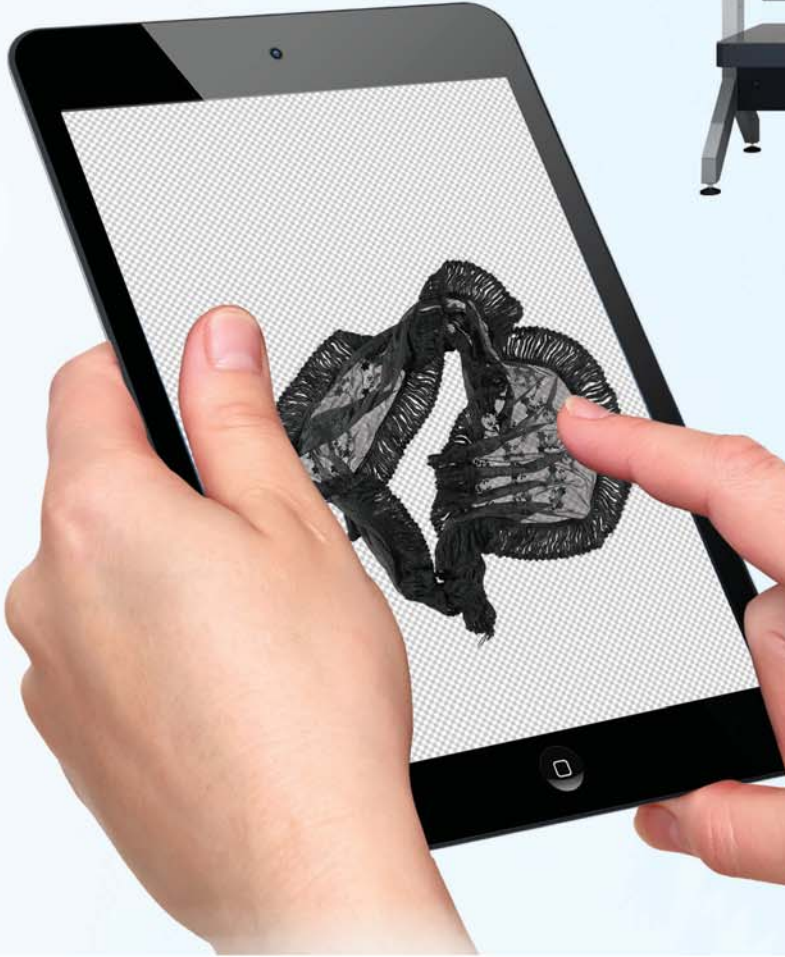


İHRACATÇI BİRLİKLERİ SEÇİMİNİ YAPTI





Siz hala **DEKUPE** ile mi uğraşıyorsunuz?

StyleShoots ile 15 saniyede otomatik dekupenin hız ve kalitesini yaşayın...

LC Waikiki

CLIMBER
B.C.

cicikom

TOMMY HILFINGER

Bebello
Hayata merhaba... welcome to life...

YOURS M&S

MEXX

limango

margin

Shirt
By
Shirt

CKLT ÇİKOLATA
FABRIKASI

ebebek



ASTAŞ JUKI

ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL Tel : (0212) 630 89 00 (pbx) Faks : (0212) 630 89 29

www.styleshootturkey.com • styleshoots@astajuki.net



facebook.com/styleshootturkey



twitter.com/styleshootstr

Accredited by Turquality

TURQUALITY

Reaktif dijital baskıda ve örme kumaşta en iyiye bizimle ulaşın

Reaktif dijital baskıdaki 7 yıllık tecrübesini son teknoloji boya ve apre makineleriyle birleştiren birlilik 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



İHRACATÇI BİRLİKLERİ SEÇİMİNİ YAPTI

4 KISA KISA

12 İTKİB KISALAR

18 FUAR

AYMOD 23 NİSAN COŞKUSUYLA
KAPILARINI ARALADI

20 FUAR

EVTEKSTİLİNE 1,5 MİLYAR
DOLARLIK DESTEK

22 GENEL KURULLAR

İHRACATÇI BİRLİKLERİ SEÇİMİNİ YAPTI

40 FUAR

20'NCİ YILDA WHO'S NEXT'İN
'ONUR KONUĞU' TÜRKİYE

44 FUAR

İTHİB "TECHTEXTIL RUSSIA" İÇİN
MİLLİ KATILIM HAZIRLIĞINDA

50 FUAR

TÜRK DERİSİ ASYA TURUNDA

54 FUAR

ANADOLU DERİSİ CHIC'TE BOY
GÖSTERDİ

58 TREND SEMİNERİ

UR-GE PROJESİNDEN MODA DOLU
BİR ADIM DAHA

66 SERGİ

ANADOLU DERİSİ TASARIM
ÇAĞINI YAŞIYOR

68 RÖPORTAJ

TEKSTİLDEN KAZANDIĞINI
GELENEKSEL TATLARA YATIRDI

72 SEMİNER

İHKİB'DEN A'DAN Z'YE İPLİK EĞİTİMİ

74 FİRMA

TEKSTİL İLE TURİZMİN
BİRLEŞTİĞİ YER; DOSSO DOSSI

76 SERGİ

KEÇE İLE TEKSTİL SEKTÖRÜNE
YENİ BİR SOLUK

78 TASARIM

AYAKLARDA "KELEBEK" ZARAFETİ

80 DESTEK

FUARLARA "PRESTİJ" DESTEĞİ

86 TEKNOLOJİ

MODANIN HIZINA DASSAULT
SYSTEMES İLE AYAK UYDURUN

90 GÜNDEM

FAİZLER KADEMELİ DÜŞÜRÜLSÜN
YÜZDE 10'LUK BÜYÜME DEVAM ETSİN

92 BRÜKEL MEKTUBU

TÜRKİYE'NİN AB YOLU ŞEKİLLENİYOR!

94 GÖSTERGELER

100 ADRESLER

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına
Cumhur İŞBIRAKMAZ

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Mustafa ŞENOCAK, Uğur UYSAL

YAYIN KURULU BAŞKANI

Birol SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Nilgün ÖZDEMİR, Jale TUNÇEL,
İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK, Özcan SÜMER,
Sultan TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya YARANGÜMELİ,
Vehbi CANPOLAT, Cengiz ÖZMEN, Muammer AKÇAY,
Ferzat ERDEBİL, Ruken MIZRAKLI, Ersin ÖZGÜMÜŞ,
Eyüp KEŞER, Bülent METİN, Ahmet Hayri DİLER,
Haşim GÜRELİ

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
FAXS: (0212) 454 04 15
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINLARI KUTUPAYI HİZMETLERİ TİC. LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Hüsnü PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Doğuş KOTAY
doguskotay@kucukmucizeler.com
Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammedakdeniz@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUP DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI-CİLT

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

DAĞITIM

Intermail

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

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

İLETİŞİM

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

ÜRÜNLERİMİZİN
ÇEKİMLERİNDE
PHOTOSHOP
UYGULANMAMAKTADIR



[®]
ZİPEX

Atalar ile lüks ve sade bir sezon

Dünya modasını takip eden şehirli kadının markası Atalar, 2014 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda, yenilikçi bakış açısı ile lüksün ve sadeliğin ön planda olduğu, romantik ve feminen dokuların sıkça hissedildiği tasarımlara imza atıyor. Koleksiyonun ilk parçasından başlayarak hissedilen hızlı değişim, uluslararası markaların podyumlarda sıkça kullandığı, sezonun odak noktası olan romantik ve güçlü çiçek desenleri, puantiyeler ve sanatsal baskılar, nakış ve işleme detayları ile koleksiyonda yerini alıyor.



Mavi jean'ler, bu yaz "bleach" ile buluşuyor!

Mavi, 2014 İlkbahar denim koleksiyonunda sezonun en çarpıcı trendi "bleach yıkamalar" geniş yer veriyor. Rengi yer yer ağarmış, solmuş ve yıpranmış görünümlü bu özel ağır yıkamalar, jean pantolonlardan ceketlere birçok parçada etkisini hissettiriyor. Özellikle kısa, cropped jean ceketlerde göze çarpan bleach yıkamalar, koyu ve açık skinny jean'lerle kombinlenerek mükemmel "denim on denim" stilini yansıtıyor. Erkekler ise, vintage yıkamaların ön planda olduğu denim koleksiyonunda gri ve beyazlara da yer açıyor. Jean'lerini Çapkın Polo ve Delikanlı Gömlek'le birleştiren Mavi erkeği, Akdenizli genlerini ortaya çıkarıyor.



Homestore bot tutkunlarını seçeneksiz bırakmıyor

Kadın giyimde farklı tasarımları ve modaya yön veren ürünleri ile dikkat çeken Home Store, modanın kalbi İtalya'da başlayan bot modasını bu yaz Türkiye'ye getiriyor. Ünlü isimlerin yazın bile ayağından çıkarmadığı botlar, bu yaz Türkiye'de moda tutkunlarının beğenisine sunuluyor. Mini etekler, kısa şortlar ya da



rengarenk elbiseler altına giyilen sandaletler, yerini Home Store'un modern ve şık botlarına bırakıyor. Modayı yakından takip edenlerin tercihi olan botlar, klasik tarzının dışına çıkmak isteyenlerin tercihi oluyor. İnce ilmeklerle dokunmuş, krem ve tonlarından oluşan güpürler Home Store botlarda farklı bir hava yaratıyor.

Kiğılı'da renk karnavalı



Dünyanın en ünlü markalarının yüzü olan Tommy Dunn'un modelliğini yaptığı Kiğılı koleksiyonu, giyimiyle tarzını ve şıklığını her zaman öne çıkaran Kiğılı erkeğine sesleniyor. Renklerin ve modellerin birbirini tamamladığı koleksiyon, bu yaz da erkeklerin gardıroplarına renk katacak kadar zengin gözüküyor. Sıcak ve yumuşak tonların hakim olduğu bu yepyeni koleksiyonda erkek modasının günden güne daha da renklendiğini görmek mümkün. Kiremit, yeşil ve mor renklerinin kullanıldığı İtalyan ve pamuk içerikli kumaşlarla üretilen ceketler, yazlık pantolonlarla kombinleniyor. Pantolon grubunun da renklendiği Kiğılı koleksiyonunda, günün her saati giyilebilecek casual kombinler sizleri bekliyor.

AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



emax
label solutions



BAY. **ENTEGRE PRO**
yenı nesıl cözümler



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



www.akbarkod.com

Yaya ile keyifli yürüyüşler



Yaya ilkbahar/Yaz Koleksiyonu 2014 Koleksiyonu, natural ve özgür dokunuşlarla farkını yansıtıyor. İlkbahar ve yazın en özel anlarını enerjisiyle canlandıracak Yaya, tatlı-serin havayla ilk temasını delikli derilerle kuruyor. Yalın ve çorapsız giyilmesi tercih edilen soft süetler, natural tabalar, yeni maviler, ilk yükselişin simgesi spot kırmızılarla mükemmel uyumu yakalıyor. Konforlu şıklığın modern hazzında sokaklara davet eden Yaya, ılık bahar havasında; espadriller, rengarenk loaferlar, astarsız, yumuşak bağcıklı ayakkabılar ve püskül detaylarıyla özgürlüğe doğru ılık bir yürüyüşe çıkıyor.



Cottonbox'tan Anneler Günü'ne özel kampanya

Ev tekstilinin öncü markası Cottonbox, Anneler Günü'ne özel olarak tasarlanan Angel nevresim takımı alan müşterilerine çift kişilik pike hediye ediyor. Cottonbox, en değerli varlığımız annelerimize olan sevgimizi yansıtmak için yeni bir kampanya düzenledi. Üretiminde sadece pamuk ipliğinin kullanıldığı Cottonbox nevresimleri, nefes alan yapısıyla özellikle yaz ayları için ideal bir ürün. Ev tekstilinde fark yaratan Cottonbox, en sağlıklı uykuya ortam hazırlayabilmek için bütün incelikleri düşünmüş. Üretiminde sadece pamuk ipliği kullanılan yumuşacık Cottonbox nevresimler, sıcakların artmaya başladığı günlerde nefes alarak en sağlıklı uykuyu uyumanıza da destek olacak.



Siyahın öteki yüzü

2014-2015 Sonbahar/Kış Fashion Week defilesiyle hayranlık uyandıran Hakan Akkaya, koleksiyonunda kullandığı siyahın ton ve kombinleriyle Türkiye'de farklı bir akım başlatmaya hazırlanıyor. Hakan Akkaya 2014-2015 Sonbahar/Kış koleksiyonu, siyahın pek çok farklı yorumuyla tüm dikkatleri üzerine çekiyor. Aksesuardan işlemlere baştan sona siyah kullanılan koleksiyon, gizemli ve şık görüntü kazandırıyor. İşlemlerde siyah inci, kadınların yanı sıra erkeklerde de ön plana çıkıyor. Sıra dışı ve farklı işlemler erkek parçalarının sürprizi. Kadınsa farklı kumaşların kullanımından oluşan asimetrik modeller siyahın gücünü yansıtıyor. Derinin gece yorumları, payet-deri kombini elbiseler, etek-üst kesim birleşimleri deriyi gece şıklığına taşıyor.



BabyNEO'dan kot desenli bebek bezleri

Yıkanabilir bebek bezlerinin öncü markası BabyNEO, tasarladığı kot desenli bebek bezleri ile bu sezon da bebek modasına yön veriyor. BabyNEO, özel olarak tasarladığı kot desenli bebek bezleriyle fark yaratmayı amaçlıyor. Yıkanabilir olması ve doğal içeriği ile sağlıklı nesiller yetiştiren BabyNEO, bebeklere şıklığın kapılarını açıyor. Hava geçiren yapısıyla nefes alabilen BabyNEO yıkanabilir kot bebek bezleri, pişik oluşumunun da önüne geçiyor. Microfiber kumaştan üretilen bebek bezleri, bebeklerin cildinin zarar görmesini de engelliyor.



VI.BE.MAC.

brother
at your side

Iyamato



**En iyisini isteyenler
için üretildiler...**



SCHMETZ

MERROW

Horse Hooks

macpi

Eastman



Yaz aylarında kaşmir keyfi



Sıcak yaz günlerinde serin tutan, serin yaz akşamlarında ise bir bulut gibi vücudu sararak kucaklayan yaz kaşmiri, Silk & Cashmere'in 2014 yaz sezonunda yeni modelleriyle yeni sezonu karşılıyor. Hafif ve yumuşacık yaz kaşmirleriyle yazın enerjisini yansıtan rengarenk ipek-kaşmir ürünlerin yanı sıra mayonun üzerine giyilebilecek şeffaf, incecik ve yaz rüzgarı tadındaki kaşmirler, bu senenin en alıcı renklerinde tasarlanmış. Hafif, yumuşak ve yakmadan ısıtan yaz kaşmirlerinden oluşan Silk & Cashmere 2014 Yaz Koleksiyonu, kaşmirin keyfini yaz sezonunda daha ince iplik ve gevşek örgü ile sunuyor.

Vakko'dan yaza uygun seçenekler



Vakko'nun zamansız çizgisini, şehir hayatının yüksek temposu ve günün geçerli modasıyla buluşturan Vakko İlkbahar/Yaz 2014 koleksiyonu, farklı zevklerle ve 24 saate hitap eden zengin içeriği ile rafine şıklık anlayışından ödün vermeyen annelere hitap ediyor. Vakko Monogram koleksiyonundaki seyahat setlerinde elbise taşıyıcılarından mercan kırmızısı, saks mavisi ve devetüyü tonlarının renk verdiği sıra dışı tasarımlara kadar zengin bir hediye seçeneği sunuluyor.

Penti'den sihirli dokunuşlar

Penti kadınları sihirli bir dokunuşla hayal edilen görüntüye kavuşturuyor. Dış güzelliğin iç güzellikten geldiğine inanan Penti "İncelten Sihirli dokunuş" sloganıyla 'Abracadabra' ürünlerini kadınların beğenisine sunuyor. Abracadabra serisinin iç giyim ve çorap olmak üzere iki farklı ürün grubu bulunuyor. Abracadabra Yüksek Bel Slip Korse, bel, basen ve karın bölgesinin formda bir görünüm kazanmasını sağlıyor. Slip korse, lazer kesimi, özel kumaşı ve dikiş tekniğiyle kıyafetlerin altından belli olmuyor. Ten renkli ürünün dört farklı beden ölçüsü bulunuyor. Abracadabra Seamless Full Şort Korse ise, tek bir ürünle tüm vücudunu şekle sokmak isteyen kadınların imdadına yetişiyor.



Vans küçük ayaklara gökkuşağını yansıtıyor



Yazın tüm renklerini koleksiyonunda buluşturan Vans, minik trendsetterlara özgür ve rahat etmenin ayrılacağını sunuyor. Sezonun enerji veren tonlarının canladırıcı modeller, küçük moda gurularının kombinleriyle mükemmel bir uyum sağlıyor. Gökkuşağının farklı ışık yansımalarıyla bütünleşen tasarımlar, çocukların hayal dünyasını eğlenceli bir hale getiriyor. Anneleri ve babaları kadar stil sahibi görünmek isteyen minikler, markanın rengarenk koleksiyonuyla her ortama hareket katıyor.



Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

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

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

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

NEBİM

V3

NEBİM

KISA KISA



Damat Tween sporu destekliyor

Erkek moda perakendesinin lider markası olan Damat Tween, golf sporunun küresel çapta dev organizasyonları arasında yer alan Dünya Kurumsal Golf Turnuvası'nın Türkiye ayağının resmi giyim sponsoru oldu. Antalya Gloria Golf Resort'ta 19-20 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilen turnuvaya katılan 68 yarışmacıdan erkekler beyaz Damat polo tişörtleri, kadınlar ise pembe Tween polo tişörtleri ile performanslarını sergiledi. Turnuvanın Türkiye galibi olan Serap Sokullu ve Özdemir Allahverdi, Temmuz ayında İspanya'da gerçekleştirilecek dünya finalinde, hem şirketleri Pekin-Bayar Danışmanlık'ı hem de Türkiye'yi temsil edecek.

Büyük beden kadın için 'ölçüsüz' güzellik



"Ölçüsüz güzellik' motosuyla kurulan Türkiye'nin ilk büyük beden e-giyim mağazası Think+, Türkiye'de 42 ve üstü beden olan 11,8 milyon kadının kıyafet arama derdine çare oluyor. Koleksiyonlarında zarafet, şıklık ve rahatlığı ön planda tutan Think+, büyük beden kadınlara yıllardır bulamadıkları hip, fashion, fit, genç ve kaliteli modeller sunuyor. Türkiye'nin her yerinden 7 gün 24 saat ulaşılabilen Think+'ın ilkbahar koleksiyonunda birbirinden şık elbiseler, göz alıcı modeller, kullanışlı kısa ceketler, bahara eşlik eden rengarenk jean'ler, birbirinden rahat ev kıyafetleri, dinamik spor kıyafetler yer alıyor.

İnci'den altın ürünler, altın fırsatlar

İnci Deri, geçtiğimiz günlerde tanıtımını yaptığı yeni sezon ürünlerinde sürpriz avantajlar sunuyor. Yeni sezonda satışa sunulan ürünler arasından seçilecek İnci Deri ürünleri her Perşembe yenilenerek yüzde 50 indirim fırsatı ile İnci Mağazaları'nda satışa sunuluyor. 'Macera' ana temasıyla hareketli ve rengarenk bir yazın kapılarını aralayan koleksiyon 'Mavi Yolculuk', 'Cennet Bahçesi' ve 'Astral Seyahat' isimli 3 farklı temadan oluşmuş. İnci Deri'de öne çıkan ve tüm yaza damgasını vuracak parçalar ise platform babetler olacak. İnci'nin erkek koleksiyonunda ise, olabildiğince hafif ve yumuşak parçalardan oluşan casual ve sneaker ürünler, pastel tonun hakim olduğu süet ve nubuk ayakkabılar yer alıyor.



