

İTKİB

# HEDEF

# 237

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İ

YIYIM DERGİSİ

15 EKİM - 15 KASIM 2013

ISSN: 1309-579X

Hazır giyimciye  
"1 milyar dolarlık," teklif

İTKİB, ISPO için  
ısınma turunda

*Moda*  
*"ARENA"ya*  
*çuktu*



made in  
Germany



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

## Düşük Enerji ile Yüksek Kesim Kalitesine Ulaşmanın En iyi Yolu...

- Tasarım, dizayn harikası cutter
- Maksimum hız ve ivme
- % 40'a varan yeni nesil enerji tasarrufu, vakum türbini (Siemens)
- Dijital CNC kontrol sayesinde akıllı bıçak sistemi
- Nextgen 7
- Geliştirilmiş daha dinamik 3 boyutlu kafa tasarımı
- Daha hassas, akıllı bıçak sistemi sayesinde kaliteli kesimde son nokta
- Kalıp içinde farklı çitler yapabilme imkanı. Örnek: Tek kalıp içinde V çit ile T çit
- Pozisyonlarken bileme imkanı
- Konforlu kullanım için daha uzun ve kaliteli toplama bandı
- İsteğe bağlı makina enleri, 20 cm aralıklarla



Elc (Tek Kat)



Turbocut (2.5 cm)



5001 (5.0 cm)



Procut 8001 (8.0 cm)

# Reaktif dijital baskıda ve örme kumaşta en iyiye bizimle ulaşın

Reaktif dijital baskıdaki 7 yıllık tecrübesini son teknoloji boya ve apre makineleriyle birleştiren birlik örme , müşterilerine en kaliteli ve profesyonel şekilde hizmet vermektedir.

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

**Merkez:** Belgratkapı 10. Yıl Cd. No:12 Zeytinburnu - İstanbul

**Tel:** +90 (212) 510 16 16-17 **Faks:** +90 (212)510 16 18

**Fabrika:** ÇOSB Atatürk Mh. Cumhuriyet Cd. No:39 Karaağaç - Çerkezköy - Tekirdağ

**Tel:** +90 (282) 758 16 23-29 **Faks:** +90 (282) 758 16 22

**E-mail:** info@birlikorme.com.tr

## İÇİNDEKİLER

2



### 32 MODA HAFTASI MODA ARENA'YA ÇIKTI



### TİCARET HEYETİ: 22

HAZIR GİYİMCİLERE  
1 MİLYAR DOLARLIK TEKLİF

#### 4 KISA

#### 12 İTKİB KISALAR

#### 18 İTKİB-İTA:

KATMA DEĞER ODAKLI İŞBİRLİĞİ

#### 20 FUAR:

MODANIN GENÇ YÜZÜ: FASHIONİST

#### 30 YARIŞMA:

DERİ DOLU YARIŞMA,  
ÖDÜLLERLE GELİYOR

#### 58 FUAR:

İTHİB, ISPO İÇİN ISINMA TURUNDA

#### 60 SEMİNER:

“YENİ GELİR VERGİSİ” NE GETİRDİ?

#### 62 FUAR:

DOMOTEX'TE DENGELER DEĞİŞİYOR

#### 66 MAKALE:

İTHALAT UYGULAMALARINA  
BAKIŞ

#### 74 FUAR:

İDMİB'İN YOLU  
MOSSHOES'TAN GEÇTİ

#### 78 SEKTÖR:

HER ŞEY “DAHA İYİ PAMUK” İÇİN

#### 82 SERGİ:

HALININ SUYA DÖNÜŞTÜĞÜ SERGİ

#### 86 GÜNDEM:

ING BANK'A E-FATURA LİSANSI

#### 92 RÖPORTAJ:

PERDECİLİKTE YENİ BİR DÖNEM

#### 94 FUAR:

DOSSO DOSSI ÖZGÜNLÜĞÜNÜ  
ONAYLATTI

#### 96 MODA:

MERTER'DE MODA  
RİTİM KAZANIYOR

#### 98 TASARIM:

ANADOLU DOKUMALARI  
KÜLLERİNDEN DOĞACAK

#### 102 SEMİNER:

UĞUR MAKİNA'DAN,  
EĞİTİMDE GÜÇ BİRLİĞİ

#### 106 GÖSTERGELER:

#### 112 ADRESLER:

# İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON  
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

#### SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına  
Cumhur İŞBIRAKMAZ

#### DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,  
Lemi TOLUNAY, İbrahim YILMAZ

#### YAYIN KURULU BAŞKANI

Birrol 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, Hazim EVRENGİL

#### YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA,  
Selçuk GÖKART, Zeynep ÇELİK

#### YÖNETİM YERİ

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

#### YAPIM



#### YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU  
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

#### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Hüsne PAMUK  
husnepamuk@kucukmucizeler.com

#### ART DİREKTÖRÜ

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

# 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



MARKALAR, SONBAHAR'DA TÜKETİCİLERİN İÇİNİ ISITICAK BİRBİRİNDEN ÖZGÜN SONBAHAR/ KIŞ KOLEKSİYONLARINI VİTRİNLERE TAŞIMAYA BAŞLADI. HEM ŞIKLIĞI HEM RAHATLIĞI ÖN PLANDA TUTAN MARKALAR BU KIŞ ÇOK İDDİALİ...

## Modern erkeğin tercihi Cacharel

**Seyahat** tutkunu ve stil sahibi Cacharel erkeği, yeni koleksiyonunda yer alan kapitone montlar, trençkotlar ve süet ceketlerle beraber sezonda farkedilir olmanın keyfini sürüyor. Keşfetmeye meraklı, enerjik ve yorulmayan gezginler için tasarlanan özel parçalar; erkeğin gardırobunun vazgeçilmez oluyor. Fonksiyonelliği kadar modern ayrıntılarıyla da dikkat çeken dış giyim koleksiyonu, sezonun trendleri arasında yer alıyor. Erkeğin kurtarıcı parçası olarak ön plana çıkan tasarımlar, gerek kumaş kalitesi gerekse maskülen hatlı kesimleri sayesinde erkeğe her an şıklık vaad ediyor.



## Kadınlar Tergan'dan vazgeçmiyor

**Kış** mevsiminin etkilerini hissetmeye başladığımız günlerde Tergan'ın tasarladığı diz üstü çizmeler, gerek şık tasarımlarıyla gerekse rahatlıklarıyla kadınların bu sezon vazgeçilmez oluyor. Her türlü isteğe hitap eden tasarımların bulunduğu koleksiyonda; zarif topukların yanı sıra, sert formları görmeniz'de mümkün. Feminen ve maskülen duruşun bir araya getirildiği bu çizmeler farkınızı ortaya koyuyor. Tasarımlar, asil duruşuyla gözde olan siyah rengin yanı sıra yeşil, kahverengi ve bordo renkleriyle de sıradanlığa ezber bozuyor.



## Tarzınızı Vakko ile yakalayın

**Şehir** hayatında pantolon ve triko-ların rahatlığı, etek ve bluzların şıklığı, deri ceket ve pantolonların seksiliği, pantolon ve blazer ceketlerin maskülen gücü, paltoların sıcaklığı ve elbiselerin feminen silüeti, "Style and the City" temasında Vakko Kadını için hayat buluyor. Danteller, leopar ve zebra empri-meler, kaşmirler, double-face kumaşlar ve lazer detaylı derilerin ön plana çıktığı grupta bej, ekru ve gri renkleri koleksiyona dinginlik katarken safir, yakut, zümrüt gibi mücevher renkleri de enerji katıyor.



## Scooter'la bu kış çok rahat

**Kaliteyle** birlikte ayak sağlığına önem verenlerin vazgeçilmez tercihi olan Scooter, birbirinden şık bot ve ayakkabı modelleriyle göz dolduruyor. Model yelpazesini her sezon yenileyen firma, 2014 Kış Koleksiyonu'ndaki süet ve nubuk ayakkabı, bot ve çizmelere; deri aksesuarlar eşlik ediyor. Scooter'ın kış koleksiyonunda yer alan, rahatlık ve estetiğin bütünleştiği modeller, gençlerin de gözdesi olmaya devam ediyor. Birbirinden farklı ve geniş bir koleksiyon yelpazesine sahip olan Scooter; kendinize ve sevdiklerinize birbirinden şık alternatifler sunuyor.



# E-Fatura sistemine ING ile geçin, iş hayatınızı kolaylaştırın!

ING Bank'ta "INGeF" elektronik fatura dönemi başladı.  
Hemen siz de INGeF'e geçin, faturalarınızı tek yerden güvenle yönetin.  
INGeF ile e-Fatura gönderebilir, alabilir, derseniz ödeme  
ve arşivleme özelliğinden de faydalanabilirsiniz.  
**Bu hizmet yalnızca ING Bank'ta.\***

**İlk Özel  
Entegratör  
Banka**



\*E-Fatura alma, gönderme, arşivleme ve ödeme.

**Detaylı bilgi için:**  
[efatura@ingbank.com.tr](mailto:efatura@ingbank.com.tr)



[ingbank.com.tr](http://ingbank.com.tr)  
0850 222 0 600

**INGeF**  
ING E-Fatura Çözümleri  
INGeF, ING Bank ve FIT ortak hizmetidir.

Paran burada değerli.

**ING**  **BANK**



## Kiğılı bu sezon da iddialı

**Şık** ve modern erkeklerin markası Kiğılı, takım elbiseden trikoya, kravattan ayakkabıya kadar geniş ürün yelpazesıyla şıklığından taviz vermeyen erkeklere sesleniyor. Sonbaharın renklerini yansıtan Kiğılı 2013-2014 Sonbahar/ Kış Koleksiyonunda pantolonlarda camel, koyu yeşil, petrol, taba, vizon ve mavi renkleri ön plana çıkıyor. Düz kumaşlara ek olarak bir önceki sezonda olduğu gibi desenli kumaş pantolonlar, yeni koleksiyonda da yerini aldı. Kombinlere ayrı bir spor şıklık sağlayan toprak tonlarının hakim olduğu koton pantolonlar ise spor gömlek ve trikolarla kombinleniyor.

## Nine West ile çarpıcı adımlar

**Kış** aylarının vazgeçilmezi, siyah renk, yeni trendler ile Nine West koleksiyonunda kendini gösteriyor. Her yaş grubu ve her stile uygun ayakkabı seçenekleri sunan Nine West'in yeni sezon modellerinde eskitme detaylar, mat ve parlak deriler öne çıkıyor. Leopar desenli botlar, parlak deri topuklu iş kadınlara uygun feminen ayakkabı alternatifleri bulabileceğiniz yeni sezonda ayrıca, maskülen ve asi görünüme sahip bilekte biten grunge botlar ve iddialı motorcu botları ile sokak stiline yön verebilirsiniz.



## Ramsey ile şimdi ceketler çok daha hafif

**Ramsey**, 2013-2014 Sonbahar/ Kış koleksiyonunda yer alan şık ve yenilikçi ceket modelleriyle erkeklere bu kış hem hafif, hem de fit bir görünüm sunuyor. Zero Weight teknolojisiyle üretilen ve yüzde 50'ye varan hafiflik sağlayan, astarsız ya da yarım astarlı yün, yün-kaşmir karışımı veya örme Ramsey ceketler, yaka çiçeği, takıp çıkarılabilen triko yakalar, şık mendiller ile kombinlendiğinde günün her saati için şık bir stil ortaya çıkıyor. Renk olarak bordo, kahve, bej ve mavinin tonlarının ağırlıkta olduğu Ramsey'in ceket modelleri aynı zamanda kullanıcının vücuduyla uyumlu, neredeyse gömlek hafifliğindeki yapılarıyla dikkat çekiyor.



## İstanbul'u Penti ile hisset

**Penti'nin** İstanbul'un simgelerini çoraba taşıyarak oluşturduğu "İstanbul Çorapları" her sene yenilenen özel tasarımı ile hem moda severlerin hem de İstanbul severlerin kalbini fethediyor. Bu yıl ki İstanbul çorabının detaylarını, İstanbul'un silüetini oluşturan Kız Kulesi, Galata Köprüsü gibi eskizler oluşturuyor. Tasarımda şehrin simgelerinin yanı sıra, ünlü isimlerin İstanbul için yazdığı sözler de görsellere eşlik ediyor. Penti İstanbul çorabının siyah ve vanilya olmak üzere 2 farklı rengi bulunuyor.



# 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)



## Genç kızların vazgeçilmezi: Koton

**Sonbaharla** beraber şehri saracak heyecan, Ole by Koton'un en trendi ve stil sahibi dokunuşlarıyla birleşiyor. Cesur, farklı ve bir o kadar eğlenceli tarzıyla dikkat çeken Ole kızı Sweet Punk, Urban Girl ve Mountain Camp Koleksiyonları ile renkli ve sıra dışı bir tarz yakalamaya hazır. Zimba, püskül, fermuar ve dantel detaylarını buluşturan koleksiyonda parlak deri, üç boyutlu dokular, parlak ve altın renklerinin kullanımı dikkat çekiyor.

## Rönesans Dönemi C&A ile canlanıyor

**Kaliteli** ürünler ve moda-ya uygun tasarımları, uygun fiyat etiketleriyle tüketiciyle buluşturan C&A, 2013 Sonbahar-Kış Koleksiyonu için Rönesans'tan Gotik'e, maskülen tarzdan kadınsı detaylara, Rus Çar İmparatorluğu'ndan İngiltere'ye kadar farklı dönem, ülke, kültür ve tarzlardan esinlendi. Her zaman şık ve modern C&A kadınlarına hitap eden Yessica Koleksiyonu, Rönesans döneminin etkileriyle dolu renk ve desenler için ilhamını dağlık alan ve ormanlardan aldı. C&A 2013 Sonbahar-Kış aksesuar koleksiyonunda ise metal ve payet detaylar, ihtiyacınız olan her şeyi yanınızda taşımanızı sağlayan büyüklükte çantalar hemen göze çarpıyor.



## Örgü battaniyelere Karaca Home şıklığı

**Karaca Home**, benzersiz ürünleriyle farkını sergilemeyi sürdürüyor. Karaca Home'un Bold Fine koleksiyonundaki örgü battaniye takımları, soğuk kış günlerinin yeni vazgeçilmezi olmaya aday. Karaca Home'un Bold Fine, koleksiyonu örgü battaniye takımları kalite ve şıklığı zarafetle buluşturuyor. Sıcacık renkleri, seçkin bir zevki yansıtan tasarımları, dokunma duygusunu harekete geçiren dokusu ve bütün vücudu sarıp sarmalayacak ebatlarıyla örgü battaniyeler, kışın ısınmak için en şık alternatifler arasında yer alıyor.



## Coats, renkleri en akıllı şekilde eşleştiriyor

**Coats** Colour Express web uygulaması ve Coats renk uzmanlığı hizmeti ile müşterilerine yeni çözümler geliştirmeye devam eden Coats, hazır giyim ve ayakkabı endüstrileri için Coats Colour Express'i hizmete sundu. Coats Colour Express, dünyanın en hızlı ve en doğru renk eşleştirmesini yapan dikiş ipliği numunelendirme sistemi olarak tanımlanıyor. Coats Colour Express web numune servisi, doğrudan Coats saha renk uzmanlarına, satış ekibine, müşteri hizmetleri departmanına ve numune laboratuvarlarına bağlayan gerçek zamanlı bir sistemi olarak öne çıkıyor. Uygulama, müşterilerine sunduğu Capsure renk eşleştirme cihazı ile ihtiyaç duyulan iplikte en yakın rengi, en doğru ve hızlı bir şekilde bulmalarına yardımcı oluyor. Entegre bir çözüm sunan bu iplik numune servisi, küresel markaları, perakendecileri ve üreticileri çevrimiçi olarak Coats satış ekibi, laboratuvar ve üretim tesislerine bağlıyor.



## 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 alıma, 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



## Serin sonbahara sıcak koleksiyon

**Serin** geçen sonbahar akşamlarını sıcak geçirmenizi sağlayacak ürünler, yeni sezonda Jakamen ile tüketicileriyle buluşuyor. Jakamen, işlevselliğinin yanı sıra yeni sezonda hem şık hem rahat hissetmek isteyen erkeklerin ilk tercihi olmaya aday. Sonbahar-Kış kreasyonu için hazırlanan London kesim yün ceketler sizi sıcak tutacak ve hafifliğiyle sizi bunaltmayacak. Yüzde 100 deri ayakkabılar, kemerler ile şıklığınızı tamamlarken aynı zamanda serin sonbahar günlerinde sağlığınızı koruyabilirsiniz.

## Şimdi Derimod zamanı

**Doğanın** sonbahar renklerine bürünmeye başlamasıyla Derimod'da yeni sezon ceket koleksiyonu vitrinlerdeki yerini almaya başladı. 2013-2014 sonbahar kış sezonunda deri ceketler mavi tonlarından amazon yeşiline, grinin farklı tonlarından ateş kırmızısına uzanan renk skalasıyla yeni sezon için birbirinden şık alternatifler yaratıyor. Klasik modellerin yanı sıra deri ceketle "biker" modeller bu sezonun en gözde kesimleri olarak ön plana çıkıyor. Biker montlar günümüzün yorumlarıyla ve farklı renk alternatifleriyle Derimod'un asi ve şık akımının bir yansıması olarak bu sezona damgasını vurmaya hazırlanıyor.



## İnci Deri yine sofistike kadınlar için tasarladı



**Kendine** güvenen, sofistike kadınlar için hazırladığı koleksiyonlarda net çizgilere sahip tasarımlara imza atan Gamze Saraçoğlu, bu sezonda da yalın ve güçlü çizgileri ile moda severlerin karşısına çıkıyor. İnci Deri için farklı hayvan baskılı egzotik deri ve özenle seçilmiş renkleri kullanarak tasarladığı yeni koleksiyonunda yer alan ayakkabı, çanta ve kemerlerin birbirleriyle olan uyumu göze çarpıyor.



## İpekyol'dan cesur bir kış

**Silüet** ve formlarda ortaya çıkan minimalizm, ihtişamlı 40'lar ve cazibeli 50'ler ile cesur bir değişim yaşıyor. Alışılmış kalıplardan uzak bir görünüm ile İpekyol, 2013 Sonbahar-Kış koleksiyonu ile ulaşılabilir lüksün en cesur tanımını yapıyor. Sezonu 1940'ların etek ve ceket döpiyes takımları, midi boy etekleri, mikro ekoseler ve abartılı omuz silüetleri açıyor. Geniş fırırlar bluzlere hareketli bir form katarken, işlemler yakalarımızı süslemeye bu sezonda devam ediyor. Kumaş ve Jean mixleri, deri ve boncuk birlikteliği, maskülen kesimler, barok motifler, örme elbiseler ve militar kabanların en lüks yorumu İpekyol koleksiyonlarında yer buluyor.



# EMR ELITE

MÜKEMMELİĞE  
AÇILAN FERMUAR



## İTHİB Polonya yolunda

**Türkiye'nin** köklü ekonomik ilişkilerinin bulunduğu Polonya, hazır giyim ve tekstil sektörü için de potansiyel pazarlardan biri olarak değerlendiriliyor. Pazardaki potansiyeli sektör adına ticarete çevirmek için harekete geçiren İTHİB ise yerli firmalarla Polonya'daki üreticileri ikili görüşmelerde bir araya getirmeye hazırlanıyor. Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün son yıllarda önem verdiği pazarlar arasında yer alan Polonya, gerek konfeksiyon üretimi ile yakın coğrafyada güvenilir ve hızlı tekstil tedarikçileri arayışı gerekse artan gelir seviyesiyle Avrupalı hazır giyim markalarının dikkatini çekiyor. Gelişen bu pazara kayıtsız kalmayan ve 2014 yılında Türkiye ile Polonya arasındaki diplomatik ilişki-

lerin 600'üncü yılı kapsamında düzenlenecek etkinliklerine bir başlangıç yapmak için adım atmaya hazırlanan İTHİB, 27-29 Kasım tarihleri arasında Polonya'ya yönelik Ticaret Heyeti Programı düzenlemenin hazırlıklarını yapıyor. Tekstil sektörünün hedef pazar olarak belirlediği Polonya'da, var olan ihtiyaçları karşılamak üzere, Łódź Bölgesi Ticaret Odası ve Varşova Ticaret Müşavirliği işbirliği ile Ticaret Heyeti Programı'nı organize edecek olan Birlik, bu sayede yerli firmaların Polonya'da bulunan konfeksiyon üreticileri, toptancı merkezleri, zincir mağazalarla irtibat kurmalarını da sağlamayı amaçlıyor.



## Tekstil ve konfeksiyon sektörü STA'ları görüşüyor

**Türk** tekstil ve konfeksiyon sanayilerinin görüşlerini ifade etmesi açısından önem taşıyan iki toplantı, geçtiğimiz haftalarda Avrupa Parlamentosu'nda ve Avrupa'nın tekstil ve konfeksiyon sanayilerinde en büyük çatı kuruluşu olan Euratex'te gerçekleşti. AB Parlamentosu'nda, Uluslararası Ticaret Komitesi (INTA) Başkanı Vital Moreira'nin

katkısıyla düzenlenen bilgilendirme toplantısı 26 Eylül tarihinde gerçekleşti. Gündemini, AB-ABD arasında müzakereleri başlayan Trans-Atlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) Anlaşması ve AB-Japonya STA'sının oluşturduğu toplantıya Türk tekstil ve konfeksiyon sektörlerini temsilen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Euratex Yönetim Kurulu Başkan

Yardımcısı Ruşen Çetin, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) ve Euratex Yönetim Kurulu üyesi Kenan Koç ve İTKİB Brüksel Temsilcisi Haluk Özelci katıldı. AB-Japonya STA'sı ve AB-ABD TTIP müzakerelerinde AB tarafının baş müzakerecileri olan, Direktor Raffaele Mauro Petriccione ve Ignacio Gar-

cia Bercero'nun da katıldığı bu toplantıda söz konusu sektörlerin AB'nin 3'üncü ülkelerle gerçekleştirdiği STA'lardan olumsuz etkilendiği vurgulanarak, STA'larda müzakare sürecine Türkiye'nin katılımı konusunda AB'nin desteği istendi. Başmüzakereci Bercero, bu sektörleri yakından ilgilendiren anlaşma ile ilgili ABD'nin Türkiye ile benzer bir anlaşma gerçekleştirmesi için ABD tarafına telkinlerde bulduklarını belirtti. Euratex Başkanı Alberto Paccanelli evsahipliğinde Euratex'te yapılan ikinci toplantıda ise, Paccanelli'ye Euratex Yönetim Kurulu'nda-ki Türk tekstil ve konfeksiyon temsilcileri tarafından iletilen Türkiye'nin bu sürece dahil olmasını ele alan mektubun içeriği görüşüldü. Toplantıda, Türkiye-AB ilişkileri, Gümrük Birliği'nden kaynaklanan sorunlar ve AB'nin imzaladığı STA'lara Türkiye'nin taraf olmaması nedeniyle karşılaşılan sorunlar gündeme getirildi. Türkiye'nin hassasiyetinin farkında olduğunu vurgulayan Paccanelli, talepleri ilgili yerlere bildirdiklerini ve Türkiye'nin sürece dahil olması yönündeki çalışmaların olumlu sonuç vereceğine dair umutlu olduklarını ifade etti.





# TARLADAN MAĞAZAYA

Elyaftan kumaşa, terbiyeden konfeksiyona,  
perakendecilikten toptan satış ve zincir mağazacılığa,  
Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne çözümler sunuyoruz.

SENTEZ / LIVE ERP

İş Çözümleri Platformu



SentezYARN

İplik Üretim Takip Sistemi



SentezKNIT

Kumaş Üretim Takip Sistemi



SentezWEAVE

Dokuma Üretim Sistemi



SentezDYE

Tekstil Terbiye Takip Sistemi



SentezVDQUE

Konfeksiyon Yönetim Sistemi



SentezEXPO

Big Fashion Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT

Yönetim Bilişim Sistemi



SentezPOSITIVE

Satış Yönetim Sistemi



SentezSHOP

Çekirdek Yönetim Sistemi

## Türkiye'nin ihracatta yüzü gülüyor

**Eylül** ayını 12 milyar 555 milyon dolarlık ihracatla kapatan Türkiye, geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında ihracatta yüzde 11'lik bir artış yaşadı. İhracat rakamları ile ilgili değerlendirme yapan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, "Geçen senenin aynı dönemine göre, sanayi ürünleri ihracatımız yüzde 10.3 artışla 10 milyar 273 milyon dolar, tarım ürünleri ihracatımız yüzde 13.1 artarak bir milyar 838 milyon dolar, madencilik ihracatımız yüzde 21.7 oranında artarak 444 milyon dolara yükseldi" dedi. Söz konusu dönemle ilgili hazır giyim sektörünün performansına da değinen Çağlayan, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının yüzde 11.8 artış göstererek, 1 milyar 522 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştığını ifade etti. Avrupa Birliği'ne ithalatın azaldığına dikkat çeken Bakan Çağlayan Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne ihracatının ise arttığını söyleyerek, "Eylül ayında AB ülkelerine ihracatımız yüzde 12.2 oranında artarak 5 milyar 508 milyon



dolar seviyesine geldi ve ihracatımızdan aldığı pay yüzde 43.9 oldu. Gerek fasıl, gerek ülke bazında Türkiye'nin ihracat performansından duyduğu memnuniyeti dile getiren Çağlayan, "Eylül ayında en çok ihracat gerçekleştirilen ülkeler sıralamasında ilk beşte Almanya (1 milyar 151 milyon dolar), Irak (1 milyar 16 milyon

dolar), İngiltere (892 milyon dolar), Rusya Federasyonu (624 milyon dolar) ve Fransa (578 milyon dolar) yer aldı" dedi. İhracatı zorlayan çok sayıda gelişmenin varlığına da dikkat çeken Çağlayan, küresel piyasalarda yaşanan durgunluğun son 2-3 ayda gelişmekte olan piyasalarda yaşanan talebi de olumsuz etkilediğini ifade etti.



**Örme** Sanayicileri Derneği (ÖRSAD) Başkanı Fikri Kurt, Türk örme kumaş sektörünün 2011 yılında dünyaya 165 bin ton örme kumaş satarak 1.3 milyar dolar, 2012 yılında ise 196 bin ton örme kumaş karşılığında 1.4 milyar dolar döviz girdisi sağladığını

belirterek, sektörün bu ihracat hedefine 10 yıl içinde rahatlıkla ulaşacağını söyledi. 2008 yılından beri etkisini sürdüren dünyadaki ekonomik krize rağmen Türkiye'nin yuvarlak örgüden mamul örme kumaş ihracatın her yıl 100 ila 200 milyon dolar arasında

arttığı bilgisini veren Kurt, "Örme kumaş ihracatımız her yıl ortalama 150 milyon dolar artıyor. Makine parkurumuz ise her yıl ithal edilen 1000 yeni makineyle daha da büyüyor. Dolayısıyla sektörümüzün ihracattaki büyümesini gelecek 10 yılda aynı hızda sürmesi halinde 3.5 milyar dolarlık hedefi rahatlıkla yakalayabilecek" dedi. Türk örme sektörünün toplam 18 bin adet üzerinde makine parkuruyla örme kumaşta dünyanın sayılı birkaç ülkesinden biri olduğuna vurgu yapan Kurt, bu kapasite ile Türkiye'nin Çin'den sonra en fazla makine parkuruna sahip ülke olduğunu, ancak kumaş kalitesi bakımından Çin'den daha önde olduğunu dile getirerek şöyle devam etti: "Türkiye'nin, her ne kadar makine sayısı bakımından Çin'in gerisinde olsa da sahip olduğu teknolojinin yeni ve modern olması sayesinde kumaş kalitesi ve ihrac edilen kumaşların kilogram satış fiyatlarının Çin'den yüzde 60 daha iyi konumda. Bu gerçeği Avrupa Birliği'nin resmi istatistik bürosu Eurostat verilerinde görebiliyoruz."



afa

444 20 61

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

afa  
fermuar / düğme



GEÇTİĞİMİZ AYLARDA KATILDIĞI “KÜME KIYASLAMA ÇALIŞMASI” SONRASINDA AVRUPA KÜME ANALİZLERİ SEKRETARYASI (EUROPEAN SECRETARIAT FOR CLUSTER ANALYSIS-ESCA) TARAFINDAN BRONZ KALİTE ETİKETİ İLE ÖDÜLLENDİRİLEN İHKİB, İZLANDA’DA İYİ ÖRNEK KABUL EDİLEN KÜMELERE BİR ZİYARET GERÇEKLEŞTİRDİ.

İTKİB

16

# İHKİB, DÜNYANIN KÜMELENME MODELLERİNİ İNCELİYOR

**Avrupa** Komisyonu’nun finansal desteğiyle yürütülen küme yöneticileri için “Kapasite Gelişimi Projesi” kapsamında İzlanda’da gerçekleşen “İnceleme Gezisi ve Kümelenme Konferansı”nda üyelerini temsil eden İHKİB, burada işbirliği fırsatlarını da değerlendirme fırsatı buldu.

Söz konusu ziyaret ile ilgili konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, küreselleşen dünyada kümelenme girişimlerinin hem sektörlerin rekabetçi gücünün artırılması, hem de ekonomik kalkınmanın sağlanması için ön plana çıkan bir yaklaşım olduğuna dikkat çekti.

Fakat günümüzde sadece sektör paydaşlarının kümelenmesinin yeterli olmadığını ifade eden Tanrıverdi, “Kümeler arası rekabet öncesi işbirliği de önem kazanıyor. Bizler gibi sektörün başarılı oyuncularını temsil eden kurumlar, üyelerimizin zorlu rekabet koşullarında öne çıkmalarını sağlamak için en iyi hizmet ve desteği sağlamak zorunda. Bunun için hizmet mükemmeliyetine ulaşarak üyelerimizi hem iç, hem de dış pazarda güçlenmesini sağlamak amacıyla, İzlanda’da iyi örnek olarak gösterilen küme organizasyonlarını birebir ziyaret ettik” dedi. Türkiye’den bu ziyarete katılmak üzere seçilen 10 küme organizasyonundan biri olmaktan gurur duyduklarını da dile getiren Tanrıverdi, üyeleri için yeni kapılar açmalarını sağlayacak bu tür çalışmalarda aktif olarak rol almaya devam edeceklerini söyledi.

Tanrıverdi, “İletişime geçtiğimiz kümelerden ‘Ocean Cluster’ yöneticileri ile somon derisinin hazır giyim ve aksesuar eşyasında kullanılması ve örnek numunelerin, Türkiye’nin ilk moda girişimcilik merkezi olan İstanbul Fashion Incube -materyal kütüphanesinde sergilenmesine ilişkin görüşmelere başladık” diye konuştu.



# POLSAN

BUTTON MANUFACTURING & TRADE CO. INC.

444 1 POL



*üretim*

*Son Teknoloji*



*Servis*

*Hızlı Ve Güler yüzlü*



*Kalite*

*Üst Düzey*



*Fiyat*

*Rekabetçi*

**"Artık size daha da Yakınız..."**

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

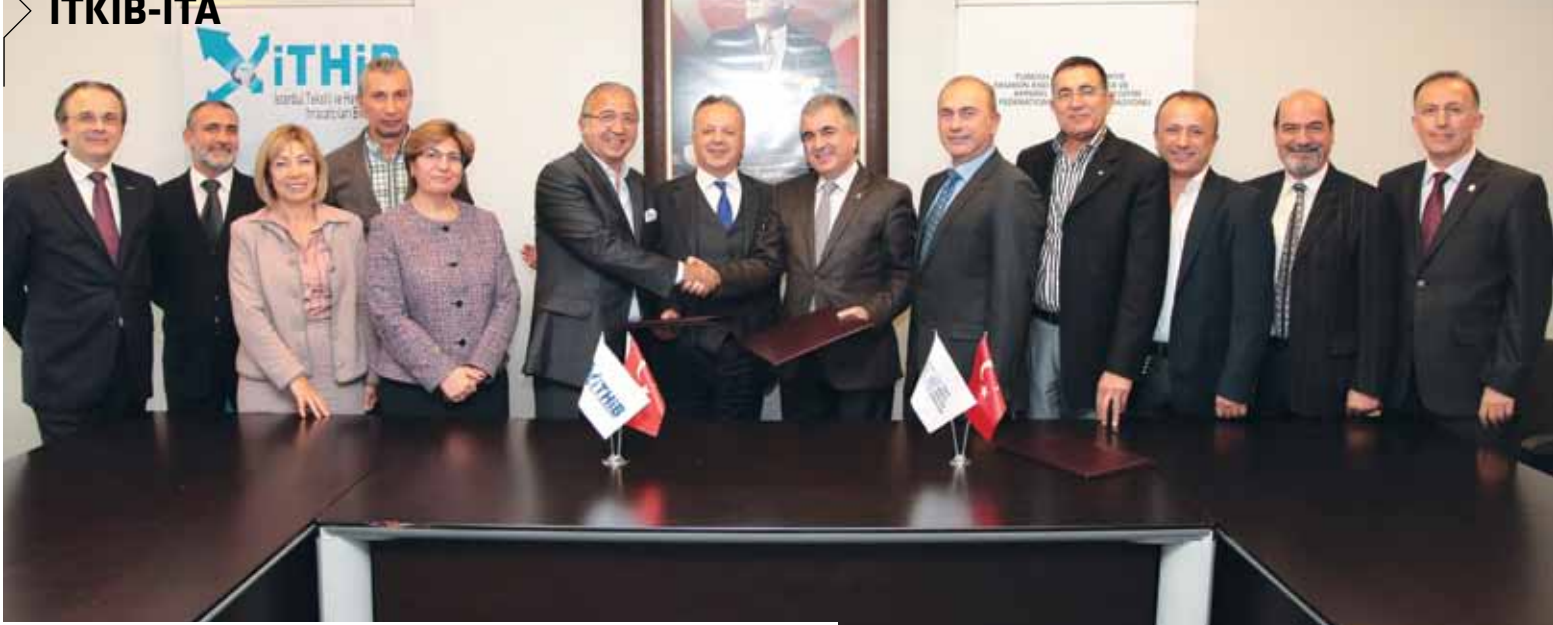
**Fabrika:** Tel : 00 90 216 488 87 87  
Fax : 00 90 216 387 52 22  
E-mail : cem@polsanbutton.com.tr  
Web : www.polsanbutton.com.tr

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

TÜRKİYE'DE AR-GE KÜLTÜRÜNÜ YERLEŞTİRMEK AMACIYLA HAYATA GEÇİRİLEN İTKİB -İTA AR-GE VE LABORATUVAR MERKEZİ, SAHİP OLDUĞU OLANAKLARDAN SEKTÖRÜN MAKSİMUM SEVİYEDE FAYDALANMASI İÇİN İNDİRİM UYGULAMASI BAŞLATTI.

## İTKİB-İTA

18



# KATMA DEĞER ODAKLI İŞBİRLİĞİ

**Türk** tekstil ve hazır giyim sektörünün ilk Ar-Ge merkezi olan İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri İTA Eğitim, Araştırma ve Danışmanlık Limited Şirketi (İTKİB-İTA), sektör üyelerine indirim uygulaması başlattı. Bu çerçevede İTKİB İTA, imzalanan protokol ile Ar-Ge merkezi ve laboratuvar olanaklarından Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu'nun (TMHGF) üyelerine yüzde 20 indirimli hizmet avantajı getirdi. Protokol kapsamında TMHGF üyeleri, İTKİB İTA'nın nano teknoloji ekipmanları, lif çekim ünitesi, dijital kumaş baskı teknolojileri, kaplamalaminasyon hattı gibi çok sayıda teknik altyapının sağlandığı Ar-Ge merkezi ve laboratuvar olanaklarından indirimli faydalanacak. Üyeler, ayrıca İTKİB İTA'nın dört dönümlük fuar alanı, 750 metrekarelik konferans salonu ve 50 kişilik eğitim salonunda düzenlemek istedikleri etkinliklerde de indirimden yararlanabilecek.

### **"Ar-Ge kültürünün yerleşmesi gerekiyor"**

İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTKİB İTA Başkanı Eşref Akın ve TMHGF Başkanı Hüseyin Öztürk tarafından imzalanan protokolle TMHGF üyesi 7 bine yakın firma, İTKİB

İTA'nın akredite laboratuvarlarındaki test hizmetlerinden, tüm Ar-Ge, Ür-Ge çalışmaları, eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden yüzde 20 oranında indirimli yararlanabilme fırsatı elde etti. İTKİB İTA'nın TMHGF üyelerine sağladığı avantaj ve yükümlülüklerinin düzenlenmesine ilişkin protokolün imza töreni ise 4 Ekim günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi.

İmza töreninde konuşan İTHİB Başkanı İsmail Gülle; son dönemde FED kararlarının, kazanılan paranın artık eskisinden daha kıymetli olacağı bir dönemi beraberinde getirdiğini söyledi. Gülle, emek yoğun bir sektör olan tekstil ve hazır giyim için yeni dönemde en büyük silahının yenilikçi üretim anlayışı olduğuna ifade etti. Ar-Ge çalışmalarını önemsemeyen bir sektörün ekonomiye yararının olmayacağını vurgulayan Gülle, "Dünya ekonomi tarihine bakacak olursak; Çin, Almanya, Kore gibi üretim devlerinin sürdürülebilir büyümesinin ardındaki itici gücün, Ar-Ge'ye ayrılan kaynak olduğunu görürüz. Türkiye'de de Ar-Ge kültürünün KOBİ'lerden başlayarak sektörün bütününe yerleşmesi gerekiyor" dedi. Türk tekstil ve hazır giyim sektöründe önceki yıllara kıyasla giderek artan bir Ar-Ge

bilincinin söz konusu olduğunu söyleyen Gülle, sanayicilerin, uluslararası rekabette başarı elde edebilmek için üründe farklılaşma yoluna gittiğini dile getirdi. Sektörü, yarımlara bu yenilikçi yaklaşımın taşıyacağını belirten Gülle, "TMHGF ile yapılan işbirliği, sektörün bu çabasına önemli katkı sağlayacak. İTKİB İTA'daki laboratuvar ortamının ülkemizde eşi benzeri yok. Buluşlar bir ışıkla gelir; imzaladığımız bu protokol, umarız bu ışıklar için anahtar görevi görür" diye konuştu.

### **TMHGF üyelerine yüzde 20 indirim**

TMGHF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk de alanında Türkiye'deki tek çatı kuruluş olan TMGHF'nin, 22 derneği ve bunlara bağlı yaklaşık 6 bin 800 üyeyi temsil ettiğini söyledi. Öztürk, "İTHİB ile kuracağımız bu çözüm ortaklığını, özellikle sunulan hizmetlerin tabana ulaşması açısından çok değerli buluyoruz" dedi. İşbirliği ile İTHİB ve İTKİB İTA'nın hizmetlerinden, federasyona bağlı üye dernekler ve onlara bağlı firmaların yüzde 20 indirimle yararlanacağını bildiren Öztürk, sağlanan her türlü faydanın sektöre olduğu kadar Türkiye ekonomisine de olumlu anlamda yansıtacağını söyledi.



## STOLL DENİM – YILIN YENİLİKÇİ TEKNOLOJİSİ

Stoll firması sayısız teknik yeniliklere sahip olmakla birlikte düz örme makinesi sektörünün de lideri konumunda bulunmaktadır. Yılda iki defa hazırladığımız trend koleksiyonlarımız dünya çapında moda ilham vermektedir. Stoll Denim ile ise sizleri tamamen yeni bir yola çıkarıyoruz. Jean görünümünü ilk defa bir örgü makinesinde üretmek mümkün olmuştur. Yeni nesil makinemiz CMS ADF-3, örgü teknolojisine tamamen yeni bir boyut kazandırdı ve örgü teknolojisi yepyeni bir noktaya ulaştı. Bu yeni teknoloji makine ile neredeyse istenebilecek (kullanılmış efekti ve yıpranmış efekti) her türlü jean üretilebilir hale gelmiştir. Tüm bunlar geleneksel jean üretimi ile kıyaslandığında ise daha düşük işçilik maliyeti, daha az hammadde kullanımı ile su ve enerji kaynaklarının korunması sağlanarak elde edilebilecek şekilde gelmiştir. Sadece ekonomik, sosyal ve ekolojik olarak değil; aynı zamanda estetik olarak da memnun edici kârlı bir yenilik olarak sizlerin ilgisine sunuldu. Örgü denim ürün çeşitliliğinizi genişletmenize ve yeni pazarlar yaratmanıza yardımcı olacak müthiş bir potansiyele sahiptir.

Stoll Denim'i keşfetmek için [www.STOLL.com](http://www.STOLL.com) veya [www.mayermumessillik.com.tr](http://www.mayermumessillik.com.tr).

**STOLL**  
KNIT AHEAD



# MODANIN GENÇ YÜZÜ: FASHIONist

**KÜLTÜRLERİN BULUŞMA NOKTASI OLAN İSTANBUL, MODANIN GENÇ VE YENİLİKÇİ YÜZÜ OLARAK YENİ BİR BUTİK FUARA EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR. ABİYE, GELİNLİK VE DAMATLIK ALANINDA PROFESYONELLEŞMİŞ VE SEKTÖRE YÖN VEREN 80 FİRMA FASHIONIST FUARI'NDA 2014 YAZ KOLEKSİYONLARINI İLK DEFA SUNMAK ÜZERE İSTANBUL'DA BİR ARAYA GELİYOR.**

**İstanbul'da** ilk kez 5-7 Aralık tarihlerinde gerçekleşecek "Fashionist Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı" kapılarını ziyaretçilerine açmaya hazırlanıyor. Harbiye'de İstanbul Kongre Merkezi Salonları'nda gerçekleştirilecek Fashionist Fuarı, sektör için yeni bir heyecan oluşturuyor. Patika Fuarcılık tarafından Osmanbey Tekstilciler ve İşadamları Derneği (OTİAD) işbirliği ile düzenlenen fuarın, 65 ülkeden yaklaşık 2 bin yabancı alıcıyla toplam 15 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapması bekleniyor.

