

İTKİB HEDEF 238

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 KASIM - 15 ARALIK 2013

ISSN: 1309-579X

**ELEKTRİKTEKİ
KAYIP-KAÇAK
DAVASINDA
İTHİB ZAFERİ**

İHRACATA YÖN VEREN **YILSONU FUARLARI**

- ▶ IDF
- ▶ DOMOTEX
- ▶ HOME&TEX
- ▶ AYMÖD



**TASARIM
TEKNOLOJİYLE
BULUŞTU**



made in
Germany

astajans.com



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 yapabilmeye 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)



Procuto 8001 (8.0 cm)

ASTAS JUKI

"Teknoloji ve Çözümler Dünyası"



/astascadcam



/astascadcam



/astascadcam

Tel: (0212) 630 89 00 - Faks: (0212) 630 89 29

www.astas-cadcam.com

**topcut
bullmer**

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

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



- 4 KISA**
12 İTKİB KISALAR
16 SEKTÖR KURULU:
HAZIR GİYİM LİDERLERİNİN
ZİRVE BULUŞMASI
18 DEFİLE:
OSMANLI KIYAFETLERİNE
JAPON DOKUNUŞU
20 FUAR:
HEIMTEXTİL FUARI
HİNDİSTAN'A UZANIYOR
22 EĞİTİM:
İHKİB OKULLARI
PROTOKOL YENİLİYOR
24 SANAYİ:
İTHİB KAYIP- KAÇAK DAVASININ
İLK ADIMINI KAZANDI
26 GÜNDEM:
MUHASEBENİN YOLU ARTIK
"e-DEFTER" DEN GEÇİYOR

- 32 TASARIM:**
Türkiye'nin ilk moda girişimcilik
merkezi: İSTANBUL FASHION INCUBE
40 TREND SEMİNERİ:
UR- GE PROJESİ'NDE ÜÇÜNCÜ ADIM
46 TİCARET HEYETİ:
İDMİB, ÇİN SEDDİNİ AŞTI
50 FUAR:
HALININ EVRENSEL BULUŞMASI:
DOMOTEX MIDDLE EAST
58 YARIŞMA:
GENÇ YETENEKLER HALIYI
GELECEĞE TAŞIYOR
64 FUAR:
İDF KABUK DEĞİŞTİRDİ
72 FUAR:
AYAKKABI MODASI
"AYMOD" SAHNESİNE ÇIKTI
78 FUAR:
"HOME&TEX" KITALARI BULUŞTURDU
84 İHRACAT:
TEKSTİL VE HALI SEKTÖRÜ
2023'E YÜRÜRKEN
86 FİRMA:
LECTRA'DAN ENTEGRE ÇÖZÜMLER
88 MAKALE:
YENİ TEŞVİK YASASI'NDA
KRİTİK TARİH: "31 ARALIK 2013"
90 PERAKENDE
İRANLILAR OSMANBEY'İ CANLANDIRDI
92 İMA:
"BAŞARIYA İMA İLE ULAŞTIM"
94 FUAR:
EVLİLİĞİN YOLU
BU FUARDAN GEÇİYOR
96 BRÜKSEL MEKTUBU:
AVRUPA BİRLİĞİ EKONOMİSİ
DARALİYOR

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ:
İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına
Cumhuriyet İŞBİRAKMAZ

DANIŞMA KURULU
Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY, İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI
Birol SEZER

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

YAZI KURULU
Cemal BAYAZIT, Esin USTA,
Selçuk GÖKART, 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

KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINLAMA VE İLETİŞİM HİZMETLERİ

YAYIN DİREKTÖRÜ
Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Hüsne PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

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

GRAFİK TASARIM
Uğur Karagül
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR
Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ
REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ
Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Özgür HAŞÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI-ÇİLT
MATİS Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.
Tevfik Bey Mh. Doktor Ali Demir Cd. No: 51 Sefaköy-İstanbul
TEL: (0212) 624 2111

DAĞITIM
Intermail

Hedef Dergisi İTKİB üyelerine ücretsiz olarak dağıtılır. Hedef Dergisi adı kullanılarak alıntı yapılması yazılı izne tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar iade edilmez. Yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.

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

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

TFS zips

worldwide
zipper
manufacturer



TNNGLOBAL
www.tnnglobal.com

SONBAHAR/KIŞ KOLEKSİYONLARINI VİTRİNLERE TAŞIMAYA BAŞLAYAN MARKALAR, TÜKETİCİLERE SUNDUKLARI BİRBİRİNDEN RENKLİ VE ÖZGÜN ÜRÜNLERİYLE KIŞA “MERHABA” DİYOR.

KISA KISA

4

Kalitenin adresi: Vakko

Yaklaşan yılbaşı partileri için Vakko, sofistike, kaliteyi, şıklığı, farklılığı seven, ruhu genç ve dinamik kadınların markası olmaya devam ediyor. Gün geceye bürünürken tül, dantel, mat payet ve taşlı kolyelerin süslediği elbiselerin yanı sıra saten veya kadife kumaşlar kullanılarak tasarlanan maskülen, ama bir o kadar da feminen smokin takımlar gücü simgeliyor. “Night Out” temasında bu sezon yepyeni bir heyecan ise bu güçlü takımların payetli erkek ayakkabıları ve düz botlarla bir arada kullanılabilmesi...



Collezione ile sıcak bir kış

Eğlenceli ve dinamik tasarımlarıyla her sezon koleksiyonlarını canlı tutan Collezione, modanın kalbinde yer alan trendleri günlük giyime adapte ediyor. Sezonun trendi deri montlar, detaylardaki farklılıklarla dikkat çekerken, kapüşonlu spor kaban modelleri kışın zorlu hava koşullarına meydan okuyor. Podyumların vazgeçilmez rengi kırmızı ile modellere genç ve canlı bir hava kazandıran Collezione Sonbahar/Kış koleksiyonu, her sezon olduğu gibi kış aylarının da vazgeçilmezini oluyor.



LCWJeans denim tutkunlarını bekliyor



Her sezonun vazgeçilmez parçalarından olan denim, LC Waikiki'de sayısız alternatiflerle ve en şık kombinlerle tüketicilerin karşısına çıkıyor. Klasik kesim denim pantolonlardan, skinny modellere; rahat kesim denim gömleklere, desen, zimba ve dikiş detaylarına kadar denime dair her şey LCWJeans koleksiyonunda denim tutkunlarını bekliyor. Farklı renk tonlarıyla her zevke hitap eden denim gömleklere; hem kadın hem de erkek koleksiyonuna damgasını vuruyor.

İnci Deri fantastik dünyanın kapılarını aralıyor

İnci Deri'nin 2013-2014 Sonbahar/Kış koleksiyonu “Kışa Dokunmak” ana teması adı altında geleneksel tarzı yeni çizgiler ile yeniden şekillendiriyor. Fantastik

dünyanın kapılarını aralayan “Egzotizm” konsepti ile İnci Kadını kendisini bu kış

cesur renklerle ifade edecek. İnci Deri bu koleksiyonunda “Hayal Gezgini”; metalik dokunuşları ön plana çıkararak, alışılmadık dışında gri, gümüş ve altın sarısı kullanıyor. Gündelik ve rahat tarzın modern formlarla yeniden yorumlanmış hali “Doğal Dokunuş”; el örgüleri, kumaşlar ve doğal materyaller ile ortaya çıkıyor. “Özgür Ruh” koleksiyonu havaların soğumaya başladığı günlerde yeşil, bordo ve mor gibi sıcak renklerle İnci kadınının içini ısıtıyor.



TEXWORLD

Pazartesi - Perşembe
17-20 Şubat 2014
Paris Le Bourget, Fransa

PARIS MY TEXWORLD

ULUSLARARASI HAZIR GIYİM VE AKSESUARLARI FUARI

Online kayıt ile ücretsiz giriş
www.texworld.messefrankfurt.com

Daha fazla bilgi için: Tel. 0212 296 26 26 / info@turkey.messefrankfurt.com



messe frankfurt



Soğuk havaların asil şıklığı: Perspective

Şehrin ritmine ayak uyduran, zarif ve minimal tavrından ödün vermeyen kadının markası Perspective, soğuk havalarda geniş kaban koleksiyonu ile stil sahibi kadınların bu sezon da gözdesi olmaya aday. Birbirinden şık kabanlarıyla göz dolduran Perspective, moda en uygun çizgileri tasarımlarıyla birleştirerek kadınların vazgeçilmezi oluyor. Perspective; deri, kürk, kaşmir ve yünü; sezonun öne çıkan trendlerinden oversize, maskülen ve fit kesim modellerle buluşturuyor.

Kült desenlerde modern çizgiler

Mavi'nin modern çizgilerle tasarladığı kült desen kamufajları, Sonbahar-Kış sezonunu etkisi altına alarak, doğal görünümü sevenlerin de radarına giriyor. Kamufaj modası Mavi'de tek tip renk ve kumaşla sınırlı kalmıyor. Yeşilin tüm tonlarına maviyi de ekleyen marka, farklı kumaşları aynı tasarımda bir araya getiriyor. Bilekten fermuarlı skinny jean Jane ile kamufaj desenli üstler kadınların, yeşil ve mavinin farklı tonlarındaki kamufaj desenli gömlekler, montlar ve dudun yelekler ise erkeklerin en beğendiği parçalar arasında yer alıyor.



DeFacto'dan üç farklı stil

Akdeniz modasının öncü markası DeFacto, yağmurların başladığı günlerde sonbahar önerilerini paylaştı. DeFacto stilistlerinin bir araya gelerek oluşturduğu sonbahar önerileri üç farklı tarzdan binlerce ürünü bir araya getiriyor. Kadın-erkek tüm DeFacto severlerin kendilerine uygun ürünler bulabileceği koleksiyon, desenleri, renkleri ve tasarımlarıyla soğuk havalara neşe ve keyif katıyor.



Berr-In'den 90'lar modası

Berr-In 2013-2014 Sonbahar / Kış koleksiyonunda 90'lı yılları stilize zıtlıklarla günümüze yorumlarken, sofistike kadını sokak stiliyle sentezliyor. Markanın yaratıcısı Berrin Eser'in yılların tecrübesi ile oluşturduğu koleksiyon; leopar gibi doğadan desenler ve altın, deri, ekose ile detaylandırılarak, renk blokları desenlerle birleşip grafiksel anlatımlı silüetler oluşturuyor. Asimetrik kesimler, fermuar ve etkileyici transparan detaylar ile kısa paçalı ve bol kesimli pantolonlar, diz altına kadar uzanan kalem etekler koleksiyonda göze çarpıyor.

Yamato®

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



Bir “tık”la modayı yakala

Kaprol Group bünyesinde bulunan ve farklı disiplinlerde uzmanlaşmış genç tasarımcıları bir araya getiren Studio Kaprol, n11.com’a özel olarak hazırladığı koleksiyon ile seçkin tasarım çizgisini geniş kitlelerin alım gücüne uygun bir yaklaşımla, e-ticarete açtı. Studio Kaprol for n11.com” adı ile sunulan koleksiyon, Studio Kaprol Sonbahar/ Kış 2013-14 “My Way” (Benim Yolum) koleksiyonu paralelinde hazırlandı. Bu koleksiyona ek olarak 11 yeni “Look” tasarlayan Studio Kaprol sezon boyunca tasarladığı yeni ürünleri “Studio Kaprol for n11.com” koleksiyonuna ekleyerek, koleksiyonu daha da zenginleştirmiş olacak.

Atalar’dan yalın ve feminen temalar

Dünya modasını takip eden şehirli kadının markası Atalar’ın 2013-2014 Sonbahar/Kış koleksiyonu, yalın ve feminen temalar üzerine kuruldu. 2013-2014 Sonbahar/ Kış koleksiyonunda, podyumlarda da sıkça rastlanan leopar desenler başrol oynuyor. Renk skalasında yer alan yeşil ve lacivert, bordo ve gri birlikteliği, kumaşlardaki jakar ve brokar dokular ile hayat buldu. Sezonun vazgeçilmezi siyah renge, fuşya, kırmızı, mavi tonları, bej, deve tüyü ve toprak renkleri eşlik ediyor.



Home Store “Deja Vu” döneminde

Tepeden tırnağa yenilenen ve İtalya’da işbirliği yaptığı fabrikaları ve tanınan markaları bünyesine alan Home Store yenilenen konsepti, tasarımı ve koleksiyonlarıyla eski iddialı günlerine geri dönüyor ve moda tutkunlarına Deja Vu yaşatmaya hazırlanıyor. Uzun yıllar dekorasyon, moda ve yeme içme sektörünün öncülüğünü yapan Home Store “Deja Vu” dönemine girerek, hazır giyim alanındaki tasarımlarıyla moda severlerine karşısına çıktı. Yenilenen yüzüyle tüketicilerin karşısına çıkan marka, İtalya’da hazırlanan koleksiyonlarıyla 2014 kış sezonunda sevenlerine merhaba diyor.



HOTİÇ YAYA ilhamını sokaktan aldı

İlhamını sokaktan alan YAYA HOTİÇ, instagram temalı ilan konseptiyle sosyal medya trendini reklam kampanyasına taşıyor. Yürümeyi sevenlerin markası YAYA HOTİÇ, 2013-2014 Sonbahar/Kış koleksiyonu “Benimle Yürü” konseptinde, çarpıcı rahatlık ön planda duruyor. HOTİÇ YAYA kadını; ekose detaylarda, deri ve süet tercihlerini tokalarla süslüyor. Bilekte botlarla yeni bir moda akımı yaratan YAYA kadını zimbalarla tarzını vurguluyor.



		ANOTAH		ARZU KAPROL	
	BILSAR			D'S damat	
DAMAT TWEEN		DERİMOD			
EMPORIO ARMANI		EVRENSAAT	Fakir	FASHIONFRIENDS	GUCCI
	HERRY	imza	IPEKYOL		KAYRA
		LEVFU			MCMC GROUP
MCS SHOES & BAGS				Opakoptik Gözlük Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	
					SHISEIDO
Sportime		SÜVARİ			
VEPA '62		WHITE STONE		YARGICI	

Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

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

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

Daha fazla bilgi almak için;
http://www.nebim.com.tr/basari_hikayeleri
<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

NEBİM

V3

NEBİM



Cacharel ezber bozuyor

Erkeğin yalın çizgisini ve özgün tarzını yorumlayan Cacharel, orijinal kesim tekniklerinin teknolojik kumaşlarla bütünleştiği smokin koleksiyonuyla yılbaşı gecesinde ezberleri bozuyor. Markanın smokin koleksiyonunda yer alan her parça, özel ayrıntularla buluşarak davetlerde erkeğin asil ve centilmen karakterini yorumluyor. Yeni yıl gecesini, metropol erkeğinin klasik stiline smokin koleksiyonuyla modern bir yaklaşım getiren marka özgün ve farkedilen bir görünüm sunuyor.

Ekosenin en güzel hali

Yılların eskitemediği desen ekose altın çağını yaşarken Karaca Home, ranforce ekose nevresim takımları ile yatak odalarınıza modayı getiriyor. Karaca Home, yalnızca yetişkin odalarına değil genç ve bebek odalarına da hitap ediyor. Kumaş özellikleriyle de dikkat çeken Karaca Home ranforce ekose nevresim takımları, kumaş yüzeyindeki ipliklerin oluşturduğu doku ile hava geçirgenliği yüksek, tamamen doğal bir hammadde olan yüzde 100 pamuktan yapılmış, çevreye dost ürün özelliği taşıyor.



Bossa yeni sezona hazır

Denim kumaş sektörünün en büyük oyuncularından biri olan Bossa Denim & Spor Giyim İşletmeleri İlkbahar/ Yaz 2015 Denim Koleksiyonu'nu 31 Ekim - 1 Kasım tarihlerinde Tarsus'ta bulunan St. Paul Müzesi'nde tanıttı. Dünyanın dört bir yanına kumaş ihraç eden Bossa, organizasyon kapsamında yurtiçi ve yurtdışındaki satış temsilcilerini ağırladı. 60 yılı aşkın deneyimiyle dayanıklılık, performans ve işlevi moda ile harmanlayan Bossa, tarzıyla farkını ortaya koyan markaların tercihi oluyor. Hazırladığı göz alıcı koleksiyonu ile şimdiden dünya denim piyasasında adından çokça söz ettiren Bossa, Ar-Ge yatırımları sayesinde inovatif ve katma değeri yüksek koleksiyonlar üretiyor.



İpekyol'dan feminen bir koleksiyon

Feminen çizgisiyle dikkat çeken İpekyol kadınının, yeniden yorumlanan lüks detaylar ile yepyeni bir görünüme kavuştuğu yeni koleksiyonlarında; altın işlemler, transparan dokular, şifon ve ipeksi dokunuşlar öne çıkıyor. Kristal taşlı aksesuarların son dokunuşunu yaptığı İpekyol kadını özel akşamlarda da elegan koleksiyonu ile göz kamaştırıyor. Altın payet ve işleme detaylı ceketler, siyah ve bordo kürkler, vücudu saran bandaj elbiseler, dökümlü krep pantolonlar ve tamamlatıcıları uzun tül kuyruklu abiye bluzlar koleksiyonun gözde parçaları arasında yer alıyor.



EMR ELITE

MÜKEMMELİĞE
AÇILAN FERMUAR





Konfeksiyon” kategorilerinin her birinden 6’şar finalist belirlendi. Yarışmacıların dosyalarını, tasarımcının yaratıcılık düzeyi, tasarımın özgünlüğü ve yeniliği, uygulama tekniklerinin geliştirilebilirliği ve uygulanabilirliği, malzeme seçimi ve malzeme tasarım uyumu, katma değerini artırıcı ve teknik özelliklerini geliştirici özelliği gibi kriterlere göre değerlendiren jüri üyeleri, 18 genç yeteneğe finalin kapılarını aralamış oldu.

Deride özgün tasarım arayışı

İDMİB ve DTG önderliğinde geleceğin tasarımcı adaylarını desteklemek amacıyla düzenlenen ‘DETAY’ Deri Ürünleri Tasarım Yarışması’nın bu yıl ikincisi gerçekleşecek. 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” ikinci dönemine hazırlanıyor. Düzenlenen jüri elemeleri ile finale bir

adım daha yaklaşan ‘DETAY’ Deri Ürünleri Tasarım Yarışması’nın final gecesi 10 Aralık tarihinde Shangri La Bosphorus’ta gerçekleşecek. Sektöre yeni tasarım ve tasarımcılar kazandırmayı hedefleyen yarışmanın 4 Kasım’da ön jüri elemesi 6 Kasım’da ise mülakat değerlendirme gerçekleşti. İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet başkanlığında İstanbul Moda Akademisi’nde gerçekleşen jüri elemeleri sonrasında “Ayakkabı”, “Saraciyeye” ve “Deri



Türkiye dünya ortalamasının üstünde büyüyor



Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD) üyeleri “Günaydın Osmanbey” kahvaltılı sohbet toplantısında bir araya geldi. Toplantıda Türkiye’nin dünya ortalamasından daha hızlı büyüdüğünü belirten OTİAD Yönetim Kurulu Başkanı Ali Ulvi Orhan, Türkiye’nin

daha fazla ihracat ve daha fazla üretim yapması gerektiğini söyledi. Söz konusu toplantıya İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş, TİGSAD Başkanı İrfan Özhamaratlı, MESİAD Başkanı Halit Tuna, BATİAD Başkanı

Aydın Erten, ÖRSAD Başkanı Fikri Kurt, Türkiye TTTSD Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Canpolat, ORKA Group Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu ile birlikte OTİAD Yönetim Kurulu Üyeleri de katıldı. OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan, toplantıda yaptığı konuşmada, Türkiye’nin daha fazla ihracat ve daha fazla üretim yapması gerektiğini söyledi. 2008’den beri dünya ekonomisinin yavaşladığını belirten Orhan, dünya ticaretinde bir gerilemenin söz konusu olduğunu, 2012 yılında ise dünya ekonomisinin yüzde 2, 3 oranında büyüme kaydettiğini belirtti. Orhan, “Bu büyüme daha çok Asya ülkelerinin büyümesiydi ancak dünyaya da etkisi oldu. 2014 senesi için ise yüzde 3’lük bir büyüme bekleniyor” dedi. Türkiye’nin dünya ortalamasından daha hızlı bir büyüme kaydettiğini ve bu yıl ihracatın 153, 5 milyar dolar olarak beklendiğini ifade eden Orhan, Türkiye’nin tekstil ihracatındaki artışının ise genel ihracattan daha fazla olacağına dikkat çekti.



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
Dükkân Üretim Sistemi



SentezDYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



SentezVOGUE
Kumaş Üretim Yönetim Sistemi



SentezEXPO
Değer Ticaret Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT
Yönetim Bilgi Sistemi



SentezPOSITIVE
Satış Yönetim Sistemi



SentezSHOP
Satış Noktası Yönetim Sistemi



Tekstil zirve buluşması

Tekstil sektörünün zirvedeki isimlerinin bir araya geldiği "Tekstil Sektör Kurulu Toplantısı" 31 Ekim tarihinde Florya Kaşibeyaz Restoran'da düzenlendi.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve Sektör Kurulu Başkanı İsmail Gülle başkanlığında düzenlenen toplantı, Akdeniz ve Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri Başkanları Zeki Kıvanç ve Sabri Ünlütürk ile İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, Akdeniz, Uludağ ve Güneydoğu Anadolu Tekstil Birlikleri Yönetim Kurulu Üyelerinin katılımıyla gerçekleştirildi.

2013 yılının dokuz aylık döneminde sektörel ihracat ve ithalattaki gelişmelerin ele alındığı Tekstil Sektör Kurulu toplantısında, 2023 İhracat Strateji kapsamında hedeflerin gerçekleştirilmesini teminen öne çıkan ilk 5 eylem de belirlendi. Söz konusu görüşmede 29 Eylül- 4 Ekim tarihlerinde Kolombiya'da gerçekleştirilen Uluslararası Pamuk İstişare Kurulu (ICAC) toplantısı ve bu çerçevede pamukla ilgili gelişmeler konusunda görüş alışverişinde bulunuldu. AB'nin yeni 'Ürün Güvenliği' düzenlemesi ve zorunlu menşé işaretlemesi ile AB-ABD Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması müzakereleri sürecinde Türkiye'nin de yer alması amacıyla Euratex kapsamında yapılan çalışmalar hakkında bilgi verildi.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, tekstil ve ham maddeleri sektöründe ihracat yapan firmalar, ocak-ekim dönemi performansını geçen yılın aynı dönemine oranla yüzde 7,3 artırdı. Ocak-ekim döneminde tekstil ve ham maddeleri sektörü, 6,9 milyar dolarlık ihracatın yüzde 34'ünü dokuma kumaşta gerçekleştirdi. Dokuma kumaşta 2 milyar 336 milyon dolar ihracat yapıldı. Sektör, 6 milyar 921 milyon 373 bin dolarla Türkiye ihracatının yüzde 5,6'sını karşıladı. Tekstil ve ham maddeleri sektörü ihracatının yüzde 33'ünü karşılayan dokuma kumaşta, 2 milyar 336 milyon 103 bin dolar ihracat yapıldı. Bu ürün grubunu 1 milyar 436 milyon 891 bin dolarla iplik, 1 milyar 408 milyon 568 bin dolarla örme kumaş ve 526 milyon 529 bin dolarla elyaf izledi. Söz konusu dönemde Rusya'ya 883 milyon 176 bin dolar, İtalya'ya 696 milyon 883 bin

Tekstil ihracatının lideri dokuma kumaş oldu



dolar, Almanya'ya 361 milyon 470 bin dolar, Romanya'ya 267 milyon 336 bin dolarlık ihracat yapıldı. AB ülkelerine yapılan satış, sektördeki ihracatın yüzde 45,4'ünü kapsadı, Orta Doğu ülkelerine yapılan ihracat ise

yüzde 0,9 artışla 532 milyon 293 bin dolar oldu. Tekstil ve ham maddeleri sektöründe en fazla ihracat, 3 milyar 278 milyon 846 bin dolarla İstanbul'dan yapıldı, bu ili 933 milyon 577 bin dolarla Bursa izledi.

The
**WHO'S
NEXT**
Show

PARIS

25-28 OCAK 2014

**2000 SEÇILMİŞ ULUSLARARASI HAZIR GIYIM
VE AKSESUAR MODA MARKALARI**

MARKA LİSTELERİ & GİRİŞ KARTLARI : WWW.WHOSNEXT-TRADESHOW.COM INFO@WHOSNEXT.COM

PARIS
CAPITALE
DE LA
CREATION

TÜRKİYE'DEKİ HAZIR GİYİM İHRACATÇI BİRLİKLERİNİN TEMSİLCİLERİ, 26 EKİM GÜNÜ SEKTÖRÜN GÜNDEMİNDE OLAN SON GELİŞMELERİ GÖRÜŞMEK İÇİN "HAZIR GİYİM SEKTÖR KURULU TOPLANTISI" NDA BİR ARAYA GELDİ.

SEKTÖR KURULU

16



HAZIR GİYİM LİDERLERİNİN ZİRVE BULUŞMASI

Türkiye'deki tüm hazır giyim ihracatçı birlikleri temsilcileri, hazır giyim sektörünün gündeminde olan son gelişmeler hakkında değerlendirme yapmak ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmak üzere 26 Ekim'de "Hazır giyim Sektör Kurulu Toplantısı"nda buluştu. Hazırgiyim Sektör Kurulu Başkanı ve TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık'ın başkanlığında gerçekleşen toplantıya; İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Denizli İhracatçıları Birliği Başkanı Süleyman Kocaseret, Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Emre Kızılgüneşler, Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Şenol Şankaya, Hayri Uğur, Recep Burak Sertbaş, Mehmet Baykent ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri katıldı. Sektör kurulu toplantısının gündemini oluşturan konular arasında ise ihracat ve ithalat rakamları, antidamping önlemleri, Dahilde İşleme Rejimi, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi

ve Eylem Planı, HOSAB, Euratex ile AB-ABD Transatlantic Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması ve kıdem tazminatı yer aldı.

Sektörün HOSAB atağı

Hazır giyim sektörünün Şanlıurfa'daki yatırım projesi olan HOSAB ile ilgili görüşmelerin yapıldığı toplantıda, yeni teşvik paketlerinden hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün daha fazla yararlanarak 6'ncı bölgede yatırım yapılabilmesi için teşvik paketlerinde bazı düzenlemeleri içeren taleplerinin yerine getirilebilmesinde nasıl yol izleneceği tartışıldı. Toplantıda, sektörün mevcut pazarını ve istihdamını korumasının önemi vurgulanarak, dış ticaret fazlası veren sektörün bu pozisyonunun altının çizilmesi gerektiğine dikkat çekildi.

Antidamping'te yola devam

Antidamping önlemlerine ilişkin gündemde belirtilen çalışmalar hakkında görüşmelerin

yapıldığı toplantıda, konu ile ilgili çalışmaların devam ettirilmesine karar verildi. Toplantıda, Euratex ile AB-ABD Transatlantic Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması (TTYO) sürecine Türkiye'nin de dahil olması ile ilgili yapılan çalışmalara dikkat çeken temsilciler, "2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı" kapsamındaki gelişmelerin de ele alınarak, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü açısından seçilmiş ilk beş eylemin güncellenmesine karar verdi. Gündem maddelerinden birinin Dahilde İşleme Rejimi'nin (DİR) oluşturduğu sektör kurulunda, DİR Tebliği'nde değişiklik yapılmasına dair 2013/6 sayılı Tebliğ hakkında da bilgi verildi. Bu anlamda; Gümrükler Genel Müdürlüğü'nün "2013/44 sayılı DİR Kapsamında Yıpranmış veya Yırtılmış Etiketlere İlişkin Genelgesi"nde verilen hakların Dahilde İşleme İzin Belgeleri ile Hariçte İşleme izinlerinde uygulanabilmesine ilişkin konunun DİR Değerlendirme Kurulu gündemine taşınması yönünde karar alındı.



Coats
Colour Express

Renklere farklı bir gözle bakın
coatscolourexpress.com

texprocess
innovationaward
Texprocess Yaratıcı Ürün Ödülü 2013



En Hızlı En Doğru Renk Seçimi

Coats Colour Express, dünyanın en hızlı ve en doğru renk eşleştirmesini yapan dikiş ipliği numunelendirme sistemidir.

Capture renk eşleştirme cihazı ile istenilen iplikte en yakın renk, en doğru ve hızlı şekilde belirlenir.

Coats Colour Express web numune servisi, sizi doğrudan Coats renk uzmanlarına, müşteri hizmetlerine ve numune laboratuvarlarına bağlar.

Moda değişim hızının getirdiği daha hızlı termin süreçlerine çözüm olarak geliştirilen **Coats Colour Express**, dikiş ipliği numunesinde en doğru renge en kısa sürede ulaşmanızı sağlar.

444 1952
www.coatsindustrial.com

OSMANLI KIYAFETLERİNE JAPON DOKUNUŞU

JAPONYA'DA BUNKA GAKUEN MODA ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN OSMANLI KIYAFETLERİNDEN ESİNLENEREK HAZIRLANAN KOLEKSİYONUN KUMAŞLARI İTHİB TARAFINDAN TEDARİK EDİLDİ.

Yunus Emre Enstitüsü ve Japonya'nın önde gelen moda üniversitelelerinden olan Bunka Gakuen Moda Üniversitesi işbirliği ile gerçekleştirilen "Giysi Tasarım ve Uygulama" projesinin ilk yılı başarı ile tamamlandı. Şubat 2013 yılında başlatılan proje kapsamında Türkiye'den getirilen kumaşları Japon öğrenciler özgün bir şekilde tasarlayarak 6 aylık bir çalışma sonunda hazırladıkları kıyafetleri Üniversitenin her yıl düzenlediği moda haftası günlerinde tanıttılar. Çeşitli ülkelerde Türkiye'yi tanıtmak için Yunus Emre Vakfı'na bağlı olarak çalışan Yunus Emre

Enstitüsü Japonya'da Bunka Gakuen Moda Üniversitesi ile işbirliği yaparak Osmanlı kıyafetlerinden esinlenen bir koleksiyon hazırlattı.

Japonya'da Bunka Gakuen Moda Üniversitesi öğrencileri tarafından Osmanlı kıyafetlerinden esinlenerek hazırlanan koleksiyonun kumaşları İTHİB tarafından tedarik edildi.

Dünyaca ünlü modacı Kenzo da dahil pek çok modacıyı yetiştiren, 8 bin öğrencisi bulunan Moda Üniversitesi'nde Japon öğrenciler tarafından hazırlanan koleksiyon Tokyo'da üniversitenin organizasyonunda 1- 5 Kasım tarihlerinde sergilendi. İTHİB'in tedarik ettiği kumaşlar ile hazırlanan koleksiyon, Türkiye Tokyo Büyükelçisi Serdar Kılıç'ın da izlediği bir defile ile sergilendi. Türk motifleri ile bezenmiş kumaşlardan kimono-kaftan, ve değişik tasarım yapan öğrenciler büyük beğeni topladı. Klasik Türk motifli kumaşlar ile birlikte modern kumaşların da tasarımın bir parçası olarak işlenmesi hem moda dünyası hem de kumaş ithalatçısı firmaların dikkatini çekti.

Ortak çalışmalar işbirliklerini pekiştiriyor

Defile, 1 Kasım tarihinde resepsiyon, 2,3,4 Kasım tarihleri arasında halka açık olmak üzere 4 günlük bir program çerçevesinde devam etti. 20 bin kişinin izlediği defile ile ilgili konuşan Bunka Gakuen Moda Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Kosugi Sanae, etkinliğe destek veren, İTHİB, Yunus Emre Enstitüsü ve Ege İhracatçı Birliği'ne teşekkürlerini dile getirdi. Yunus Emre Enstitüsü Tokyo Türk Kültür Merkezi Müdürü Telat Aydın ise Türk kumaşları ve motiflerinin tanıtılmasında fırsat verilmesi dolayısı ile rektöre teşekkür ederek bu yılki projeyi önümüzdeki yıl Türkiye'den getirebilecekleri diğer tekstil ürünleri, deri, iplik vb. ile daha da zenginleştirmek istediklerini aynı zamanda Aralık ayı başında da Tokyo'da Ankara Olgunlaşma Enstitüsü ve Bunka Moda Üniversitesi öğrencileri tarafından ortak bir defile düzenlenmesinin bu işbirliğini daha pekiştireceğini ifade etti. Söz konusu koleksiyon Aralık ayında tekrar meraklıları ile buluşacak.

Telada güç ve şıklığın birİNCİSİ

İNCİ Tela & Elyaf, günümüzde hazır giyim sektörünün ihtiyacı olan ithal ve yerli tüm tela çeşitlerini barındıran, bunun dışında konfeksiyon fitillik, yaka altı keçesi, omuz vatkası, dolgu vatkası, boncuk elyaf, nakış keçesi vb. ürün çeşitlerini %100 müşteri memnuniyetini ilke edinerek sunan bir Tekstil firmasıdır.

Non-woven interlining
Stitched non-woven interlining
Woven interlining
Knitted interlining
Shirt interlining
Tapes & Bands
Hair cloth interlining



www.incitela.com.tr

Merter Tekstil Merkezi Fatih Cd.
Alaybey sk. no:7 Güngören / İstanbul
Tel: +90 212 504 57 00 / **Faks:** +90 212 504 43 50
info@incitela.com.tr

TÜRKİYE'NİN YURTDIŞINDA EN ÇOK KATILIMCI FİRMA İLE TEMSİL EDİLDİĞİ FUARLARDAN BİRİ OLAN HEIMTEXTİL FUARI 8- 11 OCAK 2014 TARİHİNDE ALMANYA'NIN FRANKFURT ŞEHRİNDE DÜZENLENECEK. TÜRK TEKSTİLCİLERİ, 2014 HAZİRAN AYINDA HİNDİSTAN'DA İLK KEZ DÜZENLENECEK FUARDA DA ETKİN BİR KATILIM GÖSTERECEK.

HEIMTEXTİL FUARI HİNDİSTAN'A UZANIYOR

Ev tekstili alanında düzenlenen ve dünyanın sayılı fuarları arasında yer alan "Heimtextil Uluslararası Ev Tekstili ve Ticari Tekstil Ürünleri Fuarı" 8 Ocak 2014 tarihinde kapılarını ziyaretçilerine açmaya hazırlanıyor. Almanya'nın Frankfurt şehrinde düzenlenecek fuar, 11 Ocak'a kadar ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sunacak. Yılın ilk sektör fuarı olan Heimtextil'de mobilya kumaşlarından perdeye, nakış tasarımlarından termal baskılara, yastıktan, yatak takımına, duvar kağıdından halıya kadar ev tekstilinin her yönü yansıtılarak en yeni tekstil ürünleri alıcıların beğenisine sunuluyor. Heimtextil'in önümüzdeki dönemine dair açıklama yapan Messe Frankfurt Tekstil Fuarları Başkanı Olaf Schmidt, Türkiye'nin bu fuara katılımını çok önemsediklerini belirterek, önümüzdeki yıl Hindistan da aynı fuarı düzenleyeceklerini söyledi. Olaf Schmidt, "Dünya pazarında Hindistan çok önemli bir konuma geldi. Önümüzdeki yıl Haziran ayında Türkiye'nin de katılımıyla birlikte Hindistan'a çıkarma yapacağız. Bu fuara, Türkiye'den de milli bir katılım olacak. Hindistan pazarı yüzde 8 oranında büyüme kaydetti ve Türkiye için de önemli bir pazar" dedi.

