyelim ki 10 bin civarında. 10 bin de bunun alt sektörleri var. Bunlara yan sanayi desteği veren firmalar yani. Ne yapacaksınız şimdi. Türkiye'yi kurtarmak için bunların arasından bin tanesinin marka olmasını mı bekleyeceksiniz. Bu mümkün mü? Hadi diyelim ki eğrisi doğrusuna denk geldi, 10 senede bir dünya markası çıkardı Türkiye. Bunun geriye kalan 20 bin firmaya faydası ne? Faydası yok demiyorum ama sınırlı. Gerçekte bu 20 bin firma birlikte hareket ettiğinde güçlü. Türkiye'de öyle firmalar var ki İtalya'dakiler yanına yaklaşamaz. Ama adın İtalyan oldu mu iş yapıyorsun. Bakın mesela bir örnek vereyim. Fransa'da PV'ye gidin. Ziyaretçilerin üçte ikisi Asyalı, geri kalanları da Türk. Orada gelecek yılın trendlerini izlemeye çalışıyorlar. Fransız nerede? İtalyan, İngiliz nerede? İşte asıl soru bu. Biz moda satacağsak moda üretmeliyiz. Bugün bir moda fuarı kurun, sektörün gücünü arkasına koyun. Modayı takip edeceğinize kendi çizginizi oluşturun 10 senede sonuç alırsınız. Türkiye'nin bu gücü var. Ama bugün bir marka kurun. Arkasına tek bir firmanın gücünü koyun. 10 senede ancak birkaç mağaza açarsınız. Hatta küresel bir Türk markası çıktığında onun da Türkiye'den alım yapmadığını görürsünüz. Bu küresel piyasanın bir gerçeğidir. Karşınızda koca imparatorluklar var, birkaç markayla bütün bu algıyı tersine çeviremezsiniz. Türkiye'nin moda ülkesi olmasına bir tasarımcının bir markadan daha fazla katkısı olur. Zamanın ruhunu doğru okumak budur işte. "İzleyen" olmaktan "İzlenen" olmaya geçmek gerekiyor.

Özellikle Batı Avrupa'da sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesine bağlı olarak tüketim tercihleri de değişiyor. En azından böyle bir izlenim var. Batılı tüketici gerçekten malı kimin ürettiğiyle, nereden geldiğiyle ilgileniyor mu?

Benim gördüğüm tüketicinin tercihini fiyat belirliyor. Asıl ilgilendiği nokta bu. Bu mal nerede üretiliyor, hangi şartlarda üretiliyor sorgulamıyor. Bangladeş'teki gibi bir kaza olduğunda ortaya çıkan tablodan rahatsız oluyor. Ama hiç kimse kalkıp da ben bir liralık mal istemiyorum, uygun koşullarda üretilsin de beş lira vereyim demiyor. Tabi ucuz olsun da gerekirse çocuk işçi çalıştırılsın gibi bir duyarsızlık da yok. Eskiden İngiltere'de İngiliz malı alınır gibi bir algı vardı.

Ama sonraları onlar da krizlerle tanıştılar. Ekonomik durum toplumun geniş kesimleri açısından bozuldu. Şimdi diyorlar ki bu ürünün çizgisi benim çizgime uygun mu, günün moda çizgilerini taşıyan ürünleri alabilecek gücüm var mı? Bu talebe cevap verebiliyorsan rekabette öne çıkıyorsun.

#### İngilizlerin çok yakından tanıdığı Select markasının bugün Türk markası olarak algılanması nasıl bir duygu?

Bunu ben özellikle istedim. BBC dahil bütün medya bizden Türk markası diye bahsediyor. Bunun insanlara daha sıcak geleceğine inandım. Bir de işin gerçeği bu. Niye böyle tanıtmayayım ki? İngiltere'nin tamamına yayılmış 200 mağazamız var. 1,6 milyar dolarlık bir pazarda rekabet ediyorum. 350 mağazaya kadar çıkabilirim. Pazarın derinliği buna müsait. 14-25 yaş grubunda çok güçlüyüz. Benim açtığım her mağaza Türkiye algısına bir



"Biz moda satacağsak moda üretmeliyiz. Bugün bir moda fuarı kurun, sektörün gücünü arkasına koyun. Modayı takip edeceğinize kendi çizginizi oluşturun 10 senede sonuç alırsınız. Türkiye'nin de bu gücü var."

katkıdır. 35 yıllık bir marka Select, ben de 35 yıldır o pazardaymış gibi bunun gücünü kullanıyorum. Şimdi Turquality kapsamında bir marka haline geldik. Artık Türkiye markası olduğumuz tescillendi. Çıkıp bunu İngiliz basınında anlatıyoruz.

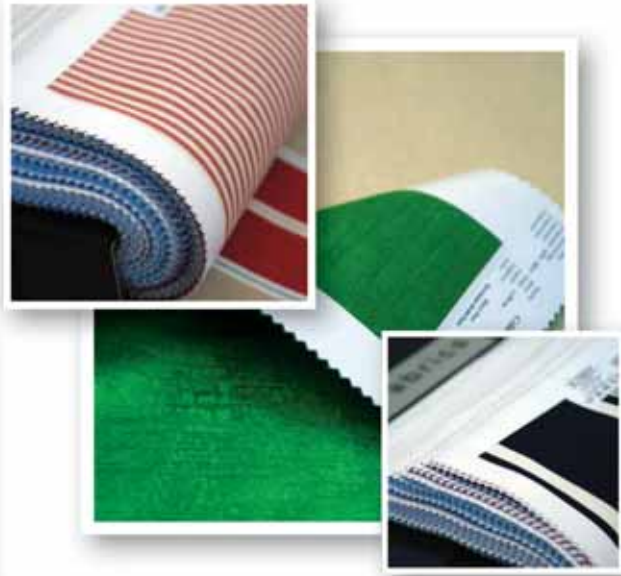
#### Turquality'i nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'nin marka olması yolunda geliştirilmiş en büyük proje bana göre. Sayın Bakanımız Zafer Çağlayan döneminde çok daha aktif bir hale geldi. Firmalara cesaret veren ve çok daha esnek uygulanması gereken bir destek sistemi. Firmalar üzerinde yarattığı psikolojik etki finansal etkisinden daha büyük. Bugün Turquality şemsiyesi altındaki firmalar Türkiye'nin bayrağını taşıyor. Biz de bu güç birliğinin bir parçası olmaktan son derece mutluyuz ve planlarımızı hep bu ortak strateji çerçevesinde yapıyoruz.

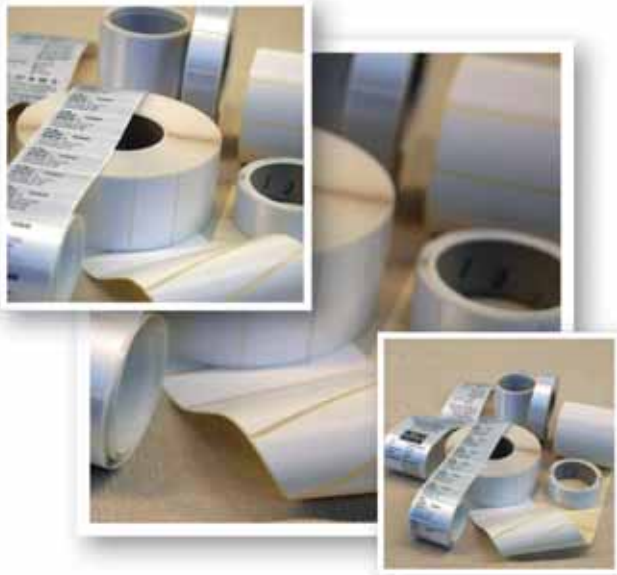
## Zarif ve uzun ömürlü kartelalarınız için Farkı, anında fark edilen çözümler



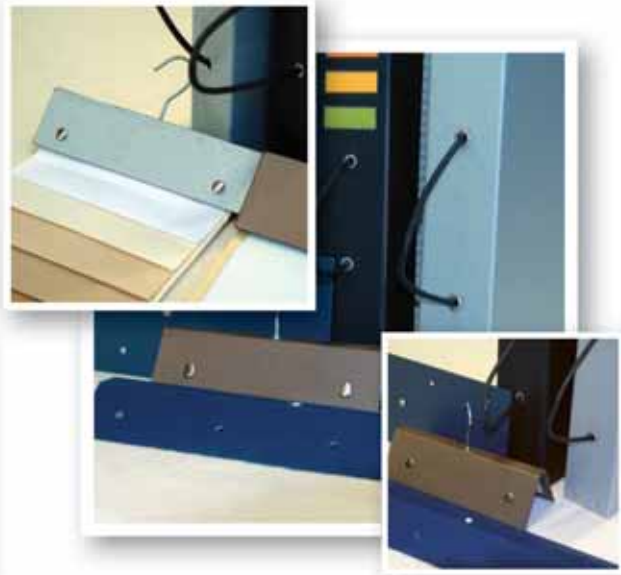
**Şelale kartela için telalar**



**Kenar koruma bantları**



**Yapışkanlı tekstil etiketleri**



**Askılık ve kitap kartela cilt bezi**

### TÜRKİYE OFİSİ

Tekstilkent , A11 Blok , No.13 P.K. 34235

Esenler / İstanbul / TÜRKİYE

Tel : +90 (212 ) 438 06 50

Faks : +90 (212 ) 438 06 51



VICTORIA'S SECRET'İN ÜNLÜ MANKENİ  
MIRANDA KERR'İN PODYUMA ÇIKACAĞI 16'NCI  
DOSSO DOSSI FASHION SHOW, 5-11 HAZİRAN  
TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİRİLECEK.