Türkiye, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinden önemli marka ve üreticilerin şimdiden yer ayırttığı Fashionist Fuarı, Türk tasarımcıların son koleksiyonlarının görülebileceği Designers Lounge alanı ve yine tasarımcı ve marka defilelerinin yapılacağı defile salonu ile ziyaretçilerine tam donanımlı görsel bir organi-

zasyon sunacak. Abiye, gelinlik ve damatlık birbirinden kopmayacak sektörler olduğu için hepsini içinde barındıran niş bir fuar organize etmek istediklerini belirten OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan, Osmanbey'in tekstil ve abiye sektörünün merkezi olma yolunda emin adımlarla ilerlediğine dikkat çekti. Fashionist Fuarı'na sektör profesyonellerinin yoğun ilgi gösterdiğini ve bu anlamda çok güzel tepkiler aldıklarını belirten Orhan, sektörün yerli ve yabancı firmalarının fuar hazırlıklarını sürdürdüğünü vurguladı. OTİAD Başkanı, "Etkinlik tarih olarak dünya takviminde en son yapılan fuar olacak, 2014 yılında ise fuarımızı kasım ayına alacağız ve dünya fuar takvimine biraz daha yaklaşmış olacağız. Bu önemli organizasyonda tüm kurumların desteğine ihtiyacımız var, şu ana

kadar kapısını çaldığımız kimse bizi geri çevirmedi. Çünkü bu etkinliğin ayakları yere basan, üretimi ve satışı artırmaya yönelik dünyadaki en önemli fuarlardan biri olacağını biliyoruz" dedi.

Üç gün boyunca devam edecek Fashionist Fuarı'nın gala defilesini Cengiz Abazoğlu, kapanış defilesini ise Ezra-Tuba'nın yapacağını belirten OTİAD Fuarlar Komite Başkanı İlker Karataş, İstanbul'un moda fuarı özleminin bu Fashionist ile giderileceğinin altını çizdi. Karataş, "Bugüne kadar sektör adına faydalı olduğuna inandığımız ve hayata geçirdiğimiz her önemli projede bizlerden desteğini esirgemeyen İHKİB ve İTHİB yine aynı şekilde desteklerini sundu. Onların destek verdiği bu fuar projesi sektörümüze bir dinamizm kazandıracaktır" dedi.



**İLKER KARATAŞ**  
OTİAD Fuarlar  
Komite Başkanı



**ALİ ULVİ ORHAN**  
OTİAD Yönetim Kurulu Başkanı

# SLİK

Est.1936

Fermuar & Aksesuar

Bu markalardan herhangi birine üretim yapıyorsanız lütfen bizimle kontak kurunuz; en hızlı, ekonomik ve kaliteli servis ayrıcalığımızla sizi tanıştırmak isteriz.

## SLİK TÜRKİYE

Onaylı  
Olduğumuz  
Firmalar

Arcadia Group  
• Burton Menswear  
• Dorothy Perkins  
• Evans  
• Hawkshead  
• Racing Green  
• Topshop  
• Topman

ASOS  
Adams  
Aquascutum  
Banana Republic  
Bay Trading Co.

Bhs  
Blacks Outdoor  
Blues  
Bon Marché  
C & A  
Carrefour Group  
Cotton Traders  
Debenhams  
Dunnes Stores  
Edinburgh Woolen  
Mills  
Empire Stores  
Etam / Tammy  
Ethel Austin

Express  
Fat Face  
Freemans  
GAP Inc. (Adults Only)  
George (ASDA /  
Wal-Mart UK)  
Grattan  
JD Williams  
John Lewis  
Partnership  
Laura Ashley  
Limited Stores  
Long Tall SallyMac

kays  
Mango  
Marks & Spencer  
Matalan  
Monsoon  
New Look  
NEXT  
Oasis  
Old Navy (Adults Only)  
Paul & Shark  
Peacock Stores  
Per Una  
Principles  
Red Cats / La

Redoute  
River Island  
Sainsbury's  
Source Direct International-  
Limited  
TESCO  
Timberland  
Trutex  
UMBRO  
Wal-Mart Canada  
Wal-Mart USA  
(Adults Only, Child / Baby  
Pending)

Slik Global



SLİK FERMUAR DÜĞME ETİKET SAN. TİC.LTD.ŞTİ.  
Tel : +90 212 886 85 63 pbx Faks : 0212 886 69 85  
web : www.slikzips.com www.slikfermuar.com.tr  
e-mail : turkey@slikzips.com

SON YILLARDA KAN KAYBEDİLEN ABD PAZARINA KURDAKİ ARTIŞLA BİRLİKTE TEKRAR ODAKLANAN İHKİB, 27 FİRMA İLE NEW YORK'UN YOLUNU TUTTU. HEYET KAPSAMINDA ABD'NİN ÜNLÜ YATIRIM FONU "C.E.M. AND TAU INVESTMENT FUNDS" TAN 1 MİLYAR DOLARLIK ORTAKLIK TEKLİFİ ALAN BİRLİK, BÖYLECE BAŞARILI BİR HEYETE DAHA İMZA ATMIŞ OLDU.



# HAZIR GİYİMCİLERE “1 MİLYAR DOLARLIK” TEKLİF

**Küresel** pazarlardaki ihracat rakamlarını artırmak adına yeni strateji ve projelerle yola çıkan İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), belirlediği bu hedef doğrultusunda sektör için gidilmedik pazar bırakmıyor. Hedef pazar olarak belirlediği bölgelere 'Sektörel Ticaret Heyetleri'yle uzanan ve bu anlamda hazır giyim sektörüne öncülük eden

İHKİB'in son durağı ise ABD oldu. Son yıllarda kan kaybedilen ABD pazarına kurdaki artışla birlikte tekrar odaklanan İHKİB, 22 – 26 Eylül tarihlerinde 27 firma ile New York'a çıkarma yaparak, aralarında ünlü markaların bulunduğu ABD hazır giyim firmaları ile ikili görüşmeler gerçekleştirdi. Firmaların hazır giyim, konfeksiyon, çorap ve denim kategorilerinde katılım

gösterdiği ticaret heyetinde yaşanan en önemli gelişme ise firmaların ABD'nin ünlü yatırım fonu "C.E.M. AND Tau Investment Funds"tan 1 milyar dolarlık ortaklık teklifi alması oldu.

Ekonomi Bakanlığı'nın da desteğini arkasına alarak Dünya'nın dev ekonomilerinden biri olan ABD'ye Sektörel Ticaret Heyeti düzenleyen birlik, yerli firmaları Andrew



Marc, Cole Haan, Puma, Steve Madden, Ralph Lauren, Ann Taylor, JC Penny, Tory Burch, Abercrombie & Fitch, Marithe Francois Girbaud, Oscar de la Renta Dockers, Lee, Aeropostale, Eddie Bauer, Tommy Bahama, Loft ve Rebecca Taylor gibi dev markalarla bir araya getirdi. New York'un en merkezi ve prestijli alanında yer alan Gotham Hall salonunda gerçekleşen ikili iş görüşmelerine İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş, İHKİB Hedef Pazarlar Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Yarkin, Cem Altan, Birol Sezer, Nilgün Özdemir ve Ruşen Çetin de katıldı.



ABD'ye gerçekleştirilen Sektörel Ticaret Heyeti'ne; İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş, İHKİB Hedef Pazarlar Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Yarkin da katıldı.

## Firmalar fonlarla desteklenecek

Ticaret heyeti ile ilgili açıklama yaparak, ABD'nin ünlü yatırım fonu C.E.M. and Tau Investment Funds'tan 1 milyar dolarlık ortaklık teklifi geldiğini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Bu fon, 25-30 Türk tekstil firmasına ortak olmak istiyor. Böylece her firmaya 25 -50 milyon dolar arasında kaynak aktarılması planlanıyor" dedi. Öte yandan Sun Capital Partners isimli farklı bir Amerikan fonunun da Türk firmalardan alım yapmak istediğini belirten Tanrıverdi, bu tür fonların Türkiye'ye üretim anlamında yatırım yapmasının ABD ile Türkiye arasında gündemde olan

Serbest Ticaret Anlaşması'na olumlu katkı sağlayacağını ifade etti.

ABD'ye 450 milyon dolar olan ihracatı kurdaki artışın da etkisiyle 2014'te 800 milyon dolara çıkarmayı hedeflediklerini belirten Tanrıverdi, "Bu pazara 2005 yılında ihracatımız 2 milyar dolardı. Söz konusu rakam son 8 yıldır düşüşe geçince ABD unuttuğumuz bir pazar haline geldi. Ancak burada çok büyük bir tüketim söz konusu. Özellikle Türk denim firmaları için büyük fırsat görüyoruz. Bu nedenle buraya büyük markalarla girmemiz gerektiğine inanıyorum" şeklinde konuştu.

## Magic Show yeniden gündemde

Türk tekstil sektörü için bir dönem kritik bir yerde duran, ancak son 2 yıldır hiç katılım olmayan "Las Vegas Magic Show" şimdilerde yeniden gündemde. ABD pazarının anahtarı olarak gösterilen bu ülkenin en büyük tekstil fuarına katılmak için firmalardan talep geldiğini söyleyen İHKİB Başkanı Tanrıverdi, "Talebin yeterli olması durumunda 2014 yılında Magic Show'a tekrar milli katılım gerçekleştirebiliriz" dedi. ABD'li üreticiler için Türk tekstil sektörü artık Bangladeş ya da Vietnam'ın alternatifi olarak değil, kalite anlamında İtalyan rakipleri ile karşılaştırılır hale geldiğini söyleyen Tanrıverdi, bu noktada tasarımın öneminin altını çizdi. "Mavi markasının burada gösterdiği başarı tek başına bile bir algı yarattı. 'Made in Turkey' algısının gelişmesi için gelecek yıl tasarımcılarımızla da bir çıkarma planlıyoruz" diyen Tanrıverdi New York Moda Haftası'nda da Türk tasarımcılarının daha etkili bir şekilde yer alabilmesi için de planları olduğunu anlattı.

## ABD pazarı canlanıyor

ABD'nin konfeksiyon sektörü için çok büyük bir pazar olduğunu ve 8 yıldır kan kaybedilen bu bölgede Türk tekstil üreticilerini yeniden hatırlatmak istediklerini belirten İHKİB Hedef Pazarlar Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe, 2005 yılından



## TİCARET HEYETİ

KÜRESEL PAZARLARDA DÜŞÜK OLAN PAYINI ARTIRMAK İÇİN YENİ STRATEJİ VE PROJELERLE YOLA ÇIKAN İHKİB, SEKTÖRÜN İHRACAT RAKAMLARINI ARTIRMAK İÇİN GİDİLMEDİK PAZAR BIRAKMIYOR. YURTDIŞINA DÜZENLEDİĞİ 'SEKTÖREL TİCARET HEYETLERİ'YLE SEKTÖRÜN GÜCÜNE GÜÇ KATMAYI HEDEFLEYEN İHKİB'İN SON DURAĞI ABD OLDU.



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

*"ABD'ye 450 milyon dolar olan ihracatı kurdaki artışın da etkisiyle 2014'te 800 milyon dolara çıkarmayı hedefliyoruz."*

bu yana ABD pazarında kurların etkisiyle büyük bir pay kaybedildiğine dikkat çekti. Türkiye'nin 2005 yılında ABD pazarında yaklaşık 2 milyar dolarlık ihracat payı olduğunu, ancak bu rakamların 2013 yılına kadar 400 milyonlara gerilediğine vurgu yapan Gültepe, ABD pazarna düzenlenen sektörel ticaret heyetiyle birlikte pazarın tekrar canlanabileceğine dikkat çekti. ABD pazarının tekrar elde edilebilmesi için karşılıklı görüşmelerle o pazarda firmaların tanıtımının yapıldığını, koleksiyonların sergilendiğini söyleyen Gültepe, yapılan organizasyonla sektör hakkında geniş bilgilerin de verildiğini belirtti.

**New York**'un en merkezi ve prestijli alanında yer alan Gotham Hall salonunda gerçekleşen ikili iş görüşmelerine; Colin's, Big Blue, Avva, Bilsar, Şahinler Holding, Kipaş, Özak, Fetih, Talu, Cemko, Nurteks, Ercem, BTD, Ercem, Moda Vizyon, Texim, Aster, Casa, Zigzag, SBS, Murat Çorap, Akın Çorap, TextUre, Atlas Çorap, Çağdaş Çorap, Narkonteks, Suwen, Tuği Kids gibi Türk firmaları dahil oldu.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yeni müşteriler edinmesi için ABD'ye gerçekleştirilen sektörel ticaret heyetinin son derece başarılı geçtiğine vurgu yapan Gültepe, "Gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde, her şeyden önce bizimle iş yapmak isteyen firmalarla sürekli temas halinde olmamız gerektiğini anladık. Her altı ayda bir firmalarla görüşmeler yapılması gerekiyor ki, ABD pazarından verimli bir sonuç alınabilsin. Bölgede iş yapabilecek firmaların hem Türkiye, hem de ABD'de temsilciliklerinin olması gerekiyor" dedi. ABD pazarında hızlı bir tüketimin söz konusu olduğunu vurgulayan Gültepe, Türk tekstilinin ABD'nin beklentilerinin çok üstünde bir yapıya sahip olduğunu belirterek, "Bu pazarda tek sorunumuz fiyatlandırma sistemi. Çünkü Uzakdoğu'dan daha düşük fiyat beklentileri var" dedi.

### "İhracat bir yılda ikiye katlanabilir"

İHKİB olarak ihracata katkıda bulunmak adına organizasyonların başarılı bir şekilde düzenlendiğini belirten Mustafa Gültepe, "Burada gördük ki, dolar 2 TL bandında kalırsa ABD'ye ihracatımız 1 yılda ikiye katlanır" dedi.

New York'ta bir İHKİB temsilciliği kurma fikrinin geliştiğini anlatan Gültepe, ABD'li alıcıların her an ulaşabilecekleri bir muhatap bulma isteğine de dikkat çekti. İHKİB'in düzenlediği ilk sektörel ticaret heyetinin Danimarka'ya gerçekleştiğini ve bu heyetten sektör adına olumlu sonuçlar alındığını ifade eden Gültepe, "En son ABD'ye düzenlediğimiz ticaret heyeti de amacına ulaşacaktır. Şuan hedefimizde daha uzak pazarlar var. Bizim amacımız gelişen ve gelişmekte olan pazarlara kendimizi göstererek, iş birlikleri yapmak ve ihracatımıza katkıda bulunmak. 2014 yılında ABD'ye tekrar gitmek istiyoruz. Henüz konuşulmuş net bir şey yok, ama aldığımız tepkiler o pazarda başarılı olabileceğimize işaret ediyor" dedi. Sektörel ticaret heyetleri ile hem ülkenin ihracatına, hem de ülkenin tanıtımına katkı sağlandığına dikkat çeken Gültepe, ülkenin turizm sektörüne de bu yolla katkı sağlandığını belirtti. Gültepe,

"Sektörel ticaret heyetlerinde bir araya geldiğimiz firmalara ülkenin gelişimini ve ülkeyi yakından anlatma fırsatı buluyorsunuz" dedi.

### Ekoteks'ten WRAP desteği

İHKİB tarafından ABD'ye düzenlenen sektörel ticaret heyetinin son derece olumlu geçtiğini belirten İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, ticaret heyetinin Amerika pazarında tekrar hareketlenmek adına gerçekleştirildiğini dile getirdi. Sektörel ticaret heyetlerinde yapılan görüşmelerin sürdürülebilirliğinin çok önemli olduğunu vurgulayan Özdemir, bu heyet sonrasında kalıcı ve sağlam iş bağlantılarının kurulacağına inandıklarını söyledi. ABD'li dev markaların heyete gösterdiği ilgiden memnun kaldıklarını belirten Özdemir, bağımsız bir laboratuvar olarak tekstil sektöründe hizmetlerini her geçen gün artırarak sürdüren Ekoteks Laboratuvarı adına da olumlu gelişmelerin yaşandığına vurgu yaptı. Özdemir, "Ekoteks adına da olumlu gelişmeler oldu. Türk firmalarının ABD piyasasına girmeleri için uygunluk belgesi almaları gere-



**NİLGÜN ÖZDEMİR**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

*"Sektörün her zaman yanında olan Ekoteks, ABD pazarına girmek isteyen firmalara da destek verecek."*

**DOLAR KURUNUN 2 TL'LER SEVİYESİNE ÇIKMASI, DEV ABD PAZARINI YENİDEN HEDEF HALİNE GETİRDİ. HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ İHKİB ORGANİZASYONU İLE NEW YORK'A YAPTIĞI ÇIKARMADA, ABD'Lİ ALICILARLA BİREBİR GÖRÜŞMELER YAPARAK, 2005'TEN BERİ UNUTULAN BU PAZARDA YENİ SİPARİŞ ARAYIŞINA ÇIKTI.**



**CEM ALTAN**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

*“İHKİB’in ABD pazarına çıkarma yapmasının altında yatan nedenlerden biri de kurların yükselmesi oldu.”*

kiyor. Bu anlamda Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP) ile görüştük. Dolayısıyla WRAP belgesi oradaki geçerlilik anlamına geliyor. Sektörün her zaman yanında olan Ekoteks, ABD pazarına girmek isteyen firmalara da bu anlamda destek verecek” dedi.

## Kurdaki yükseliş hazır giyimciyi ümitlendirdi

Ticaret heyetlerinin, Türk üreticilerinin kendilerini yurt dışında tanıtılabilmeleri, bireysel olarak ulaşamadıkları firmalara kolayca buluşabilmeleri ve farkındalığın artırılması için düzenlenen organizasyonlar olduğunu belirten İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan, Birliğin düzenlediği ticaret heyetleriyle Türk üreticilerinin pazar paylarını artırdığının altını çizdi. Ticaret heyetleriyle birlikte alıcılara firmaların neler yaptığını gösterme imkanı da bulduklarını söyleyen Altan, bireysel görüşme imkanları ile de iş bağlantılarının yapıldığını ve pazarda etkin olabilmemenin yollarının arandığını vurguladı. ABD’ye 1990’lı yıllarda ihracatın çok üst düzeyde gerçekleştiğini belirten Altan, “O zaman en büyük engelimiz kotalardı.

Kotalar dolana kadar yoğun bir ihracat olurdu ve ne zaman kotalar biter, ihracat da dururdu. Sonra kotalar kalktı, fakat bu sefer de Uzakdoğu ve Afrika ülkeleri ile serbest ticaret anlaşması yapıldı ve Türkiye bu anlaşmaların dışında tutuldu. Yüzde 30'lara varan ithalat vergileriyle de ihracat hızla geriledi” dedi.

Bu pazara çıkarma yapmanın altında yatan önemli nedenlerinden birinin kurlarda yaşanan gelişmenin olduğunu belirten Altan, “Kurların daha iyi seviyelere gelmesi bizi ABD pazarında ümitlendirdi” diyerek artan kur fiyatlarının ihracatçılar için bir avantaj olduğunu vurguladı.

Avrupa Birliği ile ABD arasında gündemde olan Serbest Ticaret Anlaşması'na da dikkat çeken Altan, “İsteğimiz bu görüşmelere Türkiye'nin de dahil edilmesi yönünde. Diğer taraftan birlik olarak bu konuda da lobi yapmamız gerekiyordu ve bu ticaret heyetini düzenleyerek bizim de bir katkımız olacağını düşündük.” dedi.

## Dünya devlerinden heyete yoğun ilgi

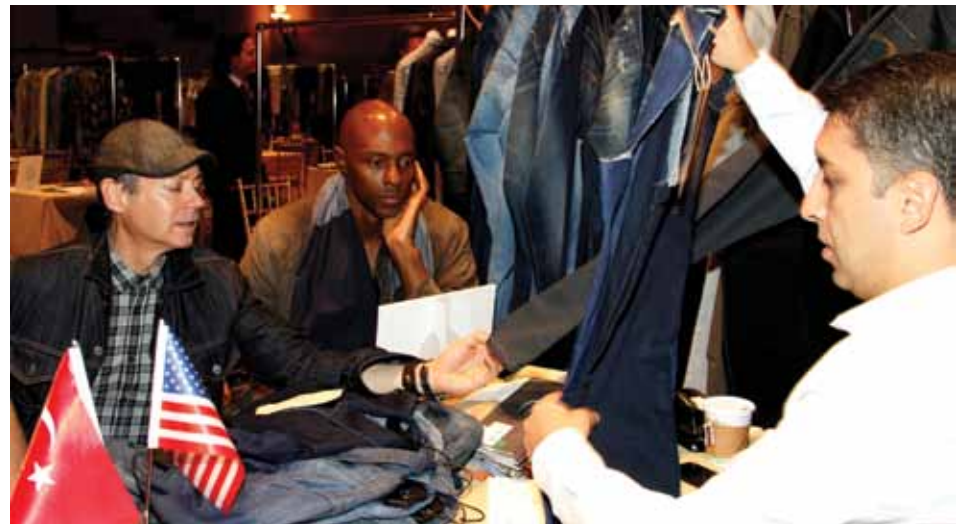
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan, Birlik tarafından Şanlıurfa'da hayata geçirilen HOSAB projesi tamam-



**FATİH YARKIN**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

*“Firmaların ve hedef olarak belirlenen pazarın yapısı birbirine uygun olduğu durumda ticaret heyetleri de verimli geçer”*

landığında, söz konusu üreticilerin 6'ncı bölge teşviklerinin verdiği fiyat avantajları ile daha rahat üretim yapabileceklerini vurgulayarak, “Buradaki firmaların üretici kimliğine kavuşabilmeleri için büyük adetli imalatlara ihtiyaçları olacak. İşte ABD pazarı da verdiği yüksek adetli siparişleriyle-



Dolar kurunun 2 TL seviyelerine çıkması dev ABD pazarını yeniden hedef haline getirirken, hazır giyimciler de tekrar rotayı bu bölgeye çevirdi.

TÜRK FİRMALARIYLA GERÇEKLEŞEN İKİLİ GÖRÜŞMELERE ARALARINDA ANDREW MARC, COLE HAAN, DOCKERS, LEE, AEROPOSTALE, EDDIE BAUER, ABERCROMBIE&FITCH, PUMA, REBECA TAYLOR, TORY BURCH VE BON MARCHE GİBİ ÜNLÜ MARKALARIN OLDUĞU 79 ABD FİRMASI GELDİ.

## TİCARET HEYETİ

26



**MUSTAFA GÜLTEPE**  
İHKİB Hedef Pazarlar Komitesi Başkanı

*“Dolar 2 TL bandında kalırsa ABD’ye ihracatımız 1 yılda ikiye katlanır.”*

le bu bölgeyi doyurabilir. Bunun dışında şu anda en büyük pazarımız Avrupa. Ayrıca Avrupa, Amerika ile serbest ticaret anlaşması yaptığı zaman bizim ürünlerimiz de Avrupa’da ABD’ye daha rahat satılabilir. Bu yüzden Amerika pazarında kendimizi tekrar konumlandırmamız gerekir” dedi. ABD ticaret heyetine dünya markalarının katıldığını söyleyen Altan, heyete JCPenny’nin alım direktörünün de geldiğinin altını çizdi.

### “ABD’de yeniden keşfe çıkabiliriz”

Ticaret heyetinde, ABD’nin ünlü yatırım fonu C.E.M. and Tau Investment Funds’tan 1 milyar dolarlık ortaklık teklifi alındığını vurgulayan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Yarkın, böyle bir fonun Türk firmalarını ziyaret etmesinin ülke adına çok olumlu bir gelişme olduğunu vurguladı. Firmalarının yapısının pazarın yapısına uygun olması durumunda ticaret heyetlerinin verimli geçeceğini söyleyen Yarkın, “Avrupa’nın en gelişmiş ekonomi ve kültürel alt yapısına sahip İskandinav ülkelerinin Türkiye için çok büyük bir potansiyel barındırdığını Danimarka’ya düzenlediğimiz sektörel ticaret heyeti ile gördük. Ülkenin yapısı ve firmaların üretim yapıları birbirlerine uyumlu olduğu için çok güzel iş bağlantıları yaparak döndük” dedi. Amerika pazarının dünya üzerinde çok büyük etkisi olduğunu söyleyen Yarkın, heyette bu pazara uygun olabilecek firmalara ağırlık verildiğinin altını çizdi. İki gün tam zamanlı yapılan görüşmelerin sonunda firmaların kendi yapılarına göre bir ortak bulabileceklerini belirten Yarkın, kan kaybedilen pazarda etkin olabilmenin yollarından birinin de sürdürülebilirlikten geçtiğinin altını çizdi. Bir sonraki ticaret heyetinin tekrar ABD’ye yapılması gerektiğini söyleyerek, “Bu pazara Kanada’yı ekleyerek yeniden

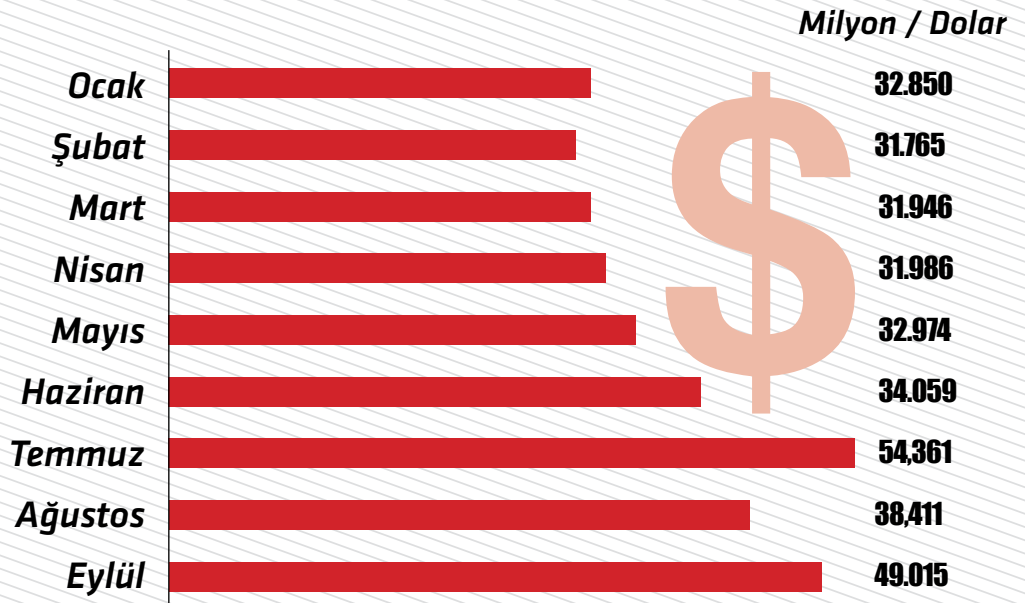


**SEDA LAFÇI**  
İMA Direktörü

*“Heyet kapsamında ünlü moda okulu Parsons ve Amerika Moda Tasarımcıları Konsey’i olan CFDA ile olumlu görüşmeler içine girdik.”*

keşfe çıkabiliriz. Çin’deki fiyatların artması, işçilik ücretlerinin artması, Bangladeş’te yaşanan fabrika yangınları, Ortadoğu’da yaşanan kriz, Türkiye’yi ön plana çıkardı. Biz bunu ABD’de de hissettik. Sanayici, hazır giyimci korkmamalı yatırıma gitmeli diye düşünüyorum. Ticaret heyetlerine de bu anlamda kısa vadeli bakılmamalı. Bir görüşme dahi olsa ısrarla üzerine gitmeli ki iş birliği sağlanabilsin” dedi.

## ABD HAZIR GİYİM PAZARININ 9 AYLIK İHRACAT SEYRİ





# go natural



*all natural  
buttons* 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

[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. Necih Özmen Mah. Fatih Cad.  
Ceviz sk. Nazmi İlg Hanı No: 22/3  
Merter - 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

## TİCARET HEYETİ



**TURGUT BAKIR**  
Moda Vizyon Tekstil Genel Müdürü

### DEV MARKALARDAN YOĞUN İLGİ GÖRDÜK

Öncelikle ABD'ye düzenlenen ticaret heyetinin firmamız açısından olumlu geçtiğini söyleyebilirim. Firma standımıza ABD'de ve dünyada isim yapmış pek çok dev marka geldi. Modavizyon olarak ABD'ye sipariş bulma umuduyla değil, kendimizi tanıtmak için gittik. İHKİB sayesinde de bu amacımıza ulaştık. ABD tekstil anlamında çok büyük bir pazar ve Türkiye'nin o pazarda uzun süredir etkili olmaması, sektör adına büyük bir kayıp. Ümit ediyoruz ki yakın zamanda bu pazar, sektörün ihracat rakamlarını bir adım daha yukarı taşımasında çok daha etkili olacak.

### NUMUNE HAZIRLIĞINA BAŞLADIK

ABD Ticaret Heyeti firmamız adına olumlu geçti. Ciddi alıcılarla görüşme fırsatı bulduk. Görüştüğümüz bu alıcıların bir ikisi ile iş yapabilesek zaten ciddi bir rakam yakalamış oluruz. ABD çok büyük, tüketim açısından da çok güçlü bir ülke. Bu pazarı ziyaret etmek, firmamızı tanıtmak bile bence güzel bir durum. Bu heyet dışında ABD'ye gitmiş olsaydık zaten bu kadar firma ile görüşme şansımız olmazdı. Heyete taşıdığımız numuneler büyük beğeni topladı, şuan da ABD pazarı için numune hazırlığına başladık. İşin bundan sonraki kısmı fiyatta anlaşmamıza bağlı. Fiyatları iki taraflı tutturabildiğimiz sürece çalışmalarımız daha da olumlu sonuçlanacaktır.



**ALİ ÖZÜREN**  
Murat Çorap - Şirket Ortağı



**ALİ KOÇALI**  
Aster Tekstil Pazarlama Müdürü

### PAZARA DAİR BİLGİMİZİ YENİLEDİK

Her şeyden önce Amerika pazarını anlamak ve hatırlamak adına bu heyete katılmak önemliydi. Ticari bir sonuç almamış olsak da ancak o pazara dair bilgimizi yenilemiş olduk. Hatırı sayılır birkaç firma ile görüştük, bu firmalarla yaptığımız toplantılar da son derece iyi geçti. Ticari değer oluşması için o ülkeye birçok kez gitmek gerekiyor. Bu anlamda farklı projelere de ihtiyaç var. Bunların sonucunda belki daha olumlu sonuçlar çıkabilir. Ama bugünden yarına dair ticari bir sonucu kimsenin beklememesi gerekiyor.

### İMA da heyette yerini aldı

ABD Ticaret Heyeti'ne katılanlar arasında İstanbul Moda Akademisi de (İMA) vardı. Heyet kapsamında önemli görüşmeler gerçekleştirdiklerini belirten İMA Direktörü Seda Lafçı, İMA işbirliği kapsamında uluslararası anlamda tanınmış güçlü bir okul olan Parsons ve Amerika Moda Tasarımcıları Konseyi olan CFDA temsilcileri ile bir araya geldiklerini ifade etti. Parsons temsilcileri ile yaptıkları görüşme neticesinde daha çok öğrenci ve eğitmen değişikliğine dayalı bir iş birliğini masaya yatırdıklarını söyleyen Lafçı, CFDA ile daha

çok moda tasarımcılarını destekleyecek bir takım projeler için görüşme imkanı bulduklarını dile getirdi. Görüşmelerin firmalar kadar İMA açısından da son derece olumlu geçtiğini vurgulayan Seda Lafçı, bu projelerin hayata geçebilmesi için takibinin çok iyi yapılmasının gerektiğini vurguladı. Lafçı, "Görüşme yaptığımız kişileri İstanbul Moda Haftasına davet ettik. Bu görüşmeleri tasarımcılarımızı başka ülkelerde de tanıtmak için yaptık. Önümüzdeki dönemlerde Moda Tasarımcıları Derneği'nin (MTD) de dahil olabileceği yapıyla birlikte ortak projeler için görüşülmeye devam edilecek" dedi.

### "İHKİB başarılı bir çalışmaya imza attı"

ABD pazarına İHKİB tarafından Sektörel Ticaret Heyeti'nin düzenlenmesini sektör adına olumlu bir adım olarak yorumlayan Eroğlu Giyim Pazarlama Müdürü Suat Eroğlu, Birliğin heyet öncesinde yaptığı çalışmalar kapsamında bu programa katılacak firma listelerini kendileriyle paylaşmasının, görüşmelerini doğru bir şekilde organize edebilmeleri açısından faydalı olduğunu söyledi. Suat Eroğlu, heyet kapsamında firmaları adına birkaç yerle görüşme imkanı yakaladıklarını da sözlerine ekledi.

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



### Tekstili \*Geleceğe Taşımak...

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

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

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

 **BASF**

The Chemical Company

İDMİB VE DTG GEÇTİĞİMİZ YIL İLKİNİ DÜZENLEDİĞİ “DETAY DERİ ÜRÜNLERİ TASARIM YARIŞMASI” İLE BAŞLATTIĞI ÖZGÜN TASARIM ARAYIŞINI BU YIL DA SÜRDÜRÜYOR. YARIŞMANIN BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRMAK İÇİN TANITIMLARINI DEĞİŞİK PLATFORMLARA TAŞIYAN İDMİB VE DTG, ‘AKLINDAN BİR ÇANTA TUT’ WORKSHOP’UYLA BU ÇALIŞMALARINI HIZLANDIRDI.



# DERİ DOLU YARIŞMA, ÖDÜLLERLE GELİYOR

**Türk** deri sektörünün dünya ile rekabeti için taze fikirlere ve çağdaş tasarımlara duyduğu ihtiyaç doğrultusunda, İDMİB ve DTG işbirliğinde hayata geçirilen “DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması” şimdilerde ikinci dönemine hazırlanıyor. Yarışmanın hem sektör çevrelerinde hem de genç tasarımcı adayları arasındaki bilinirliğini artırmak için tanıtımlarını değişik platformlara taşıyan İDMİB ve DTG, bu düşünceden hareketle 24 Eylül tarihinde İstanbul Moda Akademisi’nde (İMA) bir workshop düzenledi. “Aklından bir çanta tut” başlığı altında gerçekleşen ve London College of Fashion Aksesuar Tasarımı eğitmenlerinden Volker Koch’un öncülüğünde ilerleyen workshop’a İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet, İMA Direktörü Eda Dorman, İMA Deri Giyim, Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımı Eğitmeni Duygu Ergör, moda bloggerları Zehra Elif Taş (Zelfist) ve Duygu Cinislioğlu (Modaduygusu) gibi isimler katıldı.

Günümüz teknolojisinde en hızlı yayın aracının internet olduğundan yola çıkarak, el işi çanta yapımının gösterildiği workshop’a bloggerları da dahil eden İDMİB ve DTG, bu yolla DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması’nın bilinirliğinin hızla yayılmasını hedefledi. Workshop’ta yaptığı konuşmada deri konfeksiyon, saraciye ve ayakkabı kategorilerinden oluşan yarışmanın ilk etabının 4 Kasım’da, düzenleneceğini belirten İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet, final gecesinin ise 10 Aralık tarihinde gerçekleşeceğini haberini verdi. Yarışmanın, Türkiye’deki deri sektörünün dünya ile rekabeti için taze fikirlere ve çağdaş tasarımlara verdiği destek ile büyük bir görev üstlendiğini vurgulayan Çelet, yapılan workshopla da bloggerlar aracılığı ile sektör için neler yapılabildiğini göstermek istediklerini vurguladı. Günümüz teknolojisinde en hızlı yayın aracının internet olduğunu ve DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması’nın

bilinirliğinin hızla yayılması adına bloggerları bu organizasyona davet ettiklerini vurgulayan Çelet, “Birçok tasarım yarışması var, ancak önemli olan katma değerli ürünler üretebilmek ve bunu da tasarımla birleştirmek. Bu yarışmanın sonucunda finale kalan her finalist için para ödülünün dışında İMA ve LFC’nin yaptığı protokol sonucu onların LFC’de eğitim hakkı kazanmalarının da önünü açtık” dedi.

## Tasarımda emin adımlar

İDMİB ve DTG’nin İMA desteği ile şüanda hem sektöre hem de tasarımcılara destek verdiğini belirten İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet, Türk deri sektörünün özgün tasarımlar ve katma değerli ürünler üretebilme yolunda emin adımlar attığını dile getirdi. Türkiye’nin ucuz iş gücüyle çalışan sadece temel ürünler üreten bir ülke olmasının dışında daha fazla tasarım odaklı çalışması gerektiğine vurgu yapan Çelet, ihracatçı birliklerinin





**VOLKER KOCH**  
LFC- İMA Deri  
Programı Eğitmeni

### TASARIMI DESTEKLEYEN BİR YARIŞMA

Burada düzenlenen workshop'un derinin 'know how' unu görebilmek adına gerçekleşen güzel bir örnek olduğunu düşünüyorum. Türkiye'de tasarım anlamında eğitim alan öğrencilerin gerçekten isteyerek bu tasarımları yapması, deri sektöründe de eğitilmiş kişilerin olacağına işaret ediyor. DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nın da tasarımı sonuna kadar desteklediğini biliyorum ve bu yarışmanın sonunda da yarışmacıların çok iyi eğitimler alarak kendilerini bu alanda daha da geliştireceğine inanıyorum. Dünyada deri sektörü artık tasarım odaklı çalışmaya başladı ve Türkiye'nin de bu pastadan yeteri kadar pay alabilmesi için tasarımı çok iyi yapması gerekiyor.

amacımın da bu vizyonu yaratmak olduğunu söyleyerek, DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışmasının da bu vizyonu oluşturmak amacıyla düzenlendiğine dikkat çekti.

Yarışmada ilk sezonu başarılı bir şekilde geride bıraktıklarını ve bu dönemde aynı hızla yollarına devam edeceklerini söyleyen Çelet, bu tür yarışmaların daha iyi sonuçlar vermesi için birlik olarak gereken hassasiyeti gösterdiklerini dile getirdi.

Geçtiğimiz yıl ilki gerçekleşen DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nda finale kalan genç tasarımcıların sektöre kazandırılması anlamında yavaş yavaş olumlu sonuçlar almaya başladıklarını belirten Çelet, "Bu yarışmada bize düşen iki taraflı bir görev söz konusu. Hem sektörümüzdeki oyuncuları tasarımın çok önemli olduğuna ikna ettirmemiz, hem de geleceğin genç tasarımcılarını en iyi şekilde yetiştirmek gerekiyor" dedi.

### "En büyük avantaj, pazar çeşitliliğimiz"

Türkiye deri sektörünün artan ihracat rakamlarına da dikkat çeken İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet, sektörün dünya deri ihracatından aldığı payın yüzde 1 olduğunu ifade etti. Türkiye'nin coğrafi konumu açısından Avrupa'ya yakınlığı ve pazar çeşitliliğinin

olmasının deri sektöründe ihracat rakamlarındaki artışı da beraberinde getirdiğini söyleyen Çelet, "Türkiye deri sektörünün markalaşma adına elindeki bulundurduğu en büyük fırsat, pazar çeşitliliğine sahip olması" diye konuştu. Dünya ile rekabet edebilmek için tasarım önemine de değinen Çelet, "Bizim de tüm uğraşımız, tasarım anlamında elimizde olan değerleri kendi insanımızla fırsata çevirmek. Bunun için genç arkadaşlarımıza tasarım eğitimi vermek istiyoruz. Bunun bir ayağı da DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması gibi projeler olduğu için bu tür çalışmaların çok önemsiyoruz" dedi.

### İMA deri programları start aldı

Moda dünyasının en önemli ve ayrılmaz parçalarından birinin deri endüstrisi olduğunu belirten İMA Akademik Direktörü Eda Dorman ise sektörün, teknolojinin gelişmesi ile rekabetin çok yoğun olduğu, gelişmeye açık bir alan olarak ortaya çıktığını vurguladı. Bu alanda profesyonel olarak eğitilmiş ve endüstrinin ihtiyaçlarına cevap verebilecek kişilere her geçen gün daha da fazla ihtiyaç duyulduğunu söyleyen Dorman, İMA'nın programlarına dahil ettiği "Deri Giyim, Ayakkabı ve Aksesuar Tasarım Programı" ile deri endüstrisine global standartlarda eğitilmiş kişiler kazandırmayı amaçlandığını ifade etti. İMA'nın tasarımcı yetiştirme anlamında büyük bir ilerleme kaydettiğini, LFC ile yapılan protokol sonrasında da İMA'da "Deri

Giyim, Ayakkabı ve Aksesuar Tasarım Programı" eğitimi verme yönünde karar aldıklarını söyleyen Dorman, "LFC de endüstriyi anlayan ve ihtiyaçlarını bilen çağdaş moda okullarından bir tanesi. Karşılıklı değişim programları ile oradan getirdiğimiz eğitmenler tarafından İMA'da dersler veriliyor. Bizim amacımız hem teknik, hem de yaratıcılık açısından öğrencilerimizi desteklemek" dedi. İMA'nın deri programında neler yaptığını gösterebilmek adına bir Workshop düzenlediğini söyleyen Dorman, programın amaçlarından birinin de tekniğin dizayna nasıl entegre edildiğini, deri tasarımına ilgisi olanlara göstermek olduğunu söyledi.



**DUYGU CİNİSLİ**  
Blogger

### TÜRKİYE, DERİ İÇİN BİR HAZİNE

Türkiye'de deri üretimi anlamında çok değerli işler yapılıyor ki, Türkiye zaten bu anlamda bir hazine gibi. Elimizde olan değerleri sadece çok iyi işlememiz gerekiyor. Tasarım gücünün üretime yansması da sektörde olumlu sonuçlar doğuruyor. Dünya deri endüstrisine bakıldığında Türkiye'nin bu tabloda iyi bir yerde durduğunu söyleyebiliriz. Bugün sektöre baktığımızda bir çok dünya devinin bile Türkiye'de üretim yaptığını görüyoruz. Diğer taraftan Türkiye'de tasarım bilincinin günden güne yerleşmeye başladığını çok rahatlıkla söyleyebiliriz.