Heimtextil trendleri belirliyor

Sektör profesyonellerinin yoğun ilgi gösterdiği fuara önümüzdeki dönem 136 ülkeden



yaklaşık 73 bin ziyaretçinin gelmesi bekleniyor. Türkiye, tekstil sektöründe, özellikle son yıllarda dünyanın önemli ülkelerinden biri olma yolunda ilerlerken, bu gelişmeye paralel olarak ev tekstili sektörü de her yıl ürünlerini dünyanın dört bir yanına ihraç ediyor. Dünya ev tekstili pazarının önemli oyuncularından biri olan Türkiye için Heimtextil Frankfurt Fuarı, Türkiye'nin pazardaki önemi ve hakimiyetini artırmak açısından büyük önem taşıyor. Her yıl

Türkiye'den çok sayıda firmaya ev sahipliği yapan Heimtextil'e bu yıl Türkiye'den yaklaşık 160 firmanın katılımı bekleniyor. Yılın ilk sektör fuarı olan Heimtextil Frankfurt, dört gün boyunca üreticileri, tasarımcıları, sektör profesyonelleri ve ziyaretçileri bir araya getiren uluslararası bir platform görevi görüyor. Trend sunumları ve gelecek senelerdeki ev tekstili tasarımındaki gelişmelerin tartışıldığı seminer ve atölyeler de katılımcı ve ziyaretçilerden her yıl büyük ilgi gördüğü gibi bu yıl da ilgiyle karşılanması bekleniyor.

Düzenlendiği her yıl dünyanın her köşesinden gelen ev tekstili alıcılarına ev sahipliği yapan Heimtextil Uluslararası Ev tekstili ve Ticari Tekstil Ürünleri Fuarı, gelecek yılın ev tekstili modasına da yön veriyor. Fuarda düzenlenen "Heimtextil Trend Show ve Heimtextil Trend" kitabı ürün geliştirme sorumluları, dekoratörler ve tasarımcılar için tam bir rehber görevi üstleniyor. 2014/2015 sezonunun ev tekstili modasının ve renklerinin de belirleneceği fuar, sektör profesyonellerinin merakla beklediği fuarlar arasında yer alıyor.





go natural



*all natural
buttons* 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

www.formdis.com

FACTORY Akçaburgaz Mah.
97. sk. No:16
Esenyurt - İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 886 17 00
Fax: +90 212 886 23 23

**SHOWROOM
MERTER** M.Nesih Özmen Mah. Fatih Cad.
Ceviz sk. Nazmi İlg Harı 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



İHKİB OKULLARI PROTOKOL YENİLİYOR

İHKİB, "KÜÇÜKÇEKMECE NAHİT MENTEŞE TEKNİK VE ENDÜSTRİ MESLEK LİSESİ" BÜNYESİNDE BULUNAN GİYİM, ÜRETİM TEKNOLOJİSİ ALANI, MAKİNE BAKIM ONARIM VE KADIN GİYİM MODELİSTLİĞİ DALLARININ EĞİTİM- ÖĞRETİME DEVAM ETMELERİ ADINA İSTANBUL İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ İLE DÜZENLENEN PROTOKOLÜNÜ YENİLEDİ.

Mesleki eğitime verdiği desteği sürdüren İHKİB, 18 yıl önce tohumlarını attığı okullar için gereken çalışmaları devam ettiriyor. "İTKİB Okulları"nın eğitim- öğretime devam etmeleri adına protokol yenileyen birlik, son olarak İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü ile Küçükçekmece Nahit Menteşe Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi" bünyesinde bulunan giyim, üretim teknolojisi alanı, makine bakım onarım ve kadın giyim modelistliği dallarının protokol yenilemesi için bir araya geldi.

30 Ekim Çarşamba günü İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Dr. Muammer Yıldız'ın İstanbul Lisesi'nde bulunan makamında gerçekleştirilen imza törenine İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı

Ümit Özüren, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Jale Tuncel ve Nilgün Özdemir, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt ile Mesleki ve Teknik Eğitimden Sorumlu İl Millî Eğitim Şube Müdürü Erol Demir katıldı.

İstanbul Millî Eğitim Müdürlüğü ile İHKİB arasında imzalanan protokolle, tekstil ve konfeksiyon işletmelerinde kullanılan makinelerin çalışma prensiplerini, bakım ve onarımlarını, mekanik ve elektronik ayarlarını yapabilen, işletmelere makine bakım ve onarım ustası olacak teknik elemanların örgün eğitim sisteminde (Endüstri Meslek Lisesi Okul Türünde) yetiştirilmesi amaçlanıyor. İşletmelerin tekstil ve konfeksiyon makinelerinden sorumlu elemanlarını kısa süreli kurslarla eğitmek, sektöre yeni

TÜRKİYE'DE İSTİHDAM SORUNUNA MESLEKİ EĞİTİMLE BİRLİKTE ÇÖZÜM BULUNACAĞININ KONUŞULDUĞU PROTOKOLDE TASARIMIN ÜLKE EKONOMİSİNE DE KATKI SAĞLAYACAĞINA DA DİKKAT ÇEKİLDİ.

elemanlar kazandırmak; örgün ve yaygın eğitim yolu ile yetiştirilen elemanların istihdamında yardımcı olmak da söz konusu protokolle hedeflenen maddeler arasında yer alıyor.

İHKİB'den eğitime tam destek

Protokolde yaptığı konuşmada Birlik olarak eğitime ne denli önem verdiklerine dikkat çeken İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Mesleki eğitime ne kadar önem verdiğimizden 18 yıl önce kurduğumuz okullarla ortaya koyduk. Mesleki eğitimle birlikte okullarda katma değerli ürünler üretecek elemanlar yetiştirmeyi hedefliyoruz" dedi. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün daha da büyüyeceğine vurgu yapan İHKİB Başkanı, "Türkiye'de tekstil biter dedikoduları çıkıyor ancak bunlara aldırış etmemek gerekiyor. Tekstil ve konfeksiyon birlikte 26 milyar dolar ihracat rakamına ulaştı. Şuanda Türkiye'de otomotiv sektörünün bile üstündeyiz. Bizim amacımız katma değerli ürün üretmek ve okullarda düz işçi yerine işini bilen, eğitimli personeller istihdam etmek istiyoruz" diye konuştu.

Avrupa'nın birçok ülkesinde tasarım okullarının olduğunu belirten Tanrıverdi, Türkiye'de de tasarım okuluna dair girişimde bulunulabileceğini söyledi. Türkiye'nin katma değerli ürün üretmesi gerektiğine dikkat çeken Tanrıverdi, "Otomobil bile yapıyorsak tasarımın olması gerekiyor. Çok basit düşünülen çay bardağının bile tasarımı olması gerekiyor ki ürün kendini pazarlasın" dedi. Dünyaya açılmanın yollarından birinin tasarım olduğunu söyleyen Tanrıverdi, Türkiye'nin sesini duyurması için katma değerli ürün üretmek ve eğitimli personellerin olması gerektiğini vurguladı.

"Mesleki eğitim okulları bir avantaj"

Protokolde konuşma yapan İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Dr. Muammer Yıldız ise, genel olarak mesleki eğitime destek vermenin doğru bir hareket olduğunu dile getirdi. Yıldız, İl Millî Eğitim Müdürlüğü olarak öğrencileri mezun ettiklerini ama, İHKİB'in de istihdam konusunda öğrencilere tam



destek verdiğini belirtti. Bir ülkede mesleki eğitim okullarının olmasını avantajlı bir durum olarak yorumlayan Yıldız, "Mesleki eğitim, ülkemizde istihdam sorununu çözmeye ve öğrencilerin istedikleri bir alanda kendilerini geliştirmelerine yardımcı olma da önemli bir argüman" dedi. Konuşmasında tasarımın da önemine dikkat çeken Muammer Yıldız, "İlkokul

müfredatına bile teknoloji ve tasarım diye bir ders konuldu ve bu ders zorunlu hale getirildi. Bu ders teorik değil, uygulamalı bir konseptte veriliyor. Tasarımda ders kitabı olmaz. Olursa o zaman özgün bir şeyler ortaya çıkmaz. Türkiye'de yaratıcılığın geliştirilmesi ve de nasıl kullanılması gerektiğine eğitim verilmesi gerekiyor" diye konuştu.



30 Ekim Çarşamba günü İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Dr. Muammer Yıldız'ın İstanbul Lisesi'nde bulunan makamında gerçekleştirilen imza törenine İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri de katıldı.

YAKLAŞIK 3 YILDAN BU YANA SÜRDÜRDÜĞÜ HUKUK MÜCADELESİNDEN SANAYİCİLERİN LEHİNE SONUÇ ALAN İTHİB, ANKARA 5. İDARE MAHKEMESİ'NE KAYIP-KAÇAK BEDELLERİNİN SANAYİCİLERDEN ALINMASI İLE İLGİLİ AÇTIĞI DAVANIN İLK ADIMINI KAZANDI.

SANAYİ

24



İTHİB KAYIP-DAVASININ İLK

İTHİB'in Ankara 5'inci İdari Mahkemesi'ne "kayıp-kaçak elektrik bedelinin faturalara yansıtılmasının haksız, hukuksuz ve ilgili kanunun amacına aykırı" olduğu yönünde açtığı dava sonuçlandı. Mahkeme 19 Eylül'de oy birliği ile verdiği kararla "kayıp-kaçak bedelinin faturaya yansıtılması uygulamasının" kaldırılması talebinin reddini hukuka aykırı buldu.

Karar neticesi sanayicinin faturasında her ay yer alan yüzde 15'lik kayıp-kaçak bedelinin kaldırılması talebi bu kez Enerji Piyasası Denetim Kurulu'nda görüşülecek ve söz konusu uygulamanın kaldırılması söz konusu olacak. Mahkeme tarafından verilen kararla, faturalara kayıp/ kaçak bedeli yansıtılması şeklindeki uygulamanın bertaraf edilmesi için gerekli düzenlemenin yapılması için EPDK'nın görevli ve yetkili organ olduğu hüküm altına alındı. Ayrıca mahkeme kararında EPDK'nın elektrikliğin, yeterli, kaliteli, sürekli, düşük maliyetli



12.5 MİLYON LİRAM GİTTİ

MAHKEME kararı sonrasında sanayicilerin son 5 yılda ödediği kayıp kaçak bedelini geri alma hakkına kavuştuğunu belirten İTHİB, "İşletmeler bir dilekçeyle ödedikleri kayıp kaçak bedelini geri isteyebilecek. Son 5 yılda kayıp-kaçığa 12.5 milyon lira ödemişim" dedi.



KAÇAK 5 ADIMINI KAZANDI

olarak tüketicilerin kullanımına sunulması için gerekli düzenlemeyi yapmakla görevli olduğu vurgulandı.

“Mücadelemiz devam edecek”

Mahkeme kararının EPDK'ya tebliğinden itibaren 30 günlük süre içinde, mahkeme kararı ile uyumlu şekilde, elektrik faturalarına kayıp / kaçak bedeli tahakkuk ettirilmesine yönelik uygulamayı bertaraf edecek şekilde düzenleme yapması bekleniyor. Bu şekilde yapılacak düzenleme sonucu, daha önce kayıp / kaçak bedeli ödemek zorunda kalan sanayicilerin söz konusu hak kayıplarını talep etmelerinin önü açılmış olacak.

Kararın sanayiciler için çok önemli bir ilk adım olduğunu belirten İTHİB Başkanı İsmail Gülle bu süreç sonucunda, dağıtım şirketlerinin sanayicilerden kayıp-kaçak bedeli adı altında para

almalarının hukuksuz bir uygulama olduğunun artık bütün kamuoyu tarafından bilinir bir hale geldiğini ifade etti. Gülle, EPDK'nın 4 Aralık 2013'e kadar temyize gitmemesi halinde mahkeme kararının kesinleşeceğini belirterek, “Bu, 3 yıl süren bir hak arama ve hukuk mücadelesi. ‘Zafer kazandık’ demiyoruz ama hakkımızı aldık” dedi. Enerji Piyasası Denetleme Kurumu'nun artık bu haksız ve hukuksuz uygulamaya bir son vermesi gerektiğini vurgulayan Gülle, süreç tamamen sona erdiğinde, sanayicilerin son 5 yılda ödedikleri kayıp-kaçak bedelini geri alma hakkına kavuşacağını belirtmiştir. İTHİB Başkanı, “Sanayiciler olarak sadece kullandığımız elektriğin faturasını ödemek istiyoruz. Böyle bir hukuksuz yük, sanayicilerin üretimine büyük maliyet getiriyor, Kayıp-kaçak bedelinin elektrik faturalarına yansıtılması uygulamasının kaldırılmasına dair mücadelemiz devam edecek” dedi.



MUHASEBENİN YOLU ARTIK “e-DEFTER” DEN GEÇİYOR



e- FATURA VE e- DEFTER UYGULAMALARI KONUSUNDA FİRMALARI BİLGİLENDİRMEK İÇİN ÇALIŞMALARA BAŞLAYAN İHKİB, MALİYE BAKANLIĞI GELİR İDARESİ BAŞKANLIĞI YETKİLİLERİNİN KATILIMI İLE KONU ÜZERİNE 22 KASIM'DA DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE BİR SEMİNER DÜZENLEDİ.

Ticaret Kanunu'na göre tutulması zorunlu olan defterlerde yer alması gereken bilgileri kapsayan elektronik kayıtlar bütünü ifade ediyor. Yeni sistemde e-defter tutan mükelleflerin bu defterleri eskisi gibi yazdırmalarına gerek duyulmuyor.

“Yolumuz artık e- fatura ve e- defterden geçiyor”

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği (İHKİB), e- fatura ve e- defter uygulamaları konusunda firmaları bilgilendirmek amacıyla Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı yetkililerinin katılımı ile 22 Kasım tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde bir seminer düzenledi. Moderatörlüğünü İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in yaptığı seminere Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Daire Başkanı Hüdaverdi Akkoca, Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Gelir Uzmanı Şahin Engin Uysal, Yeminli Mali Müşavir Erdoğan Karahan, e- fatura ve e- defter Yazılım Uzmanı Alper Kanturvardar, İTKİB temsilcileri ve çok sayıda firma yetkilisi katıldı.

Seminerde kısa bir konuşma yapan Yeminli Mali Müşavir Erdoğan Karahan, gelişen teknoloji ile Türkiye'nin de yeniliklere ayak uydurduğunu belirtti. Özellikle internetin ve sosyal medyanın çok yoğun bir şekilde

Fatura sisteminde yeni bir dönem başlatan Gelir İdaresi Başkanlığı, dünyada birçok ülkenin yıllar önce uygulamaya başladığı “Elektronik Fatura Uygulaması”nı (e- fatura) ve “Elektronik Defter Uygulaması”nı (e- defter) Türkiye'ye taşıyor. Maliye Bakanlığı yakın dönemde çıkardığı Tebliğ ile bazı mükellefler için e-fatura ve e-defter uygulamasını zorunlu hale getirdi. Bilindiği üzere fatura, satılan

mal veya yapılan iş karşılığında, malı satan veya işi yapan kişi tarafından düzenlenip müşteriye verilen ticari bir vesika. e-fatura ise Maliye Bakanlığı'nın belirlediği şartlara uygun olan ve elektronik belge biçiminde oluşturulmuş faturayı ifade ediyor. Yani e-fatura, yeni bir belge türü olmayıp, kâğıt fatura ile aynı hukuki niteliklere sahip. e-defter ise; şekil hükümlerinden bağımsız olarak Vergi Usul Kanunu'na ve Türk

kullanıldığına vurgu yapan Karahan, Maliye Bakanlığı'nın da bu anlamda bu hızı ayak uydurmak zorunda olduğunu söyledi. Karahan, Maliye Bakanlığı'nın denetim sisteminin artık değiştiğini, e- fatura ve e- defter uygulamaları ile muhasebe alanlarının şekillenmeye başladığını vurguladı. Gelişmiş ülkelerde kendine geniş bir şekilde kullanım alanı bulan e- fatura ve e- defter konusunda firmaların her şeyden önce tasarruf sağladığını belirten Karahan, "Türkiye'nin de bu değişime ayak uydurması gerekiyor. Yolumuz artık e- fatura ve e- defterden geçiyor" dedi.

Zamandan ve maliyetten tasarruf

Seminerde konuşma yapan bir diğer isim ise Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Gelir Uzmanı Şahin Engin Uysal oldu. Uysal katılımcılara ilk olarak e- fatura sistemindeki "portal", "entegrasyon" ve "özel entegrasyon" sistemlerinden bahsetti. 397 sıra no'lu VUK Tebliği ile hayata geçirilen e- fatura sisteminde iki yöntemin belirlendiğini söyleyen Uysal, "Portal yöntemde e- fatura sistemi için sınırlı yararlanma varken entegrasyon yöntemi size tam anlamıyla yararlanma sunuyor. Portal yönetime göre biraz da maliyetli olan bu uygulamada sürecin biraz uzun sürmesi özel entegrasyon sistemine olan ihtiyacı zorunlu kıldı. Burada ise sizin faturalarınızı sizin adınıza üçüncü kişi yönlendiriyor. Özel entegras-

yon sisteminde bu alanda uzmanlaşmış firma işlerinizi yürütüyor. Sizin bilgi işlemlerinizi bize bildiriyorlar. Fatura iletimi ve muhafazasını sizin adınıza yapıyorlar. Entegrasyonda bu süreç mükellefin kendisine kalıyor. Bizim üzerimizden geçmeyen hiçbir e- faturanın da geçerliliği yok" dedi. Özel entegrasyon yönteminin avantajlarını da anlatan Uysal, manuel olarak fatura oluşturma yükünü ortadan kaldırılacağını ve faturalama sürecini hızlanacağını ifade etti. Herhangi bir sistem alt yapısı yatırımı gerektirmediğinden maliyet ve zaman tasarrufunun bir diğer avantaj olduğunu belirten Uysal, bu uygulamanın faturalama sürecini yönetecek teknik ve idari personel ihtiyacını da minimum seviyeye çektiğini sözlerine ekledi. Bu sistem ile fatura sistemindeki tüm aşamaların anlık takip edildiğini vurgulayan Uysal, anlaşma halinde özel entegrasyon yöntemi ile faturaların firmalar adına muhafaza edildiğini de söyledi.

Ticari hayata yeni açılımlar

Söz konusu Tebliğ ile; mükelleflere, üçüncü kişiler nezdinde, e-faturalarını elektronik ortamda muhafaza etme olanağı tanındığını söyleyen Uysal, saklama hizmeti isteyen mükelleflerin belli testlerden geçtiğini ve Bakanlık tarafından test sonuçlarına göre bu hizmete izin verildiğini belirtti. e- defter ile ilgili de geniş bilgiler veren Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Gelir Uzma-

nı Uysal, katılımcı firmalara e- defterin ne olduğunu da anlattı. Uluslararası standartlara uyum sağlamak, kağıt yükümlülüklerini ortadan kaldırmak ve ticari hayata yeni açılımlar kazandırmak için firmaların e- defter kullanımına geçmesi gerektiğini belirten Uysal, bilanço usulüne göre defter tutan, gelir vergisi mükellefleri ve kurumlar vergisi mükelleflerinin e- defter kullanabileceğini söyledi. Uysal, "Muhafaza ve ibraz yükümlülüğü, elektronik defterlerin ve beratların doğruluğuna, bütünlüğüne ve değişmezliğine ilişkin olan her türlü elektronik kayıt ve veri, (elektronik imza ve mali mühür değerleri dâhil) veri tabanı dosyası, saklama ortamı ile doğrulama ve görüntüleme araçlarının tümünü kapsıyor. Bu yükümlülük e- defterlere istenildiğinde kolaylıkla erişilebilir, anlaşılabilir ve eksiksiz bir biçimde görüntüleyebilmeyi ve okunabilir kâğıt baskılarını üretebilmeyi sağlayacak biçimde yerine getirilmelidir" dedi. Seminerde, e- fatura uygulamasındaki entegrasyon yönteminin firmalara ne tür avantajlar sağladığını anlatan e- fatura ve e- defter Yazılım Uzmanı Alper Kanturvardar, firmaların hem zaman açısından hem de şirketlerini daha iyi yönetebilmeleri yönünden yarar sağladığına dikkat çekti. Firmaların entegrasyon yöntemini kullanmaları için IP adreslerinin olması gerektiğini söyleyen Kanturvardar, e- fatura ve e- defter uygulamalarının karlılık oranını da artırdığını sözlerine ekledi.



Moderatörlüğünü İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in yaptığı bilgilendirme seminerine; Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Daire Başkanı Hüdaverdi Akkoca, Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Gelir Uzmanı Şahin Engin Uysal, Yeminli Mali Müşavir Erdoğan Karahan, e- fatura ve e- defter Yazılım Uzmanı Alper Kanturvardar konuşmacı olarak katıldı.

“Masraflar yüzde 3 aşağı inecek”

İHKİB TARAFINDAN E-FATURA VE E-DEFTER UYGULAMALARI KONUSUNDA VERİLEN SEMİNERDE MALİYE BAKANLIĞI GELİR İDARESİ DAİRE BAŞKANI HÜDAVERDİ AKKOCA, FİRMALARIN E-FATURA VE E-DEFTER'E GEÇMELERİYLE BİRLİKTE MALİYETLERİNDE YÜZDE 3'LÜK BİR DÜŞÜŞ YAŞAYACAKLARINA DİKKAT ÇEKTİ.

İHKİB öncülüğünde 22 Kasım'da düzenlenen e- defter seminerine Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Daire Başkanı Hüdaverdi Akkoca da katıldı. e- fatura ve e- defter konularını her yönüyle katılımcı firmalara aktaran Akkoca, dünyanın büyük bir çoğunluğunun e- fatura ve e- defter uygulamalarına geçtiğini vurguladı. Uluslararası ticaretin çok geliştiğini ve buna paralel olarak gelişen teknoloji ile firmaların da buna ayak uydurması gerektiğine dikkat çeken Akkoca, e- faturaya geçmiş olan firmaların yüzde 3 oranında kar sağladığını dile getirdi. e- fatura uygulamasının 397 no'lu Tebliğ ile hayata geçirildiğini belirten Akkoca, e- faturanın gündeme geldiği dönemlerde sadece ticari şirketlerin e- fatura kullanmak zorunda olduğunu belirterek, daha sonra 421 no'lu Tebliğ ile Maliye



HÜDAVERDİ AKKOCA
Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Daire Başkanı

MODA İplikte BAŞLAR

Garanti

1995'ten beri

Garanti İplik 35.000 m2 kapalı alanda 40.000 iğlik Ne 120/1 kadar melanj iplik üretimi ile 6.000 ton yıllık iplik üretiminin %70'lik kapasitesini Avrupa ülkeleri başta olmak üzere 16 ülkeye ihraç ederken, %30'unu da iç pazardaki ihracat müşterilerine sunmaktadır.

Fabrika
garanti@garanti-iplik.com.tr
+90 282 684 0400
+90 282 684 0404

Merkez Ofis
garanti@garanti-iplik.com.tr
+90 212 637 7176
+90 212 637 7179

İtalya
info@filatigaranti.it
+39 345 372 6807

Bakanlığı'nın şirketlerin kullanım alanlarının genişlettiğini vurguladı. Ticari şirketler dışında bu tebliğ ile şahıs şirketlerinin de e- fatura kullanmalarına izin verildiğini belirten Akkoca, böylelikle Türkiye'de e- fatura ve e- defter uygulamasının kullanımının artacağını söyledi.

Bu uygulamaların yayılması ile ilgili bazı problemlerin olduğunu söyleyen Akkoca, "Daha önce faturanın sadece düzenleyicisi tarafından imzalanması durumu söz konusuydu. Artık üçüncü kişiler diyebileceğimiz hizmet sağlayıcıları ya da popüler adıyla özel entegratörler tarafından da faturaların imzalanmasına izin verdik. Ayrıca fatura gibi mali dökümanların yalnızca mükellefin kendisi tarafından muhafazası zorunluluğu vardı. Ancak 424 sıra no'lu VUK Genel Tebliğ ile düzenleme yapılarak üçüncü kişiler nezdinde de saklanabilmesine izin verdik. Bu da e-fatura için çok önemli bir konuydu" dedi.

e- Deftere son başvuru tarihi : Aralık 2014

421 no'lu Tebliğ ile bazı sektörlere e- faturaya geçme konusunda zorunluluk getirildiğini söyleyen Akkoca, "Bunlardan en başta piyasada madeni yağ diye bilinen ve madeni yağ lisansına sahip olan firmaların tamamının e- faturaya geçme zorunluluğu bulunuyor. Ayrıca bunlardan mal alan firmaların da 2011 yılı cirosu 25 milyon üzerinde ise onlar da e- faturaya geçmek zorundalar. Ayrıca ÖTV Kanunu III Sayılı listedeki malları imal, inşa ve ithal eden mükellefler ile bunlardan mal alan ve 2011 yılı brüt satış hasılatı 10 milyon üzerinde bulunan firmaların da e- faturaya geçmesi zorunludur. Belirtilen zorunluluk kapsamında olan mükelleflerin 1 Ocak 2014 tarihinden sonra düzenlemiş olduğu kağıt faturaları kabul etmiyoruz. Dolayısıyla o kişilerin fatura düzenlemeleri ile ilgili vergi usulünde yazılan cezaları ne ise onların tamamıyla karşı karşıya kalmaları söz konusu" diye konuştu.

e- defter ile ilgili de paralel bir düzenlemenin söz konusu olduğunu söyleyen Hüdaverdi Akkoca, e- fatura uygulaması zorunluluğu getirilen tüm firmaların e- defter tutma zorunluluğu olduğuna dikkat



çektik. e- defter ile ilgili çalışmaların devam ettiğini belirten Akkoca, firmaların Aralık 2014 tarihine kadar e- defter uygulamasına başvurularının yapılmış olması gerektiğini söyledi.

Yeni düzenlemeler yolda

Maliye Bakanlığı'nın bir sonraki hedefleri hakkında da bilgi veren Gelir İdaresi Başkanı Hüdaverdi Akkoca, 20 bin civarında mükellefin hem e- fatura hem de e- defter kullanımının zorunlu olduğunu ancak bunu uzun vadede daha da geniş bir kitleye yaymayı amaçladıklarını vurguladı. Akkoca, "e- fatura maliyet azaltıcı, firmaların karlılığını artırıcı bir unsur. O yüzden buraya ne kadar çok firma katılırsa ülkemizin ekonomisi açısından da o kadar faydalı bir tablo ortaya çıkacak. Birinci etapta düşündüğümüz uygulamalardan bir tanesi de kamuya kesilen faturaların e- fatura olması yönünde. Bu uygulamanın birçok ülkede örneği var. Biz de bu uygulama ile daha geniş bir tabana hitap etmek istiyoruz" dedi. Daha sonra e- ticaret konusunda da çalışmalar yapacaklarını söyleyen Akkoca, internet üzerinden yapılan satışlara da e- fatura düzenlemesi getirmek istediklerini belirtti. İhracat satışlarının da e- fatura ile

yapılmasını istediklerini söyleyen Akkoca, bu çalışmaların takvimlerinin henüz belli olmadığını ifade etti.

"Teknolojiye ayak uydurmak zorundayız"

Gelir İdaresi Başkanlığı olarak e- fatura ve e- defter uygulamalarını denetim amaçlı yapmadıklarını belirten Hüdaverdi Akkoca, ilk hedefin dünya ülkelerinden geri kalmamak olduğunu söyledi. Tüm dünya ile birlikte gelişen teknolojiye ayak uydurmak zorunda olduğunu vurgulayan Akkoca, çok uluslu firmaların dünyaya hakim olduğunu ve bu anlamda onlarla iş yapabilmek için onların konuştuğu dilden konuşmanın önem arz ettiğini belirtti. Akkoca, "Türkiye'de e- fatura sistemine tam anlamıyla geçildiği takdirde hem ülke olarak hem de firma bazında bu uygulamanın çok büyük artılarını göreceğiz. Öncelikle firmalar; maliyetlerini azaltacaklar, zaman kazanacaklar ve karar vermede çok etkin hareket edebilecekler" dedi. Buradaki temel amacın uluslararası piyasadaki firmaların gittiği yöne doğru gitmek olduğunu belirten Akkoca, Sadece e- faturaya geçişle şirketler, cirolarının yüzde 3'ü kadar maliyetten kurtulacağını ifade etti.

SLİK

Est.1936

Fermuar & Aksesuar

www.itkib.org.tr

31

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

Türkiye'nin ilk moda girişimcilik merkezi : “İSTANBUL FASHION INCUBE

TÜRKİYE'NİN İLK MODA GİRİŞİMCİLİK MERKEZİ OLAN “İSTANBUL FASHION INCUBE”, GENÇ MODA TASARIMCILARININ ULUSAL VE ULUSLARARASI PLATFORMLARDAKİ REKABET EDEBİLME GÜCÜNÜ KUVVETLENDİRMEYİ HEDEFLİYOR. MERKEZ, YOĞUN REKABETİN YAŞANDIĞI MODA SEKTÖRÜNDE KENDİNE VAZGEÇİLMEZ BİR YER EDİNME YOLUNDA İLERLİYOR.

Moda endüstrisinin son dönemlerde önemli merkezlerinden biri haline gelen İstanbul, yerel ve küresel platformlarda önemli başarılar elde edebilecek yetenekleri bünyesinde barındırıyor. Söz konusu bu yeteneklerin varlığından ilham alarak hayata geçirilen, Türkiye'nin ilk moda girişimcilik merkezi olan “İstanbul Fashion Incube”, kendi markasını kurmuş genç moda tasarımcılarını, yoğun rekabetin yaşandığı moda sektöründe, uluslararası arenaya taşımayı hedefliyor. Genç moda tasarımcılarına kendi markalarını geliştirme imkanı sağlayan İstanbul Fashion Incube, İstanbul Hazır Giyim ve

Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından, İstanbul Kalkınma Ajansı'nda desteğiyle 2013 yılının başında hayata geçirildi. Kendi markalarını geliştirme potansiyeline sahip yetenekli, genç moda tasarımcılarına yaşamsal güç sağlayarak projelerini gerçekleştirme fırsatı sunan merkez, desteklediği tasarımcıların ulusal ve uluslararası platformlarda rekabet edebilme gücününün kuvvetlendirilmesini kendine amaç ediniyor. İstanbul Fashion Incube, tasarımcılarının global anlamda etkin olmalarını sağlamak için öncelikli olarak kuvvetli bir mekanizma ile onları kendi ülkelerinde güçlendirmeyi ve desteklemeyi hedefliyor.



Fashion Incube kimleri bekliyor?

Bir sene boyunca destek vereceği tasarımcılarda bir takım kriterler de arayan merkez, en az dört sezondan bu yana bir markaya sahip, markasının bir satış noktası bulunan, satın almaları ile yerli ve yabancı basın tarafından markasına dikkate değer ölçüde ilgi olan tasarımcıları bünyesine alıyor. Bu anlamda merkezin ilk yıl için desteklediği 10 tasarımcı arasında; Asu Aksu, Ayhan Yetgin, Burçe Bekrek, Ece Gözen, Emre Erdemoğlu, Günseli Türkay, Hande Çokrak, Nil Kandemir, Niyazi Erdoğan ve Songül Cabacı gibi isimler yer alıyor.



Modanın kalbinin attığı yer olarak nitelendirilen Nişantaşı'ndaki ofis ve showroomlarında çalışmalarına devam eden 10 tasarımcı ulusal ve uluslararası platformlarda markalarını kuvvetlendirmenin heyecanını yaşıyor.

Tasarım teknoloji ile buluştu

Tekstil ve hazır giyim sektöründe tasarım ile teknolojiyi birleştiren merkezde, sektörün küresel çapta rekabet edebilme gücünün kuvvetlendirilmesine katkı sağlamak üzere katma değeri yüksek ürün ve hizmet geliştirilmesi amaçlanıyor. Sektörün ortak kullanımına açık olan merkezde; nanoteknolojik, yüksek performanslı, ultra hafif ve yüksek dayanımlı organik, inorganik, kompozit, çok fonksiyonlu, ileri teknoloji içeren malzemeler, tasarım ve mühendislik uygulamaları bir arada çalışarak, insana ve çevreye duyarlı, katma değeri yüksek giyilebilir ürünlere dönüştürülmesi planlanıyor.

Ayrıca merkezde, malzeme teknolojilerinin Türkiye'ye transferi, bu malzemelerin geliştirilmesine dönük Ar-Ge faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve bu konuda üniversiteler ile işbirliklerine ve araştırmacı personelin yeteneklerinin geliştirilmesine altyapı oluşturacak çalışmalar da yapılacak.

Emeklerin meyvesi moda haftalarında toplandı

Türkiye'nin ilk moda girişimcilik merkezi olarak faaliyete geçen "Fashion Incube" bünyesinde desteklediği 7 kadın giyim tasarımcısını 27- 30 Eylül 2013 tarihleri arasında Paris'te düzenlenen 'Paris Sur Moda' fuarına götürdü. Tekstil, hazır giyim ve moda fuarı

olan Paris Sur Mode Fuarı'na; Asu Aksu, Burçe Bekrek, Ece Gözen, Günseli Türkay, Hande Çokrak, Nil Kandemir ve Songül Cabacı, Fashion Incube bünyesinde katılan tasarımcılar oldu. Böylece tasarımcılar İlkbahar/ Yaz 2014 koleksiyonlarını söz konusu fuarda dünyanın dört bir yanından gelen modaseverlerle buluşturma imkânı yakaladı. 7-11 Ekim tarihleri arasında gerçekleşen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da da genç yeteneklerine yer açan merkez, tasarımcıların moda dünyasındaki tanınırlığını artırmak için önemli bir adım atmış oldu.

Yurtdışı faaliyetlerine 25 – 28 Ocak 2014 tarihleri arasında, Paris'te gerçekleşecek, en önemli uluslararası fuarlardan biri kabul edilen Who's Next Fuar katılımıyla devam eden İstanbul Fashion Incube'un 8 kadın giyim tasarımcısı; Asu Aksu, Ayhan Yetgin, Burçe Bekrek, Ece Gözen, Günseli Türkay, Maid in Love/Hande Çokrak, Nil Kandemir ve Songül Cabacı, genç ve yetenekli tasarımcıların keşfedildiği 'Fresh' bölümünde, Sonbahar – Kış 2015 koleksiyonlarını sektörle buluşturacak.



Nişantaşı'nda 400 metrekarelik alana kurulan merkez bünyesinde; materyal kütüphanesi, kalıp, dikiş, kumaş baskı atölyeleri, fotoğraf stüdyosu, showroom, workshop alanı ve tasarımcı ofisleri yer alıyor.

10 tasarımcıdan 10'larca marifet

İstanbul Fashion Incube yapısı içinde desteklenen ilk grup girişimci genç moda tasarımcıları; Asu Aksu, Ayhan Yetgin, Burçe Bekrek, Ece Gözen, Emre Erdemoğlu, Günseli Türkay, Hande Çokrak, Nil Kandemir, Niyazi Erdoğan ve Songül Cabacı gibi isimlerden oluşuyor. Yıl boyunca süre gelen danışmanlık programları ve marka iletişim faaliyetleri ile tasarımcılar markalarını doğru yerde, doğru alıcı ile konumlandırarak girişimcilik kapasitelerini ileri taşıyor. Mayıs 2013'ten bu yana danışmanlar, seçilen tasarımcılara, İstanbul Fashion Incube Merkezi'ni ziyaret ederek birebir eğitimler veriyor.

İstanbul Fashion Incube bünyesinde yer alan 10 tasarımcıya merkezle ilgili düşüncelerini sorduk.

Moda tasarımcılarını destekleyen ilk moda girişimcilik merkezi olan İstanbul Fashion Incube" bünyesinde yer alan tasarımcılar olarak, burada olmanın size sağladığı avantajlar nelerdir?

Burçe Bekrek: Fashion Incube sayesinde uluslararası anlamda çok önemli profesyonellerden danışmanlık aldık.

Global anlamda bilinen birçok başarılı tasarımcılar ve markalara çalışan isimler bizlere yol gösterdi. Benim için en faydalı olan da buydu. Fashion Incube tam anlamıyla tasarımcıların çıkarları doğrultusunda hareket eden bir merkez. Öyle ki siz bir yandan markanız için çalışırken, biliyorsunuz ki sizin gözden kaçırdıklarınızı size sunan, ulaşamadığınız hedefler için çırpınan, her daim her şeye ihtiyacımız olduğunda sizin ekibiniz gibi desteğini sunan bir oluşum. Merkezin varlığını bilmek insanı rahatlatıyor. Fuar ve defile katılımlarımızı da gerçekleştiren ve bunun için tasarımcıya hiç bir maddi yük yüklemeyen Fashion Incube, bana kalırsa Türkiye'de gelmiş geçmiş hayata geçirilen en iyi oluşum.