# DOSSO DOSSI FASHION SHOW İÇİN GERİ SAYIM

**Türkiye'nin** en büyük moda organizasyonu olan Dosso Dossi Fashion Show, dünyaca ünlü isimleri ağırlamaya devam ediyor. Dosso Dossi Fashion Show kapsamında Antalya'nın hareketli günler yaşayacağı etkinlik kapsamında, yaklaşık 5 bin 500 tekstil alıcısı da Antalya'ya gelerek hem alışveriş yapma hem de tatil yapma fırsatı yakalayacak. Dünyaca ünlü top model Miranda Kerr'i ağırlayacak Dosso Dossi Fashion Show, yedi gün sürecek ve 6 Haziran günü muhteşem bir defileyle ev sahipliği yapacak. Miranda Kerr'in dört kıyafet giyerek çıkacağı defilede, ünlü tekstil firmalarının yeni sezon kreasyonları sergilenecek. Yaklaşık 150 tekstil firmasının ve 5 bin 500 tekstil alıcının bir araya geleceği organizasyon süresince, 500 mankenin görev alacağı 50'ye yakın defile düzenlenecek. Düzenlediği etkinlikle dünyanın sayılı moda organizasyonları arasında yer alan Dosso Dossi Fashion Show, Miranda Kerr'in podyumda olacağı sırada yine farklı bir gösteriye imza atacak. Miranda Kerr podyumda yürürken, Sinan Akçıl kendi imzasını taşıyan daha önce birlikte düet yaptıkları "Atma" isimli parçayı ünlü şarkıcı Hande Yener ile birlikte seslendirecek.

Şov için çok özel bir sahne dekoru da hazırlandığını belirten Dosso Dossi Fashion Show Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan, unutulmayacak görsel bir şov garantisini verirken, Dosso Dossi Fashion Show'un gerek

podyuma çıkarttığı top modeller, gerekse sunacağı sahne şovlarıyla akıllarda kaldığını ve birçok çevre tarafından yakından takip edildiğini söyledi.

## 5 bin 500 tekstil alıcısı biraraya geliyor

Bu yıl 16'nci organizasyonunda 150 firma ve 5 bin 500 alıcı rakamına ulaşan etkinlik, Laleli ağırlıklı olmak üzere tekstil üreticileriyle, tekstil alıcılarını Expo Center'de düzenlenen fuar alanında bir araya getirecek. Etkinlik sırasında Rusya ağırlıklı olmak üzere 30 ayrı ülkeden ve 200 farklı şehirden tekstil alıcıları gelecek. 11

Haziran'da sona erecek şov kapsamında yaklaşık 500 mankenin görev alacağı 50 ayrı defile düzenlenecek. Tekstil alıcıları, beraberlerinde aileleriyle birlikte geldikleri Antalya'da hem alışveriş hem de tatil yapma imkanı bulacak. Dosso Dossi Fashion Show'un 16'nci organizasyonuna özel sürprizlerinden biri de ünlü şarkıcı Serdar Ortaç olacak. Rusya'nın ünlü şarkıcılarından Verka Serduchka da vereceği konser ile konukların ilgisini çekecek bir diğer şarkıcı olacak.

İşadamı Hikmet Eraslan tarafından geliştirilen "iş tatili" konsepti altında yılda iki kez düzenlenen Dosso Dossi Fashion Show, 2005 yılında 11 firma ve 45 alıcının katılımı ile başlamıştı.



Renkli konseptiyle dikkat çeken Dosso Dossi Fashion Show, düzenlediği tasarım yarışmasıyla da katılımcılara ödül dağıtmaya devam ediyor.



# 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](mailto:inovasyon@permess.com.tr)

**Permess**  
International

*a world of textile innovation...*

Tel: +90 (0) 212 438 06 50 Fax: +90 (0) 438 06 51  
email: [inovasyon@permess.com.tr](mailto:inovasyon@permess.com.tr)





AB İLE ABD'İNİN, ÇOK KAPSAMLI BİR STA YAPMA KONUSUNDA GÖRÜŞ BİRLİĞİNE VARMALARININ ARDINDAN SÜREÇ İŞLEMENE BAŞLADI. AVRUPA PARLAMENTOSU INTERNATIONAL TRADE (INTA) KOMİTESİ KISA SÜRE ÖNCE YAPTIĞI OYLAMAYLA, STA'NIN MÜZAKERE TALİMATININ BİRAN ÖNCE ONAYLAMASI KARARINI ALDI.



HALUK ÖZELÇİ  
İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

# ABD VE AB ARASINDA STA SÜRECİ BAŞLADI

**Avrupa Birliği** (AB) ile ABD'nin, çok kapsamlı bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) yapma konusunda görüş birliğine varmalarının ardından süreç işlemeye başladı. Avrupa Parlamentosu International Trade (INTA) Komitesi kısa süre önce bir 23 lehte, beş aleyhte ve bir çekimser oyla yaptığı oylamayla, AB-ABD STA'nın müzakere talimatının biran önce onaylanması kararını aldı. INTA Komitesi, Avrupa Konseyi'ne ilettiği önergede bu anlaşmanın, AB'nin büyümesine ve yeni iş imkanları yaratılmasına önemli katkı yapacağını vurgularken; kültürel başlıkların, görsel (audiovisuel on-line dahil) sanat ve hizmetlerin müzakere talimatından çıkarılmasını istiyor.

## STA, Avrupalı sanayicilere kamu ihalelerine katılma imkanı getirecek

INTA Komitesine göre Anlaşma, Avrupa'daki sanayicilere, kamu ihalelerine katılma imkanı yaratacak. Ayrıca Avrupa'daki hizmet sektörü, ABD'deki hava taşımacılığında pay alabilecek. Avrupa Parlamentosu INTA Komitesi finansal hizmetlerin de Anlaşmaya dahil edilmesinden yana. Böylece AB-ABD mali yapıları birbirine uyumlu olacak.

Avrupa Konseyi'nin müzakere talimatını, 14 Haziran 2013 tarihinde yapılacak External Affairs & Trade toplantısında ele alması bekleniyor. Avrupa Birliği'nde 2012 yılında, tarım ve kamuda çalışanların dışındaki sektörlerdeki ortalama işçilik maliyetleri ülkeden ülkeye farklılık gösteriyor. Bünyesinde 10 ve daha fazla işçi çalıştıran işletmeler baz alınarak yapılan araştırmaya göre; AB 27'lerdeki saat başına tahmini işçilik maliyeti 23.4 Euro, Euro bölgesindeki 17 ülke ise, 28.0 Euro olduğu belirtiliyor. Örneğin Bulgaristan'da 3.7, Romanya'da 4.4, Litvanya'da 5.8, Letonya'da 6.0 Euro olan saat başına maliyet İsveç'te, 39.0, Danimarka'da 38.1, Belçika'da 37.2, Lüksemburg'da 34.6 ve Fransa'da 34.2 Euro'ya yükseliyor. Sektör bazında ise sanayideki saat başına ortalama işçilik maliyeti; AB 27'lerde 24.2 Euro, Euro bölgesinde 30.3 Euro iken, hizmet sektöründe sırasıyla, 23.7 ve 27.6 Euro, inşaat sektöründe 21.0 ve 24.3 Euro seviyesinde. İşçilik maliyetleri, ücretler ve ücret dışı maliyetler olarak işverenin ödediği sosyal katkı paylarından oluşuyor. Ücret dışı maliyetlerin toplam AB ekonomisi içindeki payı yüzde 23.7, Euro bölgesinde ise yüzde 26.1. Bu oran ülkeden ülkeye büyük farklılık gösteriyor. Nitekim Malta'da yüzde 8.2 olan oran Fransa'da ise yüzde 33.6 oldu. Topluluk ülkelerinde, 2008 ila 2012 yılları arasındaki işçilik maliyetleri Euro olarak yüzde 8.6, Euro bölgesinde yüzde 8.7 düzeyinde artmış bulunuyor. En büyük artışlar, yüzde 15.5 Avusturya,



yüzde 13.8 Slovakya, 13.7 Finlandiya ve yüzde 13.1 Belçika'da gerçekleşti. AB ülkelerinde işçilik maliyetlerindeki artışlar, büyük kuruluşların (Levis, Volkswagen, Ford) bu ülkelerdeki üretimlerine niye son verdiklerinin en büyük kanıtı oldu. Aynı dönemde, işçilik maliyetleri Yunanistan'da, yüzde-11.2 gerilerken, Portekiz'de yüzde 0.4 ve İrlanda'da yüzde 0.8 düzeyinde az da olsa artış gösteriyor. Buna karşılık, Euro bölgesi dışında yer alan AB ülkelerinde aynı dönemde saat başına işçilik maliyetlerinde çok hızlı bir yükseliş var. Bu artışlar ulusal para karşılığında, Bulgaristan'da yüzde 42.6, Romanya'da yüzde 26.7, Letonya'da yüzde 1.3 ve İngiltere'de yüzde 5.2 düzeyinde olduğu gözlemlendi. İşçilik maliyetlerinin gerilediği yegane ülke ise yüzde -1.4 ile Litvanya oldu.