Gerçekleşen moda haftaları ve yarışmalar bu alana ilgisi olan tasarımcıların kendi markalarını kurma konusunda da bir adım oluşturuyor.



"Aklından bir çanta tut" başlığı altında düzenlenen workshop, London College of Fashion Aksesuar Tasarımı eğitmenlerinden Volker Koch'un öncülüğünde gerçekleşti.

# MODA



**“ARENA”YA ÇIKTI**

İHKİB'İN YARATTIĞI VE 2013 YILI İTİBARIYLA PROFESYONEL ELLERE DEVRETTİĞİ İSTANBUL MODA HAFTASI, KURUÇEŞME ARENA'YA KURULAN İKİ DEV ÇADIRDA MODASEVERLERİ AĞIRLADI. 7-11 EKİM TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ORGANİZASYON, 43 TASARIMCININ BİRBİRİNDEN YARATICI KOLEKSİYONLARI İLE TAM BİR MODA ZİYAFETİNE DÖNÜŞTÜ.

## MODA HAFTASI

34

Defile, sunum ve diğer etkinliklere katılan davetliler arasında Abdullah Avcı, Adaeza Yobo, Ajda Pekkan, Atiye, Ayşe Hatun Önal, Azra Akın, Barbara Becker, Beren Saat, Buğra Toplusoy, Burcu Kara, Buse Terim, Çağla Şikel, Can Bonomo, Ceyda Ateş, Deniz Akkaya, Deniz Çakır, Derya Şensoy, Ebru Şallı, Ece Sükan, Eda Taşpınar, Emre Karayel, Engin Altan Düzyatan, Ertekin, Etel Baler, Ferhan Şensoy, Göksel, Gonca Vuslateri, Hatice Aslan, İvana Sert, Kenan Doğulu, Mabel Matiz, Müge Boz, Nil Karaibrahimgil, Nur Fettahoğlu, Okan Buruk, Özge Ulusoy, Pınar Altuğ, Semih Erden, Seren Serengil, Siren Ertan, Yalın, Yolante Sneijder gibi ünlü isimler yer aldı.



**Dört** yıl önce İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından yaratılan ve kısa sürede Türkiye'deki moda tasarımcılarının en önemli vitrini konumuna gelen İstanbul Moda Haftası (Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul Presented By American Express), 7-11 Ekim tarihleri arasında Kuruçeş-

me Arena'ya kurulan iki dev çadırda gerçekleştirildi. İHKİB'in Mart 2013'te profesyonel ellere devrettiği, bu alanda uluslararası deneyime sahip bir firma olan IMG Fashion tarafından 2'nci, toplamda ise 9'uncu defa düzenlenen organizasyonda, Mehtap Elaidi'den Hakan Akkaya'ya, Cengiz Abazoğlu'ndan Özlem Kaya'ya

• 65 metre uzunluğunda ve 20 metre genişliğindeki etkinlik alanında iki çadır kuruldu.

• 26 metre uzunluğundaki podyum yüksek teknoloji ürünü 500'den fazla spot ile aydınlatıldı. Podyumun arkasında ise 4x6 metre ebadında bir LED ekran bulunuyordu.

• Moda Haftası 9. döneminde de başta İHKİB olmak üzere, Moda Tasarımcıları Derneği, Birleşmiş Markalar Derneği ve İstanbul Moda Akademisi tarafından desteklendi.

kaf'dan  
by  
elaidi



• Organizasyonu, başta Türkiye olmak üzere, Kanada, Çin, İngiltere, Fransa, Almanya, Hong Kong, Hindistan, İsrail, İtalya, Japonya, Kuveyt, Lübnan, Nijerya, Katar, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'nden basın mensupları ve satın alma sorumluları takip etti.



toplam 43 tasarımcı 2014 İlkbahar-Yaz koleksiyonunu sergiledi. İHKİB başta olmak üzere, Moda Tasarımcıları Derneği (MTD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) tarafından desteklenen etkinliğe yerli ve yabancı basın mensupları büyük ilgi gösterdi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'den

IMG Fashion Uluslararası Kreatif Direktörü Jarrad Clark'a, organizasyonda koleksiyonlarını sergileyen tasarımcılardan basın mensuplarına kadar herkesin ortak görüşü, İstanbul Moda Haftası'nın doğru rota izlediği, her geçen sezon üstüne koyarak büyüdüğü ve kendini geliştirdiği yönünde oldu.

• İsim sponsorluğunu MercedesBenz'in, ana sponsorluğunu American Express'in vaptiği organizasyonun diğer sponsorları DHL, Maybelline New York, Swarovski, Habitat, Grand Hvatt, Park Hvatt İstanbul ve Uludağ oldu.



İHKİB Başkanı Tanrıverdi :

## “İstanbul Moda Haftası profesyonel bir yaklaşımla büyüyor”



İSTANBUL MODA HAFTASI'NİN HER SEZON DAHA PROFESYONEL BİR YAKLAŞIMLA BÜYÜDÜĞÜNÜ BELİRTEN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, “İSTANBUL MODA HAFTASI'NİN GERÇEKLEŞTİĞİ DÖNEMDE DÜNYADA MODANIN KALBİNİN İSTANBUL'DA ATMASINI VE BU DÖNEMİN, MODA DÜNYASINDAKİ KİŞİLERİN AJANDALARINDA İŞARETLİ OLMASINI SAĞLAMAMIZ GEREKEN BİR DÖNEMDEYİZ” DİYEREK ORGANİZASYONUN HEDEFİNİ NET BİR ŞEKİLDE ORTAYA KOYUYOR.

**İHKİB'in** artık İstanbul Moda Haftası organizasyonunda tepe noktada konumlandığını ifade eden İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, ülke imajının gelişmesinin ve sektörün tasarıma önem veren bir bakış açısı ile hareket etmesinin, Türkiye'nin artık dünyada 'rol alan' değil, 'rol veren' bir ülke olmasını sağlayacağını altını çiziyor.

**İstanbul Moda Haftası sizce bu sezon nasıl geçti?**

Moda Haftası, her sezon daha profesyonel bir yaklaşım ortaya koyarak büyüyor. Yurtdışında da daha fazla ses getirmeye başlayan organizasyonun bu sezon da kendini geliştirdiğini düşünüyorum.

**İHKİB'in bu yıl İstanbul Moda Haftası'na nasıl bir katkısı oldu?**

Bilindiği gibi üç yıl boyunca bizim tarafımızdan gerçekleştirilen organizasyon, iki sezondur, New York ve Londra'da gerçek-

leştirilen moda haftası organizasyonlarına danışmanlık veren ve 15 ülkede moda haftası düzenleyen IMG tarafından hayata geçiriliyor. IMG, organizasyon konusunda daha deneyimli ve İstanbul Moda Haftası'nı dünyanın önde gelen moda organizasyonlarından biri yapabilecek bakış açısına sahip olması nedeniyle önemli bir kurum.

İstanbul Moda Haftası, danışma kurullardaki arkadaşlarımızın verdiği destekle IMG tarafından gerçekleştiriliyor. Biz bugün artık işin tepe noktasındayız; organizasyonun kimliğine, akışına katılmıyoruz.

#### İstanbul Moda Haftası beklentileri sizce karşıladı mı?

Beklentileri karşıladığını söyleyebiliriz. Basının ve sektörün büyük ilgisi oldu organizasyona. Umarım bundan sonra daha da iyiyeye gidecek.

Öncelikle ülke ve sektör imajının gelişmesine katkı sağlayan bu tür organizasyonlar, aynı zamanda Türkiye'nin artık bir tasarım ülkesi olduğunu dünyaya duyurma anlamında da büyük bir öneme sahip. Bu organizasyonlardan biri de İstanbul Moda Haftası. Artık düz, basit bir üretici olmadığımız mesajını vermemiz adına İstanbul Moda Haftası son derece önemli. Bugün bizim amacımız ucuz



**VOLKAN ATİK**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

üretim yapan Uzakdoğu ülkeleri ile rekabet etmek değil, kendi tasarımlarımızla, kendi koleksiyonlarımızla kaliteli ve katma değeri yüksek ürünler yapmak. Bundan sonra bu anlayışla hareket ettiğimiz takdirde gerçek anlamda büyüyebiliriz. İtalya'nın konumu nedeniyle ortaya çıkan boşluğu bugün artık yavaş yavaş Türkiye dolduruyor.

## MODA HAFTASI OLGUNLUK DÖNEMİNE GİRDİ

İstanbul Moda Haftası'nın bu sezon ile birlikte kendini iyice kanıtladığını ve bir olgunluk dönemine girdiğini düşünüyorum. Hem nitelik bakımından hem de tasarımcıların ortaya koyduğu koleksiyonlar açısından oldukça olumlu bir Hafta'yı geride bıraktık bence. İHKİB, İstanbul Moda Haftası'nı yaratarak çok önemli bir marka ortaya koydu. Günü geldiğinde de profesyonellere devrederek, bu organizasyonu sürdürülebilir bir konuma taşıdı. İstanbul Moda Haftası artık kişilere değil, kurumlara bağlı bir yapıya sahip. İstanbul Moda Haftası, tüm markalarımızın ve tasarımcılarımızın kendilerini dünyaya tanıtmaları için önemli bir platform. Sektörde herkesin bildiği gibi İHKİB bu platformu her zaman destekliyor. İHKİB bundan sonra da bu organizasyonun yönlendirilmesinde söz sahibi olmaya devam edecek. İstanbul Moda Haftası'nın adet bazında değil, ama fiyat bazında bir artış sağlayarak 2023 hedefimize ulaşmamızda önemli bir etkisi olacağına inanıyorum.

#### İstanbul Moda Haftası'nın ne zaman dünyanın önde gelen moda haftalarından biri olacağını öngörüyorsunuz? Buna bağlı olarak kendimizi geliştirmemiz, daha fazla odaklanmamız gereken noktalar sizce neler?

İstanbul'un 2023 yılında dünyadaki ilk beş moda haftasından birine ev sahipliği yapması hedefi ile yola çıktık. Bu hedefe doğru yavaş yavaş ilerliyoruz. Başladığımız noktanın çok ilerisindeyiz. Umuyorum bu hedefe ulaşacağız.

Üç-dört yıldır düzenlenen bir organizasyon olduğumuz için biraz zamana ihtiyacımız var. Bu süreçte yabancı basının ilgisini artırmamızın, hedefimize ulaşma yolunda bize büyük bir fayda sağlayacağını düşünüyorum. İstanbul Moda Haftası'nın gerçekleştiği dönemde dünyada modanın kalbinin İstanbul'da atmasını ve bu dönemin, moda dünyasındaki kişilerin ajandalarında işaretli olmasını sağlamamız gereken bir dönemdeyiz.

Hem Türkiye'nin imajının gelişmesi, hem de sektörün tasarıma önem veren bir bakış açısı ile hareket etmesi bizim artık dünyada 'rol alan' değil, 'rol veren' bir ülke olmamızı sağlayacak. Umuyorum en yakın zamanda Türkiye denince akla kaliteli ve tasarım yönü güçlü ürünler gelecek.



1.  
gün

# BEŞgünde 43 defile

2014 İlkbahar-Yaz koleksiyonları Mercedes Benz Fashion Week İstanbul kapsamında Kuruçeşme Arena'da podyuma çıktı. Beş gün boyunca defilelerde ve studio sunumlarında önümüzdeki sezonun trendleri belirlendi. İşte Moda Haftası'nın ardından öne çıkan trendler...





# Öne Çıkan Trendler Desen

İlkbahar-Yaz koleksiyonlarında podyumlar desenlere boğuldu. Deniz Berdan, Hıdrellez adını verdiği koleksiyonunda birbirinden eğlenceli desenlerle karşımıza çıkarken, adL by Cengiz Abazoğlu, Lady Faith, Günseli Türkay da desenin her halini kullananlar arasında yer alıyordu.

## 2. gün

Lug Von Siga

Tanju Babacan

Cengiz Abazoğlu

Deniz Berdan

Cengiz Abazoğlu

Merve Bayındır



3.  
gün

## Pastel renkler

Önümüzdeki sezon da soft renkler hit oluyor. Romantizmin büyük silahı olan pastel renkler, incecik kumaşlara bürünerek bize yazı getirdi. Zeynep Tosun, Zeynep Erdoğan, Tuvana Büyükçınar Demir, Songül Cabacı, Mehtap Elaidi koleksiyonunda pastel renkleri kullanan tasarımcılardan sadece birkaçı oldu.



4  
gün

## Global düşünen kazanır!

Arzu Kaprol, Mehtap Elaidi gibi deneyimli tasarımcılar yine etkinliğin gözdesi oldu. Arzu Kaprol kendi stüdyosunda düzenlediği event'le yurtdışındaki gibi satışa yönelik bir duruş sergileyerek, moda severlerin bir kez daha beğenisini kazandı.

Emre Erdemoğlu, Nian markasıyla Nihan Buruk, Serdar Uzuntaş, Şafak Tokur, Hakan Akkaya ve Niyazi Erdoğan erkek koleksiyonlarıyla İlkbahar-Yaz defilelerini sundu.



5.  
gün

# En sevilenler

- Kith& Kin'in studio sunumu,
- Arzu Kaprol'un kendi atölyesindeki buyer-press event'i,
- Serdar Uzuntaş'ın özellikle midye kabuklarından yaptığı sneaker'ları,
- Made in Love markasının yaratıcısı Hande Çokrak'ın garip yaratıklı stüdyo sunumunu,
- DB Berdan'ın yüksek tempolu müzikleri ve koleksiyonunda kullandığı desenleri,
- Merve Bayındır'ın Gezi olaylarından esinlenerek yaptığı diren şapka adını verdiği stüdyosu.





Messe München  
International

Connecting Global Competence

# SPORTS, BUSINESS, CONNECTED.



ISPO MUNICH

**JANUARY 26-29, 2014**

ISPO.COM



**ISPO** MUNICH

# İMA MEZUNLARI DA

# HÜNERLERİNİ SERGİLEDİ

MTD Başkanı Mehtap Elaidi, Moda Tasarımcısı Gamze Saraçoğlu'nun yanı sıra IMG Doğuş Moda Direktörü Banu Bölen ile İsko Uzman Pazarlama Yöneticisi Banu Yenici ve İMA Direktörü Seda Lafçı ile Akademik Direktör Eda Dorman'dan oluşan jürinin belirlediği mezunlar, 'İMA 2013 Show' ile MBFW İstanbul'daki yerlerini aldı.



# “İSTANBUL FASHION INCUBE”

## TASARIMCILARI SAHNEDE

Moda tasarımcılarını destekleyen ilk moda girişimcilik merkezi olan “İstanbul Fashion Incube” bünyesinde çalışmalarını sürdüren Niyazi Erdoğan, Emre Erdemoğlu, Ece Gözen, Asu Aksu, Ayhan Yetgin, Nil Kandemir, Burçe Bekrek, Günseli Türkay, Songül Cabacı ve Hande Çokrak ta Moda Haftası’nda koleksiyonlarını modaseverlerin beğenisine sunan isimler arasında yer aldı.

Emre Erdemoğlu

Günseli Türkay

Songül Cabacı

Burçe Bekrek

Asu Aksu

Made in Love

Nil Kandemir

Niyazi Erdoğan

Ayhan Yetkin

Ece Gözen



TÜRK TASARIMCILARIN DÜNYAYA AÇILAN PENCERESİ İSTANBUL MODA HAFTASI'NDA, BU SEZON 43 TASARIMCI "RUNWAY", "STUDIO" VE "OFFSITE" OLMAK ÜZERE ÜÇ FARKLI ALANDA KOLEKSİYONLARINI SERGİLEDİ.

## MODA HAFTASI

46

# TASARIMCILARIN ORTAK GÖRÜŞÜ:

## "İstanbul Moda



### "Hedefe doğru gidiyor olmak bizi mutlu ediyor"

İlk gününden bu yana içinde bulunduğu İstanbul Moda Haftası'nın kendisi için çok değerli bir proje olduğunu belirten Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi, "Bugün elde ettiğimiz sonuçlara düşünerek, hesaplayarak ulaştık. Şu anda ara noktalarda varmak istediğimiz yerlerdeyiz. Hedefe doğru gidiyor olmak bizi mutlu ediyor" dedi.

#### **Bu sezon İstanbul Moda Haftası'nda tanıttığınız koleksiyonunuz hakkında neler söyleyeceksiniz?**

Instagram'a koyduğum bir enginar çiçeği bu sezonki koleksiyonumuzun temasını oluşturdu. Bu nedenle de Instagram'a ithafen birkaç küçük dokunuşumuz da oldu. Koleksiyonun en önemli özelliklerinden biri, Boyner ve YKM mağazalarında satılacak olması. Bu, bir tasarımcı ile çok katlı mağazacılık firması arasında ilk defa yapılan bir anlaşma olması nedeniyle çok önemli. Bu nedenle koleksiyonuma daha farklı bir gözle bakıyor ve önemsiyorum. Koleksiyonun tamamı siyah-beyaz olacak. Her yıl bir misafir renk alacağız. Bu yıl yeşili aldık. Kıyafetlerin hepsinin temelinde giyilebilir olması ve birden fazla kadına hitap etmesi fikri yatıyor. Koleksiyonda bunu yakaladık. Bu nedenle başarılı bir koleksiyon olduğunu söyleyebilirim.



MEHTAP ELAİDİ

#### **İstanbul Moda Haftası hakkında düşüncelerinizi bizimle paylaşır mısınız?**

İstanbul Moda Haftası'nı bu sefer farklı bir mekânda yaptık. Organizasyona ait bazı noktaların oturmuş olması bize önemli bir kolaylık sağlıyor. Oldukça kalabalık ve farklı yerlere dokunabilen bir tasarımcı kitlemiz var.

Son derece yaratıcı genç tasarımcılara sahibiz. Bu tasarımcıları destekleyen projeler var. Tasarımcıların her zaman danışabileceği, fikir alabileceği MTD var. Tasarımcılar için hayat bugün daha rahat. Ayrıca İHKİB'den İMA'ya kadar sektörün ayaklarının son derece iyi çalıştığı bir ortam söz konusu artık. Sektörün önde gelen kurumları bir masanın etrafında toplanabiliyor. Bu, başarılı projeler yaratabilmek için son derece önemli bence.

Bundan sonra herkesin inanması ve çok çalışması gerekiyor. Ben de onların başında geliyorum. Umarım çok daha iyi noktalara geleceğiz.



# Haftası doğru yolda”



HAKAN AKKAYA



## İstanbul Moda Haftası her sezon daha iyiye gidiyor

Bu sezonki İstanbul Moda Haftası'nın en geniş kadın-erkek koleksiyonunu hazırladım. Bu koleksiyon siyah-beyaz ağırlıklı, az sayıda farklı renk de kullandım. Siyah-beyazın benim tüm koleksiyonlarımda yeri başkadır. Bu koleksiyonumda da siyah-beyaz desenlerin gücünü ortaya koymaya çalıştım.

İstanbul Moda Haftası her sezon daha iyiye gidiyor. Örneğin beni, mart ayında Los Angeles Moda Haftası'nda yürümek üzere davet almaya götürdü. Umarım bundan sonra daha da iyiye gider ve dünyadaki en önemli dört moda haftasından sonra 5'inci sıradaki yerini alır. Bu başarılı organizasyonun bir parçası olduğum için çok mutluyum.

## Tasarımcılarının sesini duyurması adına çok önemli bir organizasyon

Geçen sezon kışa geldiği için daha güçlü erkeklerin olduğu bir koleksiyon hazırlamıştık. Bu sezon seyahat etmeyi seven; yazlık, daha hafif, biraz sokağa dönük bir koleksiyon ile podyumlardayız. Bu sezon da klasik bir Niyazi Erdoğan şovu hazırladığımızı söyleyebilirim. İlk defa Pitti Uomo'da sergilediğimiz koleksiyonumuz ikinci defa İstanbul'da podyuma çıkıyor. İstanbul Moda Haftası yine başarılı bir şekilde organize edilmiş. Moda tasarımcılarının sesini duyurması adına çok önemli bir organizasyon İstanbul Moda Haftası. Ayrıca Moda Tasarımcıları Derneği'nin desteklediği ve İHKİB'in içerisinde olduğu tek organizasyon olması da bu önemin en net göstergesi bence.



NIYAZI ERDOĞAN

## MODA HAFTASI

BİRBİRİNDEN YARATICI VE ÇARPICI KOLEKSİYONLARI İLE İZLEYENLERİ MODAYA DOYURAN TASARIMCILARIN ORTAK GÖRÜŞÜ, MODA HAFTASI'NIN HER SEZON KENDİNİ GELİŞTİRDİĞİ VE HEDEFİ DOĞRU EMİN ADIMLARLA İLERLEDİĞİ YÖNÜNDE.



TANJU BABACAN

### Daha önce adını duymadığım genç tasarımcılarla tanışıyorum

Üniversitelerde tasarım bölümünün olmadığı, kurslara gittiğimiz günlerden, İstanbul Moda Haftası gibi başarılı bir organizasyonun gerçekleştirildiği günlere geldik. Bugün iyi ki İstanbul Moda Haftası var. Hafta sayesinde, daha önce adını duymadığım çok sayıda genç tasarımcı arkadaşım ile tanışma şansı buldum.

Keşke devlet arkamızda olsa da daha fazla imkâna sahip olsak ve hayallere set konulmasa.

Daha frapan yönü ile tanınan biriyim. Bu özelliğimin aksine daha yalın bir koleksiyon hazırladım bu sezon için. Bu koleksiyon aynı zamanda gençlere daha fazla hitap eden bir yapıya da sahip. Son derece mutluyum bu koleksiyonumla ilgili.



CENGİZ ABAZOĞLU

### İstanbul Moda Haftası her geçen sezon kalitesini artırıyor

Sunduğumuz bu 12 dakikalık şov için günlerce çalışıyoruz. Bu süreçte tasarımlarıma bu kadar güzel ve başarılı modelin hayat vermesi, benim en büyük şanslarımdan biri. Defilede sunulan koleksiyon Türkiye, Ortadoğu, Rusya ve Avrupa'nın bir kısmında yer alan ADL mağazalarında yer bularak, geniş bir satış ağında alıcılara ulaşacak. Dünyanın en güzel şehirlerinden biri olan İstanbul, moda dünyasında önemli bir yere sahip. Bu şehrin büyüklüğü ve güzelliği, biz moda tasarımcılarına ilham veriyor. Biz de bunun meyvelerini İstanbul Moda Haftası'nda podyumlara taşımaya çalışıyoruz. İstanbul Moda Haftası şu anda bir bebek. Her geçen sezon kalitesini artırdığını, çıtasını yükselttiğini düşünüyorum. Tüm tasarımcı arkadaşlarımla birlikte bu organizasyonun daha iyiye gitmesi için elimizden gelen gayreti gösteriyoruz.





ÖZLEM KAYA

## İstanbul Moda Haftası'nda her sene çita yükseliyor

Sporla dışılığı birleştirdiğim bir tarzım var. Bu koleksiyonumda da bu tarzımı ortaya koydum. Tabii, tasarımcı olarak yeniliğin peşinden koşmamız gerektiği için, kumaşları, renkleri ve detayları trendler doğrultusunda kullandım. Bu koleksiyonumda siyah, beyaz, ten rengi ve mercan rengi kullandım. Bu yıl İstanbul Moda Haftası'nda içime sinen, dışı bir koleksiyonla yer aldığımı söyleyebilirim. İstanbul Moda Haftası'nda her sene çita yükseliyor. Bunu görmek bizim için son derece mutluluk verici. Çünkü biz bu organizasyonun bir parçasıyız ve Hafta ikiye gittikçe hepimiz adına olumlu sonuçlar ortaya çıkıyor.



ZEYNEP ERDOĞAN

## Bu sezon daha olgun koleksiyonlar var

İstanbul Moda Haftası'nda sergilediğim koleksiyonuma, sözcüğün her iki anlamını da düşünerek 'Light' ismini verdim. Retro bir esinlenme ile kullanmayı tercih ettiğim 'karo desenine' baskın bir şekilde yer verdim. Bu, koleksiyonumun neredeyse yarısını kapsıyor. Diğer çalışmalarda ise bazı katmanları üst üste getirerek ortaya çıkardığım bir dokuyu kullandım. Ağırlıklı olarak açık renk bir koleksiyon; bir yerde uçuk mavi, bir yerde de kahverengi kullandım, geri kalan tüm parçalar siyah-beyaz. İstanbul Moda Haftası'nda bu sezon daha olgun koleksiyonlar olduğunu gözlemladim.



## Kendini geliştiren bir organizasyon

İstanbul Moda Haftası, her sezon üzerine koyarak büyüyen, kendini geliştiren bir organizasyon. Bu başarılı yükselişini önümüzdeki sezonlarda da sürdüreceğine inanıyorum. Bu sezonki İstanbul Moda Haftası'nda, pek çok kültürde yer alan, uluslararası bir kavram olan "Hidrellez" temasını ele aldık. Bu temayı seçerken kendi kültürümüzden yola çıktık. Baharın doğuşu anlamına gelen bu kavramı ele alırken aynı zamanda Şaman kültüründen gelen bazı figürleri de kullandık. Bu geleneğin içinde çiçekler, mektuplar, eğlenceler, dilekler var.



DENİZ BERDAN



# DÜNYANIN GÖZÜ



**RENE AMES**  
Time Out Istanbul

## Organizasyona 100 üzerinden 95 veriyorum

Moda haftasında her şey son derece yolundaydı. Özellikle halkla ilişkiler anlamında son derece başarılı bir çalışma ortaya konduğunun altını çizmek istiyorum. L'Appart PR konuklarıyla, özellikle basın mensuplarıyla yakından ilgileniyor. Ayrıca defile alanındaki oturma düzeni de en iyi şekilde organize edilmiş. Ufak tefek gecikmeler oluyor, ama diğer moda haftaları ile karşılaştığımızda, bunlar, oralarda yaşananların yanında hiç önemli değil. İstanbul Moda Haftası'na bir not vermem gerekirse, tasarımcılarından organizasyonuna kadar 100 üzerinden 95 verdiğimi rahatlıkla söyleyebilirim.

**FRANCESCA RAGAZZI**  
Vogue Italia



## Burada, New York, Milano ya da Paris'teki gibi önemli yetenekler var

İstanbul Moda Haftası'nı ilk defa takip ediyorum. Organizasyonu ve defileleri çok beğendim. Tasarımcıların ele aldığı konulara hakim olduklarını gözlemledim. Minimalist yaklaşımların, dikkatle seçilmiş renklerle son derece iyi şekilde kullanıldığını düşünüyorum. İstanbul Moda Haftası'nın uluslararası arena-da daha fazla konuşulacağını ve gelişmekte olan pazarların daha fazla ilgisini çekeceğini düşünüyorum. Çünkü burada, New York, Milano ya da Paris'teki gibi önemli yetenekler var.

## İstanbul'da, koleksiyonlara odaklanıyor, modanın tadını alıyorsunuz

Paris'te yaşıyorum ve ilk defa İstanbul'a geldim. İstanbul'un eşsiz Boğaz'ı da etkinliğin bir parçası olunca organizasyon son derece başarılı olmuş. New York, Londra ya da Paris'te düzenlenen moda haftaları oldukça üst düzeyde oluyor. Ancak burası hem gelişmeye açık, yaratıcılığı yüksek tasarımcılara, hem de izleyicileri oralandaki gibi farklı noktalara seyahat etmek zorunda bırakmayan bir organizasyon anlayışına sahip. Bu da keyifli ve stressiz bir şekilde koleksiyonlara odaklanmanızı ve modanın tadını almanızı sağlıyor.



**ELİF GEDİK**  
Blogger-Stilist

İSTANBUL MODA HAFTASI'NI YAKINDAN TAKİP EDEN YABANCI BASIN MENSUPLARI VE YURTDIŞINDAN GELEN FİRMA TEMSİLCİLERİ ETKİNLİĞİ HEM ORGANİZASYONEL, HEM DE TASARIMCILARIN YARATICILIĞI ANLAMINDA SON DERECE BAŞARILI BULDU.

# MODA HAFTASI'NDAYDI



JUDITH TACHIE MENSON  
OC Consulting / Fransa

## Genç tasarımcıların çalışmalarını uluslararası düzeyde

İlk defa geldiğim İstanbul'da gördüğüm yaratıcı tasarımcılar son derece ilgimi çekti ve beni etkiledi. Türk hazır giyim sektörünün ne kadar gelişmiş olduğunu bir kere de yerinde görme fırsatı buldum. Özellikle genç tasarımcıların çalışmaları bence uluslararası düzeyde. İstanbul Moda Haftası'nın son derece iyi düzenlenmiş, oldukça renkli bir organizasyon olduğunu düşünüyorum. Umarım bu etkinlik bundan sonraki yıllarda da bu renkli yapısını koruyarak devam eder.



FARIS AL SHEHRI  
Art of Kohl / Suudi Arabistan

## Tanıtım için doğru bir mecra

İstanbul Moda Haftası heyecan verici bir organizasyon. Bugüne kadar geldiği nokta oldukça başarılı. Çünkü pazarın ne yönde geliştiğini ve nasıl eğilimler gösterdiğini gözlemleyen ve buna göre şekil alabilen bir yapıya sahip olduğunu düşünüyorum.

Bu, İstanbul'a 16'ncı gelişim. Bu ziyaretlerim sırasında daha önceki moda haftası organizasyonlarının bazılarını takip etme şansını buldum. Organizasyonun, hem genç tasarımcıların tanınması, hem de yerli ve yabancı şirketlerin yeni isimlerle buluşması için önemli bir mecra olduğunu düşünüyorum.

## Türk tasarımcıların çalışmalarını yakından görmek önemli bir kazanım

Hem hazır giyim sektörünün üretim gücü hem de moda tasarımı anlamında Türkiye son derece önemli bir ülke. Bu kadar önemli bir hazır giyim ve moda ülkesinin organize ettiği İstanbul Moda Haftası da bu yapıya yakışan bir kaliteye sahip. Burada olmak ve Türk tasarımcıların çalışmalarını yakından görmek bizim adımıza önemli bir kazanım. İstanbul önemli bir potansiyele sahip ve bunu en iyi şekilde kullanarak ilerleyen yıllarda daha başarılı organizasyonlara ev sahipliği yapacaktır.



KERİM MUVDİ  
Al Boushiya / B.A.E.

MODA HAFTASI DÜZENLEME KONUSUNDA DÜNYANIN EN DENEYİMLİ FİRMALARINDAN BİRİ OLAN IMG FASHION EVENTS AND PROPERTIES'İN ULUSLARARASI KREATİF DİREKTÖRÜ JARRAD CLARK, ART ARDA İKİNCİ DEFA DÜZENLEDİKLERİ İSTANBUL MODA HAFTASI'NI HEM KENDİLERİNİ, HEM TÜRK TASARIMCILARINI GELİŞTİREN BİR PLATFORM OLARAK TANIMLIYOR.



**“Hem Türk tasarımcılar kendini geliştirdi, hem de biz”**

**Her** ülkenin, her şehrin kendine özgü bir dokusu olduğunu hatırlatan IMG Fashion Events and Properties'in Uluslararası Kreatif Direktörü Jarrad Clark, genç tasarımcıların risk alacak cesarete ve farklı olanı yakalamaya çalışan bir bakış açısına sahip olduğu bir ülke olduğu için Türkiye'de moda ile ilgili gelişmeleri izlemenin heyecan verici olduğunu dile getiriyor.

**Mart ayında gerçekleştirdiğiniz ilk İstanbul Moda Haftası ile bu dönem düzenlediğiniz etkinliği karşılaştırabilir misiniz?**

Mart döneminde düzenlenen etkinlik, IMG olarak bizim organize ettiğimiz ilk İstanbul Moda Haftası'ydı. Bu defa hem biz Türk moda sektörünü ve tasarımcılarını daha iyi tanıyoruz, hem de bu süreçte Türk moda tasarımcıları kendini daha da geliştirdi. Bunun sonucunda da daha başarılı bir İstanbul Moda Haftası ortaya çıktı.

**Türkiye'deki hazır giyim sektörünü ve moda anlayışını nasıl buluyorsunuz?**

Çok beğeniyorum. Türkiye, çok sayıda genç tasarımcının olduğu bir ülke ve bu genç tasarımcılar risk alacak cesarete ve farklı olanı yakalamaya çalışan bir bakış açısına sahip. Bu nedenle Türkiye'de moda ile ilgili gelişmeleri izlemek heyecan verici ve merak uyandırıcı.

**İstanbul Moda Haftası'nın Türk tasarımcılar için önemli bir platform olduğu görüşüne katılıyor musunuz?**

Kesinlikle. Size destek olan kurumların ve oluşumların bulunması başarılı olma yolunda önemli bir avantajdır. İstanbul Moda Haftası da özellikle genç moda tasarımcılarının, öncelikle Türkiye'de, daha sonra da yurtdışında tanınması için önemli bir platform bence. Bu tür organizasyonlar tasarımcıların tanınan kişiler olması ve moda dünyasının kalbinin attığı başlıca merkezlerde isim yapmasını sağlama açısından son derece önemli.

#### YERİNDE İZLEYEMEYENLER SOSYAL MEDYADAN TAKİPTE

Moda haftalarını takip eden kişiler, gelmeseler bile Twitter, Facebook gibi sosyal medya mecraları üzerinden etkinliği takip ediyor. Twitter'da 200 binin, Facebook'ta ise 3 milyonun üzerinde takipçimiz var. Takipçilerimiz "mbfashionweek.com" internet adresi üzerinden, sadece İstanbul Moda Haftası ile ilgili değil, organize ettiğimiz diğer moda haftaları -New York, Miami, Sydney, Berlin- ile ilgili de bilgi alabilir.





## “Modayı da bir yaşam tarzı unsuru olarak görüyoruz”

**Moda** alanında 30'dan fazla ülkede, 17 yıldır marka işbirliği çalışmaları yapan ve sponsorluk anlaşmaları imzalayan Mercedes-Benz Türk'ün Pazarlama İletişimi ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Müdürü Gamze Şulen, bu yönde yürüttükleri çalışmalara devam edeceklerini dile getirdi.

### **Mart ayında düzenlenen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un sizin adınıza ne gibi sonuçları oldu ve son organizasyonla karşılaştırabilir misiniz?**

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul bu sezon, organizasyonel bir değişiklik kararı alınarak Kuruçeşme Arena'nın bulunduğu alanda düzenlendi. Daha önce organizasyonun yapıldığı Antrepo 3 de kullanışlı, güzel bir alandı, ama Boğaz'ın güzelliğinin yaşanmasını sağlayan bir mekânda organizasyonun yapılmasının daha iyi olduğunu düşünüyoruz. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, bu sezon geçen sezona göre hem basında, hem de sosyal medyada daha geniş yer buldu ve daha yüksek bir izlenme oranı yakaladı. Tasarımcı sayısının 40'tan 43'e çıkması da ivmenin yuka-

nya doğru olduğunun bir başka göstergesi. Ayrıca organizasyonun hem IMG tarafında, hem de tasarımcılar tarafında daha da oturduğunu gözlemliyoruz.

Geçen sezon anlaşmanın sağlanmasından kısa bir süre sonra organizasyonu gerçekleştirmiştik. Bu defa daha uzun sürede, daha rahat bir planlama yaparak Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'a hazırlandık.

Bu hazırlıklar sonucunda hem müşterilerimizi hem de bayilerimizi buraya daha önceden bilgilendirme yaparak davet edebildik.

### **Global bir firma olarak moda sektöründe sponsoru olduğunuz benzeri organizasyonlar var mı?**

Daha önce Türkiye'de de bazı organizasyonlarda yer aldık. Ancak Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, bu yıl ikinci defa yer aldığımız, ses getiren, önemli bir organizasyon. Büyük keyif alarak organize ettiğimiz bu etkinliğin devamlılığı ve kendini geliştirmesi markamız açısından da oldukça önemli. Tekstil ve hazır giyim sektörü için önemli bir üretim merkezi olan Türkiye aynı zamanda önemli bir pazar.

Bu noktada İstanbul, Türkiye'de modanın merkezi konumunda dinamik bir şehir. Bunlar bizce önemli artılar. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'a uluslararası katılımın -hem basının hem de satın alma potansiyeli bulunan müşterilerin- daha yüksek sayıda olmasının sağlanması gerektiği yönünde yapıcı bir eleştiri getirebiliriz. Sektörün önde gelen isimleri şu anda gelinen noktadan oldukça memnun. Ancak herkes daha iyi olabileceğini de dile getiriyor. Tabii şu anda Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un Londra ya da New York'ta düzenlenen organizasyonlara göre emekleme aşamasında olduğunu düşünürsek, kendi sınıfı içerisinde iyi bir konumda olduğunun altını çizmemiz gerekir.

### **Mercedes-Benz olarak bundan sonra da bu organizasyona destek verecek misiniz?**

Evet, önümüzdeki iki sezon da Mercedes-Benz adını göreceksiniz.

Türkiye'deki genç modacıları çatısı altında toplayan, yeni ve önemli bir oluşum olduğu için bu organizasyon ile sponsorluk anlaşmamız var. Ayrıca her yıl, bu çatı altında kendini gösteren, yıldızlaşmaya başlayan bir modacıyı, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul organizasyonu kapsamında destekliyoruz. Bu uygulamamıza da devam edeceğiz. İleride, yine Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında, genç tasarımcılara yönelik alt projeler de yapmayı planlıyoruz.

### **Moda-hazır giyim sektöründeki sponsorluklar Mercedes-Benz için nasıl bir öneme sahip?**

Sektör bizim için iki yönden önemli. Birincisi, biz markamızı, “Otomobilden daha fazlası” yaklaşımı ile sunuyoruz. Bu nedenle Mercedes-Benz sadece bir otomobil markası değil, bir yaşam tarzı tercihi anlamına geliyor. Modayı da bir yaşam tarzı unsuru olarak görüyor ve markamızla paralellikleri olduğunu düşünüyoruz. İkinci olarak ise tasarım kavramı, moda ile markamız arasında önemli bir kesişim noktası. Örneğin, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul süresince sergilediğimiz S-Serisi otomobilimiz için “Bir tasarım ikonu” ve “Dünyanın en iyi otomobili” ifadeleri kullanılıyor. Bunların yanı sıra spordan sanata pek çok alanda yürüttüğümüz sponsorluk çalışmalarının, hem topluma yönelik faydaları olduğunu hem de marka değerimize olumlu yansımaları olduğunu düşünüyoruz.



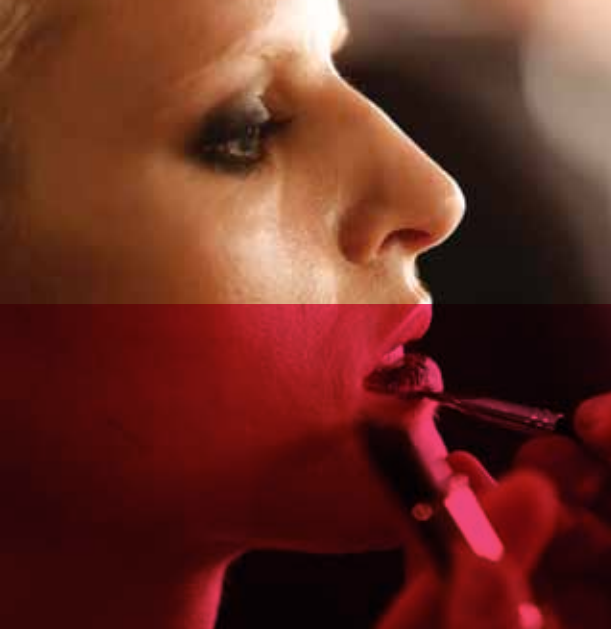
Backstage

# SAHNE ARKASINDA NELER YAŞANDI?

UZUN UĞRAŞLAR SONUNDA HAZIRLANAN KOLEKSİYONLAR,  
MODELLERİN ZORLU HAZIRLIK SÜRECİ SONRASINDA  
MODASEVERLERİN BEĞENİSİNE SUNULDU. BEŞ GÜN BOYUNCA  
SAHNE ARKASINDA YAŞANANLARDAN BAZI ENSTANTANELER.







# ÜNLÜLERDEN MODAYA

56

## YAKIN TAKİP

BEŞ GÜN BOYUNCA BOĞAZ'DA MODA RÜZGÂRI EŞTİREN MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL, SANAT CAMİASINDAN CEMİYET HAYATINA, KOLEKSİYONLARI YERİNDE GÖRMEK İSTEYEN ONLARCA ÜNLÜ SİMAYA EV SAHİPLİĞİ YAPTI.



Simay Bülbül



Ivana Sert



Ahu Yağtu



Kenan Doğulu-Beren Saat



Müge Boz- Seda Bakan



Sinem Kobal



Uğurkan Erez



Seren Serengil



Deniz Akkaya



Naz Elmas



Nil Karaibrahimgil



Nur Fettahoğlu



Nebahat Çehre



Metin Uca



Tuğba Coşkun



Ece Sükan



Hıncal Uluç



Zeynep Tosun



Ayşe Tolga



Etel Baler

# MIND THE DIFFERENCE



# İTHİB, ISPO İÇİN ISINMA TURUNDA



İTHİB'İN GELECEK YIL KATILIM SAĞLAYACAĞI, SPOR MODASININ EN BÜYÜK FUARI OLAN "ISPO MUNICH" ÖNCESİ FUAR YETKİLİLERİNİN DE KATILDIĞI BİR SEMİNER DÜZENLENDİ. SEMİNERDE FUAR YETKİLİLERİ, FUARIN GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ALDIĞI YOLU VE KATILIMCILARA SAĞLAYACAĞI FIRSATLARI ANLATTI.