Tekstil İnovasyon Ligi'nin şampiyonu Kordsa Global



Sektörünün teknoloji lideri Kordsa Global'in Ar-Ge çalışmalarındaki başarılı sonuçları yeni bir ödül daha getirdi. Bir ay önce Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın "En İyi Ar-Ge Merkezi" performans değerlendirmesinde 142 Ar-Ge merkezi arasında ikinci sırayı alan Kordsa Global, bu ay da "Türkiye Tekstil İnovasyon Ligi Şampiyonu" oldu. Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği'nin bu yıl altıncısını düzenlediği Ar-Ge Proje Pazarı'nda, 248 teknik tekstil projesi sergilendi. Proje Pazarı kapsamında, ilk kez düzenlenen Türkiye Tekstil İnovasyon Ligi Şampiyonluğu'nu Kordsa Global kazandı.

50 yıldır dünyaya
Zela üretiyoruz

Modanın efendileri “Bahara Merhaba” dedi

Hazır giyim sektörü ve Türk moda dünyasının önde gelen isimleri yerel seçim atmosferinin ve ekonomideki dalgalanmaların yarattığı olumsuz havadan sıyrılmak için “Bahara Merhaba” kokteylinde bir araya geldi. Avva Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Atık'ın ev sahipliğinde Avva'nın Osmanbey'deki tarihi köşkünde 10 Nisan tarihinde gerçekleşen davete İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin yanı sıra İHKİB ve Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD) başta olmak üzere sektörel kurum ve kuruluşlardan temsilciler katıldı. Sektör temsilcileri ile moda dünyasının profesyonellerini buluşturan etkinlikte yerel seçim atmosferinden sıyrılmak ve ekonomideki dalgalanmaların yarattığı olumsuz havadan uzaklaşmak isteyen davetliler genellikle günlük hayatla ilgili konulardan bahsettiler. Sıcak bir havada geçen kokteylde, iş yoğunluğundan dolayı uzun zamandır birbirlerini göremeyen davetliler de bir araya gelme fırsatı yakalamış oldular.



Hazır giyim ve Tasarım Kümesi dünya basınında



İHKİB öncülüğünde başlatılan ve bir yıldır çalışmalarına devam eden “Hazır giyim ve Tasarım Kümesi - 3T (Tasarım, Trend ve Tanıtım) Kümesi, yurt dışında katıldığı fuarların ardından ünlü moda dergilerinde geniş yer buldu. İHKİB tarafından Haziran 2013 yılında hayata geçirilen “Hazır giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi” adlı Ur-Ge projesinde yer alan 26 firma, yılbaşından bu yana çeşitli yurt dışı pazarlama etkinliklerinde yer aldı. Kümede yer alan Türk firma ve moda tasarımcıları Rusya'nın en büyük gazetesi Pravda ve Avrupa genelinde yayın yapan Global Connection gazetesinde geniş yer bulurken, adensya.ru, fashionbank.ru, intermoda.ru, profashion.ru, fashion24inbusiness gibi dünyaca ünlü moda sitelerinde yer alan haberlerle milyonlarca kişiye ulaştı. Moda dünyasına yön veren gazete, dergi ve sitelerde Hazır giyim ve Tasarım Kümesi'nin tasarım, trend ve tanıtım alanında sektöre getirdiği yenilikler ve Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası arenadaki bilinirliğine sunduğu katkılar haber konusu yapıldı.



TARLADAN MAĞAZAYA

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

SENTEZ / LIVE ERP

İş Çözümleri Platformu



SentezYARN
İplik Üretim Takip Sistemi



SentezKNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



SentezWEAVE
Dokuma Üretim Sistemi



SentezDYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



SentezVOGUE
Konfeksiyon Yönetim Sistemi



SentezEXPO
Dış Ticaret Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT
Yönetim Bilgi Sistemi



SentezPOSITIVE
Satış Yönetim Sistemi



SentezSHOP
Satış Noktası Yönetimi

Hedef Yayın Kurulu dönemin son toplantısını yaptı



20 yılı aşan geçmişiyle Türkiye'deki kurumsal yayıncılık tarihinde bir marka haline gelen İTKİB Hedef Dergisi, belirli periyodlarla toplanan Yayın Kurulu ile hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinin nabzını tutarak, sektörlerin gündemini kamuoyuna duyurmaya devam ediyor. İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in başkanlığında çalışmalarını sürdüren Hedef Dergisi Yayın Kurulu, son hazırlık toplantısını ise 10 Nisan Perşembe günü gerçekleştirdi. İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in başkanlığında gerçekleşen dönemin son toplantısına, Yayın Kurulu Üyeleri arasında yer alan; Nilgün Özdemir, Sultan Tepe, Ferzat Erdebil, Derya Yarangümeli ve İTKİB Genel Sekter Yardımcısı Cemal Bayazıt katıldı. İTKİB'deki seçimli Olağan Genel Kurulları öncesinde bir araya gelen Yayın Kurulu, başta tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri olmak üzere, Türkiye ve dünyada olan gelişmeleri gündemine taşıyarak, Hedef Dergisi'nin yeni sayısında kaleme alınacak içeriği belirledi. Bugün 243'üncü sayısına ulaşan Hedef Dergisi'nde emeği geçen Yayın Kurulu üyelerine teşekkür eden Yayın Kurulu Başkanı Birol Sezer, üç yıldan bu yana sürdürdüğü görevi takım ruhuyla başarılı bir noktaya taşıdıklarına dikkat çekti.

Orta Doğu'nun perakende devi İTKİB'de

Orta Doğu ve Suudi Arabistan'ın en büyük perakende mağaza zinciri Gazzaz, Türkiye'den ev tekstili alımı yapmak üzere 27 Mart Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde İTKİB üyeleri ile bir araya geldi. Türkiye Cumhuriyeti Cidde Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği aracılığıyla Gazzaz mağazalar zinciri yetkililerinden gelen talep üzerine, İTKİB Genel Sekreterliği tarafından Gazzaz'ın talep ettiği ürünleri karşılayabilecek üyelere duyuru yapıldı. Duyurunun ardından firmalardan gelen başvurular değerlendirilerek İTKİB üyesi 18 firma ile bir tam günlük ikili görüşme programı hazırlandı. Bir aile şirketi olan Gazzaz adına ikili görüşmeleri firma sahibi Huseyin Bakry Gazzaz'ın oğlu Asım Gazzaz bizzat yaptı. Grubun ilgilendiği nevresim ve yatak çarşafı, yatak örtüleri, battaniyeler, havlu ve bornozlar gibi ev tekstili mamüllerini üreten İTKİB üyesi 18 firma, Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan görüşmelere ürün numuneleri ile birlikte gelerek firmalarını ve ürünlerini tanıttılar. Gazzaz firma yetkilisi tüm firmalardan katalog ve taşınabilir ürün numuneleri aldı, katalogların bizzat firma sahibi babası Huseyin Bakry Gazzaz tarafından inceleneceğini ve seçilen ürünlerden örnekler satın alınacağını, bu örnekler incelenerek satın alma kararı verileceğini ifade etti.





TRENDSETTING ZIPS

Alışıldık çeşitlerden, modayı yeniden tanımlayan ürünlere kadar, tasarım odaklı ürünlerimizle her türlü ihtiyacınıza cevap veriyoruz. İnci Fermuar, motivasyonunu modadan alan kursor ve elciklerle kreasyonlarınızı her mevsim fermuarlamaya hazır.

Tayvan Ticaret Heyeti ikili görüşmeler için İTKİB’te

Tayvan Ticaret Heyeti, 24 Nisan Perşembe günü İTKİB Genel Sekreterliği’ni ziyaret etti. Sekiz kişilik Tayvan Ticaret Heyeti’ne Tayvan Ekonomik İlişkiler Bakanlığı Dış Ticaret Bürosu’nun Genel Müdür Yardımcısı Cynthia Kiang başkanlık etti. Heyette aynı bakanlığın Müşavir Yardımcısı Bay Yeung-Ching Chou ve Tayvan Tekstil Federasyonu’nun Başkanı Justin Huang ile Tayvan Dış Ticareti Geliştirme Konseyi’nin (TAITRA) Pazar Geliştirme Departmanı’ndan, Tayvan Elektrikli ve Elektronik Üreticileri Birliği’nden ve İstanbul’daki Tayvan Ticaret Merkezi’nden temsilciler yer aldı. Tayvan Ticaret Heyeti ile İTKİB Genel Sekreteri Cumhuriyet İşbirakmaz, İHKİB’in Uluslararası Hazır giyim Federasyonu’ndaki (IAF) temsilcisi ve TGSD Yönetim Kurulu Eski Başkanı Hasan Arat ve TGSD Genel Sekreteri Mehmet Kumbaracı ile İTKİB uzmanları bir saatlik bir görüşme gerçekleştirdiler. Görüşmede

Tayvan Ticaret Heyeti’nin Başkanı Cynthia Kiang, her yıl farklı bir ülkede IAF organizasyonunda düzenlenmekte olan uluslararası konferanslar vesilesiyle başlayan ilişkilerin geliştirilerek iki ülke arasında diyalog ortamı yaratılmasını istediklerini, bu amaçla Ankara ve İstanbul’da temaslar

da bulunduklarını ifade etti. İTKİB Genel Sekreteri Cumhuriyet İşbirakmaz tarafından da Yönetim Kurullarının 2023 ihracat hedefleri doğrultusunda her türlü iş birliğine sıcak baktığı belirtildi. Toplantı, her iki tarafın karşılıklı iyi niyet ve iş birliği temennileri ile sona erdi.