Maid in Love:

Incube tasarımcılarının İlkbahar/ Yaz 2014 sezonuna dair hazırladıkları koleksiyonlar son derece başarılı oldu. Tabi bu yeteneklerin arasında 'Maid in Love' isimli markamla yer alıyormak benim için çok heyecan verici. Fashion Incube merkezinin bizlere sunduğu halkla ilişkiler desteğinden, numune atölyesinden, fuar tecrübesine kadar birçok konuda faydalandık. Koleksiyonun hazırlık aşamasından üretim sürecine kadar her adımda bu sektörde tecrübeli profesyoneller-





den danışmanlık aldık, birebir toplantılar yaptık ve böylelikle en iyi isimler tarafından yönlendirilmiş olduk. Ayrıca tasarımcılar olarak kendi aramızda da müthiş bir uyum ve arkadaşlık oluştu. Kısaca bu proje içinde olmak bizi kısa zamanda çok daha ileri bir noktaya götürdü.

Bu merkezde sektörün küresel rekabet gücünün kuvvetlendirilmesine katkı sağlamak adına katma değeri yüksek ürün ve hizmet geliştirilmesi amaçlanıyor. Bu amaca nasıl ulaşılacak?

Niyazi Erdoğan: Tasarımcı markaları yarattıkları koleksiyonlarla tekstil sektörüne her zaman ön ayak olmuşlardır. Oluşturulan farklı konseptler, teknolojinin geliştirdiği yeni materyaller ve üretim teknikleriyle desteklendiğinde başka bir noktaya taşınacaktır. Bu da başarıyı getiren bir katma değer olarak karşımıza çıkar.

Günseli Türkay: Fashion Incube,

moda girişimcilik merkezi olarak; tasarımcı markalarının uluslararası pazardaki rekabet gücünü arttırmak ve dünya çapında bir marka seviyesine taşımak için geliştirilmiş bir proje. Dünya geneline baktığımızda da Londra'dan çıkan genç ve bir o kadar da başarılı Mary Katrantzou, Erdem ve Peter Pilotto gibi önemli isimlerin de benzer merkez yapılarında yer aldığını görüyoruz. Ben de diğer 9 tasarımcı arkadaşarımla en prestijli ve geleceğe yatırım yapan moda oluşumlarından birinde yer almaktan büyük mutluluk duyuyorum.

Asu Aksu: Türkiye birçok alanda olduğu gibi hazır giyimde de artık üretici ülke olmaktan çıkıp, yaratıcı ülke konumuna geçiyor. Bu değişime ve gelişime uyum sağlamak için önceliği tasarımcıya, emeğe, iş gücüne, eğitime vermeliyiz. Gerekli kalite seviyesine ancak bu şekilde ulaşılabileneceğini, teknolojinin ancak bu noktadan sonra bir katma değeri olacağını düşünüyorum. Teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin, insan emeğine, aklına bağımlı bir sektör. Elimizde tasarlanmış ürün olmadıktan sonra, tasarlanmış ürün de olsa, onu hayata

geçirecek yeterlilikte ve yetenekte kalıp ve dikim ustaları olmadıkça maalesef ilerleme kaydetmemiz mümkün değil.

Bu merkezde sektörün önde gelen marka ve tasarımcılarıyla çalışmış danışmanlarla bir araya geldiniz. Bu danışmanlık alanlarından biraz bahsedebilir misiniz?

Ece Gözen: Özellikle uluslararası alanda başarılı olmayı hedefleyen bir tasarımcısı olarak, merkezin bana en büyük katkılarından biri aldığım danışmanlık hizmetiydi. Koleksiyonun en başından sonuna markamla ilgili her konuda destek alıp, iş planlarımı buna göre hazırlamış olmak büyük bir ayrıcalık oldu. Danışmanlarımızla yaptığımız toplantılarda, yaratıcı araştırma ve fikir geliştirme, koleksiyon planlaması ve stratejisi, iş modeli, marka oluşturma, pazarlama ve marka değeri yaratmak gibi birçok önemli alanlarda eğitimler aldık. Bu değerli bilgilerin kısa vadede ve alacağımız desteklerle markalarımıza nasıl yansıdığını görmek mümkün olacaktır.

KİM BU 10 TASARIMCI
İstanbul Fashion Incube'un desteklediği 10 tasarımcı arasında;

Asu Aksu
Ayhan Yetgin
Burçe Bekrek
Ece Cözen
Emre Erdemoğlu
Hande Çokrak (Made In Love)
Günseli Türkay
Nil Kandemir
Niyazi Erdoğan
Songül Cabacı yer alıyor



Tasarımcılar, yıl boyunca süre gelen danışmanlık programları ve marka iletişim faaliyetleri ile markalarını doğru yerde, doğru alıcı ile konumlandırarak girişimcilik kapasitelerini ileri taşıyor.

Emre Erdemoğlu: Merkez kapsamında seçilen 10 tasarımcıdan biriyim. Ofisimiz ve üretim atölyemiz Nişantaşı'nda bulunuyor. Lokasyon olarak doğru bir yerde olduğumuzu düşünüyorum. Merkez bünyesinde uluslararası arenalarda önemli başarılar kazanmış, dünyanın en büyük moda marka ve tasarımcıları ile çalışmış isimlerden; kendi markalarımızı kurma, üretim, pazarlama, muhasebe ve finansman gibi iş süreçlerimizi yönetme, koleksiyonlarımızı geliştirme konularında danışmanlık ve profesyonel destekler alıyoruz. Bizlerin; ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtımlarımızı desteklemeyi amaçlayan İstanbul Fashion Incube, yurtdışı fuarlarına katılmamızı, markalarımızın uluslararası arenada da yer almasını sağlıyor. Projenin içinde olduğum için mutluyum. Türkiye'de buna benzer organizasyonların yapılması gerektiğini düşünüyorum.

Merkezin sizlere sunduğu fırsatlardan biri de Paris Sur Moda Fuarı ve Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da koleksiyonlarınızı modaseverlerle buluşturmanız oldu...

Songül Cabacı: 2014 yaz koleksiyonumu cosmos temasıyla hazırladım. İpek ve derilerden oluşan bu koleksiyonda güçlü kadınların silüetlerini sundum.



Lüks ve sadeliğin bir arada olduğu net bir çizgi vardı. Lazerli deri kesimler ise koleksiyonun en çarpıcı olan detaylarıydı. Bu koleksiyon ile fuara katılmaktan inanılmaz memnuniyet duydum. Çünkü çok iyi satın almacılar ile tanışma fırsatını yakaladım ve net olan çizgimi onlara göstermiş oldum. Fuarda çok iyi yorumlar aldım ve Dubai'nin iyi bir butikçisiyle çalışma imkanı yakaladım. İlk katılımda olumlu gelişen süreçler memnuniyet vericiydi.

Nil Kandemir: Bu fuar sayesinde dünyanın bir çok yerinden satın almacılarla ve sektörden insanlarla tanışma fırsatı bulduk. Koleksiyonlarımızla ilgili olumlu veya olumsuz geri bildirimler aldık, bu da bize gelecek koleksiyonlarımızı yönlendirme anlamında çok faydalı oldu. Paris Sur Mode Fuarı'nda ve Mercedes Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğim 2014 Yaz koleksiyonum ipekli ve pamuklu kumaşların yoğunlukta olduğu dökümlü, uçuşan bir koleksiyon. Açık pastel tonların hakim olduğu koleksiyonumda sıklıkla transparan detaylara yer verdim. Bu detaylar da parçalara hareket getirdi.

Ayhan Yetgin: Danışmanlar ilk önce markalarımızın sektörde daha etkin bir şekilde yer alabilmesi adına en önemli noktalarda bizlere eşlik ediyor. Danışmanlar eşliğinde yaptığımız çalışmalar; ürünlerimizi satmak istediğimiz pazar ve kitle açısından koleksiyon hazırlama süreçlerinde bize yol gösterici oluyor. Böylece hangi ürünü hangi pazara hazırlamamız gerektiğini analiz etmiş oluyoruz.





Messe München
International

Connecting Global Competence

SPORTS, BUSINESS, CONNECTED.



ISPO MUNICH

JANUARY 26-29, 2014

ISPO.COM



ISPO MUNICH

TÜRKİYE'NİN HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDEKİ GÜCÜNÜN TASARIMLA DESTEKLENDİĞİNİ SÖYLEYEN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, İSTANBUL FASHION INCUBE İÇİNDE GERÇEKLEŞEN ÇALIŞMALARIN DA BU AMAÇ ETRAFINDA SÜRDÜRÜLDÜĞÜNÜ DİLE GETİRDİ.

TASARIM

38

“İstanbul Fashion Incube sektöre katma değer yaratacak”

Genç moda tasarımcılarına kendi markalarını geliştirme imkanı sağlayan İstanbul Fashion Incube’u İstanbul Kalkınma Ajansı’nın da desteğiyle 2013 yılının başında hayata geçirdiklerini söyleyen İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bu projenin Birlik olarak tasarım kadar tasarımcıya da ne kadar önem verdiklerinin en doğru örneklerinden biri olduğunu söyledi.

Genç moda tasarımcılarına kendi markalarını geliştirme imkanı sağlamak adına Türkiye’nin ilk moda girişimcilik merkezi olan İstanbul Fashion Incube’u faaliyete soktuklarını söyleyen İHKİB Başkanı Tanrıverdi, Türkiye’deki moda sektöründeki yetenekli ve gelecek vadeden genç tasarımcıların varlığından yola çıkarak bu merkezi oluştuklarını dile getirdi. Tanrıverdi, bu merkezle kendi markalarını geliştirme potansiyeline sahip yetenekli tasarımcıların ulusal ve uluslararası platformlarda rekabet edebilme gücünün kuvvetlendirilmesine destek olunacağını belirtti.

“Tasarımı teknoloji ile harmanladık”

İstanbul Fashion Incube bünyesinde destek verilecek tasarımcılarda belli kriterlerin de arandığına dikkat çekti. Tanrıverdi, “En az dört sezondan bu yana bir markaya sahip, markasının bir satış noktası bulunan, satın almacılar ile yerli ve yabancı basın tarafından markasına dikkate değer ölçüde ilgi olan tasarımcılar bu projenin içinde yer alabiliyor” dedi. Merkezde teknoloji ve tasarımın iç içe harmanlandığını dile getiren Hikmet Tanrıverdi, Türkiye’nin tekstil ve hazır giyim alanında elinin son derece güçlü olduğunu ve dünya tekstilinden daha fazla pay alabilmek için tasarımın gücüne inanılması gerektiğini belirtti. İstanbul’un bir moda merkezi olduğunu belirten Hikmet Tanrıverdi, “Türkiye’de bilinen bir tasarımcının yurtdışında da bilinirliğini artırmak ve adını duyurmak için bu merkezi hayata geçirdik. Genç tasarımcıların bakış açılarını daha evrensel boyuta taşıyabilmek adına Birlik olarak elimizden gelen tüm desteği vereceğiz” dedi.



“Tasarımcılarımızı her platformda destekliyoruz”

İstanbul Fashion Incube bünyesinde olan tasarımcıların her platformda desteklendiğini söyleyen Tanrıverdi, “İstanbul Fashion Incube” bünyesinde desteklediği 7 kadın giyim tasarımcısını, tekstil, hazır giyim ve moda fuarı olan Paris Sur Mode Fuarı’na gö-

türdü. Tasarımcılar burada koleksiyonlarını sergileme ve dış pazarlara gösterme imkanı yakaladı. Tasarımcılar Mercedes- Benz Fashion Week İstanbul’da da dünyanın dört bir taraftan moda severlerle yine koleksiyonlarını buluşturma imkanı elde etti” dedi. Tanrıverdi, yıl boyu gerçekleştirilen danışmanlık programları ve marka iletişim faaliyetleri ile de tasarımcılara yol gösterildiğini sözlerine ekledi.



Sektörün GÜÇLÜ YÜZÜ

8. GELİNLİK, DAMATLIK ve ABİYE GİYİM FUARI

22-25 OCAK 2014

İzmir Uluslararası Fuar Alanı - KÜLTÜR PARK - İZMİR



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

www.izmirfair.com.tr



www.facebook.com/lfwedding.izfas.com.tr



@IZFASIZMIRFAIR

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ İÇİN BİR “KÜME GİRİŞİMİ” OLARAK GÖRÜLEN “UR- GE- 3T HAZIR GİYİM KÜME PROJESİ”NDE ÜÇÜNCÜ AŞAMAYA GELİNDİ. PROJENİN ÖNEMLİ BİR AYAĞI OLAN EĞİTİM ALANINDA İLK FAALİYETİNİ GERÇEKLEŞTİREN İHKİB, KÜME İÇİNDE BULUNAN 26 FİRMAYI MODA TREND EĞİTİMİNDE BİR ARAYA GETİRDİ.



UR-GE PROJESİ'NDE ÜÇÜNCÜ ADIM

Sürdürülebilir ihracatı artırmak ve uluslararası rekabet gücünü geliştirmek adına hedef odaklı adımlara odaklanan İHKİB, Ekonomi Bakanlığı'nın da desteğiyle küçük ve orta ölçekli firmaları baz alarak tohumlarını attığı “UR- GE- 3T Hazır giyim Küme Projesi”nde üçüncü aşamaya geldi. Projenin 11 Haziran'da yapılan başlangıç toplantısı ve 12 Eylül'de “İhtiyaç Analizi Sonuç Değerlendirme Toplantısı”nın ardından Birlik projenin üçüncü ayağı olan eğitim ve danışmanlık alanında ilk faaliyetini gerçekleştirdi ve küme içinde bulunan 26 firmayı moda trend eğitiminde bir araya getirdi. Elinde bulundurduğu bütün argümanları harekete geçiren İHKİB, 11 Kasım tarihinde dünyaca ünlü trend tahmin ajansı WGSN

(Worth Global Style Network) tarafından verdiği trend semineri ile UR-GE projesi içerisinde yer alan firma ve tasarımcıların global ölçekte üretim ve tasarım yapabilmesi için yol gösterdi.

Geçtiğimiz Haziran ayında start alan ve 3 yıl boyunca devam edecek olan proje kapsamında gerçekleşen faaliyetlerin firmaların ihtiyaçları doğrultusunda belirlendiğini ifade eden UR-GE Proje Koordinatörü Özlem Güneş, WGSN ile gerçekleşen ve projenin üçüncü adımı olan eğitimin de son derece verimli geçtiğine vurgu yaptı. Güneş, “WGSN dünyanın önde gelen moda trend tahmin ajansı. İHKİB olarak proje kapsamında yer alan 26 firmayı WGSN işbirliği ile 2015 İlkbahar/ Yaz modasının ele alındığı

seminerde bir araya getirdik” dedi. Yurtdışı pazarlama faaliyetlerine de ‘Who's Next Fuarı’ ile başlayacaklarını belirten Güneş, bu fuarları takiben daha birçok organizasyon gerçekleştireceklerini ifade etti. Dünya modasına dair gelecek trendleri 360 derecelik bakış açısıyla ele alan WGSN tarafından verilen seminerde, 26 firmanın faaliyet alanı olan bayan giyim tasarımı üzerine İlkbahar/ Yaz makro trend sunumu, tüketici ve sosyal trendler firmalara anlatıldı. WGSN'in Danışmanlık Bölüm Direktörü Ruth Marshall- Johnson'un konuşmacılığında gerçekleşen eğitim, firmalara gelecek sezon nelerin moda olacağına dair ip uçları verdi. 2015 İlkbahar/ Yaz modasında çok yumuşak kumaşların kullanılacağına dikkat

çeken Ruth Marshall-Johnson, kıyafetlerde grafik ve mimari desenlerin yoğun bir şekilde görüleceğini de dile getirdi. 2015 İlkbahar/ Yaz modasının ele alındığı seminerde trendler; "Focus", "History 2. 0" ve "Bio- Dynamic" başlıkları altında incelendi.

Modaya gündelik giysilerle "Focus"lanın

Modanın önemli bir gelişme olduğuna vurgu yapılan temada, sportif, rahat ve gündelik giysiler ön plana çıkıyor. Basit ve sade bir tasarımın göze çarpması için kumaşların kalitesinin yüksek olması gerektiğinin söylendiği temada; geometrik desenler, mimari yapı özelliği ve denim kumaşların çoklukla kullanıldığı görülüyor. Temada zengin görünümden sade görünüme geçişin olduğu ve modanın sofistike bir şekilde gündelik görünüme büründüğü belirtiliyor. Spor kumaşların volümlerle hareketlendirildiği temada renklerde ton üzerine ton çalışmasıyla gölge bir görünüm elde ediliyor. Romantizmi içinde barındıran filtrelenmiş çiçek desenleri



WGSN'in Danışmanlık Bölüm Direktörü Ruth Marshall- Johnson'un konuşmacılığında gerçekleşen eğitim, firmalara gelecek sezon nelerin moda olacağına dair ip uçları verdi.

2015 yılının da gözdesi. Geçmişte sıklıkla kullanılan kamuflaj desenleri yerini irili ufaklı çiçek desenlerine bırakıyor ve bu desenlerin t-shirtten eteğe, pantolondan ceketle her tür giyside kullanıldığını görüyoruz. Denimin sıklıkla kombin edildiği t- shirtlerde ise slogan yazıları ön plana çıkıyor. Denizcilik unsurunun da rastlanıldığı temada, detaylar bluzların önüne yerine arkasında da yer alabiliyor ve böylelikle modanın yönünü belirliyor. Toz pembeler, uçuk maviler, açık sarıların yoğun olarak hissedildiği tema doğa ile iç içe oluşu gösteriyor ve insan duygusunu rahatlatan renklerin yoğun olduğu bir kümeye sahip. Denim pantolonlarda sıradanlığın dışına çıkarak poşet ceplerin, farklı kumaş detaylarının görüldüğü tema, geleceğin el işçiliğine dayanıyor. Üç boyutlu dokuların olduğu ve kabartma etkisi veren kumaşların da kullanıldığı temada örgü motifler el sanatlarının önemini yansıtıyor. Küçük unsurların farklı bir tarz yarattığı denimler, 'kendin yap, kendin giy' sloganından yola çıkıyor. Denimlerde; patchworkler, örgü kumaşlar, ton üstüne ton çalışması şehir hayatından uzaklaştırarak insanlara organik bir görüntü veriyor. Skinny jeanlerin yerini boyfriend jeanlerin aldığı sezonda 90'lı yılların etkisi beliriyor. Uzun ve dar gömleklerin yerine kısa gömlekler trend oluyor. Belden büzgülü elbiseler ise kadınların vazgeçilmez konumunda yerini alıyor. Temiz sanatsal

çizgilerin hakim olduğu temada, spor görüntü ve romantik çizgiler bir araya gelerek rahatlığı yansıtıyor. Aksesuarlarda ise sadelik ve unisex özellik göze çarpıyor.

Eski ve yeni arasındaki köprü: "History 2. 0"

Tarihten ilham alınan temada, kumaşlar ve çizgiler altın çağını yaşıyor. Geçmiş bugüne harmanlayarak oluşan trendler, eski ve yeni arasında bir köprü oluşturuyor. Tarihin modernize olduğu temada, grafiklerin ön plana çıktığı ve iskelet detaylarının çok yoğun olduğu görülüyor. Arkeolojiden de esinlenen "History 2. 0",da modern mimarinin çizgileri insana farklı bir hava katıyor. Kıyafetlerde baskıların da sıklıkla görüldüğü temada, renklerin zengin kullanımı söz konusu. Pembe tonlarının ve gün batımı renklerinin yoğun olduğu tema, spor kıyafetlerde farklı bir etki oluştururken, desenlerin kabartmalı oluşu ürüne biçim de kazandırıyor. Kültür unsurlarının yansıtıldığı tema, stylinge de önem veriyor. Püskül detaylarının yoğun görüldüğü koleksiyon, yerel desenlerle kombinlenerek göz dolduruyor. İlhamını farklı kültürlerden alan tema, giysilerde küçük büyük fontlarla yazılmış yazılara ve tabela detaylarına kucak açıyor. Denim pantolonlarda kumsal dokunuşlar ve ağırlanmış yüzeyler dikkat çekiyor. Etnik yapıların, örgü detaylarının sıklıkla kullanıldığı temada romantizmin etkisi fark edilmeyecek gibi değil. Basit ama yerel kullanımlar, romantik pileler markaları ön plana çıkararak detaylar arasında yer alıyor.



TREND SEMİNERİ

2015 YILININ RENK TRENDLERİNİN DE ANLATILDIĞI EĞİTİMDE, İNSANLARIN TASARIMDAN VE GELİŞİMDEN ETKİLENECEĞİNE VURGU YAPILDI. 2015 İLKBAHAR/ YAZ MODASININ ELE ALINDIĞI SEMİNERDE TRENDLER FOCUS, HISTORY 2. 0 VE BIO- DYNAMIC BAŞLIKLARI ALTINDA İNCELENDİ.



BERAT KAVIŞKAN
Jadore Giyim Yön. Kur. Bşk. Yrd.

“EĞİTİMLER İHTİYAÇ DOĞRULTUSUNDA ŞEKİLLENİYOR”

Bu proje ile birlikte farklı firmalarla birlikte hareket etmeyi, fikir alışverişinde bulunmayı kavırıyoruz. Bu eğitimler de firmaların ihtiyaçları doğrultusunda şekilleniyor. Benim arzum, bu tarz eğitimlerde daha spesifik konularda eğitimler de verilmesidir. Yani sadece abiyede hangi renk ön planda olacak onu bilmek yerine moda olan kumaşı, deseni de öğrenelim isterim. Bu proje sürdürülebilir ihracatı artırmak ve firmaların uluslararası rekabet gücünü geliştirmek adına hayata geçirilen bir çalışma. Projenin ilerleyen zamanlarda daha fazla etkileşimle, daha hızlı yol almasını umuyoruz



NECMETTİN ARAS
Baran Giyim Genel Müdürü

“UR- GE PROJESİ OYUNU KURALINA UYDURUYOR”

Bu proje bizim de içerisinde yer aldığımız 26 firmaya hızlı modaı yakından edebilmeleri ve dış pazarlara açılmaları için büyük bir imkan tanıyor. Bugün burada gerçekleşen moda trend eğitimi de bizler için son derece faydalı bir adım oldu. Bu trend seminerinin kendi alanında en iyilerinden biri olan WGSN tarafından verilmesi de İHKİB'in bu projeye ne denli önem verdiğinin önemli bir göstergesi oldu. Bu proje içerisinde yer alan firmalar küme halinde hareket ediyor ve devlet desteğini de alarak gelişimlerini sağlıyor. UR- GE projesi bir anlamda oyunu kuralına göre oynayacak firmalara rehber oluyor

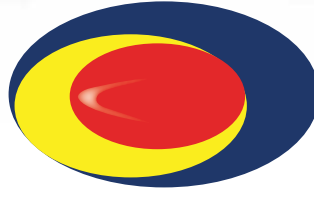
Özel kıyafetlerde kullanılan vişne çürüğü rengi, kırmızının tonları transparan detaylarla birleşiyor. Temada 70'li yılların etkisi sıklıkla görülürken, elbiselerde ön plana çıkan spagetti askılar, minimal kumaşlar ve hafif dokunuşlar tüketicinin tercihi oluyor. Aksesuarlarda ise kedi gözü gözlükler ve cesur parçalar ön plana çıkıyor.

Kodlardan ilham aldık: “Bio- Dynamic”

Matematiksel kodlardan ilham alan temada kontrollü bir kaos görülüyor. Büzgütlü iplerin sıklıkla kullanıldığı koleksiyonda fantastik grafitilerin kullanımı da göze çarpıyor. Birbirine zıt unsurlar farklı bir tarz oluştururken, renk patlamalarının, aşırı boyamaların ve hayvan desenlerinin trendi yeniden canlanıyor. Kirlenmiş renklere canlı renk uygulaması ile çağdaş renklere bir mesaj veriliyor. Ton üstüne ton uygulamasının canlı renklere de görülebileceğinin mesajını veren temada, ışıklar da giysilere güneşi yansıtıyor. Kentsel giyimden örnek alınan temada, doymun renklerin kullanımı tüketicilere alternatifler sunuyor. Erkekse kadın giysileri, tırtıklı kabartmalı desenler, cepleri büyük blazer ceketler sezonun trendini oluşturuyor. Gündelik ceketlerde ve kıyafetlerde cep detayının farklı yerlerde kullanılması tüketicinin dikkatini çekmesi için yeterli gibi görünüyor. Bir denim elbisede arka yerine ön tarafta cep kullanılması hem elbisenin tarzını değiştiriyor, hem de

dikkat çekiyor. Kısa kesilmiş kaykaycı jeanleri ve hacimli erkekse hırkalar mevsim geçişlerinde en sık kullanılan parçalar arasında yer alıyor. Diz boyundaki dar kalem etekler, diz üstü t-shirt elbiseler çizgili kumaşlarla göz dolduruyor. Ekose detayların sıklıkla görüldüğü gömleklere ise boyfriend jeanlerle kombinleniyor. Gece kıyafetlerinde şerit detayları, blazer ceketler ve bluzlardaki hayvan desenleri sıklığın göstergesi oluyor. Aksesuarlarda ise büyük ve göze çarpan motifler kullanılırken, yaka detayı gibi kullanılan gerdanlıklar giysilere farklı bir hava katıyor.





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

www.anadoluiplik.com.tr

NYLON

PAMUK

POLYESTER



Nylon 6 Düz İplikler (FDY)
Nylon 6 Tekstüre İplikler (DTY)
Nylon 6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)

Nylon 6.6 Düz İplikler (FDY)
Nylon 6.6 Tekstüre İplikler (DTY)
Nylon 6.6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)

Ring Compact Penye İplikler
Ring Penye İplikler
Ring Karde İplikler
Ring Penye Core-Spun İplikler
Ring Karde Core-Spun İplikler
Open-End İplikler
Flamlı İplikler

Polyester Tekstüre İplikler (DTY)
Polyester Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



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



Dosso Dossi



**MIRANDA
KERR**



TARKAN

8-13 OCAK
ANTALYA

Moda yeniden doğuyor

DOSSO / FASHION
DOSSI / SHOW 2014

www.dossodossi.com



İDMİB, DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATINDA TÜRKİYE'NİN GÖZDE PAZARI HALİNE GELEN ÇİN'E, 23-30 EKİM TARİHLERİNDE SEKTÖREL TİCARET HEYETİ PROGRAMI DÜZENLEYEREK, TÜRK FİRMALARININ SÖZ KONUSU PAZARDAKİ İHRACAT ORANLARINI ARTIRMALARININ ÖNÜNÜ AÇTI.

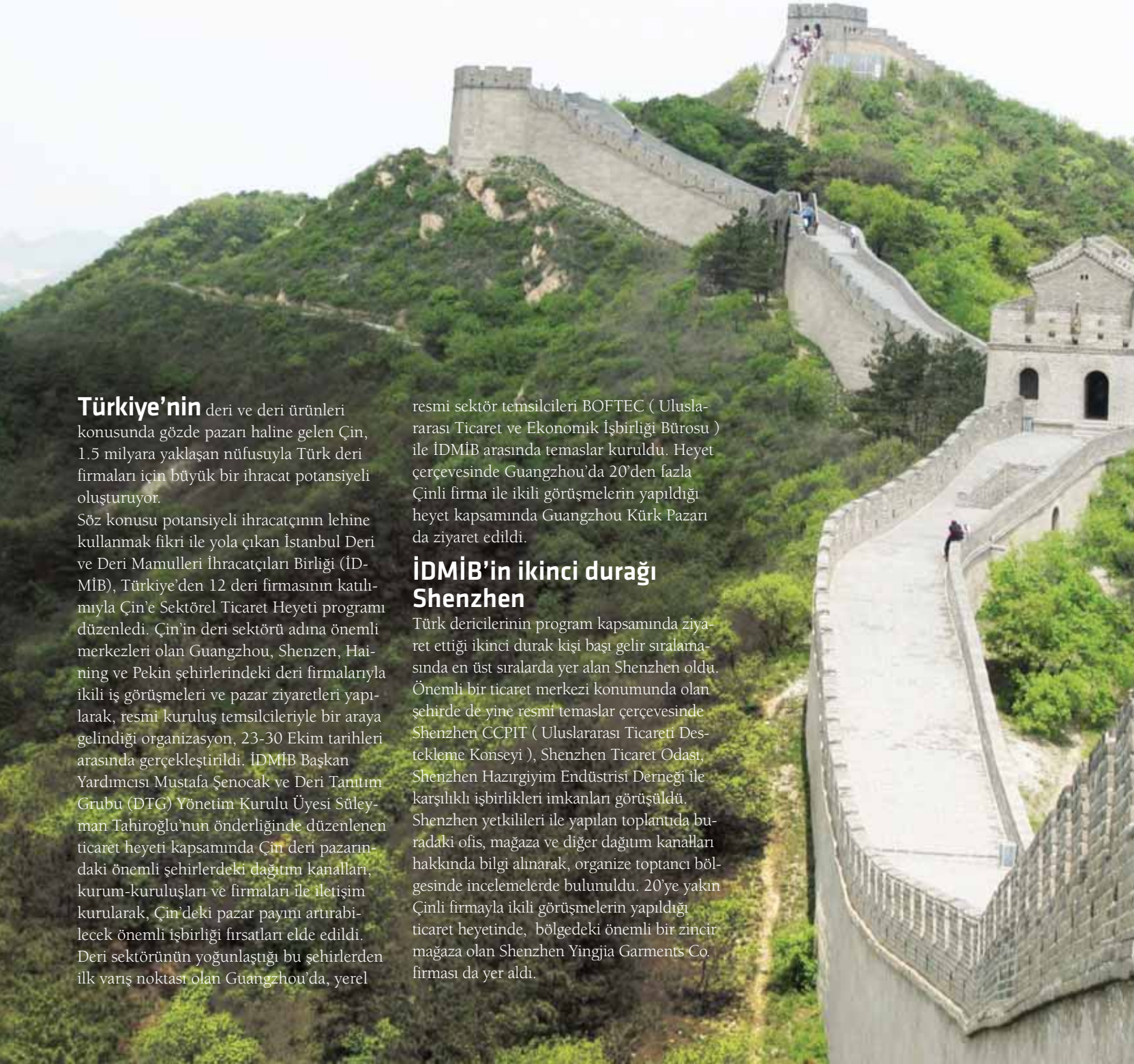
İDMİB, ÇİN SEDDİNİ

Türkiye'nin deri ve deri ürünleri konusunda gözde pazarı haline gelen Çin, 1.5 milyara yaklaşan nüfusuyla Türk deri firmaları için büyük bir ihracat potansiyeli oluşturuyor. Söz konusu potansiyeli ihracatçının lehine kullanmak fikri ile yola çıkan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), Türkiye'den 12 deri firmasının katılımıyla Çin'e Sektörel Ticaret Heyeti programı düzenledi. Çin'in deri sektörü adına önemli merkezleri olan Guangzhou, Shenzen, Haining ve Pekin şehirlerindeki deri firmalarıyla ikili iş görüşmeleri ve pazar ziyaretleri yapılarak, resmi kuruluş temsilcileriyle bir araya geldiği organizasyon, 23-30 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirildi. İDMİB Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) Yönetim Kurulu Üyesi Süleyman Tahiroğlu'nun önderliğinde düzenlenen ticaret heyeti kapsamında Çin deri pazarındaki önemli şehirlerdeki dağıtım kanalları, kurum-kuruluşları ve firmaları ile iletişim kurularak, Çin'deki pazar payını artırabilecek önemli işbirliği fırsatları elde edildi. Deri sektörünün yoğunlaştığı bu şehirlerden ilk varış noktası olan Guangzhou'da, yerel

resmi sektör temsilcileri BOFTEC (Uluslararası Ticaret ve Ekonomik İşbirliği Bürosu) ile İDMİB arasında temaslar kuruldu. Heyet çerçevesinde Guangzhou'da 20'den fazla Çinli firma ile ikili görüşmelerin yapıldığı heyet kapsamında Guangzhou Kürk Pazarı da ziyaret edildi.

İDMİB'in ikinci durağı Shenzen

Türk dericilerinin program kapsamında ziyaret ettiği ikinci durak kişi başı gelir sıralamasında en üst sıralarda yer alan Shenzen oldu. Önemli bir ticaret merkezi konumunda olan şehirde de yine resmi temaslar çerçevesinde Shenzen CCPIT (Uluslararası Ticareti Destekleme Konseyi), Shenzen Ticaret Odası, Shenzen Hazirgiyim Endüstrisi Demeği ile karşılıklı işbirlikleri imkanları görüşüldü. Shenzen yetkilileri ile yapılan toplantıda buradaki ofis, mağaza ve diğer dağıtım kanalları hakkında bilgi alınarak, organize toptancı bölgesinde incelemelerde bulunuldu. 20'ye yakın Çinli firmayla ikili görüşmelerin yapıldığı ticaret heyetinde, bölgedeki önemli bir zincir mağaza olan Shenzen Yingjia Garments Co. firması da yer aldı.



AŞTI



Türkiye'den 12 deri firmasının katılımıyla Çin'e düzenlenen heyetle Çin'in deri sektörü adına önemli merkezleri olan Guangzhou, Shenzen, Haining ve Pekin ziyaret edildi.

Türk dericilerinin favorisi Haining

İDMİB'in üçüncü durağı olan Haining, Çin deri sektörü için en önemli şehir olarak ön plana çıkıyor. Nüfus ve coğrafi açıdan çok büyük bir şehir olmayan Haining, Çin organize deri pazarının mevcut olduğu bölgede yer almasıyla Türk dericileri için ihracat potansiyeli sağlayan bir merkez. Ticaret heyeti kapsamında Haining Ticaret Bürosu ve Haining Deri Endüstrisi Derneği ile İDMİB arasında resmi temaslarda bulunuldu. Haining'de yapılan ikili görüşmelere 40'dan fazla Çinli firma katılarak, Türk derisinin kalitesini tanıma fırsatı yakaladı. Son durak olan Çin'in başkenti Pekin'in de gezildiği heyette, Çin Deri Endüstrisi Derneği ve Ekonomik İşbirliği Merkezi ile görüşmeler yapıldı.

Dericiler Çin pazarını keşfe çıktı

Çin'e gerçekleştirilen Sektörel Ticaret Heyeti ile ilgili görüşlerini paylaşan İDMİB Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak, heyetin düzenlenme amacını Türk dericilerine Çin pazarının tanıtılması ve iş bağlantılarının kurulmasını sağlamak olarak açıkladı. Bu kapsamda iki taraf arasında karşılıklı görüşmelerin yapıldığını söyleyen Şenocak, "Türk firmalarına Çin'e hem ham deri bazında, hem de deri konfeksiyon ürünleri bazında neler satılabileceklerini göstermeye çalıştık" dedi. Türk firmalarına düzenlenen heyetle, Çin ile rekabet edebilme anlamında buldukları noktayı da görme fırsatı verdiklerini söyleyen Şenocak, "Firmalarımıza hangi ürünlerle, Çin pazarında rekabet edilebilme şanslarının olduğunu gösterdik" dedi.



TÜRKİYE’NİN DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ KONUSUNDA GÖZDE PAZARI KONUMUNA YÜKSELEN ÇİN, KALABALIK NÜFUSUYLA TÜRK DERİ FİRMALARI İÇİN BÜYÜK BİR İHRACAT POTANSİYELİ OLUŞTURUYOR.

TİCARET HEYETİ

48



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Başkan Yardımcısı

“Çinliler bizim kalitemizden, moda ve tasarımıdaki gücümüzden yararlanmak istiyorlar”

“Doğru strateji belirlenmeli”

Şenocak, heyet sonucunda Çinliler’in Türk dericileri ile ticarete sıcak baktıklarını belirtti. Türk deri firmalarının, yarı mamul ürünlerde ihracat yapma şansını daha fazla gördüklerini söyleyen Şenocak, “İleriki dönemlerde Çin’de Türkiye’nin deri konfeksiyonu alanında da ciddi anlamda pazar payının oluşacağını düşünüyorum” açıklamalarında bulundu. Katma değeri yüksek ürünlerle Türkiye’nin ihracatını daha da artıracığını anlatan Şenocak, Çin’e yapılan ihracat stratejisinin bu yönde olması gerektiğini aktardı. Şenocak, Çin’in nüfus anlamında büyük bir ülke olduğunu hatırlatarak, ülkenin belli bölgelerine belli ürünlerle hitap edilebileceğinin altını çizdi.