**Spor** modasının en büyük fuarı olarak önemini koruyan ISPO Munich Fuarı'nın 44'üncüsü 26-29 Ocak 2014 tarihleri arasında Almanya'nın Munich şehrinde gerçekleşecek. Pazarı hedefleyen ayakkabı, saraciye, spor ürünleri, hazır giyim, moda aksesuarları, kumaş, tekstil aksesuarları ile teknik tekstile yönelik kumaş üreticisi firmalar için fuar, çeşitli ürün gruplarıyla spor ürünleri konusunda Avrupa'ya açılma fırsatı veriyor. Fuarda; tekstil ürünleri, teknik tekstil ürünleri, örme, spor, spor malzemeleri, spor giyim ve spor modası, spor ayakkabılar, takım sporları ekipmanları, salon sporları ekipmanları, atletizm spor ekipmanları, bireysel spor dalları ve ekipmanları, fitness spor ekipmanları, dağcılık, yürüyüş sporları ve

ekipmanları, yüzme, tenis, masa tenisi, bisiklet sporları, kayak, kış sporları ekipmanları ve modası, lisanslı spor ürünleri, alternatif spor dalları ve ekipmanları sergi imkanı buluyor. Tüm katılımcılar ürün gruplarına göre fuarın 8 farklı bölümünden birinde yer alabileceği fuarda yer alan sekiz bölüm; Tekstil Trendleri, Sağlık ve Fitness, Ispo Moda, Spor – Stil, Performans sporları, Dış Alan sporları, Aksiyon Sporları, Kayak sporları diye sıralanıyor.

## ISPO Munich gücünü köklü geçmişinden alıyor

ISPO Munich Fuarı öncesinde etkinliğe katılmak isteyen firmaları 9 Ekim günü Dış Ticaret Kompleksi'nde bir araya getiren İTHİB, fuar yetkililerinin katıldığı bir seminer düzenledi.

Seminerde konuşan ISPO Munich Fuarı Proje Müdürü Markus Hefter ISPO'nun fuardan çok daha öte bir organizasyon olduğunu ifade etti. Hefter, fuarın çok köklü bir geçmişi olduğunu ve ISPO'nun günümüze kadar geçen süreçte olumlu anlamda değişim yaşadığını söyledi. Fuarın ilk başladığı yıllarda konseptinin sadece kayak malzemeleri ve kıyafetlerinden oluştuğunu anlatan Hefter, "ISPO, küçük bir etkinlikti. Fuarın katılımcı sayısı 100 civarındaydı. Şimdi ise bu sayı 2 bin 400'e ulaştı" diye konuştu. Gün geçtikçe büyüyen fuar alanının 185 bin metrekareye ulaştığı bilgisini veren Hefter, şöyle devam etti: "Bu alan 20 tane futbol sahasına bedel ve 2 bin 400



**BERNHARD HEINZ**  
ISPO Munich Fuarı Danışmanı

*"ISPO Munich'de heyecan dolu çok sayıda sergi ve gösteri yapılıyor."*

katılımcı burada ürünlerini sergiliyor. Bu geniş alanın bütün kısmı kullanılıyor. 20 bin metrekarelik alanda kayak sporu ile ilgili en yeni ürünler burada sergileniyor." Hefter, fuarın içerisinde sportif aktiviteler kapsamında koşma, fitness, gibi sağlık sporlarının yanında pilates, yoga gibi sporların da yapılacağını bildirdi.

### Uluslararası bir pazarlama platformu

Hefter, fuarın 2 bin 400 katılımcının yanında yaklaşık 82 bin ziyaretçisinin olduğunu ve bu yönüyle ilgi çeken ISPO'ya geçen yıllarda çok sayıda gazetecinin de geldiğini vurguladı. 1970'li yıllarda fuarın sadece satışa yönelik faaliyetlerde bulunduğunu açıklayan Hefter, "ISPO o yıllarda perakende mağazalarına satış yapan yerel bir fuardı. Şimdi çok değişti; uluslararası bir pazarlama platformu oldu" dedi. Hefter, "Birçok uluslararası şirket ISPO Munich fuarını yılın sergisi olarak kullanıyor. Müşterilerimizle bütün yıl temas içindeyiz. Onların bütün halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarına destek veriyoruz" şeklinde konuştu. Fuarın aynı zamanda eğlence dolu sportif etkinliklere sahne olduğunu dile getiren Hefter, katılımcılara yönelik düzenlenen etkinliklere uluslararası düzeyde destek verdiklerini belirtti. Hefter, ISPO'nun kuruluşundan beri hitap ettiği müşteri portföyünün genişlediğini artık etkinlikte sadece tüccarların değil, tekstilin her kademesinden profesyoneli içine aldığına irdedeledi. ISPO çerçevesinde organize edilen etkinliklerin, sosyalleşme anlamında katılımcı ve ziyaretçilere çok büyük katkı sağladığını kaydeden Hefter, şu ifadelerle yer verdi: "Fuarın öncelikli amacı, iş bağlantıları oluşturmak olsa da burası aynı zamanda insanların bir araya geldiği de bir alan. İşte fuardaki asıl katma değer budur."

### Amaç, doğru kitleleri buluşturmak

ISPO Munich Fuarı Danışmanı Bernhard Heinz (Pacsher+Heinz GmbH) da ISPO Munich için ajans olarak 15 yıldan beri çalıştıklarını söyledi. Heinz, ISPO Munich'de heyecan dolu çok sayıda sergi-



**MARKUS HEFTER**  
ISPO Munich Fuarı Proje Müdürü

*"Gün geçtikçe büyüyen fuar alanı 185 bin metrekareye ulaştı. Bu alan 20 tane futbol sahasına bedel ve burada 2 bin 400 katılımcı ürünlerini sergiliyor."*

nin ve gösterinin yapıldığını, ayrıca VIP sporcuların da organizasyona katılım gösterdiğini belirtti. ISPO fuarının içerisinde yer alan etkinliklerden biri olan ISPO Textrend'den bahseden Heinz, Textrend'in en büyük hedefinin doğru insanları buluşturmak olduğunu altını çizdi. Heinz, Textrend konseptinin üzerinde çok çalışıldığını ve bunun için farklı fuarlardaki forumlardan analizler yapıldığını bildirdi. ISPO Textrend'in sekiz farklı kategorisi olduğunu bildiren Heinz şunları anlattı: "ISPO Munich olması katılımcıların en yenilikçi ürünlerine odaklanmalarını istediğinden, başvuru sayısı her bir kategoride, her şirket için beş ürünle sınırlandırılıyor."

İHKİB, “GELİR VERGİSİ KANUNU” VE “KURUMLAR VERGİSİ KANUNU”NUN BİRLEŞMESİYLE ORTAYA ÇIKAN VERGİSEL AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARA DİKKAT ÇEKMEK İÇİN KONUNUN UZMANLARINI FİRMA TEMSİLCİLERİYLE BİR ARAYA GETİRDİ.

# “YENİ GELİR VERGİSİ” NE GETİRDİ?

**İstanbul** Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), “Gelir Vergisi Kanunu” ve “Kurumlar Vergisi Kanunu”nun birleşmesiyle ortaya çıkan vergisel avantaj ve dezavantajlara dikkat çekmek için konunun uzmanlarını firma temsilcileriyle 24 Ekim’de Dış Ticaret Kompleksi’nde bir araya getirdi. İHKİB, Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer’in moderatörlüğünde, Yeminli Mali Müşavir Erdoğan Karahan’ın sunumuyla ‘Yeni gelir vergisi taslağı ve güncel değişiklikler’ başlığı altında gerçekleşen seminerde; vergi mükellefleri, kanundaki son değişiklikler hakkında bilgi sahibi oldu. Tekstil ve hazır giyim sektöründen yoğun ilgi gören seminerde, Erdoğan Karahan konuyla ilgili akıllardaki soru işaretlerine cevap verdi. Yeni Gelir Vergisi Taslağı ve güncel değişikliklerin dört ana başlık adı altında incelendiği bilgilendirme amaçlı toplantıda; leasing firmaları ile varlık kiralama şirketlerine yapılan gayrimenkul satışları ve bu satışlara tanınan istisnalar, yeni gelir vergisi taslağı ve getirdikleri, yeni tahsilat genel tebliği ile getirdikleri ve kısa vadeli sigorta kolları prim düzenlemesi katılımcılara anlatıldı.

İHKİB organizasyonu ile gerçekleşen ‘Yeni gelir vergisi’ seminerinde konuşan Karahan, 1963 yılından bu yana uygulanmakta olan 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun zamanla üzerinde çok sayıda değişiklik yapılması, sistematığının bozulması ve madde sayısının çok fazla olması gibi gerekçelerle yeniden düzenlendiğini söyledi. Karahan, Gelir Vergisi Kanunu’na göre daha yeni olan 2006 tarih ve 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’nun da değişiklik tasarısı bünyesine alındığına dikkat çekti. Bu iki kanunun ‘Gelir Vergisi’ adı altında birleştirildiğini ifade eden Karahan, bu kapsamda yeni bir vergi getirilmediğini ve sadece iki ayrı kanunun bütünlüştürüldüğünü vurguladı.



## “Amaç genç girişimci sayısını artırmak”

Karahan, yeni tasarıyla “Madde sayısını azaltmak, yasaları daha basit, sade ve anlaşılır hale getirmek, verginin biraz daha tabana yayılması sağlamak, vergi adaletini daha hissedilir hale getirmek, yeni teşvikler sağlamak amaçlanıyor” dedi. Beyan esasında değişiklikler yapılmadığını bildiren Karahan, beyanname verilme durumunun genişletildiğini aktardı. Karahan, yeni tasarıda muaflik ve istisnalarda değişiklikler yapılmayarak, konu hakkında kapsamın daraltıldığını anlattı. Karahan, konuşmasına şöyle devam etti: “Tasarıda bazı muğlak ifadeler açıklanıyor. Örneğin, mükellefiyet konusunda ayrıntılı tanımlamalar yapılarak, yıllara yaygın inşaat tanımında ‘taahhüde dayalı’

ifadesi eklendi. Ayrıca vergi oranlarında da herhangi bir değişiklik yapılmadı”. Karahan, yeni uygulamanın teşvik edici ve yerinde bir gelişme olduğunu söyleyerek, “Amaç genç girişimci sayısını artırmak” diye konuştu.

## İki kanun ‘Gelir Vergisi’nde buluştu

1963 yılından bu yana uygulanmakta olan 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun zamanla üzerinde çok sayıda değişiklik yapılması, sistematığının bozulması ve madde sayısının çok fazla olması gibi gerekçelerle yeniden düzenlenmesine karar verildi. Ayrıca, Gelir Vergisi Kanunu’na göre daha yeni olan 2006 tarih ve 5520 sayılı “Kurumlar Vergisi Kanunu” da değişiklik tasarısı bünyesine



**ERDOĞAN KARAHAN**  
Yeminli Mali Müşavir

*“Yeni tasarıyla, yasaları daha anlaşılır hale getirmek, verginin biraz daha tabana yayılmasını sağlamak, vergi adaletini daha bir hissedilir hale getirmek ve yeni teşvikler sağlamak amaçlanıyor.”*

alınarak, bu iki kanun ‘Gelir Vergisi’ adı altında birleştirildi. Bu kapsamda yeni bir vergi getirilmezken, sadece iki ayrı kanunun bütünleştirilmiş oldu. Yeni tasarıyla; kanundaki madde sayısı azaltılması, yasaları daha basit, sade ve anlaşılır hale getirmesi, verginin biraz daha tabana yayılması, vergi adaletinin daha hissedilir hale getirilmesi ve yeni teşvikler sağlanması amaçlanıyor. Genç girişimci sayısını artırmayı hedefleyen yeni uygulama, teşvik edici ve yerinde bir gelişme olarak niteleniyor.

## Neydi ne oldu?

‘Taşınmaz satışı ve tekrar kiralınması’ konusunda Gelir Vergisi Kanunu mevcut durumuyla, taşınmaz satışına tanınan istisna 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 5/e ve 3065 sayılı KDV Kanunu’nun 17/4-r maddelerinde düzenlenmişti. Böylelikle, şirketlerin aktifine en az iki yıldır kayıtlı bulunan gayrimenkuller, kanunda belirtilen şartların yerine getirilmesi kaydıyla satılmaları durumunda, satıştan elde edilen kazancın yüzde75’i kurumlar vergisinden istisna tutuluyordu. Bunun yanı sıra, bu kapsamdaki bir gayrimenkulün satışı aynı zamanda katma değer vergisinden de istisna tutulmuştu. Yeni

Gelir Vergisi’nin işleyiş sistemiyle, şirketin elindeki gayrimenkulü finansal kiralama şirketine satması ve parasını almasına karar verildi. Finansal kiralama şirketinin bu gayrimenkulü, şirkete finansal kiralama sözleşmesi ile geri kiralamasına dayanan yeni işleyişle, kira süresince gayrimenkulü kiralayan şirket tarafından leasing şirketine de kira ödenecek. Finansal kiralama sözleşmesinin sonunda şirket, gayrimenkulü tekrar finansal kiralama şirketinden satın alacak. Ancak bunun için taşınmaz satışının, 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 5/e fıkrasında düzenlenen kurumlara yapılmış olması gerekiyor. Yeni düzenlemede; bu kurumların kaynak kuruluşlarca, kira sertifikası ihracı yapan varlık kiralama şirketleriyle finansal kiralama şirketleri olması gerektiği belirtiliyor. Ayrıca yeni düzenlemede elde edilen kazancın tamamı, kurumlar vergisinden istisna olduğu hükmü de yer alıyor. Bu çerçevede satışı gerçekleştiren şirket, bir satış faturası düzenleyecek, ancak bu faturada KDV hesaplanmayacak. Öteden beri uygulanmakta olan ‘İştirak hissesi ve gayrimenkul satış kazanç istisnası’ olarak adlandırılan uygulamada, satılacak olan gayrimenkulün istisnadan yararlanabilmesi için şirket aktifinde en az iki yıldır kayıtlı olması şartı aranırken, yeni düzenlemede herhangi bir süre sınırı yok. Bir gün önce alınarak şirket aktifine kaydedilen bir gayrimenkulün dahi, belirlenen kurumlara satılması halinde istisnadan yararlanılacak. Bunun yanı sıra, öteden beri uygulanmakta olan ‘iştirak hissesi ve gayrimenkul satış

### Yeni sistemle;

- ✓ Kiralama işlemi karşılığında leasing şirketine ödenen faizler ve kiralar gider olarak yazılabilecek,
- ✓ Ödenen kiralar ve gayrimenkulün geri alım işlemi KDV’den istisna tutulacak,
- ✓ Kiralama işleminin sonunda; işletme kendi gayrimenkulünü herhangi bir bedel ödmeden geri alabilecek,
- ✓ Taşınmazın geri alınma işlemi tapu harcından yine istisna olacak.

kazanç istisnasında’ satıştan elde edilen kazancın yüzde 75’i kurumlar vergisinden istisnayken, yüzde 25’i kurumlar vergisine tabi tutuldu. Yeni düzenlemede, satıştan elde edilen kazancın tamamı kurumlar vergisinden istisna olduğu ifadeleri de yer alıyor. 492 sayılı Harçlar Kanunu’nun, tapu ve kadaströ işlemlerinden alınacak harçlar başlıklı (4) sayılı tarifesinin “I-Tapu işlemleri” bölümünün 20’nci fıkrasına eklenen (g) bendinde “Satıp geri kiralama yöntemi ile gerçekleştirilen kiralama sözleşmeleri kapsamında, kiracı tarafından sözleşme süresi sonunda geri alınmak kaydıyla kiralanan taşınmazların kiralayana satışı sırasında devredenden...binde 3.96” oranında tapu harcı alınacağına dair hüküm bulunuyor. Normal satış işlemlerinde ise tapu harcı binde 20 olarak uygulanıyor. Böylelikle satış işleminde düşük oranlı harç uygulanmış olacak.



‘Yeni gelir vergisi taslağı ve güncel değişiklikler’ başlığı altında gerçekleşen seminerde; vergi mükellefleri, kanundaki son değişiklikler hakkında bilgi sahibi oldu.

ALMANYA'DAKİ DOMOTEX FUARI'NA VİZE SORUNUYLA KATILAMAYAN BİRÇOK ORTADOĞULU ALICI, YENİ İŞ BAĞLANTILARI KURMAK İÇİN İSTANBUL'DA DÜZENLENEN DOMOTEX MIDDLE EAST'İ TERCİH EDİYOR. TÜRKİYE HALI SEKTÖRÜNÜN HEM İMAJINA HEM DE İHRACAT RAKAMLARINA KATKI SAĞLAYACAK FUAR İSE ŞİMDİLERDE İKİNCİ DÖNEMİNE HAZIRLANIYOR.

FUAR

62



# DOMOTEX'TE DENGELER DEĞİŞİYOR

**Halı** sektörünün gözde pazarlarından biri olan Almanya'ya girişte vize sıkıntısı yaşayan Ortadoğulu alıcılar, yeni iş bağlantıları kurmak için İstanbul'da gerçekleşen Domotex Middle East Fuarı'na yüzünü çeviriyor. Türkiye halı sektörünün hem imajına hem de ihracat rakamlarına katkı sağlayacak fuar ise şimdilerde ikinci dönemine hazırlanıyor. Geniş ürün yelpazesi ile Türkiye ve Ortadoğu'nun en kapsamlı zemin fuarı olmayı başaran Domotex Middle East 7-10 Kasım tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde ikinci kez ziyaretçi ve katılımcılara zemin dünyasının kapılarını açacak. Türkiye ve Ortadoğu'nun en büyük "Halı ve Zemin Kaplamaları Fuarı Domotex Middle East", bu yıl da İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ve Hannover Messe International İstanbul tarafından düzenleniyor. Bu sayımızda geçen yıl 2 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleşti-

ren, 2023 hedefini ise 5 buçuk milyar dolar olarak belirleyen halı sektörünün bu hızlı yükselişine Domotex Middle East Fuarı'nın katkısının ne yönde olacağını Saray Halı, HAS Group, Entema ve Deco Rugs & Carpet'dan yetkili isimlerin görüşleriyle sayfalarımıza taşıdık.

## "Kültürel farklılıklar da problem yaratıyor"

Saray Halı Genel Müdürü Ayberk Menevşe, Ortadoğulu alıcılar için Almanya'daki Domotex Fuarı'nın sadece vize işlemleri açısından değil, aynı zamanda kültürel farklılıkları için de büyük bir problem olduğunu söyledi. Fuarı sadece Ortadoğu coğrafyası açısından ele almamak gerektiğine dikkat çeken Menevşe, "Bu fuar, Batı ve Kuzey'e yakın bir coğrafya için de önemli. Özellikle Rusya, Ukrayna, İran, Kuzey Afrika gibi halı sektörü için gelişen pazarlardan gelen

ziyaretçilerin sayısındaki artışla birlikte bu fuar, bölgesel olmaktan öte giderek global bir kimliğe büründü" dedi. Bölgesel fuarların, yakın geçmişte ekonomik kriz zamanlarında yaşanan düşük katılımlardan dolayı bir süre sonra önemini yitirdiğini dile getiren Menevşe, fuarın halı ihracatındaki 2023 hedefine de katkıda bulunacağını ifade etti. Menevşe bu noktada önemli konunun ise, fuarlarda kurulan bağlantıların uzun ömürlü ve büyüyen bir yapıya dönüştürülmesi olduğunu söyledi. Suudi Arabistan, Kuveyt, Dubai gibi pazarların firmaları için önemli olduğunu vurgulayan Menevşe, bu ülkelerin uzun soluklu firma bayiliklerinin de bulunduğu pazarlar olduğunu kaydetti. Menevşe, "Filistin, İsrail, Ürdün, Yemen, Katar, İran pazarlarında uzun süreli alışverişimiz devam ediyor. Kısacası 'Saray Halı' etiketimizin bu coğrafyada büyük bir değeri vardır ve bu da bizi bilinen ve talep edilen bir marka haline getirdi" dedi.



Ortadoğu ülkelerinde en fazla 3-4 yılda bir halı değiştirildiğini söyleyen Menevşe, "Polipropilen gibi petrol bazlı ucuz içişiği olan, emek az iplik türünden yapılan halılar daha çok tercih edilmesine rağmen, akrilik gibi makinede birçok pasajlardan geçirilip eğrilen pahalı ipliklerden yapılan halılar da tercih ediliyor" dedi. Bu tercihin gelir düzeyiyle de paralel olduğunu aktaran Menevşe, "Aynı zamanda Türk halıcılarının Ar-Ge ve Ur-Ge çalışmaları sonucu yapılan uzun tüylü Shaggy, kilim dokuma gibi olan şönil halılar da bu pazarda tercih ediliyor" dedi.

## "Türkiye artık halının üretim merkezi"

Has Group halı sektörü ve kumaş bitim işlemleri için tekstil makineleri üreten ve geliştiren bir şirket olarak bu yıl İstanbul'daki Domotex Middle East Fuarı'ndaki yerini alacak firmalardan biri. Fuarla ilgili görüşlerini Hedef Dergisi ile paylaşan Has Group İş Geliştirme Müdür Yardımcısı Attıla Kara Domotex Fuarı'na daha çok İran'dan katılım sağlandığını söyleyerek, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun makine ve el dokuması halılara talepte bulduklarını aktardı. Fuarların firmalar için önemine değinen Kara, "Fuarlar bir anlamda katılımcı firmaların kendilerine görüncüye çıkardığı bir platform olma özelliği taşıyor. Fuarlara bu açıdan bakıl-



**ATTILA KARA**  
Has Group İş Geliştirme Müdür Yrd.

*"Domotex gibi fuarlar sayesinde firmalar kendilerini dünyanın dört bir yanından gelen alıcılara göstererek ürünlerini tanıtmaya imkanı buluyor."*

dığında Domotex gibi fuarlar sayesinde firmalar kendilerini dünyanın dört bir yanından gelen alıcılara gösteriyor ve ürünlerini tanıtıyor" dedi. Has Group'un İran ve Ürdün'de temsilciliği olduğu bilgisini veren Kara, "Ortadoğu bu konuda çok önemli bir yer. Özellikle de halı sektöründe potansiyel yatırımcı ülkelerin bulunduğu bir bölge. Firma olarak da Ortadoğu pazarına son derece önem veriyoruz" şeklinde konuştu. Kara, Türkiye'nin halı ihracatında bu yıl içinde sağladığı artışı hatırlatarak, "Özellikle Belçika, Hollanda, İngiltere halı üretimden çekiliyorlar. Halının üretim merkezi artık Türkiye, dünyada dokuma halı bazında yüzde 30'lük bir pazar payına sahibiz" diye konuştu.

Kara, Avrupa ülkelerinin ellerindeki tasarım ekiplerini iyi kullanarak halı sektöründe moda yarattıklarını söyleyerek, Türkiye'nin bu anlamda önünde uzun bir yol olduğunu ifade etti. Buna rağmen, önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin halı ihracatındaki payını daha da artıracığı düşüncesini taşıyan Kara, "Gaziantep'deki firmalar bu konu üzerinde çalışıyor. Çok ciddi anlamda modern ve yurtdışından gelmiş, tasarım ekiplerini kadrolarına kattılar. Bu bakımdan daha pozitif gelişmeler bekleniyor" diye konuştu. Kara, önemli olanın kaliteyi yakalamak olduğunu söyleyerek, "Halı sektörünün biraz daha zamana ihtiyacı var. Tekstil sektöründe atılan başarılı adımların, halıda da atılacağını düşünüyorum" dedi.

Domotex'in halıda 2023 ihracat hedeflerine katkısının olacağı fikrini desteklediğini anlatan Kara, şöyle devam etti: "Bugün bir fuar düzenlendiği zaman Avrupa'dan çok sayıda alıcı Türkiye'ye geliyor. Bunun dışında inşaat sektöründeki gelişmelere bağlı olarak da Türkiye'nin kendi içinde de zemin kaplamaları ve yere dair malzemelerin satışında bir gelişme var. Ortadoğulu alıcıların tasarım anlamında kendilerine özgü bir beğenileri var. Türk halıcılar da Domotex'te buna göre ürün sunum yapıyorlar. Halıda tasarım ve moda odaklı bir anlayışın hakim olduğu günümüzde, artık insanlar evlerinde daha kombine edilebilen daha şık halılar satın alıyorlar. Buna bağlı olarak tekstil ürünlerinde olan hızlı tüketim anlayışı halı sektörüne de yansıyor."

## "Klasik yöntemlerin dışına çıktık"

1992 yılından bu yana Çorlu / Tekirdağ'da tekstil finisaj makineleri üretimi ve ihracatı yapan Entema, Swell Soft Halı terbiye makinesi ile yurtiçi ve yurtdışında halı üreticilerinin ilgisini çekiyor. Entema Makine Firma Ortağı Ömer Gökcan,



**AYBERK MENEVŞE**  
Saray Halı Genel Müdürü

*"Ziyaretçi sayısındaki artışla birlikte bu fuar, bölgesel olmaktan öte giderek global bir kimliğe büründü."*

firmalarının sürekli Ar-Ge çalışmalarıyla bütünleşmesinin bir ürünü olan ve 2008 yılından bu yana üzerinde çalışılan projelerinin dünya genelinde patentleme sürecinin de tamamlandığını ifade ediyor. Gökcan, Swell Soft isimli yeni projelerinin başlangıçta havlu, kadir gibi kumaşların terbiyesi için TÜBİTAK Ar-Ge desteklerinden yararlanılarak hayata geçirildiğini ve 2011 yılında İspanya'da düzenlenen "ITMA Tekstil Makineleri Fuarı"nda gelen talepler doğrultusunda makinenin halı versiyonunun geliştirildiğini dile getiriyor.

Swell Soft halı terbiye makinesinin patentli meşetleri ve özel konstrüksiyonu sayesinde kumaş finishing yöntemlerinin halı proseslerine de uygulanabilir hale geldiğini söyleyen Gökcan, şöyle devam etti: "Halı sektöründe, bugüne kadar kullanılmakta olan klasik toz alma yöntemlerinden çok farklı bir yaklaşımla ısıtılmış ve buharlanmış kabin ortamında çalışan patentli sistemiyle makinemiz, en kalın ve zor materyallerden mamul halıları dahi kumaş gibi işleyebiliyor. Viskoz, akrilik, polyester, yün veya bu materyallerin karışımları ile üretilen halılarda sıra dışı olumlu görsel ve tuşe etkileri yaratılırken, havlara ve genel dokuya kazandırılan relaks etki de ürünlerdeki dokuma prosesi kaynaklı tüm gerilimleri gideriyor." Gökcan, dokumanın sonrasında ve tıraşın öncesinde Swell Soft'ta işlenen halıların tozlarından arındırılmış olma-

HALIDA TASARIM VE MODA ODAKLI BİR ANLAYIŞIN HAKİM OLDUĞU GÜNÜMÜZDE, ARTIK İNSANLAR EVLERİNDE KOMBİNE EDİLEBİLEN DAHA ŞİK HALILAR SATIN ALIYOR. BUNA BAĞLI OLARAK TEKSTİL ÜRÜNLERİNDE OLAN HIZLI TÜKETİM ANLAYIŞI HALI SEKTÖRÜNE DE YANSIYOR.

## FUAR

64



**ÖMER GÖKCAN**  
Entema Makine Firma Ortağı

*“Ortadoğulu alıcıların yoğun ilgisini çeken fuarın uzun vadede düşünüldüğünde ihracata da olumlu yansımaları olacak.”*

sının, havlarının gerçek boylarına yükseltip, dik pozisyona getirilmesinin tıraş prosesi için ideal şartları sağlayarak tıraş kalitesini artırdığını ve kesim hatalarının giderilmesine yardımcı olduğunu belirtti. Gökcan, “Dokuma sırasında birbirine kaşan veya yatık kalıp desenlerde görsel problem yaratan havlar, atkı ve çözümlü istikametlerinde kalıcı olarak hizaya girdiklerinden, desenler de gerçek ve net görünümüne kalıcı olarak kavuşuyor” dedi. Prosesin sonrasında halıların dokuma konstrüksiyonunu oluşturan tüm elemanların düzgünleştirilmiş ve aynı zamanda elyafların da hacimlendirilmiş olmasının daha girift, homojen ve esnek bir halı yapısı oluşturduğunu vurgulayan Gökcan, “Halıların hem tabanına hem de havlarına kazandırılan kalıcı formlar, kullanım sırasındaki deformasyon ve hav dökülme olasılıklarını azaltıyor” diye konuştu.

Gökcan, Swell Soft halı terbiye makinesinin dünya halı sektöründe bugüne kadar süregelen önemli problemleri ideal çözümlere kavuşturduğunu ve sektörün yakın ilgisi ile halı finishing proseslerinin vazgeçilmez bir parçası olacağını söyledi. Bundan sonraki hedeflerini ürünlerinin iç ve dış pazarlarda tanıtılması olduğunu ve konu üzerinde Ar-Ge çalışmalarının devam edeceğini söyleyen Gökcan, Swell Soft’un farklı versiyonlarının da önümüzdeki dönemlerde üreticilerin beğenisine sunulacağı dile getirdi.

### “Türkiye, firmalara alternatif yaratıyor”

Gökcan da Almanya’ya vize sıkıntısı yaşadıkları için giremeyen birçok Ortadoğulu alıcıların, yeni iş bağlantıları kurmak için İstanbul’daki Domotex Middle East Fuarı’nı tercih ettiği görüşüne katılan isimlerden biri. Almanya’ya yönelen alıcıları tamamen Türkiye’ye çekmenin mümkün olmadığını söyleyen Gökcan, AB ülkelerinde düzenlenen diğer halı fuarlarında da aynı sorunların yaşandığına dikkat çekti. Gökcan, ITMA Tekstil Makineleri Fuarı’nda katılımcıların bile vize almada problem yaşadığını söyleyerek, “En son 2011 yılında Barcelona’da düzenlenen fuarı hem tekstilci olarak ziyaret etmek isteyenler, hem de fuara katılımcı olarak müracaat etmiş firmalar personeli transfer etme konusunda sıkıntı yaşadı” dedi. Ortadoğulu alıcıların yoğun ilgisini çeken fuarın ihracata da olumlu yansımalarının olacağını ifade eden Gökcan, “Vize problemi de yaşanmadığından bu durum İstanbul’da düzenlenen Domotex Middle East Fuarı’na katılım için kolaylık sağlayacak” diye konuştu. Ortadoğu pazarına halı makineleri açısından bakıldığında fuarın önemli bir yerde durduğunu söyleyen Gökcan, Türkiye’nin pazar olarak dünyadaki en önemli ülkelerden biri olduğunu dile getirdi.

### “Hedef sadece Ortadoğulu alıcılar olmamalı”

Deco Rugs & Carpet Satış ve Pazarlama Müdürü Nuri Körahmetoğlu, Almanya fuarlarının kan kaybetmesinde vizenin önemli bir neden olduğunu aktardı. Bu tarz problemlerden dolayı İstanbul’da düzenlenen Domotex fuarının sektördeki gücünün arttığını belirten Körahmetoğlu, “Ancak fuarın daha fazla firmayı çekmesi için uluslararası firmaları da katılımcı olarak bu fuara çekmek gerekiyor” dedi. Körahmetoğlu, “Domotex, bizim gibi yeni firmaların tanınmasını, ürünlerini daha rahat Ortadoğulu firmalara ulaştırmasını sağlayacak” diye konuştu. Halı sektörü için fuarların önemli bir tanışma ve sunum noktası olduğunu bildiren Körahmetoğlu, organizasyonda sadece Ortadoğulu alıcıların hedef durumda olmaması gerektiğini söyledi. 2023 hedefi 5 buçuk milyar dolar olan halı sektörünün bu hedefine ulaşması için yeni pazarlara ve yeni müşterilere ulaşması gerektiğini anlatan Körahmetoğlu, “Bunun da en önemli destekçilerinden biri fuarlar olacak” dedi.



**NURİ KÖRAHMETOĞLU**  
Deco Rugs & Carpet Satış ve Paz. Md.

*“Halı sektörünün 2023 hedefine ulaşması için yeni pazarlara ve yeni müşterilere yönelmesi gerekiyor.”*

Körahmetoğlu, Ortadoğu pazarını halı kültürünün çok yoğun ve tüketimin çok hızlı olduğu bir pazar olarak değerlendirerek, Türkiye’nin hem tüketim alışkanlıklarının hem de pazara yakın konumda olmasının büyük avantaj olduğunu söyledi. Körahmetoğlu, “Halı ihracatımızda Ortadoğu pazarının önemli bir payı var. Ancak sektör olarak bu oranların daha da üzerine çıkabileceğimizi düşünmüyorum” dedi.





## CARPET-L SERIES

# HAS GROUP HALI SEKTÖRÜNDE DE LİDERLİĞE OYNUYOR

HAS GROUP Ar-Ge Departmanı, uzun süredir halı fabrikalarında uygulanan teknolojiler konusunda potansiyel müşterileri için projeler geliştirmektedir. HAS GROUP, aşağıda belirtilen sektörler için en önemli teknoloji sağlayıcı firmalardan biri konumundadır. Tüm uygulamalar müşterilerin talep ettiği haliyle tasarlanır, üretilir ve uygulanır.



Duvardan Duvara Halı Arkası Kaplama Hatları  
*Tufted Carpet Back Coating*



Dokuma Halı Apre Hatları  
*Woven Carpet Finishing Lines*



Banyo Halısı Hatları  
*Coating Ranges for Bathroom Carpets*



Suni Çim Halı Arkası Kaplaması  
*Coating Range for Artificial Grass Carpets*



İğnelenmiş (Nonwoven) Keçe Kaplama ve Laminasyon Hatları  
*Needle Felt (Nonwoven) Coating and Laminating Ranges*



Laminasyon Hatları / Lamination Ranges

### HAS GROUP MAKİNA ENDÜSTRİ A.Ş.

Merkez : Tekstil Kent Ticaret Merkezi A 15 Blok No: 45 34235, Esenler, İstanbul, Türkiye

Fabrika : Hacı Şeremet Mevkii Velimeşe Yolu Üzeri 59600, Çorlu, Tekirdağ, Türkiye

Tel : 0 282 674 3857 Faks : 0 282 674 3296 • info@has-group.com.tr • www.has-group.com.tr

HAZIR GİYİMİN TEMEL HAMMADDELERİ NİTELİĞİNDE OLAN ÜRÜNLERDE, KORUNMA ÖNLEMLERİ VE ANTİDAMPİNG UYGULANIYOR. TEKSTİL SEKTÖRÜ HAMMADDE İTHALATINDA ÖNLEM ALINMASINI TALEP EDERKEN, HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ İSE HAMMADDE TEMİNİNDE YARATTIĞI İLAVE MALİYET VE YÜK NEDENİYLE UYGULANAN ÖNLEMLERİN KARŞISINDA DURUYOR.



# İTHALAT UYGULAMALARINA BAKIŞ

**Cumhuriyet'in** ilk yıllarında temeli atılan Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye ekonomisinin en fazla katma değer yaratan ve dış ticaret fazlası veren işkollarının başında geliyor. İki sektör birlikte, GSMH'nin yüzde 7.1'ini, sanayi üretiminin yüzde 5'ini, sanayi istihdamının yüzde 27'sini, ihracatın ise yüzde 16'sını gerçekleştirirken, ithalatta son 10 yıldır ağırlaşan bir Uzakdoğu baskısı altında sıkıntı çekiliyor. Sürdürülemez

haksız rekabet ve hızla artan ithalat sonucunda Ekonomi Bakanlığı'nın, tekstil ve hazır giyim sektöründeki üretici firmalar ile ilgili sanayi ve ticaret odalarının başvurusu üzerine yoğun ve titiz çalışmaların ardından önlem için soruşturma açılması ve gerektiğinde geçici önlem alınması amacıyla yeterli şartların oluştuğuna karar verdiği görülüyor. Dünya ticaretinde rekabette bir adım önde olabilmek için önemli bir faktör olan ürünün fiyatıyla rekabetçi olması, uygun sürede ve nite-

likte hammadde teminini gerektirirken, aynı zamanda yerli sanayiye de uluslararası rekabete hazırlıyor. Bu anlamda, "Korunma önlemleri", "İlave vergi", "Antidamping/Antisübvansiyon" ve "Tarife dışı engeller" olarak dört başlık altında sıralanabilecek ithalat uygulamaları büyük önem taşıyor. Bu nedenle söz konusu uygulamaların, gerek hazır giyim/konfeksiyon, gerekse de tekstil sektörlerinin çıkarlarıyla uyum içerisinde olması gerekiyor. Bu veriler çerçevesinde değerlendirildiğinde,

tekstil ve hazır giyim sektörleri ticaret politikası önlemlerinde ve uygulamalarında farklı pozisyonlara sahip olduğu görülüyor. Elyaf, iplik ve kumaş gibi hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün girdisi durumundaki ürünlerin imalatçısı olan tekstil sektörü, bu ürünlerde önlem alınmasını talep ederken, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ise hammadde temininde yarattığı ilave maliyet ve yük nedeniyle özellikle ülkemizde üretilmeyen hammaddelere uygulanan önlemlerin karşısında duruyor. Hazır giyim ve konfeksiyon perspektifinde konu değerlendirildiğinde, sektörün ihtiyaç duyduğu elyaftan, ipliğe, kumaştan aksesuara birçok üretim girdisinin antidamping ya da korunma önlemi kapsamında olduğu gözlerden kaçmıyor.

## 17 antidamping soruşturması sonuçlandı

Mevcut antidamping ve korunma önlemleri incelendiğinde halihazırda hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinin girdisi niteliğindeki maddelerle ilgili 17 antidamping soruşturması nihayetlendirilirken, bunların 3'ünün elyaf, 5'inin iplik, 7'sinin kumaş, 2'sinin ise aksesuarlarla ilgili olduğu görülüyor. Ayrıca, başlatılan 2 yeni soruşturma da "iplik" ile ilgili. Bu soruşturmalar sonucunda 14 tekstil ürün grubunda ve 2 aksesuar niteliğindeki ürünlerde antidamping önlemi uygulanırken,

söz konusu ürün gruplarından 3'ünde yeniden önlem alınmasını teminen "Nihai Gözden Geçirme Soruşturması" başlatıldı.

## Çin'den Mısır'a uzanan liste

Ülkeler bazında incelendiğinde ise Çin Halk Cumhuriyeti 11 ürün grubunda, Tayvan ve Hindistan 4'er ürün grubunda, Endonezya 3 ürün grubunda, Güney Kore ve Tayland 2'şer ürün grubunda, Malezya ve Vietnam ise 1'er ürün grubunda dampainge karşı önlem uygulanan ülkeler arasında yer alıyor. Ayrıca Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan, Malezya, Mısır, Pakistan, Tayland ve Vietnam menşeli olan 2 ürün grubuna yönelik açılan soruşturmalar da henüz devam ediyor.

Filipinler ve Endonezya menşeli ve/veya çıkışlı 2 ürün grubunda mevcut damping önlemlerinin etkisiz kılındığı gerekçesiyle "önlemin etkisiz kılınması" soruşturması açılarak sonuçlandırıldı ve her iki ülke ve ürün için de mevcut önlemin en yüksek oranı uygulanmaya başlandı.

## Türkiye dünya hazır giyim ihracatında 6'ncı büyük tedarikçi

Ürün grubu içeriği yönünden bakıldığında hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün temel hammaddeleri niteliğinde olan ürünlerde ve



**JALE TUNÇEL**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

değer zincirinin tüm aşamalarında kullanılan girdilerde antidamping önlemi bulunduğu görülüyor. Ayrıca, yürürlükteki önlemlerin başlangıcına bakıldığında, birçoğunda 10 yılı aşkın sürelerde önlemlerin var olduğu ve tekrarlandığı da dikkat çekiyor.

Diğer taraftan, antidamping önlemlerinin yanı sıra sektörün temel hammaddeleri olan tüm dokuma ve örme kumaşların ithalatında 15 Eylül 2011 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı çerçevesinde yüzde 11-20 arasında değişen oranlarda ilave vergi de uygulanıyor.

Sonuç olarak, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü hammadde tedariki yönünden yaygın bir ticaret politikası önlemleri ve uygulamaları ile karşı karşıya bulunuyor.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 16.1 milyar dolarlık ihracatıyla ülke dış ticaretinde otomotiv sektörünün ardından ikinci büyük sektörken, dünya ihracatında da 6 büyük tedarikçi ülke arasında yer alıyor.

Hazır giyim konfeksiyon sektörü, gerek vermiş olduğu 13.3 milyar dolarlık dış ticaret fazlası ile gerekse de istihdama sağladığı katkıyla ülke ekonomisinin yegane sektörü olarak gösteriliyor. Türkiye'nin ticari anlamda dış pazarlara açılmasında öncü bir rol oynayan sektör, katma değerli ihracat konusunda da savunma ve mücevherden sonra en fazla katma değer yaratan sektör olarak göz dolduruyor.

Sanayi istihdamında da yüzde 15'lik payıyla ülke çapında en yaygın istihdam kapasitesine



Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, hammadde tedariki yönünden yaygın bir ticaret politikası önlemleri ve uygulamaları ile karşı karşıya bulunuyor.

DIŞ PAZARLARIN DARALDIĞI BİR ORTAMDA MEVCUT KONUMUNU KORUMAYA ÇALIŞAN HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN, DAHA REKABETÇİ ŞARTLARDA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR ŞEKİLDE İLERLEYEBİLMESİ İÇİN HAMMADDE TEMİNİNİN ÖNÜNDEKİ ENGELLERİN KALDIRILMASI SON DERECE ÖNEM TAŞIYOR.



sahip olan sektör, geleceğe dönük hedeflerini gerçekleştirmek ve Türkiye'yi dış pazarlarda daha ileri bir konuma yükseltebilmek amacıyla gittikçe yoğunlaşan rekabet ortamında büyük gayret sarf ediyor.

Dünyada ekonomik gelişmelere bağlı olarak dış pazarların daraldığı bir ortamda hızlı hareket edebilme ve organizasyon becerisiyle mevcut konumunu sürdürmeye çalışan sektörün, daha rekabetçi şartlarda ve sürdürülebilir bir şekilde hammadde temininin önünde engelin olmaması son derece önem taşıyor. Nitekim 2023 İhracat Stratejisi kapsamında 60 milyar dolarlık ihracat hedefi belirleyen sektörün bu hedefleri gerçekleştirmesinde kritik başarı faktörlerinden en önemlisi hammadde temininin önündeki engellerin kaldırılması.