“Ruble ile ihracata kolaylık sağlansın”



Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, en büyük ihracat pazarları olan Rusya’da Ruble’nin dolar karşısında yüzde 25 değer kaybetmesinin kendilerini olumsuz etkilediğini belirterek, Ruble ile ticaret yapmayı pratik hale getirmek için girişimlerde bulunduklarını açıkladı. Para trafiğinin yaratacağı komisyonların minimuma indirilmesi için Rusların satın aldığı Denizbank’a protokol önerceklerini bildiren Hüseyin Çetin, bunun gerçekleşmesi durumunda halen bavul ticaretiyle birlikte 300 milyon dolar civarında olan Rusya’ya ayakkabı ihracatının 2-3 yıl içinde 500 milyon dolara çıkabileceğini bildirdi. Çetin, yaptığı açıklamada, dolar-ruble paritesindeki değişimin Rus ayakkabı pazarına yüzde 20-25’lik zam olarak yansındığını ve iç tüketimi olumsuz etkilediğine işaret etti. Her şeye rağmen Türk firmaların Rusya pazarındaki gücünü korumaya çalıştıklarını vurgulayan Çetin, “Kurdaki bu değişimin en önemli etkisini geçen hafta gerçekleşen Rusya’nın en büyük ayakkabı fuarı olan Mosshoes’da gördük. Yüzde 25’lik değer kaybı Avrupa menşeli ayakkabıları pahalı, Türk ürünlerinin ise daha cazip hale getirdi. Rus firmalar bile stantlarında Türkiye’de hazırlatukları koleksiyonları pazarladılar. Ayağımıza gelen bu fırsatı Türkiye adına önemli bir avantaja çevirmek istiyoruz” dedi.

Size özel çözümler üretiyoruz



Farklısınız biliyoruz

Esneklik ödüllü *canias^{ERP}*'nin modüler yapısı ile 25 yıldır işinizi daha kolay ve efektif yönetmenizi sağlıyoruz. Sektörel çözümlerimizi farklılıklarınıza göre biçimlendirerek *canias^{ERP}*'yi rekabetçi avantajınız haline getiriyoruz.

 **canias^{ERP}** can



ias Industrial
Application
Software

YILDA İKİ KEZ DÜZENLENEN VE AVRUPA'NIN ÜÇÜNCÜ BÜYÜK AYAKKABI MODA FUARI OLAN CNR AYMÖD FUARI, 51'İNCİ KEZ ZİYARETÇİLERİNİ AĞIRLADI. AYAKKABIDA 2014-2015 SONBAHAR-KIŞ SEZONU TRENDLERİNİN SERGİLENDİĞİ FUARA, 400 FİRMA BİN 200 MARKA İLE KATILDI.



AYMÖD, 23 NİSAN COŞKUSUYLA KAPILARINI ARALADI

Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın ise üçüncü büyük ayakkabı moda fuarı olan CNR AYMÖD, 23-26 Nisan tarihleri arasında ziyaretçilere kapılarını açtı. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın coşkusuyla fuarın açılış töreni gerçekleşti. Törene; Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Deri ve Deri Ürünleri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem, CNR Holding Fuarçılık Grubu CEO'su Cem Şenel ve Bakırköy Belediye Başkanı Bülent Kerimoğlu'nun katılım sağladı. Ayakkabıda 2014-2015 Sonbahar-Kış sezonu trendlerinin sergilendiği fuara, 400 firma bin 200 marka ile katıldı. Fuarda, Sophia Loren'in beş kez üst üste İtalya'da Oscar ödülü alan Türk tasarımlı ayakkabısı da CNR AYMÖD'da sergilendi. İstanbul Ayakkabıcılar Esnaf ve Sanatkarlar Odası standında sergilenen ayakkabılar arasında, ABD'nin 35'inci Başkanı

John F. Kennedy ve Türk Sanat Müziği'nin güneşi Zeki Müren'in ayakkabıları da vardı. İsmail Cevdet Görgün tarafından tasarlanan ayakkabılara ilgi büyük oldu.

6. Bölge'ye yatırım çağrısı

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, CNR AYMÖD Fuarı'nın açılış töreninde yaptığı konuşmada, fuarın 51'inci kez düzenlenmesine dikkat çekti. Mehmet Büyükekşi, "Türkiye'de 51'inci kez fuar düzenleyen başka bir sektör yok. Bu sektörün mensubu olmaktan gurur duyuyorum" diye konuştu. Ayakkabı sektörünün ilk çeyrekte yüzde 12 büyüdüğünü belirten Büyükekşi, "Türkiye genelinde ihracatımız yüzde 6.5 artış gösterdi. Nisan ayında çift haneli bir artış bekliyoruz" dedi. Ayakkabı sektöründen 6. Bölge'ye yatırım yapmalarını isteyen Büyükekşi, "Daha fazla ihracat için katma değeri yüksek ürünler üretilmeli. Ar-Ge, inovasyon, markalaşma ve tasarım üzerine daha fazla çalışılmalı. Cumhuriyet'in 100'üncü yılında hedeflediğimiz 500 milyar dolar ihracata

ancak böyle ulaşabiliriz" ifadelerini kullandı. İDMİB ve DTG Başkanı Mustafa Şenocak ise Türkiye'de ayakkabı endüstrisinin 200 bin çalışan ve 60 bin firma ile dünyanın yedinci büyük üreticisi olduğunun altını çizdi. TASD Başkanı Hüseyin Çetin de fuara 100 kişilik bir alım heyetinin geldiğini kaydetti. Sektörün ana pazarlarının Rusya, Irak, İngiltere, İtalya ve Ukrayna olduğuna değinen Hüseyin Çetin, Rusya pazarında kayıplar verildiğini, Almanya ve Ukrayna pazarında ise yükselişe geçildiğini söyledi. CNR Holding Fuarçılık Grubu CEO'su Cem Şenel ise fuarı Avrupa ülkeleri, Rusya, Ukrayna, Türkiye Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Afrika ülkelerinden çok sayıda alıcının ziyaret ettiğini söyleyerek, 38 bin ziyaretçi hedeflediklerini belirtti. Şenel, şöyle konuştu: "Yılda iki kez düzenlenen CNR AYMÖD, Türk ayakkabı endüstrisinin ihracatını artırıyor. Her yıl olduğu gibi bu yıl da üniversite öğrencilerinin destekliyoruz. Üniversite öğrencilerinin Selçuklu ve Osmanlı sanatından etkilenecek tasarladıkları ayakkabılar fuarda sergileniyor."



Yenilik *emr*'inizde

EMR FERMUAR SAN. ve TİC LTD. ŞTİ.

EMR FERMUAR FABRİKA : Akçaburgaz Mh. 81.Sk. No.1 Esenyurt / İSTANBUL Tel: 0212 886 69 70 Fax: 0212 886 85 64(Planlama) – 0212 886 69 79 (pazarlama) fabrika@emrfermuar.com www.emrfermuar.com

EMR DÜĞME FABRİKA : Akçaburgaz Mh. 26. Sk No.30 Esenyurt /İSTANBUL Tel: 0212 886 69 70 Fax: 0212 886 54 80 (düğme planlama)

İLERİ FERMUAR / MERCAN : Mercan yokuşu No.57 Eminönü / İSTANBUL Tel : 0212 513 11 07- 513 72 39 Fax : 0212 511 71 97 mercan@emrfermuar.com

EMR OSMANBEY : Cumhuriyet Mh. Nakiye Elgün Sk. Şişli / İstanbul Tel : 0 212 291 17 44 Fax : 0 212 291 17

EMR FERMUAR / İZMİR : 1329 Sk. No:2 Çankaya /İZMİR Tel : 0232 445 24 44 Fax : 0232 445 41 44 emrfermuarizmir@hotmail.com

EMR FERMUAR / ROMANYA : Turcia Sucursala Saftica Strada Fermei, No:2, Saftica, udet ilfov / Romania 077017 Tel : +40 21 337 02 70 - 21 337 02 80

EMR Fermuar-MOSKOVA : Россия, 115088, г. Москва, ул. Угрешская, д. 2, стр. 31 Тел./факс +7 495 665 64 30, моб. +7 926 795 60 50 moscow@emrfermuar.com

EMR BEYAZ RUSYA : Украина ул.Магнитогорская 1, г.Киев , Украина Tel : +38 044 361 76 55 - моб : +38 097 755 05 33

www.emrfermuar.com fabrika@emrfermuar.com



DÜZENLENDİĞİ HER YIL, DÜNYA ÇAPINDA YANKI UYANDIRAN EVTEKS FUARI 20'NCİ KEZ KAPILARINI AÇMAYA HAZIRLANIYOR. BU YIL 21-25 MAYIS TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞECEK OLAN FUARIN SEKTÖRE 1,5 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT DESTEĞİ SAĞLAMASI BEKLENİYOR.

EV TEKSTİLİNE 1.5 MİLYAR DOLARLIK DESTEK

Ev tekstiline dair her türlü tekstil ürünlerinin yer aldığı “CNR Evtex İstanbul Uluslararası Ev Tekstili Fuarı”, 21-25 Mayıs tarihleri arasında 20'nci kez kapılarını açıyor. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) tarafından desteklenen fuar, CNR Expo Yeşilköy'de düzenlenecek. Ev tekstilinde 2015 ilkbahar-Yaz trendlerinin belirleneceği Evtex Fuarı'nın sektöre 1,5 milyar dolarlık ihracat hacmi yaratması bekleniyor. Fuar'ın katılımcı ülkeleri arasında; ABD, Almanya, Avusturya, Azerbaycan, Belçika, Çin, Fas, Fransa, Hollanda, Hindistan, İngiltere, İspanya, İtalya, İran ve Rusya gibi

ülkeler yer alıyor. Yerli ve yabancı 2 bin 500 markanın katılım göstereceği fuarın yabancı markalarından bazıları Vigano Spa, Enzo Degli Anguioni Spa, Manifattura Tessile, Di Nole M.T. Spa, Mario Cavelli, Venesto, D Decor, Dicitex Furnishings olarak öne çıkıyor. Tülden perdeye, halıdan banyo ürünlerine kadar çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Evtex Fuarı'nda, firmaların özel olarak hazırladığı kumaştan imal edilmiş duvar kaplamaları ziyaretçilerin beğenisine sunulacak. Ekonomi Bakanlığı koordinasyonuyla düzenlenecek Evtex Alım Heyeti Programı ise 19-23 Mayıs tarihleri aralığında gerçekleş-

cek. Organizasyonun alım heyeti ülkelerini; Almanya, ABD, Angola, Azerbaycan, Belarus, Brezilya, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Çin Halk Cumhuriyeti, Danimarka, Fas, Fransa, Gana, Güney Kore, Hindistan, İran, İspanya, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada, Katar, Kenya, Libya, Meksika, Nijerya, Polonya, Portekiz, Rusya, Şili, Tanzanya ve Tunus oluşturacak. Almanya, Azerbaycan, Belarus, Çek Cumhuriyeti, Çin, Danimarka, Fransa, İran, İspanya, İsviçre, İtalya, Japonya, Polonya, Portekiz ve Rusya'dan basın mensupları da UIB (Uludağ İhracatçı Birlikleri) organizasyonu ile heyet bazında fuarı ziyaret edecekler.