## Bangladeş'teki kaza AB'yi harekete geçirdi

Kısa bir süre önce Bangladeş'te, bir binanın çökmesi sonucunda, bin 100'ün üzerinde konfeksiyon işçisinin hayatını kaybetmesi AB'yi harekete geçirdi. Yetkililer, her zaman olduğu gibi basın açıklamalarında duydukları üzüntüleri ve kaygıları dile getirdi. AB, Bangladeşli işçilerin çalıştığı fabrikaların güvenli, Uluslararası (ILO) standartlarında ve sağlık koşullarının sağlandığı mekanlar haline getirilmesi için her türlü desteği vermeye hazır olduğunu açıkladı. Günah çıkaranlar korosuna, dünyanın en önde gelen perakende zincirleri; C&A, H&M, Inditex (ZARA grubu) da katıldı. Bu dev kuruluşlar bir açıklama yaparak, Bangladeş'te, kendileri için üretim yapan fabrikaları sağlamlaştıracak ve yangına karşı koruyacak önlemler için gerekli finansmanı sağlayacaklarını ilan ettiler. Ayrıca bu perakende zincirleri "factory safety agreement" adı altında bir anlaşma yaparak, gerekli emniyet ve uygun çalışma

koşullarını sağlamayan fabrikalardan alım yapmayacaklarını duyurdular. Calvin Klein ve Tommy Hilfiger da bu anlaşmayı desteklemeye karar verdi. İnsan, "şimdi mi aklınıza geldi" diye sormadan edemiyor. Bangladeş, dünyanın en önde gelen hazır giyim ihracatçısı ülkelerinden biri konumunda bulunuyor. Bu ülkede, hazır giyim sektöründe yaklaşık 4.5 milyon kişi istihdam ediliyor. Dünyanın en düşük fiyatlı hazır giyim üretimi de bu ülkede yapılıyor. Boğaz tokluğuna, çok zor şartlarda, esir gibi çalıştırılan bu zavallı insanların yaşam koşullarını en iyi bilenler bu insanların ürettiklerini satın alan büyük zincirler olarak faaliyet gösteriyor. şimdi kalkmışlar, ne kadar insani düşünceler içinde olduklarını ispatlamaya çalışıyorlar. C&A, H&M ve Inditex, yıllardır Bangladeş'te, hammadde fiyatlarının altında imal ettirdikleri hazır giyim mamullerini, yine inanılmaz düşük fiyatlarla tüm dünya ülkelerinde piyasalara sürüyor. AB, Bangladeş'in en büyük ticari ortağı sıfatında bulunuyor. Bu ülkeden 2012 yılında geerleştirilen

hazır giyim ithalatı 8.260 milyon Euro düzeyinde geerleşti. AB Komisyonu DG Enterprise&Industry, Avrupa'daki KOBİ'lere (SME), Çin pazarında yaşadıkları fikri mülkiyet hakları (IPR) sorunları konusunda destek sağlayan bir yardım masası (helpdesk) projesi başlatmıştı. Bu sefer Komisyon, ASEAN ülkelerinde karşılaşılan IPR ihlallerine karşı aynı tur bir (helpdesk) "www.asean-iprhelpdesk.eu" oluşturdu. Bu girişim, ASEAN bölgesindeki Brunei, Kamboçya, Endonezya, Malezya, Myanmar, Filipinler, Singapur, Tayland, Vietnam ve Laos ile ticari ilişkileri olan firmaların, IPR bağlamında karşılaştıkları sorunlara ücretsiz, pratik bilgi aktarımını ve diğer çeşitli hizmetleri kapsıyor. AB Komisyonu, EURATEX ile işbirliği yaparak başlatacağı bu proje ile KOBİ'lere, online portal, yardım hattı hizmeti, eğitim workshopları ve seminerler, webinarlar ve çeşitli yazılı doküman yoluyla destek sağlamayı amaçlıyor. Söz konusu projeden EURATEX üyesi olarak firmalarımız da yararlanabilecek.





TÜRKİYE OMURİLİK FELÇLİLERİ DERNEĞİ VE TÜRKİYE PERAKENDECİLER FEDERASYONU'NUN ORTAKLAŞA YÜRÜTTÜĞÜ “ENGELLİ ÜRETİYOR DOĞA KAZANIYOR” PROJESİ, TÜRKİYE'NİN ÖNDE GELEN TEKSTİL FİRMALARININ DESTEĞİYLE HAYATA GEÇİRİLDİ.



# ENGELLERİ KALDIRAN DOĞA DOSTU PROJE

**Türkiye** Omurilik Felçlileri Derneği'nin (TOFD) ağır engelli grubuna giren omurilik felçlileri ve ortopedik engellilerini meslek sahibi yapmayı hedeflediği “Engelli üretiyor doğa kazanıyor” projesi, Türkiye'nin önde gelen tekstil firmalarının desteğiyle hayata geçirildi.

Engellilere istihdam olanağının sağlanması ve çevre bilincinin geliştirilmesi amacıyla tasarlanan “Engelli Üretiyor Doğa Kazanıyor” projesinin ilk ürünü ise üretilen bez torbalar oldu. Proje kapsamında; engelliler tarafından üretilen bez torbaların TOFD'un yararına, 330 şirket ve 3 bin 450 noktada tüketicilere ulaştırılması amaçlandı. Proje kapsamında, TOFD Genel Merkez ve TOFD Beykoz Şubesi'nde bulunan tekstil atölyelerinde istihdam edilen engelliler tarafından dikilen bez torbaların satışı ve bez torba kullanımının yaygınlaştırılması amaçlandı. Bez Torba Projesi, tüm yerel yönetimler, ilgili kamu kurumları ve sektör temsilcileri işbirliğiyle, engelli istihdamına katkı sağlamak ve çevre bilinci oluşturmak adına önemli bir adım oldu. Türkiye çapında genişletilmesi planlanan “Engelli Üretiyor Doğa Kazanıyor” projesinin tanıtım toplantısı ise Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF) ve Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği (TOFD) ev sahipliğinde İstanbul Valisi Hüseyin Avni Mutlu ve TPF Başkanı Selamet Aygün ve TPF Yönetim Kurulu üyelerinin katılımıyla geçtiğimiz haftalarda gerçekleştirildi.

## TOFD ile Uğur Makina'nın gönül birlikteliği devam ediyor

Derneğin düzenlediği tekstil, bilgisayar, folyo kesim gibi kurslara katılarak, ilgili alanda eğitim alan engellilere bugüne kadar destek veren firmalar arasında; Yılteks Tekstil, Astaj Juki gibi isimler yer alıyor. Uğur Tekstil Makinaları da engellilerin kullanımına uygun sağladığı ekipmanlarla sosyal sorumluluk projesine büyük katkı sağlıyor. Proje kapsamında kendilerine sağlanan konfeksiyon makineleri ile üretim yapan omurilik felçlileri, şimdilerde konfeksiyon sektöründen kendilerine sipariş gelmesini bekliyor.

Uğur Tekstil Makinaları Genel Müdürü Temel Kamiloğlu, TOFD ile Uğur Makina'nın uzun zamandan beri gönül birlikteliğinin olduğunu söyledi. Kamiloğlu, şirketin engellilere olabildiğince destek olmaya çalıştığını belirterek, “Dernek de bizi her zaman aktivitelerine davet ediyor. Birlikte bir şeyler yapmaya çalışıyoruz” dedi.

Derneğin çok faydalı işler yapmış olduğunu belirten Kamiloğlu, “Biz de bundan çok etkilenerik bu projeye destek verdik. Firmamızın sahibi merhum Hüsnü Ayık bir proje yapmak istedi. Gürpınar'da bir bakım evi inşa ettik ve bu derneğin yönetimine verdik. Ayrıca, derneğe dikiş makineleri, baskı makineleri ve baskı teknolojilerinin gerektiği ekipmanları

sağladık” şeklinde konuştu. Aynı zamanda şirketin her ay yaptığı satış cirolarının üzerinden belirli bir payı, TOFD bağışladığını ifade eden Kamiloğlu, dernekte nakış yapan 20'nin üzerinde makine olduğunu ve kurumun istemesi halinde bu sayının artmasının mümkün olduğunu da anlattı.



**TEMEL KAMILOĞLU**  
Uğur Tekstil Makinaları Genel Müdürü

*TOFD ile Uğur Makina'nın uzun zamandan beri gönül birlikteliği söz konusu. Bu nedenle gelecek talepler doğrultusunda Derneğe her türlü yardımı yapma hazırız.*

İLKBAHAR-YAZ 2014  
DERİ HAZIR GiYİM, AYAKKABI ve  
DERİ AKSESUARLARI

# TREND SEMİNERİ

6 HAZİRAN 2013  
DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ



Kadın-erkek 2014 ilkbahar-yaz sezonu temalar eşliğinde, genel atmosferler, renkler, materyaller, hazır giyim ve aksesuarlar.

- 10:00 - İlkbahar-Yaz 2014 sözlü sunum
- 11:15 - Ara
- 11:45 - Deri tema / HALO - PORTS OF CALL
- 12:45 - Öğlen yemeği
- 13.45 - Deri tema / CANDOR - EBONY
- 14.45 - Soru-cevap
- 15.15 - Sunumun sonu

Katılım ücretsizdir.

NellyRodi™



DERİ  
TANITIM  
GRUBU



İDMİB  
İSTANBUL DİŞ TİCARET MERKEZİ  
YATIRIMCILAR GRUBU



TEKNOLOJİK GELİŞME ÜLKEMİZDE DE E-DEFTER TUTMA VE YİNE E-FATURA DÜZENLEME OLANAKLARINI BİRLİKTE GETİRDİ. BU YAZIMIZDA E-DEFTER VE FATURA İÇİN KİMLER ZORUNLU KİMLER GÖNÜLLÜ OLACAK VE BU SÜRECİN VERGİ YÜKÜMLÜLERİ TARAFINDAN NASIL AŞILACAĞINI ANLATACAĞIZ.



DOĞAN ERDEM  
Yeminli Mali Müşavir

doganerdem@istanbulymm.com

## e-DEFTER VE e-FATURA DÖNEMİ BAŞLIYOR

mali mühür ile mühürlenmesi ya da güvenli elektronik imza ile imzalanması ve e-defter uygulaması aracılığı ile beratının alınması gerekmektedir. Sanırım yukarıdaki vergisel ve teknik açıklamalar yeterince karmaşık olmuştur. Biz e-defter konusunda daha sade bir anlatımı seçelim.

### Kayıt dışılığın önlenmesi için e-defter ve e-fatura

Maliye Bakanlığı vergi yasalarının yükümlülerce daha kolay anlaşılması ve kayıt dışılığın önlenmesi için e-defter ve faturanın bir önlem olarak dikkate alınması gerektiğini düşünmektedir.

Bu maksatla bazı yükümlülerin zorunlu olarak ve bazılarının da isteğe bağlı olarak yöntemi uygulamaya sokması beklenmektedir.