Bu nedenle ülkemizde elyaf, iplik ve kumaş gibi girdi niteliğindeki ürünlerin üretiliyor olması, hazır giyim ve konfeksiyona avantaj sağlasa da, bu girdilere uygulanan önlemlerin büyük bir ihracat kapasitesine ve potansiyeline sahip olan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün rekabetçi yönünü de zarar uğrattığı göz önünde bulundurulmalı.

Özellikle ülkemizde rekabetçi şartlarda imal edilmediği için üretimi uzun yıllardan bu yana yapılamayan hammaddelerde dahi önlemlerin olması, sektör açısından maalesef cevabı ve çözümü henüz bulunamayan bir sorun olarak bekliyor.

## İthalata yönelik ticaret politikası araçları ve diğer uygulamalar;

### 1)Korunma Önlemleri;

Belirli bir ürünün ithalatında sürekli ve hızlı artış sonucunda yerli üretici üzerinde zarar

ya da zarar tehdidinin varlığına bağlı olarak ortaya çıkan "Korunma Önlemleri" yerli üretici ya da yerli üreticilerin temsil edildiği meslek örgütlerinin başvurusu çerçevesinde alınır.

### Prosedürü;

- Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) "Korunma Önlemleri Anlaşması" hükümlerine göre,
- "İthalatta Korunma Önlemleri Kararı" çerçevesinde alınmaktadır.
- Sektörel kuruluşlar ve firmalar tarafından yeterli temsili sağlayacak şekilde başvuru Ekonomi Bakanlığı'na yapılır,
- İthalattaki sürekli ve hızlı artışın sektör üzerinde zarar ve zarar tehdidi oluşturduğu gerekçelendirilmelidir.
- Alınan korunma önlemleri tüm DTÖ ülkelerine eşit uygulanmaktadır. EAGÜ'e (En Az Gelişmiş Ülke) yönelik kısıtlı tarife kontenjanı uygulanır.
- Önlemler ilave gümrük vergisi ve/veya miktar kısıtlaması şeklinde olmaktadır.
- Önlemler 3 yıl süreyle alınmakta, gerekmesi halinde aynı prosedürle tekrar uzatma için başvurulabilmektedir.

### 2)İlave Vergi;

- Bir ticaret politikası aracı olmamakla beraber DTÖ'ye gümrük vergileri bağlanmamış ürünlerde, ya da DTÖ'ne bağtlanan vergi oranlarının altında olmak şartıyla, DTÖ Korunma Önlemleri Anlaşması hükümleri haricinde, AB Gümrük Birliği Kararı çerçevesinde alınabilmektedir.
- AB Ülkeleri ve STA (Serbest Ticaret Anlaşması) imzalanan ülkelere önlemler uygulanmamaktadır.
- Menşesine göre 3. ülkeler menşeli ürünler AB ve STA üzerinden gelse bile önlem uygulanır.
- Uygulamada süre sınırı bulunmamaktadır.

### 3)Antidamping/Antisübvansiyon;

- DTÖ Anti dumping hükümleri kapsamında "Haksız Rekabetin Önlenmesi"ne dair mevzuat çerçevesinde alınmaktadır.
- Spesifik bir üründe belirli ülke ya da ülkelere karşı alınmaktadır. Ülke kapsamı sınırlıdır. Önlem firma bazında belirlenir. En yüksek firma oranı ülkeye uygulanır.
- Önlem alınacak ülkelerden yapılan ithalat birim fiyatları ile söz konusu ülkenin yurtiçi satış birim fiyatları arasında farklılık iddiasına dayanmaktadır.
- Böylelikle, soruşturma kapsamında şikayet konusu ürünün ihrac fiyatı, normal değer, dumping marjı ve üretim dalı üzerinde oluşan ve oluşması muhtemel zarar ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır.
- Bunun için firmalar bazında teknik yönden detaylı bir soruşturma süreci gerekmektedir.
- Alınan önlemler 5 yıl süreyle uygulanmakta ve tekrar gözden geçirme soruşturmasıyla uzatılabilmektedir.

### 4)Tarife Dışı Engeller;

Tarife dışı engellerin kapsamı geniştir.

Bir malın ithalatı aşamasında;

- İthal lisansı gibi ilave belge istenmesi,
- Referans fiyat uygulaması,
- Ürünlerin zararlı kimyasallar yönünden denetimi,
- Standardizasyon uygulamaları,
- İhtisas gümrüğü uygulanması gibi önlemler bu kapsamda sayılabilir.

Hazır giyim sektörü, katma değer itibarı ile ülkemizde üretimi yapılamayan hammadde ve aramalı tedarikindeki engeller yerine

- ✓ Tasarım/Trend/Tanıtım ile daha fazla katma değer üreten
- ✓ Yurtdışı mağazalaşma ve perakendede yükselen
- ✓ Organizatör ülke rolüyle üretim ve tedarik zincirindeki kanalları yöneten
- ✓ Dünya pazarlarında Türkiye algısını moda ve markayla destekleyen
- ✓ Sektörün ihtiyaç duyduğu insan kaynağını oluşturan

yapısıyla ülke ekonomisine katkısını arttırarak devam edecek.

# ANTİDAMPİNG VE KORUNMA ÖNLEMİ UYGULAMALARI

ÜRÜN	ÖNLEMİN BAŞLANGICI	ÜLKE
Cırt bantlar	12/13/2002	Çin Halk Cum. Tayvan 18.12.2013'e dek önlem var.
Dokumaya elverişli ipliklerden metalize iplikler	9/24/2004	Çin Halk Cum. Güney Kore Hindistan Tayvan 21.07.2015'e dek önlem var.
Kayarak işleyen fermuarlar	3/12/2005	Çin Halk Cum. 30.10.2015'e dek önlem var.
Koagüle Suni Deri	4/18/2009	Çin Halk Cum. 18.04.2014'e dek önlem var.
Naylon veya diğer olyamidlerden (tek katının herbiri 50 tex'i geçmeyenler) Tekstürize İplikler	9/5/2008	Çin Halk Cum. NGGS açıldı. (26.07.2013)
Poliesterden düz iplikler	4/26/2013	Çin Halk Cum. Hindistan Malezya ADS açıldı.
Poliesterden Sentetik Devamsız Lifler (I. Soruşturma)	3/13/2000	Endonezya Güney Kore 16.05.2017'e dek önlem var.
Poliesterden Sentetik Devamsız Lifler (II. Soruşturma)	7/29/2003	Hindistan Tayland Tayvan 18.04.2014'e dek önlem var.
Poliesterden Sentetik Devamsız Lifler (III. Soruşturma)	9/1/2007	Çin Halk Cum. 16.07.2018'e dek önlem var.
Poliesterden Tekstürize İplikler (I. Soruşturma)	6/27/2000	Hindistan Tayvan 27.11.2017'e dek önlem var.
Poliesterden Tekstürize İplikler (II. Soruşturma)	12/31/2008	Çin Halk Cum. Endonezya Malezya Tayland 31.12.2013'e dek önlem var.
Poliyeten ve Polipropilen şerit ve benzerlerinden dokunmuş mensucat	11/15/2008	Çin Halk Cum. Vietnam 15.11.2013'e dek önlem var.
Poliüretan emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş mensucat (Deri Taklidi)	2/5/2005	Çin Halk Cum. 31.10.2015'e dek önlem var.
Sentetik - Suni Kesikli Elyaftan Dokunmuş Mensucat	2/15/2001	Çin Halk Cum. 05.05.2018'e dek önlem var.
Sentetik Battaniyeler ve yalnız, tekrar eden pano baskı yapılmış ve sözkonusu pano baskıdan kesilerek battaniye elde edilebilen, rulo veya kesilmiş halde olanların havlı olanlar	12/18/2002	Çin Halk Cum. NGGS açıldı. (25.07.2013)
Sentetik Filament Elyaftan Dokunmuş Mensucat	2/13/2002	Çin Halk Cum. Güney Kore Malezya Tayland Tayvan NGGS açıldı. (24.07.2013)
Sentetik ve Suni Devamsız Liflerden İplikler (I. Soruşturma)	1/12/2009	Çin Halk Cum. Endonezya Hindistan 12.01.2014'e dek önlem var.
Sentetik ve Suni Devamsız Liflerden İplikler (II. Soruşturma)	10/18/2012	Malezya Mısır Pakistan Tayland Vietnam ADS açıldı.
Suni ve Sentetik Liflerden Belirli Mensucat veya Tekstil Ürünü	4/11/2010	Çin Halk Cum. 11.04.2015'e dek önlem var.
Dokuma Mensucat	9/15/2011	AB ve STA ülkeleri hariç Tüm Ülkeler için "Korunma Önlemi" uygulanacaktır.
Hazır Giyim Eşyaları	9/15/2011	AB ve STA ülkeleri hariç Tüm Ülkeler için "Korunma Önlemi" uygulanacaktır.
Naylon veya diğer Polyamidlerden (tek katının herbiri 50 tex'i geçmeyenler) Tekstürize İplikler	7/11/2006	İran 09.08.2015'e dek Korunma Önlemi uygulanacak.
Poliester Devamsız Elyaf	9/21/2013	İran 20.09.2017'ye dek Korunma Önlemi uygulanacak.



**DR. FEVZİ TOKSOY**  
Actecon Danışmanlık A.Ş

# Dünya, tehlikeli tedbirler savaşına yürüyor

TÜRK ŞİRKETLERİNİ VE İHRACATÇI BİRLİKLERİNİ AB, ABD, SİNGAPUR, ENDONEZYA, SUUDİ ARABİSTAN, BREZİLYA HİNDİSTAN GİBİ ÜLKELERİN ÇEŞİTLİ ÜRÜNLERDE AÇTIĞI SORUŞTURMALARDA TEMSİL EDEN DR. FEVZİ TOKSOY, DIŞ TİCARET KORUMA ÖNLEMLERİNİN AMACINDAN ÇIKARAK, ÇOK TEHLİKELİ TEDBİRLER SAVAŞINA DOĞRU GİTTİĞİNE DİKKAT ÇEKTİ.

**Tekstil** ve konfeksiyon ürünleri, elyaftan ve iplikten başlayıp podyuma kadar giden dikey yapılanmada birçok farklı ürünü kapsıyor. Bu ürünlerin her biri bir diğerinin girdisi konumunda ve her aşamada ürünün katma değeri artarak sonunda 'marka değeri' dediğimiz soyut ürünün katma değeriyle süreç tamamlanıyor. Tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin uzun bir değer zincirine sahip olması, bu ürünlerin üreticisi ve kullanıcıları/ithalatçıları arasında çıkar farklılıklarını da beraberinde getiriyor. Bu durumda ithalat politikaları ve uygulamalarında pozisyon farklılıkları belirginleşiyor.

1994 yılında imzalanan GATT Anlaşması kapsamında ithalatta haksız rekabetin önlenmesine ilişkin Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları somut bir şekilde kullanılmaya başlayınca, tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin hem üreticisi, hem ithalatçısı konumunda olan ülkeler, arasında yoğun bir koruma mücadelesi başladı. Bu süreçte de tekstil ve konfeksiyona ilişkin sanayi politikası olmayan ülkeler kaçınılmaz bir şekilde bocaladılar. İplik hammaddesi, kumaş, konfeksiyon ve hazır giyim ürünlerinin her birinde hem yerli sanayi, hem de dış ticaret yapılanması olan ve yüksek miktarda ticaret hacmi olan ülkelerde iç piyasada üretici/itha-

latçı çekişmeleri baş gösterdi. Bu süreç hala devam ediyor. Özellikle de dış ticaret koruma önlemleri amacından sapılarak, ithalatın engellenmesi veya zorlaştırılması yoluyla yerli sanayicinin teşvik edilmesi amacıyla kullanıldıkça, DTÖ'nün 'yerli sanayinin belirli şartların varlığı halinde korunması' politikası zarar görüyor. Bu durum Dünya çapında çok tehlikeli tedbirler savaşına doğru gidiyor. Antidamping ve korunma önlemleri gibi ticaret politikası araçlarının son dönemde DTÖ'ne üye ülkeleri tarafından artan oranda kullanılması bu tehlikeli gidişe işaret ediyor. DTÖ verilerine göre Türkiye 2012 yılında 14 soruşturma ile antidamping önlemini en çok kullanan üçüncü ülke konumunda. 1995-2012 yılları arasında ise Dünya'da 10. Sırada yer aldık. Yine 1995 yılından itibaren açılan antidamping soruşturmalarının yüzde 8.5'i tekstil sanayiinin korunması amacıyla açılmış. Ancak bu rakamlar kimyasallar ve tarım ürünlerini kapsamadı. Bu alandaki önlemleri de eklediğimizde tüm tekstil ve konfeksiyon ürünleriyle ilgili soruşturmalar Dünya'daki toplam tedbirlerin 1/4'üne yaklaşıyor. Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde antidamping araçlarını kullanım sıklığı ise ya yerli sanayinin rekabet gücünün yeterli olmadığına bir göstergesi olarak, ya

da tedbirlerin yerli sanayiye kriz dönemlerinin telafisi olarak teşvik amaçlı kullanıldığı şeklinde olarak yorumlanabilir. Her şartta, Türkiye'nin uluslararası pazarlarda etkinliğini artıracak ya da rekabet gücünü yükseltecek politikalara odaklanması gerekiyor. Bu kapsamda, örneğin AB ile ABD arasında yapılacak Serbest Ticaret Anlaşması görüşmelerinin yakından takip edilmesi önemli. Çünkü bu süreç, şayet Türkiye masaya oturamazsa Türk tekstil endüstrisinin rekabet gücüne olumsuz etki yapacaktır. Rekabet gücüne olumlu yönde katkı sağlayacak faaliyetlerde bulunulmazsa, dış ticaret koruma önlemlerinin merhem olma etkisi de çok az olacaktır.

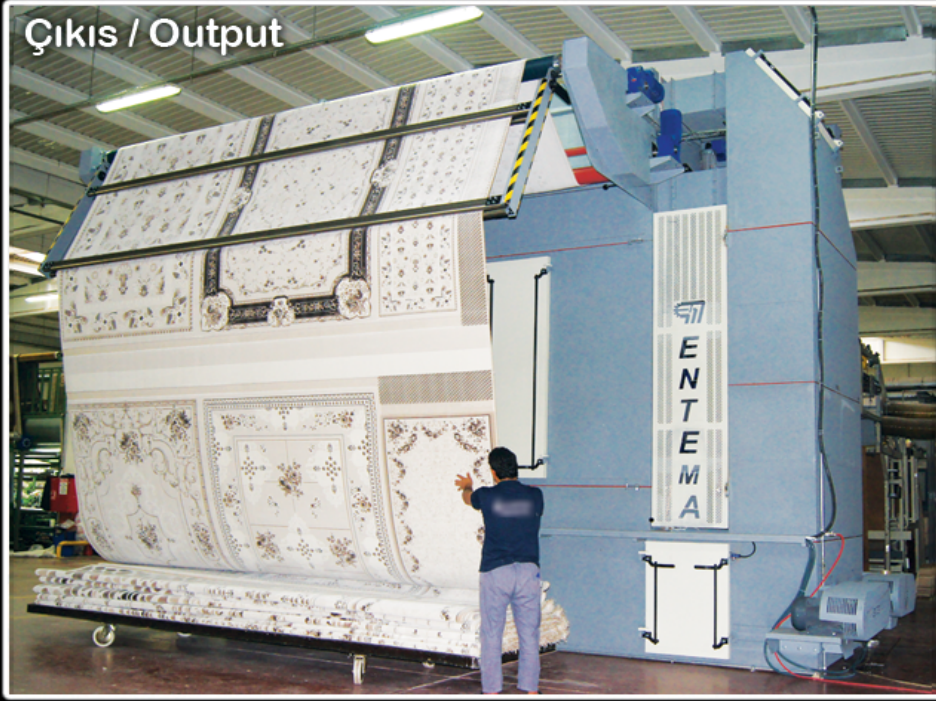




...the new ideas for,  
carpet processing...

# SWELL® SOFT

...havlu, dösemelik, ev tekstili, pelus, kadife, battaniye, polar, flock, dantel, sentetik deri, halı...  
...towel, upholstery, home textile, plush, velvet, blanket, pl. fleece, flock, synth. leather, carpet.



Çıkış / Output

- Patentli özel dizayn
- Isı ve buhar etkisi ile iyileştirilmiş etkiler
- Çift veya tek taraftan işleyebilme
- Havları yatarna veya tersine işleyebilme
- Tozlardan arındırma
- Yumusatma
- Hacimlendirme
- Desenlerde netleşme
- Renklerde canlanma
- Bilgisayarlı kolay kullanım
- Otomatik toz tahliyesi
- Kolay makine temizliği
- Düşük gürültü seviyesi
- Düşük enerji kullanımı
- Düşük bakım ihtiyacı
- Special patented design
- Better effects by heat and steam
- Optional, one side or two sides processing
- Processing both directions of piles
- Cleaning of dust and lint
- Softening
- Swelling
- Sharpening of designs
- More vivid colours
- Easy operation by PLC
- Automatic evacuation of lint & dust
- Easy cleaning of machine
- Low level of noise
- Low energy consumption
- Less maintenance

## HALI TERBİYE MAKİNESİ / CARPET TREATMENT MACHINE



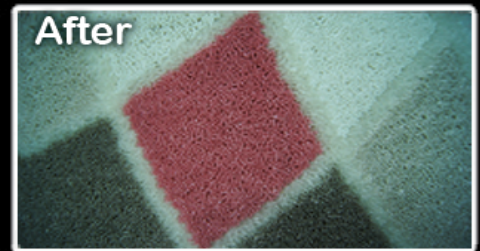
Giris / Input



Çıkış / Output



Before



After

CE

TEMSAD

ITMA 2011

Address : Hatip Mah. Hacıhamam Sok.  
No : 3 Corlu - Tekirdag / TURKEY

T : +90 282 651 34 02  
F : +90 282 652 29 10

www.entema.com.tr  
omer@entema.com.tr

ENTE MA®  
specialist of dryer

AB'NİN 2013 YILI OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDEKİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İTHALATINDA, BİR ÖNCEKİ YILIN AYNI DÖNEMİNE GÖRE YÜZDE 1 AZALMA VAR. TOPLULUK ÜLKELERİNİN, 2012'NİN İLK 6 AYINDA 42.9 MİLYAR EURO OLAN TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İTHALATI 2013'DE 42.4 MİLYAR EURO'YA GERİLEDİ.



itkib.bxl@skynet.be

**HALUK ÖZELÇİ**  
İTKİB Brüksel Temsilcisi

**Avrupa Birliği** (AB) 2013 yılı Ocak-Haziran dönemindeki tekstil ve hazır giyim dış ticaret rakamları açıklandı. İlk altı ayda topluluk ülkelerinin ithalatında, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1 azalma kaydedildi. Topluluk ülkelerinin 2012'nin ilk altı ayında 42.9 milyar Euro olan tekstil ve hazır giyim (T/HG) ithalatı, 2013'de 42.4 milyar Euro'ya geriledi. Bunun başlıca nedeni, önde gelen tedarikçi ülkelerden yapılan hazır giyim ithalatındaki düşüş olarak belirtiliyor. Bu gerileme, AB'nin ilk 10 tedarikçisine değişik şekilde yansıyor.

Tekstil ithalatı, bir önceki yılın ilk altı ayına kıyasla yüzde 1.7 artarak 12.8 milyar Euro ulaşırken, hazır giyim dış alımının 2013'ün ilk yansında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2.1 azaldığı ve 29.6 milyar Euro'da kaldığı anlaşılıyor. Örneğin, ilk altı ayda Çin'den yapılan T/HG alımları yüzde 6.6 azalırken, Pakistan'dan yapılan ithalat yüzde 8.9, Bangladeş'ten yüzde 5.8, Hindistan'dan yüzde 3 ve Türkiye'den yapılan ithalat yüzde 6 arttı. AB'deki tekstil pazar payını, 2013 yılının ilk ayında bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla değer bazında en çok artıran ülkelerin başında yüzde 10.7 ile Türkiye geliyor. Topluluk ülkelerinin 2012 yılının ilk altı ayında Türkiye'den gerçekleştirdiği 1.85 milyar Euro'luk alımlar, 2013 yılının aynı döneminde

# AVRUPA BİRLİĞİ, İTHALATTA İNİŞE GEÇTİ

2.5 milyar Euro'ya yükseldi. Bir önceki yılın ilk altı ayına kıyasla 2013 yılının birinci yarısında Pakistan'ın topluluk tekstil pazarında sağladığı artış yüzde 7.3, Hindistan'ın ise yüzde 2.3 olarak kaydedildi. AB'nin, 2013 yılının ilk altı ayında Çin'den gerçekleştirdiği hazır giyim dış alımının bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8.6 gerileyerek, 10.5 milyar Euro düştüğü görülüyor. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat; yüzde 4 artarak 4.2 milyar Euro'ya, Bangladeş'ten yapılan alımlar yüzde 5.4 artarak 4.3 milyar Euro'ya ve Pakistan'dan ithalat yüzde 10 artarak 668 milyon Euro'ya ulaştı. Bu dönemde Hindistan'dan gerçekleştirilen hazır giyim ithalatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre değişmeyerek 2.2 milyar Euro'da kaldı.

## AB, STA ağını örüyor

AB ile Singapur arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (STA) müzakereleri tamamlandı. Taraflar, 20 Eylül tarihinde Singapur'da çok kapsamlı bir anlaşmayı parafladılar. STA metni AB Komisyonu, Konseyi ve Avrupa Parlamentosu'nun onayından sonra yürürlüğe girecek. AB ile Singapur arasında parafede edilen STA, ASEAN (Güneydoğu Asya Bölgesi Ülkeleri) Bölgesi ile yapılan ilk anlaşma olması açısından önem taşıyor. Bu anlaşmanın AB'nin, Singapur'a yönelik ihracatında önümüzdeki 10 yılda içinde yaklaşık 1.4 milyar Euro, Singapur'un AB'ne yönelik ihracatında ise 3.5 milyar Euro artış sağlaması bekleniyor. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, geçen Eylül ayında Washington'da, ABD Ticaret Bakanı Penny Pritzker ve Ticaret Temsilcisi (USTR)

Michael Froman ile bir araya gelmişti. Görüşmelerde tarafların Türkiye'nin, ABD ile AB arasında yürütülen Transatlantik Trade and Investment Partnership (TTIP) müzakerelerinden nasıl etkileneceğini ve Türkiye ABD arasındaki ticaretin ve yatırımların nasıl libere edileceğini ele aldıkları anlaşılıyor. Toplantının ardından yapılan basın bildirisinde, iki ülke arasındaki ticareti ve yatırımları artıracak konular ve öncelikler üzerinde çalışmak üzere, "US-Turkey High Level Committee" (HLC) kurulmasının kararlaştırıldığı açıklandı. Bunun çok olumlu bir gelişme olduğuna şüphe yok. AB Komisyonu, ABD tarafı ile yürüttüğü TTIP müzakerelerinde ele alınan konuları yetkililerimizle ve bizlerle paylaşıyor. Türkiye tarafı olarak HLC toplantılarına, TTIP müzakerelerinde gelinen son noktayı bilerek katılabilecek olmamız bize hamle önceliği verebilecek. Henüz müzakereler başlamadan, Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri olarak üyesi olduğumuz EURATEX'in, AB Komisyonu'na çağrıda bulunmasını sağlamıştık. Nitekim Komisyon, ABD ile Temmuz'da başlatılan ilk tur TTIP müzakerelerinde, Türkiye ile de bir STA yapılmasına büyük önem verdiğini kayıtlara geçirmişti. Bu gelişmeler olurken, geçen Eylül ayının son haftasında Avrupa Parlamentosu'nda INTA Committee Başkanı Vital Moreira, AB-ABD TTIP ve AB-Japonya STA'sı konusunda, EURATEX Yönetim Kurulu Üyeleri'mizin de katıldığı bir toplantı düzenledi. Komisyon, ABD tarafına görüşmelerin başından beri, Gümrük Birliği ilişkisi içinde bulunan Türkiye ile STA müzakerelerine başlanması konusunda telkin ve bildirimde bulduklarını tekrarlıyor.

# Dünya çapında ünlü moda etkinlikleri Hong Kong'ta



## Hong Kong Fashion Week for Fall/Winter **Asia's No.1** HKTDC Hong Kong Moda Haftası Sonbahar/ Kış Asya'da **1 Numara!**



## World Boutique, Hong Kong HKTDC Dünya Butiği, Hong Kong

13-16 Ocak 2014 • Hong Kong Convention and Exhibition Centre

- 1,800'den fazla kaliteli sergileyiciden en son giyim ve aksesuar ürünlerini görün
- Hong Kong Moda Haftası Tema Bölümleri : Kot, El Çantaları, Atkılar, Moda Bijuteri, İç Giyim ve Mayo/Bikini, Bebek ve Çocuk Giyimi, Gelinlik ve Gece Kıyafetleri
- Hong Kong Dünya Butiği'nde, göz alıcı defileler ve şovlarla dünyanın en iyi yaklaşık 560 markası
- Uluslararası ünlü stil tahmincilerinin yer aldığı Trend Seminerleri

[www.hktcd.com/ex/hkffashionweekfw/38](http://www.hktcd.com/ex/hkffashionweekfw/38)

[www.hktcd.com/ex/worldboutiquehk/38](http://www.hktcd.com/ex/worldboutiquehk/38)

İlk kez ziyaret edecekler için 2,100 HK\$'ına (yaklaşık 270\$) kadar Otel Sponsorluğu – Lütfen aşağıdaki bilgilerden HKTDC ofisi ile bağlantıya geçin:

Tel: 90 (212) 287 46 78 • Fax: 90 (212) 287 01 20 • Email: [istanbul.consultant@hktcd.org](mailto:istanbul.consultant@hktcd.org)

### Ücretsiz kayıt için şimdi harekete geçin!

Ticari ziyaretçiler için, aşağıdaki kanallardan giriş kartınızı ücretsiz kaydettirin :

**Mobil Bilgi Sitesi** — [visit hktcd.com/wap/fashionfw/T119](http://visit.hktcd.com/wap/fashionfw/T119)

**Akıllı Telefon Bilgi Sitesi** — iPhone App Store, BlackBerry App World ya da Google Play'den HKTDC Mobile'i indirin!



Resmi Hava Yolu Şirketi:



Resmi Teşviki:



Your business · Our mission |



香港貿發局

# İDMİB'İN YOLU

## MOS • SHOES'TAN GEÇTİ

TÜRK DERİSİNİN GEREK ÜRETİMDE, GEREKSE DE TASARIMDAKİ GÜCÜNÜ TÜM DÜNYAYA GÖSTERMEYE DEVAM EDEN İDMİB, ULUSLARARASI PLATFORMLARDA GÖVDE GÖSTERİSİ YAPIYOR. GEÇTİĞİMİZ GÜNLERDE MİCAM FUARI'NA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İDMİB, BU ORGANİZASYONUN HEMEN ARDINDAN DÜNYA AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ PLATFORMLARINDAN BİRİ OLAN MOSSHoes'DA DA YERİNİ ALDI.

**“Mosshoes** Uluslararası Ayakkabı Fuarı”, dünya ayakkabı sektörünün en son ürünlerini sergilediği ve her yönüyle katılımcı ve ziyaretçilerinin beklentilerini karşılayan önemli bir buluşma noktası olarak adından söz ettiriyor. Yılda dört kez düzenlenen ve her döneminde uluslararası ayakkabı profesyonellerini bir araya toplayan uluslararası ayakkabı fuarı ‘Mosshoes’, Türk ayakkabı üreticileri için de önemli bir fuar olarak görülüyor ve fuara katılım oranı aynı ölçüde her dönem artış gösteriyor. Mosshoes’un son dönemi ise, Rusya’nın başkenti Moskova’da yer alan Crocus Expo’da, 23 -26 Eylül tarihleri arasında 57’nci kez düzenlendi. Toplamda 475 firmanın ürünlerini

sergilediği fuarda Türkiye, İtalya ve Almanya’dan sonra en fazla firma ile katılım gerçekleştiren ülke oldu. Türkiye’den toplamda 37 firmanın yer aldığı etkinliğe İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) çatısı altında katılan firma sayısı ise 27 oldu. Firmaların 230 bin metrekarelik alanda; erkek, bayan ve çocuk ayakkabı, çanta, eldiven, kemer, deri mamulleri, ayakkabı bakım ürünleri ve ayakkabı aksesuarlarını alıcıların beğenisine sunduğu fuarda, İDMİB bünyesinde yer alan markalar ise 345 metrekarelik bölümde ayakkabı modellerini sergiledi. Mosshoes Ayakkabı Fuarı esnasında İDMİB’in düzenlediği organizasyon kapsamında düzenli olarak çeşitli tanıtım faa-





Fuarın açılışında konuşan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, Türkiye'nin tarihinden gelen çok önemli bir deri işleme geleneğine sahip olduğunu hatırlatarak, bu becerinin de sektörü son derece yetenekli ve uzman kıldığını vurguladı.

## Ayakkabı endüstrisi, deri ihracatının kalbinde

Fuarın açılış töreninde yaptığı konuşmada Rusya'nın başta ayakkabı sektörü olmak üzere Türkiye'nin deri ihracatında çok özel bir yerde durduğunu ifade eden İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, bununla birlikte Rusya'nın dış ticarete de Türkiye'nin önemli bir ortağı olduğunu söyledi. Tolunay, bu sebeple Mosshoes'ta yer almaktan gurur ve mutluluk duyduklarını dile getirdi.

Tolunay, Türkiye'nin tarihinden gelen çok önemli bir deri işleme ve ayakkabı üretme geleneğine sahip olduğunu hatırlatarak, sahip olduğu yüksek uzmanlık ve alanında gelişmiş el becerisinin deri sektörünü son derece yetenekli ve uzmanlaşmış kıldığını vurguladı. Tolunay, Türkiye'nin sadece yüksek kaliteli ürünleriyle değil; lojistik yetenekleri, coğrafi konumu, müşteri taleplerine hızlı ve doğru cevap yeteneği ile de rakiplerinden ayrıştığını aktardı.

## “Türkiye İtalya ile yarışıyor”

Tolunay, ayakkabı sektörünün ihracattaki önemine değinerek, “Ayakkabı endüstrisi 2012 itibariyle Türk deri ihracatının yaklaşık yüzde 35'ini oluşturmuşken, 2013 yılının ilk sekiz ayında bu oran yüzde 40'lara yükseldi” dedi. Tolunay, 2012 yılı itibariyle Türkiye'nin yıllık ayakkabı ihracatı 550 milyon doların üstünde seyrederken, 2013 yılında ise bu rakamın 700 milyon

liyetlerine de yer verilerek, Türk ayakkabı sektörünün yurtdışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedeflendi.

## Mosshoes yeni alıcıların gözdesi

Fuara; Rusya, Avusturya, Beyaz Rusya, Brezilya, İngiltere, Vietnam, Almanya, İspanya, İtalya, Çin Halk Cumhuriyeti, Moldova, Polonya, Portekiz, Slovenya, Türkiye, Ukrayna, Finlandiya, Fransa'dan toplamda 475 firma katıldı. 18 ülkeden firmaların yer aldığı Mosshoes'un ziyaretçi sayısında da geçen döneme göre artış olduğu gözlemlendi. Bununla birlikte, ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 50'sinin yeni alıcılardan oluşması fuarın dikkat çeken bir diğer özelliği oldu.

## MOSSHOES KİMLERİ MİSAFİR ETTİ?

Canilh Ayakkabı, Ceylanlar Kundura, Cihan Kundura, Destan Birlik Ayakkabı, Drt Makina Metal Ahşap, Egemod Ayakkabı, Elile - Taner İlhan Ayakkabı, Ertekin Kundura ve Dericilik, FTH Ayakkabı Deri Ürünleri, Günder Ayakkabı, Gündoğdular Deri, Haldun Tekstil Deri Ürünleri, Hüdaverdi Spor Malzemeleri, Karetta Ayakkabı, Mehmet Güler Ayakkabı ve Deri Mamulleri, Narin Bebe Ayakkabı, Özdoku Ayakkabı, Özgür Bebe Ayakkabı ve Deri Malzemeleri, Pehlivan Ayakkabı ve Deri Ürünleri, Tezcan Kundura, Cabani Ayakkabı, Çetsan Ayakkabı, Gim Ayakkabı, Minimen Ortopedik Ayakkabı, Özdemir Ortopedik Çocuk Ayakkabıları, Perlina Uğur Ayakkabı, Toro Ayakkabı

# %40

GEÇTİĞİMİZ YIL TÜRKİYE'NİN TOPLAM DERİ İHRACATINDAN YAKLAŞIK % 35 PAY ALAN AYAKKABI ENDÜSTRİSİ, 2013 YILININ İLK SEKİZ AYINDA İSE BU ORANI % 40'LARA ÇIKARDI.

## FUAR

76



**HÜSEYİN YAĞCI**  
Perlina Uğur Ayakkabı Firma Sahibi

### ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEM DE MOSSHOES'DA OLACAĞIZ

Firma olarak ürettiğimiz ürün gamı, Rusya pazarına hükmettiği için Mosshoes fuarında yaklaşık 12 yıldır yer alıyoruz. Geçen fuarlara göre bu fuar dönemi bir-iki adım daha iyiydi. Yalnız Uzakdoğu firmaları daha kaliteli malzemelerle Türk ayakkabılarını taklit etmeye başlamışlar. Özellikle Çin taklit etme konusunda gayet iyi, tabanımızdan tutun da modelimize kadar birbir aynısını üretmeye çalışıyor. Bu firmaların fuardaki sayısını da here geçen gün artıyor. Bu durum bizimle birlikte diğer Türk firmalarının da dikkatini çekti. Fuar sonunda, şirketimizin Rusya pazarında yer alan müşteri portföyü istikrarını korudu. Önümüzdeki dönemde de Mosshoes'da yer almayı düşünüyoruz.



**ÖZER CEYLAN**  
Ceylanlar Kundura Genel Müdürü

### PAZARDAKİ TALEPLERİ YAKINDAN GÖRDÜK

Mosshoes, Rusya ve Doğu Avrupa'nın en büyük ayakkabı fuarı, bu nedenle de bizim hedef kitlemiz açısından oldukça önemli. Cabani olarak Rus ve Doğu Avrupa'da bilinen bir markayız. Her yıl katılımcı olarak ya da ziyaretçi olarak muhakkak bu fuara katılıyoruz. Cabani Ayakkabı olarak Rusya pazarındaki yerimiz zaten çok büyük, bu fuarda da 200'e yakın alıcıyla ile bağlantı kurduk ve çok sayıda sipariş aldık. Fuarda, katılımcı firma ve ziyaretçi firma sayısında artış gözlemledik. Özellikle Almanya gibi güçlü firmaların bulunduğu ülkelere ulaşabilmek büyük ayrıcalık. Eskiye nazaran daha fazla ülke ve daha fazla firmayla karşılaştık ve pazardaki talepleri yakından öğrenme şansı yakaladık.



**CEM KUBILAY KABAN**  
Cabani Ayakkabı YK Üyesi

### MOSSHOES UMUT VAAT EDİYOR

Mosshoes'a; yeni müşteriler kazanmak, ufkumuzu genişletmek ve ihracat hedefimizi büyütme adına çok olumlu bir fuar olarak bakıyoruz. Rus müşterilerin ilk kez gördüğü firmayla hemen çalışmadığını ve bir firmayla iş bağlantısı kurmak için bir kaç kez karşılaşması gerektiğini anladık. Rus müşteriler dışında fuarda standımızı İtalyan, Alman ve Azeri müşteriler ziyaret etti. Fuar çok başarılı, zaten ayakkabı alanında dünyanın sayılı platformlarından biri. Belki firma olarak çok fazla iş bağlantısı yapamadık, ama bizim için umut vadeden bir fuar oldu. Çünkü fuarda güçlü markalar yer alıyordu. Organizasyonda kaliteli ayakkabıların hak ettiği fiyata satıldığını gördük.

doları aşmasının beklendiğini söyledi. Bugün Türkiye'nin İtalya ile birlikte Avrupa'nın en büyük iki ayakkabı üreticisinden biri olduğunu söyleyen Tolunay, "Ülkemizin, üretim kapasitesi ve kalitesi tüm dünyada biliniyor. Ayakkabı sektöründe yıllık üretim kapasitesi 200 milyon çift olan Türkiye'nin, ihracat yaptığı ülke sayısı ise 160'ı geçmiş durumda. 2012 yılında 1.6 milyar dolarlık bir büyüklüğe erişen Türk deri ürünleri ihracatının 2013 sonunda 1.8 milyar dolara yükselmesi

bekleniyor" şeklinde konuştu. Sektörün 2013 sonunda hedeflediği ihracat rakamlarına ulaşmasında Mosshoes Fuarı'nın da etkili eleman olacağını belirten Tolunay, firmalara bu platforma katılmaları çağrısında bulundu.

### Derinin vazgeçilmez pazarı: Rusya

Lemi Tolunay, Rusya'nın 112 milyon doları ayakkabı ihracatı olmak üzere toplam 450 milyon dolarlık deri ürünleri ihracat değeri

ile Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı konumunda olduğunu da ifade etti. 2013 yılının ilk 8 ayında Rusya'ya yönelik deri ürünleri ihracatının 310 milyon dolara ulaştığını söyleyen Tolunay, ayakkabı ihracatının da yüzde 22 artarak 95 milyon dolara eriştiğini söyledi. Tolunay, konuşmasına şöyle devam etti: "Son dönemde iki ülke arasında gelişen ticari ilişkiler, söz konusu ortaklığın önümüzdeki yıllarda da artarak süreceğine işaret ediyor."

# 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

**TELASİS**

ULUSAL PAMUK KONSEYİ TARAFINDAN TÜRKİYE'NİN BETTER COTTON (DAHA İYİ PAMUK) UYGULAMASINA GEÇMESİ İÇİN İKİ YILDIR SÜRDÜRÜLEN GİRİŞİMLER OLUMLU SONUÇ VERDİ. İYİ PAMUK İNİSİYATİFİ'NİN (BCI) ONAYINI ALAN TÜRKİYE, BÖYLECE DAHA İYİ PAMUK ÜRETİMİ YAPAN ÜLKELER LİSTESİNE GİRECEK.

## SEKTÖR

78

# HER ŞEY “DAHA İYİ PAMUK” İÇİN

Türkiye’de üretim yaptıran dev markaların (Levi’s, IKEA, Nike, H&M, Adidas, Marks&Spencer) Türk üreticilere şart koştuğu “Better Cotton Uygulaması” (Daha İyi Pamuk), İyi Pamuk Uygulamaları Derneği’nin (İPUD) önderliğinde Türkiye’ye geliyor. Better Cotton uygulamasına geçmek için İyi Pamuk İnisiyatifi’ne (BCI) başvuru yapan Türkiye, aldığı onayın ardından bu gelişmeyle pamuk üretiminde yeni bir dönemece girdi. Türkiye’de bu çalışmaları yürütmek amacıyla kurulan İPUD’un çalışmaları ise devam ediyor. Better Cotton standartlarına sahip pamuğun hem arzının hem de talebinin yaratılmasında önemli bir role sahip olacak dernek, kuruluşunun tamamlanmasıyla Better Cotton Initiative ile Stratejik Ortaklık Anlaşması imzalayacak. Türkiye’de 2013 yılı hasat dönemi için “Better Cotton” standardında 13 bin ton lif pamuk üretiminin yapılmasını hedefleyen Dernek, bunun için Aydın, Kahramanmaraş, Hatay, Adana, Gaziantep, Mardin, Şanlıurfa, Şırnak’ta yaklaşık 8 bin hektarlık ekili alanda, 7 uygulama ortağı ve 310 üretici ile çalışmalarını sürdürüyor. Better Cotton üretimiyle Türkiye’nin, pamukta ithalat boyunduruğundan kurtarılması planlanırken, rekabette de avantaj sağlaması beklentiler arasında.

### “Çevreye duyarlı üretime odaklanıyoruz”

Ulusal Pamuk Konseyi (UPK) Başkanı Barış Kocagöz, Better Cotton hakkında yaptığı bilgilendirmede, ‘Better Cotton’un amacının üreticinin daha önce üretim tekniği olarak yaptığı uygulamaların bir sonraki yıl iyileştirilmesi anlamına geldiğini ifade etti. Kocagöz, “Bu iyileşme sayesinde pamuk üretilirken; çevreye daha saygılı, üretimde çalışan kişilerin sosyal yaşamına daha yapıcı bakan ve girdiler ile sarf maddelerini kontrollü ve tasarruflu kullanmaya çalışan bir sistem karşımıza çıkıyor” dedi. UPK’nın iki yıl boyunca çalışmalarını sürdürülmesinde koordinatörlük yaptığını belirten Kocagöz, gönüllülük sistemiyle bütçenin toplandığını ve tüm giriş çalışmalarının başarıyla tamamlandığını ifade etti. İPUD’un çalışmalarından da söz eden Kocagöz, şöyle devam etti: “Better Cotton üretmek isteyen çiftçi ve çırçır fabrikası bu derneğe üye olabilecek. Ancak asıl bu ürünü tüketmek isteyen tekstil sektörünün, özellikle üye olacağı ve bu anlamda tedarik takibini yapabilecekleri bir sistem kurulacak. Tabii, kendi kendini yürütebilen bir bütçe sistemine de sahip olunması gerekiyor.” İPUD’un sadece ‘Better Cotton’ üretimini ve kullanımını organize edeceğini pamuk konusunda başka çalışmalar



TÜRKİYE'DE ÜRETİM YAPTIRAN LEVİ'S, IKEA, NİKE, H&M, ADİDAS, MARKS&SPENCER GİBİ BÜYÜK MARKALAR TÜRK ÜRETİCİLERE BCI PAMUĞUNU SORGULADIĞINDAN, TÜRK FİRMALARI PAMUĞU AFRİKA, HİNDİSTAN VE PAKİSTAN GİBİ ÜLKELERDEN SATIN ALMAK ZORUNDA KALİYORDU.