En iyiler için alternatif yoktur.

Yeni C-Serisi.



Bir Daimler markası

Mercedes-Benz
İletişim Hattı
4446244

www.mercedes-benz.com.tr
www.facebook.com/mercedesbenztr



Mercedes-Benz
The best or nothing.

C 180 modeli için yakıt tüketimi: (Şehir içi/Şehir dışı/Karma) 7,4-6,8/5,0-4,6/5,8-5,4 l/100 km. CO₂ emisyonu (karma): 135-126 g/km.



İHKİB 'TANRIVERDİ İLE YOLA DEVAM' DEDİ

İTKİB ÇATISI ALTINDAKİ EN BÜYÜK İHRACATÇI BİRLİĞİ OLAN İHKİB 2013 YILI SEÇİMLİ OLAĞAN GENEL KURULU 21 NİSAN 2014 TARİHİNDE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ. BİRLİĞİN 1273 ÜYESİNİN KATILDIĞI SEÇİMDE OYLARIN 883'ÜNÜ ALAN HİKMET TANRIVERDİ, BAŞKANLIK GÖREVİNE DÖRT YIL DAHA DEVAM EDECEK.

İTKİB çatısı altındaki en büyük ihracatçı birliği olan ve Türkiye'de en geniş istihdam yaratan sektör olarak bilinen hazır giyim sektörünün temsilcisi İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) 2013 yılı Seçimli Olağan Genel Kurulu 21 Nisan 2014 tarihinde Birlik üyelerinin yoğun katılımı ile gerçekleşti. 7 bini aşkın üyesi ve yarattığı milyarlarca dolarlık ihracat hacmi ile İTKİB çatısı altındaki en büyük ihracatçı birliği olan İHKİB Genel Kurulu'nda Hikmet Tanrıverdi, yeniden başkan seçildi. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen genel kurula, Hikmet Tanrıverdi'nin oluşturduğu liste ve Hüseyin Öztürk'ün oluşturduğu liste olmak üzere iki liste ile gidildi. İHKİB'in 1273 üyesinin katıldığı seçimde Hikmet Tanrıverdi'nin listesi, kullanılan oyların 883'ünü alarak ipi göğüsledi. Heyecanlı anların yaşandığı seçimlerin sonunda

Hüseyin Öztürk'ün oluşturduğu liste ise 379 oyda kaldı. İTKİB Genel Sekreteri İ.Cumhur İşbirakmaz tarafından açılan İHKİB "2013 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı"na İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, İHKİB üyeleri, İHKİB Genel Sekreterliği, İTKİB çalışanları ve çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Açılış töreninin ardından Genel Kurul Başkanlık Divan seçiminin yapıldığı Seçimli Genel Kurul'da; Divan Başkanlığı'na önerilen Mehmet Okan Oğuz ile Divan Katipliklerine önerilen Aslı Sezer ve Necip Öztaş oy birliği ile Divan Heyeti'ne seçildi. Birliğin 2013 yılı faaliyetlerinin değerlendirildiği Genel Kurul'da Birliğin Denetim Kurulu raporu okundu. İHKİB'in bilanço ve gelir gider hesaplarına ilişkin Birlik üyelerine bilgi verirken, İHKİB Yönetim ve Denetim Kurulu'nun faaliyetleri Birlik üyeleri tarafından ibra edildi.

2013 YILI FAALİYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLDİĞİ GENEL KURUL'DA BİRLİĞİN DENETİM KURULU RAPORU OKUNDU. İHKİB'İN BİLANÇO VE GELİR GİDER HESAPLARINA İLİŞKİN BİRLİK ÜYELERİNE BİLGİ VERİLİRKEN, İHKİB YÖNETİM KURULU'NUN FAALİYETLERİ BİRLİK ÜYELERİ TARAFINDAN İBRA EDİLDİ.



'Tüm sektörel derneklerin desteğini aldık'

İHKİB Genel Kurulu'nda kullanılan oyların çoğunluğunu alarak yeniden Başkan seçilen Hikmet Tanrıverdi, geride kalan 4 yılda İHKİB'i en çok proje üreten ihracatçı birliği yaptıklarını belirterek, "Bu süreçte ortaya koyduğumuz performansın bir sonucu olarak sektörün önde gelen derneklerinin tamamının desteğini aldık. Tekrar aday olmadan önce tüm sektörel derneklerimizin fikirlerini alarak, devam etmemiz yönünde görüş bildirdikleri için bizler de yeniden aday olduk" dedi. Son 10 yılda önemli bir ivme kazanan Türkiye ekonomisinde pek çok yeni alanların açılmasına karşın, hazır giyim sektörünün hiçbir zaman önemini yitirmediğini ifade eden Hikmet Tanrıverdi, "Bir yandan Türkiye geliyor, üretimimiz, ihracatımız artıyor, milli gelirimiz yükseliyor. Ancak öbür yandan yerel ya da global nedenlerle bir kriz yaşandığında Türkiye'nin can simidi hazır giyim sektörü oluyor. Bu nedenle her zaman genel ekonomi içindeki ağırlığımızı koruyoruz" şeklinde konuştu.

Hazır giyim, ekonominin can simidi olmayı sürdürüyor

"Türkiye ihracatı 2013'de 151,7 milyar dolar ile bir önceki yıla göre yerinde saydı. Ancak dünya piyasalarında yaşanan pek çok olumsuzluğa rağmen hazır giyim sektörü olarak yüzde 8,3'lük artış ile 17,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik." diyerek hazır giyim sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki önemine vurgu yapan Tanrıverdi, "2014'ün ilk çeyrek verilerine baktığımızda Türkiye'nin ihracatı yüzde 6,2 artarken, hazır giyimde bu oran yüzde 9 oldu" dedi. "İşe başlarken 'Taş üstüne taş koymak için' görevi üstlendiğimizi söylemiştik" diye konuşan Tanrıverdi, "Geride kalan yıllarda bu sözümüzün arkasında durduk. Geleceği planlayarak İHKİB'i Türkiye'nin en çok proje gerçekleştiren birliği yaptık" dedi.

Ticaret heyetleri dünyaya açıldı

Göreve geldikleri günden bu yana dünyanın dört bir yanında 68 fuar gerçekleştirdiklerini de hatırlatan Hikmet Tanrıverdi, "ABD'den Danimarka'ya, Nijerya'dan moda'nın merkezi Fransa'ya kadar 15 ülkeye ticaret heyeti programı düzenledik. 49 alım heyeti programı içinde yer aldık" dedi. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışmalarıyla Türkiye'ye yeni yetenekler kazandırdıklarını dile getiren Tanrıverdi, "Ayrıca Avrupa Birliği ve çeşitli uluslararası fonları kullanarak 60 milyon TL tutarında 13 projeyi hayata geçirip sektörün geleceğine yatırım yaptık. İstanbul Fashion Week ile bugüne kadar cesaret edilemeyen gerçekleştirip Türk hazır giyim sektörüne imzamızı attık" dedi.

Anadolu'da sektörel eğitimler

Hazır giyim sektörünün Anadolu'da imalat, İstanbul'da pazarlama dönüşümünü başlatan projeler ürettiğini de belirten Tanrıverdi, "Anadolu'da bir çok şehirde sektörel eğitimler yaptık, kalifiye elaman yetiştirdik. En az bunlar kadar önemli olan sektördeki dağınıklığı-darğınılığı ortadan kaldırıp tek bir hedef için ortak idealler çerçevesinde birbirimize kenetlendik" dedi. Yarım bırakmayı yanlış buldukları büyük bir dönüşüm projesi başlattıklarını söyleyen Hikmet Tanrıverdi, "Başlattığımız projeler sektör için, 2023 hedeflerimiz için büyük önem taşıyor. Bu nedenle istediğimiz şey yalnızca oyunuz değil. Süreçlere aktif katılarak vereceğiniz güçlü destek ve ilgide bizim için çok önemli" dedi.

"Büyük bir dönüşümün tam ortasındayız"

İHKİB'in kurulduğu yıldan bu yana sektör ve ihracat için önemli bir kurum olduğunu belirten Tanrıverdi, "İhracatın hukuki ve iktisadi alt yapısının kurulmasında önemli hizmetler verdi. Birliğimiz ihracatımızın önünü açtı. Ancak bugün çok daha güçlü bir İHKİB vizyonuna ve örgütlenmesine ihtiyaç var. Biz bunu başlattık. Her şey zamanla ve emekle oluyor. İHKİB gibi kurumların hukuki alt yapılarını yetki ve sorumluluklarını zamanın ihtiyaçlarına göre tasarlamak bunun için siyaset ve bürokrasinin desteğini almak başlı başına bir iş. Sabır ve zaman istiyor" dedi. Bugün İHKİB'in büyük bir dönüşümün tam ortasında olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, "İHKİB, hazır giyim ihracatımızda



İHKİB'in 2013 Yılı Seçimli Olağan Genel Kurulu'nda oyların 883'ünü alan Hikmet Tanrıverdi, yeniden İHKİB'in Yönetim Kurulu Başkanı oldu

GENEL KURUL



faaliyet gösteren büyüklü küçüklü şirketlerimizin pazarlama ve iletişim departmanı gibi çalışmaya hazırlanıyor. Bir telefonda; finanstan insan kaynaklarına, tasarımdan iletişime tüm ihtiyaçlarınız için çözüm arayabileceğiniz büyük bir kapı olmaya soyunuyor. Yarım bırakılacak iş değil” dedi.