Biz öncelikle zorunlu olarak e-defter uygulaması kapsamına alınan yükümlüleri izah edelim. 421 sıra no'lu Vergi Usul Kanunu (VUK) Genel Tebliği'nde bu yükümlüler aşağıdaki gibi sayılmıştır. (Ayrıca 58 no'lu sirküler ile açıklamalar yapılmıştır.)

a- Petrol Piyasası Kanunu kapsamında madeni yağ lisansına sahip olanlar,  
b- Madeni yağ lisansına sahip olanlardan 2011 takvim yılında mal alan mükelleflerden 31/ 12/ 2011 tarihi itibarıyla asgari 25 Milyon TL brüt satış hasılatına sahip olanlar. (Petrol Piyasası Kanunu kapsamında madeni yağ lisansına sahip olan yükümlülerden 2011 takvim yılı içinde mal alış yapanlar, satın aldıkları malın türüne, fiyatına, miktarına veya herhangi bir özelliğine bakılmaksızın, 2011 yılı gelir tablolarındaki brüt satış hasılatı rakamları 25 Milyon TL veya daha yüksek ise e-fatura ve e-defter uygulamalarına dahil olacaklardır. Lisans sahibi yükümlülerden alış yapanların, madeni yağ sektöründe veya başka bir sektörde faaliyet göstermesi

zorunluluk karşısındaki durumlarını etkilememektedir.)

c- Özel Tüketim Vergisi Kanununa (ÖTV) ekli (III) sayılı listedeki malları imal, inşa veya ithal edenler, (ÖTV'de (III) sayılı listede yer alan yükümlüler ise kısaca, kolalı gazoz, malttan bira, cin, şarap, likör, votka, rakı vb alkollü içecek ile puro, sigara, enfiye vb tütün mamulleri üreten ve ithal edenler olarak sayılabilir.)

d- (c) şıkında sayılanlardan 2011 takvim yılında mal alan yükümlülerden 31/ 12/ 2011 tarihi itibarıyla asgari 10 Milyon TL brüt satış hasılatına sahip olanlar. (Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli (III) sayılı listedeki malları imal, inşa veya ithal eden yükümlülerden 2011 takvim yılı içinde mal alış yapanlar, satın aldıkları malın türüne, fiyatına, miktarına veya herhangi bir özelliğine bakılmaksızın 2011 yılı gelir tablolarındaki brüt satış hasılatı rakamları 10 Milyon TL veya daha yüksek ise e-fatura ve e-defter uygulamalarına dahil olacaklardır. Bu kapsamda alış yapanların tütün, alkol, kolalı gazozlar sektörlerinde veya başka sektörlerde faaliyet göstermesi zorunluluk karşısındaki durumlarını etkilememektedir.)

Madeni yağ lisansına sahip olan ve Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli (III) sayılı listedeki malları imal, inşa veya ithal eden yükümlülerden sadece mal alışları bulunanlar elektronik fatura ve elektronik defter uygulamalarına dahil olacaklardır. Hizmet alımları kapsam dahilinde değildir.

Brüt satış hasılatlarının hesaplanmasında, sadece madeni yağ, tütün, alkol veya kolalı gazoz satışları değil gelir tablosunda yer alan bütün satışları gösteren brüt satış hasılatına göre zorunluluk kapsamına alınacaktır. Özel hesap dönemine sahip yükümlüler brüt satış hasılatlarının hesaplanmasında 2011 takvim yılında sona eren özel hesap dönemi brüt satış hasılatını dikkate alacaklardır.

**Gelişen** teknolojik altyapıdan ticari iş ve işlemlerin de yararlanması kaçınılmaz olmuş ve hatta birbirlerini tetikler nitelikte bulunmaktadır. Teknolojik gelişme ülkemizde de e-defter tutma ve yine e-fatura düzenleme olanaklarını birlikte getirmiştir. Bu yazımızda e-defter ve fatura için kimler zorunlu kimler gönüllü olacak ve bu süreç vergi yükümlüleri tarafından nasıl aşılacak izaha çalışacağız.

Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de elektronik ortamda veya dosyalama suretiyle yasal defterlerin tutulabileceği açıklanmıştır. Bu defterlerin tutulması ve açılış ve kapanış onaylarının nasıl yapılacağı konusunda Maliye ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın yetkilendirildiği açıklanmıştır. İki bakanlık da bugün gelinen noktada "www.edefer.gov.tr" internet adresinden e-defterlerin şimdilik yevmiye defteri ile defter-i kebir (büyük defter) olduğunu açıklamışlar. 1 sıra no'lu Elektronik Defter Genel Tebliği düzenlemesi gereğince yevmiye defteri ve büyük defterin, XBRL GL e-defter format ve standartlarına göre hazırlanacağını duyurmuşlardır.

### e- deftere mali mühür gerekiyor

Genel Tebliğ düzenlemelerine göre söz konusu standartlara uygun olarak oluşturulan dosyaların e-defter olarak kabul edilebilmesi için

## e-deftere uyumluluk onayı şart

Yükümlüler e-defter için uyumluluk onayı alınmış bir program kullanılmak zorundadır. Yazımız tarihi itibarıyla bu onayı alanlar aşağıda sıralanmıştır:

e-defter, Gelir İdaresi Başkanlığı'nca açıklanan format ve standartlara uygun üretilmiş ve uyumluluk testini geçerek üstte açıklanan yazılımlar aracılığı ile oluşturulur. Hem kağıt ortamında hem de e-defterin bir arada tutulması mümkün değildir. Hesap döneminin ilk ayına ilişkin olarak alınan e-defter berati açılış, hesap döneminin son ayına ilişkin olarak alınan e-defter berati da kapanış onayını ifade eder.

e-defter muhasebe kayıtları Gelir İdaresi Başkanlığına aktarılmayacaktır. Elektronik imzalı veya mali mühürlü olarak e-defter berati ile birlikte yükümlüler nezdinde saklanacaktır.

## e-faturanın zorunluluk halleri

Bu aşamada biraz da e-fatura kısmı açıklamaya çalışalım. e-fatura uygulamasından yararlanabilecek yükümlüler VUK 232'nci maddede sayılanlardır. e-fatura uygulamasından yararlanan yükümlüler birbirlerine yapmış oldukları mal teslimi veya hizmet ifaları için e-fatura düzenlemeleri zorunludur.

e-fatura uygulamasından yararlanan kayıtlı kullanıcıların güncel listesi [www.efatura.gov.tr](http://www.efatura.gov.tr) internet adresinden yayımlanmaktadır. Yazımızın hazırlandığı sırada burada sıralanan yükümlü sayısı beş yüzün üzerindeydi. Bu nedenle e-fatura uygulamasından yararlanan yükümlüler fatura düzenlemeden önce muhatabın [www.efatura.gov.tr](http://www.efatura.gov.tr) internet adresinde yer alan kayıtlı kullanıcı listesine kayıtlı olup olmadığını kontrol etmek zorundadırlar. Muhatabı listede var olan kayıtlı kullanıcı ise e-fatura, kayıtlı kullanıcı değilse kağıt fatura düzenleyeceklerdir.

e-fatura uygulamasından yararlanmak isteyenlerin yazılı olarak başvurması gerekmektedir. Başvurunun uygun bulunduğu bilgisi ulaştıktan sonra, bedelini TÛBİTAK/UEKAE'ye ödeyerek mali mühür sertifikası temin etmek gerekmektedir. Sertifika ulaştıktan sonra e-fatura uygulamasını e-fatura portalı aracılığıyla veya bilgi işlem sistemini entegre ederek kullanmaya başlanabilecektir.

YAZILIM ÜRETİCİSİ	YAZILIM ADI	VERSİYON /SÜRÜM NO
Logo Yazılım San. ve Tic. A.Ş.	Logo E-Defter	1.00.00
Netsis Yazılım San. ve Tic. A.Ş.	Netsisedefter	1.9.9.1
Mikro Yazılımevi San. ve Tic. A.Ş.	Mikro Yazılımevi E-Defter uygulaması	1.01
ISIS Bilişim Teknolojileri San.Tic.Ltd.Şti.	ISIS e-defter	V1.0
F.I.T. Bilgi İşlem Sistemleri Servisleri San.Tic.Ltd.Şti.	FIT SAP e-Defter Çözümü	1.0
Partnera Bilgi Sistemleri ve Dan.Hiz.A.Ş.	Partnera E-Defter Uygulaması	1.0.3
C/S Enformasyon Teknolojileri Ltd.Şti	Cybersoft e-Defter Uygulaması	1.0
Uzman Bilişim Danışmanlık A.Ş.	Experteam e-Defter Uygulaması	1.0
Link Bilgisayar Sis. Yazılımı ve Donan. San. ve Tic. A.Ş.	Link Güneş e-defter	1.00.00
NETBT Danışmanlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.	NETSign-edefter	1.0.0
Link Bilgisayar Sis. Yazılımı ve Donan. San. ve Tic. A.Ş.	Yeni Nesil e-Defter	1.00.00

e-fatura uygulamasından yararlanacak yükümlüler, genel çerçevede kağıt fatura düzenleyebilecekleri gibi tebliğde belli edilen şartlar çerçevesinde e-fatura da düzenleyebilirler. Bu bakımdan e-fatura uygulaması kağıt fatura düzenleme yanında yükümlülerin kullanabilecekleri alternatif bir yöntemdir. Ancak müşterinin talep etmesi durumunda ise genel hükümler çerçevesinde sadece kağıt fatura verilmesi zorunludur. Bunun yanında, aynı mal veya

hizmet satışı işleminde hem kağıt faturanın hem de e-faturanın bir arada düzenlenmesi mümkün değildir. Yazımızı nihayetlendirirken tüm yükümlülere öncelikle konu kapsamında bir zorunluluğa tabi olup-olmadıklarını belirlemeleri gerektiğini ifade edelim. Eğer zorunlu olarak kapsamdadılar ya da gönüllü olarak yer almak istiyorlarsa açıklamalarımızda yazılı hususların yardımcı olmasını dileriz.