**BARIŞ KOCAGÖZ**  
Ulusal Pamuk Konseyi Başkanı

*"İki yıllık bir çalışma sonrasında Türkiye'yi, dev markaların şart koştuğu Daha İyi Pamuk Uygulamasını dahil ettik."*

yapmayacağını söyleyen Kocagöz, derneğin ilk toplantısında UPK'ı temsilen Leon Piçon'un Yönetim Kurulu Başkanı seçildiği haberini de verdi.

## 8 bölgede pilot uygulama

Better Cotton için 8 bölgede pilot uygulama yapılacağını ve ilk yıl için 13 ile 15 bin ton arasında pamuğun Ege ve Güney Doğu'nun Çukurova bölgelerinde üretileceğini dile getiren Kocagöz, "İlk yıl 13 bin ton olan Better Cotton üretim hedefi, 2'nci yıl 30-40 bin tona, 5 yıl içinde de 100-120 bin tona çıkarılacak" dedi. 'Better Cotton Uygulaması'na geçmenin Türkiye'ye uluslararası alanda rekabet avantajı sağlayacağına söyleyen Kocagöz, "Öncelikle yurt dışından alınmak zorunda kalan Better Cotton hem kalitesiz, hem de yüksek fiyattıydı. Artık daha mantıklı bir fiyatlandırma ile kaliteli Türk pamuğu satın alınabilecek" dedi. Kocagöz, 'Better Cotton' üretimine geçmenin zor bir süreç olduğunu bildirerek, şunları söyledi: "Türk pamukçuluğu verimlilik yönünden

zaten lider konumda. Bu yüzden üreticiyi Better Cotton üretimine yönlendirmek için elimizde verim kozu yok. Ancak maliyet ve yanlış uygulama konusunda, çok eksiklerimiz var. Bu uygulama da orta vadede üreticinin cebine olumlu yönde katkı sağlayacak."

## "Pamuk yaşam döngüsünün ilk basamağında"

Tekstil hammadde olan pamuğun yaşam döngüsünün ilk basamağında yer aldığını dile getiren İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi - UPK ve İPUD Temsilci Didem Sümer, bu nedenle pamuğun ayrı bir öneme sahip olduğunu söyledi. BCI uygulamasının da bu konseptte ortaya çıkan ve bu yaklaşıma kuvvet katan önemli bir aksiyon olduğunu ifade eden Sümer, "Bu kapsamda, BCI üretiminin temel konuları olan toprak ve ürün sağlığı, pamukta entegre mücadele yöntemleri, yasal zirai ilaç kullanımı, su kullanımının optimizasyonu, temiz ve kaliteli lif için doğru toplama yöntemleri, işçi sağlığı güvenliği ve örgütlenmesi, çocuk işçiliğinin önlenmesi gibi konularda faaliyetler gerçekleştirilerek zirai personel bilinçlendiriliyor. Bu faaliyetlerin çıktuları da tekstil sektörünün ana girdisinin "sürdürülebilirlik" kavramı içerisine girmesine destek veriyor" dedi.

## Better Cotton'la ihracat artacak

Türkiye'nin pamuk üretiminde yeni bir sürece girdiğini söyleyen Sümer, Better Cotton üretici ülkeler arasında yer almamızla lif üretim artışına paralel olarak ihracat rakamlarında da artış beklendiğini kaydetti. Sümer, bu uygulamaya geçilmesiyle Türkiye'ye çok önemli bir rekabet avantajı sağlanacağını da sözlerine ekledi. Better Cotton uygulamasının Türk pamuğunu ve bu pamuktan elde edilen nihai ürünü dünyada talep edilen bir konuma getireceğini vurgulayan Sümer, sözlerine şöyle devam etti. "Yurtdışında büyük markaların Türk tekstil sanayicilerine Better Cotton içeren ürünleri dayatması sonucu bugüne kadar başka ülkelere bu hammaddeyi satın almak zorunda kalıyorduk. Bu üretimi ülkemiz sınırları

içerisinde gerçekleştirerek söz konusu olumsuz durum ortadan kaldırıldı. Bu durumun bir uzantısı olarak tedarik masraflarımızın da düşmesiyle daha fazla kar marjının da elde edilmesi söz konusu olacak."

Better Cotton Uygulaması'nın 2012 yılında pamuk hasadının yapıldığı ülkelere; Brezilya, Hindistan, Mali, Pakistan ve Çin'i kapsadığı bilgisini veren Sümer, Asya, Afrika, Türkiye ve Amerika'dan çeşitli kurumların da Better Cotton uygulaması için girişimlerde bulunduğunu bildirdi. Sümer, küresel tarımın can damarlarından biri olan pamuğun son yıllarda 'Better Cotton' kavramını ön plana çıkarmaya başladığını söyleyerek, dünya genelinde Nike, H&M, Adidas ve Levi's gibi büyük moda markalarının, ürünlerinin belli bir yüzdesinin 'Better Cotton'dan üretilmesini talep ettiği ifade etti. Sümer, markaların 'Better Cotton'a yönelmelerinin en önemli nedenini ise 20-30 yıl içinde dünyada pamuk kalmayacağı gerçeğine dayandığını söyledi.



**DİDEM SÜMER**  
İTHİB YK Üyesi-UPK ve İPUD Temsilcisi

*"Türkiye'nin Better Cotton üretici ülkeleri arasında yer almasıyla birlikte, lif üretim artışına paralel olarak ihracat rakamlarında da artış yaşamayı bekliyoruz."*

## SEKTÖR

80



**JALE TUNÇEL**  
İHKİB YK Üyesi-UPK ve İPUD Temsilcisi

*‘Better Cotton Uygulaması, pamuk alanında hem arz, hem de talebin yaratılmasında önemli bir role sahip.’*

### Dışa bağımlılık azalıyor

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi - UPK ve İPUD Temsilci Jale Tunçel de 2011 yılında tekstil sektörünün önde gelen kurumlarından Orta Anadolu ve Sanko’nun girişimleri ve UPK’nın liderliği ile Better Cotton Initiative ile ilk görüşmelerin başlatıldığını ifade etti. Tunçel, bu görüşmelerdeki amacın; Türkiye’deki pamuk üretiminin daha sürdürülebilir hale gelmesinin sağlanması ve tekstil sektörünün bu standartlara sahip pamuğu Türkiye’de üretmek bu konuda dışa bağımlılığın azaltılması olduğunu belirtti. Tunçel, şöyle konuştu: “İPUD, kuruluşunun tamamlanmasıyla Better Cotton Initiative ile Stratejik Ortaklık Anlaşması imzalayacak. İPUD, Türkiye’de üretilen pamuğun ‘Better Cotton’ standardında üretilmesi için üreticinin bu standartlar doğrultusunda eğitilmesi, desteklenmesi ve kontrol edilmesi; tedarik zincirinin önemli aktörlerinden çırçırcıların bu pamuğu diğer pamuktan ayrı bir şekilde işlemesi için ihtiyacı olan eğitim ve desteği vermek ve kontrolleri yürütmek konusunda önemli sorumlulukları yerine getirecek. Bunların yanı sıra sektörün diğer oyuncularının ‘Better Cotton’a ulaşımı konusunda destek olacaktır.”

İPUD’un Türkiye’de birçok paydaşla işbir-

liğine giderek sürdürülebilir pamuğu ana ticari ürün haline getirmek ve yaygınlaşmasını sağlamak amacını taşıdığını anlatan Tunçel, dolayısıyla İPUD’un ‘Better Cotton’un hem arzının, hem de talebinin yaratılmasında şimdiden önemli bir role sahip olduğunu aktardı.

### 1 yıl da 13 bin ton Better Cotton üretimi

İHKİB olarak amaçlarının Better Cotton ile ilgili yürütülen çalışmalara paralel olarak dünya pazarlarında Türk hazır giyim ve konfeksiyon endüstrisinin Tasarım/Trend/Tanıtım faaliyetlerinin katma değerini ‘Better Cotton’ uygulamaları çalışmaları ile daha da yukarıya taşımak olduğunu söy-

leyen Tunçel, böylece ‘Türkiye’ markası etrafında ‘3T’nin konumlandırılacağını aktardı. Tunçel, “Günümüzde hazır giyim tüketicisi için satın alacağı markanın moda ile iç içe olmasının yanında sosyal uygunlukları, çevreye saygılı üretim yapısı da markaya kimlik kazandıran ve tüketicinin ürünü tercih etmesinde önemli faktörlerdir” diye konuştu. Dünya ticaretinde ilk altı büyük tedarikçiden biri olan hazır giyim sektörünün global bir oyuncu olduğunu ifade eden Tunçel, “Gelecek vizyonunu tasarım, moda, marka ve perakende alanında güçlenmek olarak ortaya koyan Türkiye, sosyal uygunlukları ve çevreye saygılı üretim vizyonu ile markasını ve algısını derinleştiren yatırımlar yapmaya devam edecek” açıklamalarını yaptı.

### BETTER COTTON UYGULAMASI’NIN TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇİN ÖNEMİ

- Pamuk üretimini daha verimli bir hale getirmek.
- Uygulama süreçlerinde ölçülebilir ve sürdürülebilir iyileştirmeleri teşvik etmek amacıyla çok farklı paydaşlarla birlikte çalışmak.
- Daha iyi pamuk üretimini sürdürülebilir ana ticari ürünlerden biri haline getirerek, üretici ülkeler genelindeki pamuk üretimini iyi yönde dönüştürmek.
- Pamuk üretiminin olumsuz çevresel etkilerini azaltmak.
- Pamuk üreten bölgelerin gelir düzeyini ve ekonomik kalkınmasını geliştirmek.
- Tedarik zinciri yoluyla daha iyi pamuğa olan talebi artırarak, yaygınlaşmasını sağlamak.
- Daha iyi pamuk üretimi girişiminin güvenilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamak.



# ŞİFON ve SATEN KUMAŞLARIN ADRESİ

## Ürünlerimiz

### Polyester Grubu

- ✓ İpek Şifon
- ✓ High Multi Şifon
- ✓ Single Şifon
- ✓ Yoryo Şifon
- ✓ Çamaşırılık Saten
- ✓ New Saten
- ✓ Likralı Saten
- ✓ Tuba
- ✓ Krep Medine

### Pamuk Grubu

- ✓ 40/1 Poplin
- ✓ 60/1 Vual
- ✓ Viskon

Düz, Baskılı ve Emprime Kumaşlar ile hizmetinizdeyiz

GİYİM SANATTIR  
**KALEM**  
İLE YAZILIR

İşini sanata dönüştürmek, bilim ve teknolojiyi işine yansıtmak, müşteri algısını her zaman doğru ve canlı tutmak için Kalem Tekstil, kendisini ürünleriyle en iyi şekilde ifade etmeye devam edecektir...



# HALININ SUYA DÖNÜŞTÜĞÜ SERGİ

13'ÜNCÜ İSTANBUL BİENALİ ÇERÇEVESİNDE GERÇEKLEŞEN ROMALI SANATÇI ANGELO BUCARELLI'NİN "SU. AŞKIN GÖZYAŞLARI GİBİ" İSİMLİ MEKANA ÖZGÜ SANAT ENSTALASYONU SERGİSİ, HALININ BİR MALZEME OLARAK SANATA NASIL İLHAM KAYNAĞI OLABİLECEĞİNİ SANATSEVERLERE GÖSTERDİ.

**Romalı** sanatçı Angelo Bucarelli İstanbul'un en eski hamamı Küçük Mustafa Paşa'da gerçekleştirdiği "Su. Aşkın Gözyaşları Gibi" adlı enstalasyonunu 15 Eylül-25 Ekim tarihleri arasında sanatseverlerle buluşturdu. Birçok sanatseverin ilgiyle izlediği sergide, kaligraflarla su temasını halılara işleyen Angelo Bucarelli, geçmişten günümüze suyun serüvenini sanatseverlere anlattı. Bucarelli, bu konsept çerçevesinde halının bir malzeme olarak nasıl sanata ilham kaynağı olabileceğini de simgelerle aktardı. Bucarelli sergisinde, cam ve çelik malzemelerinden oluşan ve şehirdeki hamamlar arasındaki en yüksek kubbeli olan Küçük Mustafa Paşa Hamamı'nın tepe noktasına yükselip neredeyse dokunan bir enstalasyon aracılığıyla, İstanbul'un köklerinden aldığı elementi çarpıcı bir şekilde ortaya çıkardı. Tasarım kadar tasarımcıya da önem veren İs-

tanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ise 22 Ekim akşamı sergi kapsamında gerçekleşen kokteyle ev sahipliği yaptı. Bu yıl yedincisi gerçekleşecek Halı Tasarım Yarışması öncesinde genç tasarımcılarla söz konusu kokteyde bir araya gelen Birlik temsilcileri, böylece bir sanatçının tasarımı ile halıların nasıl hayat bulduğunu genç tasarımcı ve akademisyenlerle paylaşmış oldu.



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz'ın yer aldığı etkinliğe İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İHİB Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe, İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Hasan Altuntaş ile İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz da katıldı.

## “Genç tasarımcılardan yaratıcılık bekliyoruz”

İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, İstanbul'un Osmanlı'dan kalan tarihi mekanlardan biri olan Küçük Mustafa Paşa Hamamı'nda böyle bir etkinliğin yapılmasının çok önemli olduğunu söyleyerek, sanat icra etmek için dil, kültür, mekan ve şehrin fark etmediğine dikkat çekti. İstanbul'un kültürlerin bulunduğu İpek Yolu üzerinde bulunan bir şehir olduğunu dile getiren Yılmaz, “Özellikle biz halıcılar için, İpek Yolu üzerindeki ticaret merkezinin yıllardır hep İstanbul da olması da önemli bir husus” dedi.

Serginin İstanbul'da düzenlemesine de dikkat çeken Yılmaz, “Antonyo Angelleo gibi bir sanatçı İtalya'dan gelip, ülkemizde böyle bir mekan keşfederek, bu mekanın temasına göre bir çalışma yapabiliyorsa, bizim de içinde bulunduğumuz ülkede veya şehirde gözlemlerimizi biraz daha iyi yaparak, çok daha güzel şeyler üretebilmemiz gerekiyor” diyerek bu nedenle genç tasarımcılardan daha yaratıcı çalışmalar beklediklerine vurgu yaptı.



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz'ın katıldığı sergide, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İHİB Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe, İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Hasan Altuntaş ile İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz da yer aldı.

## Serginin ilham kaynağı: Tursun Bey'in dizeleri

Serginin sahibi Angelo Bucarelli de serginin adını koyarken, İstanbul'un yeni fethedildiği dönemde, tarihçi ve şair Tursun Bey'in İstanbul'un su ve bahçelerinin bolluğu karşısında duygulanarak oluşturduğu bir diziden ilham aldığını söyledi. Bucarelli, sergi alanı olarak eski bir hamamı seçmiş olmasını, suyun başrol oynadığı bir mekan olması ve toplumsal uygarlığın simgesi olmasına bağladı.

Bizans/Constantinople/İstanbul'un özünü suda tanımlayan Bucarelli, sergisinde geleneksel el sanatları arasından halıyı sanatsal bir malzeme olarak kullandı. Bucarelli tamamladığı sergide, Türk halıları konusunda ise şu yorumda bulundu: “Halı evin ve el sanatlarının sembolüdür. İstanbul'da halıcılık zanaatını ise asla yok sayamazsınız.”

Ayrıca Bucarelli, sergide yer alan dev boyutlardaki halılarda Osmanlıca'dan ve Osmanlı kültüründen yansıyan kültürel öğeleri ana malzeme olarak ele aldı. Kaligrafilerle su temasını halılara işleyen sanatçı geçmişten günümüze suyun serüvenini anlattı. Bucarelli, sergide öne çıkan 6 metre karelik boyutuyla en büyük halı olma özelliği de taşıyan eser hakkında ise, “İşlemeler su ve suyu tanımlayan 12 tane kelimeyi yansıtıyor. 12 ise Kabala sayısıdır ve dengeyi temsil eder” ifadelerini kullandı.

## Türkiye'de kalıcı eserler bırakacak iki proje daha

Şehrin en eski semtlerinden biri olan Cibali'de yer alan Küçük Mustafa Paşa Hamamı'nda gerçekleşen sergi, hamamın tarihsel dokusuyla birleşince konseptini daha da güçlendirmiş oldu.

İstanbul'un çok tanınmayan bir semtinin kültürel zenginliğiyle ilgili farkındalık yaratılması konusunda bir katalizör işlevi görmesi beklenen serginin küratörlüğünü Laura Barreca, Proje Yöneticiliğini ise Pınar Akalın yaptı.

Enstalasyonun yaklaşık 230 bin Euro'ya mal olduğunu söyleyen Proje Yöneticisi Pınar Akalın, sponsorların katkıları sayesinde 15 Eylül-13 Ekim tarihleri arasında İstanbul'da Laura Barreca küratörlüğündeki muhteşem bir çağdaş sanat sergisinin gerçekleştirildiğini söyledi.

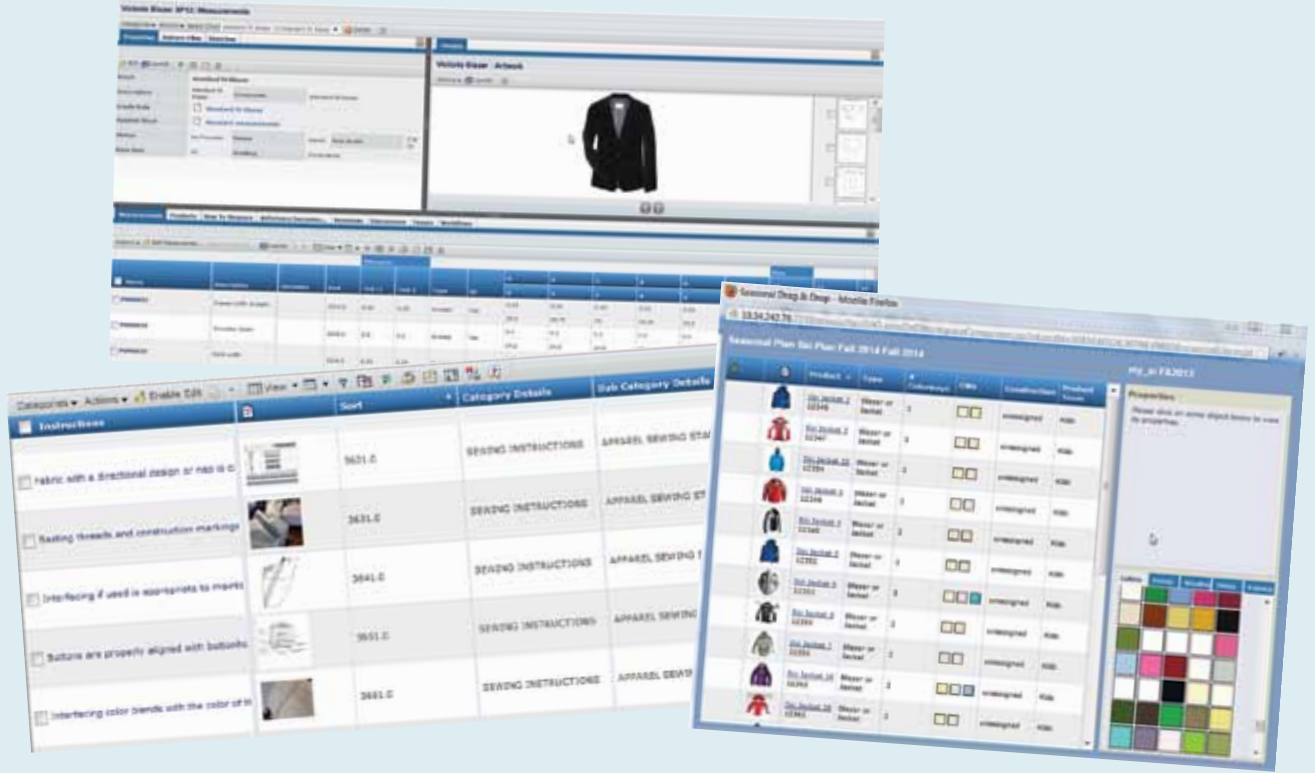
Türk ve İtalyan kültürlerinin ortak yönlerini bulup çıkarmak için Fahri Kültür Bakanı gibi çalışan İtalyan Büyükelçi Gianpaolo Scarrante da söz konusu enstalasyonun yanı sıra Türkiye'de kalıcı eserler bırakacak iki proje üzerinde daha çalıştıklarını belirtti.



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, İtalyan sanatçının eserlerini yakından inceledi.

TRENDDEN TASARIMA, TASARIMDAN TEDARİĞE, ÜRETİMDEN MÜŞTERİYE UZANAN SÜRECI YÖNETEBİLECEĞİNİZ ÖLÇEKLENEBİLİR KURUMSAL ÇÖZÜMÜ HIZLA HAYATA GEÇİREN 3DEXPERIENCE ŞİRKETİ DASSAULT SYSTÈMES, 'MY UNIFIED DEVELOPMENT AND SOURCING' İLE BU SÜREÇLERİN TEK BİR ORTAMDAN YÖNETİLMESİNİ SAĞLIYOR.

# MODA ENDÜSTRİSİNİN HIZINA AYAK UYDURUN



**Hızlı** moda çağında, insanları daha fazla tüketmeye iten uygun fiyatlara hızlı üretim felsefesinin etkisiyle, üreticiler talebi karşılamak ve hızla ayak uydurmaya zorlanırken, moda ekonomisi güçlenerek büyüyor. Birçok marka, rekabet ortamında ayakta kalabilmek için mağazalarına her hafta yeni ürünler ekliyor. Bu hız ortamı üreticiler ve markalar için birçok zorluğu da beraberinde getiriyor. Seri ve hızlı üretimi doğru yönetebilmek için markaların stoklarını temizlemeleri, tedarikçilerle yakından çalışmaları, yenilikçi olmaları, kanalları genişletmeleri ve hatta sevkiyatları nasıl yavaşlatacaklarını bilmeleri gerekiyor. Diğer taraftan üreticilerin de teslimat sürelerini kısaltmaları, stok riskini azaltmak için daha düşük sayıda üretim yapmaları ve mevcut modellerin sayısını artırmaları gerekiyor. Hammaddede fiyatlarındaki sürekli artışla baş

edebilmek için perakendecilerin ve üreticilerin daha akılcı yöntemlere başvurmaları önemli. Gelişim ve tedarik sürecini her yönüyle kontrol edebilmek için stratejilerini işbirliğine açık sistemlerle güçlendirmeleri gerekiyor.

3D tasarım yazılımı, 3D Dijital Modelleme ve Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PLM) çözümlerinde dünya lideri olan 3DEXPERIENCE Şirketi Dassault Systèmes, bu süreci markalar ve perakendeciler için kolaylaştıracak bir çözüm sunuyor. Trendden tasarıma, tasarımdan tedariğe, üretimden müşteriye uzanan süreci hızla hayata geçiren şirket, 'My Unified Development and Sourcing' ile bu süreçlerin tek bir ortamdan yönetilmesini sağlıyor. Takibi hızlandıran, hatalı numune ve üretim riski azaltmaya yönelik olan çözüm, markalara ve müşterilere zamandan kazandırırken, aynı zamanda hata riskini minimum seviyeye düşürüyor.

## ÇÖZÜMÜN KULLANICILARA GETİRİLERİ

- Zamandan tasarruf sağlıyor
- Pazara sunulan ürün ile pazar talebi arasındaki boşluğu kapatarak tüketicilerle yakınlaşılmasını sağlıyor
- Genişletilmiş tedarik zincirleri ve satış noktalarına rağmen marka değerinin korunmasına hizmet ediyor.
- Talep zincirinin karmaşıklığının yönetilmesini sağlıyor.
- Hız, esneklik ve karlılık kazandırıyor

**PANTONE**  
tekstilpantone.com

Renklerinizi,  
Renk Uzmanlarıyla Belirleyin...

tekstilpantone.com



# ING BANK'A E-FATURA LİSANSI



**MALİYE BAKANLIĞI TARAFINDAN BAŞLATILAN VE 31 ARALIK 2013 TARİHİNDEN İTİBAREN TÜRKİYE'DEKİ BİNLERCE FİRMANIN KULLANMAYA BAŞLAYACAĞI E-FATURADA İLK ÖZEL ENTEGRATÖR BANKA ING BANK OLDU.**

**Günlük** yaşamın her alanında kullanımı yaygınlaşan teknolojinin, ticari hayatta da kullanımı ticaret hacmini genişletici yönde artmaya devam ediyor. Ticaretin sınırlarının çok uluslu hale gelmesi, ticarette kayıt dışılık olgusunun uluslararası bir dil haline gelmiş olması teknolojik imkânların haksız rekabeti engelleme maksadıyla kullanılmasını zorunlu hale getiriyor. Yaşanılan teknolojik gelişmelere paralel olarak, şirketlere sunulan hizmet kalitesini iyileştirmek ve yeni hizmet seçenekleri ile şirketlerin vergi yükümlülüklerini kolaylaştırmak amacıyla Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB), fatura sisteminde yeni bir dönem başlattı. Maliye Bakanlığı tarafından başlatılan ve kapsamın genişletilmesiyle beraber 31 Aralık 2013'den

itibaren binlerce firmanın kullanmaya başlayacağı e-faturada ilk özel entegratör banka ise ING Bank oldu. Kapsam içindeki şirketler için başvuru süresi 1 Eylül 2013'te dolacak olan e-Fatura'da ING Bank, Gelir İdaresi Başkanlığı'ndan aldığı Özel Entegratör Lisansı ile müşterilerine e-Fatura'da çözüm ortağı olarak hizmet verecek. ING Bank müşterisi şirketler, ING Bank'ın e-fatura çözümü INGef ile e-fatura'ya geçiş ve entegrasyon konusunda kolay bir süreç yaşayacaklar.

**“Tüm bilgiler e-fatura üzerinden oluşturulacak”**  
e-fatura ve e-defter uygulamalarıyla ilgili açıklamalarda bulunan ING Bank Nakit Yönetimi ve Ticaret Finansmanı Genel



Müdür Yardımcısı Erdoğan Yılmaz, 421 Sayılı Kanun'da belirtilen e-fatura uygulamasına geçmek zorunda olan mükelleflerin, 2014 yılının ilk gününden itibaren kâğıt fatura kesemeyeceklerini belirtti. Kanuna tabi şirketlerin tüm fatura bilgilerini e-fatura üzerinden oluşturmaları gerektiğini vurgulayan Yılmaz, gönderilen veya alınacak olan tüm faturaların, elektronik ortam üzerinden gidip gelmesi gerektiğini söyledi. e-faturaya geçmek zorunda olan mükellefleri açıklayan Yılmaz, "Cirosu 25 milyon liranın üzerinde olan ve madeni yağ, gazlı içecekler, alkol ve tutun satın alanlar e-faturaya geçmek zorunda. Madeni yağ, gazlı içecekler, alkol ve tutun satın alan ve ama 2011 yılı cirosu 25 milyon liranın altında olan şirketler bu kapsamda değil" dedi. Türkiye'de faaliyet gösteren tüm şirketlerin zamanla bu uygulamaya tabi olacağını kaydeden Yılmaz, bu bağlamda ciro kriterinin düşürüleceğini ve sektörler genişletileceğini söyledi. e-defter uygulamasının ise ikinci bir aşama olduğunu ifade eden Yılmaz, "e-defter 2014 yılının ilk gününden itibaren zorunlu olan bir durum değil, e-fatura uygulamasına geçildikten sonra e-defter uygulamasına geçilecek. Önümüzdeki yıl e-defter uygulaması da devreye girecek" dedi.

## "e-fatura maliyet avantajı sağlayacak"

Sistemi kullanan bir şirketin, faturayı keseceği şirketin de e-fatura uygulamasında dâhil olup olmadığına dikkat etmesi gerektiğini belirten Yılmaz, "Eğer fatura kesilecek olan kuruluş e-fatura uygulamasına dâhil değilse sistem uyarı veriyor. Bu durumda şirketler, alışveriş yapılan kuruluş için faturalarını manüel kesmek zorunda kalıyor. Ama her iki kuruluş da e-fatura sisteminde ise aralarında kesecekleri manüel faturalar hükümsüz sayılacak" diye konuştu. Bu uygulamanın e-devlet dönüşümünün bir parçası olduğunu vurgulayan Yılmaz, e-fatura ve e-devletin bu oluşumun en önemli iki ayağı olduğunu belirtti.

1 Eylül 2013 tarihinden önce bu kapsama giren kuruluşların GİB'e e-fatura için başvurmuş olmaları gerektiğini belir-

## E-FATURA KULLANMA YÖNTEMLERİ

### • Entegrasyon Yöntemi:

Mükellefler kendi bilişim sistemlerini web servisler aracılığıyla e-fatura uygulamasına entegre etmektedirler.

### • Özel Entegrasyon Yöntemi:

Faturaların GİB tarafından belirlenen aracı firmalar vasıtasıyla gönderilip alınmasını sağlayan yöntemdir.

### • Portal Yöntemi:

E-fatura portal yöntemi, Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından "www.efatura.gov.tr" internet adresinden ücretsiz olarak sunulan bir e-fatura uygulaması hizmetidir.

ten Yılmaz, bu kapsama giren yaklaşık 20 bin kuruluşun kayıt yaptırdığını söyledi. Tahminlere göre bu kapsama giren kuruluş sayısının 30 bin civarında olduğunu dile getiren Yılmaz, "Onların da kayıtlarını yaptırmaları gerekiyor. Çünkü 1 Ocak 2014'ten sonra şirketlerin kesecekleri faturalar hükümsüz olacak ve usulsüzlükle karşı karşıya kalacaklar" açıklamasını yaptı. E-faturanın iki büyük avantajı olduğunu ifade eden Yılmaz, en büyük avantajının kayıt dışı ekonominin kontrol altına alınması olduğunu belirtti. Dünyada e-fatura sistemini kullanan ülkelerin kayıt dışı ekonomiyi büyük oranda kontrol altına aldığını söyleyen Yılmaz, diğer avantajı şöyle ifade etti: "İkinci avantaj şirketler için önemli. Şirketler e-fatura ile artık kendi muhasebelerini daha yakından izleyebilecekler, kontrol edebilecekler ve kendilerini güvende hissedecekler. Yasal bir

zorunluluk olmasının dışında e-faturanın şöyle de bir avantajı olacak, ciddi bir maliyet avantajı sağlayacak. Kâğıt posta saklama gibi masraflar ortadan kalkacak. Tüm bu avantajlar düşünüldüğünde aslında yasal zorunluluğu olmayan şirketler de e-fatura sistemine geçebilirler."

## Şirketlere öneri: Özel entegrasyon yöntemi

e-fatura sisteminin çeşitli yöntemlerle gerçekleştiğini belirten Erdoğan Yılmaz, bunların entegrasyon yöntemi, özel entegrasyon yöntemi ve portal yöntemi olduğunu söyledi. Erdoğan Yılmaz, şöyle devam etti: "Bizim şirketlere önerimiz özel entegrasyon... Çünkü bu yöntemde IT yatırımına gerek kalmıyor ve şirketler ayrı bir maliyetten kurtuluyor. Özel entegrasyonla zaten GİB'e bağlanmış oluyorsunuz. Biz ING Bank olarak özel entegratör lisansı alan ilk bankayız. Şu anda GİB'in test ettiği ve sertifikalandırdığı 13 tane özel entegratör var. ING Bank bu 13 özel entegratör içerisindeki tek banka."



GİB'İN TEST ETTİĞİ VE SERTİFİKALANDIRDIĞI 13 TANE ÖZEL ENTEGRATÖR ARASINDA TEK BANKANIN ING BANK OLDUĞUNU BELİRTİLİRKEN, ING BANK NAKİT YÖNETİMİ VE TİCARET FİNANSMANI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ERDOĞAN YILMAZ, ÖZEL ENTEGRATÖRLER İÇERSİNDE BANKANIN OLMASININ ŞİRKETLER AÇISINDAN AVANTAJLARI OLDUĞUNU SÖYLEDİ.



## e-FATURA SAYESİNDE;

1. Veriler kâğıda basılarak saklanmaz
2. Kâğıt fatura için bir arşiv odasına gerek kalmaz
3. Harcanan malzeme tüketimi azalır
4. Personel ihtiyacı ortadan kalkar
5. Maliyet tasarrufu sağlanır
6. Faturanın postada kaybolma veya gecikme ihtimali olmaz
7. Şirketler muhasebelerini kontrol edebilir

Özel entegratör şirketlerin kullandığı muhasebe sisteminin bir adaptörle kendi e-fatura sistemlerine bağladıklarının altını çizen Erdoğan Yılmaz, şirketlerin gelir dairesi başkanlığıyla idaresini yönettiklerini vurguladı. Yılmaz, “Şirketler kendi platformlarını yani IT yatırımlarını yaparak doğrudan doğruya kendileri gelir idaresi başkanlığına bağlanabilirler. Ya da GİB portalından da yararlanabilirler” diye ekledi.

Özel entegratörler içerisinde bankanın olmasının şirketler açısından avantajları olduğunu belirten Yılmaz, özel entegratör olan bir bankanın süreci faturaların ödenmesini de kapsayacak şekilde yönettiğini ifade etti. Yılmaz, “Faturanın hem GİB’e gönderilmesi hem de ödeme süreci sadece banka özel entegrasyonu üzerinden yapılabilir. Bunun yanı sıra bir banka faturaların saklanması da sağlayabilir. ING Bank, 10 yıl boyunca müşterilerin faturalarını saklayabilir” diye konuştu. Özel

**E-fatura:** 1 Eylül 2013 tarihi itibarıyla mükelleflerin, Gelir İdaresi Başkanlığı'na başvurmuş olması gerekiyor.

**E-defter:** E-defter yazılımlarını kendi geliştiren mükelleflerin, 1 Eylül 2014 tarihi itibarıyla e-defter test süreçlerini başarı ile tamamlamış olmaları gerekiyor.

entegratörler içinde tek banka olan ING Bank'ın şirketlerin kolay, hızlı ve daha az maliyetli bir şekilde e-fatura uygulamasına girmelerini sağladığını söyleyen Erdoğan Yılmaz, ING Bank'ta tüm muhasebe sistemlerine uygulanabilecek bir sistem olduğunu ifade etti. Bu sistemin çok büyük avantajı olduğunu söyleyen Erdoğan Yılmaz, her şirketin bir muhasebe sisteminin olduğuna dikkat çekerek, müşterileriyle çok büyük bir ticari ilişkilerin oluşacağını belirtti.

E-fatura konusunda hizmetlerinin kesintiye uğramayacağını belirten Yılmaz, şöyle konuştu: “Bizim diğer entegratörlerden en büyük farkımız ödeme hizmeti sunmamız. Ayrıca biz sadece ürün satmaya gitmiyoruz, bu ürünün tanıtımını da yapıyoruz. E-fatura düzenlemesini mükelleflere anlatıyoruz. ING Bank olarak bu uygulamanın bir öncüsü olduk diyebiliriz. Konu yönetimi de yapıyoruz. Eskişehir’de, Bursa’da, Trabzon’da anladık bu konuyu. Konu yönetimine devam edeceğiz. Amacımız yılsonu itibarıyla en az 3 bin kuruluşu bu sisteme dâhil etmek.” E-fatura yönetimine hızla devam edeceklerini

vurgulayan Yılmaz, bu hizmeti networku gelişmiş firmalarla daha hızlı bir biçimde yapabileceklerini vurguladı. Yılmaz, “Shell ile bir anlaşma yaptık. Shell’in tüm benzin istasyonlarının bu sisteme entegrasyonunu biz yapacağız. Benzer şirketlerle yoğun çalışmalar devam ediyor. Amacımız yılsonu itibarıyla en az 3 bin kuruluşu bu sisteme dâhil etmek” diye konuştu.



# BTC Süblimasyon Dijital Baskı Ürünleri ile Kalite ve Üretiminiz Güvende...

Otomatik Varyant

AVA

3D MAPPING  
GIYDIRME

Hızlı  
Renk Ayrımı

Desen  
Tasarımı



Mac



Profesyonel Desen Tasarımı-Renk Ayrımı Varyant ve Giydirme Programı



REGGIANI  
MACCHINE



Saatte 500 m2 üzerinde ilk Endüstriyel Süblimasyon Dijital Baskı Makinesi



Cham Paper Group

Süblimasyon Dijital Baskı Kağıtları



Dijital Baskı RIP Yazılımları



Süblimasyon Dijital Baskı Boyaları

BIC

BTC Bilgi Teknolojileri ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd.Şti.

Tekstilcent Ticaret Merkezi A6 Blok No.48 Esenler / İstanbul Tel: +90 212 438 6506 Fax: +90 212 4386509

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

O ŞİMDİ MEZUN OLDUĞU İHKİB KIZ TEKNİK VE MESLEK LİSESİ'NDE ÖĞRETMEN OLAN İSİMLERDEN BİRİ. LİSE YILLARINDA GÖSTERDİĞİ ÜSTÜN PERFORMANS SAYESİNDE OKULU BAŞARI İLE TAMAMLAYAN DUYGU KONÇİN'İ DİĞER ÖĞRETMENLERDEN FARKLI KILAN, BİR ZAMANLAR ÖĞRENCİ OLARAK KAPISIDAN GİRDİĞİ OKULA, ŞİMDİ ÖĞRETMEN OLARAK GERİ GELMESİ.



O ŞİMDİ  
ÖĞRETMEN

### İlkokul

sıralarındayken Anadolu Öğretmen Lisesi'ni bitirip, öğretmen olarak iş hayatına atılmak isteyen Duygu Konçin, hayallerine İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi ile kavuşan isimlerden biri. İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nden 2008 yılında mezun olan Konçin, 2009 yılında Ankara Gazi Üniversitesi'nde El Sanatları Bölümü'nü kazanarak eğitim hayatına burada devam etti. Üniversiteyi bitirir bitirmez el sanatları eğitmeni olarak meslek hayatına başlayan 22 yaşındaki genç öğretmen, mesleğinin henüz ilk yılında. Onu meslektaşlarından farklı kılan ise 5 yıl önce mezun olarak ayrıldığı okula, tekrar öğretmen olarak gelmesi. Lise yıllarında gösterdiği üstün başarı ile okulda parmakla gösterilen Konçin, bir zamanlar öğrenci olarak kapısından girdiği, sıralarında oturduğu okula şimdi öğretmen olarak atanmanın heyecanını yaşıyor. İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne başladığı günleri gözleri dalarak anlatan çiçeği burnunda öğretmen, her çocuğun hayalinde barındırdığı meslekler olan doktor, avukat, ya da öğretmen olmayı daha ilkökul sıralarındayken istediğini söylüyor. Anadolu Öğretmen Lisesi'ni kazanmasına rağmen bir takım nedenlerden dolayı İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne kayıt yaptırdığını dile getiren Duygu Konçin çok istekli bir şekilde başlangıç yapmadığı okulda, son derece başarılı bir eğitim hayatının geçtiğine dikkat çekiyor. Derslerinde ortaya koyduğu başarılı performans ile öğretilerinin her daim takdirini topladığını söyleyen Konçin, "Burslu olarak eğitim aldığım bu okulu ikincilikle bitirdim. Bu ne bana ve ne de aileme sürpriz oldu. Ama babam beni bu okula gönderdiği için bir kez daha gururlandı. Üniversiteyi kazandıktan sonra da İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nin verdiği burs devam etti ve eğitim hayatım boyunca da bu olanaktan faydalan-

dım” diyerek İHKİB’in verdiği desteği eğitim hayatı boyunca üzerinden esirgemediğini anlatıyor.

## “Öğrencilerle çok rahat empati kurabiliyorum”

Bu yıl öğretmenliğe adım atan Duygu Konçin, okuldaki ilk gününü ise heyecanlanarak anlatıyor: “Heyecanlıyım çünkü, bu sıralarda bir zamanlar ben de öğrencilik yapmıştım ve şimdi yine buradayım. Bir zamanlar sıralarında öğrenci olarak oturduğum okula şimdi öğretmen olarak gelmek benim için heyecanlı, bir o kadar da gurur verici.

Bir zamanlar öğretmeni olan kişilerin şimdi meslektaşları olduğunu söyleyen Konçin, onların da kendisi ile gurur duyduğunu dile getiriyor. Bazen hala öğrenci gibi davranmaktan da kendini alıkoyamadığını ifade eden genç eğitimci, bu durumun kendisine mesleki anlamda enerji verdiğini söylüyor. Öğrencileriyle son derece sağlıklı diyaloglar kurduğunu, genç öğretmen olmanın bu noktada çok etkili olduğunu vurgulayan Konçin, “Bu sıralara baktığım zaman lise yıllarım gözümün önünden film şeridi gibi gelip geçiyor. Onlarla yeri geldiğine öğretmen, yeri geldiğinde arkadaş oluyorum. Bu durum da onlar kadar beni de çok memnun ediyor” diyerek öğrencileri ile yakın ve samimi bir iletişim içinde olduklarını anlatıyor.



Çiçeği burnunda öğretmen Duygu Konçin, öğrencileriyle empati kurabildiğini, bu nedenle de aralarında son derece sağlıklı bir diyalogun söz konusu olduğunu söylüyor.

## “İHKİB Okulları farkındalık yaratıyor”

İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi’nin bugünkü eğitim sistemini kendi dönemiyle de kıyaslayan Duygu Konçin, okulun teknolojik alt yapısının geçen yıllar içerisinde son derece geliştiğini vurguluyor. Birçok dersin bilgisayarlı programlara bağlı olduğunu söyleyen Konçin, bu okulda okuyan öğrencilerin rahatlıkla meslek edindiklerinin de altını çiziyor. Okul müfredatında yer alan derslerin daha çok sektöre yönelik olduğunu ifade eden Duygu Konçin, hem teorik, hem de pratik derslerin bulunmasının öğrenciler için bir avantaj olduğunu söyleyerek, “Öğrencilere el işleri yaptırırken bu işten çok büyük keyif alıyor, onların da almasını sağlıyorum. Diğer taraftan uygulamalı el işi dersleriyle birlikte bilgisayar destekli derslerimiz de oluyor. Bu anlamda bu işin hem pratik, hem de teorik anlamda eğitimini alan öğrenciler, daha okul sıralarındayken mesleğe hazır duruma geliyorlar” diye konuşuyor.