Dönüşüm için kapsamlı yol haritası

Dönüşümü yönetmenin tecrübe ve bilgi istediğini belirten Tanrıverdi, “Bu tecrübe ve bilgi bizde birikti. Şimdi başlamış dönüşümü bitirme zamanı. Sizin tevecühünüzle, başladığımız işleri bu dönemde bitireceğiz” diyerek önümüzdeki dönemde gerçekleştirecekleri projeler hakkında ayrıntılı bilgiler verdi:

- Tüm eğitim birimlerimizi Tasarım Üniversitesi kurarak tek çatı altında birleştireceğiz.
- Şanlıurfa’da çalışmalarını sürdürdüğümüz Hazır giyim Organize Sanayi Bölgesi (HOSAB) projesini tamamlayacak ve sektörümüzde yeni bir dönemi başlatacağız.
- Hazır giyim sektöründeki tasarım çalışmalarının Ür-Ge ve Ar-Ge destekleri kapsamına alınması için sürdürdüğümüz çalışmalarda son aşamaya geldik. Bu desteği sektörümüzün kullanımına sunacağız.
- Bir telefonda finanstan insan kaynaklarına, tasarımdan iletişime varıncaya dek üyelerimizin ihtiyaçlarını karşılayacak bir bilgi iletişim merkezi kuracağız.

- İhracatçılarımızın fuar ve yurt dışı mağaza desteklerine daha kolay ulaşabilmesi için bürokrasiyi azaltacak çalışmalar yaptık, bunların hayata geçmesini sağlayacağız.
 - Firmalarımızı kurduğumuz portal üzerinden direkt alıcılarla karşı karşıya getirecek, sektörümüzün dünyadaki pazar ağını daha da genişleteceğiz.
 - Girişimlerimizle Eximbank kredilerinden faydalanabilmek için istenen bankalardan teminat mektubu getirme şartı değiştirildi. Bundan sonra firmalarımız ihracat evraklarını teminat göstererek Eximbank kredilerinden yararlanabilecekler.
- Sektör için daima hizmet, süreklilik ve

ölçülebilir başarı için çalıştıklarını da dile getiren Hikmet Tanrıverdi, “Göreve aday olurken de işimizi yaparken de bugün aday olurken de temel düsturlarımız bunlardı” dedi. Seçimlerde Birlik üyelerinin onayına sunulan 27 kişilik yönetim kurulu listesinin yedeğiyle asılı ile Birliğe hizmet edecek hazır giyim sektörünün her bölümünü kapsadığını belirten Hikmet Tanrıverdi, “İç çamaşır üreticisinden denim üreticisine, örme giyimden dokumaya, çocuk giyiminden bayan giyimine, Rusya bölgesinden, Orta Doğu’ya ve Avrupa’ya ihracat yapan üretici firmalardan oluşan bu yönetimin ihracatı 1 milyar doları geçiyor. Bilgi ve birikimlerini



GERİDE KALAN 4 YILDA İHKİB'İ EN ÇOK PROJE ÜRETEN İHRACATÇI BİRLİĞİ YAPTIKLARINI BELİRTEN HİKMET TANRIVERDİ, "BU SÜREÇTE ORTAYA KOYDUĞUMUZ PERFORMANSIN BİR SONUCU OLARAK SEKTÖRÜN ÖNDE GELEN DERNEKLERİNİN TAMAMININ DESTEĞİNİ ALDIK" DEDİ.



sizlerin hizmetine sunmak için yarışan Yönetim Kurulu'ndaki arkadaşlarıma da huzurunuzda teşekkür ediyorum. Siz görevi bize verdiğinizde ilk günkü heyecanla çalışmalarımızı sürdüreceğiz" dedi. Birlikte, omuz omuza çok daha büyük başarıları imza atmak için yeni dönemde de yönetime talip olduklarını vurgulayan Tanrıverdi, "Desteginizle çok daha güzel günlere imza atacağımıza kuşkumuz yok" şeklinde konuştu.

'Sektör Günü' projesi

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanlığı'na aday olan Hüseyin Öztürk Genel Kurula hitaben bir konuşma yaptı.

Konuşmasına gerçekleştirmeyi taahhüt ettiği projeler hakkında bilgi vererek başlayan Hüseyin Öztürk, ayda bir 'Sektör Günü' düzenleyeceklerini belirterek, "Sektörde bulunan bütün üyelerimizle iletişim kuracağız. Sektör Günü'nde bir tarafta sorun masaları bir tarafta da öneri masaları oluşturacağız. Sektördeki motivasyon düşüklüğünü bir şekilde burada sektör bireylerini bir araya getirerek özeceğiz" dedi. Hammadde satan, hizmet veren herkesi bir araya getirerek sektör üyelerinin argümanlarını artıracaklarını ifade eden Öztürk, "Öte yandan sorun masalarında sorunu olan üyelerimizin üç hafta içerisinde tüm sorunları tasnif edip üç hafta sonunda bölgesel sektör derneklerinden de görüş alarak bu sorunları Web sitesinde oluşturacağımız bir portalda toplayacağız ve tüm sorun ve önerileri takip etmek için firmalarımıza referans numaraları vereceğiz" şeklinde konuştu.

Sektöre 'Alo İhracat' hattı

Spontane gelişen sorunları çözmek için "Alo İhracat" hattı oluşturacaklarını da sözlerine

ekleyen Öztürk, "Buraya gelecek başvurulara bir hafta içerisinde dönüş yapacağız" dedi. Böylesine büyük bir sektörün, 17,5 milyar dolar ihracatı olan ve alt sektörlerde dünya birinciliği ve dünya ikinciliği olan bir sektörün kendi coğrafyasında hala bir fuarının bulunmadığına dikkat çeken Hüseyin Öztürk, "Biz bütün alt sektörleri kapsayan bir fuar organize edeceğiz. Fuarı organize ederken hem 100 dolar ile katılım sağlanabilmesine olanak sağlayacağız hem gelen bütün ziyaretçilere ülkemizi tanıta- cağız. Böylelikle yurt dışına gidip bavulla, tamamen işportacı anlayışı ile fuar sergi alanlarına giden sanayi kültürünü ortadan kaldıracacağız" dedi. İnternet ortamında sanal fuar düzenleyecekleri vaadini de dile getiren Öztürk, "Böylece dünyanın herhangi bir noktasındaki alıcı ile firmalarımızı bir araya getireceğiz" şeklinde konuştu. İHKİB'e bağlı 67 Önlisans Programı ve 28 Fakülte'nin bulunduğu bilgisini veren Öztürk, "Yılda üst üste koyduğunuz zaman 95 civarında eğitim kurumundan 3 bine yakın öğrenci mezun oluyor. Sektör üniversite iş birliğini hayata geçirerek bu öğrencilerimizi sektörlere buluşturacağız" dedi.

Barış sürecini destekleyen proje vaadi

Yurt dışında yaklaşık 200 civarında Ticaret Müşavirliği'nin bulunduğunu ifade eden Hüseyin Öztürk, "Ticaret Müşavirliklerinin asli görevi kendi ülkesindeki ihracatçının mal satmasını sağlamak, onun işini kolaylaştırmaktır. Bugüne kadar bu durum gerçekleşmedi. Biz Ticaret Müşavirliklerimizin bulunduğu ülkedeki tehdit ve fırsatları bir şekilde tespit ve tasnif etmesini sağlayacak ve ilgili ülkedeki ihracatçılara mutlaka

danışmanlık yapmalarına ortam hazırlayacağız" dedi. Türkiye'nin "Barış süreci" diye adlandırılan bir sürece girdiğini de hatırlatan Öztürk, "6'ncı ve 5'inci bölgede barışa katkı sağlamak için 1 milyar dolar yatırım yaparak 1 milyon insanı istihdam edeceğiz. 50 makinalı bir atölye 100 bin dolara mal oluyor ve bu atölye 100 kişiyi istihdam ediyor. Bu durumda bir kişinin yatırım değeri bin dolar oluyor. Ürün bazında ve sektör bazında standart ürünleri bu bölgelere mutlaka götüreceğiz" şeklinde konuştu.



YÖNETİM KURULU

BAŞKAN

HİKMET TANRIVERDİ
TANRIVERDİ MODA MÜM. VE TEKS.
SAN. DIŞ TİC.LTD.ŞTİ.

YÖNETİM KURULU ASİL ÜYELER

- 1- ÖZAK TEKSTİL KONFEKSİYON SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 2- GÜNKAR DIŞ TİC. PAZ. A.Ş.
- 3- TAHA TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 4- ULTRA ÇORAP TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 5- DİDO KONFEKSİYON TEKSTİL TİC. VE SAN. LTD. ŞTİ
- 6- SABRA TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 7- AKIN ÇORAP SAN. VE TİC. A.Ş.
- 8- AYDINLI HAZİR GİYİM SAN. VE TİC. A.Ş.
- 9- EKO TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 10- BİLKONT DIŞ TİC. VE TEKSTİL SANAYİ A.Ş.

YEDEK ÜYELER

- 1- PAMEKS GİYİM SAN. A.Ş.
- 2- AYCEM TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 3- AKADEMİ TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 4- ERCEM TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 5- CROSS JEANS PAZ. VE TİC. A.Ş.
- 6- DANIŞ GİYİM TİC.VE SAN. LTD. ŞTİ
- 7- ERTEN TEKSTİL ÖRME SAN. TİC. LTD. ŞTİ
- 8- UNION GROUP GLOBAL TAŞ. VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
- 9- ZEVİĞAS TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 10- TAKSİM TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ

DENETİM KURULU ASİL ÜYELER

- 1- NİNTEKS TEKSTİL VE HAZİR GİYİM DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
- 2- AKYÜN İÇ VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
- 3- SELÖZ TEKSTİL SPOR VE DAN. HİZM. LTD. ŞTİ.