“Çinliler gücümüzden faydalanmak istiyor”

Şenocak, Türkiye’nin deri sektöründe 500 yıllık geçmişe sahip olduğunu söyleyerek, “Çinliler; kalite, moda ve tasarım anlamında gücümüzden faydalanmak istiyorlar” şeklinde konuştu. Çin’de danışman firmalardan faydalanılarak dört şehre yönelik düzenlenen heyette, Çinli firmaların daha çok tabakhanelerle görüşmeyi talep ettiklerini söyleyen



Şenocak, ilerleyen zamanlarda konfeksiyon ürünlerine de yoğun bir talebin söz konusu olacağını ifade etti. Şenocak,

konfeksiyon alanında da ciddi anlamda ihracat artışlarının olduğunu ve bir çok Türk konfeksiyon şirketinin Çin’de yapılanma arayışlarında olduğunu belirterek, ticaret heyetinin birincil amacının pazarı araştırmak ve tanımak olduğunu söyledi. Düzenlenen heyetle ihracat departmanlarında hareket kabiliyeti kısıtlı olan firmalara söz konusu pazarı tanıtmış oldukları belirten Şenocak, “Firmalar hedef olarak belirledikleri pazarı gördükten sonra ticari ilişkiler için harekete geçebilir. Bu tip

HEYETE KATILAN FİRMALAR

Addaks Deri, Derimsa Deri, Simge Deri, Ulaş-Can Deri, Yateks Yakut, Salman Deri, Oğur Deri, Midi Deri, Keskin Deri, Gürsel Deri, Femella Deri, Çetinkaya Deri

ticaret heyetlerine dev Çin’de devam edilmesi gerekiyor. Bu heyet sayesinde firmalar pazara hangi tip ürünle nasıl girebileceklerini görmüş

oldu. Ayrıca Çinli firmalarla daha sıcak bir diyalog kuruldu. Yıllardır Çin’e giden bir sektör temsilcisi olarak, geleceğe yönelik projelerin güvene dayalı bir ortamda gerçekleşebileceğini gördüm. Bu heyetlerin, Çin’in diğer bölgelerine de genişletilerek devam etmesinin çok daha faydalı olacağını düşünüyorum. İlerleyen dönemlerde bölgeye derinin alt sektörleri olan ayakkabı, çanta ve saracıyeye yönelik organizasyonların olması gerektiğini düşünüyorum” diye konuştu.



BARBAROS SALMAN
Salman Deri / Şirket Ortağı

DAHA İYİ BİR SONUÇ ALABİLİRDİK

Ticaret Heyeti faydalıydı, fakat daha büyük firmalarla görüşme imkanımız olsaydı daha iyi bir sonuç alabilirdik. Çin’e yönelik faaliyetler yürüten bir firma olarak, bölgede daha güçlü firmalar olduğunu biliyoruz. Çin pazarı, gittikçe büyüyen bir pazar. Rus pazarının düşmesi ve Avrupa pazarının küçülmesi Türkiye’nin önünü açtı. 3 buçuk yıldır Çin’e gelip, giden bir firmayız; amacımız ticareti geliştirmektir. Bu tip ticaret heyetleri fayda sağlıyor, çünkü firmaları yerlerinde ziyaret etmek daha iyi sonuçlar getiriyor.



İHRACATA YÖN VEREN YILSONU FUARLARI

HOME
& TEX
istanbul



HALI SEKTÖRÜ İÇİN ÖNEMLİ BİR ÜLKE OLAN BELÇİKA'YI GERİDE BIRAKARAK İKİNCİ BÜYÜK TEDARİKÇİ KONUMUNA YÜKSELEN TÜRKİYE, DOMOTEX MIDDLE EAST FUARI İLE BU ALANDAKİ GÜCÜNÜ BİR KEZ DAHA KANITLADI. 7-10 KASIM'DA İKİNCİ KEZ İSTANBUL'DA GERÇEKLEŞEN FUAR, 16 ÜLKEDEN 175 DEV MARKAYI BULUŞTURDU.



HALININ EVRENSEL BULUŞMASI: DOMOTEX MIDDLE EAST

Hali ve yer döşemesinin dünyaca bilinen en önemli fuarı "Domotex Middle East" 7- 10 Kasım 2013 tarihleri arasında ikinci kez İstanbul'da gerçekleşti. Türk halısının kalitesini ağırlıklı olarak Ortadoğu'dan gelen

müşterilere sunan fuar sayesinde firmalar bir kez daha tarihi bir fırsat yakalamış oldu. Halıdan, parkeye, esnek yer döşemelerinden, doğal taşlara, baskılı zemin ürünlerinden, inovatif uygulamalara dek zemine dair tüm çözümlerin sergilendiği Domotex Middle East, İstanbul'da düzenlenen ikinci

döneminde beklentilerin biraz daha altında bir yoğunlukta geçse de, yine şehri dünya halı sektörünün ilgi odağı haline getirdi. Son altı yıldır Dubai'de yapılan Domotex Middle East Fuarı'nı geçtiğimiz yıl İstanbul'a taşıyan İHİB ve Deutsche Messe, yer döşemesine dair bütün katmaları bir kez daha bir araya getirdi. Ortadoğu başta olmak üzere halı ve yer döşemeleri alanında tüm



dünyanın ilgiyle izlediği Domotex Middle East Fuarı, halı alanındaki iddialı firmalarıyla göz doldurarak, Türk halısının kalitesini de dünyaya kanıtladı.

“Yerin tüm dokularını hissedin” sloganı İstanbul Fuar Merkezi’nde gerçekleşen Domotex Middle East İstanbul, bu dönemde de ziyaretçi ve katılımcılarına sergilenen ürünlerin kalitelerini karşılayabilecekleri bir ortam sundu.

Türkiye ve Ortadoğu bölgesinin halı ve zemin kaplamaları alanındaki lider fuarı, “Domotex Middle East”, bu dönem de dev markalara ev sahipliği yaptı. Aralarında Bahariye, Bereket Halıcılık, Arapgir Kilim,

Agacan, gibi isimlerin olduğu 175 firmanın ürünlerini sergilediği fuar, alıcıları özgün tasarımlarla buluşturdu.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ve Deutsche Messe organizasyonunda gerçekleşen fuarda; ağırlıklı olarak kilimler, paspaslar, el yapımı halılar, makine halıları ve duvardan duvara halılar sergilendi. Bununla birlikte, organizasyonda esnek yer döşemeleri, laminant, ahşap ve parke, tekstil makine ve aksesuarları, elyaf, iplik ve dokuma kumaşlar, yapay çim ve spor zeminler, döşeme, temizleme ve uygulama teknolojileri, doğal taş, mermer ve seramik yer karoları ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Bu yıl

tasarım ağırlıklı ürünlerin de odak noktası olduğu Domotex Middle East’te, zemin döşeme sektöründen çok sayıda uluslararası şirket ağırlandı. Dört gün boyunca çok sayıda etkinliğe ev sahipliği yapan fuarda, başta Türkiye olmak üzere Çin, Hindistan, İran, Türkiye ve Almanya gibi ülkelerin ulusal standları da yerini aldı.

Lübnan, Kuveyt, Suudi Arabistan, Katar, Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Yemen, Umman, İran ve Irak gibi birçok ülkeden işletme, sektör dernekleri ve kuruluşlarının üst düzey temsilcilerini bir araya getiren Domotex Middle East’e; üst düzey satın alma sorumluları, yöneticiler, mimarlar ve iç mimarlar

FUAR

52



İBRAHİM YILMAZ
İHİB Yönetim Kurulu Başkanı

"Bu yıl ikincisi gerçekleştirilen İstanbul Domotex Middle East Fuarı'nın, sektörel anlamda ihracata çok önemli katkıları var."

da katıldı. Önceden restore edilmiş eski halı ve kilimlerin yer aldığı "restorasyon atölyesi" de fuara renk katan alanlardan biri oldu.

Domotex adımlarını hızlandırdı

7 Kasım'da ikinci kez katılımcı firma ve ziyaretçilerine kapılarını aralayan fuarın açılış törenine, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Küresel Fuarlar Deutsche Messe AG Kıdemli Başkan Yardımcısı Wolfgang Lenarz, Han-

nover Fairs Turkey Fuarçılık Genel Müdürü Alexander Kühnel, İran İstanbul Başkonsolosu Mohsen Mortazaeifar ve çok sayıda sektör yetkilisi katıldı.

Hedef: Halı ihracatından yüzde 20 pay almak

İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz fuarın açılışında yaptığı konuşmada, halı ihracatının 2012 yılında yüzde 24, 2013 yılının ilk 10 ayında ise yüzde 9 artarak 1.8 milyar dolara ulaştığını, bu rakamın yılsonunda da 2.3 milyar dolara çıkacağını söyledi. Türk halı sektörünün 2013 yılında çok dinamik bir gelişme gösterdiğini ifade eden Yılmaz, Türkiye'nin, Belçika'yı geride bırakarak dünya halı sektörü içinde ikinci büyük tedarikçi olduğu bilgisini verdi. Yılmaz, "Dünya sıralamasında 2012 yılında yüzde 24 oranında artan bir performans gösteren halı sektörünün, Türkiye ihracatı içindeki payı 2 milyar doları aştı" dedi. 2023 yılı ihracat hedefimiz ise 5.5 milyar dolar olduğunu söyleyen Yılmaz, bu rakamla dünya pazarından yüzde 20 pay almayı hedeflediklerini söyledi" diye konuştu. Yılmaz, Domotex gibi uluslararası alanda marka olmuş bir fuarın İstanbul'da düzenlenmesinin çok önemli olduğuna değinerek, "Bu fuara ev sahipliği yaptığımız için mutluyuz. Özellikle makine halılarında üretimin Gaziantep'te yoğunlaşmasına karşın bu tür sektörel etkinliklerin uluslararası ticaretin merkezi olması nedeniyle İstanbul'da yapılmasını son derece doğru buluyoruz" açıklamasını yaptı.



WOLFGANG LENARZ
Deutsche Messe AG Kıdemli
Başkan Yardımcısı

"Domotex Middle East Fuarı, yer döşemeleri endüstrisindeki yer alan satıcıların doğru alıcılara ulaşması açısından çok doğru bir organizasyon"

"Her kitleye hitap edebiliyoruz"

Domotex Middle East Fuarı'nın sektörel anlamda ihracata katkısının da önemli oranda olduğunu ifade eden Yılmaz, bu durumun rakamlardan gözlemlenebildiğini söyleyerek sözlerine şöyle devam etti: "Yılsonu itibarıyla 2.3 milyar dolarlık bir hedefimiz var. Bu hedefe de İstanbul Domotex Middle East Fuarı'nın katkısının büyük olacağını düşünüyorum. İhracattaki





HAZIM EVRENGİL
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

“Fuarın zamanlamasıyla sektörün zamanlamasının uygun hale getirilmesiyle birlikte bu etkinlik sektörde daha da etkili hale gelecektir.

yükseliş, bizim dünya beklentilerine cevap verecek nitelikte üretim, tasarım ve pazarlama konularındaki çalışmalarımızla doğru orantılı yürüyor. Bunun yanı sıra en büyük pazarlarımızdan Ortadoğu, Rus Cumhuriyetleri, Amerika, Suudi Arabistan gibi geniş bir pazar yelpazesine sahibiz. Bu yelpaze bizi çok daha ilerilere götürecektir. Türk halı sektörünün her tür kitleye hitap edebilme özelliği bulunuyor. Bu da bizim için çok önemli bir avantaj.”

49 ülkeye 5 saatlik mesafe

Yılmaz, fuarı ziyaret eden kişilerin büyük bir kısmının Ortadoğu'dan geldiğini belirterek, etkinliğin Avrupa ülkelerinden de ilgi gördüğünü söyledi. İstanbul'un 49 ülkenin uçakla beş saate ulaşabileceği bir şehir özelliği taşıdığını belirten Yılmaz, “Bu anlamda Domotex'e her yerden ziyaretçinin gelmesi çok doğal” dedi. Özellikle, Afganistanlı ve İranlı bazı firmaların Almanya'ya vize almakta sıkıntı yaşadıklarını dile getiren Yılmaz, bu ülkedeki firmaların vize problemleri nedeniyle yüzünü İstanbul'a çevirdiklerini söyledi. Yılmaz, “Bahsettiğimiz ülkelerden İstanbul'a gelen ziyaretçiler kendilerini evlerinde gibi hissedebiliyorlar. Kendi kültürlerine yakın bir kültürle karşılaşmanın mutluluğunu yaşıyorlar. Bu nedenle Domotex, Ortadoğulu katılımcı ve ziyaretçiler için çok fazla tercih edilir bir fuar haline dönüşüyor” şeklinde konuştu.

Halı sektörü 2023 hedefini revize etti

Yılmaz, halı sektörünün 2023 ihracat hedefinin 3.5 milyar dolardan 5.5 milyar dolara revize edildiğini hatırlatarak, “Hedefimizi revize etmemizin en önemli sebeplerinden biri, yapmış olduğumuz fuarlardaki artan performansımız. Fuarlarda tasarım odaklı ürünlerle yer almamız buna katkı sağladı” ifadelerine yer verdi. Dünyada rekabet edebilmenin yegane şartının farklı ürünler tasarlamaktan geçtiğini söyleyen Yılmaz, “Tasarımda önemli olan, ürünlerin sadece rengiyle deseniyle oynamak değil. Tüketici-



MUSTAFA ÇINAR
Özipek Halı / Firma Sahibi

MESLEKİ EĞİTİMDE EKSİKLİKLER VAR

Domotex'i değerlendirirken alt katmanlara inmek lazım. Domotex'in etkili olamama nedenlerinden birisi mesleki eğitimdeki eksiklikten kaynaklanıyor. Türkiye'deki gençler dünyaya entegre olmamış bir eğitim sistemden geçiyor. Okullarımızda yeni dünya düzenine göre bir eğitim sistemi kurulmalı; Milli Eğitim Bakanlığı, İHİB ve sektörün işbirliğiyle ders kitapları ve uygulamalı eğitim revize edilmeli. Öncelikle öğretim kadrosunun sektörün neler istendiğini bilmesi gerekiyor. Bu bağlamda eğitimcilerin sektördeki güncellemeleri iyi takip etmeleri lazım.



Domotex Middle East'in ikinci gününde düzenlenen Zeminin Geleceği Forumu'nda, parke sektörü değerlendirildi. Konuşmacılar parke sektöründe üretim kapasitesi, tüketici beklentileri ve ihracat konularında görüşlerini dile getirdiler.

ciye ulaşabilecek işlevselliğe ve materyalde değişikliğe gitmek gerekiyor” dedi. Fuarın açılış töreninde konuşma yapan bir diğer isim Küresel Fuarlar Deutsche Messe AG Kıdemli Başkan Yardımcısı Wolfgang Lenarz ise, Domotex Middle East'in 2'nci buluşmasında sektörün bütün profesyonellerini organizasyonda ağırlamaktan onur duyduğunu dile getirdi. Lenarz, Domotex Middle East Fuarı'nın yer döşemeleri endüstrisinde uluslararası üreticilerle bir araya gelmek, doğru alıcı ve satıcılara ulaşmak açısından çok doğru bir adres olduğunun altını çizerek, “Fuar bu yıl çok hızlı adımlarla ilerledi ve tüm katılımcı ve ziyaretçiler için başarılı bir dönem yaşandı” dedi.

DÖRT GÜN BOYUNCA ÇEŞİTLİ ETKİNLİKLERE SAHNE OLAN DOMOTEX MIDDLE EAST'TE TÜRKİYE'DEKİ ULUSLARARASI MARKALARIN YANI SIRA, ÇİN, HİNDİSTAN, İRAN VE ALMANYA'NIN ULUSAL STANTLARI DA YER ALDI.



Domotex Middle East Fuarı, İHİB Genç Tasarımcılar (Young Desingners) alanına da kucak açtı.



AHMET AKKAYA
Şark Halı / YK Üyesi

ZİYARETÇİLERİN DİKKATİNİ ÇEKTİK

Bu fuara satış odaklı değil, firmamıza prestij sağlamak için katıldığımızı söyleyebilirim. Fuarda ürünlerimiz en çok Alman ve İtalyan müşteriler ilgi gösterdi. Bunun yanında iç piyasanın da modern tarzda tasarımlarımızla dikkatini çektik. Organizasyonda yüzde yüz el dokuması ürünlerimizle yer aldık. Zaten en büyük amacımız da el dokuması ürünlerimizle yurtdışı müşterilerinin dikkatini çekmekti. Yurtdışı müşterilerimizin tümünü de mağazalarımıza yönlendirdik. Bu fuarda ilk defa Ermenistan'dan da müşterilerimiz oldu.



MUZAFFER AKÇAY
Fatihtr / Firma Sorumlusu

DOMOTEX EMEKLEME DÖNEMİNDE

Fuarların getirisinin uzun vadede olacağına inanıyoruz. İş bağlantıları olsun ya da olmasın fuarda olmak çok önemli. Domotex Middle East henüz emekleme döneminde ve geçen zaman içerisinde daha da büyüyeceğini öngörüyoruz. Fuarda geçen yıla göre bir küçülme söz konusu. Buna rağmen iç piyasadaki müşterilerimizin haricinde; İsrail, İtalya, Beyrut ve Amerika'dan çok sayıda müşterilerimiz de geldi. İç piyasadan ziyade yurtdışından daha fazla alıcıyı bu fuara çekmek için tanıtımın daha fazla yapılması gerekiyor.

“Zamanlama sektörün takvimine uymadı”

Domotex Middle East Fuarı'nın sona ermesinin ardından değerlendirmelerde bulunan İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil, geçen yıla göre ziyaretçi anlamında fuarda yüzde 30'luk bir daralma olduğunu ifade etti. Fuardaki daralmanın birden çok sebebi olduğunu söyleyen Evrengil, bu nedenlerden bir tanesini fuarın zamanlamasıyla sektörün zamanlamasının uyumlu olmaması olarak açıkladı. Domotex Middle East ile Domotex Hannover'ın düzenlenme tarihlerinin birbirlerine yakın olduğunu söyleyen Evrengil, Domotex Hannover için koleksiyon hazırlayan bazı firmaların, hazırladıkları koleksiyonun taklit edilme kaygısı duyararak Middle East'e katılmadıklarını vurguladı. Evrengil, “Hannover Domotex'e koleksiyon hazırlayan



NİHAT YILDIZ
Araggir Kilim / Firma Sahibi

TANITIM İÇİN DOĞRU BİR ARGÜMAN

Domotex'in İstanbul'da düzenlenmesi Türk firmalarının kendilerini tanıtmaları için iyi bir argüman oldu. Buraya ticari kaygılarla gelmedik, asıl amacımız firmamızın tanınırlığını artırmaktı. Uzun vadede bu reklamların yararlı olacağını düşünüyorum, ancak geçen yıla göre fuarın ziyaretçi ve katılımcı sayısını zayıf buldum. Ürünlerimiz daha çok Avrupa, Amerika ve Japonya'ya hitap ediyor, ama fuarın hedeflediği pazarla bizim hedeflediğimiz pazar arasında çok fark var. Bu anlamda fuarın hedef kitesinin tekrar gözden geçirilmesi gerekiyor.

MIND THE DIFFERENCE





HÜSEYİN KENDİRCİ
Dooku Kilim Firma Sahibi

FUAR BİZİM İÇİN VERİMLİ GEÇTİ

Bu yıl ikincisi gerçekleştirilen Domotex Middle East fuarında bir daralma söz konusuydu. Fakat imalatçı firma olduğumuz için diğer firmalara göre fuarın bizim için daha hareketli geçtiğini söyleyebilirim. Fuarda ürün çeşitliliğimizle öne çıkarak, ziyaretçileri standımıza çekmiş olduk. Anadolu'nun otantik havasını yansıtmaya çalıştığımız halı tasarımlarımız alıcıların dikkatini çekti. Ayrıca ürettiğimiz kilimlerin ebatlarının küçük oluşu ve bazı dizaynlarımızla Japon kültürünün havasını yansıtmış olmamız da ziyaretçilerin beğenisini topladı.



BÜLENT METİN
TürkArt /Firma Ortağı

DOĞRU ÜRÜNLERLE FUARDA YER ALDIK

Fuarda sergilediğimiz ürünlerle hem perakende kesime, hem de toptancılara hitap ettik. Ziyaretçi ve alımcılar açısından organizasyonun dört gün boyunca yoğun bir havada geçtiğini söyleyebiliriz. Halılarımız daha çok Avrupalı ve Amerikalı alımcıların dikkatini çekti. Daha çok Anadolu kültürünün izlerini halılarımıza taşıdık. Fuarın kilit noktası, doğru ürünlerle fuarda yer almak. Ancak bu şekilde Domotex'te başarıyı yakalayabilirsiniz. Gelecek yıl Almanya'daki Domotex Fuarı'nda gördüğümüz başarıyı burada da görmek istiyoruz.



NESLİHAN C. JEVREMOVIĆ
Öz-Kent Halı / Şirket Sahibi

İÇ PİYASADAN SÜRPRİZ MÜŞTERİLER EDİNDİK

Fuarda iç piyasadan sürpriz müşteriler edindik. Organizasyonun el halısını ön plana çıkardığını düşünmüyorum. Fuar tamamen Ortadoğu piyasasına yöneldiği için diğer ülkelere pazarlama yapılmıyor. Domotex Middle East Fuarı, Almanya'daki fuara bir alternatif bile olabilirdi. Ama alternatif olması istenmiyor. Bunun yanında, Güney Amerika'ya fuarın tanıtılması gerekiyordu. O bölgede bizim için müşteri potansiyeli olabilir. Bu organizasyon daha çok duvardan duvara ve el halısına yönelik satışların olması gerektiği bir fuar.



ERGİN SEZGİN
Normad Halı Ürün Geliştirme Müdürü

AVRUPALI MÜŞTERİYİ ÇEKEMEDİK

Fuarda daha çok ziyaretçi ve alıcıyla karşılaşmayı umarken, bu beklentimizin daha altında gerçekleşen bir organizasyonla karşılaştık. Fuarın hedef kitleyi tam olarak çekemediğini düşünüyorum. Firmamızın hedef kitlesinde yurt dışından büyük alıcılar vardı. Burası belki Domotex Middle East fuarı, ama benim ürün gamım daha çok Avrupalı müşterilere hitap ediyor. Fuar, özellikle de Avrupalı müşteriyi İstanbul'a getirmeliydi. Etkinliğe katılım amaçlarımızdan biri fuara destek olmaktı. Ciddi firmalar fuarda yer aldıkça fuar devam eder. Bizim amacımız da fuarı yaşatmak için destek vermektir.

bir firmanın, tekrar Middle East Fuarı için koleksiyon hazırlaması çok zor" dedi.

“Fuara enternasyonal bir boyut kazandırılmalı”

Fuarın Hannover Messe tarafından “Ortadoğu fuarı” olarak lanse edildiğini aktaran Evrençil, “Ortadoğu müşterisi daha çok makine halısı müşterisi olduğu için bu fuara ya makine halıcısı toplanacak, ya da el halısını talep eden müşterilerin katılımını sağlayacaksınız” diyerek bu noktada bir strateji hatasının söz konusu olduğunu vurguladı. Evrençil, bu hatanın fuarın ilk döneminde olduğu gibi ikinci yılında da tekrarlandığını söyleyerek, “Fuarın ikinci yılında da tarih değişmedi ve



Halı ve kilim restorasyon atölyesinde, önceden restore edilmiş eski halı ve kilimler görücüye çıktı.

Ortadoğu müşterisini cezp edecek ürünler organizasyonda yoktu. Fuarın İstanbul fuarı olarak ilan edilerek enternasyonel bir boyut kazandırılması gerektiğini söyleyen Evrengil, Hannover Messe'nin Hannover'daki fuarı gölgede bırakmamak adına bundan kaçındığını belirtti. Evrengil, etkinlikte ticari anlamda da bir daralmanın söz konusu olduğunu belirterek, "Tüketici bazındaki bu daralma fuarın katılımcısını, ziyaretçisini olumsuz bir şekilde etkiledi. Önümüzdeki yıl düzenlenecek fuar için bu faktörler göz önüne alınarak, organizasyonda yeniden bir kurgulama yapılmalı. Middle East için doğru zaman ise Hannover fuarının hemen arkasından düzenlenmesi" şeklinde konuştu.

Zeminin geleceği de konuşuldu

Domotex Middle East kapsamında bu yıl da çeşitli forumlar düzenlendi. Domotex Middle East'in ikinci gününde düzenlenen Zeminin Geleceği Forumu'nda (ZGF), konuşmacılar parke sektöründe üretim kapasitesi, tüketici beklentileri ve ihracat konularında görüşlerini dile getirdi.

Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Naci Güngör'ün moderatörlüğünde gerçekleşen forumda, parke endüstrisi alanındaki önemli konuşmacılar, parke sektöründeki gelişmeleri ve zorlukları tartıştı. Fuarın üçüncü gününde organize edilen Yapılarda Estetik (YES) Forumu'nda ise yapı sektörüne yönelik yeni bakış açıları sunuldu.

Forum, TMMOB İçmimarlar Odası İstanbul Şube Başkanı Yusuf Taner Gültekin moderatörlüğünde, "İnşaat Sektöründe İçmimarların Konumu" başlığı ile gerçekleştirilen forum, İçmimarlar Odası İstanbul Şubesi, Hannover Fairs Turkey Fuarçılık ve GET Dış Ticaret Ltd. Şti. – ORSIAD Gazetesi iş birliğinde yapıldı.



İHİB kurduğu info standda ziyaretçileri Türk halı sektörüne dair detaylı bir şekilde bilgilendirdi.

Tüm yenilikler bir arada:
Innovations@DOMOTEX!



Halı ve zemin dünyası tek çatı altında

DOMOTEX fuarını ziyaret edin, uluslararası üreticilerin son trendlerini yakalayın.

Endüstri, esnaf ve zanaat iş ortaklarıyla buluşma fırsatını kaçırmayın ve sektörün yeniliklerini keşfedin.

DOMOTEX

The World of Flooring

Hannover

11-14 Jan. 2014

HANNOVER FAIRS TURKEY FUARCILIK A.Ş.
Tel. +90 212 667 34 00 - inci.polat@hf-turkey.com

Deutsche Messe
Hannover - Germany

domotex.de

İHİB'İN GENÇ YETENEKLERİ SEKTÖRE KAZANDIRMAK AMACIYLA DÜZENLEDİĞİ HALI TASARIM YARIŞMASI'NDA 7'NCİ DÖNEME GELİNDİ. YARIŞMAYLA "10 YILDA 10 ULUSLARARASI TASARIMCI" YETİŞTİRMEYİ HEDEFLEYEN İHİB, BU AMACA BİR ADIM DAHA YAKLAŞMIŞ OLDU.



GENÇ YETENEKLER HALIYI GELECEĞE TAŞIYOR



İHİB 7. Halı Tasarım Yarışması'nda 1'inci olan Lokman Gençtürk, ödülünü İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ve TİM Başkan Vekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu'nun elinden aldı.

Türkiye'de köklü bir geçmişe sahip olan halıcılığı modernize edip, bu mirası kullanarak dünya piyasalarında rekabetini artırmak isteyen İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), Halı Tasarım Yarışması'nın 7'ncisini 7 Kasım'da Domotex Middle East Fuarı ile eş zamanlı gerçekleştirdi. Sadece genç yeteneklerin çalışmalarını sanatsal anlamda ortaya çıkarıp tanıtmak değil, aynı zamanda bu tasarımları işlevsel bir hale getirip sektörün ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde sunmak amacıyla düzenlenen yarışmaya 'Hücre' temasıyla katılan Lokman Gençtürk birinci, 'Küf' temasıyla Miray Çakır ikinci, 'Saf doku' temasıyla Uğur Özdemir ise üçüncü oldu. Bu yıl ilk kez inovatif halı kategorisinin de eklendiği yarışmada, Seyitali Dönmez

“Süspansiyonlu halı” temasıyla bu alanda ödül almaya hak kazandı.

İlk üçe kalan finalistlerinden birinciye 5 bin TL, ikinciye 3 bin TL, üçüncüye ise 2 bin TL para ödülü verildi. Dereceye giren 8 finalistin MacBook Pro almaya hak kazandığı organizasyonda, ayrıca genç tasarımcılar Almanya’da sektörün en önemli iki fuarı olan Heimtextil Frankfurt ve Domotex Halı ve Yer Kaplamaları Fuarı’nı ziyaret etme şansı yakaladı. 8 finalistin 6 aylık yabancı dil kursu bedelinin yüzde 90’ı İHİB tarafından karşılanırken, en inovatif halıyı tasarlayan Seyitali Dönmez de elde ettiği başarı sayesinde Fransa’nın önde gelen tasarım fuarı Maison&Objet’i ziyaret etme şansı yakaladı.

“Türkiye’ye değer katıyoruz”

İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, gecede yaptığı konuşmada yarışmanın önemini ve sektöre sağladığı yararları anlattı. Halıcılığın, Türkiye’nin kültüründe ve tarihinde önemli bir yer edindiğini ifade eden Yılmaz; halı sanayinin yarattığı istihdam, katma değer ve ihracat hacmiyle de ülkemizin en önemli sektörlerinden biri olduğunu vurguladı. Yılmaz, halı sektörünün son yıllarda üretimde, ihracatta ve pazarlamada kat ettiği gelişmelerle



Gecede İnovasyon ödülünü kazanan Seyitali Dönmez’e ödülünü Romalı sanatçı Angelo Bucarelli takdim etti.



Yarışmada ikinci olan Miray Çakır ödülünü Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Yavuz Özutku’dan aldı.

Türkiye’nin potansiyeli yüksek sektörler arasında konumlandığını bildirerek, “2012 yılı itibarıyla, Türkiye’nin halı ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 23.5’lik bir artışla 2 milyar doları aştı” dedi. 2013 yılının Ocak-Ekim döneminde ise halı ihracatının yüzde 8.7’lik artışla 1.8 milyar dolara ulaştığını söyleyen Yılmaz, yılsonu itibarıyla de ihracatta 2.1 milyar dolarlık bir seviyeye ulaşacaklarına inandıklarını söyledi. Yılmaz, bu artışın Türkiye’nin genel ihracat artışının çok üzerinde bir performans olduğunu anlatarak, “Sektörümüzün 2023 yılı için hedeflediği ihracat miktarı olan 5.5 milyar dolarlık ihracatı elde etmede tasarım unsurunun önemi çok büyük. Tam bu noktada bugün biraya gelmemize neden olan İHİB 7. Halı Tasarım Yarışması çok büyük önem arz ediyor. Sektörümüze yeni bir soluk getirmesini beklediğimiz genç, vizyonu geniş, sektörün gerçeklerine hakim, dünya trendlerini ve tüketici beklentilerini yakından takip edebilecek tasarımcıları sektörümüzle tanıştırmayı hedeflediğimiz bu yarışmanın, sektörümüze ve genç tasarımcılara büyük faydalar getireceğini umut ediyorum” şeklinde konuştu.

“Tasarımcı kimliği önem kazandı”

İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz konuşmasında küreselleşme ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte artan rekabetin,



Yarışmanın üçüncüsü olan Uğur Özdemir ödülünü Hannover- Messe İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel’in elinden aldı.

yeni ve farklı ürünlerin geliştirilmesini zorunlu kıldığını aktardı. Küreselleşme paralelinde artan bireyselleşme eğiliminin de dünyada farklı ve özel tasarımlı ürünlere ilgiyi artırdığına değinen Yılmaz, “Diğer taraftan her alanda tasarım öne çıkarken, bu kavramın içeriğinde de değişim oldu” dedi. Yılmaz; Tasarım, kavramı



HAZIM EVRENGİL
İHİB YK Üyesi ve Jüri Başkanı

“İhracatını artırmak ve markalaşmak için tasarıma ihtiyaç duyan halı sektörünün bu hedef doğrultusunda, genç yeteneklere de önem vermesi gerekiyor.”

başlangıçta zaten geliştirilmiş bir ürünün tüketicilere nasıl daha cazip sunulabileceği aşamasını içerirken, artık tüketicilerin ihtiyaçlarına ve isteklerine çok daha uygun fikirlerin yaratılması aşamasını içerir duruma geldi. Tasarımcı düşünce tarzı olarak adlandırabileceğimiz bu yeni süreç; insanların ihtiyaçlarını karşılamak için müşteri, beğeni ve pazar fırsatı yaratabi-

lecek hangi teknolojiyi ve hangi stratejiyi kullanmasına uygun olacağına karar verirken tasarımcı duyarlılığını ve yöntemlerini kullanan bir disiplindir” dedi. Bu gelişme perspektifinde tasarımın stratejik bir önem taşıdığını söyleyen Yılmaz, bu nedenle de tasarımcı düşünceyle yaratılan katma değer oldukça arttığına dikkat çekti. Katma değeri yüksek ürünlerin ortaya konulduğu yeni tasarımcı düşünce sürecinde, tasarımcının kimliğinin önem kazandığını söyleyen Yılmaz bu süreçte tasarımcının tüketicilerle empati kurabilme niteliğine sahip olması gerektiğinin altını çizdi. Yarışmada, tasarımdan ziyade yeni tasarımcı düşünce tarzına sahip fikirleri sektöre kazandırmayı hedeflediklerini dile getiren Yılmaz, bunda da başarılı olduklarını söyledi.

“Halı geçmişten gelip geleceğe taşınan nadide bir değer”

Halı sektörünün ihracatçılar için önem taşıyan sektörlerin başında geldiğini anlatan TİM Başkan Vekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu da “Halı, geçmişten alıp geleceğe taşıdığımız en nadide sektörlerimizden birisidir” dedi. Halı sektörü ihracatının 2012’de yüzde 24 artarak 2 milyar dolara yükseldiğini söyleyen TİM Başkan Vekili sektörün normal ihracat artış hızından daha hızlı şekilde büyüdüğüne dikkat çekti. Türkiye’nin ihracatı yüzde 5.2 büyürken, halı sektörünün ilk



İBRAHİM YILMAZ
İHİB Başkanı

“Yarışma sürecinde, tasarımdan ziyade yeni tasarımcı düşünce tarzına sahip fikirleri sektörümüze kazandırmayı hedefledik.”

10 aydaki ihracatının yüzde 8.7 artış göstererek 1.8 milyar dolara ulaştığı bilgisini veren Çıkrıkçıoğlu, önümüzdeki yıllarda bu artışın daha fazla olmasını beklediklerini belirtti. Halı Tasarım Yarışması’nın geleneksel hale geldiğini belirten Çıkrıkçıoğlu, tasarım yarışmalarının Türkiye’nin ihracatına yönelik katkılarının yadsınmayacağı vurguladı.



İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil’in başkanlığını yaptığı, sektörden ve akademi çevrelerinden çok sayıda ismin yer aldığı jüri, uzun ve titiz bir çalışma sonrasında finale kalacak 8 tasarımcı adayını belirledi.

10 yılda 10 uluslararası tasarımcı

İHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İHİB Halı Tasarım Yarışması Jüri Başkanı Hazım Evrengil tasarım yarışmasının halı sektörü ve Türkiye ihracatındaki önemine dikkat çekerek, "İhracatımızı artırmak ve markalaşmak için tasarıma ihtiyacımız var. Birlik olarak bunun yolunun da tasarımcı yetiştirmekten geçtiğini biliyoruz. Bu amaç doğrultusunda Halı Tasarım Yarışması aracılığıyla 10 yılda 10 uluslararası tasarımcı yetiştirmeyi hedefliyoruz" diye konuştu.