DÜNYANIN ÜNLÜ TREND FİRMALARINDAN STYLESIGHT TARAFINDAN HAZIRLANAN 2014- 2015 SONBAHAR/ KIŞ TREND SEMİNERİ 17 MAYIS TARİHİNDE GERÇEKLEŞTİ. SEMİNER, SEKTÖRE ÖNÜMÜZDEKİ SEZONUN TRENDLERİ HAKKINDA İP UÇLARI VERDİ.

## TREND SEMİNERİ

104



# HAZIR GİYİMDE PERİ MASALI ESİNTİLERİ

**Dünyanın** önde gelen trend servislerinden biri Stylesight tarafından hazırlanan 2014- 2015 Sonbahar/ Kış trend semineri İHKİB patronajında, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. 17 Mayıs tarihinde gerçekleşen seminerde, Richard Sardouk ve Sandrine Maggiani konuşmacı olarak yer aldı. Sektör temsilcilerinin yoğun ilgisi altında gerçekleşen seminer 3 bölümden oluştu. Seminerde, gelecek sezonlara hükmedecek anahtar renkleri, silüetleri, kültürel değişimleri ve tüketici davranışları konusunda tahminlerde bulunuldu. Dünya modasına yön veren trendleri bir çatı altında toplayarak büyük defilelerden çeşitli fuarlara modaya ait her türlü araştırma ve güncel içeriği sayısız imaj, analiz ve yorumla, kapsamlı bir biçimde ve güçlü teknolojik altyapıyla sunan Stylesight renk ve trend tahmin ekibi, giyim ile spor giyim, renk, kıyafet ve aksesuarlardan ev eşyalarına ve iç tasarıma uzanan kumaş

trendleri, baskı konseptleri ve önümüzdeki sezonun tasarımları hakkında bilgi verdiler. 2014 Sonbahar/ Kış trendinde romantik çizgilerin ön plana çıktığını belirten Richard Sardouk doğu folklorünün ilham kaynağı olarak alındığının altını çizdi. Turuncu, kırmızı ve sarı renklerinin tek olarak değil, birbirine uyumlu kombinasyonlarla ön planda olduğunu vurgulayan Sardouk, açık yeşil, mor ve mavi renklerinin ufak dokunuşlarla kombinasyonlara farklı bir hava kattığını kaydetti.

### Doğa hayranlığı modaya yansıyor

Renk kombinasyonlarında pastel tonların da ağırlıkta olduğunu söyleyen Sardouk, “Bu sezon işlemeler, el dokumları kadife desenler, çiçek baskıları ve danteller ortaya çıkıyor. 2014 Sonbahar/ Kış modasında sessiz tema denilen soğuk renklerin de hakimiyeti var.

Bu temada hislilik ve boşluk kavramı öne çıkıyor. Moda editörleri özellikle bu temaya odaklandı. İnsana rahatlık veren kumaşların kullanımı da ürünlerin kaliteli görünmesini sağlıyor” dedi. Doğa hayranlığının da modaya yansıtıldığını vurgulayan Sardouk, hassas pastel tonların, yumuşak ve hafif dokularla kullanıldığını belirterek, “Kaşmir gibi kumaşlar ön plana çıkıyor. Baskı ve grafik detayları yumuşak kumaşlara hareket katıyor” dedi. Koyu renklerin de zaman zaman yoğun talep göreceğini kaydeden Richard Sardouk, lüks görünümün mor, bordo, gri gibi renklerle elde edileceğini belirtti. Koyu renklerin kullanıldığı temada edebiyattan ilham alındığını vurgulayan Sardouk, “Bu temada kullanılan renkler birbirine çok kontrast. Siyah ve altın rengi çok uyumlu bir ikili oluştururken, hafif beyaz dokunuşlar kıyafetlere ayrı bir lüks görünüm yaratıyor”

## 2014-2015 SONBAHAR/ KIŞ MODASINDA İPEK, SATEN, PAMUK GİBİ YUMUŞAK, İNCE KUMAŞLAR UÇUŞAN TASARIMLARA YANSIYACAK VE TRANSPARAN KUMAŞLAR DA FEMİNER BİR GÖRÜNTÜ YARATACAK.

dedi. Ortaçağ'dan ilham alınarak kıyafetlerde metalik tonların da yoğun olarak kullanıldığını belirten Richard Sardouk, siyahın geri dönüşünün olduğunu ve özellikle derilerde mermer desenleriyle ön plana çıktığını vurguladı. 2014- 2015 Sonbahar/ Kış modasında erkekler için spor giyimin çok tercih edileceğini söyleyen Sardouk; spor giyimde kabartmalı desenlerin, siyahın tüm dokularının ve baskıların hakimiyetinin olacağını belirtti. Aşırı sevinç trendinin de yoğun ilgi göreceğini belirten Sardouk, "Feminen dokunuşlar, dantel detaylarla elde ediliyor. Derin yırtmaçlar, geniş paça pantolonlar yüksek topuklarla tercih ediliyor. Romantik retro vurgu ön plana çıkıyor. Uzun paltolar, rengarenk kumaşlar, aktif giyim tarzı olarak benimseniyor. Asimetrik çizgilerle detaylandırılan kıyafetlerde, çok renkliliğin dışında, lacivertler, kobalt mavileri, griler ön plana çıkıyor" dedi. Erkek giyimde kentte yaşayan göçebe görüntüsünün hakim olacağını vurgulayan Richard Sardouk, grafik görüntülerinin eğlenceli karikatürler gibi yansıtılacağını, retro ceketlerin ve geniş T-shirtlerin çok talep göreceğini belirtti. Popüler kültürün yanı sıra, erkeklerin çocuk görüntüsü çizeceğinin altını çizen Sardouk, "Açık renkli spor ayakkabıları bu yıl çok moda. Cesur yatay çizgiler ve belden yukarı şişme montlar yoğun talep görecek. Rahatlık ve şıklığın ön planda olacağı kış sezonunda kürk detaylarını da dış giyimde bol bol göreceğiz. Çok farklı modellerle, temalarla gelecek kış, hem sıcak hem de soğuk renkleri bünyesinde barındıracak" dedi.



### Çocuk giyiminde geometrik desenler

2014-2015 Sonbahar/ Kış modasında çocuk giyimini anlatan Sandrine Maggiani, çocuklarda akrabalık hikayesinden yola çıkarak oluşturulan temada, kültürleri yansıtan işlemlerin ve el sanatlarının modernlikle ortaya çıktığını belirtti. Yoğun örgütlü modellerde yünlerin ağırlıklı kullanıldığını söyleyen Maggiani, etnik önceliklerin kıyafetlere yansıdığına dikkat çekti. Rahat kumaşların yoğun kullanımı olduğunu altını çizen Maggiani, "Çapraz dikişler ve kürkler çok moda. Elektrik mavisi, sarı ve yeşil gibi canlı renkler ön plana çıkıyor. Cesur çiçek desenleriyle baharın kalıntısının yansıdığını görebiliyoruz. Retro modellerde ise çiftçi bluzlarının yoğun talep aldığını göreceğiz" dedi. Detayların renkleri belirlediğine vurgu yapan Maggiani, rahat ve salaş bir tarzın benimsediğine, kıyafetlerde kol detaylarının uzunluğuna ve hırkalarda büyüklüğe olan özentinin varlığına dikkat

çekti. Peri masallarından esinlendiğine de vurgu yapan Maggiani, canlı renklerin toprak tonlarıyla kombinlendiğini, dış giyimde pelerinlerin ve paçoların kadife ve parlak detaylarla ön plana çıktığını söyledi. Hayatın sınırsız şekilde yaşanması gerektiğini belirten Sandrine Maggiani, "Derin düşüncelerle ortaya çıkan bu temada, renk sınırı yok. Eskimiş görüntüler çok talep görüyor. Renklerde tezat detaylar, kıyafetlere farklı bir görünüm elde ettiriyor. Kapitone sweat shirtler, satenlerle detaylandırılarak lüks görünüm elde ediliyor. Atkılarda aşırı uzunluk ve rengarenk ponponların hakimiyeti var" dedi. Geometrik desenlerde denizci etkisinin görüldüğüne de vurgu yapan Maggiani, lacivertlerin, kırmızılardan, tavuskuşu yeşillerinin yoğun kullanıldığını ve maxi elbiselerin dantelle detaylandırıldığını belirtti.

### Retro rüzgarı esecek

Seminerde 2014- 2015 Sonbahar/ Kış modasına genel olarak değinen Sandrine Maggiani, Geçmiş andıran retro tarzının esintilerinin de görüleceğini anlattı. Sandrine şöyle konuştu: "Bu sezon retro aksesuarları oldukça sık göreceğiz. 1950'ler,60'lar ve 70'ler koleksiyonlarda ön plana çıkacak. Geçmiş andıran plastik çerçeveli gözlükler, renkli boncuklu kolyeler, asimetrik şekilli çantalar çarpıcı olacak. Hem kadınsı, hem erkeksi tarzların bir arada bulunabileceği bir sezon bekliyoruz. İpek, saten, pamuk gibi yumuşak, ince kumaşlar uçuşan tasarımlara yansiyacak ve transparan kumaşlar da feminen bir görüntü yaratacak. Maskülen tarzın ise deri ve kapitone gibi kumaşların kullanımıyla gerçekleşmesi bekleniyor."





## GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2012 MART 1000 \$	2013 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK-ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2013 DEĞİŞİM %
ALMANYA	328,916	337,257	2.5	903,757	22.6	956,177	22.1	5.8
İNGİLTERE	182,497	178,111	-2.4	490,948	12.3	509,888	11.8	3.9
İSPANYA	128,674	128,091	-0.5	346,912	8.7	352,590	8.1	1.6
FRANSA	86,723	86,138	-0.7	285,504	7.1	292,868	6.8	2.6
HOLLANDA	71,491	77,905	9.0	213,807	5.3	248,118	5.7	16.0
İTALYA	63,286	57,567	-9.0	211,681	5.3	210,491	4.9	-0.6
DANİMARKA	43,741	43,748	0.0	118,450	3.0	132,664	3.1	12.0
RUSYA FEDERASYONU	39,006	41,571	6.6	106,473	2.7	131,631	3.0	23.6
İRAK	40,422	60,083	48.6	86,531	2.2	129,292	3.0	49.4
BELÇİKA	31,258	32,676	4.5	100,790	2.5	101,823	2.4	1.0
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>936,183</b>	<b>1,043,147</b>	<b>2.7</b>	<b>2,864,853</b>	<b>71.5</b>	<b>3,065,542</b>	<b>70.8</b>	<b>7.0</b>
ABD	38,506	31,946	-17.0	105,425	2.6	96,561	2.2	-8.4
İSVEÇ	27,753	25,458	-8.3	73,814	1.8	80,699	1.9	9.3
UKRAYNA	18,817	29,169	55.0	48,202	1.2	68,553	1.6	42.2
POLONYA	28,811	26,674	-7.4	59,953	1.5	67,950	1.6	13.3
SUUDİ ARABİSTAN	27,501	28,200	2.5	52,706	1.3	62,017	1.4	17.7
ROMANYA	16,060	16,796	4.6	29,981	0.7	45,496	1.1	51.8
İSRAİL	22,735	21,391	-5.9	44,419	1.1	44,305	1.0	-0.3
KAZAKİSTAN	14,404	18,276	26.9	39,311	1.0	41,096	0.9	4.5
AVUSTURYA	10,358	12,705	22.7	31,109	0.8	36,473	0.8	17.2
ÇEK CUMHURİYETİ	13,311	12,667	-4.8	36,991	0.9	36,006	0.8	-2.7
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,234,269</b>	<b>1,266,428</b>	<b>2.6</b>	<b>3,386,764</b>	<b>84.5</b>	<b>3,644,698</b>	<b>84.2</b>	<b>7.6</b>
İSVİÇRE	15,196	13,124	-13.6	41,783	1.0	35,553	0.8	-14.9
ESTONYA	9,097	11,116	22.2	24,946	0.6	34,681	0.8	39.0
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	13,627	12,355	-9.3	32,422	0.8	34,378	0.8	6.0
CEZAYİR	13,661	13,360	-2.2	36,670	0.9	30,814	0.7	-16.0
AHL SERBEST BÖLGE	8,240	7,984	-3.1	25,481	0.6	30,239	0.7	18.7
LİBYA	10,903	14,126	29.6	33,273	0.8	29,663	0.7	-10.9
SLOVAK CUMHURİYETİ	5,036	11,242	123.3	12,457	0.3	28,434	0.7	128.3
YUNANİSTAN	12,192	10,646	-12.7	28,586	0.7	28,102	0.6	-1.7
NORVEÇ	7,707	9,243	19.9	22,648	0.6	26,469	0.6	16.9
MISIR	14,362	13,237	-7.8	22,111	0.6	25,206	0.6	14.0
BULGARİSTAN	7,929	8,502	7.2	18,431	0.5	23,843	0.6	29.4
KIRGIZİSTAN	4,949	8,722	76.2	14,111	0.4	22,591	0.5	60.1
TUNUS	8,036	5,805	-27.8	17,904	0.4	19,802	0.5	10.6
KANADA	4,915	5,853	19.1	16,196	0.4	17,884	0.4	10.4
İRLANDA	5,368	4,695	-12.5	14,304	0.4	14,393	0.3	0.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	5,120	4,325	-15.5	15,510	0.4	14,087	0.3	-9.2
FİNLANDIYA	2,783	3,770	35.5	9,824	0.2	11,982	0.3	22.0
LÜBNAN	6,767	5,869	-13.3	11,439	0.3	11,143	0.3	-2.6
TÜRKMENİSTAN	1,687	2,378	41.0	5,296	0.1	10,891	0.3	105.6
ÜRDÜN	3,535	5,670	60.4	7,223	0.2	10,297	0.2	42.6
KOSOVA	3,026	3,746	23.8	7,570	0.2	10,098	0.2	33.4
AZERBAYCAN	2,907	4,046	39.2	6,363	0.2	10,054	0.2	58.0
SURİYE	452	3,454	663.4	748	0.0	9,103	0.2	1,117.3
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,982	3,360	12.7	8,248	0.2	8,846	0.2	7.2
LİTVANYA	2,849	2,363	-17.0	4,065	0.1	7,841	0.2	92.9
JAPONYA	2,211	2,492	12.7	11,328	0.3	7,789	0.2	-31.2
HONG KONG	2,925	2,167	-25.9	9,575	0.2	7,652	0.2	-20.1
AVRUPA SERBEST BÖLGE	1,736	2,171	25.0	5,423	0.1	7,205	0.2	32.9
BOSNA-HERSEK	4,063	3,285	-19.1	7,746	0.2	7,092	0.2	-8.4
AVUSTRALYA	2,434	2,627	8.0	5,791	0.1	7,079	0.2	22.2
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,420,965</b>	<b>1,468,161</b>	<b>3.3</b>	<b>3,864,237</b>	<b>96.5</b>	<b>4,187,910</b>	<b>96.7</b>	<b>8.4</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	55,632	55,390	-0.4	142,072	3.5	143,176	3.3	0.8
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>1,092,877</b>	<b>1,097,034</b>	<b>0.4</b>	<b>3,048,532</b>	<b>76.1</b>	<b>3,240,734</b>	<b>74.8</b>	<b>6.3</b>
<b>TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI</b>	<b>1,476,597</b>	<b>1,523,551</b>	<b>3.2</b>	<b>4,006,309</b>	<b>100.0</b>	<b>4,331,086</b>	<b>100.0</b>	<b>8.1</b>

## TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 MART 1000 \$	2013 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-MART 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 OCAK-MART 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	13 /12 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	109,130	98,889	-9.4	294,254	15.1	293,155	14.1	-0.4
İTALYA	66,576	75,934	14.1	177,661	9.1	211,345	10.2	19.0
ALMANYA	38,268	39,877	4.2	99,858	5.1	106,620	5.1	6.8
ROMANYA	28,196	30,676	8.8	71,792	3.7	78,478	3.8	9.3
İNGİLTERE	27,530	25,387	-7.8	76,818	4.0	73,277	3.5	-4.6
ABD	26,674	26,352	-1.2	71,210	3.7	72,556	3.5	1.9
BULGARİSTAN	22,881	24,330	6.3	60,294	3.1	71,105	3.4	17.9
POLONYA	26,944	24,459	-9.2	68,663	3.5	68,171	3.3	-0.7
UKRAYNA	13,004	22,102	70.0	35,173	1.8	61,833	3.0	75.8
MISIR	21,428	20,462	-4.5	53,466	2.8	57,450	2.8	7.5
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>380,630</b>	<b>388,468</b>	<b>2.1</b>	<b>1,009,189</b>	<b>52.0</b>	<b>1,093,990</b>	<b>52.8</b>	<b>8.4</b>
İSPANYA	19,725	21,826	10.7	54,157	2.8	55,573	2.7	2.6
FAS	24,174	21,551	-10.9	59,632	3.1	52,036	2.5	-12.7
TUNUS	14,344	17,494	22.0	39,012	2.0	48,728	2.3	24.9
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11,523	16,063	39.4	38,492	2.0	48,052	2.3	24.8
FRANSA	14,275	15,531	8.8	39,019	2.0	42,871	2.1	9.9
HOLLANDA	12,981	15,258	17.5	36,523	1.9	41,689	2.0	14.1
İRAN (İSLAM CUM.)	19,222	9,733	-49.4	71,285	3.7	40,955	2.0	-42.5
BELÇİKA	12,698	14,926	17.5	33,241	1.7	40,874	2.0	23.0
YUNANİSTAN	12,712	12,325	-3.0	33,812	1.7	32,903	1.6	-2.7
PORTEKİZ	11,596	9,520	-17.9	29,693	1.5	29,580	1.4	-0.4
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>533,881</b>	<b>542,693</b>	<b>1.7</b>	<b>1,444,055</b>	<b>74.3</b>	<b>1,527,250</b>	<b>73.7</b>	<b>5.8</b>
HONG KONG	8,118	10,433	28.5	17,679	0.9	27,090	1.3	53.2
SİRBİSTAN	8,562	9,868	15.3	21,295	1.1	26,728	1.3	25.5
BREZİLYA	10,035	6,726	-33.0	28,407	1.5	26,571	1.3	-6.5
CEZAYİR	6,011	9,477	57.7	18,980	1.0	23,804	1.1	25.4
BEYAZ RUSYA	6,348	7,242	14.1	19,626	1.0	23,605	1.1	20.3
İSRAİL	8,442	8,509	0.8	23,111	1.2	23,057	1.1	-0.2
MACARİSTAN	6,801	6,912	1.6	19,208	1.0	20,493	1.0	6.7
SUUDİ ARABİSTAN	5,927	7,113	20.0	16,524	0.9	19,117	0.9	15.7
MERSİN SERBEST BÖLGE	9,390	5,491	-41.5	23,969	1.2	14,725	0.7	-38.6
ÖZBEKİSTAN	2,905	5,113	76.0	7,960	0.4	13,691	0.7	72.0
İRAK	1,984	4,349	119.2	6,468	0.3	12,918	0.6	99.7
LİBYA	2,000	5,151	157.5	5,562	0.3	12,338	0.6	121.8
LİTVANYA	5,497	4,957	-9.8	13,226	0.7	12,318	0.6	-6.9
AVUSTURYA	3,780	4,130	9.3	9,260	0.5	12,290	0.6	32.7
ÜRDÜN	3,757	4,436	18.1	9,096	0.5	12,091	0.6	32.9
ÇEK CUMHURİYETİ	4,153	3,744	-9.9	11,708	0.6	11,580	0.6	-1.1
EGE SERBEST BÖLGE	3,144	3,423	8.9	9,201	0.5	11,481	0.6	24.8
MAKEDONYA	3,313	3,537	6.8	8,411	0.4	9,511	0.5	13.1
LÜBNAN	2,901	3,583	23.5	8,026	0.4	8,169	0.4	1.8
HİNDİSTAN	2,516	2,816	11.9	5,740	0.3	7,624	0.4	32.8
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,410	2,395	69.8	3,664	0.2	7,435	0.4	102.9
MEKSİKA	1,860	2,318	24.6	4,429	0.2	7,061	0.3	59.4
BURSA SERBEST BÖLG.	1,897	1,487	-21.6	5,919	0.3	6,840	0.3	15.6
SLOVAKYA	1,579	2,556	61.9	5,325	0.3	6,756	0.3	26.9
AHL SERBEST BÖLGE	2,289	2,932	28.1	5,753	0.3	6,624	0.3	15.2
BANGLADEŞ	3,317	2,405	-27.5	4,840	0.2	6,622	0.3	36.8
DANİMARKA	2,657	2,651	-0.2	6,598	0.3	6,456	0.3	-2.1
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,102	2,470	17.5	5,371	0.3	6,377	0.3	18.7
GÜRCİSTAN	2,063	2,225	7.9	5,507	0.3	6,338	0.3	15.1
KOSOVA	1,320	2,343	77.5	3,514	0.2	6,073	0.3	72.8
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>659,960</b>	<b>683,490</b>	<b>3.6</b>	<b>1,778,430</b>	<b>91.6</b>	<b>1,923,036</b>	<b>92.7</b>	<b>8.1</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	62,377	53,662	-14.0	163,904	8.4	150,589	7.3	-8.1
AB (27) TOPLAMI	327,975	342,711	4.5	870,810	44.8	945,176	45.6	8.5
<b>TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>722,337</b>	<b>737,151</b>	<b>2.1</b>	<b>1,942,334</b>	<b>100.0</b>	<b>2,073,625</b>	<b>100.0</b>	<b>6.8</b>



## GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2012 MART 1000 \$	2013 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-MART 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2013 OCAK-MART 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	32,885	41,573	26.4	76,841	22.4	109,037	27.2	41.9
İTALYA	12,787	12,493	-2.3	28,356	8.3	31,106	7.8	9.7
İRAK	8,220	10,984	33.6	18,225	5.3	25,564	6.4	40.3
ALMANYA	9,376	8,382	-10.6	25,511	7.4	24,590	6.1	-3.6
UKRAYNA	11,634	6,634	-43.0	14,388	4.2	15,765	3.9	9.6
İNGİLTERE	5,548	4,907	-11.6	16,502	4.8	15,670	3.9	-5.0
FRANSA	4,733	4,164	-12.0	14,688	4.3	14,667	3.7	-0.1
SUUDİ ARABİSTAN	4,002	4,865	21.6	10,115	2.9	10,737	2.7	6.2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,059	3,698	20.9	8,882	2.6	10,061	2.5	13.3
HONG KONG	3,867	3,723	-3.7	8,556	2.5	8,965	2.2	4.8
	<b>96,110</b>	<b>101,422</b>	<b>5.5</b>	<b>222,064</b>	<b>64.7</b>	<b>266,164</b>	<b>66.4</b>	<b>19.9</b>
KIRGIZİSTAN	2,260	2,482	9.8	4,354	1.3	7,406	1.8	70.1
BULGARİSTAN	3,018	2,607	-13.6	6,692	1.9	7,159	1.8	7.0
HOLLANDA	1,480	1,778	20.1	6,687	1.9	6,630	1.7	-0.9
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,377	3,150	128.7	3,612	1.1	6,581	1.6	82.2
ABD	2,588	1,786	-31.0	5,682	1.7	6,379	1.6	12.3
KAZAKİSTAN	2,334	2,496	6.9	5,767	1.7	5,470	1.4	-5.2
ROMANYA	2,175	2,117	-2.6	4,117	1.2	5,026	1.3	22.1
AZERBAYCAN	1,470	1,328	-9.6	4,196	1.2	4,381	1.1	4.4
İSPANYA	2,846	1,026	-64.0	7,020	2.0	4,088	1.0	-41.8
TACİKİSTAN	662	1,433	116.2	1,330	0.4	3,446	0.9	159.0
	<b>116,321</b>	<b>121,625</b>	<b>4.6</b>	<b>271,520</b>	<b>79.1</b>	<b>322,727</b>	<b>80.5</b>	<b>18.9</b>
LIBYA	818	1,812	121.6	2,518	0.7	2,518	0.6	0.0
İSVİÇRE	1,092	973	-10.9	2,548	0.7	2,548	0.6	0.0
CEZAYİR	585	1,255	114.6	1,954	0.6	1,954	0.5	0.0
AVUSTURYA	2,575	1,577	-38.7	3,941	1.1	3,941	1.0	0.0
TÜRKMENİSTAN	1,563	1,359	-13.0	2,756	0.8	2,756	0.7	0.0
DANİMARKA	1,271	1,184	-6.8	3,753	1.1	3,753	0.9	0.0
BELÇİKA	1,166	418	-64.1	2,745	0.8	2,745	0.7	0.0
GÜNEY KORE	669	1,339	100.1	1,329	0.4	1,329	0.3	0.0
İSRAİL	1,297	1,327	2.3	2,098	0.6	2,098	0.5	0.0
ÖZBEKİSTAN	904	927	2.5	2,170	0.6	2,170	0.5	0.0
MISIR	1,245	1,103	-11.4	1,727	0.5	1,727	0.4	0.0
YUNANİSTAN	1,672	1,405	-16.0	3,194	0.9	3,194	0.8	0.0
ESTONYA	359	829	130.6	663	0.2	663	0.2	0.0
İSVEÇ	414	262	-36.7	1,404	0.4	1,404	0.4	0.0
POLONYA	923	909	-1.5	1,982	0.6	1,982	0.5	0.0
İRAN	334	600	80.1	1,331	0.4	1,331	0.3	0.0
KKTC	1,194	1,333	11.6	1,813	0.5	1,813	0.5	0.0
TUNUS	671	752	12.1	1,610	0.5	1,610	0.4	0.0
SİRBİSTAN	626	551	-12.1	1,720	0.5	1,720	0.4	0.0
YEMEN	15	684	4,446.3	58	0.0	58	0.0	0.0
AVUSTRALYA	165	362	118.8	842	0.2	842	0.2	0.0
FİNLANDİYA	180	266	47.9	745	0.2	745	0.2	0.0
GÜRCİSTAN	678	412	-39.2	1,380	0.4	1,380	0.3	0.0
BEYAZ RUSYA	982	234	-76.2	2,331	0.7	2,331	0.6	0.0
KUVEYT	217	522	141.1	369	0.1	369	0.1	0.0
KANADA	365	730	100.1	1,139	0.3	1,139	0.3	0.0
JAPONYA	601	560	-6.9	826	0.2	826	0.2	0.0
ÇEK CUMHURİYETİ	499	332	-33.6	1,151	0.3	1,151	0.3	0.0
UMMAN	0	46	100.0	688	0.2	688	0.2	0.0
ÜRDÜN	149	295	97.9	244	0.1	244	0.1	0.0
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>139,551</b>	<b>145,984</b>	<b>4.6</b>	<b>322,549</b>	<b>94.0</b>	<b>373,756</b>	<b>93.3</b>	<b>15.9</b>
<b>DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER</b>	<b>10,429</b>	<b>8,520</b>	<b>-18.3</b>	<b>20,767</b>	<b>6.0</b>	<b>26,923</b>	<b>6.7</b>	<b>29.6</b>
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>52,953</b>	<b>46,156</b>	<b>-12.8</b>	<b>132,808</b>	<b>38.7</b>	<b>131,499</b>	<b>32.8</b>	<b>-1.0</b>
<b>TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI</b>	<b>149,980</b>	<b>154,504</b>	<b>3.0</b>	<b>343,316</b>	<b>100.0</b>	<b>400,679</b>	<b>100.0</b>	<b>16.7</b>

# TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 MART 1000 \$	2013 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-MART 1000 \$	TOPLAM HALI.'DA PAY %	2013 OCAK-MART 1000 \$	TOPLAM HALI.'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	31,000	28,646	-7.6	79,806	17.8	87,857	17.6	10.1
LİBYA	13,451	18,759	39.5	41,216	9.2	66,826	13.4	62.1
ABD	17,207	17,049	-0.9	45,708	10.2	47,703	9.5	4.4
ALMANYA	9,525	9,721	2.1	29,372	6.6	29,918	6.0	1.9
IRAK	5,960	5,943	-0.3	15,896	3.5	14,456	2.9	-9.1
BAE	5,955	4,248	-28.7	14,243	3.2	14,172	2.8	-0.5
RUSYA FED.	3,927	4,080	3.9	11,326	2.5	14,170	2.8	25.1
İNGİLTERE	3,696	4,445	20.3	11,160	2.5	13,448	2.7	20.5
ÇİN	2,905	3,048	4.9	7,610	1.7	10,031	2.0	31.8
ÇEK CUM.	1,006	4,121	309.7	2,100	0.5	9,013	1.8	329.1
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>94,632</b>	<b>100,060</b>	<b>5.7</b>	<b>258,436</b>	<b>57.7</b>	<b>110,779</b>	<b>22.1</b>	<b>-57.1</b>
UKRAYNA	3,102	3,185	2.7	8,682	1.9	8,999	1.8	3.6
BELÇİKA	2,546	2,528	-0.7	6,614	1.5	8,855	1.8	33.9
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1,565	2,592	65.6	4,812	1.1	8,441	1.7	75.4
TÜRKMENİSTAN	1,587	3,077	93.9	5,709	1.3	8,189	1.6	43.4
MISIR	8,196	2,609	-68.2	17,189	3.8	8,180	1.6	-52.4
POLONYA	4,105	2,732	-33.5	8,678	1.9	7,145	1.4	-17.7
JAPONYA	1,132	3,076	171.9	4,672	1.0	6,951	1.4	48.8
TACİKİSTAN	1,755	2,054	17.0	6,136	1.4	6,926	1.4	12.9
KAZAKİSTAN	2,564	2,779	8.4	7,115	1.6	6,410	1.3	-9.9
ROMANYA	2,697	2,602	-3.6	6,789	1.5	6,362	1.3	-6.3
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>123,882</b>	<b>127,294</b>	<b>2.8</b>	<b>334,834</b>	<b>74.8</b>	<b>187,237</b>	<b>37.4</b>	<b>-44.1</b>
İTALYA	2,071	2,257	9.0	4,863	1.1	6,235	1.2	28.2
İSRİL	2,072	1,648	-20.5	7,211	1.6	6,142	1.2	-14.8
KUVEYT	1,962	2,419	23.3	6,942	1.5	5,897	1.2	-15.1
CEZAYİR	1,828	1,390	-23.9	4,426	1.0	5,532	1.1	25.0
KIRGIZİSTAN	1,590	2,180	37.1	3,443	0.8	5,488	1.1	59.4
YEMEN	649	1,947	199.8	1,738	0.4	4,879	1.0	180.7
FRANSA	1,105	1,858	68.1	2,865	0.6	4,848	1.0	69.2
FAS	1,606	1,836	14.3	3,807	0.8	4,523	0.9	18.8
MALEZYA	1,117	1,429	28.0	2,745	0.6	4,155	0.8	51.4
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	1,504	1,297	-13.8	4,446	1.0	3,695	0.7	-16.9
İRAN (İSLAM CUM.)	1,285	1,197	-6.9	7,655	1.7	3,599	0.7	-53.0
KANADA	667	1,883	182.2	3,135	0.7	3,534	0.7	12.7
İSVEÇ	875	850	-2.8	2,452	0.5	3,516	0.7	43.4
PAKİSTAN	768	659	-14.3	2,437	0.5	3,222	0.6	32.2
AFGANİSTAN	2,076	601	-71.0	6,041	1.3	2,869	0.6	-52.5
AVUSTRALYA	962	1,225	27.3	2,419	0.5	2,639	0.5	9.1
UMMAN	403	1,016	152.1	1,499	0.3	2,111	0.4	40.9
AVUSTURYA	794	503	-36.6	1,923	0.4	2,086	0.4	8.5
ŞİLİ	390	666	70.9	1,349	0.3	2,051	0.4	52.0
İSPANYA	350	839	139.4	955	0.2	1,989	0.4	108.2
MORİTANYA	201	625	210.9	618	0.1	1,810	0.4	192.8
BULGARİSTAN	750	758	1.0	1,463	0.3	1,668	0.3	14.0
ENDONEZYA	848	821	-3.3	1,295	0.3	1,582	0.3	22.2
MACARİSTAN	933	524	-43.8	1,656	0.4	1,480	0.3	-10.6
İSVİÇRE	733	580	-20.9	1,327	0.3	1,260	0.3	-5.1
HOLLANDA	381	643	68.9	1,019	0.2	1,250	0.3	22.8
PORTEKİZ	677	635	-6.1	1,172	0.3	1,248	0.2	6.5
KATAR	907	644	-29.0	1,950	0.4	1,241	0.2	-36.4
BOSNA-HERSEK	842	787	-6.5	1,632	0.4	1,233	0.2	-24.5
ANGOLA	44	372	754.9	237	0.1	1,213	0.2	411.1
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>154,273</b>	<b>161,384</b>	<b>4.6</b>	<b>419,552</b>	<b>93.7</b>	<b>477,047</b>	<b>95.4</b>	<b>13.7</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	12,169	9,915	-18.5	28,316	6.3	23,132	4.6	-18.3
AB (27) TOPLAMI	36,318	36,731	1.1	92,293	20.6	103,268	20.6	11.9
<b>TOPLAM HALI İHRACATI</b>	<b>166,442</b>	<b>171,300</b>	<b>2.9</b>	<b>447,868</b>	<b>100.0</b>	<b>500,178</b>	<b>100.0</b>	<b>11.7</b>



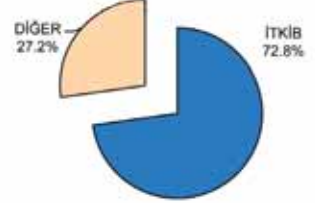
## GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	75.8	24.2
TEKSTİL	49.8	50.2
DERİ	72.8	27.2
HALI	22.5	77.5
	35,239,230	
İTKİB	4,952,911	
DİĞER	30,286,318	

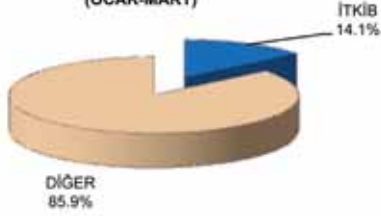
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART)



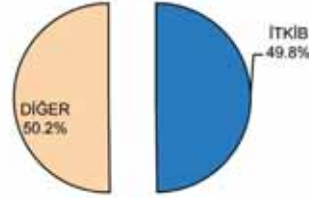
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART)



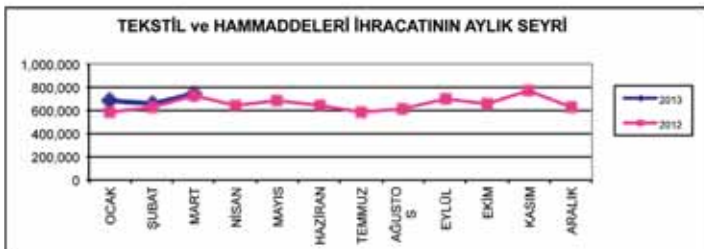
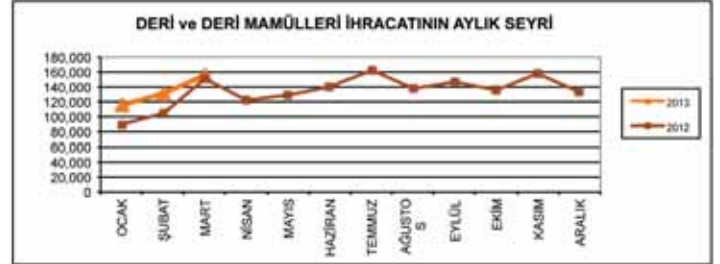
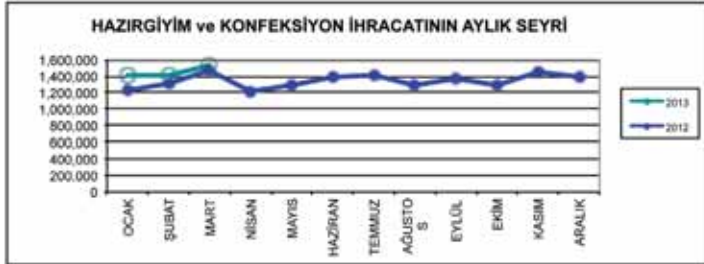
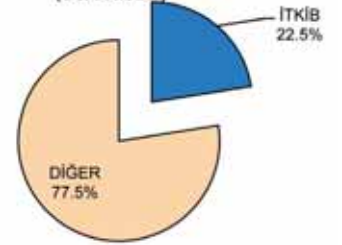
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART)



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



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







## ADRESLER

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

**BİRLİKLER**

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

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

**Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)**  
Tel: 0 258 274 66 88  
Faks: 0 258 274 72 22-62  
e-mail: denib@denib.gov.tr  
internet: www.denib.gov.tr

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

**Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği**  
Tel: 0 462 326 16 01  
Faks: 0 462 326 94 01 – 02  
internet: www.dkib.org.tr

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

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

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

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

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

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

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

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

**DERNEKLER**

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

**Ankara Giyim Sanayicileri Derneği**

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

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

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

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

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

**Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)**  
Tel: 0 232 446 46 93  
Fax: 0232 441 10 43  
e-mail: ayferra@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  
Fax: 0 212 553 80 80  
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr  
internet: www.mesiad.org.tr

**Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)**  
Tel: 0212 296 90 45  
Fax: 0212 296 90 47  
www.mtdt.org.tr

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

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

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

**Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)**  
Tel: 0212 557 07 07  
Tel: 0212 557 29 64  
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org

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

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

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

**Tüm İçgiyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)**  
Tel: 0 212 438 65 15  
Fax: 0212 438 65 16  
e-mail: info@tigsad.org  
internet: www.tigsad.org

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

**Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (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: 0 212 260 11 57

**KURUMLAR**

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

**Ekonomi Bakanlığı**  
Tel: 0312 204 75 00  
internet: www.ekonomi.gov.tr

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

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

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

**İhracatçı 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: 0212 402 44 00  
internet: www.ivdb.gov.tr

**SENDİKA ve ODALAR**

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

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

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

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

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

**VAKIFLAR**

**İHKİB Eğitim Vakfı**  
Tel: 0 212 454 03 29

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

**Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)**  
Tel: 0 212 558 23 02  
Faks: 0 212 558 22 96  
e-mail: 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 50

**İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü**  
Tel: 0 216 394 21 28  
Faks: 0 216 394 12 53

**İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü**  
Tel: 0 212 789 60 00 (20 hat)  
Faks: 0 212 789 29 23  
e-mail: isttrakyasb@superonline.com

**GÜMRÜKLER**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Çerkezköy Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 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**

ÜNİVERSAL TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No: 22D İç Kapı No: 3B03 Başakşehir/İstanbul  
Tel: 0212 671 03 74 Dahili: 170 Faks: 0212 671 03 75 [www.polarflc.com](http://www.polarflc.com)