Öğrencilerin hazırladıkları el işlerinin, bir proje kapsamında okulun sergisinde gösterildiğini belirten Konçin, bu çalışmaların okulun bütçesine de fayda sağladığına dikkat çekiyor.

## “Türkiye’de mesleki eğitim ihmal edildi”

Öğrencilik yıllarına dair çok güzel anılarının olduğunu gülümseyerek anlatan Duygu Öğretmen sözlerine şöyle devam ediyor: “Ben bu okula geldiğimde henüz çocuk yaşıydım. En güzel arkadaşlıklarını da burada edindim,

iş hayatıma yön verecek kararları da burada aldım. Öğretmen olmak istiyordum ve şuan burada öğretmenim. Bu benim için bir hayaldi, ama gerçek oldu. Bu heyecanı kelimelerle anlatmak pek mümkün değil” diyor. Bilinçli tercih yapan öğrencilerin derslerinde de başarılı olduğunu söyleyen, Konçin, “Sınıfımda birkaç öğrencinin el işine olan yatkınlığı son derece iyi. İşte bu öğrenciler buraya kendi istekleriyle gelenlerden sadece birkaçı. Sınıfa da pozitif yönde enerji veriyorlar” diyerek, bu öğrencilerin ortak yanlarının kendi istekleri ile bu okula gelmeleri olduğunu söylüyor.

Eskiden meslek lisesinden mezun olan öğrencilerin üniversiteye girişte çok engelle karşılaştığını ifade eden Konçin, ancak bugün bu durumun değiştiğini, meslek liseli öğrencilerin de üniversiteye rahatlıkla girdiğini belirtiyor. Mesleki ve teknik eğitimin önemine de dikkat çeken Konçin bu konu ile ilgili konuşmasını ise şu sözleri ile tamamlıyor: “Ekonomi, siyaset ve güvenlik ile ilgili haberlerin gündemde sıkça yer aldığı ülkemizde hem ihmal edilen, hem de memleketin kanayan yarısı olarak anılan mesleki ve teknik eğitim, Türkiye’de yıllardır konuşulan konuşulduğu oranda da ihmal edilen konulardan biriydi. Gelişmiş ülkelerde hak ettiği itibarı bularak yıllardır sağlıklı bir şekilde işlerliğini sürdüren mesleki ve teknik eğitim sistemi, artık Türkiye’de de ülke ihtiyaçlarına cevap verecek düzeye ulaşmaya başladı. Avrupa Birliği tarafından finanse edilen projeler de Milli Eğitim Bakanlığı, mesleki ve teknik eğitim sisteminde önemli değişiklikler gerçekleştirdi.”

PERDE VE EV DEKORASYONUNDA YENİ BİR DÖNEM BAŞLATAN MOBİL PERDE, KISA SÜREDE SEKTÖRDE ADINI DUYURARAK DÜNYANIN ÖNDE GELEN MARKALARINI BÜNYESİNDE TOPLADI. MOBİL PERDE, KALİTELİ VE MARKALI ÜRÜNLERİ EN EKONOMİK YOLDAN TÜKETİCİLERE ULAŞTIRIYOR.

## RÖPORTAJ

92

# PERDECİLİKTE YENİ BİR DÖNEM



**Perde** seçiminde uzun vakit harcayan kullanıcılar şimdilerde bu alanda geliştirilen yeni bir sistem sayesinde doğru ürünü, en kısa zamanda edinebiliyor. Perde ve ev dekorasyon sektöründe yepyeni bir dönem başlatan ve tüketicilere vakitten tasarruf sağlayan Mobil Perde, yeni bir teknik olarak sektörde adından söz ettiriyor. Geleneksel perde satış sisteminin aksine, kimsenin mağaza mağaza dolaşarak fazladan zaman ve emek harcamasına gerek kalmadan, tüketicinin ayağına giden ve bu alanda yeni bir dönem başlatan Mobil Perde, dinamik yapısıyla zamanını iyi değerlendirmek isteyen müşterilerine hızlı bir sistem geliştirdi. Dünyanın önde gelen perde markalarına ait 2 binden fazla ürün çeşidiyle tüketicilere yerinde hizmet veren Mobil Perde, sunum ve montaj ekibiyle de tüketicilerin ayağına gidip, kaliteli hizmeti ekonomik yolla edinmelerini sağlıyor.

Türkiye’de mobil perde sektöründe bir ilke imza atan firma, verdiği hizmetle pazarlama anlamında da yaptığı çalışmalarla adından söz ettiriyor. Perde ve dekorasyonda farklı bir yapıya gidip, sektörde var olan boşluğun doldurulması gerektiği düşüncesinden yola çıkarak mobil perde sistemini geliştirdiklerini belirten Mobil Perde Ortağı Demet Akyüz, bu sistemi İstanbul’un trafiğini ve yoğun iş hayatını göz önünde bulundurarak geliştirdiklerini vurguladı. Akyüz, “Bu sistemi hayata geçirirken tüketicilerin perde alışverişlerinde harçayacakları zamanı minimuma indirerek, hem kaliteli, hem de ekonomik ürünlere en kısa zamanda ulaşmalarını göz önünde bulundurduk” dedi. Mobil Perde’nin bir mağazada bulunan tüm ürünleri tek bir araçta toplayarak hizmet verdiğini belirten Demet Akyüz, gelen talepler doğrultusunda

SUNUM VE MONTAJ EKİBİYLE MÜŞTERİLERİNE  
YERİNDE HİZMET VEREN MOBİL PERDE, DÜNYANIN  
ÖNDE GELEN PERDE MARKALARINA AİT 2 BİNDEN  
FAZLA ÜRÜN ÇEŞİDİNİ BÜNYESİNDE BARINDIRIYOR.



Mobil Perde, sunum ekibi ile perdenin kumaşından rengine ve modeline kadar bir çok konuda müşterilerine yardımcı olurken, montaj ekibi ile de müşterilerinin taleplerini karşılıyor.

kaliteli hizmet anlayışını ücretsiz olarak müşterinin ayağına getirdiklerini vurguladı. Deneyimli Mobil Perde sunum ekibi ile perdenin kumaşından rengine ve modeline kadar bir çok konuda müşterilerine yardımcı olduklarının altını çizen Akyüz, böylece yüzlerce kartela arasından yapılan perde seçiminin çok daha kısa bir sürede sonlanarak, tüketicilerin talepleri doğrultusunda siparişlerin verildiğini ve üretimin başladığını söyledi. Evim Şahane ekibinden Mimar Selim Yuhay ile de çalıştıklarını belirten Akyüz, tüketicilere istekleri doğrultusunda mimar desteği de verebileceklerini ifade etti.

## “Mobil Perde” her yerde

Mobil Perde'nin İstanbul'un her köşesine, Silivri'den Bahçelievler'e, Avcılar'dan Beşiktaş'a kadar araçlarıyla hizmet verdiğini belirten Akyüz, yakın tarihte de Ankara, İzmir, Antalya'da bu araçların yaygın şekilde görüleceğini dile getirdi. Akyüz, “Zorunluluktan nereye koştüğümüzü bilmediğimiz bir çağda, günlük sorumluluklarımızdan artırdığımız her dakika daha değerli olmaya başladı. Mobil Perde sunduğu hizmetle bize hayatımızı zenginleştirme fırsatı sunuyor” dedi.

## Evin olmazsa olmazı: Perde

Bir evin olmazsa olmaz ürünleri arasında halının ve perdenin bulunduğunu belirten Demet Akyüz, ev tamamen dizildikten sonra perdenin eve alınmasının doğru bir alışkanlık olmadığını söyleyerek sözlerine şöyle devam etti: “Bizim insanımız önce koltuklarını, mobilyalarını alıyor, perdeyi ise en son

aşamaya bırakıyor. Durum böyle olunca perdeyi, eve uydurmak zorunda kalıyorlar. Sağlıklı olan ise perdenin başta yaptırılması ve ona göre mobilya alınmasıdır. Çünkü mobilyaları, perdeye göre kombinlemek daha kolaydır.”

Evin tamamının bir bütün olarak düşünülmesi gerektiğinin altını çizen Akyüz, kirlentten koltuk döşemesine, halıdan duvar rengine kadar bir evin perdeyle uyumlu olması gerektiğini söyledi. Mobil Perde'nin ister ofis, hastane, otel; ister ev olsun, perde ve dekorasyon ihtiyacı olan her noktada hizmet verebilme özelliğinin olduğunu ifade eden Akyüz, “Mobil Perde tüketicilerin; motorlu, uzaktan kumandalı, sensörlü, klasik, modern, çatı, kış bahçesi gibi akla gelebilecek her türlü perde ve

yerli-ithal duvar kağıdı ihtiyacını tek noktadan karşılayabileceği yeni nesil perde çözüm hizmeti olarak tanımlanabilir” dedi.

## Her müşteri için bir fidan

Geliştirilen bu yeni perdecilik anlayışının arkasında çok büyük bir teknolojik yatırımın söz konusu olduğuna dikkat çeken Demet Akyüz, her bütçeye hitap ettiklerini ve tüm perdelerin özenle ve hızlı bir şekilde dikildiğini söyledi. Her araçta olduğu gibi Mobil Perde'nin de kullandığı araçla doğaya karbondioksit salınımı olduğunu ifade eden Demet Akyüz “Bu noktada doğaya faydamız olması adına TEMA ile anlaştık ve her müşterimiz için bir fidan dikiyoruz. İsteğimiz ise gelecek yıllarda bir Mobil Perde Ormanı olması yönünde” şeklinde konuştu.



“Her araçta olduğu gibi Mobil Perde'nin de kullandığı araçla doğaya karbondioksit salınımı olduğunu ifade eden Demet Akyüz, “TEMA ile yaptığımız anlaşma ile her müşterimiz için bir fidan dikmeye başladık” diyerek çevreye karşı duyarlılıklarını dile getiriyor.

İŞ TATİLİ KONSEPTİYLE DÜNYADA İLK KEZ UYGULANAN BİR SATIŞ MODELİNE İMZA ATAN DOSSO DOSSI FASHION SHOW'UN, 'ÖZGÜN BİR İŞ MODELİ' OLDUĞU YARGITAY 11'İNCİ HUKUK DAİRESİ'NİN KARARIYLA ONAYLANDI.

FUAR

94



# DOSSO DOSSI ÖZGÜNLÜĞÜNÜ ONAYLATTI

**Tekstil** sektörüne hem iş bağlantıları kurmak, hem de tatil yapma fırsatı sağlayarak dünyada ilk kez uygulanan bir satış modeline imza atan Dosso Dossi Fashion Show'un, 'özgün bir iş modeli' olduğu Yargıtay 11'inci Hukuk Dairesi'nin kararıyla teyit edildi. Dünyada bir ilke imza attıklarını belirten Dosso Dossi Fashion Show Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan, yurtiçinde ve yurtdışında tekstil dışındaki birçok sektöre bu modeli satabileceklerini belirterek, "Türk iş hayatına, yeni bir kazanım sağladık. Taklitçiliğin önüne geçip, haklarını korumak isteyen farklı sektörlerdeki firmalar için örnek olacağız" dedi. Klasik tekstil fuarlarının beklenen verimi göstermemesi düşüncesinden yola çıkan iş adamı Hikmet Eraslan, 2005 yılında Dosso Dossi Fashion Show'u hayata geçirdi. Daha önce denenmemiş bir yöntemle alıcı ve satıcıları bir araya getirip, karşılıklı alım-satım taahhüdü ile gerçekleştirilen organizasyon alıcılara aileleriyle birlikte bir hafta boyunca her şey dahil lüks bir tatil yapma fırsatı da

sunuyor. Tekstilcilere önümüzdeki dönem de enerji doping etmeye devam edecek olan organizasyon, önümüzdeki yıl 8-13 Ocak tarihleri arasında gerçekleştirilecek.

## 3 yıllık hukuk mücadelesi

Geçtiğimiz haziran ayında Rusya, Ukrayna ve Ermenistan başta olmak üzere 30 ülkeden gelen 5 bin tekstil alıcısıyla Türk tekstil üreticilerini buluşturan organizasyon, geçen süre içinde farklı firmalar tarafından taklit edilmeye çalışıldı. Bir fikir ile yola çıkarak gelişen bu modele "İş Tatili" (Holiday Business) adını veren Dosso Dossi Fashion Show Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan, taklit girişimleri üzerine bu özgün iş modelinin haklarını korumak için İstanbul 36'ncı Asliye Ticaret Mahkemesi'ne başvurdu. Yapılan tespitler ve duruşmalar neticesinde mahkeme, "Dosso Dossi Fashion Show'un özgün bir iş modeli olduğuna, taklit edilmesi durumunda haksız rekabet yaratılacağına" karar verdi. Yaklaşık 3 yıl süren hukuk mücadelesi sonucu alınan karar, Yargıtay 11'inci Hukuk Dairesi tarafından da geçtiğimiz günlerde onanarak kesinleşti.

## "Türkiye'deki yatırımcı ve girişimcilerin önünü açık"

Dosso Dossi Fashion Show'un, 'özgün bir iş modeli' olarak taktiklerine karşı Yargıtay tarafından koruma altına alınmasının dünya çapında dahi önemli bir adım olduğunu belirten Eraslan, "Artık kimse başkalarının emekleri üzerinden haksız kazanç elde edemeyecek. Sekiz yıldır ekip arkadaşlarımızla birlikte büyük bir emek veriyoruz. Adriana Lima, Isabeli Fontana ve Erin Heatherton gibi dünyaca ünlü top modelleri Türkiye'ye getirerek Türk tekstilini dünyaya pazarlıyoruz. Başkalarının bunu taklit etmesine izin vermeyeceğiz. Aynı zamanda, Türkiye'deki diğer yatırımcı ve girişimcilerin de önünü açık" dedi. Eraslan, "Dileyen sektörler için, başansız kanıtlanan Dosso Dossi Fashion Show satış modelini uygulayabiliriz. Sonraki hedefimiz de dünyanın birçok ülkesindeki profesyoneller tarafından da takip edilen 'iş tatili' konseptimizin bize ait özgün iş modelini farklı ülkelere pazarlamak" diye konuştu.





**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)

MESİAD'IN GENÇ TASARIMCILARI DESTEKLEMEK AMACIYLA DÜZENLEDİĞİ "MESİAD 2013 - MODA VE TEKSTİL TASARIM YARIŞMASI" NIN KAZANANLARI KOLEKSİYONLARINI, 1- 2 EKİM TARİHİNDE DÜZENLENEN DEFİLE İLE SEKTÖRÜN BEĞENİSİNE SUNDU.

## MODA

96



# MERTER'DE MODA RİTİM KAZANIYOR

**Merter** Sanayici ve İş adamları Derneği (MESİAD), tarafından gerçekleştirilen "MESİAD 2013 Moda ve Tekstil Tasarım Yarışması"na 12 üniversiteden 46 genç tasarımcı katıldı. Yarışmaya katılan tasarımcıların çalışmaları sektörün duayenleri Barbaros Şansal, Gamze Saraçoğlu, Çiğdem Akın, Günseli Türkay, Başak Gürsoy, Özgür Masur, Simay Bülbül gibi ünlü tasarımcıların yanı sıra; TİM, İHKİB, İTHİB ve MESİAD üyelerinden oluşan özel jüri tarafından değerlendirildi. Değerlendirmeye katılan 46 genç tasarımcı arasında Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencisi Kardelen Erçelik 3'üncü olurken; İstanbul Ticaret Üniversitesi'nden Özge Güven 2'nci ve Marmara Üniversitesi öğrencisi Kübra Karamanoğlu 1'inci oldu. "MESİAD Tekstil ve Moda Tasarım Yarışmasında" ilk üçte yer alan genç tasarımcıların koleksiyonları ve dereceye giren 12 yarışmacının koleksiyonları; 1-2 Ekim tarihinde düzenlenen "Merter 2013 Moda" etkinliği kapsamında düzenlenen defile ile podyuma taşındı.

### Merter moda merkezi olma yolunda

MESİAD tarafından gerçekleştirilen "Merter 2013 Moda" etkinliğinde konuşma yapan MESİAD Başkanı Halit Tuna, modanın aslında imaj olduğunu ve bu anlamda Merter'in de modanın kalbi olarak konumlanması için imaja ihtiyacı olduğunu söyledi. Bunun için önceliği kentsel dönüşüme vereceklerini ifade eden Tuna, "Merter'i, bir açık hava alışveriş merkezi haline getireceğiz. Bugün 7 bin firması ve 45 bine yakın istihdamı ile büyük bir moda endüstrisi olan Merter, ihracatın önemli bir kısmını tek başına sırtlıyor" dedi.

Üniversitelerle gerçekleştirilen "MESİAD Tekstil ve Moda Tasarım Yarışması" ile üniversitelerle iş birliği içinde bulunacaklarını ifade eden Tuna, genç tasarımcıların sektöre kazandırmak için ellerinden gelen çabayı göstereceklerini ifade etti. Merter 2013 Moda" etkinlikleri için Merter'in en görkemli caddesinde yer alan Selvi sokak tamamen kapatılarak dev bir podyuma çevrildi. Tekstil ve Moda Tasarım yarışmasında dereceye giren genç modacıların tasarımları 1 Ekim tari-

hinde sahnedeki yerini aldı. "Merter 2013 Moda" etkinliğinin 2'nci gününde ise ünlü markaların koleksiyonları sunuldu. "Merter 2013 Moda" etkinliğine verdikleri destekten dolayı İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Güllü, Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman'a ve Güngören Kaymakamı Zafer Orhan'a teşekkür plaketleri verildi.





*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)

DENEYSEL ATÖLYE ÇALIŞMASI, TASARIM VE AR-GE EKSENİNDE ŞEKİLLENEREK ORTAYA ÇIKAN “ANADOLU DOKUMACILARI GRUBU” İLK PROJESİ OLAN “ANADOLU EFSANELERİ” SERGİSİYLE GELENEKSEL DOKUMACILIK ANLAYIŞINAFARKLI BİR YORUM GETİRMEYE HAZIRLANIYOR.

## TASARIM

98



# ANADOLU DOKUMALARI KÜLLERİNDEN DOĞACAK

**Tekstil** sektöründe başarılarıyla yeterliliklerini kanıtlayan 17 tasarımcı, sanatçı kimliklerini pekiştirme fikriyle 2010 yılında kurdukları “Anadolu Dokumacıları Grubu” adıyla ilk sergileri için hazırlanıyor. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Sanatları Bölümü Dokuma Tasarımı Öğretim Üyesi Prof.Dr. Günay Atalayer önderliğinde oluşturulan proje, ‘geleneksel dokuma yöntemlerine deneysel çalışmalarla farklı yorumlar getirerek, dokuma heykeller oluşturma’ amacını taşıyor. Anadolu Dokumacıları Grubu, dokumacılığın anavatanı olarak kabul edilen Anadolu’nun farklı dönem ve uygarlıklarına ait mitolojik konuları ele alıyor ve zen-

gin Anadolu kültürlerini dokuma sanatı diliyle yeniden yorumluyor. Marmara Üniversitesi GSF Tekstil Sanatları Bölümü’nün çeşitli yarışmalarda ödülleri kazanmış olan başarılı lisansüstü öğrencilerinden ve sektör tecrübesine sahip akademisyenlerinden oluşan bu platform; unutulmaya yüz tutmuş geleneksel dokuma teknikleriyle, çeşitli lifleri bir araya getirerek Anadolu efsanelerini sanat diliyle ifade ediyor. Dünyaca bilinen Nuh Tufanı, Hun Baba, Gilgamiş, Gordion Düğümü, Sagalassos’un Kızları, Kumarbi, Haliç, Medusa ve Yaratılış Efsaneleri proje kapsamında yeniden yorumlanan mitolojik öykülerden birkaçı... Proje sürecinde her dokumacı seçtiği

konu hakkında araştırmalar yaparak, kendi bakış açısıyla hikayeyi yorumladığı sunumlar hazırlıyor. Hikayeyi yansıtabileceği en uygun lif ve dokuma yöntemini araştırarak, eserlerinin hacimli ilk örnekleri dokuyor.

Dokumanın zengin diliyle ifadelendirilen bu eserler ‘dokuma heykeller’ olarak tanımlanıyor. Dokuma heykellerden oluşan Anadolu Efsaneleri sergilerinin, konuya uygun olarak antik yerleşim merkezlerinde gerçekleştirilmesi planlanıyor.

### Neden dokuma?

Prof. Dr. Günay Atalayer, “Anadolu Dokumacıları Grubu”nun kuruluş aşamasından

## ANADOLU EFSANELERİ SERGİSİ'NİN, ELDE EDİLEN YENİ İPLİK TÜRLERİ VE LİFLER SAYESİNDE TEKSTİL SEKTÖRÜNE KATKI SAĞLAMASI HEDEFLENİYOR.



bahsederken, neden dokuma üzerinde durulduğunu akademik çalışmalarından yola çıkarak açıkladı.

Fakültenin 3'üncü yılında bir dal seçme gerekliliği olduğunu söyleyen Atalayer, öğrenciliği esnasında bu seçimi yapmasında o dönemde kullanılan 200 dizimli bir jakar tezgahının etkili olduğunu aktardı. Atalayer, "O tezgahta bir dokuma yaptım. Bu çalışma bana aslında dokumanın zannedilenden çok daha geniş olanakları olan bir yaratma yöntemi olduğunu gösterdi" diye konuştu. Bunun farkındalığıyla dokuma sanatına adım attığını ifade eden Atalayer, konuşmasına şöyle devam etti: "Daha sonra bir tekstil fabrikasında çalıştım ve 1975 tarihinde de Tatbiki Güzel Sanatlar'da asistanlığa başladım. Asistanlık dönemimde müzelerde saklı kalmış kültürel miras yerine, bugün yaşayan dokumacılık üzerine yoğunlaştım. Denizli Buldan'da yaptığım araştırmalar ise Anadolu'nun zengin dokuma kültürünü algılamamı sağladı."

### 17 tasarımcı güçlerini birleştirdi

Anadolu'da geleneksel dokumacılığın devam etmesine rağmen, bu alanla ilgili gelişim ya da atılımların yeterli olmadığına dikkat çeken Atalayer, Türkiye'de geleneksel dokumacılık ile ilgili projelerin sürdürülebilir düzeyde olmamasını üzüntü verici bir durum olarak yorumladı. Atalayer, çağdaş bir tekstil tasarımının Anadolu'yu ve bu köklü kültürü yakından tanıması gerektiğini söyleyerek, yapacakları çalışmayla da bu konuya dikkat çekeceklerini ifade etti.

Anadolu Dokumacıları Grubu'nun bir ürünü olarak "Anadolu Efsaneleri" sergisiyle ortak bir konu etrafında, 17 tasarımcının güçlerini birleştireceğini dile getiren Atalayer, bu çalışma ile özgün dokuma heykellerin ortaya çıkacağını söyledi. Atalayer, Anadolu Efsaneleri'nin uzun soluklu bir çalışma olduğunu ve serginin üç yıllık bir çalışmanın sonunda tamamlanacağını kaydetti.

### Projenin sektöre katkı sağlaması hedefleniyor

Sergi için oluşturulacak eserlerde kullanılacak olan malzemelerin ve yöntemlerin tekstilde kullanılmakta olan alışılmadık malzeme ve yöntemlerden farklı olmasına özen gösteren sanatçılar, projenin aynı zamanda tekstil sektörüne ciddi anlamda katkı sağlamayı amaçladığını vurguluyorlar. Grup üyeleri, ortaya çıkacak eserlerin sektör için farklı ve yeni önermeler sunacağına dikkat çekiyorlar. Bu önermelerin tekstil dünyasına yeni bir lif türünü veya farklı bir dokuma tekniğini kazandırabileceği düşüncesinde olan sanatçılar, en önemli hedeflerinin ise sanatsal yaklaşımla tekstile farklı bir bakış açısı kazandırabilmek olarak ifade ediyorlar. Sanatçılar, kumaş, iplik veya giyim ürünü olarak algılanan tekstilin, Anadolu mitolojisini canlandıran heykellere dönüşebileceğini gösterebilmeyi amaçladıklarını dile getiriyorlar.



Anadolu Efsanesi Projesi içerisinde yer alan isimlerden biri de geçtiğimiz yıl İTHİB-İTA Teknik Tekstiller Proje Yarışması'nda 1'inci olan Başak Özkendirici.



Prof. Dr. Günay Atalayer, "Anadolu Efsaneleri sergisiyle özgün dokuma heykellerin ortaya çıkmasını sağlayacağız."

### "ANADOLU EFSANELERİ"NE CAN VERECEK SANATÇILAR

Başak Özdemir, Başak Özkendirici, Buket Pekel, Ebru Keskin, Esat Destanoğlu, Feriha Işıldar, Gül Bolulu, Gülhan Güleçer, Günay Atalayer, Işıl Eraslan, Nurten Yılmaz, Ozanhan Kayaoğlu, Selime Armanjani, Şafak Akalın, Şenay Takuş, Yasemin Özbeç, Özge Usluca



ASYA-PASİFİK PERAKENDE DERNEKLERİ FEDERASYONU TARAFINDAN DÜZENLENEN 16'NCI ASYA PASİFİK PERAKENDE KONFERANSI VE SERGİSİ "APRCE 2013", 37 ÜLKEDEN 2 BİNİN ÜZERİNDE KATILIMCI İLE LÜTFİ KIRDAR KONGRE VE SERGİ SARAYI'NDA DÜZENLENDİ.

## PERAKENDE

100



# PERAKENDE DEVLERİ İSTANBUL'DA BULUŞTU

**Alışveriş** Merkezleri ve Perakendecileri Derneği'nin (AMPD) 2000 yılından bu yana üyesi olduğu FAPRA (Asya-Pasifik Perakende Dernekleri Federasyonu) tarafından düzenlenen bölgenin en büyük etkinliği Asya Pasifik Perakende Konferansı ve Sergisi "APRCE 2013", 23 Eylül - 25 Eylül 2013 tarihlerinde Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda organize edildi. Etkinlik, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, AMPD Başkanı Mehmet T. Nane ve FAPRA Başkanı Dato'Dr. Jannie Chan'in konuşmaları ile ilk gününe başladı. 'Perakende Politikaları Forumu' da etkinliğin ilk günü Dünya Bankası Baş Ekonomisti Richard Henry'nin yönetiminde beş ülkenin Ekonomi ve Ticaret Bakanlığının temsilcileri ile gerçekleşti. 37 ülkeden 2 binin üzerinde katılımcı ile Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen APRCE 2013'ün ikinci günü AMPD Başkanı Mehmet T. Nane, FAPRA Başkanı Dato'Dr. Jannie Chan, TAMPF Başkanı Vahap Küçük, TOBB Başkan Vekili İbrahim Çağlar, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Prof. Joergen Oerstroem Moeller ve Boyner Grup CEO'su Cem Boyner'in açılış konuşmaları ile başladı.

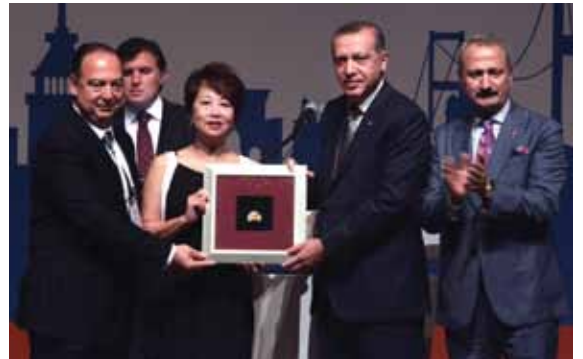
Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, "16'ncı Asya Pasifik Perakende Kongresi ve

Fuarı'nın açılışında yaptığı konuşmada, İstanbul'un, Çin'den başlayıp Avrupa'nın içlerine kadar uzanan, tarihin en büyük ve en eski ticaret güzergahı olan İpek Yolu üzerinde çok önemli bir merkez olduğunu belirtti. Başbakan Erdoğan, Asya Pasifik Perakendeciler Kongre ve Fuarı'nın, yeni ve farklı bir ticaretin kapılarını aralamasını temenni ederek, Ekonomi Bakanlığı ve FAPRA başta olmak üzere, kongreye katkı sağlayanlara teşekkür etti.

### Perakende politikaları İstanbul'da konuşuldu

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan da bölgesindeki en gelişmiş ticari alt yapıya sahip şehir olan İstanbul'un, dünyanın finans merkezlerinden biri olacağını ve APRCE'in de buna büyük katkı sağlayacağını belirtti. Bir önceki dönemde gerçekleştirilen kongreden farklı olarak bu yıl etkinliğe bürokratların ve teknokratların da katılım gösterdiğini söyleyen Çağlayan, dünyanın perakende politikalarının İstanbul'da konuşulacağını söyledi. Çağlayan, Şu an 92 ülkede mağazaları bulunan Türkiye'nin,

önümüzdeki yıllarda Asya ve Pasifik ülkelerinde "Made in Turkey" etiketli daha fazla ürünün bulunmasını hedeflediklerini ifade etti. AMPD'nin 2000 yılından bu zamana üyesi olduğu FAPRA tarafından düzenlenen bölgenin en büyük etkinliği APRCE 2013'ün ikinci gününde ise AMPD Başkanı Mehmet T. Nane, TAMPF Başkanı Vahap Küçük, FAPRA Başkanı Dato'Dr. Jannie Chan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve TOBB Başkan Yardımcısı İsmail Çağlar konuşma yaptı. APRCE, Prof. Joergen Oerstroem Moeller ve Boyner Grup CEO'su Cem Boyner'in konuşmalarının ardından 'Yeni Dünya' oturumu ile devam etti.



Zirvenin açılışında Başbakan Erdoğan tarafından FAPRA Başkanı Jannie Chan'a bir plaket verildi.



ARNAVUTLUK

MAKEDONYA

BULGARİSTAN

YUNANİSTAN

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



**SERAY®**

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK  
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



**BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ**

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com

UĞUR MAKİNA İLE LF SOURCING FİRMALARININ ORTAKLAŞA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ EĞİTİM SEMİNERİNDE, İKİ FİRMA ARASINDA BİLGİ ALIŞVERİŞİ SAĞLANDI. SEMİNERDE, BROTHER VE YAMATO DİKİŞ MAKİNELERİ İLE MAKİNELERDE KULLANILAN SCHMETZ İĞNELER TANITILDI.

## SEMİNER

102



# UĞUR MAKİNA'DAN, EĞİTİMDE GÜÇ BİRLİĞİ

**Uğur** Makina ile LF Sourcing firmalarının 28 Eylül ve 5 Ekim tarihlerinde birlikte gerçekleştirdiği eğitim seminerinde, Brother ve Yamato dikiş makineleri ile makinelerde kullanılan Schmetz iğneler hakkında teknik bilgi verildi. Tekstil makineleri alanında sektörel işbirliğini amaç edinen eğitimle, sektör uzmanlarına katma değerli bilgi sağlandı. Çalışanların teknik bilgi ve donanımlarını artırmaya yönelik yapılan eğitim kapsamında, çeşitli sunumlar ve uygulamalı çalışmalar yapıldı. Seminer, LF Sourcing firmasından 38 kişinin katılımıyla iki etapta gerçekleşti. Fason üretiminin yapıldığı yerlerde dikilecek ürünlerin kumaş özelliklerine ve dikiş karakteristiğine göre kullanılacak makine teknik özelliklerinin anlatıldığı toplantıda, aynı konuda iğne uç yapısı ile iğne kalınlığının önemine dikkat çekildi. Bununla birlikte, ürün dikiminde Brother ve Yamato makinelerinin teknik üstünlükleri ile sağlanan dikiş kalite üstünlükleri tanıtıldı. Gösterimi yapılan sunumla, bu makinelerdeki artı değerlerin operasyon bazında dikiş kalitesi ve verimlilik olarak katma değerleri anlatıldı. Makine kalitesi ile birlikte kumaşa göre kullanılan Schmetz iğnelerin uç yapısı ve kalınlığının kullanıcıya sağlayacağı avantajların anlatıldığı

organizasyonda, adından kalitesiyle söz ettiren Yamato ve Brother grubu makinelerinde yüksek devirli Yamato grubundan VGS alt-üst transportlu reçmelerin yürüyen ayak sistemi sayesinde, tünel problemsiz dikiş elde edildiği bilgisi verildi. Toplantıda; makinede artı teknik özellikler olan aktif iplik kontrolü ile kopmayan reçme dikişler, regula bıçağının mikro ayarlı olması, iplik yütüğünün gövde dışında olması ve üst transport dişli donanımı makineyi rakiplerinden ayıran özellikler olduğu ifade edildi. Özel mini burunlu üst transportlu AZF8420 overlokta rahatça yaka ribana takılabildiğinin vurgulandığı seminerde, sadece Yamato overloğa özgü ABT20 full otomatik kıştırma sistemi ile de dikiş başlarındaki sökülmelerin önlenileceği bilgisi verildi. Bununla birlikte, eski sistem ile ekstra operasyon ve eleman gereken metodun tek seferde yapılabildiği de irdelendi. Sadece Yamato overloklara özgü yağ izolasyon sistemi ile minimum yağlama ve SC18 sisteminin, lüper bölgesini temizlemesiyle dikilen ürünlerin yağ lekesiz ve harici ip sorununu kökünden çözdüğü belirtilerek, VT serisi burunlu reçmelerin her çeşit ince ve kalın materyalde dikiş kalitesi ile VGS serisine özel olan UTL dikiş kilit sistemin avantajları katılımcılara görsel videolarla anlatıldı.

### **Kaliteli ürün, kaliteli makinalardan çıkıyor**

Seminerde, Uğur Makina'nın bütün makinelerinde kullandığı servo motorlar ve Direct Drive makinelerinin işletmelerde enerji tasarrufu sağladığı belirtilerek, firmanın yoğun uğraşları neticesinde ilk defa dikiş makineleri için ürettiği leke bırakmayan yağın kullanımı sonucunda, sorunsuz yağlama ile makinelerin uzun ömürlü çalışma teknolojisine eriştiğinin altı çizildi. Uğur Makina'nın düşük voltajlı MRSM marka LED aydınlatma lambalarıyla ise dikim alanını rahatça görebilme, bunun sonucunda da oluşabilecek dikiş hatalarını anında fark edip tamir imkânı sağlandığı bildirildiği seminer kapsamında; bazı dikiş makinelerinde kullanılan aparatlarla ilgili de profesyonel bir aparat firması tarafından hazırlanan aparatların makine ve dikiş tekniğine göre kullanım alanları ve faydaları anlatıldı. Seminer sonunda, Uğur Makina'nın mümessili olduğu makineler ile iğne ve ekipmanların özellikleri showroom salonundaki makinelerde uygulamalı olarak tatbik edildiğinde; bu özelliklerin üretimde kullanılması durumunda, kaliteli ürünün kaliteli dikiş makinelerinden çıkacağına çağrı yapıldı.



# HALI ÜRETMEK SİZİN, SERGİLEMEK BİZİM İŞİMİZ!



Dünyanın önde gelen halı markaları,  
ürünlerini sergilemek için Akdeniz'i tercih ediyor.

#### MERKEZ

Büsan Organize Sanayi  
Kosgeb CD. No:29  
Karatay - Konya / Türkiye

T: +90.444 1080  
F: +90.332.235 3877

#### FABRİKA

Büsan Organize Sanayi  
Milenyum Cd. No:10/12  
Karatay - Konya / Türkiye

T: +90.332.345 0700  
F: +90.332.345 2908

 **AKDENİZ**<sup>®</sup>  
sergileme sistemleri  
display systems

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

İŞLETMELERİN AKTİFİNDE KAYITLI OLAN TAŞINMAZLARIN EKONOMİYE KAZANDIRILMASI İÇİN ÖNEMLİ MADDELER İÇEREN “6495 SAYILI KANUN”, GAYRİMENKULLERİN FİNANSMAN KAYNAĞI OLARAK KULLANILMASI HALİNDE SÖZ KONUSU İŞLETME İÇİN DEVRİM NİTELİĞİNDE BİR HÜKMÜ DE BERABERİNDE GETİRİYOR.

erdogankarahan@istanbulymm.com



**ERDOĞAN KARAHAN**  
Yeminli Mali Müşavir

**Şirketlerin** aktifine en az iki yıldır kayıtlı bulunan gayrimenkuller kanununda belirtilen şartların yerine getirilmesi kaydıyla satılmaları durumunda, satıştan elde edilen kazancın yüzde 75'i, 5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 5/e maddesine göre kurumlar vergisinden istisna tutuluyor. Bunun yanı sıra, bu kapsamdaki bir gayrimenkulün satışı aynı zamanda 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 17/4-r maddesine göre katma değer vergisinden de istisna tutuluyor. İşletmelerin aktifinde kayıtlı olan taşınmazların ekonomiye kazandırılması, şirketlerin sermaye yapılarının güçlendirilmesi, kredi talep edilmesi ve alınması sürecinde yaşanan gecikmeler, finansman sıkıntılarının aşılması ve acil nakit ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla, kanun koyucu bu defa 6495 sayılı kanunla, birçok açıdan kolaylıklar sağlayan, adeta devrim niteliğinde bir istisna hükmü tesis ediyor. Bu ayki makalemizin konusunu da bu yeni düzenlemenin sağladığı avantajlar oluşturuyor.

### Şimdi gel de gayrimenkulü satma

Şirket aktifinde; dükkan, otel, üretim tesisi, arsa, arazi, yönetim binası, fabrika,

# GAYRİMENKULLER FİNANSMAN KAYNAĞI OLUYOR

ofis, depo gibi gayrimenkuller bulunan ve nakit ihtiyacı olan işletmeler artık bankalardan kredi almak için türlü sıkıntıların içine girmeyecek. Daha kolay ve daha az maliyetli olan sat, kirala ve tekrar geri al yöntemini uygulayabilecekler. Bu yeni yöntemin uygulanabilmesi için öncelikle finansal kiralamanın tanımı değiştirildi ve düzenleme tam olarak amacına ulaşsın diye vergi kanunlarında da gerekli düzenlemeler yapıldı.

### Finansal kiralamanın yeni tanımı

Finansal kiralamanın yeni tanımı: “Kiralayanın, kiracının talebi ve seçimi üzerine üçüncü bir kişiden veya bizzat kiracıdan satın aldığı veya başka suretle temin ettiği veya daha önce mülkiyetine geçirmiş bulunduğu bir malın zilyetliğini, her türlü faydayı sağlamak üzere kira bedeli karşılığında, kiracıya bırakmasını öngören sözleşmedir” şeklindedir. Bu tanımlamaya göre, kiracı elindeki varlığı finansal kiralama şirketine satıp, tekrar finansal kiralama şirketinden aynı varlığı kiralayabilecek. Bu durumda finansal kiralama şirketine satış yapan ve kiracı aynı işletme olacaktır. Böylece, kiracı elindeki mevcut bir varlık ile finansman temin etmiş olacak.

### Sat, kirala ve tekrar geri al yöntemi nedir ve nasıl işliyor?

Düzenlemenin özü, şimdiye kadar yaygın olarak kullanılan şirket aktifine kayıtlı

olan veya ortağa ait gayrimenkulün bankaya ipotek verilmesi ve karşılığında kredi alınması uygulamasının bir adım öteye taşınması anlamına geliyor. Şirket, elindeki gayrimenkulü finansal kiralama şirketine satar ve parasını alır. Finansal kiralama şirketi bu gayrimenkulü, şirkete finansal kiralama sözleşmesi ile kiralar, kira süresince gayrimenkulü kiralayan şirket tarafından leasing şirketine finansal kiralama bedeli (kira) ödenir. Finansal kiralama sözleşmesinin sonunda şirket gayrimenkulü tekrar finansal kiralama şirketinden satın alır. Bu yasal düzenleme, vergisel yükler sebebiyle uygulanamaz bir hal alması diye yapılan bazı vergi düzenlemeleri ile destekleniyor.

Şimdi yapılan vergisel düzenlemelere değinelim.

Örneğin, bir şirket aktifine 1 milyon TL bedelle kayıtlı olan, ancak piyasa değeri de 7 milyon TL olan gayrimenkulünü, anlaştığı bir leasing şirketine satıp 7 milyon lirayı tahsil ederek finansman sıkıntısını çözebilir.

-Taşınmaz satışının 5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 5/e fıkrasında düzenlenen kurumlara yapılmış olması gerekir. Bu kurumlar, kaynak kuruluşlarca, kira sertifikası ihracı yapan varlık kiralama şirketleri ile finansal kiralama şirketleridir.