Özellikle 21'inci yüzyılda bazı şeylerin çok hızlı bir şekilde tüketilmeye başlandığını ifade eden Evrengil, "Bin yıldan beri halı üreten bu ülkede, bu kadar hızlı olan değer aşınmasını ancak tasarımla tamir etmek mümkün. Önümüzdeki yıllarda sektörlerin güç kazanmasının yolu tüketiciye dayalı tasarımdan geçiyor. Tüketiciye dayalı tasarımı ortaya koyabilirsek o zaman başarı elde edebileceğiz" dedi. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Yavuz Özutku ise 2023 ihracat vizyonunun Ar-Ge, inovasyon, markalaşma ve tasarımla bütünleştiğini söyleyerek, "Bu hedefe ulaşmak için farklılaşmaya önem veren ve bunun en önemli yolunun da tasarımdan geçtiğini düşünen İHİB,



Sekiz genç yeteneğin finale kaldığı yarışmada, Lokman Gençtürk birinci, Miray Çakır ikinci, Uğur Özdemir ise üçüncü oldu.

bu amaçla her yıl halı tasarım yarışması düzenliyor" diye konuştu.

Özgünlük ve kalite birbiriyle yarıştı

İHİB, en yaratıcı elleri seçmek için eleme sürecinde çalışmalarını titizlikle ve iki aşamada sürdürdü. 7'nci Halı Tasarım Yarışması için 1 Temmuz tarihinde gerçekleşen ön eleme aşamasında başvuru dosyalarının incelenmesinin ardından 38 tasarımcı belirlendi. 2 Temmuz tarihinde ise 38 finalistin dosyaları tasarımlarının özgün olması ve yeni fikir içermesi, haliya



YAVUZ ÖZUTKU
Ekonomi Bakanlığı İhracat
Genel Müdür Yardımcısı

"2023 ihracat hedefine ulaşmak için farklılaşmaya ihtiyaç var. Bunun en önemli yolunun tasarımdan geçtiğini düşünen İHİB, bu amaçla her yıl halı tasarım yarışması düzenliyor."



Jüri üyeleri, yarışmanın final gecesinde sergilenen halı tasarımlarını yakından inceledi.

dönüştürülebilir olması ve kullanılabilir olması gibi kriterlere göre tekrar değerlendirildi. İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil'in başkanlığını yaptığı, sektörden ve akademi çevrelerinden çok sayıda ismin yer aldığı jüri, uzun ve titiz bir çalışma sonrasında finale kalacak 8 tasarımcı adayını belirledi.

YARIŞMA



LOKMAN GENÇTÜRK
7. İHİB Halı Tasarım Yarışması Birincisi

SONUÇ, BENİM İÇİN SÜRPRİZ OLDU

Yarışmaya geçen yıl da katıldım, ama üretilebilir bir tasarım olmadığı için dereceye giremediğimi düşünüyorum. Bu yıl tekrar denedim ve 1'incilik ödülüne layık görüldüm, çok mutluyum. Temamı belirlerken ev arkadaşımın etkilendim. Kendisi sağlıkla ilgili bir bölümde okuyor. Kitaplarındaki histolojik görüntüler ilgimi çok çekti. Bu bazda hücre temalı tasarımı oluşturdum. Tasarımında doğal hammaddeleri kullanmaya özen gösterdim. Yük taşımak için kullanılan kendir ip ve keçe Anadolu'da çok kullanılan malzemeler, ben de bunu günümüzdeki halılara uyarladım. Dereceye girmeyi bekliyordum, ama birinciliği beklemiyordum.



UĞUR ÖZDEMİR
7. İHİB Halı Tasarım Yarışması Üçüncüsü

İHİB TASARIMCI ADAYLARINI MOTİVE EDİYOR

Bu yarışmaya katılarak ve dereceye girerek kendimi çok şanslı hissettim. Halı tasarımı adına İHİB'den daha iyi bir yarışma platformu düşünmüyorum ve bu bağlamda en iyi kendimi ifade edebileceğim ortamın İHİB tarafından sağlandığını düşünüyorum. Birlik, her şekilde tasarımcıyı destekliyor ve motive ediyor. Temamı belirlerken fazla üzerinde durmadığımız, görüntüsünden hoşlanmadığımız küflerin renk skalasından etkilenecek belirledim. Bu fikri yünlerle kullanarak, daha sevimli bir hale getirmeye çalıştım. Diğer halıları görmeden önce de kendime çok güveniyordum. Dereceye girmek sürpriz olmadı.



MIRAY ÇAKIR
7. İHİB Halı Tasarım Yarışması İkincisi

UNUTULAN BİR TEKNİĞİ GÜNÜMÜZE TAŞIDIM

Bu ödülü bana layık gören İHİB'e çok teşekkür ederim. Bir aracı olarak çarpana dokumayı günümüze taşıdım. Öncelikle unutulmuş bir dokuma tekniğini günümüze taşımak çok gururlandırıcı bir durum. Yarışmaya son dakikada katıldım. Temamı tamamen saf dokuma üzerine bir çalışma olarak belirledim. Geçmişte çok daha saf ve sağlıklı malzemeler kullanılarak dokumaların yapılması tamamı belirlememi sağladı. Tasarımımı hazırlamak bir ayımı aldı. Dereceye girmeyi bekliyordum, çünkü bu tekniği yeniden güncel hayata taşımak kolay değil. Bundan sonraki hedefim, günümüz dokumalarına bira z daha eleştirel yaklaşacak ürünler ortaya koymak.



SEVİTALİ DÖNMEZ
7. İHİB Halı Tas. Yar. İnovasyon Ödülü Sahibi

TASARIMIMDA SAĞLIK ÖN PLANDA

Yarışmaya ikinci kez katıldım, geçen yıl da finale kaldım ama dereceye giremedim. İHİB'in gençlere sunduğu imkanlar çok iyi olduğu için tekrar bu yarışmada yer almak istedim. Birlik bu yarışmayla bizim gibi genç yetenekleri hem destekliyor, hem de uzun vadede düşünüldüğünde bizlere önemli kazanımlar sağlıyor. Materyalden yola çıkarak tamamı belirledim. İnsan sağlığını düşünerek halımda süspaniyon kullanmayı tercih ettim. Bu materyal

normalde yataklarda ve araba döşemelerinde kullanılıyor. Kullanım alanı çok kısıtlı ve yeni bir malzeme. Tasarımımın süspaniyonun hem kullanım alanını genişletmek, hem de halı sektörüne yeni bir soluk getirmek istedim. İnovasyon alanında ödül almayı beklemiyordum. Bundan sonraki hedefim yurtdışında tasarım alanında yüksek lisans yapmak. Tekrar Türkiye'ye dönüp halı sektörüne katma değer sağlamak istiyorum.

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

İDF KABUK DEĞİŞTİRDİ

DERİ VE KÜRK MODASINDA TASARIM BAŞKENTİ OLMA YOLUNDA EMİN ADIMLARLA İLERLEYEN TÜRKİYE, "İSTANBUL DERİ FUARI" İLE BU AMACA HIZLA YAKLAŞIYOR. BU YIL 8'İNCİ KEZ GERÇEKLEŞTİRİLEN FUAR, 23 ÜLKEDEN 300'Ü AŞKIN FİRMAYA EV SAHİPLİĞİ YAPARAK, DERİ SEKTÖRÜNÜN TASARIM GÜCÜNÜ GÖZLER ÖNÜNE SERDİ.

Türkiye adeta bir deri cenneti olarak tanımlanıyor. Türk dericiler, Anadolu'dan gelen köklü deneyim ve deri işleme kapasitesini artık tasarım ve modayla birleştiriyor. Türkiye deride tasarımında başkent olma yolunda hızla ilerlerken, deri sanayi sektörünün buluşma noktası olan İstanbul Deri Fuarı (İDF) den gözünü ayırmıyor. Dünyadaki en önemli deri sektörü buluşmalarından biri olan İDF 8'inci kez ziyaretçilerine 21- 23 Kasım tarihleri arasında kapılarını açtı. Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen fuar Türkiye'deki deri sektörünün tasarım ve teknolojiye geldiği son noktayı sergilediği önemli bir platform oldu. Deri sanayicilerinin buluşma noktası olan İDF, 23 ülkeden 300'ü aşkın firma ve firma temsilciliğine de ev sahipliği yaptı. Fuar bu dönem de, TÜRDEV şemsiyesi altında, Türkiye Deri Konfeksiyoncular Derneği (TDKD) ve sektörün önemli deri derneklerinden aldığı güçle ve Deri Tanıtım Grubu'nun (DTG) desteğiyle gerçekleştirildi.

Fuarın açılışını Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) Başkanı Ruken Mızraklı, İstanbul Sanayi Odası (İSO) Başkanı Erdal Bahçıvan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi ve Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) Başkanı Mehmet Ali Dinç yaptı. Fuarın açılış töreninde deri sektörüne 40 yıldır emek verenlere teşekkür plaketi verildi. İDF'ye, deri konfeksiyon, üreticiler, kimyasal ve makine tedarikçilerinin yanı sıra deri mühendisliği ve moda tasarım okulları da katıldı. Sadece iş dünyasının değil, moda sektörünün de ilgi ile karşıladığı fuarda firmalar, 2015 trendlerini sergilerken, sektörün yenilikleri ve gündeme damga vuran konuları da tartışıldı. Tüm sektörü bir araya getiren fuarda, bu yıl çeşitli panel ve konferanslar da gerçekleştirildi. Fuarda ayrıca İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından deri, deri ürünleri ve makinaları alım heyeti programı da düzenlenerek, firmalara ikili görüşmeler yapma fırsatı da verildi. Artık uluslararası bir kimliğe bürünen İDF, Türk deri firmalarının yanı sıra uluslararası firmalar ve global markaların da akınına



Dünyadaki en önemli deri sektörü buluşmalarından biri olan İDF 2013'ün açılışına; İSO Başkanı Erdal Bahçıvan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı ve sektörün önde gelen isimleri katıldı.

uğradı. Kulvarında dördüncü büyük fuar olan İDF'nin ziyaretçi profili incelendiğinde Rusya ve BDT ülkeleri ile Avrupa ülkelerinden ziyaretçilerin ağırlıklı olarak yer aldığı görüldü. Fuarda son dönemde yüzde 10'luk payla başta Almanya, Fransa gibi Avrupa ülkeleri ile ABD, Kanada, Çin, Hindistan gibi dünya ekonomisindeki gelişmiş ve yükselen ülkelerin ilgisi de dikkat çekti.

“Amaç sadece Türk derisini tanıtmak değil”

İDF'nin Türk deri sektörü için çok önemli olduğunu belirten İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay, deri sektörünün Türkiye için geleneksel bir sektör olduğunu vurguladı. Tolunay, “Biz fuarlarla sadece Türk derisini tanıtmak istemiyoruz. Bunun yanı sıra, Türk derisinin inovatif yapısını, Ar-Ge'ye verdiği önemi, tasarımcılara verdiği desteği de göstermek istiyoruz. İDF, bir takım ürünlerin hep birlikte sunulduğu, aynı zamanda deri sanayisine katkıda bulunan makine sektörünün de bulunduğu uluslararası nitelikte bir fuar hatta Avrupa Asya köprüsü üzerindeki tek fuar” dedi. 2023 ihracat hedefi için İDF'nin son derece önemli olduğunu belirten Lemi Tolunay, bu anlamda sektörün de bu fuara yoğun ilgisi olduğuna dikkat çekti. Tolunay, “DTG tarafından düzenlenen trend alanımız var. Bu alanda ileriye yönelik

renkler, deri özellikleri bunların kombin edilme şekillerini tasarımcılara sunuyoruz” dedi.

Fuarın açılış konuşmasını yapan bir diğer isim ise TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi oldu. Büyükekşi, bu yıl fuarda derinin sanatla buluştuğunu vurgulayarak, fuarın tüm katılımcılara fayda sağlayacağını vurguladı. Deri sektörünün ülkenin en köklü sektörlerinden biri olduğunu söyleyen Büyükekşi, çok uzun zamandan beri bu topraklarda deri sektörünün varlığını sürdürdüğünü belirtti.

İDF artık bir marka

Bu yıl 8'incisi düzenlenen İDF'nin açılışında bir konuşma yapan TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, bu yılki fuarın geçmiş yıllara göre bambaşka bir misyonu edindiğini vurgulayarak, her yıl Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) önderliğinde tüm deri STK'larının başkanlarının desteğiyle yaptıkları ve artık bir marka



'UNLIMITED LEATHER' TEMASIYLA ÜNLÜ MANKENLERİN PODYUMA ÇIKTIĞI DEFİLEDE MEFİ, ADAMO BY SİREN ERTAN, ARMANDO DİAZ, RAFAELLO, TEMER, VIOLENZİA VE STUDIO VOGUE MARKALARININ 2014 TASARIMLARI YER ALDI.

FUAR

66



RUKEN MIZRAKLI
TÜRDEV Başkanı

"Amacımız, sadece giysi tasarımcılarını değil, her disiplindeki tasarımcıları, sanatçıları, akademisyenleri deri endüstrisiyle buluşturmak."

haline gelen İDF'yi bu yıl bambaşka bir misyonla gerçekleştirerek olayı farklı bir boyuta taşımak istediklerine dikkat çekti. Mızraklı, "Amacımız, 4 milyar dolarlık ihracat hacmine sahip ve yaklaşık 400 bin kişiyi istihdam eden deri sektörümüzü, hiç ayırım yapmadan tüm alt sektörleri kucaklayan bir yapıya taşımak" dedi. Ruken Mızraklı, fuarda 23 ülkeden 300'ü aşkın firma ve firma temsilciliğinin katıldığını söyleyerek, "İDF 2013'te, tamamı

kendi fuar tanıtım bütçemizden olmak üzere katılımcılarımızın belirlediği hedef müşterilerinin uçak ve otel konaklamalarını karşılayarak 18 ülkeden 140 profesyonel alıcıyı fuarımıza davet ettik. Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle bu yıl 13 ülkeden 46 kişinin katıldığı bir alım heyetini de ayrıca ağırlıyoruz" dedi.

"İnsanların ruhlarını beslemek istedik"

TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, İDF'yi alışlagelmiş bir fuarın ötesine taşımak istediklerine dikkat çekerek, insanların ticari faaliyetlerde bulunurken tüm günlerini geçirdikleri fuar alanında ruhlarını da beslemek istediklerini belirtti. Amaçlarının deri ile ilgili algıları açmak, deri ve kürkünü farklı kullanım alanlarını desteklemek olduğunu vurgulayan Mızraklı, "Amacımız, sadece giysi tasarımcılarını değil, her disiplindeki tasarımcıları, sanatçıları, akademisyenleri deri endüstrisiyle buluşturmak. Bununla birlikte yeni hayallere, düşünülmemiş projelere koşmak. Bu konuda her türlü yeni projeye açık olduğumuzu belirtmek isterim" şeklinde konuştu. Fuarda gerçekleştirilen gerek Fashion Show kapsamında gerçekleştirdikleri etkinliklerin amacına ulaştığını görmekten mutluluk duyduklarını vurgulayan Mızraklı, "İDF bugünden sonra da ivmesini yükselterek yolunda ilerlerken, ilgi çekici ve birleştirici



LEMİ TOLUNAY
İDMİB Başkanı

"Biz fuarlarla sadece Türk derisini tanıtmanın yanı sıra, inovatif yapısını, Ar-Ge'ye ve tasarımcılara verdiği önemi de göstermek istiyoruz."

olmaya da devam edecek. Bizler ise tasarımcılardan üreticilere tüm sektörümüzü bir araya getirmek ve yarattığımız ortak değeri yükseltmek için çalışmaya devam edeceğiz" açıklamasında bulundu. Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) Başkanı Mehmet Ali Dinç ise, İDF'nin bu yıl rekor kırdığına dikkat çekti. Dinç, Türkiye'nin geleneksel pazarı olan Avrupa ülkelerinde süregelen durgunluk ile Türkiye'nin yeni açıldığı Orta Doğu ve



İDMİB tarafından İDF'de kurulan "Trend Area" bölümü katılımcılara derideki 2015 trendleri hakkında ipuçları verdi.



'Art Meets Leather' projesi ile bir ilke imza atan İDF 2013, çağdaş sanatın isimleri Lolita Asil'in 'Evrensel' deri tablosu, Suzy Hug Levy'nin 'Derilim' deri tablo ve heykelleri, heykeltıraş Yücel Kale'nin deriden heykeli 'Flora' ile göz doldurdu.



SİMAY BÜLBÜL
Tasarımcı

“İDF bu dönemde çok büyük yapısal değişiklikler içine girerek, Türk deri sektörünün tasarım gücünü tüm dünyaya gösterdi.”

Kuzey Afrika pazarlarındaki Arap Baharı sonrası yaşanan istikrarsızlığın etkileriyle ülke ihracatının bu yılın ilk 10 ayında, geçen yıldaki seviyesinde kaldığını belirtti.

İDF’de deri sanatla buluştu

Sadece ticari ilişkilerin değil, modanın ve sanatın da bol bol konuşulduğu İDF, ‘Art Meets Leather’ projesiyle de bir ilke imza attı. Çağdaş sanatın isimleri Lolita Asil’in ‘Evensel’ deri tablosu, Suzy Hug Levy’nin



BORA AKSU
Tasarımcı

‘Derilim’ deri tablo ve heykelleri, heykeltıraş Yücel Kale’nin deriden heykeli ‘Flora’ ile özel olarak İDF 2013 için hazırladıkları eserleriyle fuarda yerini aldı. Fuarın girişinde üç gün boyunca sergilenen eserler ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılaştı.

Deri sektörünün tüm bileşenlerini bir araya getiren İDF 2013, bünyesinde gerçekleştirdiği ‘Fashion Show’ ile de ziyaretçilerden tam not aldı. Yerli ve yabancı tüm katılımcıların ruhuna hitap eden fuarda gözler koreograf Uğurkan Erez’in hazırladığı Fashion Show’ya çevrildi. ‘Unlimited Leather’ temasıyla Şenay Akay, İrmak Atuk, Chloe Loughnan ve Özge Ulusoy’un podyuma çıktığı defilede Mefi, Adamo by Siren Ertan, Armando Diaz, Raffaello, Temer, Violenzia ve Studio Vogue markalarının 2014 tasarımları yer aldı.

“Fashion Show’dan trend alanına kadar çok renkli bir konseptte bürünen İDF, Avrupalı bir tarzda hazırlanan fuarların başında geliyor.”

Deride renkli bir sezon

İDF 2013’te ayrıca “Dream- Catcher” temalı özel tasarımıyla herkesin dikkatini çeken Deri Tanıtım Grubu’nun (DTG) desteği ile bir trend alanı kuruldu. Bu alanda, 2014- 2015 modasına dair trendler tasarımcı Simay Bülbul’ün danışmanlığında katılımcılara sunuldu. Trend alanının Kreatif Danışmanlığı’nı yapan tasarımcı Simay Bülbul, İDF 2013’ün geçen yıldan bu zamana çok büyük yapısal değişiklikler içine girdiğini belirterek, trend alanının da Avrupa standartlarında kurulduğuna dikkat çekti. Trend alanında sergilenen ürünlerin 2015 modasını yansıttığını söyleyen Bülbul, “Bu yılın modasında farklı renkler ön plana çıkacak. Soğuk tonlar özellikle derinin vazgeçemediği tonlar arasında yer alıyor. Petrol mavileri, uçuk mavilerin yanı sıra sıcak renkler de bu yıl çok moda. Biz bu renklere ek olarak mürdüm rengini ekledik. Rengarenk deri ürünleriyle bu yıl çok renkli geçecek” dedi.

Fuarın tanıtımında Bora Aksu imzası

Bora Aksu’nun London Fashion Week’te görücüye çıkardığı koleksiyonundan deri/ kürk tasarımının yer aldığı afiş, İDF’nin



İDF’de İtalyan Vogue Uomo Genel Yayın Yönetmeni Gian Luca Cantaro, Erdal Matraş, Ece Sukan ve Leyla Alaton gibi isimlerin katılımıyla gerçekleşen “Made in Turkey & Made in Italy, Pazarda Sinerji İmkânları; Deri + Yaratıcılık = Lüks” paneli de ziyaretçilerden büyük ilgi gördü.

AÇILIŞINI TÜRDEV BAŞKANI RUKEN MIZRAKLI, İSO BAŞKANI ERDAL BAHÇIVAN VE TİM BAŞKANI MEHMET BÜYÜKEKŞİ'NİN YAPTIĞI İDF 2013, ÇOK SAYIDA SEKTÖR PROFESYONELİNİ AĞIRLADI.

FUAR

68



Fuar ile eş zamanlı olarak İDMİB tarafından organize edilen "Deri, Deri Ürünleri ve Makinaları Alım Heyeti" de birçok ülkeden alıcıları yerli firmalarla bir araya getirdi.

tanıtımında kullanılan etkili bir çalışma oldu. Bora Aksu'nun tasarımı, İDF'nin afişi olarak kullanılırken genç tasarımcı "Tasarımımın logo olarak kullanılması beni çok gururlandırdı. Bu tasarımların bu şekilde geri dönüşlerini görmek mutluluk veriyor" diye konuştu. Fuarın çok etkileyici olduğunu belirten Aksu, fuarın çok modern ve Avrupalı hazırlandığını vurguladı. Fashion

Showlar'dan trend alanına kadar fuarda çok ince çalışmalar yapıldığını söyleyen Bora Aksu, fuarın uluslararası bilinirliği olduğunu ve bu anlamda geri dönüşlerinin de çok iyi olacağını belirtti.

İDMİB'den İDF'ye alım heyeti desteği

Fuar ile eş zamanlı olarak İDMİB tarafından organize edilen "Deri, Deri Ürünleri ve Makinaları Alım Heyeti" de birçok ülkeden alıcıları yerli firmalarla buluşturdu. İkili görüşmelerle işbirliklerinin sağlandığı programa, Almanya, Cezayir, Çin, İran, İspanya, İtalya, Japonya, Karadağ, Moğolistan, Rusya, Tunus ve Ukrayna'dan 46 alıcı firma katıldı. Organizasyon firmalarının markalarını ve ürünlerini yabancı alıcılara tanıtmaya imkanı verirken, fuara da ayrı bir renk kattı.

İDF "markalaşma"ya fokuslandı

Tasarım, teknoloji ve yaratıcılık kavramlarıyla şekillenen İDF 2013'de, 22 Kasım Cuma günü Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton'un moderatörlüğünde Vogue Uomo / İtalya, Genel Yayın Yönetmeni Gianluca Cantaro, Avrupa Tasarım Enstitüsü (IED), Genel Direktörü Alessandro Colombo, ünlü tasarımcı Troy Nachtigall, TDSB Başkanı Erdal Matraş ve Kreatif Danışman ve Moda Editörü Ece Sükan gibi isimlerin katılımıyla gerçekleşen "Made in Turkey & Made in Italy, Pazarda Sinerji İmkânları; Deri + Yaratıcılık = Lüks" paneli de büyük ilgi gördü. Panelde yaptığı konuşmada Ürün olarak Türk derisinin bir dünya markası olduğunu belirten Erdal Matraş, markalaşmanın tasarımıyla olacağını vurgulayarak, "Tasarımın sanatla birleşmesi gerekiyor ve tasarımcıya, tasarıma, sanata önem verilmesi gerekiyor.



MEHMET ALİ DİNÇ
TDKD Başkanı

Yenilenen yüzüyle sektörün karşısına çıkan İDF, ilerleyen dönemlerde deri dünyasında daha da ses getirecek.

Bunlar olursa markalaşma yolunda emin adımlar atabiliriz" dedi.

"Tasarım kültürle harmanlanmalı"

Konuşmasında içerik üretmek ön plana çıkaracağını vurgulayan Ece Sükan, yatırıma önem vererek farklılık oluşturulacağını söyledi. Ürünleri iyi şekilde göstermenin yolunun tanıtımdan geçtiğini söyleyen Sükan, globalleşmek adına reklam ve pazarlamanın çok önemli olduğunu vurguladı. Tanıtım için yatırımın önemine dikkat çeken Troy Nachtigall, insanlarla nasıl iletişim kurulması gerektiğinin bilmesi gerektiğini, çünkü söz konusu ürünleri o doğrultuda pazarlamanın avantaj sağlayacağını söyledi. Gianluca Cantaro ise, "Türk derisi çok kaliteli ve uluslararası bir bilinirliğe sahip. Türkiye bu sektörde doğru tanıtımla lider olarak ön plana çıkabilir" dedi. Trendlerin doğru bir şekilde takip edilmesi gerektiğini söyleyen Roberto Guelfi, tasarımın ve inovasyonun çok önemli olduğunu vurgulayarak, kaliteye ve yaratıcılığa her zaman ihtiyaç olduğunu belirtti. Alessandro Colombo ise, tasarımların kültürlerle harmanlanarak ortaya çıkması gerektiğini belirterek, "Öğrencilere ve genç fikirlere destek verilmeli. Yaratıcılık düzeyleri çok yüksek olan genç kesimlere şirketlerde de fırsatlar vermeli ki" dedi.



Mucizelere
bağılım

**Küçük
Mucizeler**

Kaliteden taviz vermeden,
sonuç ve müşteri odaklı
anlayışımızla hayatınıza
Küçük Mucizeler
katmaya devam
ediyoruz.

Sosyal Medya
Bize ulaşmanın
Sosyal yolları

ft
in

Fuar - Stand

Promosyon ürünleri

Kurumsal kimlik
Web tasarımı

Organizasyon

Tanıtım filmleri

Afiş - Outdoor
Araç giydirme

Katalog

Kurum ve
firmaların
iletişim
stratejileri
doğrultusunda
ajans hizmetleri

Broşür

Görsel tasarımlar

Dün
Termimli işleri
tahmin ettiğinizden
çok daha düşük maliyetlerle
üretmek için
Bugün
Küçük bir
mucize gerekir.

WWW.
kucukmucizeler.
com

HOŞGELDİNİZ

0212
211
68
53

İletişim

Kaptanpaşa Mah.
Darülaceze Cad.
Bilaş İş Merkezi A
Blok No:31 K:6 D:63
Okmeydanı/Şişli

ajansız
kreatifiz
akıl fikir
sahibiyiz



KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINCILIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİC.LTD. ŞTİ.

FİRMALARA EN SON ÜRÜN VE YENİLİKLERİNİ BİR ARADA SERGİLEYEBİLECEKLERİ BİR PLATFORM SUNAN İDF'DE RUSYA, BDT ÜLKELERİ İLE AVRUPA ÜLKELERİNDEN ZİYARETÇİLERİN AĞIRLIKLIL OLARAK YER ALDIĞI GÖRÜLDÜ.

FUAR

70



EYÜP SEVİMLİ
Sevimli Deri Genel Müdürü

İDF DAHA DA BÜYÜYECEK

8 yıldan bu yana uluslararası bir nitelikte yolunda ilerleyen ve Türk deri sektörünün yurtdışındaki bilinirliğine katkı sağlayan bu fuardan çok umutluyum. Yapılan showlar, sergisi yapılan eserler fuarı sadece ticari olmaktan çıkıp, aynı zamanda eğlenceli bir organizasyona dönüştürdü. Diğer taraftan İDF bu yıl illere sahne oldu. Ayakkabı dericileri ve çanta deri yapanlar için bu yeni bir fuar. Bu anlamda bakıldığında fuar her geçen yıl büyüyerek, hitap ettiği alanı genişleterek yolunda ilerliyor. Firmam adına fuarın çok verimli geçtiğini düşünüyorum ve gelecek yıllarda İDF'nin yüzde 20 oranında bir büyüme kaydedeceğine inanıyorum.



RECEP ARDA
Mefi Deri Şirket Sahibi

ZİYARETÇİLERDEN OLUMLU TEPKİLER ALDIK

Bu fuara katılmaktaki asıl amacımız ürünlerimizi müşteriye sunmak, yeni müşteriler kazanmak ve ihracat hedefimizi büyümektir. Fuarda Unlimited Leather başlığı altında gerçekleşen defilelerden açılış defilesi bizim firmamıza aitti. Defile sonrası katılımcılardan ürünlerimize dair çok güzel tepkiler aldık. Gelecek sene fuarın tanıtımıyla ilgili daha yoğun çalışmalar yapılmalıdır. İDF uluslararası platformda Türkiye deri sektörünü tanıtan ve ülke ekonomisine katkı sağlayan bir fuar olduğu için başta Rusya ve Avrupa olmak üzere birçok ülkeden ziyaretçilerimiz vardı. Bu durum her katılımcı gibi bizi de çok memnun etti.



İLGİ TURAN BARIŞ
Adamo Deri Marka Müdürü

MARKALAŞMANIN YOLU TASARIMDAN GEÇİYOR

Diğer senelerde olduğu gibi bu yıl da fuar firmamız açısından çok yoğun geçti. Üç gün boyunca fuarda Adamo By Siren Ertan markası ile defilemiz gerçekleşti ve bu defile sonrasında geri dönüşlerden oldukça memnun kaldık. Koleksiyonumuzda lüks çizgileri deriye yansıttık. Maskülen ve feminen çizgilerinden oluşan koleksiyonumuz hem iç hem de dış piyasadan olumlu tepkiler aldı. Deri sektörüne yönelik gerçekleşen İDF'nin ilerleyen yıllarda daha verimli, daha bilinçli ve daha da tasarım odaklı olacağını düşünüyorum. Çünkü markalaşmanın yolu tasarımdan geçiyor.



GÜRKAN KOPUZ
Kopuzlar Deri Yönetim Kurulu Üyesi

İDF DERİCİLERİN İHTİYACINI KARŞILIYOR

İDF adı altında sekiz senedir yapılan bu fuarın aslında çok öncesi de var. Biz Kopuzlar Deri olarak çok uzun süre bu fuara katılım gösterdik, ancak İDF adı altında bu sene ilk defa katılım gösteriyoruz. Türkiye'nin köklü bir geçmişe sahip olan alanlarından biri olan deri sektöründe böyle bir fuarın yapılması bence son derece gurur verici. Yurtdışında da birçok deri fuarı söz konusu. Türkiye'deki birçok

firma da bu fuarlara katılım gösteriyor. Ancak firmaların kendi ülkesinde yapılan deri fuarına katılım göstermesi bence çok daha güzel bir duygu. Öncelikle hem kendi firmamıza hem de ülke ekonomisine katkı sağladığı için bu fuarın önemi çok büyük. Türkiye'nin uluslararası bir fuara ihtiyacı vardı, İDF de bu ihtiyacı karşılamaya başladı. Fuarın gelecek sene daha başarılı olacağına inancımız tam.

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...

AYAKKABI MODASI “AYMOD” SAHNESİNE ÇIKTI

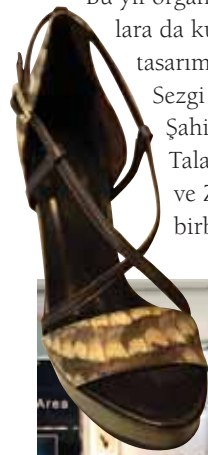
AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN KÜRESEL BULUŞMA NOKTASI OLAN, DÜNYA AYAKKABI TRENDLERİNİN AYNI PLATFORMDA SERGİLENMESİNE ARACILIK EDEN AYMÖD FUARI, 50'NCİ KEZ İSTANBUL'DA DÜZENLENDİ. BU YIL İKİNCİ DÖNEMİNİN DÜZENLENDİĞİ FUARA, BİN MARKA KATILIM GÖSTERDİ

Türk ayakkabı sektörünün gücünü dünyaya ispatlayan organizasyonlardan Türkiye'nin en büyük Avrupa'nın ise 3'üncü büyük ayakkabı moda fuarı olan Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı (AYMOD), bu dönemde de sektöre enerji verdi. Türkiye'nin ayakkabı sektörüne sağladığı ihracat artışıyla her geçen yıl önemini pekiştiren fuar, ayakkabının Türkiye'deki en büyük buluşma noktası olma özelliğini taşıyor. 50'nci defa sektör profesyonellerini bin markanın katılımıyla bir araya getiren fuar, 6-9 Kasım tarihlerinde CNR Expo'da düzenlendi. 4 bin 430 ziyaretçinin yurtdışından katılım gösterdiği fuarı toplamda 41 bin 723 sektör profesyoneli ziyaret etti. AYMÖD'da İtalya, Rusya, İran, Ukrayna, Bulgaristan, Yunanistan, Irak, Romanya, Libya başta olmak üzere 69 ülkeden gelen alıcı grup-

lar iş görüşmelerinde bulundu. 60 bin metre kare alanda, ulusal ve uluslararası düzeyde 396 firmanın katılımıyla yapılan AYMÖD'da, birbirinden özgün tasarımlara sahip ayakkabı modelleri sergilendi. Fransa, Rusya, İspanya, Almanya, Makedonya, Hindistan, Bangladeş, Portekiz gibi ülkelerden de firmaların katılım gösterdiği organizasyonda, İtalya ülke pavilyonu olarak yer aldı. Türk ayakkabı endüstrisinin ihracatını artıran AYMÖD'a ayakkabıda markalaşan ülkelerden İtalya'nın önde gelen 23 firması katılım gösterdi. Yapılan görüşmelerde Türkiye'nin her geçen gün büyüyen bir pazar haline geldiğini belirten İtalyan firmaları yetkilileri, AYMÖD Fuarı'nda İtalya ve Türkiye arasında önemli iş bağlantılarının temellerinin de atıldığını ifade ettiler. CNR Holding ku-



tarafından ziyaret edildi. Aşkı, kelebeklerin sıra dışı yaşam döngülerinden ilham alarak ayakkabılarını tasarladığını belirterek, “Kelebekler toplu halde göç ederek toplu halde ölen varlıklardır. Kelebeklerdeki bu potansiyeli fark edip, aşk ile çalışarak fark yaratan ürünler ortaya çıkardık” diye konuştu. 2014 İlkbahar-Yaz ayakkabı trendlerinin de belirlendiği fuarda, erkek ayakkabılarında gelecek yıl için kalın topuklu militarist, yıpranmış modellerin, bayan ayakkabılarında ise bantlı, zımba ve taşlarla tasarlanan ayakkabıların gözde olacağı belirtildi.



Bu yıl organizasyon genç tasarımcılara da kucak açtı. AYMOD genç tasarımcı alanında; Sertaç Delibaş, Sezgi Beşli, Ahmat Baytar, Sefa Şahin, Pınar Arkun, Gökhan Talay, Ufuk Kuran, Mine Atalar ve Zeynep Atınç Baytar'ın birbirinden renkli ve ilginç



HÜSEYİN ÇETİN
TASD Başkanı ve İDMİB YK Üyesi

“Ayakkabı sektöründe yılsonu için 700 milyon doların üzerinde bir ihracat beklentisi hakim”.

ruluşu Pozitif Fuarçılık tarafından düzenlenen AYMOD'u; sektörün öncü kuruluşları Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı (TASEV), Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu (TUAF), İstanbul Ayakkabı Esnafı Sanatkarlar Odası (İAESO) ve KOSGEB bu dönem de destek verdi.

AYMOD'a kelebekler konu

Özel tasarım ayakkabı stantlarıyla yoğun ilgi gören AYMOD, sektörü farklı tasarımlarla buluşturdu. Birbirinden şık ayakkabıların yer aldığı fuarda, kelebek derisinden ayakkabılar ve çantalar fuarın yıldız ürünleri arasında yer aldı. Aynur Aşkı tarafından tasarlanan kelebek derisinden ayakkabılar ve çantalar, özellikle yabancı ziyaretçiler



Kelebek derisi ayakkabı tasarımıyla AYMOD'da dikkatlerini üzerine çeken Aynur Aşkı'nın ürünleri fark yarattı.



60 BİN METRE KARELİK ALANDA 396 FİRMANIN YER ALDIĞI FUARA; FRANSA, RUSYA, İSPANYA, ALMANYA, MAKEDONYA, HİNDİSTAN, BANGLADEŞ, PORTEKİZ GİBİ ÜLKELERDEN DE KATILIM OLDU.

ayak-
kabıları
ziyaret-
çilerin
beğenisine
sunuldu.

380 bin kişiyi istihdam imkanı

AYMOD, İstanbul Büyük-
şehir Belediye Başkanı (İBB)
Kadir Topbaş, İstanbul Valisi
Hüseyin Avni Mutlu, TASD Baş-
kanı Hüseyin Çetin, CNR Holding
Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda
Erem, TASEV Başkanı İslam Şeker ve

CNR Holding Fuarçılık Grubu CEO'su
Cem Şenel'in katılımı ile düzenlenen basın
toplantısının ardından başladı. İBB Başkanı
Kadir Topbaş, AYMÖD'un açılış törenin-
de yaptığı konuşmada "380 bin kişiye
istihdam sağlayan, ürettiği her iki çiftten
birini ihraç eden ayakkabı sektörü bu fuar
aracılığıyla başarısına başarı katacak" dedi.
İstanbul Valisi Hüseyin Avni Mutlu da
AYMOD'un başarılı, bereketli iş bağlantıla-
rına imza atacağını belirtti. TASEV Başkanı
İslam Şeker de sektörün 6 milyar dolarlık
hacme ulaştığına dikkat çekti.