YEDEK ÜYELER

- 1- TUĞİ ÇOCUK GİY.VE TEKSTİL SAN.TİC. LTD. ŞTİ
- 2- BUŞE TEKSTİL PAZ. DIŞ TİC. LTD. ŞTİ
- 3- SETRE GİYİM TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ



İTHİB'DE İSMAİL GÜLLE GÜVEN TAZELEDİ

TÜRKİYE'DEKİ TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN EN BÜYÜK İHRACATÇI BİRLİĞİ İTHİB'İN 2013 YILI SEÇİMLİ OLAĞAN GENEL KURULU 22 NİSAN TARİHİNDE BİRLİK ÜYELERİNİN KATILIMI İLE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE GERÇEKLEŞTİ. TEK LİSTE İLE GİDİLEN SEÇİMLİ GENEL KURUL'DA İSMAİL GÜLLE, KULLANILAN 217 OYUN TAMAMINI ALARAK YENİDEN BAŞKAN SEÇİLDİ.

Tekstil sektörünün en büyük ihracatçı birliği İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) 2013 yılı Olağan Genel Kurulu 22 Nisan 2014 tarihinde gerçekleştirildi. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen Genel Kurul'a, TİM temsilcileri, İTHİB ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, İTKİB Genel Sekreterliği'nin yanı sıra çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. İTHİB Başkanı İsmail Gülle Seçimli Genel Kurul'da kullanılan 217 oyun tamamını alarak yeniden başkan seçildi. İTKİB Genel Sekreteri İ.Cumhur İşbirakmaz tarafından açılan İTHİB "2013 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı" İstiklal Marşı'nın okunması ile başladı. Genel Kurul'un başında katılımcılara, 10 yıl önce İTHİB'in 30'uncu yıldönümü vesilesiyle tekstil ve hammaddeleri sektörünün gelişimini tanıtmak amacıyla hazırlanan

İTHİB filmi gösterildi. 10 yıl sonra geçmiş yad etmek amacıyla gösterilen filmde Sakıp Sabancı'nın konuşması duygulu anların yaşanmasına neden oldu.

Açılış töreninin ardından Genel Kurul Başkanlık Divanı seçiminin yapıldığı Seçimli Genel Kurul'da; Divan Başkanlığı'na önerilen Alişan Arıkan ile Divan Katipliklerine önerilen Hasan Karaman ve Fatih Kıvanç oy birliği ile Divan Heyeti'ne seçildi. Birliğin 2013 yılı faaliyetlerinin değerlendirildiği Genel Kurul'da Yönetim ve Denetim Kurulu raporlarının okunmasının ardından İTHİB'in bilanço ve gelir gider hesaplarına ilişkin Birlik üyelerine bilgi verildi. İTHİB Yönetim ve Denetim Kurulu'nun faaliyetlerinin Birlik üyeleri tarafından ibra edilirken, İTHİB'in 2014 yılı bütçesi de kabul edildi. Raporların okunması ve onaylanmasıyla ilgi-

GENEL KURULDA KONUŞAN İSMAİL GÜLLE, SASA POLYESTER FABRİKASININ SATILACAK OLMASINA TEPKİ GÖSTEREREK SASA'NIN DÜŞÜK BİR FİYATA SATILIYOR OLMASINA KARŞI ÇIKTIKLARINI VE KONUYU REKABET KURUMU'NA GÖTÜRECEKLERİNİ SÖYLEDİ.



li gündem maddelerinin görüşülmesinin ardından İTHİB Yönetim Kurulu Başkanlığı'na yeniden aday olan İsmail Güllü, Genel Kurula hitaben bir konuşma yaptı.

'Sektörün pazar alanlarını genişlettik'

Genel Kurul'da üyelere hitaben yaptığı konuşmada birliğin faaliyetlerinden söz eden İsmail Güllü, görev dönemi boyunca İTHİB olarak sektörün pazarlarını Güney Amerika'dan Uzakdoğu'ya kadar genişlettiklerini hatırlattı. Doğrudan tekstil ihracatının 8,4 milyar dolar olduğunu belirten İsmail Güllü, 2 milyar doların üzerinde ev tekstili ihracatı ile de sektörün 10 milyar dolarlık dış satım performansını aştığını söyledi.

'Koruma Vergisi' sektörün kapasitesini artırdı

İTHİB olarak geçtiğimiz dönemde yürüttükleri çalışmalar hakkında bilgi veren Güllü, sektörü korumak adına "Koruma Vergisi" ile ilgili 2009 yılından sonraki süreçte büyük

bir çalışma yürüttükleri ve bu çalışmadan olumlu sonuçlar aldıklarını dile getirdi. İTHİB tarafından yürütülen bu çalışmanın tekstil ve hammaddeleri sektörünün kapasitesine yüzde 10-15 oranında üretim fazlalığı sağladığına dikkat çeken Güllü, "Biz bu çalışmayı yapmasaydık, bugün birçok fabrikanın kapanmasına, iflas etmesine se-yirci kalacaktık. Eğer bu fabrikalar bizim işe ve bu fabrikalarda çalışanlar da bizim insanımız ise biz bu fabrikalara sahip çıkmak zorundayız. Duyduğumuz sorumluluk, meşgul ettiğimiz makam ve sizlerden aldığımız yetki adına biz bu yetkiyi sonuna kadar kullanıyoruz. Biz burada tarafız. Türkiye'de üretim adına yapılan işlerin hepsi adına tarafız" şeklinde konuştu.

'Elektrikte kaçak parasını ödemek zorunda değiliz'

Elektrikte kaçak kullanımın önüne geçmek adına kaçak bedelinin parasının faturalara yansıtılmasına karşı hukuk mücadelesi verdikleri bilgisini de paylaşan İsmail Güllü, "Elektrikte kaçak bedelinin sanayiciden kesilmesi ile ilgili bir dava açtık. Bu dava 3 sene sürdü ve sonunda davayı kazanan taraf biz olduk" dedi. Harcamadığı enerjinin parasını ödemeyeceğini dile getiren İsmail Güllü, "Yemek yerim yediğim kadarının parasını öderim, mal alırım aldığım kadarının parasını öderim. Ama kimsenin kullanmadığı enerjinin parasını ödemeyi kabul edeceğimi de sanmıyorum" dedi.

Texbridge marka hakkı sahibine iade edildi

Texbridge fuarı ile ilgili de marka hakkının geri alınması konusunda açılan davanın



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

"Teknik tekstil olarak tabir edilen teknoloji yoğun ürünlerin genel ihracat içindeki payı yüzde 15'lere kadar yükseldi. Katma değerli üretim konusunda hazırlık dönemini bitiren tekstil, gelecek 10 yıl içinde Ar-Ge ve inovasyon patlaması yapacak"

İTHİB lehine sonuçlandığını bildiren İsmail Güllü, "Bilindiği gibi bizim Texbridge adında bir fuar markamız vardı. Bu konuda dava açtık. Bizim markamız adına 4 yıl boyunca fuar düzenlediler. Markamızı da değersizleştirdiler. Netice itibarıyla mal döndü sahibine geldi, ama bu sefer ortada fuar kalmadı. Sonuçta biz haklıysak sonuna kadar mücadele ediyoruz" dedi. "Kimse kimsenin malını zorla gasp etmemeli" diye



GENEL KURUL



konuşan İsmail Gülle, “Texbridge bizim fuar markamız. Biz bunu bir fuar markası haline getirmişiz. New York’ta, Londra’da, Paris’te, Şanghay’da yapmışız ve bizim fuar markamızı alıp İstanbul’da 4 tane bizim onaylamadığımız, içinde olmadığımız fuarı yaptılar. Bu şekilde de fuar markamızı değersizleştirdiler” şeklinde konuştu.

En büyük kredi anlaşması İTHİB’ten

Geçtiğimiz yıllarda İTHİB olarak tekstil ve hammaddeleri sektörünün ihtiyacını karşılamak adına ING Bank ile 500 milyon dolarlık bir kredi sözleşmesi yaptıklarını dile getiren İsmail Gülle, “Bu anlaşma, bir birliğin bugüne kadar yapmış olduğu en büyük kredi anlaşmasıydı. Bundan sonra pek çok birlik yaptı. Netice itibarıyla bu yolu biz açtık. O günlerde sektörün bu krediye ihtiyacı vardı” dedi.

‘Uluslararası pazarlama elemanı yetiştireceğiz’

Geçtiğimiz dönemde Aydın Üniversitesi ile uluslararası pazarlama elemanı yetiştirme konusunda bir eğitim başlattıklarını da sözlerine ekleyen İsmail Gülle, “Bu konuda çok başarılı olduğumuzu söyleyemem, ama bu alanda bir boşluk var. Bu boşluğu kapatmak için başka bir üniversite ile yapacağımız iş birliği ile bunu bir ön lisans programı haline getirmeye çalışıyoruz” dedi. Sektörde aynı elemanların firmalar arasında dolaşıp dur-

duğunu belirten Gülle, “Halbuki bize bu işi iyi yapacak profesyonel oyuncular lazım. Çünkü biz artık üretmeyi biliyoruz. Ama satış konusunda pazarlama elemanı eksikliğimiz var. Bu ihtiyacı da karşılamamız gerekiyor” şeklinde konuştu.

‘Sektör ile her zaman diyalog halindeyiz’

İTHİB olarak sektörün sorunlarını çözmeye ve sektörün ihracattaki gücünü artırmaya yönelik yürüttükleri çalışmalar için Birlik üyesi firmalardan düzenli bir şekilde görüş aldıklarını belirten İsmail Gülle, “Bu çalışmaların yürütürken sektörden devamlı olarak görüş ve öneri alıyoruz. Bu kapsamda, geçtiğimiz süreçte 5 ayrı toplantı yaptık.

Bu toplantıları ayrı gruplarla yürütüyoruz. Önümüzdeki dönemde de bu toplantılara devam edeceğiz” dedi.

İstanbul üretim ve moda merkezi

“İstanbul Türkiye’nin gelişen üretim ve moda merkezi haline geldi” diyen İsmail Gülle, geçen dönemde İTHİB olarak Première Vision fuarının İstanbul’da yapılması için girişimlerinin olduğunu söyledi. Bu girişimlerin 3 senenin sonunda olumlu yönde sonuç verdiğini dile getiren İsmail Gülle, “Önümüzdeki dönemden itibaren İstanbul’da PV yapılacak. Belirli kriterleri esas aldığı için önemli bir fuar markası olan PV’nin İstanbul’a büyük katkılarının olacağına inanıyoruz” dedi.