-Satış işlemi sonucunda elde edilen kazanç kurumlar vergisinden istisnadır. Yani şirket elde etmiş olduğu 6 milyon TL kazanç için kurumlar vergisi ödemeyecek. Yeni düzenlemede elde edilen kazancın

tamamı kurumlar vergisinden istisnadır. -Satış işlemi aynı zamanda katma değer vergisinden de istisna tutuluyor. Yani satışı gerçekleştiren şirket 7 milyon tutarında bir satış faturası düzenleyecek, ancak bu faturada KDV hesaplamayacak. Katma Değer Vergisi Kanunu 17/4-u bendine göre, "Menkul, gayrimenkul ve maddi olmayan varlıkların, varlık kiralama şirketlerine devri ile bu varlıkların varlık kiralama şirketlerince kiralanması ve devralınan kuruma devri" Katma Değer Vergisi Kanunu 17/4-y hükmüne göre de "21/11/2012 tarihli ve 6361 sayılı Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanunu kapsamında; finansal kiralama şirketlerince bizzat kiracıdan satın alınıp, geriye kiralanmış taşınmazlara uygulanmak üzere ve kiralamaya konu taşınmazın mülkiyetinin sözleşme süresi sonunda kiracıya devredilecek olması koşulu ile kiralanmaya konu taşınmazların kiralanması, satılması, satan kişilere kiralanması ve devri "KDV'den istisnadır. -İki yıllık süre şartı kaldırıldı. Öteden beri uygulanmakta olan "İştirak hissesi ve gayrimenkul satış kazanç istisnası" olarak adlandırdığımız uygulamada, satılacak olan gayrimenkulün istisnadan yararlanabilmesi için şirket aktifinde en az 2 yıldır kayıtlı olması şartı aranırken, yeni düzenlemede herhangi bir süre sınırı yok. Bir yıl önce alınarak şirket aktifine kaydedilen bir gayrimenkulün dahi, belirlenen kurumlara satılması halinde istisnadan yararlanılacak. -İstisna tutarı yüzde yüzdür. Bunun yanı sıra öteden beri uygulanmakta olan "İştirak Hissesi ve Gayrimenkul satış kazanç istisnasında" satıştan elde edilen kazancın yüzde 75'i kurumlar vergisinden istisnaysen, yüzde 25'i kurumlar vergisine tabi tutuldu. Ancak yeni düzenlemede satıştan elde edilen kazancın tamamı kurumlar vergisinden istisnadır. -Satış işleminde düşük oranlı harç uygulanacaktır. 492 sayılı Harçlar Kanununun Tapu ve Kadastro işlemlerinden alınacak harçlar başlıklı (4) sayılı tarifesinin "I-Tapu işlemleri" bölümünün yirminci fıkrasına eklenen (g) bendinde "Satıp geri kiralama yöntemi ile gerçekleştirilen kiralama sözleşmeleri kapsamında, kiracı tarafından sözleşme süresi sonunda geri alınmak

kaydıyla kiralanmış taşınmazların kiralanana satışı sırasında devredenden... binde 3.96" oranında tapu harcı alınacağına dair hüküm yer alıyor. Normal satış işlemlerinde tapu harcı binde 20 olarak uygulanıyor. Daha sonra leasing şirketine satılan gayrimenkul yapılan finansal kiralama sözleşmesiyle leasing şirketinden geri kiralanır. Yani işletme artık kendi gayrimenkulünün maliki değil kiracıdır.

-Bu kiralama işlemi karşılığında leasing şirketine ödenen faizler ve kiralar gider olarak yazılabilir. Bu uygulama da yapılan düzenlemenin diğer bir artısidir. Satış işleminden sonra şirketin eline yüklü bir miktarda nakit geçtikten sonra, şirket küçük bedeller halinde geri ödemelerde bulunuyor ve bu ödemelerini de giderlerine yansıtıyor.

-Ödenen kiralar KDV'den istisna tutulmuştur. KDV Kanunu 17/4-y bendine yukarıda değinilmiştir.

-Gayrimenkulün geri alım işlemi de KDV'den istisnadır. KDV Kanunu 17/4-y bendine yukarıda değinilmiştir.

-Kiralama işleminin sonunda, işletme kendi gayrimenkulünü herhangi bir bedel ödemediği geri alır. Çünkü, gerekli olan geri alım tutarı zaten aylık taksitler halinde kira olarak leasing şirketine ödeniyor.

-Taşınmazın geri alınma işlemi tapu harcından istisnadır. Satıp geri kiralama yöntemi ile yapılan kiralama sözleşmeleri kapsamında, kiralanmış taşınmazların sözleşme süresi sonunda kiracı adına tapuya tescili tapu harcından müstesnadır.

## Değerlendirme

Normal şartlarda da kredi ihtiyacı olan bir şirket tarafından bankalara müracaat edildiğinde, çoğu zaman şirketin aktifine kayıtlı gayrimenkuller üzerine kredi veren banka tarafından ipotek koyuluyor. Yani şirketlerin aktifinde bulunan gayrimenkuller, bankalardan sağlanan finansman ihtiyacının garantisini oluşturuyor. Kanun koyucu yapmış olduğu bu yeni düzenleme ile aktive cari değerinden daha düşük bir bedelle kayıtlı olan gayrimenkulü bulunan, ancak Türk vergi sistemi gereği satış yapmadan gayrimenkulünü güncel değerine yükseltmemeyen şirketlerin imdadına yetişiyor. Böylece şirketler bankalardan kredi almak için uğraşmak zorunda kalmayacak; sat, kirala ve geri al yöntemi ile daha az bir maliyetle finansman ve nakit ihtiyaçlarına çözüm üretebilir duruma geleceklerdir. Sağlanan bu kadar avantajdan sonra insanın tapu dairesine kadar koşması gerekiyor.



## GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2012 AĞUSTOS 1000 \$	2013 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK - AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK - AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2013 DEĞİŞİM %
ALMANYA	259,588	293,061	12.9	2,307,019	21.8	2,495,158	21.8	8.2
İNGİLTERE	187,522	179,979	-4.0	1,429,584	13.5	1,400,321	12.2	-2.0
İSPANYA	125,772	135,359	7.6	945,077	8.9	960,124	8.4	1.6
FRANSA	87,093	89,137	2.3	701,400	6.6	757,808	6.6	8.0
HOLLANDA	75,211	77,495	3.0	571,473	5.4	631,247	5.5	10.5
İTALYA	47,256	43,962	-7.0	500,937	4.7	492,256	4.3	-1.7
IRAK	20,786	30,241	45.5	232,588	2.2	337,889	2.9	45.3
DANİMARKA	38,891	43,744	12.5	322,307	3.0	329,078	2.9	2.1
RUSYA FEDERASYONU	35,461	39,623	11.7	250,803	2.4	288,966	2.5	15.2
ABD	40,907	38,411	-6.1	296,902	2.8	287,975	2.5	-3.0
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>918,486</b>	<b>971,013</b>	<b>5.7</b>	<b>7,558,090</b>	<b>71.3</b>	<b>7,980,822</b>	<b>69.7</b>	<b>5.6</b>
BELÇİKA	35,636	32,081	-10.0	260,030	2.5	273,345	2.4	5.1
POLONYA	30,780	37,306	21.2	184,191	1.7	212,667	1.9	15.5
UKRAYNA	17,314	37,534	116.8	117,054	1.1	206,751	1.8	76.6
İSVEÇ	24,553	25,392	3.4	193,851	1.8	200,544	1.8	3.5
SUUDİ ARABİSTAN	10,592	10,006	-5.5	169,277	1.6	185,924	1.6	9.8
ROMANYA	19,081	31,057	62.8	104,892	1.0	154,868	1.4	47.6
İSRAİL	11,595	12,813	10.5	117,781	1.1	126,822	1.1	7.7
CEZAYİR	6,419	10,420	62.3	92,759	0.9	103,437	0.9	11.5
İSVİÇRE	10,510	9,867	-6.1	101,521	1.0	99,940	0.9	-1.6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	9,221	10,736	16.4	87,723	0.8	97,058	0.8	10.6
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,094,188</b>	<b>1,188,227</b>	<b>8.6</b>	<b>8,987,169</b>	<b>84.8</b>	<b>9,642,178</b>	<b>84.2</b>	<b>7.3</b>
AVUSTURYA	10,384	12,991	25.1	83,008	0.8	95,340	0.8	14.9
LİBYA	7,366	5,950	-19.2	80,466	0.8	84,868	0.7	5.5
ÇEK CUMHURİYETİ	10,109	9,262	-8.4	84,713	0.8	84,158	0.7	-0.7
SLOVAK CUMHURİYETİ	3,668	12,283	234.9	37,676	0.4	84,066	0.7	123.1
KAZAKİSTAN	15,601	9,587	-38.6	107,355	1.0	83,906	0.7	-21.8
ESTONYA	9,897	10,685	8.0	64,435	0.6	81,734	0.7	26.8
YUNANİSTAN	7,634	9,636	26.2	61,994	0.6	69,394	0.6	11.9
NORVEÇ	8,828	9,409	6.6	58,662	0.6	65,634	0.6	11.9
AHL SERBEST BÖLGE	9,388	8,462	-9.9	62,683	0.6	65,517	0.6	4.5
MISIR	3,477	3,106	-10.7	51,385	0.5	65,329	0.6	27.1
KIRGIZİSTAN	6,329	8,060	27.3	38,151	0.4	62,769	0.5	64.5
BULGARİSTAN	8,006	6,971	-12.9	54,913	0.5	58,221	0.5	6.0
KANADA	5,604	5,888	5.1	41,603	0.4	46,379	0.4	11.5
FINLANDIYA	4,198	6,130	46.0	26,086	0.2	41,700	0.4	59.9
TUNUS	3,369	2,896	-14.0	52,567	0.5	38,720	0.3	-26.3
İRLANDA	4,933	4,882	-1.0	40,194	0.4	37,087	0.3	-7.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,818	3,390	-29.6	37,246	0.4	36,864	0.3	-1.0
LÜBNAN	2,358	2,397	1.7	32,115	0.3	32,196	0.3	0.3
ÜRDÜN	1,262	1,718	36.2	22,456	0.2	30,609	0.3	36.3
AZERBAJCAN	3,055	4,541	48.7	19,908	0.2	26,184	0.2	31.5
LİTVANYA	1,792	5,441	203.6	12,846	0.1	26,106	0.2	103.2
KOSOVA	3,784	2,235	-40.9	28,078	0.3	26,046	0.2	-7.2
SURİYE	73	1,768	2,324.6	3,593	0.0	25,355	0.2	605.7
TRAKYA SERBEST BÖLGE	1,532	2,971	93.9	19,738	0.2	24,800	0.2	25.6
KUVEYT	1,302	1,457	12.0	16,140	0.2	22,827	0.2	41.4
BOSNA-HERSEK	3,475	4,345	25.1	21,847	0.2	22,772	0.2	4.2
HONG KONG	2,959	2,121	-28.3	24,272	0.2	21,933	0.2	-9.6
TÜRKMENİSTAN	1,532	1,960	28.0	13,703	0.1	21,536	0.2	57.2
GÜRCİSTAN	2,924	2,953	1.0	17,403	0.2	21,325	0.2	22.5
FAS	929	1,494	60.8	16,771	0.2	21,165	0.2	26.2
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,244,771</b>	<b>1,353,216</b>	<b>8.7</b>	<b>10,219,176</b>	<b>96.4</b>	<b>11,066,720</b>	<b>96.6</b>	<b>8.3</b>
<b>Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler</b>	<b>48,760</b>	<b>48,589</b>	<b>-0.3</b>	<b>376,468</b>	<b>3.6</b>	<b>390,588</b>	<b>3.4</b>	<b>3.8</b>
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>998,555</b>	<b>1,076,457</b>	<b>7.8</b>	<b>8,056,068</b>	<b>76.0</b>	<b>8,538,842</b>	<b>74.5</b>	<b>6.0</b>
<b>TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI</b>	<b>1,293,531</b>	<b>1,401,805</b>	<b>8.4</b>	<b>10,595,644</b>	<b>100.0</b>	<b>11,457,308</b>	<b>100.0</b>	<b>8.1</b>

# TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 AĞUSTOS 1000 \$	2013 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 OCAK -AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	13 /12 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	98,646	86,780	-12.0	757,557	14.9	714,580	13.1	-5.7
İTALYA	45,121	54,281	20.3	458,030	9.0	541,334	9.9	18.2
ALMANYA	32,403	32,743	1.0	260,281	5.1	280,232	5.1	7.7
ABD	21,921	24,589	12.2	196,107	3.8	209,114	3.8	6.6
İNGİLTERE	22,943	25,668	11.9	198,048	3.9	207,630	3.8	4.8
ROMANYA	19,004	22,318	17.4	178,227	3.5	206,748	3.8	16.0
BULGARİSTAN	21,603	24,499	13.4	176,372	3.5	191,810	3.5	8.8
UKRAYNA	22,510	24,786	10.1	117,216	2.3	172,599	3.2	47.2
POLONYA	21,173	22,015	4.0	164,918	3.2	172,175	3.2	4.4
MISIR	18,447	16,212	-12.1	145,627	2.9	161,855	3.0	11.1
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>323,769</b>	<b>333,890</b>	<b>3.1</b>	<b>2,652,385</b>	<b>52.0</b>	<b>2,858,078</b>	<b>52.4</b>	<b>7.8</b>
İSPANYA	13,849	18,230	31.6	132,660	2.6	149,078	2.7	12.4
FAS	12,044	13,590	12.8	144,688	2.8	145,414	2.7	0.5
İRAN	28,650	19,160	-33.1	199,221	3.9	141,862	2.6	-28.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	13,625	10,535	-22.7	88,996	1.7	136,654	2.5	53.6
TUNUS	12,813	12,926	0.9	103,193	2.0	118,982	2.2	15.3
BELÇİKA	10,606	12,024	13.4	85,606	1.7	102,041	1.9	19.2
FRANSA	9,865	9,995	1.3	98,401	1.9	99,782	1.8	1.4
HOLLANDA	10,881	11,317	4.0	88,141	1.7	99,019	1.8	12.3
YUNANİSTAN	6,889	7,502	8.9	84,402	1.7	87,296	1.6	3.4
PORTEKİZ	12,980	12,775	-1.6	79,281	1.6	81,375	1.5	2.6
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>455,971</b>	<b>461,945</b>	<b>1.3</b>	<b>3,756,973</b>	<b>73.7</b>	<b>4,019,579</b>	<b>73.6</b>	<b>7.0</b>
SIRBİSTAN	7,108	9,397	32.2	52,772	1.0	69,834	1.3	32.3
HONG KONG	5,901	6,334	7.3	54,340	1.1	66,204	1.2	21.8
İSRAİL	7,165	8,108	13.2	60,825	1.2	65,152	1.2	7.1
CEZAYİR	4,645	6,806	46.5	47,030	0.9	60,718	1.1	29.1
SUUDİ ARABİSTAN	6,491	5,543	-14.6	48,310	0.9	57,137	1.0	18.3
BREZİLYA	8,929	3,426	-61.6	76,126	1.5	56,863	1.0	-25.3
BEYAZ RUSYA	7,086	4,571	-35.5	55,234	1.1	55,893	1.0	1.2
MACARİSTAN	6,728	4,382	-34.9	48,180	0.9	49,694	0.9	3.1
MERSİN SERBEST BÖLGE	3,247	7,103	118.7	48,811	1.0	47,130	0.9	-3.4
İRAK	2,873	3,666	27.6	24,744	0.5	37,092	0.7	49.9
LİBYA	2,319	3,943	70.0	19,370	0.4	37,006	0.7	91.0
ÖZBEKİSTAN	4,272	3,112	-27.2	24,703	0.5	34,655	0.6	40.3
LİTVANYA	3,962	3,898	-1.6	33,011	0.6	32,155	0.6	-2.6
ÜRDÜN	4,660	3,887	-16.6	27,809	0.5	31,783	0.6	14.3
AVUSTURYA	3,301	2,808	-14.9	23,183	0.5	27,158	0.5	17.1
ÇEK CUMHURİYETİ	3,495	2,811	-19.6	29,287	0.6	26,856	0.5	-8.3
MAKEDONYA	2,075	3,222	55.3	23,285	0.5	26,475	0.5	13.7
EGE SERBEST BÖLGE	2,193	1,190	-45.7	23,658	0.5	23,268	0.4	-1.6
LÜBNAN	2,165	2,872	32.7	19,025	0.4	22,070	0.4	16.0
HİNDİSTAN	2,215	1,860	-16.0	18,140	0.4	20,803	0.4	14.7
MEKSİKA	1,913	1,673	-12.5	15,851	0.3	20,383	0.4	28.6
SURİYE	294	3,308	1,025.5	27,905	0.5	19,113	0.4	-31.5
GÜRCİSTAN	2,283	3,556	55.8	18,293	0.4	18,609	0.3	1.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,802	1,833	1.7	17,139	0.3	18,027	0.3	5.2
KOSOVA	1,572	1,747	11.2	10,918	0.2	17,847	0.3	63.5
SLOVAKYA	1,869	1,795	-3.9	14,426	0.3	17,740	0.3	23.0
BURSA SERBEST BÖLG.	2,398	1,885	-21.4	15,387	0.3	17,737	0.3	15.3
DANİMARKA	2,175	2,095	-3.7	17,985	0.4	17,311	0.3	-3.7
AVRUPA SERBEST BÖLG.	681	1,427	109.6	9,668	0.2	16,974	0.3	75.6
KIRGIZİSTAN	1,079	1,772	64.3	12,262	0.2	15,528	0.3	26.6
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>562,867</b>	<b>571,979</b>	<b>1.6</b>	<b>4,674,650</b>	<b>91.7</b>	<b>5,046,792</b>	<b>92.5</b>	<b>8.0</b>
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	50,039	45,741	-8.6	423,273	8.3	411,560	7.5	-2.8
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>255,705</b>	<b>277,669</b>	<b>8.6</b>	<b>2,230,648</b>	<b>43.8</b>	<b>2,448,251</b>	<b>44.9</b>	<b>9.8</b>
<b>TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>612,906</b>	<b>617,720</b>	<b>0.8</b>	<b>5,097,923</b>	<b>100.0</b>	<b>5,458,353</b>	<b>100.0</b>	<b>7.1</b>

## GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2012 AĞUSTOS 1000 \$	2013 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2013 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	41,141	62,402	51.7	251,299	24.3	308,772	25.6	22.9
İTALYA	8,111	10,139	25.0	90,470	8.8	92,115	7.6	1.8
ALMANYA	9,733	9,244	-5.0	74,992	7.3	77,231	6.4	3.0
IRAK	6,458	5,491	-15.0	50,685	4.9	73,322	6.1	44.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,513	9,270	105.4	29,976	2.9	51,046	4.2	70.3
FRANSA	8,603	9,271	7.8	49,936	4.8	49,526	4.1	-0.8
İNGİLTERE	5,795	7,668	32.3	44,422	4.3	45,462	3.8	2.3
UKRAYNA	5,488	7,642	39.3	35,302	3.4	44,446	3.7	25.9
HONG KONG	3,741	4,614	23.3	31,822	3.1	38,717	3.2	21.7
SUUDİ ARABİSTAN	2,168	1,616	-25.4	31,518	3.1	32,873	2.7	4.3
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>95,750</b>	<b>127,358</b>	<b>33.0</b>	<b>690,421</b>	<b>66.9</b>	<b>813,510</b>	<b>67.3</b>	<b>17.8</b>
ABD	3,108	3,141	1.0	19,170	1.9	21,037	1.7	9.7
BULGARİSTAN	1,368	1,196	-12.6	13,517	1.3	15,191	1.3	12.4
LİTVANYA	415	11,458	2,661.0	1,843	0.2	15,122	1.3	720.7
KIRGIZİSTAN	547	1,187	117.0	10,997	1.1	14,752	1.2	34.1
HOLLANDA	1,375	1,648	19.9	14,677	1.4	14,267	1.2	-2.8
ROMANYA	1,218	1,303	7.0	9,668	0.9	14,174	1.2	46.6
KAZAKİSTAN	2,275	1,417	-37.7	18,585	1.8	14,172	1.2	-23.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,129	1,832	62.3	8,735	0.8	14,140	1.2	61.9
İSPANYA	1,480	2,476	67.3	16,119	1.6	13,177	1.1	-18.3
AVUSTURYA	1,748	1,008	-42.3	12,407	1.2	11,382	0.9	-8.3
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>14,662</b>	<b>26,666</b>	<b>81.9</b>	<b>125,718</b>	<b>12.2</b>	<b>147,414</b>	<b>12.2</b>	<b>17.3</b>
İSVİÇRE	1,136	1,378	21.3	9,228	0.9	11,133	0.9	20.6
GÜNEY KORE	1,073	1,112	3.7	4,405	0.4	10,525	0.9	139.0
LİBYA	2,368	1,352	-42.9	10,825	1.0	10,230	0.8	-5.5
AZERBAYCAN	684	1,070	56.5	10,031	1.0	10,180	0.8	1.5
CEZAYİR	84	363	333.0	5,785	0.6	8,793	0.7	52.0
DANİMARKA	1,443	1,024	-29.0	9,435	0.9	8,430	0.7	-10.7
MISIR	704	221	-68.6	5,309	0.5	8,031	0.7	51.3
TÜRKMENİSTAN	420	786	87.0	7,329	0.7	7,947	0.7	8.4
BELÇİKA	1,653	1,402	-15.1	8,552	0.8	7,493	0.6	-12.4
İSVEÇ	512	923	80.1	4,663	0.5	7,401	0.6	58.7
İSRAİL	742	786	5.9	5,716	0.6	7,323	0.6	28.1
KKTC	769	1,109	44.3	5,223	0.5	7,175	0.6	37.4
YUNANİSTAN	593	512	-13.6	6,640	0.6	6,828	0.6	2.8
TACİKİSTAN	197	230	17.3	4,075	0.4	6,172	0.5	51.5
POLONYA	480	526	9.7	5,905	0.6	6,078	0.5	2.9
ÖZBEKİSTAN	602	279	-53.7	5,557	0.5	5,913	0.5	6.4
UMMAN	84	195	132.4	1,224	0.1	5,782	0.5	372.4
YEMEN	0	192	100.0	249	0.0	5,163	0.4	1,977.4
ESTONYA	654	676	3.4	3,105	0.3	5,118	0.4	64.8
İRAN	277	215	-22.5	2,859	0.3	4,745	0.4	65.9
SİRBİSTAN	316	564	78.6	3,716	0.4	4,332	0.4	16.6
GÜRCİSTAN	490	613	25.1	5,195	0.5	4,312	0.4	-17.0
JAPONYA	907	753	-17.0	5,130	0.5	4,044	0.3	-21.2
TUNUS	343	155	-54.9	4,130	0.4	3,978	0.3	-3.7
ARNAVUTLUK	225	313	38.8	2,709	0.3	3,405	0.3	25.7
NORVEÇ	116	906	678.5	1,333	0.1	3,356	0.3	151.6
BEYAZ RUSYA	161	319	97.9	3,255	0.3	2,852	0.2	-12.4
KANADA	318	804	153.1	2,349	0.2	2,687	0.2	14.4
KOSOVA	294	303	3.0	2,598	0.3	2,674	0.2	2.9
SLOVAKYA	27	102	284.1	2,018	0.2	2,586	0.2	28.1
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>128,084</b>	<b>173,207</b>	<b>35.2</b>	<b>964,685</b>	<b>93.4</b>	<b>1,145,606</b>	<b>94.8</b>	<b>18.8</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	8,905	5,326	-40.2	67,673	6.6	62,625	5.2	-7.5
AB (27) TOPLAMI	47,413	61,301	29.3	378,637	36.7	401,738	33.3	6.1
<b>TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI</b>	<b>136,989</b>	<b>178,533</b>	<b>30.3</b>	<b>1,032,358</b>	<b>100.0</b>	<b>1,208,231</b>	<b>100.0</b>	<b>17.0</b>

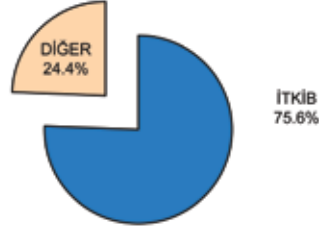
# TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 AĞUSTOS	2013 AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	2012 OCAK- AĞUSTOS	TOPLAM HALI'DA PAY %	2013 OCAK- AĞUSTOS	TOPLAM HALI'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	22,289	13,481	-39.5	241,912	19.1	248,026	17.9	2.5
LİBYA	6,514	10,290	58.0	77,874	6.1	144,233	10.4	85.2
ABD	15,414	13,752	-10.8	120,901	9.5	135,414	9.7	12.0
IRAK	27,031	20,028	-25.9	88,056	6.9	70,708	5.1	-19.7
ALMANYA	7,022	7,405	5.5	64,464	5.1	66,593	4.8	3.3
BAE	5,349	3,923	-26.7	42,810	3.4	43,024	3.1	0.5
RUSYA FED.	5,347	5,123	-4.2	30,637	2.4	35,329	2.5	15.3
İNGİLTERE	4,592	3,095	-32.6	38,294	3.0	33,944	2.4	-11.4
ÇİN	2,004	3,765	87.9	21,299	1.7	30,434	2.2	42.9
MISIR	7,142	1,593	-77.7	50,331	4.0	25,107	1.8	-50.1
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>102,703</b>	<b>82,456</b>	<b>-19.7</b>	<b>776,577</b>	<b>61.2</b>	<b>832,813</b>	<b>60.0</b>	<b>7.2</b>
JAPONYA	2,921	1,398	-52.2	19,595	1.5	23,685	1.7	20.9
TACİKİSTAN	2,533	3,345	32.0	17,474	1.4	22,717	1.6	30.0
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	3,123	4,025	28.9	16,636	1.3	21,781	1.6	30.9
TÜRKMENİSTAN	2,634	2,668	1.3	16,760	1.3	21,673	1.6	29.3
UKRAYNA	2,720	3,434	26.2	19,845	1.6	20,677	1.5	4.2
BELÇİKA	1,011	1,573	55.5	16,416	1.3	19,878	1.4	21.1
POLONYA	1,829	2,363	29.2	18,319	1.4	19,410	1.4	6.0
KIRGIZİSTAN	2,323	3,242	39.6	12,550	1.0	18,453	1.3	47.0
KAZAKİSTAN	1,873	3,174	69.5	19,113	1.5	17,289	1.2	-9.5
İSRAİL	2,041	2,069	1.3	16,968	1.3	16,915	1.2	-0.3
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>125,712</b>	<b>109,744</b>	<b>-12.7</b>	<b>950,254</b>	<b>74.9</b>	<b>1,035,291</b>	<b>74.5</b>	<b>8.9</b>
CEZAYİR	596	1,954	227.9	10,855	0.9	16,105	1.2	48.4
KUVEYT	1,172	1,711	45.9	17,042	1.3	15,647	1.1	-8.2
ROMANYA	2,439	2,166	-11.2	15,671	1.2	15,323	1.1	-2.2
MALEZYA	1,896	1,300	-31.4	12,303	1.0	14,835	1.1	20.6
İTALYA	944	1,156	22.4	11,814	0.9	14,698	1.1	24.4
ÇEK CUMHURİYETİ	2,106	783	-62.8	13,382	1.1	13,992	1.0	4.6
YEMEN	807	1,060	31.4	5,293	0.4	13,304	1.0	151.3
FRANSA	870	1,110	27.6	7,751	0.6	13,073	0.9	68.7
AFGANİSTAN	1,636	930	-43.2	17,039	1.3	11,616	0.8	-31.8
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	989	729	-26.3	11,636	0.9	11,479	0.8	-1.3
FAS	729	895	22.8	9,055	0.7	10,988	0.8	21.3
İSVEÇ	933	1,218	30.6	7,562	0.6	10,563	0.8	39.7
AVUSTRALYA	1,755	811	-53.8	10,742	0.8	10,299	0.7	-4.1
MACARİSTAN	272	422	55.3	3,023	0.2	9,844	0.7	225.7
KANADA	1,109	555	-49.9	9,042	0.7	8,746	0.6	-3.3
ÜRDÜN	477	546	14.3	2,750	0.2	8,721	0.6	217.1
İRAN (İSLAM CUM.)	1,346	722	-46.4	14,175	1.1	6,613	0.5	-53.3
UMMAN	553	649	17.4	4,512	0.4	6,568	0.5	45.6
PAKİSTAN	538	404	-24.9	5,910	0.5	6,536	0.5	10.6
KATAR	549	390	-29.0	6,973	0.5	6,074	0.4	-12.9
ŞİLİ	270	793	194.0	3,866	0.3	5,855	0.4	51.4
YUNANİSTAN	841	1,638	94.8	3,896	0.3	5,811	0.4	49.2
LÜBNAN	1,468	1,413	-3.7	3,495	0.3	5,654	0.4	61.8
KOSOVA	894	321	-64.1	6,029	0.5	5,653	0.4	-6.2
AVUSTURYA	749	592	-21.0	5,545	0.4	5,629	0.4	1.5
BOSNA-HERSEK	598	847	41.7	5,568	0.4	5,627	0.4	1.1
ENDONEZYA	331	746	125.1	4,470	0.4	5,602	0.4	25.3
İSPANYA	224	580	159.2	2,221	0.2	5,397	0.4	143.0
BULGARİSTAN	685	475	-30.7	5,654	0.4	4,941	0.4	-12.6
HİNDİSTAN	494	423	-14.5	4,085	0.3	4,885	0.4	19.6
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>153,983</b>	<b>137,083</b>	<b>-11.0</b>	<b>1,191,611</b>	<b>94.0</b>	<b>1,315,370</b>	<b>94.7</b>	<b>10.4</b>
<b>Diğer Ülkeler ve S. Bölgeler</b>	<b>7,444</b>	<b>7,803</b>	<b>4.8</b>	<b>76,472</b>	<b>6.0</b>	<b>73,620</b>	<b>5.3</b>	<b>-3.7</b>
<b>AB (27) TOPLAMI</b>	<b>25,599</b>	<b>25,888</b>	<b>1.1</b>	<b>234,017</b>	<b>18.5</b>	<b>253,954</b>	<b>18.3</b>	<b>8.5</b>
<b>TOPLAM HALI İHRACATI</b>	<b>161,427</b>	<b>144,886</b>	<b>-10.2</b>	<b>1,268,083</b>	<b>100.0</b>	<b>1,388,990</b>	<b>100.0</b>	<b>9.5</b>

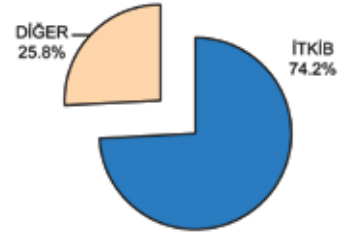
## GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	75.6	24.4
TEKSTİL	50.1	49.9
DERİ	74.2	25.8
HALI	22.5	77.5
		94,522,856
İTKİB	13,246,863	
DİĞER	81,275,993	

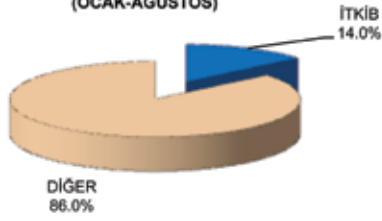
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



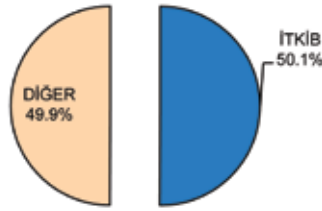
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



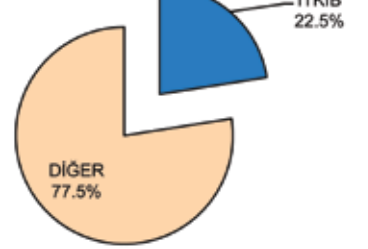
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



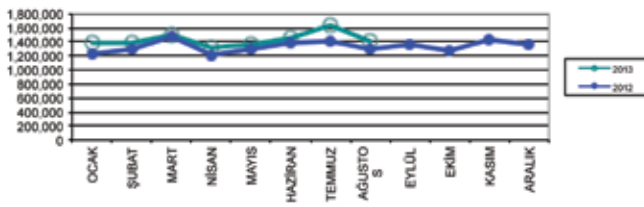
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



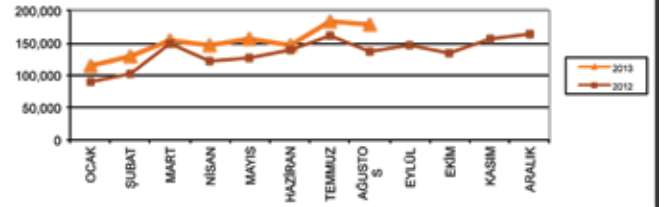
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



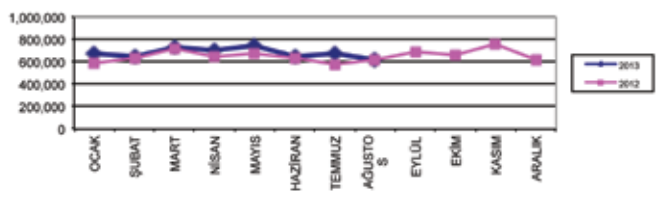
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



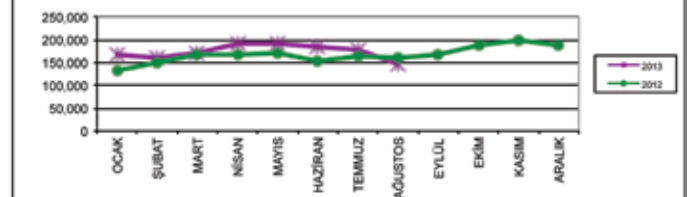
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ

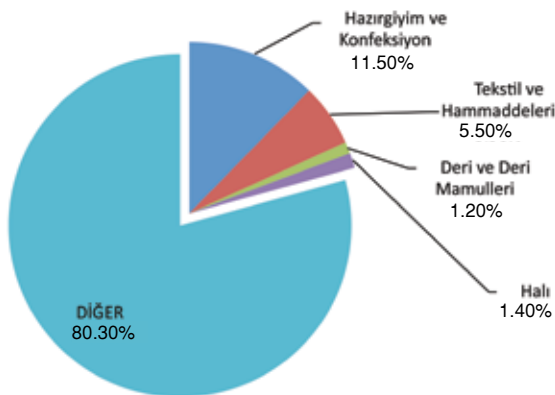




## SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI GÖSTERGELER

SEKTÖRLER	1000 \$											
	AĞUSTOS				OCAK-AĞUSTOS				SON 12 AYLIK			
	2012	2013	Değişim (*13/'12)	Pay(13) (%)	2012	2013	Değişim (*13/'12)	Pay(13) (%)	2011/2012	2012/2013	Değişim (*13/'12)	Pay(13) (%)
<b>I. TARIM</b>	1,344,227	1,414,702	5.2	13.4	11,999,841	13,254,067	10.5	13.4	18,808,982	20,382,751	8.4	13.5
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	900,496	924,221	2.6	8.7	8,475,556	9,183,823	8.4	9.3	13,568,629	14,313,153	5.5	9.5
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	436,282	453,094	3.9	4.3	3,797,769	4,159,197	9.5	4.2	5,787,025	6,243,958	7.9	4.1
Yaş Meyve ve Sebze	83,569	95,976	14.8	0.9	1,297,887	1,309,226	0.9	1.3	2,237,192	2,191,515	-2.0	1.4
Meyve Sebze Mamulleri	119,572	109,820	-8.2	1.0	793,430	818,234	3.1	0.8	1,290,206	1,284,583	-0.4	0.8
Kuru Meyve ve Mamulleri	85,954	95,134	10.7	0.9	750,156	834,717	11.3	0.8	1,345,873	1,449,210	7.7	1.0
Fındık ve Mamulleri	108,455	87,328	-19.5	0.8	1,050,301	1,013,601	-3.5	1.0	1,828,720	1,761,035	-3.7	1.2
Zeytin ve Zeytinyağı	11,471	28,137	145.3	0.3	122,210	333,097	172.6	0.3	181,742	412,038	126.7	0.3
Tütün ve Mamulleri	50,652	49,560	-2.2	0.5	614,987	662,120	7.7	0.7	827,017	892,844	8.0	0.6
Süs Bitkileri	4,541	5,173	13.9	0.0	48,816	53,631	9.9	0.1	70,853	77,969	10.0	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	130,036	158,852	22.2	1.5	1,035,383	1,267,218	22.4	1.3	1,566,082	1,893,750	20.9	1.3
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	130,036	158,852	22.2	1.5	1,035,383	1,267,218	22.4	1.3	1,566,082	1,893,750	20.9	1.3
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	313,695	331,628	5.7	3.1	2,488,902	2,803,026	12.6	2.8	3,674,271	4,175,848	13.7	2.8
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	313,695	331,628	5.7	3.1	2,488,902	2,803,026	12.6	2.8	3,674,271	4,175,848	13.7	2.8
<b>II. SANAYİ</b>	8,760,416	8,778,582	0.2	82.9	75,378,373	77,917,758	3.4	78.8	112,367,524	116,770,680	3.9	77.1
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	911,322	941,140	3.3	8.9	7,398,364	8,055,573	8.9	8.1	11,141,927	12,140,760	9.0	8.0
Tekstil ve Hammaddeleri	612,906	617,720	0.8	5.8	5,097,923	5,458,353	7.1	5.5	7,708,211	8,199,875	6.4	5.4
Deri ve Deri Mamulleri	136,989	178,533	30.3	1.7	1,032,358	1,208,231	17.0	1.2	1,544,010	1,809,926	17.2	1.2
Halı	161,427	144,886	-10.2	1.4	1,268,083	1,388,990	9.5	1.4	1,889,705	2,130,959	12.8	1.4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,457,889	1,447,762	-0.7	13.7	11,429,623	11,507,049	0.7	11.6	16,511,261	17,591,645	6.5	11.6
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,457,889	1,447,762	-0.7	13.7	11,429,623	11,507,049	0.7	11.6	16,511,261	17,591,645	6.5	11.6
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,391,205	6,389,679	0.0	60.3	56,550,386	58,355,136	3.2	59.0	84,714,336	87,038,275	2.7	57.5
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,293,531	1,401,805	8.4	13.2	10,595,644	11,457,308	8.1	11.6	15,494,232	16,900,673	9.1	11.2
Otomotiv Endüstrisi	1,068,304	1,266,796	18.6	12.0	12,532,587	13,774,117	9.9	13.9	19,271,868	20,297,629	5.3	13.4
Gemi ve Yat	63,442	139,246	119.5	1.3	585,302	834,700	42.6	0.8	856,729	1,060,334	23.8	0.7
Elektrik - Elektronik Mak. Bilgisi	952,507	887,638	-6.8	8.4	7,771,489	7,375,749	-5.1	7.5	11,998,033	11,397,460	-5.0	7.5
Makine ve Aksamları	408,020	390,215	-4.4	3.7	3,512,193	3,767,244	7.3	3.8	5,200,961	5,574,404	7.2	3.7
Demir ve Demir Dışı Metaller	491,374	501,863	2.1	4.7	4,204,386	4,414,953	5.0	4.5	6,266,677	6,567,768	4.8	4.3
Çelik	1,276,830	952,932	-25.4	9.0	10,591,812	9,533,027	-10.0	9.6	15,697,804	14,489,668	-7.7	9.6
Çimento Cam Seramik ve Toprak	254,993	251,705	-1.3	2.4	2,089,331	2,141,526	2.5	2.2	3,109,012	3,149,898	1.3	2.1
Mücevher	157,074	187,487	19.4	1.8	1,302,230	1,429,624	9.8	1.4	1,845,664	2,202,048	19.3	1.5
Savunma Sanayii	114,213	91,461	-19.9	0.9	830,337	872,693	5.1	0.9	1,202,572	1,303,166	8.4	0.9
İklimlendirme Sanayii	304,797	312,133	2.4	2.9	2,479,113	2,680,165	8.1	2.7	3,695,654	3,994,795	8.1	2.6
Diğer Sanayi Ürünleri	6,118	6,397	4.6	0.1	55,961	74,030	32.3	0.1	75,130	100,432	33.7	0.1
<b>III. MADENCİLİK</b>	342,966	401,253	17.0	3.8	2,650,576	3,351,031	26.4	3.4	3,972,881	4,880,115	22.8	3.2
Madencilik Ürünleri	342,966	401,253	17.0	3.8	2,650,576	3,351,031	26.4	3.4	3,972,881	4,880,115	22.8	3.2
T O P L A M (TİM)	10,447,609	10,594,536	1.4	100.0	90,028,791	94,522,856	5.0	95.6	135,149,388	142,033,546	5.1	93.8
İhracatç Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					754,720	4,364,864	-42.2	4.4	8,640,470	9,356,124	8.3	6.2
<b>TOPLAM (TİM+TUİK)</b>	10,447,609	10,594,536	1.4	100.0	97,576,001	98,887,720	1.3	100.0	143,789,858	151,389,670	5.3	100.0

\*Ocak- Ağustos Dönemi için ilk 7 ay TUİK, Ağustos ayı için TİM rakamı kullanılmıştır. Son 12 aylık verilerde ilk 11 ay TUİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.



	2012 AYLIK DÖVİZ KURLARI	
	\$	€
1 Ocak 2012	1.7725	2.3372
1 Şubat 2012	1.7569	2.3616
1 Mart 2012	1.7902	2.3570
1 Nisan 2012	1.7567	2.3072
1 Mayıs 2012	1.8519	2.3014
1 Haziran 2012	1.8011	2.2663
1 Temmuz 2012	1.7950	2.2035
1 Ağustos 2012	1.7989	2.2531
1 Eylül 2012	1.8184	2.2943
1 Ekim 2012	1.8060	2.3380
1 Kasım 2012	1.7894	2.2772
1 Aralık 2012	1.7833	2.3466

	2013 AYLIK DÖVİZ KURLARI	
	\$	€
1 Ocak 2013	1.7594	2.3490
1 Şubat 2013	1.7704	2.3635
1 Mart 2013	1.8220	2.3550
1 Nisan 2013	1.8466	2.3934
1 Mayıs 2013	1.8676	2.4100
1 Haziran 2013	1.9512	2.5286
1 Temmuz 2013	1.9186	2.5261
1 Ağustos 2013	1.9871	2.6493
1 Eylül 2013	1.9557	2.6497
1 Ekim 2013	1.9840	2.7350

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### DERNEKLER

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

**Ankara Giyim Sanayicileri Derneği**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Türkiye Ev 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 (TDKDK)**  
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.tr  
internet: www.tgsd.org.tr

**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

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

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

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

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

**İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı**  
Tel: 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 59

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

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

### GÜMRÜKLER

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Çerçenköy Gümrük Müdürlüğü**  
Tel - Faks: 0 282 726 58 61

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

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

# Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



## En modern teknoloji ile en seçkin keten üretimi...

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

**Kingdom; ketenle  
daha kaliteli yaşam.**



## FILOFİBRA PAZARLAMA A.Ş.

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

# Welsoft®



# 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 Faks:0212 671 03 75 www.polarflc.com