"Üretimde İtalya'dan daha güçlüyüz"

TASD Başkanı ve İDMİB Yönetim Kurulu
Üyesi Hüseyin Çetin, AYMÖD'a dair yaptığı
değerlendirmelerde İtalyanların organizas-



DURŞUN RENÇBER
Flo Ayakkabı Ürün Geliştirme Müdürü

FUARIN DÜZENLENME TARİHİ ÇOK GEÇ

AYMOD'un Türk ayakkabı sektörü için
önemi çok yüksek, ancak düzenleme
tarihi çok geç. Özellikle zincir mağaza-
cılar için uygun olmayan tarihlerde
düzenleniyor. Tarihin Micam fuarına yakın
olması da bir dezavantaj. Gözlemlediğim
kadarıyla geçen yıllara göre AYMÖD'a
katılım biraz daha fazla oldu ve fuardaki
ürünler de günün trendini yakalamış. Bu
anlamda fuar perakende sektörü olarak
ekonomiye katkı sağlıyor. Flo olarak alım
yapma konusunda öncelikli olarak fiyat
ve kaliteyi yan yana değerlendiriyoruz.
Fuarda bazı firmaların fiyatla kalitesinin
örtüşüğünü, bazılarının ise örtüşmediğini
gördük.



İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileri, AYMÖD'daki yerini birbirinden ilginç ve yaratıcı ayakkabılarla aldı.



yon gösterdiği yoğun ilgiden memnun kaldıklarını söyledi. Türkiye'nin dünya ayakkabı sektöründe 117 milyar dolarlık bir ticaret hacminin olduğu bilgisini veren Çetin, "Dünyada 21 milyar çift ayakkabı üretilirken; Türkiye ayakkabı üretiminde dünyada sekizinci sıraya yükseldi" dedi. Çetin, Türkiye'nin bu anlamda büyük bir başarıya imza attığını söyleyerek, üretimde İtalya'dan daha güçlüyüz. İtalya şu anda üretimde ilk 10 ülke arasında değil, ama ihracata baktığımız zaman İtalya'nın Türkiye'den daha yüksek bir grafiğe sahip olduğunu görüyoruz" şeklinde konuştu.

PANTONE
tekstilpantone.com

Renklerinizi,
Renk Uzmanlarıyla Belirleyin...

tekstilpantone.com



FUAR



TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK AVRUPA'NIN İSE 3'ÜNCÜ BÜYÜK AYAKKABI MODA FUARI OLAN AYMÖD'DA, BİRBİRİNDEN DEĞİŞİK TASARIMLARA SAHİP AYAKKABI MODELLERİ SERGİLENDİ.



AYMOD'un misafirleri arasında eski gol kralı Tanju Çolak da yer aldı. Çolak, yerli ayakkabı giymenin mutluluğunu yaşadığını ifade etti.



MİNE ATALAR
Ayakkabı Tasarımcısı

AYMOD'A RENK KATTIK

Yurtdışından farklı müşteri profilleri edinmek için AYMÖD'a katılmayı tercih ettim. Organizasyonda tasarımcılar için bir alan olması da bizi ayrıca sevindiren bir gelişme oldu. 10 farklı tasarımcı olarak hepimizin tarzları bambaşka. Bu açıdan bakıldığında AYMÖD'a renk kattık. Tasarımlarımda kendi çizdiğim illüstrasyonlar var. Orijinal derilerin üzerine baskı yaparak el yapımı ayakkabılar tasarladım. Çok renkli ve eğlenceli bir çizgi yakalamaya çalıştım. İlerleyen yıllarda da organizasyona katılmayı tercih ederim, ama bir dahaki AYMÖD'da tasarımcılara ayrılan kısmın daha merkezi bir alanda olmasını istiyorum. Bir de fuarda böyle bir bölümün olduğunun tanıtılması gerekiyor.



396 firmanın katıldığını ve 150 yabancı müşterinin Türkiye'ye getirildiğine vurgu yaptı. İlk defa bu fuara özgü olarak 10 tane tasarımcıya özel yer verildiğini bildiren Çetin, Türkiye'nin önde gelen tasarımcılarının kendi özel tasarımlarını bu alanda sergileme şansını yakaladıklarını belirtti. Çetin konuşmasına şöyle devam etti: "AYMÖD'da çok ciddi alım heyetleri görüyoruz. Özellikle

Bunun sebebini Türkiye'nin ayakkabı sektöründe ciddi anlamda markalaşamamasına bağlayan Çetin, bu anlamda önümüzdeki dönemde markalaşmaya önem verilmesi ve katma değeri yüksek ürünler üretmesi gerektiğine dikkat çekti.

10 ayda 610 milyon dolarlık ihracat

Hüseyin Çetin, 2013 yılının ilk 10 ayında Türkiye'nin ayakkabı ihracatında elde edilen rakamlara bakıldığında 610 milyon dolarlık ihracata ulaşıldığını söyledi. Geçen yıla göre yüzde 28.9 oranında bir ihracat artışı ol-

duğunu kaydeden Çetin, "Sektörde yılsonu için 700 milyon doların üzerinde bir ihracat beklentisi hakim" dedi. Çetin, "Avrupa'nın ayakkabı ihracatında kan kaybetmesinden sonra, üretimde çok güçlü olan Türkiye bu durumun bir çıktısı olarak önümüzdeki dönemde ihracattan çok daha ciddi pay alacak" dedi. Ayakkabı sektörünün 2023 ihracat hedefinin 1.5 milyar doları aşarak 3 milyar dolara ulaşmak olduğunu belirten Çetin, "Türkiye'deki orta ölçekli işletmelerin önümüzdeki dönemde kapasite kullanım oranlarını arturacaklarını temenni ediyoruz" dedi. Çetin, AYMÖD fuarına Türkiye'den





SEZGİ BEŞLİ
Ayakkabı Tasarımcısı

GÜZEL BİR ATMOSFER YAKALADIK

Ayakkabı tasarımcısı arkadaşlarımla AYMOD'da çok güzel bir atmosfer yakaladık. Bu birliktelikten çok memnunum. Burada ayakkabı tasarımının önemini gösterme çabası içerisindeyiz. Her tasarımcının tarzı farklı olduğu için orijinal ürünler üretiyoruz. Özellikle Hindistan, Rus ve Arap pazarından rağbet gördük.

Tasarımlarım bu ülkelerden gelen alımcılar tarafından özgün bulundu. Ayakkabılarımın biraz İtalyan tarzına yakın olduğunu söyleyenler de oldu. Bununla birlikte tasarımlarımdaki kalıp çeşitliliği de ziyaretçilerin dikkatlerini çekti.



le yurtdışından Zara ve başka dünyaca ünlü markaların bu fuara ilgisi arttı. Zara 10 kişilik ekibiyle hem firmaları ziyaret etti. Hem de fuardan 1 hafta önce gelerek, özellikle bölgesel olarak onlar için düzenlediğimiz gezilerde Türk firmalarının yapılarını inceleyip kendi üretimlerine uygun olup olmadıkları araştırdılar. Türk ayakkabı sektörünün gücünü fark ettiler. Yıllık olarak 55 milyon çift dünyadan ayakkabı aldıklarını, bunun 5 milyonunu Avrupa'dan aldıklarını ve 5 mil-



ERKAN ZANDAR
Zandar Ayakkabı Firma Ortağı

ALICILAR NE İSTEDİĞİNİ BİLİYOR

Fuarda beklediğimiz firmaların dışında yeni firmalar da bizi ziyaret etti. Bu da fuarın enternasyonal niteliğinin arttığını gösteriyor. Önceki dönemlerde ne aradığını bilmeden fuara gelen alıcılar artık ne aradıklarını bilerek buraya geliyor. Bu Türk ayakkabı sektörü adına güzel bir gelişme. Fuarın tarihi bir iki ay daha erken olursa çok daha iyi sonuçlar alırız. Yüzde 70 ihracat yapan bir firma olarak katıldığımız iki fuardan birisi AYMOD, ancak fuara Avrupa ve Amerika'dan gelen alıcı ve ziyaretçi sayısı az. Daha fazla alıcı ve ziyaretçi bu fuara çekmek için de çalışma yapılmalı.



yon çift ayakkabıyı da Türkiye'de üretirmek istediklerini beyan ettiler. Bunla ilgili olarak biz de TASD olarak her türlü desteği veriyoruz. Önümüzdeki dönemlerde Zara'nın ve diğer büyük markaların da Türkiye'den alım gerçekleştireceğini öngörüyoruz.”

Fuar 2015'te 1 ay öne çekilecek

Çetin, AYMOD'a yurtdışından alım heyetlerinin gelmesiyle birlikte 100 milyon dolarlık



MEHMET AKINCI
Emin Ayakkabı Firma Sahibi

TRENDLER AYMOD'DA TAKİP EDİLİYOR

AYMOD'un en güzel yanı, diğer ayakkabı firmalarıyla kendi firmamızı kıyaslama olanağı suması oldu. Trendleri ve ayakkabı dünyasındaki son yenilikleri ne kadar takip ettiğimizi gördük. Bununla birlikte müşterinin ürünlerimize verdiği tepkiyi de ölçtük. Ağır olarak Afrika'dan gelen ziyaretçiler ürünlerimize ilgi gösterdi. Eskiden Rusya ile daha çok alışverişimiz olurdu. Sanırım Rusların ayakkabıya doyması firmamızın müşteri profiline de yansdı. Önümüzdeki dönem fazla reklam yapılırsa fuarın daha verimli geçeceğini düşünüyorum.



bir ticaret hacminin gerçekleşmesini belediklerini belirtti. Türk firmalarının bayan ayakkabı sını segmentinde çok ciddi satışlar yaptıkları bilgisini paylaşan Çetin, “Türk ayakkabı sektörünün dünyadan daha fazla pay alabilmesi için 2015 yılında AYMOD fuarının bir ay öne çekilmesini sağlayacağız. Böylece hem Türkiye'nin hem de Avrupa'nın beklentilerine daha ciddi cevap vereceğimizi düşünüyorum” diyerek sözlerini bitirdi.

HOME & TEX i s t a n b u l



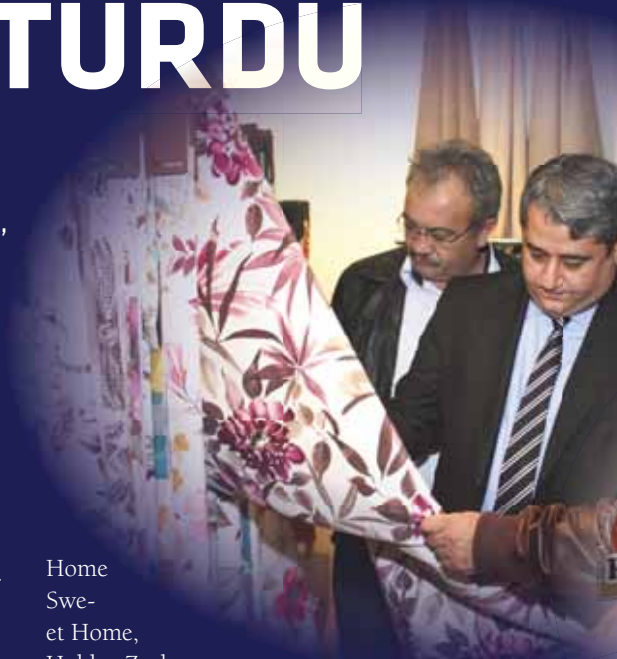
“HOME&TEX” KITALARI BULUŞTURDU

TÜRKİYE’DE DEKORASYON, EV TEKSTİLİ VE TAMAMLAYICI ÜRÜNLERİ KAPSAYAN İLK FUAR OLMASI AÇISINDAN ÖNEM TAŞIYAN HOME&TEX, 14-17 KASIM TARİHLERİ ARASINDA ZİYARETÇİLERİNE KAPILARINI AÇTI. TEK TİP STANT UYGULAMASININ TÜRKİYE’DEKİ İLK ÖRNEĞİNİ DE ORTAYA KOYAN FUAR, DÖRT GÜN BOYUNCA YAKLAŞIK 19 BİN ZİYARETÇİYİ AĞIRLADI.

Türkiye’deki iç piyasada 20 milyar dolarlık büyüklüğe sahip olan ev tekstili ve dekoratif ürünler sektörü yepyeni bir fuarla buluştu. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) tarafından bu yıl ilki düzenlenen, Türkiye’de dekorasyon, ev tekstili ve tamamlayıcı ürünleri kapsayan ilk fuar olması açısından önem taşıyan Home&Tex 14-17 Kasım tarihleri arasında

gerçekleşti. Ev tekstili ve dekorasyon sektöründe Türkiye’de ilk kez gerçekleştirilen fuar ziyaretçilerini CNR Expo’da kurulan 80 bin metrekarelik alanda gerçekleşen fuar 5 binden fazlası yurtdışından olmak üzere yaklaşık 19 bin kişiyi misafir etti. Dünya fuarcılığında yeni gelişen trendlerden biri olan ‘tek tip stant uygulaması’nın ön plana çıktığı fuarda, aralarında Anka Tekstil,

Home
Swe-
et Home,
Hobby, Zorlu
Tekstil, Vardarlar Tekstil, Moral
Tekstil, Akman Tekstil olduğu 136 firma



ürünlerini sergileme imkanı buldu. Tek tip stant uygulaması ile ziyaretçilere daha düzenli ve ferah bir fuar atmosferi yaratılırken, katılımcıların da stant maliyetinin yanı sıra zamandan da tasarruf etmeleri sağlanmış oldu. Yalnızca ürünlerini stantlarını yerleştiren katılımcılar, fuar bitiminde de ürünlerini alarak alandan ayrıldı. Tül, perde, brode, perde aksesuarları, perde mekanizmaları, döşemelik, uyku ve yatak odası ürünleri, mutfak ve yemek odası tekstili, havlu ve banyo ürünleri, züccaciye ve dekorasyon ürünleri, duvar kaplamaları, yer kaplamaları gibi ürün gruplarının sergilendiği Home&Tex, firmalar açısından da pozitif bir güç oluşturdu. Orta Doğu ve Avrupa başta olmak üzere Bağımsız Devletler Topluluğu ve Kuzey Afrika'dan gelen toptancı, perakendeci ve dekoratörlerin ilgi gösterdiği fuar, katılımcı firmalar açısından oldukça verimli geçti.

Home&Tex Fuarı kapsamında Instagram üzerinden ilk kez gerçekleştirilen "Yaşam Alanı Tarzım Home&Tex" dekorasyon yarışması da etkinliğe farklı bir renk kattı.

Home&Tex adını Boğaziçi Köprüsü'ne yazdırdı

Ev tekstili ve dekarasyon dünyasında estetik ve zerafetin uluslararası buluşması Home&Tex bir ilke imza atarak adını, Asya ve Avrupa'nın buluşma noktasına, kıtaların birleştiği Boğaziçi Köprüsü'ne yazdırdı. Rusya, Orta Doğu ve Avrupa başta olmak üzere Bağımsız Devletler Topluluğu

ülkeleri, Kuzey Afrika ve dünya genelinden alıcıların buluştuğu Home&Tex Fuarı TETSİAD işbirliğinde ikinci kez 12-15 Kasım 2014 tarihleri arasında CNR Expo'da gerçekleşecek.

"Markalaşarak dünyaya açılmamız"

Alan tasarımından stant düzenlemelerine kadar yeniliklerle başlayan Home&Tex Fuarı, Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış tarafından 14 Kasım tarihinde açıldı. CNR Expo'da 17 Kasım tarihine kadar süren fuarın açılış törenine Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekçi, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, Tataristan Cumhuriyeti Başbakan Yardımcısı- Sanayi Ticaret Bakanı Ravil Zariyov ile çok sayıda sektör temsilcisi katıldı.

Home&Tex Fuarı'nın açılış töreninde bir konuşma yapan Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış, ev tekstili ve dekorasyon alanında ilk kez düzenlenen fuarın, sektörün ihracatına bereket katacağını söyledi. Fuarda, Rusya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinden çok sayıda misafir ağırlandığını belirten Bakan Bağış, ev tekstili sektöründe Türkiye'de Home&Tex fuarı ile birlikte yılda iki kez fuar düzenlenmeye başlandığına dikkat çekti. Bu durumun sektör için çok sevindirici bir gelişme olduğuna vurgu yapan Bakan Bağış, "Bu fuarlar aracılığıyla Türkiye bölgesindeki evleri dayayıp döşüyor" dedi. Türkiye'nin, dünyanın 16'ncı büyük ekonomisi olduğuna dikkat çeken

Bağış, "Ülkemizin dünyada 10'uncu büyük ekonomi haline gelmesi ve 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak ancak markalaşma ile gerçekleşir.

Markalaşarak ürünlerimizi dünyaya açmalıyız. Geçmişte olduğu gibi ucuz işçilikle övünen Hindistan ve Çin gibi ülkeleri kendimize rakip görürsek ancak ucuz işçilikle ön plana çıkarsak, markalaşmamış taşeron bir ülke



EGEMEN BAĞIŞ
AB Bakanı ve Başmüzakereci

"Ev tekstili ve dekorasyon alanında ilk kez düzenlenen bu fuar, sektörün ihracatına bereket katacak."

oluruz. Markalaşma konusunda Ekonomi Bakanlığı'nın teşvikleriyle gerekli adımları atabilirsek, o zaman dünyada marka olmuş İtalya, Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerle rekabet ederiz" diye konuştu. Tataristan Cumhuriyeti Başbakan Yardımcısı Ravil Zariyov ise, fuar aracılığıyla Türkiye-Tataristan arasındaki ticari ilişkilerin gelişeceğini bildirerek, bu fuarla iki ülke işadamlarının yeni anlaşmalara imza atacağını söyledi.

Home&Tex'te kalite öne çıktı

Açılış konuşmasında sektörün nitelik ve servis alanında dünyada ilk sırada yer aldığını belirten TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, "İnsanların gelir seviyeleri arttıkça kaliteli ürünlere doğru bir yönelme söz konusu oldu. Bu durumun bir uzantısı olarak biz de Home&Tex'te özellikle nitelikli ürünlere yer verdik. Gelecek yıllarda da ziyaretçiler, eve dair her şeyi bu fuarda bulabilecek" dedi.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi de yaptığı konuşmada, sektörle ilgili şu bilgileri verdi: "Türkiye dünya ihracat pazarından binde 85



Rusya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinden çok sayıda ziyaretçinin ağırlandığı fuarda ilk kez kullanılan hazır stantlar da firmaların yoğun ilgisiyle karşılaştı.

19 BİN

TÜRKİYE'DE DEKORASYON, EV TEKSTİLİ VE TAMAMLAYICI ÜRÜNLERİ KAPSAYAN İLK FUAR OLMASI AÇISINDAN ÖNEM TAŞIYAN HOME&TEX FUARI'NI, 5 BİNDEN FAZLASI YABANCI OLMAK ÜZERE YAKLAŞIK 19 BİN KİŞİ ZİYARET ETTİ.

FUAR

80



YAŞAR KÜÇÜKÇALIK
TETSİAD Yönetim Kurulu Başkanı

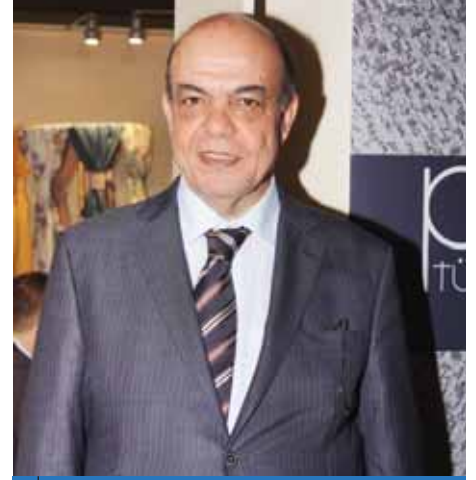
“Ev tekstili sektörümüz nitelik ve servis alanında dünyada ilk sıralarda yer alıyor.”

oranında pay alırken, ev tekstilinin ihracattaki payı yüzde 5 oranında. Bu rakamlar sektörün önemini bize gösteriyor.” Sektörün ihracatını artıracak inovasyon, tasarım

unsurlarının fuarda güçleneceğini aktaran Büyükekeşi, “Home&Tex Fuarı'nın sektörün ihracatını artıracak olduğunu söyledi.

“Stant uygulaması firmalara zaman kazandırdı”

Alan tasarımından stant düzenlemelerine kadar yeniliklerle başlayan Home&Tex Fuarı'nın çok kısa bir zamanda hayata geçirildiğini belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Cengiz Özmen, fuar için ambiyans alanı da dahil olmak üzere 20 bin metrekaRELİK alanda hazır stant kullanıldığını söyledi. Türkiye'de tek tip stant kullanımının ilk örneğinin Home&Tex Fuarı'nda oluşturulduğunu belirten Özmen, bu uygulamanın yurtdışında çok yaygın olduğunu ve firmalara hem ekonomik anlamda, hem de zaman açısından büyük avantajlar sağladığına vurgu yaptı. Özmen, “Bu fuarda sadece ürünlerin pazarlanmasını istedik. Bu yüzden de tek tip stant uygulamasını hayata geçirdik. İnsanlar stantların düzenine vakit harcamadan gelip ürünlerini yerleş-



CENGİZ ÖZMEN
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

“İstanbul'da iki ayı ev tekstili fuarının olması turizmde de katkı sağlayacak.”

tirebildiler ve fuar bitiminde de ürünlerini toplayıp gittiler. Bu anlamda hem rekabet ortamını ortadan kaldırdık, hem de firmalara zaman kazandırdık” dedi.

“En büyük markamız ‘İstanbul’”

Türkiye'nin dünya çapındaki en büyük markasının İstanbul olduğunu söyleyen Özmen, bu şehirde iki tane ev tekstili fuarının olmasının Türkiye'nin turizmine de katkı sağlayacağına dikkat çekti. Özmen, “Home&Tex Fuarı'nda üreticiler kışlık koleksiyonlarını sergileme imkanı buldu. Bizim yurtdışında katıldığımız birçok fuar söz konusu ve orada da müşterilerimiz var. Onları burada ağırlamak ve kışlık koleksiyonlarımızı ilk olarak burada sergilemek firmalarımıza da avantaj



Bakan Egemen Bağış ve sektör liderleri stantları gezerek fuarın nabzını yokladı.



Instagram üzerinden düzenlenen “Yaşam Alanı Tartzım Home&Tex” dekorasyon yarışması da etkinliğe renk kattı.



ALİ SAMİ AYDIN
TETSİAD Başkan Yardımcısı

“Çin’den güçlükle ithal edilen örme laminasyon kumaşları artık Türkiye’de üretiyoruz.”

sağlıyor” diye konuştu. Türkiye ev tekstilinde üç dört aşamalı ürün grubu olduğunun altını çizen Özmen, bu ürünlerin hepsinin satış yoğunluklarının farklı dönemlerde olduğuna da dikkat çekti. Fuarlara farklı pencerelerden bakılarak hem ilkbahar hem de sonbahar döneminin ayrı ayrı avantaj sağlayacağını belirten Özmen, Home&Tex Fuarı’nın önümüzdeki yıllarda daha fazla getireceğini vurguladı.

Türkiye ekonomisinin fuarlarla desteklenmesi gerektiğini belirten Özmen, Türkiye’nin pazarlama ağının da çok kuvvetli olduğuna dikkat çekti. Türkiye’nin ev tekstili sektöründeki kalitesinin yurtdışında da bilindiğini söyleyen Cengiz Özmen, sektör olarak dünyada psikolojik bir savaşın olduğunun altını çizdi. Özmen, “Bir sektörde birkaç tane fuarın yapılmasının çok doğru olduğunu düşünüyorum. Yurtdışındaki müşterilerimizi Türkiye’ye alıştırmak için bence fuarlar bir basamak” diye konuştu.

Örme laminasyon kumaş üretimi artık Türkiye’de

14- 17 Kasım tarihleri arasında ilki gerçekleştirilen ev tekstili fuarı Home&Tex’te yerli üretim döşemelik kumaşlar da büyük ilgi gördü. Bu anlamda geçen yıla kadar ağırlıklı olarak Çin’den getirilen örme laminasyon kumaşların Türkiye’ye kayması sektör temsilcilerini de sevindirmiş oldu. TETSİAD Yönetim Kurulu Başkan Yar-



VEHBİ AKMAN
Akman Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı

STANT UYGULAMASI FİRMALARA YARAR SAĞLADI

Bu yıl ilk defa düzenlenmesine rağmen Home&Tex’in çok başarılı bir şekilde geçtiğini söyleyebiliriz. Diğer taraftan Home&Tex zamanlama açısından çok doğru bir zaman diliminde yer alıyor. Ev tekstilindeki firmalar yılda iki defa koleksiyon hazırlar. Nisan ayında yaptığımız koleksiyonları Mayıs ayında Evtex’te görücüye çıkarıyoruz ama bunlar genelde RPT sipariş oluyor. Ancak şuan için yeni hazırlanan koleksiyonların gösterilmesi müşterilere de cazip geliyor ve ona göre bağlantıların yapıyorlar.



MEHMET DEMİR
Anka Tekstil Pazarlama Müdürü

YILDIZI PARLAYACAK BİR FUAR

Mayıs ayında gerçekleşen Evtex’ten hemen sonra bu fuarın gerçekleşmesi bizler için sürpriz oldu. Bu sebeple fuara istediğimiz gibi hazırladığımızı söyleyemeyiz. Fakat fuar önümüzdeki yıl yine bu tarihte düzenlenirse, daha profesyonel bir şekilde bu etkinliğe hazırlanarak alıcıların karşısına çıkma şansımız olacak. Firmamız adına bu fuarda yurtdışından fazla müşteri beklemiyorduk. Ancak beklediğimizin tersi bir durumla karşılaştık. Home&Tex Fuarı’nın gelecek yıllarda yıldızının parlamacağını ve daha verimli olacağını düşünüyorum.



14- 17 Kasım tarihleri arasında gerçekleşen Home&Tex Fuarı’nın açılış kordelasını Bakan Egemen Bağış, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık ve sektörün önde gelen isimleri birlikte kesti.

INSTAGRAM ÜZERİNDEN “YAŞAM ALANI TARZIM HOME&TEX” İSİMLİ DEKORASYON YARIŞMASINA DA EV SAHİPLİĞİ YAPAN FUAR, BU YARIŞMAYLA EV, OFİS, BAHÇE, OTEL, TEKNE GİBİ YAŞAM ALANI OLAN DEKORLARA DAİR FOTOĞRAFLARIN SERGİLENMESİNE DE VESİLE OLDU.

dımcısı ve Aydın Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Ali Sami Aydın, “Çin’den güçlükle ithal edilen örme laminasyon kumaşları artık Türkiye’de üretiyoruz. Firmalar, yerli üretim döşemelik kumaşları Home&Tex’de sergiliyorlar” diye konuştu. Çin’in örme laminasyon kumaşlarının 5 yıl önce Türkiye pazarına girdiğini ve her yıl 5 milyon metreye yakın Çin’den kumaş ithal edildiğini hatırlatan Aydın, “İthalat, Bursalı firmalar başta olmak üzere Türkiye’deki döşeme sektörünü bitirmişti. Biz de bu alandaki ithalatın önüne geçmek için bu kumaşları Türkiye’de üretmeye başladık. Böylelikle üretimden doğan katma değerini tamamen Türkiye’de kalmasını sağladık” dedi.



Home&Tex Fuarı’nda bulunan ambiyans alanı, ziyaretçilerin dinlenme ve iş görüşmeleri yapmaları açısından uğrak bir nokta oldu.



ÖZGE AÇIYOĞLU

Açıoğlu Tekstil / Kreatif Direktör

KISA ZAMANDA BÜYÜK İŞLER BAŞARILDI

Mayıs ayında Home&Tex Fuarı’nın yapılacağı konuşuluyordu. Ama kısa sürede düzenlenmesi bizim için büyük bir sürpriz oldu. Fuarın sektör için atılmış önemli bir adım olduğunu düşünüyorum. İlerleyen yıllarda fuarın bilinirliği daha da artacak. Bu fuarda Türkiye’deki örneğini ilk defa gördüğümüz tek tip stant uygulaması maliyet açısından düşünüldüğünde çok avantajlı oldu. Ancak ürünlerimizi dilediğimiz gibi sergilediğimizi söyleyemeyiz. Stant tasarımı bize bırakıldığında dilediğimiz gibi dizayn yapabiliyoruz ve ürünlerimizi her yönüyle sergileme imkanı buluyoruz.



BERK VARDAR

Vardarlar Tekstil / Genel Müdür Yardımcısı

HEIMTEXTİL’İN TAHTI SALLANABİLİR

Home&Tex’i, doğru alıcıları ve doğru firmalarla bir araya getiren geleceği son derece parlak bir fuar olarak tanımlayabiliriz. Firma olarak çevremizden çok olumlu tepkiler aldık, bu anlamda etkinliğin bizim açımızdan amacına ulaştığını söyleyebilirim. Bu fuarda ilk defa uygulanan tek tip stant modelini de kesinlikle destekliyorum. Çünkü diğer düzende firmalar arasında gereksiz bir rekabet söz konusu oluyor. Evtex için de bu şekilde çalışma yapılabilir. Bu fuar önümüzdeki dönemlerde, katılımcıların ve ziyaretçilerin gösterdiği ilgi açısından belli bir noktaya gelirse, Heimtextil’i tahtından edebilir.



ZAFER KATRANCI

Ozanteks Tekstil / Yönetim Kurulu Başkanı

ALICILAR İÇİN ALTERNATİF BİR FUAR OLDU

Bu fuar çok yeni bir fuar olmasından dolayı bizi heyecanlandırdı. İlerleyen yıllarda fuarın gidişatı hakkında yorum yapmak daha doğru olur. Fuarda hayata geçirilen tek tip stant uygulamasının hoşumuza gittiğini söyleyemem. Önümüzdeki sezon bu uygulamadan vazgeçip Evtex Fuarı’ndaki düzene geçilmesi bence daha verimli olur. Ortadoğulu, Kuzey Afrikalı alıcılar Avrupa’ya gidemediğinden bu fuar onlar için bir alternatif oluşturabilir. Bunu da zaman gösterecek. Firmamız adına fuar olumlu geçti ve yapılan görüşmelerden de memnun kaldık.

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

TEKSTİL VE HALI SEKTÖRÜNÜN 2023'E GİDEN YOLDAKİ İHRACAT HEDEFLERİ "TEKSTİL VE HALI SEKTÖRÜ SEMİNERİ" NDE KONUŞULDU. TİM AKADEMİ 2023 TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN SEMİNERDE, TEKSTİL VE HALI SEKTÖRLERİNİN 2023 HEDEFLERİNİN NERESİNDE DURDUĞUNA DA DİKKAT ÇEKİLDİ.

TEKSTİL VE HALI SEKTÖRÜ



Geçtiğimiz yıl 150 milyar dolarlık ihracat barajını aşan Türkiye, 2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için önemli adımlar atıyor. Türkiye'nin ihracatında önemli bir yerde duran tekstil ve halı sektörleri de genel ihracat içerisindeki payını artırmaya odaklanmış durumda. 2023 İhracat Stratejisi'nde tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatını, 2013 yılı sonunda 8.8 milyar dolara, 2015'te 10.7 milyar dolara, 2019 yılında 15.9 milyar dolara, 2023 yılında ise 20 milyar dolara çıkarmayı hedefliyor. 2023 yılında teknik tekstillerde 4 milyar dolar ve aynı şekilde ev tekstilinde 4 milyar dolarlık ihracat yapılması planlanıyor. Halı sektörü ise 2013 yılı sonunda 2.1 milyar dolara, 2014 yılında 2.3 milyar dolara, 2015 yılında 2.5 milyar dolara ve 2023 yılında 5.5 milyar dolarlık ihracata ulaşmayı amaçlıyor.

Türkiye'nin 2023 yılında, 500 milyar dolar ihracat hedefi ve dünyanın en büyük 10. ekonomisi olma yolundaki vizyonuna paralel, Türkiye'nin en etkin eğitim ve bilgi platformu olmayı amaçlayan TİM Akademi 2023 de aralarında tekstil ve halının bulunduğu 26 sektör için çalışmalarını sürdürüyor.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planlarını, 26 sektörün ihracat stratejisi bilgisini, 26 ihracatçı sektörde bulunan firmaların üst kademe yöneticilerine aktarmayı planlayan TİM Akademi 2023,

sektör çevrelerini son olarak 'Tekstil ve Halı Sektörü Semineri'nde bir araya getirdi. 2023 Türkiye İhracat Stratejisi'nin tüm sektörler ve taraflarca benimsenmesi ve stratejik planlara uygun hareket tarzının geliştirilmesi amacıyla TİM Akademi 2023 tarafından düzenlenen 'Tekstil ve Halı Sektörü Semineri', 5 Kasım'da Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. Seminerde; İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Şişman ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe, sektörlerin ihracatına ve hedeflerine yönelik konuşma yaptılar. Katılımcıların "2023 İhracat Stratejisi" hakkında bilgilendirildiği toplantıda, devlet teşvikleri, ihracat hedefleri, tekstil ve halı sektörünün geleceği ile ilgili konular da görüşüldü.

"2023'e giden yolda seferberlik ilan ettik"

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Şişman, 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak için hayata geçirilen "2023 Türkiye İhracat Stratejisi" kapsamında hedeflerin ve eylem planlarının oluşturulduğunu belirtti. Tekstil ve hammaddeleri sektörünün 2023 yılı ihracat hedefinin 20 milyar dolar olarak belirlendiğini söyleyen Şişman, bu hedefe ulaşmak için seferberlik ruhuyla harekete geçtiklerini ifade etti. Tekstil sektörünü ihracatının

şu an itibarıyla 7.9 milyar dolar düzeyinde olduğunu kaydeden Şişman, "2013 yılı sonunda hedefimiz 8.8 milyar dolarlık ihracata ulaşmak. Ayrıca ihracatımızı orta ve uzun vadede 2015'te 10.7 milyar dolara, 2019 yılında 15.9 milyar dolara, 2023 yılında ise 20 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Böylelikle sektörümüzün tekstilden ve hammaddede ihracatından aldığı payı 3.9'dan 4.4'e çıkaracağız" diye konuştu. Türkiye'nin bugün 2.2 milyar dolar olan elyaf ve iplikte ihracatını 2023 yılında 2.5 milyar dolara, dokuma kumaş ihracatını 2.6 milyar dolardan 5 milyar dolara, örme kumaş ihracatını 1.6 milyar dolardan 3.5 milyar dolara çıkarmayı planladıklarını söyleyen Ahmet Şişman, "Teknik tekstillerde 1.4 milyar dolardan 4 milyar dolara, ev tekstilinde ise ihracatımızı 1.8 milyar dolardan 4 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz" dedi. 2013 yılının ilk 10 aylık döneminde tüm alt sektörlerin ihracatta artış yaşadığını kaydeden Şişman, ihracatın ilk 10 ayda yüzde 7.3 artarak 6 milyar dolara ulaştığını belirtti. Tekstil sektörünün 2023 yılında 20 milyar dolar ihracat hedeflediğini söyleyen Şişman, "Gelecek dönemde dünyada en önemli tekstil ihracatçıları arasındaki yerimizi korumayı amaçlıyoruz. Bunun için Türk tekstil sektörü adına yalnızca imalatçı olarak değil, yenilikçi bir ülke olarak markalaşmak istiyoruz" diye konuştu.

2023'E YÜRÜRKEN...



Halı sektörü genel ihracatı geride bıraktı

İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe ise konuşmasında, Türk halısının artık bir marka haline geldiğini söyleyerek, “2012 yılı itibarıyla Türkiye'nin halı ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 23.5 artarak 2 milyar doları geçti. 2013 yılının Ocak-Ekim döneminde ise halı ihracatımız yüzde 9'luk bir artışla 1.8 milyar dolara geldi. Halı ihracatındaki bu artış genel ihracat artışının 15 katından daha fazla. Son dönemde sektörün ihracatındaki bu olumlu gelişme sonucunda 2023 yılı ihracat hedefimizi revize etme ihtiyacı duyduk. Yaşanan gelişmelerden sonra hedefimizi 5.5 milyar dolar seviyelerinde belirledik” diye konuştu. Menevşe, Cumhuriyetin 100'üncü yılında 500 milyar dolarlık ihracat hedefi kapsamında İHİB olarak 2008 yılından bu yana yoğun çalışmalar içine girdiklerini ifade etti.

“Duvardan duvara halının üretim kapasitesi artırılmalı”

2023 ihracat hedefleri kapsamında makine halısı üreten ve dünyada da önemli pazar büyüklüğü olan Türkiye'de duvardan duvara halı üretim kapasitesinin artırılması gerektiğine vurgu yapan Menevşe, kapasite artışı sonucu bu ürünlerde üretim kapasitesinin 4-5 katına çıkacağını kaydetti. Menevşe, “2012 yılı verilerine göre dünya halı ticaretinde yüzde 13.8'lik bir payımız varken, bu payla birlikte Türkiye dünyanın en büyük ikinci halı tedarikçisi oldu. 2023 yılı ihracat stratejisi kapsamında bu rakamı yüzde 22 oranına çıkarmayı planlıyoruz. 2023 yılı ihracat stratejisi kapsamında markalaşma ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmek, butik tarzı üretimle başlıca rakiplerimiz arasında yer alan Çin ve Hindistan'dan farklılaşmak üzerinde hassasiyetle durduğumuz bir konudur. İhracatımızı daha ileri seviyelere taşıyabilmemiz için firmalarımızın katma değeri yüksek ürünlere yönelmesi gerekiyor” diye konuştu.



AYBERK MENEVŞE
İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

“2013 yılının Ocak-Ekim döneminde halı ihracatımız yüzde 9'luk bir artışla 1.8 milyar dolara ulaştı.”

2023'te 1.500 Ar-Ge çalışanı

Tekstil sektörünün 2023 hedefine ulaşması için Ar-Ge ve Ür-Ge'ye önem verilmesi gerektiğine vurgu yapan İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Şişman, bunun için 2012'de yüzde 1.6 olan sektördeki Ar-Ge payını, 2023'te yüzde 5'e çıkarma-



AHMET ŞİŞMAN
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

“2012'de yüzde 1.6 olan sektördeki Ar-Ge payını, 2023'te yüzde 5'e çıkarmayı hedefliyoruz.”

yı hedeflediklerini belirtti. 723 olan tam zamanlı Ar-Ge çalışanının 2023'te 1.500'e ulaştıracaklarını kaydeden Şişman, “Birliğimiz koordinasyonunda faaliyet gösteren İstanbul Tekstil Araştırma Merkezi (İTA) sektörümüzün gelişiminde önemli rol üstleniyor ve sektöre bu alanda her türlü desteği veriyor” dedi.

ENTEĞRE YAZILIM ÇÖZÜMLERİNDE DÜNYA LİDERİ OLAN LECTRA, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE YÖNELİK ÇALIŞMALARINA DA DEVAM EDİYOR. FİRMA SON OLARAK İTÜ İLE İMZALADIĞI PROTOKOL VE "YALIN ÜRETİM SEMİNERİ"YLE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE YÖNELİK KATMA DEĞER SAĞLADI.



Lectra Kuzey Afrika ve Orta Doğu Genel Direktörü Jean-Patrice Gros, İTÜ Moda Tasarım Fakültesi ile işbirliği içinde olmaktan gurur duyduğunu belirterek, hazır giyim ve moda sektöründe yaşanan küresel zorluklara dair Üniversite'nin eğitim ve yönetim kadrosu ile aynı anlayışa sahip olduklarını söyledi.

Sektör, yalın üretimin A,B,C 'sini öğrendi

Lectra, farklı sektörlerde büyük başarılarla uygulanan yalın üretim konsepti ile ilgili 7 Kasım günü Divan Otel'de özel bir seminer düzenledi. Lectra Almanya'dan yalın üretim konusunda geniş tecrübeye sahip olan Bernd Muetzfeldt tarafından sunulan toplantıya, hazır giyim ve moda sektörünün önde gelen firmaları katıldı. Çalışma hayatı içinde belli bir iş kolunu ya da firmada sadece tek bir departmanı değil, tüm alanları içine alarak sürekli uygulanması gereken yalın üretim, müşteri siparişinden teslimata kadar geçen süreci katma değer taşımayan adımlardan ve kayıplardan temizleyerek geliştirmeyi hedefliyor. Lectra da bu bağlamda gerek sunduğu çözümler, gerekse danışmanlık hizmetleri ile yalın üretim kavramını uygulayan veya uygulamayı planlayan hazır giyim firmalarına destek sundu. Seminerde, Lectra'nın yalın üretim alanındaki bilgi birikimi ve müşterilerine getirdiği kazançlar kesimhane optimizasyonu örnekleri üzerinden sunuldu.

LECTRA'DAN ENTEĞRE ÇÖZÜMLER

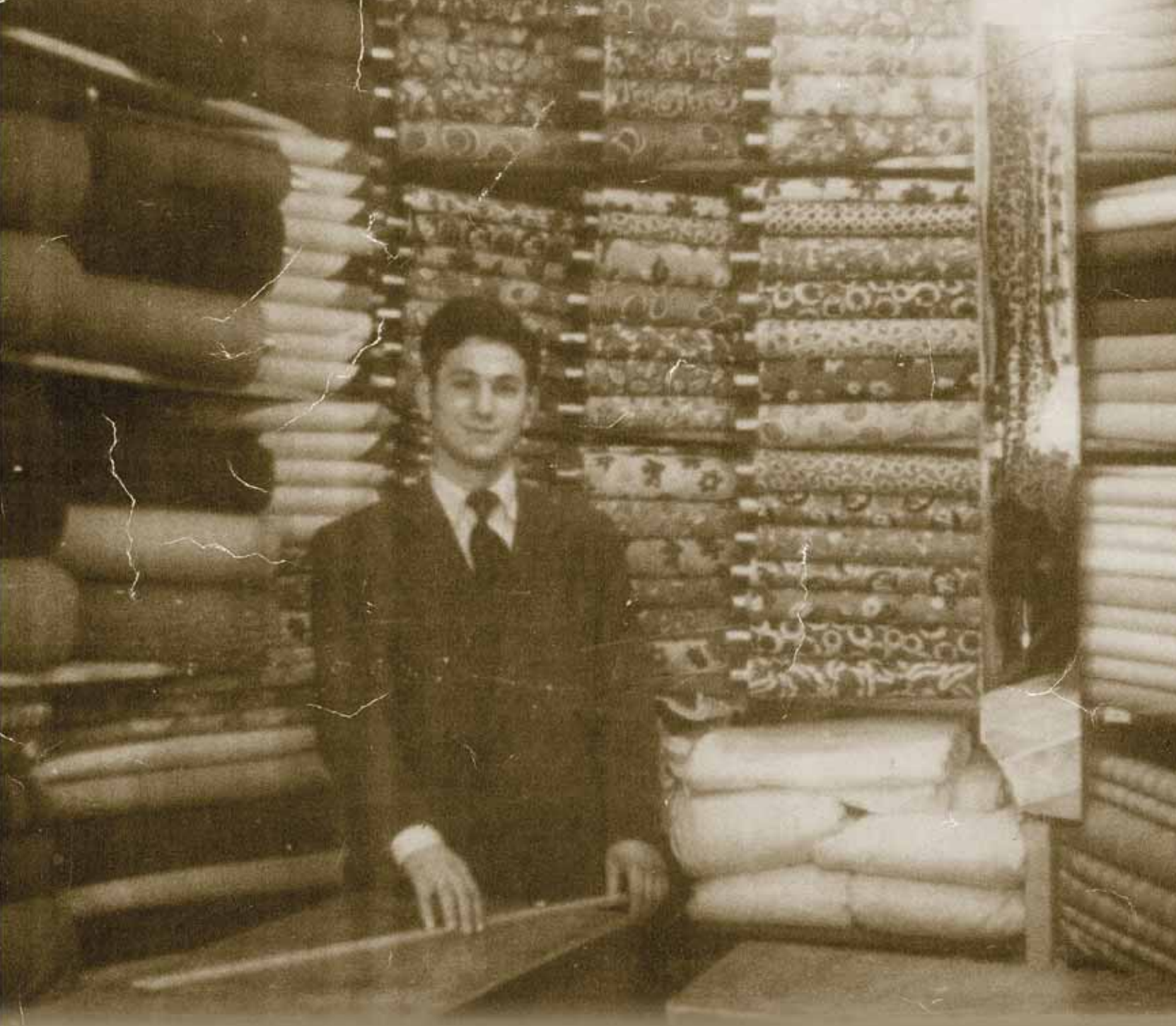
Özellikle tekstil ve hazır giyim sektörlerinin aralarında bulunduğu alanlara sağladığı teknolojik çözümlerle dünyada tanınan Lectra, Kasım ayı içinde gerçekleştirdiği etkinliklerle bir kez daha sektöre destek verdi. Lectra, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi ile yaptığı anlaşmayla geleceğin modacılarını iş hayatına hazırlarken, yalın üretim teknolojisi konseptiyle düzenlediği seminerle de hazır giyim ve tekstilcileri bilgilendirdi.

Lectra, genç modacıları iş hayatına hazırlıyor

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi ile Lectra, Kaledo giysi ve kumaş tasarım çözümlerinin eğitiminde ortak çalışmak üzere anlaşmaya vardı. 1 Kasım günü İTÜ Gümüşsuyu Yerleşkesi'nde gerçekleşen protokol, Lectra yöneticileri ve İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi'nden akademisyenlerin katılımıyla düzenlendi. Anlaşma kapsamında Kaledo, İTÜ Moda Tasarımı Bölümü eğitim

programına dahil edilecek ve üniversite laboratuvarlarında Kaledo çözümleri öğrencilerin kullanımına açılacak. Protokol sayesinde İTÜ öğrencileri, moda ve hazır giyim alanında dünyanın en yaygın kullanılan yazılımlarından biri olan Kaledo'yu bilerek iş hayatına atılma imkanına sahip olacak.





fashionable fabrics since 1933



PALATEKS®

PALATEKS TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

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

www.palateks.com.tr info@palateks.com.tr

GEÇTİĞİMİZ YIL YÜRÜRLÜĞE GİREN “YENİ TEŞVİK YASASI” ÜLKE GENELİNDEKİ YATIRIMI ÖZENDİRMEK İÇİN İŞ DÜNYASINA BİRÇOK KOLAYLIĞI DA BERABERİNDE GETİRDİ. “YENİ TEŞVİK SİSTEMİ”NDEKİ AVANTAJLARDAN DAHA YÜKSEK ORANDA YARARLANMAK İÇİN KRİTİK TARİH İSE 31 ARALIK 2013 OLARAK BELİRLENDİ.



ERDOĞAN KARAHAN
Yeminli Mali Müşavir

Yatırım teşvikleri, birçok ülke tarafından uygulanan ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını azaltmayı, istihdam oranını arttırmayı, teknolojik gelişmeyi hızlandırmayı ve üretim miktarını arttırmayı hedefleyen makroekonomik politikalar. Ülkemizde ise bu tür teşviklerin asıl amacı bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmaktır. Daha önce çok defa farklı şekillerde yapılan düzenlemeler karşımıza çıksa da en son teşvik düzenlemesi 15.06.2012 tarih ve 28324 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 6322 sayılı yasa ile yapıldı. Hemen ardından 2012/3305 sayılı “Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı” 19.06.2012 tarihinde yürürlüğe girdi ve son olarak da 20.06.2012 tarihinde “Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ” yayımlandı. Yeni teşvik sisteminde “Genel teşvikler”, “Bölgesel teşvikler”, “Büyük ölçekli yatırımların teşviki” ve “Stratejik yatırımların teşviki” olarak 4 farklı teşvik uygulaması söz konusu.

Bu makalemizde de, sektörümüzü yakından ilgilendirdiği ve yatırımcıların çoğunu kapsaması bakımından “Bölgesel teşvik uygulamaları” üzerinde duracağız.

2. Bölgesel Teşvik Uygulamaları: Yeni teşvik sisteminde ülkemiz illeri sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre

Yeni Teşvik Yasası’nda kritik tarih

“31 ARALIK 2013”

6 ayrı bölgeye ayrıldı ve yararlanılan destek unsurları da illerin potansiyelleri, gelişmişlikleri ve ekonomik ölçeklerine göre çeşitlendirildi.

2.1. Yeni Teşvik Uygulaması’yla getirilen destekleri amaçlarına göre aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz:

2.1.1. Öncelikle işverenin işgücü maliyetinin azaltılması amaçlanmıştır.

- a-** Sigorta primi işveren hissesi desteği.
- b-** Sigorta primi desteği.
- c-** Gelir vergisi stopajı desteği.

2.1.2. Bunun yanı sıra yatırımcının vergi yükü azaltılmak istenmiştir.

- a-** Gümrük vergisi muafiyeti. (Yatırım mali ve teçhizatı ithal edilirken gümrük vergisi alınmayacak)
- b-** KDV istisnası. (Yatırım mali ve teçhizatı gerek yurt içinden alınsın gerekse ithal edilsin KDV ödenmeyecek)
- c-** Yatırım dönemi de dahil olmak üzere kazançta (Diğer bölgelerde elde edilmiş olsa bile) indirimli GV/KV uygulanacak.

2.1.3. Yatırımın daha kolay gerçekleştirilmesi için finansman desteği sağlanmıştır.

2.2. Bölgesel Teşvik Uygulamaları’nda sağlanan destekleri bölgelerine göre aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz. (31.12.2013 tarihine kadar başlayan yatırımlar için geçerlidir)

Tablo 1’de yatırıma katkı oranı olarak belirlenen rakamlar, yatırım teşviğine 31 Aralık

2013 tarihine kadar başvurulması halinde geçerli olacaktır. Teşvik belgesine 1 Ocak 2014 tarihinden sonra başvurulması halinde ise yatırıma katkı oranlarında azalma söz konusu olacaktır.

Yine belirlenen sigorta primi işveren hissesi desteği süreleri 31 Aralık 2013 tarihine kadar başlayan yatırımlar için geçerli. 1 Ocak 2014 tarihinden sonra başlayacak yatırımlar için sigorta primi işveren hissesi desteği süreleri azalacak. Bunun yanı sıra bu desteğin sabit yatırım tutarına göre üst sınırları vardır. Sadece 6. Bölge’de böyle bir sınır yoktur.

2.3. Şimdi Tablo 1’de toplu olarak verilen bu desteklerin ne anlama geldiğini açıklayalım.

2.3.1. KDV İstisnası / Gümrük Vergisi Muafiyeti;

Tablonun ilk iki satırında görüldüğü üzere yatırıma konu edilen makine veya teçhizat ister yurtdışından ister yurtiçinden alınsın Katma Değer Vergisi ve Gümrük Vergisi’nden istisna tutulacaktır.

2.3.2. Vergi İndirimi;

Sağlanan desteklerden belki de en önemlisi vergi indirimi. Bu nedenle vergi indiriminin nasıl uygulandığını ayrıntılarıyla açıklamak faydalı olacaktır.

Eski uygulamada teşvik belgesine bağlanan yatırımlardan elde edilen kazançlar, yatırımın kısmen veya tamamen işletilmesine başlanılan hesap döneminden itibaren yatırıma katkı tutarına ulaşıncaya kadar indirimli oranlar üzerinden kurumlar vergisine tabi

tutuluyordu. Bunun yanı sıra sadece teşvik belgesine bağlanan yatırımlardan elde edilen kazançlar indirimli kurumlar vergisine tabi tutuluyordu.

Yeni uygulamada, Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 32/A maddesinde yapılan değişikliğe göre yatırıma başlama tarihinden itibaren ve üstelik yatırımcının diğer faaliyetlerinden elde ettiği kazançlarına da indirimli kurumlar vergisi uygulanabilecek. 2 no'lu tabloda yer alan verileri açıklayacak olursak; Öncelikle teşvik bölgesinde yapılan yatırım miktarına yatırıma katkı oranını uygulayarak, yatırıma katkı tutarını hesaplayacağız. Yatırıma katkı tutarı devletin bize sağlayacağı vergi indirimi yoluyla, almaktan vazgeçtiği vergilerin üst sınırını oluşturacak. Daha sonra dönem kârımız hesaplanacak ve bu kâr üzerinden ödememiz gereken yüzde 20 kurumlar vergisini, sağlanan vergi indirimi oranında düşük ödeyeceğiz. Vergi indirimi uygulayabilmemiz için yatırımın tamamlanmış olmasına gerek olmayacak (1. Bölge hariç), yatırımın devam ettiği dönemde de belirlenen sınırlar dahilinde indirimli vergi oranlarından yararlanacağız.

Örnek vermek gerekirse; İstanbul merkezli bir tekstil şirketinin 6. Bölge'de bulunan Bitlis ilinde 5 milyon TL tutarında bir yatırım yaptığını düşünecek olursak, 6. Bölge'de yatırıma katkı oranı yüzde 50'dir. Bu durumda yatırıma katkı tutarı da 2 buçuk milyon TL olacaktır.

Bu şu anlama gelecektir; gerek Bitlis'te gerekse İstanbul'da yaptığımız faaliyet sonucunda elde edeceğimiz kazançtan yüzde 20 yerine yüzde 2 (%90 indirimli olarak) kurumlar vergisi ödeyeceğiz. Hatta yatırıma katkı tutarının yüzde 80'ine denk düşen 2 milyon TL'lik indirimden de yatırım devam ettiği sürece yani işletmeye başlamadan bile yararlanabileceğiz.

Söz konusu şirketin 2013 yılında İstanbul'da yaptığı tekstil veya başka bir konudaki faaliyetinden dolayı 1 milyon TL. kâr ettiğini varsayalım, bu durumda ödenecek olan vergi 200 bin TL yerine yüzde 2 vergi oranı üzerinden 20 bin TL olacak. Böylece 2013 de 180 bin TL'lik bir avantajdan yararlanmış olacağız. Bundan sonraki yıllarda kullanılmak üzere de 2.500.000 – 180.000= 2 milyon 320 bin TL'lik tutarı kullanma-

Tablo 1:

DESTEK UNSURLARI			BÖLGELER					
			I	II	III	IV	V	VI
KDV İstisnası			Var	Var	Var	Var	Var	Var
Gümrük Vergisi Muafiyeti			Var	Var	Var	Var	Var	Var
Vergi İndirimi	Yatırıma Katkı Oranı 31.12.2013	OSB Dışı	%15	%20	%25	%30	%40	%50
		OSB İçi	%20	%25	%30	%40	%50	%55
Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği		OSB Dışı	2 Yıl	3 Yıl	5 Yıl	6 Yıl	7 Yıl	10 Yıl
		OSB İçi	3 Yıl	5 Yıl	6 Yıl	7 Yıl	10 Yıl	12 Yıl
Yatırım Yeri Tahsisi			Var	Var	Var	Var	Var	Var
Faiz Desteği		TL Kredi	Yok	Yok	3	4	5	7
		Döviz Kredi	Yok	Yok	1	1	2	2
Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği			Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	10 Yıl
Gelir Vergisi Stopaj Desteği			Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	10 Yıl

Tablo 2:

BÖLGELER	Yatırıma Katkı Oranı (31.12.2013 tarihine kadar yapılan yatırımlar için) %	Vergi İndirim Oranı %	Yatırım Dönemi Katkı Oranı	İşletme Dönemi Katkı Oranı
1-Bölge	15	50	0	100
2-Bölge	20	55	10	90
3-Bölge	25	60	20	80
4-Bölge	30	70	30	70
5-Bölge	40	80	50	50
6-Bölge	50	90	80	20

ya devam edeceğiz. Bu tutar bitene kadar indirimli kurumlar vergisi avantajından yararlanacağız.

2.3.3. Sigorta Primi İşveren Hissesi

Desteği; Teşvik belgesi kapsamında yapılan yatırımlarda çalışan personelin sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmı Bakanlık bütçesinden karşılanacak. Bu destek yılla sınırlandırıldığı gibi aynı zamanda yatırıma katkı oranının bölgelere göre belirlenen tutarını da geçemez. Ancak 6. Bölge için rakamsal bir sınır yoktur.

2.3.4. Faiz Desteği; Yatırımcıların banka veya finans kurumlarından yatırım kredisi kullanmaları halinde, ödemek zorunda oldukları faizin belli bir kısmı (900 bin TL'ye kadar) Ekonomi Bakanlığı tarafından karşılanacak.

2.3.5. Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği;

Bu destek sadece 6. Bölge'de yer alan illerde yatırım yapılması halinde 10 yıl süresince uygulanacak.

2.3.6. Gelir Vergisi Stopaj Desteği; Bu destek de sadece 6. Bölge'de yer alan illerde yapılan yatırımlar için geçerlidir. Teşvik

belgeleri kapsamında gerçekleştirilecek yatırımlara sağlanan ilave istihdam için, belgede bulunan istihdam adedini aşmamak kaydıyla, işçilerin asgari ücretlerine tekabül eden kısım üzerinden hesaplanan gelir vergisi 10 yıl süreyle verilecek muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden terkin edilecektir.

2023 hedefi için yeni desteklere ihtiyaç var

Büyük ölçekli yatırımlar, stratejik yatırımlar ve öncelikli yatırımlara tanınan avantajlar gibi daha bir çok ayrıntısını burada anlatmadığımız Yeni Teşvik Yasası, bizce bugüne kadar yürürlüğe konulan en geniş ve kapsamlı teşvik yasasıdır. Ancak 2023 hedeflerine ulaşabilmek için daha birçok yeni desteğe ihtiyaç duyulduğu da bir gerçek. Yatırımcılarımızın da teşviğin sağlamış olduğu kolaylıklardan daha fazla yararlanabilmeleri için yılın sonuna kadar harekete geçmeleri gerekiyor. Aksi halde daha düşük oranlardan yararlanacaklardır. 2013 yılında yaşanan Suriye sıkıntısı gerçeğini de dikkate alırsak, yatırımcılar açısından bu sürenin hükümetimiz tarafından uzatılmasında fayda vardır.

İKİ YIL ÖNCE ÜLKELERİNDE YAŞANAN DEVALÜASYON NEDENİYLE GELEMEDİKLERİ TÜRKİYE'YE GERİ DÖNEN İRANLILAR EKONOMİK KRİZİ ATLATARAK TİCARET YAPMAK İÇİN OSMANBEY'İN YOLUNU TUTTU. OSMANBEY'DEKİ SATIŞLARIN ARTMASINI SAĞLAYAN İRANLI ALICILAR PALTO, KABAN, YAĞMURLUK GİBİ DIŞ GİYİMİN YANI SIRA ÖZELLİKLE TUNİK SİPARİŞİ VERİYOR.



İRANLILAR OSMANBEY'İ CANLANDIRDI

Bavul ticaretinin önemli oyuncularından olan İranlılar, Osmanbey tekstil piyasasına hareketlilik kazandırdı. Avrupa'daki krizin ardından Suriye'de meydana gelen olaylar ve İran'da yaşanan devalüasyon Osmanbeyli tekstilcilere zor günler yaşatmıştı. Ancak iki yıl önce ülkelerinde yaşanan devalüasyon nedeniyle gelemedikleri Türkiye'ye geri dönen İranlılar, ekonomik krizi atlatarak ticaret yapmak

için Osmanbey'e geldiler. Osmanbeyli tekstilcinin yüzünü güldüren İranlılar, dış giyim siparişlerinin yanı sıra birçok tekstil ürünü de sipariş etti.

Cumhurbaşkanlığı seçiminin ardından ABD ile ilişkilerin de yoluna koyulmaya başlanması İran'da ticareti yeniden canlandırdı. Ülkedeki canlanma Türkiye'nin bavul ticaretine de yansımaya başladı. Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTIAD) Başka-

nı Ali Ulvi Orhan, son bir aydır İranlılar'dan yoğun talep almaya başladıklarını söyledi. İran'da şu anda bahar havası estiğini dile getiren Orhan, "Bahar bize de yaradı. İranlılar palto, kaban, yağmurluk gibi dış giyimin yanı sıra özellikle tunik siparişi veriyor" diye konuştu. İran ekonomisinde bir dengelenmenin söz konusu olduğunu belirten Ali Ulvi Orhan, siyasi ilişkilerin de ekonomiye pozitif olarak yansıdığını vurguladı.



ALİ ULVİ ORHAN
OTIAD Başkanı

“Son dönemlerde İran ekonomisinde söz konusu olan dengelenme, Osmanbey piyasasına da olumlu yönde yansdı.”

“İran bahar havasını geri getirdi”

İran'ın çok büyük bir pazar olduğuna vurgu yapan OTIAD Başkanı Ali Ulvi Orhan, iki yıl öncesine kadar İranlıların Türkiye'den çok fazla tekstil ürünü aldığını belirterek, “Bu durum geçtiğimiz yıl çok değişti. Söz konusu dönemde Osmanbeyli firmalar sattıkları malların paralarını alamadılar. İhracatçının İran ile yaşadığı sorunların başında ise kur problemi geliyordu. Türk firmaları İran'da dolar üzerinden ürün sattığı için, bu ülkenin para birimi ile dolar arasındaki iniş çıkışlar ciddi kayıplara yol açıyordu. Bunu bahane eden İranlı firmalar da ödeme yapmıyordu. Ama bu pazar o kötü günlerin havasını değiştirdi ve yerini adeta bahar havasına çevirdi” dedi. İran ile 2012 yılı ilişkilerini değerlendiren Orhan, “O dönem Suriye'deki olaylar çevre ülkeleri de etkiledi. İran'da yüzde 300'lere varan bir devalüasyon oldu. İran bizim piyasamızda çok büyük bir yere sahipti, ama devalüasyon döneminde o ülke bizim için hemen hemen bitme noktasına geldi. Avrupa'daki kriz nedeniyle de Avrupa'ya ihracat yüzde 15 azaldı. Tüm bu etkenler-

den dolayı satışlarımız 2011'e oranla yüzde 20 azalmıştı. Ama bu gidişatı şu günlerde yeniden değiştirmeye başladık” dedi. Her yıl nevrüz döneminde İran'a yüklü mal sevkiyatlarının yapıldığını da vurgulayan Ali Ulvi Orhan, yaklaşık bir ay sonra İranlıların nevrüz bayramı olduğunu ve bu dönem için de Osmanbeyli firmaların siparişler aldığını söyledi. İran pazarının büyüklüğünün altını çizen Orhan, İran'a yapılan ticaretin resmi rakamlarla açıklanmasının çok zor olduğunu belirtti ve İranlıların çok büyük gümrük duvarları olduğunu söyledi.

“Tekstil Şırmaları temkinli olmalı”

İran'da tekstil firmalarının yok denecek kadar az olmasından dolayı oradaki işadamlarının Türk firmalarını kendi ülkelere çekmeye çalıştıklarını belirten OTIAD Başkanı Orhan, Türk firmalarının ise tam tersi ihracatı hareketlendirmek adına İran'a tekstil ürünü satmak istediğini dile getirdi. Osmanbeyli firmaları İran ile yapılan ticaret konusunda da çok temkinli ve dikkat-

li olmaları konusunda uyararak Orhan, Türk imalatçısının İran'a açık hesap ürün vermeye başladığını, bu noktada tekstil firmalarının çok akıllı olmaları gerektiğini ve kendilerinden ödün vermemeleri gerektiğini söyledi. Orhan, “İran pazarı, tekstil sektörünü 20- 30 yıl geriden takip ediyor. Türkiye bu anlamda İran'dan uzun yıllar fayda sağlayabilir. Bu noktada üretici firmaların akıllı davranarak ticaret yapmaları gerekiyor. Yapılan açık hesap ticaretin bir an önce değişmesi gerekiyor” diye konuştu.

“Talebe yetişemiyoruz”

Uzun yıllardır İran'a ihracat yapan ancak işlerin iki yıldır kesildiğini söyleyen Ayhan Tekstil yetkilisi Cem Karabulut ise yaklaşık 20 gündür İranlı müşterilerin Osmanbey'e gelmeye başladığını belirtti. İranlıların tunik talebine yetişmekte zorlandıklarını söyleyen Karabulut, “Eskiden mağazaların vitrinlerine manken koymak bile yasaktı. Şimdi perakende piyasası biraz daha rahatladı. Ayrıca gönderdiğimiz ürünler gümrüklerde takılıyordu. Şimdi bu sorun da aşıldı” şeklinde konuştu.



Osmanbeyli tekstilcilerin yüzünü güldüren İranlılar, dış giyim siparişlerinin yanı sıra birçok tekstil ürünleri de sipariş ediyor.

TASARIMIN ÇOK GENİŞ BİR KAVRAM OLARAK ELE ALINMASI GEREKTİĞİNE VURGU YAPAN İMA MEZUNU CANSU AKTAŞ, “TASARIM SÜRECİNDE HANGİ YOLU İZLERSENİZ İZLEYİN, KENDİNİZE BİRÇOK İLHAM KAYNAĞI BULABİLİRSİNİZ” DİYOR.



**“BAŞARIYA
İMA İLE ULAŞTIM”**

Tekstil ve moda sektörü ile lise yıllarında ilgilenmeye başlayan, sanata da ilgi duyan Cansu Aktaş, bu durumun bir uzantısı olarak eğitim alanındaki rotasını İstanbul Moda Akademisi'ne (İMA) doğru çizdi. Türkiye'de parlayan bir yıldız olan tekstil sektörünün yükselen grafiği ile iş imkanlarının da çok fazla olduğunu düşünen Aktaş, liseyi bitirdikten sonra da yurtiçinde ve yurtdışında bir çok

okulu araştırdıktan sonra yoluna İMA ile devam etme kararını aldı. İMA'yı gerek moda eğitiminin merkezi oluşu, gerekse Londra bağlantılı olması sebebiyle tercih ettiğini söyleyen Aktaş, İMA'da gerçekleşen, sektöre dair küçük çaplı workshopların da seçiminde çok etkili olduğunu vurguladı. Aktaş, “İMA, modanın kalbi olarak tanımlanıyor. Modaya olan ilgim ve becerimi bu okulla daha iyi şekillendirmek

istedim. Ayrıca workshoplarda endüstri ile iç içe olmak bence işin içinde olmak demek, bu yüzden İMA'da Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı eğitimi olarak daha öğrenciyken sektörle iç içe olabileceğimi ve imkanları fırsata çevirebileceğimi düşündüm” dedi. Tasarımın çok geniş bir kavram olarak ele alınması gerektiğine vurgu yapan Aktaş, “Tasarım sürecinizde hangi yolu izlerseniz izleyin, birçok ilham kaynağı bulabilirsiniz. Müzik, fotoğraf, filmler, kitaplar, tasarımcılar ve hatta bazen kulağa hoş gelen tek bir söz bile size ilham kaynağı olabilir. Bunun dışında; bir tasarımcının en başta dünyadan haberdar olabilmesi için diğer tasarımcıları ve moda sektörü ile alakalı olan etkinlikleri yakından takip etmesi de şart” dedi.

İMA'nın London College of Fashion işbirliğinde gerçekleştirdiği Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans programı mezunu olarak 3'üncü sene sine Londra'da devam etme hakkı kazanan Cansu Aktaş, “Çocukluğumdan beri aklımda hep yurtdışında eğitim almak vardı. İMA bu anlamda beni hayallerime bir adım daha yaklaştırdı. İMA'da gösterdiğim yüksek başarıdan dolayı LFC'de eğitim hakkı kazandım ve bundan dolayı çok mutluyum. Londra; moda ve sanatın en büyük merkezlerinden birisi. Yeni bir ülke, yeni bir kültür her zaman bir insana çok farklı vizyonlar katar. Bu eğitim sayesinde vizyonumun ve tasarıma bakış açımın daha çok gelişeceğini düşünüyorum” dedi.

Tekstilin gücü modaya yansıyor

Türkiye tekstil sektörünün kalitesinin tüm dünyada bilinirliğinin arttığını vurgulayan Cansu Aktaş, Türk kumaşlarının ve üretiminin tüm dünyada sektör liderleri tarafından takip edildiğini belirtti. Bu yolculukta tasarımın kendini yeni yeni var etmeye başladığını söyleyen Aktaş, “Türk insanı artık tasarıma yatırım yapmaya ve kendi tasarımcısını takip etmeye başladı. Bu sayede birçok yeni ve genç tasarımcı da kendini gösterme fırsatı yakaladığı etkinliklerde yer alabiliyor. Bu konuyla alakalı gelişmeyi yakından görmek için, Galata Moda Haftası, özel marka defileleri, İstanbul Moda Haftası, İstanbul Alışveriş Festivali ve Galata'da bulunan onlarca küçük butiğe bakmak yeterli. Birkaç yıl önce bu saydığım etkinliklerden eser yoktu” dedi



30/1 Penye
%100 Pamuklu Örme İpliği

28/1 Open End

30 Ring G2 16 OE

30 Penye

28 viskon

20 Penye

İstanbul

16/1 Rink K

30 OE

24/1 Penye

20 OE Telefsiz

24/1 Ring Karde

30 Karde

10/1 OE

20/1 Karde

İstanbul da
%100 Pamuklu Örme İpliği
Ara numaralar stok da hep hazır

SEKTÖRÜNDE AVRUPA'NIN EN BÜYÜK, TÜRKİYE'NİN İSE TEK FUARI OLAN "IF WEDDING FASHION İZMİR 8'İNCİ GELİNLİK, DAMATLIK VE ABIYE GİYİM FUARI" 22- 25 OCAK TARİHLERİ ARASINDA KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇMAYA HAZIRLANIYOR.

FUAR

94

EVLİLİĞİN YOLU BU FUARDAN GEÇİYOR



IF Wedding Fashion İzmir, 'Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı, sektörün kalbinin attığı şehirlerden biri olan İzmir'de, Türk fuarcılık sektörünün öncü kuruluşlarından İzmir Fuarcılık Hizmetleri ve Kültür Sanat İşleri Ticaret A.Ş (İZFAŞ) tarafından Ekonomi Bakanlığı'nın katkılarıyla, İzmir Büyükşehir Belediyesi, Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (TMHF) ve Ege

Giyim Sanayicileri Derneği'nin (EGSD) destekleriyle organize ediliyor. Bu yıl 8'incisi gerçekleşecek ve yalnızca gelinlik, damatlık, abiye giyim ve aksesuarlarının sergileneceği fuar 22- 25 Ocak tarihleri arasında kapılarını ziyaretçilerine açıyor. 2013 yılının Şubat ayında düzenlenen fuara yurtiçi ve yurtdışından 187 firma katılmış, fuarı 79 ülkeden 18 bin 366 profesyonel kişi ziyaret etmişti.

Fuara bu yıl ise, yurtiçinden 8 ilden Antalya, Bursa, Çanakkale, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Sakarya'nın yanı sıra; yurt dışından 5 ülkeden İtalya, Lübnan, Suudi Arabistan, Ukrayna ve Ürdün'den firmalar katılıyor. Tahsis çalışmalarının devam ettiği fuarda, fuara katılmak isteyen firmaların marka tescil belgesi, üretim kapasitesi gibi kriterleri göz önüne alınarak dikkat ediliyor.

Fuar görsel bir şölene hazırlanıyor

8'inci Gelinlik, Damatlık ve Abiye Fuarı'nın son dönemi ile ilgili İzmir Fuarcılık Hizmetleri ve Kültür Sanat İşleri Ticaret A.Ş'de (İZFAŞ) bir toplantı düzenlendi. Toplantıya İzmir Fuarcılık Hizmetleri ve Kültür Sanat İşleri Ticaret A.Ş (İZFAŞ) Genel Müdürü Mehmet Şakir Örs, Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) Yönetim Kurulu Başkanı Mukadder Özden, Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (TMHGF) Danışma Kurulu Üyesi Nedim Örün, Mimar Kemal'in Moda Merkezi temsilcileri, sektör yöneticileri ve İZFAŞ çalışanları katıldı. Fuar sadece ticari ilişkilerin şekilleneceği bir platform olmasının dışında görsel bir şölen yaşatacak olmasıyla da adından söz ettiriyor. Ünlü modacıların ve firmaların sergileyeceği defileler ziyaretçilere keyifli anlar yaşatacak. Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım çalışmalarının devam ettiği Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı'nda, alım heyetlerinin gelmesi için saha çalışmalarına da hız verildi. İngilizce, Almanca, Fransızca, İtalyanca, Rusça, Arapça olarak hazırlanan tanıtım broşürleri ve cd'ler ilgili alıcılara gönderilirken, yıl boyunca yapılan yurtdışı önemli sektörel yayın organları ile reklam çalışmaları sürüyor. Bu yıl hedef ülkeler olarak belirlenen Almanya, Hollanda, Polonya, Avusturya ve Belçika'nın yanı sıra Yunanistan, İran, İtalya, Azerbaycan, Arap ülkeleri, Rusya ve Rusça konuşulan ülkelere yönelik alım heyetleri çalışmalarına ise devam ediliyor. Fuar ayrıca sektöre genç tasarımcılar kazandırmaya devam ediyor. Son başvuru tarihi 2 Aralık olan, 'Beyaz Perde' Teması ile fuarın açılış gününde 5'inci Gelinlik Tasarım Yarışması gerçekleşecek. Final elemesine kalan gelinlikler fuarın ilk gününde gerçekleşecek ödül töreninde ziyaretçilerin beğenisine sunulacak.



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

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ EKONOMİSİNDE GENEL OLARAK BİR DARALMA VAR. ALMANYA'NIN DIŞINDAKİ ÜLKELERDE ÖZELLİKLE İSPANYA VE İTALYA'DA DIŞ TİCARET AÇIĞINDA GÖRÜLEN DÜZELME İHRACAT ARTIŞINDAN DEĞİL, İTHALATIN GERİLEMESİNDEN KAYNAKLANIYOR.



HALUK ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

itikib.bxl@skynet.be

Avrupa Birliği'nin (AB), bu yılın ilk yarısına ilişkin dış ticaret verileri Almanya için problem yaratacağına benziyor. Böyle bir durumda aklımıza doğal olarak, "Acaba Almanya'nın dış ticaret dengesi bozuldu mu?" diye bir soru gelebilir. Hayır, öyle değil, tam tersi bir durum söz konusu. AB Komisyonu, Almanya'nın dış ticaret dengesindeki müthiş artışın sorun yaratacağı görüşünde. AB kurallarına göre üye ülkelerin ekonomileri enflasyon düzeyi ve borçların Gayri Safi Hasıla'ya (GSH) oranı, cari açık gibi konularda belirli dengeler içinde kalmak zorunda. Komisyon yetkilileri bir ihtimalle önümüzdeki günlerde Alman Ekonomi Bakanlığı ile bir araya gelerek bu konuya bir çözüm bulmaya çalışacaklar. Türkçe'de bir deyim vardır, konu dert olunca, 'düşman başına' deriz. Ama böyle bir dert için düşman değil, dost başına demek gerek. Almanya'nın 2012 yılının ilk yarısında 109.1 milyar Euro olan dış ticaret fazlası, 2013 yılının aynı döneminde 114.4 milyar Euro'ya yükselmiş bulunuyor. Hollanda'nın da performansı çok iyi seyrediyor. Bu ülke 2012'nin ilk altı ayında 27.8 milyar Euro dış ticaret fazlası verirken, 2013'de bu fazlalık 32.7 milyar Euro olmuş.

AVRUPA BİRLİĞİ EKONOMİSİ DARALIYOR

Avrupa ülkeleri belini doğrultamıyor

İtalya'nın 2012 yılının ilk yarısında 4.1 milyar Euro olan dış ticaret fazlası, 2013'ün aynı döneminde 18.3 milyar Euro'ya sıçramış. İspanya'da bir önceki yıl 21 milyar Euro olan dış ticaret açığı, 2013'ün ilk altı ayında 6.9 milyar Euro'ya gerilemiş. Fransa'da durum hiç iyi değil. 2012 yılının ilk yarısında, 49.2 milyar Euro olan dış ticaret açığı, 2013 yılında 44.2 milyar Euro'ya gerileyerek marjinal bir azalma gösteriyor. İstatistiki veriler, üye ülkelerin ithalatının 2013 yılının ilk yarısında gerilediğine işaret ederken, topluluk ülkelerinde ise genel olarak bir daralmanın olduğu görülüyor. Almanya'nın dışındaki ülkelerde örneğin; İspanya, İtalya gibi ülkelerde dış ticaret açığında görülen nisbi düzelmeler ihracat artışından değil, ithalatın gerilemesinden kaynaklanıyor.

TTIP müzakerelerinde ikinci etap

AB ile ABD arasında sürdürülen Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) müzakerelerinin ikinci etabı, 11-15 Kasım tarihleri arasında Brüksel'de yapıldı. Ashında, 7-11 Ekim 2013 haftasında, Brüksel'de düzenlenmesi planlanan ikinci tur görüşmeler, ABD geçici bütçesinin onaylanmaması nedeniyle ertelenmişti. ABD tekstil ve hazır giyim temsilcisinin katılmaması nedeniyle görüşmelerde bu başlıkların ele alınmadığı buna karşılık yatırımlar, kamu alımları, idari işler, ticarete teknik engeller, enerji, ham maddeler, saniter ve fitosaniter önlemler gibi konuların gündeme geldiği anlaşılıyor. Müzakerelerde, en önemli başlıklardan birini



tekstil ve hazır giyimün oluşturacağına şüphe yok. Türkiye'nin, ABD ile benzer bir anlaşma için müzakerelere başlamasının altyapısını hazırlamak amacıyla kurulan, "US-Türkiye High Level Committee" (HLC) hızlı bir çalışmayla, olası engelleri kaldırabilir. Ayrıca AB Komisyonu ile yakın işbirliğimiz, ABD ile yapacağımız HLC toplantılarına, TTIP müzakerelerinde gelinen son noktayı bilerek katılmamızı sağlayacak. Başka bir deyişle, AB tarafı ne almış, ABD'ye ne vermiş, nerede tıkanma olmuş bunlardan haberimiz olacak. Bizim açımızdan önemli olan bir başka konu, komisyonun ABD tarafına, Türkiye ile de bir STA yapılmasına büyük önem verdiğini kayıtlara geçirmiş olması. Bütün bu gelişmeleri yeterli bulmadığımız için EURATEX'in, AB'nin, farklı ülkelerle ve bu kapsamda ABD ile yürütmekte olduğu TTIP müzakerelerine paralel olarak bu ülkelerin, Türkiye ile STA müzakerelerine başlamaları konusunda komisyona ve Avrupa Parlamentosu'na bir mektup yazmasını sağladık. Bundan sonraki adım, ABD'de NCTO, AAF gibi sektör kuruluşları, diğer sivil toplum

örgütleri ve yönetimdeki yetkililerle ayrıca, Temsilciler Meclisi üyeleriyle görüşüp ABD ile Türkiye arasındaki bir STA'nın iki taraf için de yararlı olacağını anlatmak olmalı.

AB ile Kanada STA'da anlaşta

Avrupa Birliği'nin en problemli STA müzakerelerinden biri daha tamamlandı. AB ile Kanada arasında sürdürülen STA müzakerelerinde anlaşmaya varıldı.

Dört yıldır devam eden müzakerelerin tıkanmasına neden olan tekstil ve hazır giyimdeki menş kurallarında nasıl görüş birliği sağlandığına dair henüz bir açıklama yapılmadı. AB ile Kanada arasındaki 2012 yılı dış ticaret hacmi 61.8 milyar Euro düzeyinde kaydediliyor. Topluluğun ihracatı 31.2 milyar, ithalatı ise 30.5 milyar Euro düzeyinde.

Bu anlaşmanın taraflar arasındaki dış ticaretin yanı sıra, hizmet ticaretine ve karşılıklı yatırımlara da olumlu katkı yapması bekleniyor.

AB ve Japonya ekonomisinde doping etkisi

AB ile Japonya arasındaki 3'üncü dönem STA müzakereleri 21-25 Ekim haftası içinde Brüksel'de gerçekleştirildi. Görüşülen konular arasında; mal ticareti, pazara giriş, genel kurallar, ticarete teknik engeller, tarife dışı uygulamalar, menş kuralları, gümrük ve

ticaretin kolaylaştırılması, saniter ve fitosaniter önlemler, hizmet ticareti, yatırımlar, ihaleler, fikri mülkiyet hakları, rekabet politikası gibi başlıklar yer alıyor. Bu kapsamlı STA'nın, her iki ülke ekonomisine yüzde 0.6 ile yüzde 0.8 arasında ilave artış sağlaması ve karşılıklı dış ticarete olumlu katkı yapması bekleniyor. Bir sonraki müzakere, 2014 yılı başlarında Japonya'nın başkenti Tokyo'da düzenlenecek.

AB Komisyonu'ndan politik karar

Avrupa Parlamentosu, AB Komisyonu'nun uyguladığı aralarında Pakistan, Bolivya, Cape Verde, Kosta Rika, Ekvator, Gürcistan, Moğolistan, Paraguay, Peru, Ermenistan'ın yer aldığı 10 ülkeye yeni GSP+ statüsü verilmesini onayladı.

AB Komisyonu, Pakistan'ı yeni statüden yararlandırabilmek için ithalat-payı kriterini (import-share criterion), yarım puan daha artırarak yüzde 2'ye çıkarmıştı.

Bu 10 ülke, 1 Ocak 2014 tarihinden itibaren AB'ye tekstil ve hazır giyim ihraç ederken, normal tarife düzeyine kıyasla yüzde 20 indirimden yararlanacak. Pakistan'ın, yeni GSP+ uygulaması dışında tutulması için, AB Komisyonu'na ve Avrupa Parlamentosu'na yaptığımız sayısız başvuruya rağmen alınan bu kararın politik olduğu açıkça görülüyor.

Nitekim yeni GSP + uygulamasından yararlanabilmek için her ülkenin insan hakları, çalışma hakları, çocuk işçi çalıştırma, çevre gibi konularda 27 temel uluslararası anlaşmayı üstlenip uygulaması gerekiyor.

AB Komisyonu, bu şartların çoğunu yerine getirmeyen Pakistan'ı sisteme sokabilmek için 10 ülkeyi tek bir paketin içine katarak, her ülke için ayrı ayrı değerlendirme yapılmasını açıkça engelledi. Pakistan, devlet destekli düşük fiyatlı ihracat politikasıyla halen Çin, Türkiye, Hindistan, Bangladeş ve Vietnam'ın yanı sıra, AB'nin, en büyük tekstil ve hazır giyim tedarikçilerinden biri konumunda bulunuyor.

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2012 EYLÜL 1000 \$	2013 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK-EYLÜL 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2013 DEĞİŞİM %
ALMANYA	271,301	299,174	10.3	2,578,314	21.6	2,791,910	21.5	8.3
İNGİLTERE	200,942	184,078	-8.4	1,630,526	13.6	1,584,010	12.2	-2.9
İSPANYA	125,240	130,020	3.8	1,070,317	9.0	1,089,792	8.4	1.8
FRANSA	74,812	88,319	18.1	776,212	6.5	846,061	6.5	9.0
HOLLANDA	63,669	65,522	2.9	635,142	5.3	696,568	5.4	9.7
İTALYA	50,634	42,533	-16.0	551,571	4.6	534,789	4.1	-3.0
IRAK	43,375	59,030	36.1	275,963	2.3	396,652	3.1	43.7
DANİMARKA	39,771	38,458	-3.3	362,079	3.0	367,537	2.8	1.5
ABD	41,764	49,015	17.4	338,666	2.8	336,989	2.6	-0.5
RUSYA FEDERASYONU	33,992	40,218	18.3	284,795	2.4	329,181	2.5	15.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	918,486	971,013	5.7	7,558,090	71.3	7,980,822	69.7	5.6
BELÇİKA	26,741	33,847	26.6	286,771	2.4	307,192	2.4	7.1
UKRAYNA	21,165	41,442	95.8	138,219	1.2	248,193	1.9	79.6
POLONYA	31,574	34,125	8.1	215,765	1.8	246,735	1.9	14.4
İSVEÇ	20,204	23,561	16.6	214,056	1.8	224,094	1.7	4.7
SUUDİ ARABİSTAN	20,965	27,334	30.4	190,242	1.6	213,259	1.6	12.1
ROMANYA	20,470	32,729	59.9	125,362	1.0	187,798	1.4	49.8
İSRAİL	12,369	21,162	71.1	130,150	1.1	147,984	1.1	13.7
CEZAYİR	11,999	19,194	60.0	104,759	0.9	122,642	0.9	17.1
İSVİÇRE	10,597	10,058	-5.1	112,118	0.9	109,897	0.8	-2.0
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	10,438	10,786	3.3	98,161	0.8	107,844	0.8	9.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,132,023	1,250,605	10.5	10,119,186	84.6	10,889,126	83.9	7.6
AVUSTURYA	10,977	11,007	0.3	93,985	0.8	106,347	0.8	13.2
LİBYA	7,769	15,523	99.8	88,236	0.7	100,391	0.8	13.8
SLOVAK CUMHURİYETİ	4,621	12,226	164.6	42,297	0.4	96,292	0.7	127.7
ESTONYA	11,357	13,754	21.1	75,792	0.6	95,488	0.7	26.0
KAZAKİSTAN	15,628	7,789	-50.2	122,983	1.0	91,695	0.7	-25.4
ÇEK CUMHURİYETİ	8,796	7,620	-13.4	93,508	0.8	91,626	0.7	-2.0
YUNANİSTAN	11,104	13,502	21.6	73,099	0.6	82,896	0.6	13.4
MISIR	7,576	10,364	36.8	58,961	0.5	75,693	0.6	28.4
AHL SERBEST BÖLGE	6,630	8,586	29.5	69,313	0.6	74,103	0.6	6.9
NORVEÇ	7,389	7,309	-1.1	66,051	0.6	72,542	0.6	9.8
KIRGIZİSTAN	5,149	7,086	37.6	43,300	0.4	69,856	0.5	61.3
BULGARİSTAN	8,228	7,285	-11.5	63,141	0.5	65,507	0.5	3.7
KANADA	6,255	7,226	15.5	47,858	0.4	53,605	0.4	12.0
TUNUS	16,065	10,895	-32.2	68,632	0.6	49,621	0.4	-27.7
FINLANDIYA	3,163	7,041	122.6	29,249	0.2	48,741	0.4	66.6
İRLANDA	5,009	5,118	2.2	45,203	0.4	42,205	0.3	-6.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,831	5,122	81.0	40,076	0.3	41,986	0.3	4.8
LÜBNAN	4,260	5,196	22.0	36,375	0.3	37,384	0.3	2.8
ÜRDÜN	2,437	5,702	134.0	24,892	0.2	36,311	0.3	45.9
LİTVANYA	1,652	4,564	176.3	14,498	0.1	30,671	0.2	111.6
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	3,611	4,026	11.5	23,519	0.2	30,210	0.2	28.4
KOSOVA	4,002	4,109	2.7	32,080	0.3	30,156	0.2	-6.0
BOSNA-HERSEK	3,735	5,104	36.6	25,583	0.2	27,879	0.2	9.0
TRAKYA SERBEST BÖLGE	1,960	2,522	28.7	21,699	0.2	27,323	0.2	25.9
KUVEYT	1,930	4,019	108.2	18,070	0.2	26,846	0.2	48.6
SURİYE	1,450	1,150	-20.7	5,042	0.0	26,505	0.2	425.7
FAS	1,997	3,604	80.5	18,768	0.2	24,769	0.2	32.0
GÜRCİSTAN	3,220	3,246	0.8	20,623	0.2	24,571	0.2	19.1
HONG KONG	2,126	2,423	14.0	26,398	0.2	24,356	0.2	-7.7
KKTC	3,262	3,714	13.8	20,702	0.2	24,287	0.2	17.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,306,211	1,457,439	11.6	11,529,118	96.4	12,518,986	96.5	8.6
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	55,525	64,589	16.3	428,256	3.6	456,159	3.5	6.5
AB (27) TOPLAMI	1,002,640	1,066,614	6.4	9,058,701	75.8	9,602,004	74.0	6.0
TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI	1,361,736	1,522,028	11.8	11,957,374	100.0	12,975,145	100.0	8.5

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 EYLÜL 1000 \$	2013 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-EYLÜL 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 OCAK -EYLÜL 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	13 /12 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	111,005	94,874	-14.5	868,562	15.0	809,382	13.0	-6.8
İTALYA	66,396	82,390	24.1	524,426	9.1	623,729	10.0	18.9
ALMANYA	38,231	38,324	0.2	298,512	5.2	318,583	5.1	6.7
İNGİLTERE	24,303	28,678	18.0	222,351	3.8	236,298	3.8	6.3
ROMANYA	25,388	29,369	15.7	203,615	3.5	236,008	3.8	15.9
ABD	20,702	25,698	24.1	216,809	3.7	234,812	3.8	8.3
BULGARİSTAN	23,265	27,086	16.4	199,638	3.4	218,873	3.5	9.6
UKRAYNA	21,133	31,947	51.2	138,348	2.4	204,546	3.3	47.8
POLONYA	25,708	28,876	12.3	190,626	3.3	200,972	3.2	5.4
MISIR	19,323	22,227	15.0	164,950	2.8	184,082	3.0	11.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	375,452	409,469	9.1	3,027,837	52.3	3,267,284	52.6	7.9
İSPANYA	22,443	18,936	-15.6	155,103	2.7	167,788	2.7	8.2
İRAN	20,143	25,178	25.0	219,364	3.8	167,040	2.7	-23.9
FAS	14,457	18,497	27.9	159,145	2.7	163,904	2.6	3.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	9,565	10,622	11.1	98,560	1.7	147,141	2.4	49.3
TUNUS	15,910	19,282	21.2	119,104	2.1	138,233	2.2	16.1
BELÇİKA	12,900	13,648	5.8	98,506	1.7	115,689	1.9	17.4
HOLLANDA	12,125	14,023	15.6	100,267	1.7	113,041	1.8	12.7
FRANSA	12,511	13,060	4.4	110,912	1.9	112,770	1.8	1.7
YUNANİSTAN	10,641	10,439	-1.9	95,043	1.6	97,735	1.6	2.8
PORTEKİZ	12,373	14,799	19.6	91,653	1.6	96,119	1.5	4.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	518,521	567,953	9.5	4,275,494	73.8	4,586,744	73.8	7.3
SIRBİSTAN	7,902	9,041	14.4	60,675	1.0	78,875	1.3	30.0
İSRAİL	8,623	7,803	-9.5	69,448	1.2	72,911	1.2	5.0
HONG KONG	7,486	5,142	-31.3	61,825	1.1	71,346	1.1	15.4
CEZAYİR	5,400	6,895	27.7	52,430	0.9	67,613	1.1	29.0
SUUDİ ARABİSTAN	5,084	5,577	9.7	53,394	0.9	62,713	1.0	17.5
BREZİLYA	9,543	4,596	-51.8	85,669	1.5	61,455	1.0	-28.3
BEYAZ RUSYA	7,591	5,097	-32.9	62,825	1.1	60,989	1.0	-2.9
MACARİSTAN	5,455	6,578	20.6	53,635	0.9	56,273	0.9	4.9
MERSİN SERBEST BÖLGE	5,832	7,192	23.3	54,643	0.9	54,321	0.9	-0.6
İRAK	5,400	6,868	27.2	30,145	0.5	43,957	0.7	45.8
LİBYA	2,523	3,110	23.3	21,893	0.4	40,116	0.6	83.2
ÖZBEKİSTAN	4,594	3,533	-23.1	29,297	0.5	38,153	0.6	30.2
LİTVANYA	3,990	5,371	34.6	37,001	0.6	37,526	0.6	1.4
ÜRDÜN	3,648	3,635	-0.4	31,457	0.5	35,418	0.6	12.6
AVUSTURYA	3,726	3,627	-2.7	26,909	0.5	30,766	0.5	14.3
ÇEK CUMHURİYETİ	3,743	3,864	3.2	33,031	0.6	30,720	0.5	-7.0
MAKEDONYA	2,840	4,123	45.2	26,125	0.5	30,598	0.5	17.1
LÜBNAN	2,560	2,728	6.6	21,586	0.4	24,798	0.4	14.9
EGE SERBEST BÖLGE	2,998	1,316	-56.1	26,655	0.5	24,584	0.4	-7.8
SURİYE	195	4,363	2,139.3	28,100	0.5	23,477	0.4	-16.5
HİNDİSTAN	2,169	2,568	18.4	20,309	0.4	23,371	0.4	15.1
GÜRCİSTAN	3,740	3,573	-4.5	22,034	0.4	22,182	0.4	0.7
MEKSİKA	1,135	1,287	13.4	16,986	0.3	21,669	0.3	27.6
BURSA SERBEST BÖLG.	2,249	3,478	54.7	17,636	0.3	21,215	0.3	20.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,936	2,600	34.3	19,074	0.3	20,627	0.3	8.1
DANİMARKA	3,127	3,208	2.6	21,111	0.4	20,519	0.3	-2.8
KOSOVA	1,855	2,590	39.6	12,773	0.2	20,437	0.3	60.0
SLOVAKYA	1,848	2,145	16.1	16,273	0.3	19,885	0.3	22.2
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,296	2,203	70.0	10,963	0.2	19,177	0.3	74.9
MOLDAVYA	2,835	4,222	48.9	17,222	0.3	18,825	0.3	9.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	639,844	696,285	8.8	5,316,618	91.8	5,741,261	92.4	8.0
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	52,295	59,823	14.4	473,444	8.2	472,296	7.6	-0.2
AB (27) TOPLAMI	315,074	353,232	12.1	2,545,722	44.0	2,800,922	45.1	10.0
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	692,139	756,109	9.2	5,790,063	100.0	6,213,557	100.0	7.3

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2012 EYLÜL 1000 \$	2013 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK-EYLÜL 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2013 OCAK-EYLÜL 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	44,417	45,399	2.2	295,717	25.1	354,171	25.6	19.8
İTALYA	9,466	9,950	5.1	99,935	8.5	102,065	7.4	2.1
ALMANYA	7,573	8,782	16.0	82,565	7.0	86,001	6.2	4.2
IRAK	7,574	10,862	43.4	58,259	4.9	84,164	6.1	44.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,583	7,616	112.6	33,558	2.8	58,662	4.2	74.8
FRANSA	7,881	7,524	-4.5	57,817	4.9	57,050	4.1	-1.3
UKRAYNA	9,202	8,328	-9.5	44,505	3.8	52,774	3.8	18.6
İNGİLTERE	3,965	6,348	60.1	48,387	4.1	51,811	3.7	7.1
HONG KONG	3,287	4,682	42.4	35,109	3.0	43,399	3.1	23.6
SUUDİ ARABİSTAN	3,903	3,879	-0.6	35,421	3.0	36,752	2.7	3.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	100,852	113,371	12.4	791,273	67.1	926,850	67.0	17.1
LİTVANYA	378	13,604	3,496.7	2,221	0.2	28,726	2.1	1,193.5
ABD	3,314	4,349	31.2	22,484	1.9	25,373	1.8	12.9
BULGARİSTAN	1,496	1,529	2.2	15,014	1.3	16,721	1.2	11.4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,388	2,292	65.1	10,123	0.9	16,432	1.2	62.3
KAZAKİSTAN	2,441	2,024	-17.1	21,026	1.8	16,196	1.2	-23.0
KIRGIZİSTAN	986	1,078	9.3	11,983	1.0	15,830	1.1	32.1
HOLLANDA	1,103	1,487	34.8	15,780	1.3	15,714	1.1	-0.4
ROMANYA	1,467	1,290	-12.1	11,135	0.9	15,464	1.1	38.9
İSPANYA	1,074	1,210	12.6	17,193	1.5	14,373	1.0	-16.4
AVUSTURYA	1,875	1,937	3.3	14,282	1.2	13,319	1.0	-6.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	15,523	30,800	98.4	141,241	12.0	178,148	12.9	26.1
İSVİÇRE	722	821	13.7	9,950	0.8	11,954	0.9	20.1
GÜNEY KORE	866	1,403	62.0	5,271	0.4	11,928	0.9	126.3
LİBYA	548	1,024	86.9	11,372	1.0	11,253	0.8	-1.0
AZERBAYCAN	893	659	-26.2	10,924	0.9	10,824	0.8	-0.9
BELÇİKA	1,105	1,714	55.1	9,657	0.8	9,206	0.7	-4.7
CEZAYİR	138	348	152.1	5,923	0.5	9,140	0.7	54.3
DANİMARKA	830	705	-15.1	10,266	0.9	9,134	0.7	-11.0
İSRAİL	1,213	1,509	24.4	6,929	0.6	8,832	0.6	27.5
TÜRKMENİSTAN	708	825	16.5	8,037	0.7	8,772	0.6	9.1
KKTC	837	1,472	75.9	6,059	0.5	8,646	0.6	42.7
MISIR	974	309	-68.3	6,283	0.5	8,340	0.6	32.7
YUNANİSTAN	1,363	1,397	2.5	8,003	0.7	8,226	0.6	2.8
İSVEÇ	291	461	58.5	4,954	0.4	7,862	0.6	58.7
POLONYA	1,958	619	-68.4	7,863	0.7	6,697	0.5	-14.8
TACİKİSTAN	322	398	23.7	4,396	0.4	6,570	0.5	49.4
ÖZBEKİSTAN	895	626	-30.1	6,452	0.5	6,539	0.5	1.4
UMMAN	86	450	422.7	1,310	0.1	6,231	0.5	375.7
ESTONYA	814	853	4.7	3,919	0.3	5,970	0.4	52.3
YEMEN	16	545	3,352.6	264	0.0	5,708	0.4	2,059.5
SİRBİSTAN	955	1,051	10.1	4,671	0.4	5,384	0.4	15.3
JAPONYA	999	1,196	19.7	6,129	0.5	5,240	0.4	-14.5
İRAN	103	229	122.8	2,962	0.3	4,973	0.4	67.9
GÜRCİSTAN	1,279	634	-50.4	6,474	0.5	4,946	0.4	-23.6
TUNUS	913	667	-27.0	5,043	0.4	4,644	0.3	-7.9
NORVEÇ	288	684	137.2	1,622	0.1	4,039	0.3	149.1
ARNAVÜTLÜK	484	473	-2.4	3,193	0.3	3,878	0.3	21.4
KANADA	241	1,154	378.7	2,590	0.2	3,840	0.3	48.3
KOSOVA	427	570	33.3	3,025	0.3	3,243	0.2	7.2
BEYAZ RUSYA	152	342	125.4	3,407	0.3	3,194	0.2	-6.3
ÜRDÜN	135	604	347.1	4,837	0.4	3,154	0.2	-34.8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	136,931	167,910	22.6	1,104,299	93.7	1,313,369	94.9	18.9
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	9,823	8,282	-15.7	74,813	6.3	70,943	5.1	-5.2
AB (27) TOPLAMI	45,133	61,227	35.7	423,770	35.9	462,900	33.4	9.2
TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	146,754	176,192	20.1	1,179,112	100.0	1,384,312	100.0	17.4

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

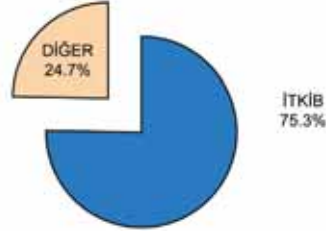
	2012 EYLÜL	2013 EYLÜL	DEĞİŞİM %	2012 OCAK- EYLÜL	TOPLAM HALI'DA PAY %	2013 OCAK-EYLÜL	TOPLAM HALI'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	18,810	18,108	-3.7	260,723	18.2	266,149	16.9	2.1
LİBYA	7,201	13,236	83.8	85,074	5.9	157,469	10.0	85.1
ABD	13,651	19,878	45.6	134,552	9.4	155,293	9.9	15.4
IRAK	33,658	28,180	-16.3	121,713	8.5	98,830	6.3	-18.8
ALMANYA	7,216	8,349	15.7	71,680	5.0	74,942	4.8	4.6
BAE	4,106	5,026	22.4	46,916	3.3	48,050	3.1	2.4
RUSYA FED.	5,980	5,818	-2.7	36,617	2.5	41,147	2.6	12.4
İNGİLTERE	4,727	4,222	-10.7	43,021	3.0	38,166	2.4	-11.3
ÇİN	1,170	3,469	196.5	22,468	1.6	33,903	2.2	50.9
MISIR	4,861	2,741	-43.6	55,192	3.8	27,849	1.8	-49.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	101,380	109,028	7.5	877,957	61.1	941,798	59.9	7.3
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	3,298	5,566	68.8	19,934	1.4	27,347	1.7	37.2
TACİKİSTAN	2,606	2,963	13.7	20,080	1.4	25,681	1.6	27.9
JAPONYA	1,891	1,649	-12.8	21,486	1.5	25,334	1.6	17.9
TÜRKMENİSTAN	2,401	3,140	30.8	19,161	1.3	24,813	1.6	29.5
UKRAYNA	3,754	3,783	0.8	23,600	1.6	24,460	1.6	3.6
POLONYA	2,806	2,378	-15.2	21,124	1.5	21,789	1.4	3.1
BELÇİKA	1,433	1,896	32.4	17,848	1.2	21,774	1.4	22.0
KIRGIZİSTAN	2,367	3,150	33.1	14,917	1.0	21,603	1.4	44.8
KAZAKİSTAN	2,772	2,945	6.2	21,884	1.5	20,233	1.3	-7.5
İSRAİL	2,587	2,025	-21.7	19,555	1.4	18,940	1.2	-3.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	127,293	138,523	8.8	1,077,547	75.0	1,173,771	74.7	8.9
CEZAYİR	1,305	2,477	89.9	12,160	0.8	18,583	1.2	52.8
ROMANYA	2,476	2,549	3.0	18,146	1.3	17,775	1.1	-2.0
KUVEYT	1,581	1,960	24.0	18,623	1.3	17,607	1.1	-5.5
İTALYA	1,618	1,621	0.2	13,431	0.9	16,299	1.0	21.4
MALEZYA	506	957	89.1	12,809	0.9	15,792	1.0	23.3
ÇEK CUMHURİYETİ	1,580	793	-49.8	14,962	1.0	14,785	0.9	-1.2
YEMEN	376	1,047	178.5	5,669	0.4	14,350	0.9	153.1
FRANSA	1,316	1,120	-14.8	9,067	0.6	14,193	0.9	56.5
AFGANİSTAN	1,833	1,574	-14.1	18,872	1.3	13,190	0.8	-30.1
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	1,554	1,103	-29.0	13,190	0.9	12,582	0.8	-4.6
FAS	1,017	1,284	26.3	10,071	0.7	12,272	0.8	21.8
İSVEÇ	870	1,150	32.1	8,433	0.6	11,714	0.7	38.9
AVUSTRALYA	1,385	1,189	-14.2	12,127	0.8	11,488	0.7	-5.3
MACARİSTAN	418	424	1.4	3,440	0.2	10,268	0.7	198.5
ÜRDÜN	781	927	18.6	3,532	0.2	9,648	0.6	173.2
KANADA	1,028	786	-23.5	10,070	0.7	9,532	0.6	-5.3
İRAN (İSLAM CUM.)	1,249	1,643	31.5	15,423	1.1	8,256	0.5	-46.5
YUNANİSTAN	2,913	2,129	-26.9	6,809	0.5	7,941	0.5	16.6
LÜBNAN	1,455	2,106	44.8	4,949	0.3	7,761	0.5	56.8
PAKİSTAN	702	690	-1.7	6,613	0.5	7,227	0.5	9.3
UMMAN	472	530	12.3	4,983	0.3	7,098	0.5	42.4
KATAR	583	799	37.2	7,556	0.5	6,873	0.4	-9.0
ŞİLİ	176	968	450.4	4,042	0.3	6,823	0.4	68.8
BOSNA-HERSEK	760	894	17.6	6,328	0.4	6,521	0.4	3.1
KOSOVA	579	760	31.4	6,608	0.5	6,413	0.4	-3.0
AVUSTURYA	976	799	-18.1	6,521	0.5	6,402	0.4	-1.8
ENDONEZYA	561	583	4.0	5,031	0.4	6,111	0.4	21.5
İSPANYA	265	656	148.0	2,486	0.2	6,053	0.4	143.5
BULGARİSTAN	810	843	4.1	6,464	0.5	5,783	0.4	-10.5
HİNDİSTAN	384	425	10.8	4,469	0.3	5,310	0.3	18.8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	158,820	173,311	9.1	1,350,431	94.0	1,488,420	94.7	10.2
Diğer ülkeler ve s.bölgeler	9,189	9,382	2.1	85,661	6.0	82,974	5.3	-3.1
AB (27) TOPLAMI	31,121	30,901	-0.7	265,138	18.5	284,712	18.1	7.4
TOPLAM HALI İHRACATI	168,009	182,693	8.7	1,436,092	100.0	1,571,394	100.0	9.4

GÖSTERGELER

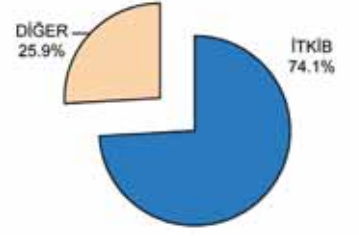
102

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	75.3	24.7
TEKSTİL	50.2	49.8
DERİ	74.1	25.9
HALI	22.4	77.6
107026518.643		
İTKİB	14987159.489	
DİĞER	92,039,359	

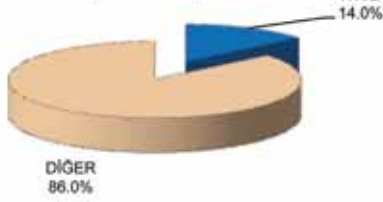
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL)



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



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



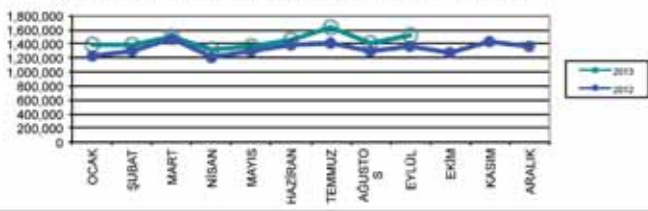
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL)



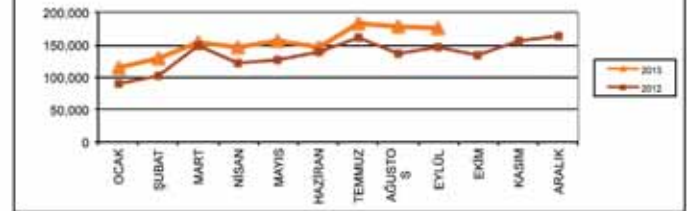
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL)



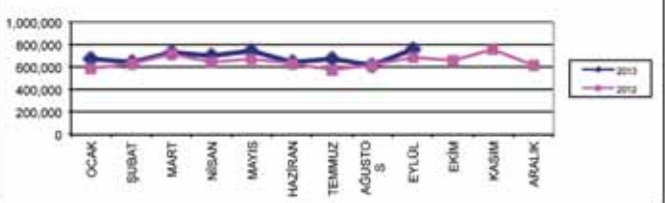
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



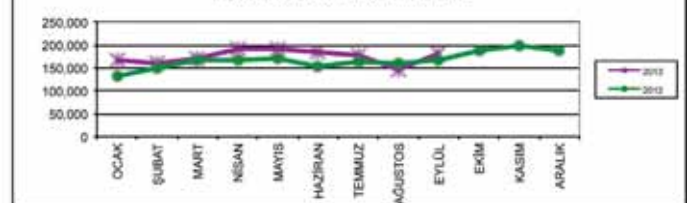
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En modern teknoloji ile en seřkin keten üretimi...

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

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



FILOFİBRA PAZARLAMA A.Ő.

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

UNİVERSAL DÖŞEMELİK ÜRETİMİYLE HAYATINIZA RENK KATIYOR



UNIVERSAL

ÜNİVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

ÜNİVERSAL TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No: 22 D İç Kapı No: 3B03 Başakşehir/ İstanbul Tel:0212 671 03 75 www.polarflc.com