TEXBRIDGE FUARI İLE İLGİLİ DE MARKA HAKKININ GERİ ALINMASI KONUSUNDA AÇILAN DAVANIN İTHİB LEHİNE SONUÇLANDIĞINI BELİRTEN İSMAİL GÜLLE, “TEXBRIDGE BİZİM FUAR MARKAMIZ. NETİCE İTİBARIYLA MARKA DÖNDÜ SAHİBİNE GELDİ. KİMSE KİMSENİN MALINI ZORLA GASP ETMEMELİ” DEDİ.



‘SASA’nın satılmasına karşıyız’

İsmail Gülle sektörlü yakından ilgilendiren bir başka konuya da dikkat çektiği konuşmasında, Sabancı Holding’e ait SASA Polyester fabrikasının satılacak olmasının sektörün moralini bozduğunu söyleyerek, “Bir şirketin aldığı kararlara karışma hakkımız yok, ancak bu durumun bir sağduyu meselesi olduğunu bilmemiz gerekiyor” dedi. “Milli değerlerimize sahip çıkma adına uzun süre verdiğimiz uğraşlar sonucu ithalata vergiler koyduk. Bunları yapmaydık, çoğu yerli fabrikanın iflasını seyredecektik” diyerek milli üretime verdikleri öneme dikkat çeken İsmail Gülle, “Pahalı olmasına rağmen elyaflarımızı da SASA’dan almayı sürdürdük. Tüm tekstilciler olarak, az kazansak da heyecanla yolumuza devam etmeye çalıştık. Geldiğimiz noktada SASA’nın bir köfteci markasından bile daha az bir fiyata satışı, tüm morallerimizi alt üst etti. Elbette şirketlerin kararlarına karışma hakkımız yok. Ancak bizler, Türkiye’de üretmek adına tarafız. Bu satışa da karşıyız. Konuyu Rekabet Kurumu’na götüreceğiz”

şeklinde konuştu. Sakıp Sabancı’nın sektörün duayenlerinden biri olduğunu belirten İsmail Gülle, SASA’nın satışı ilgili geçtiğimiz günlerde yaptığı bir açıklamayı hatırlatarak, “Sakıp ağa olsaydı, bu fabrikayı satmazdı. Biz bu konudaki düşüncemizi Güler Sabancı’ya da ilettik” dedi.

Teknik tekstilin ihracattaki payı yüzde 15 arttı

Türkiye’nin tekstil sektöründe katma değer, marka, tasarım üzerinden rekabet eden bir ülke durumunda olduğunu da hatırlatan İsmail Gülle, teknik tekstil olarak tabir edilen teknoloji yoğun ürünlerin genel ihracat içindeki payının yüzde 15’lere kadar yükseldiğine dikkat çekti. Türkiye’nin artık katma değer yaratan bir ülke olduğu algısını yerleştirecek stratejiler içinde olacaklarını belirten İsmail Gülle, “Katma değerli üretim konusunda hazırlık dönemini bitiren tekstil, gelecek 10 yıl içinde Ar-Ge ve inovasyon patlaması yapacak” şeklinde konuştu. İTHİB olarak yeni pazarlara ihracatı artırmayı sürdüreceklerine vurgu yapan İsmail

Gülle, “Avrupa Birliği ve Rusya halen sektörün en güçlü pazarları arasında. Gerçekleştirdiğimiz fuar etkinlikleri, ticari heyetler ve ikili görüşmelerle Güney Amerika’dan Uzak Doğu’ya alternatif pazarlarda önemli yol kat ettik” dedi. ABD başta olmak üzere Brezilya, Şili ve Kolombiya gibi Güney Amerika ülkelerine ihracatın canlanmasına önem vereceklerine de dikkat çeken Gülle, “Ayrıca Orta Doğu ve Körfez ülkeleri her zaman hedef pazarlarımız olacak” dedi.



YÖNETİM KURULU

BAŞKAN

İSMAİL GÜLLE

GÜLLE ENTEGRE TEKS. İŞLET. EMLK. DANIŞM. SAN. VE TİC. A.Ş.

YÖNETİM KURULU ASİL ÜYELER

1. HASSAN TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
2. ANKA TEKSTİL PAZARLAMA A.Ş.
3. BTD TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
4. KİPAŞ PAZARLAMA VE TİCARET AŞ.
5. MİĞİBOY TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
6. AYDIN TEKS.TİC.VE PAZ.A.Ş.
7. TEPAR TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
8. BOSSA TİC.VE SAN.İŞLT.T.A.Ş.
9. DİKTAŞ DİKİŞ İPLİK SAN.TİC.A.Ş.
10. ÖZTEK TEKSTİL TERBİYE TESİS. SAN.VE TİC.A.Ş.

YEDEK ÜYELER

1. UÇURTEKS TEKS.ÜRÜN.TİC.VE SAN.A.Ş.
2. KOÇAKLAR EV TEKS.ÜRÜN.SAN.VE TİC.A.Ş.
3. BEZSAN TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
4. DEPAR DERİ PLASTİK SAN.VE TİC. A.Ş.
5. YARANGÜMELİ TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
6. TELATEKS DİŞ TİC.KOMPOZİT SAN. A.Ş.
7. ÇETİNKAYA MENS.SAN.VE TİC.A.Ş.
8. ÖZYURT TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.
9. KARAGÖZLÜLER TEKS.SAN.VE TİC. A.Ş.
10. ÖMÜRTEKS TEKS.SAN.VE TİC.A.Ş.

DENETİM KURULU ASİL ÜYELER

1. ŞİMŞEK EGE ETİKET VE MATBAA. SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.
2. ÖZ-EL LASTİK KAYTAN TİC.VE SAN A.Ş.
3. EMR FERMUAR SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ

YEDEK ÜYELER

1. PLASMEN PLASTİK END.VE TİC.A.Ş.
2. YENEL TEKSTİL SAN.VE TİC.A.Ş.
3. FİKRİ ÖRME SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ



İDMİB'DE NÖBET DEĞİŞİMİ



İTKİB bünyesindeki birliklerden İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB), 2013 yılı Seçimli Olağan Genel Kurulu 14 Nisan'da yapıldı. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen genel kurulda, yeni yönetim kurulu ve yönetim kurulu başkanı belirlendi. Tek listenin katıldığı seçimde üç dönemdir İDMİB Başkanlığı yapan Lemi Tolunay görevini 4 yıl süreyle Mustafa Şenocak'a devretti. Birlik ve beraberlik mesajının verildiği, İTKİB Genel Sekreteri İ.Cumhur İşbirakmaz tarafından açılan "İDMİB 2013 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı"na çok sayıda İDMİB Yönetim Kurulu ve Birlik Üyesi katıldı. Açılış töreninin ardından Genel Kurul Başkanlık Divan seçiminin yapıldığı Seçimli Genel Kurul'da; Divan Başkanlığı'na önerilen Hakkı Matraş ile Divan Katipliklerine önerilen Kamil Gökçetin ve Ahmet Yeşil oybirliği ile Divan Heyeti'ne seçildi.

'Göreve gelen herkes sosyal hayatından ve ailesinden bile ödün veriyor'

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi Divan Heyeti seçiminin ardından Genel Kurula hitaben bir konuşma yaptı. Bir 4 yıllık görev döneminin daha geride bırakıldığını belirten Büyükekşi, gö-

revini teslim edecek olan yönetime deri ve deri ürünleri sektörüne katkılarından dolayı teşekkür etti. Birlikte üstlenilen görevlerin meccanen yapılan görevler olduğunu söyleyen Büyükekşi, "Bunlar, hem işinizden hem sosyal hayatınızdan hem ailenizden ödün vererek yapılan işler. O yüzden görev alan tüm arkadaşlar gerçekten çok ulvi bir görev üstleniyorlar" dedi. Nisan ayı boyunca 60 ihracatçı birliğinin tamamında seçimlerin yapıldığını belirten Büyükekşi, "Gerek Türkiye açısından gerekse ihracatımız açısından önemli bir ay içerisindeyiz. Bu yüzden yapılacak seçimlerin modern ve demokratik bir şekilde yapılması son derece önemli" şeklinde konuştu.

Sektör son yılda ihracatını artırdı

Büyükekşi'nin konuşmasının ardından Genel Kurul, faaliyet raporunun okunması ve onaylanması gündemiyle devam etti. İDMİB Denetim Kurulu raporunun da okunduğu Genel Kurulda ayrıca İDMİB ve DTG'nin bilanço ve gelir gider hesaplarına ilişkin Birlik tüzelerine bilgi verildi. İDMİB Yönetim ve Denetim Kurulu'nun faaliyetlerinin Birlik tüzeleri tarafından ibra edilmesinin ardından İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay geçen 4 yıllık döneme ilişkin Genel Kurula bilgi verdi. İhracatçı Birlikleri'nde gönüllülük karinesinin

esas olduğunu belirten İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, "Hepimiz sektörümüzün kararı ile görev alıyoruz. Deneyim, donanım ve bilgimiz ile sektörümüzü daha ileriye taşımak üzere katkıda bulunuyoruz. Bugün yine bir devir teslim günündeyiz. Bize 4 yıl önce emanet edilen görevi devredeceğiz" dedi. Şahsen 10 yıldır İDMİB'te görev aldığını belirten Lemi Tolunay, görev döneminde sektörün önemli isimleri ile birlikte çalışma şansına sahip olduğunu söyledi. Türkiye'de deri sektörünün bir takım rekabetçi özellikleri olduğunu belirten Tolunay, "Deri sektörünün Türkiye'nin en köklü sektörlerinden biri olması en önemli özelliğidir. Üretim bilgisine sahip, dikey ve yatay entegrasyon özelliğinin yanı sıra modern teknoloji ve yatırımları, bilgi birikimi ve yetişmiş insan gücü ile Avrupa standartlarına uyumlu, çevreye duyarlı ve ekolojik üretim yapan güçlü bir sektörümüz var. Deri üretiminde Avrupa'da ikinci, dünyada önde gelen bir sektörüz. Turistik satışlarla birlikte önemli bir döviz kazandırıcı sektör olmamız da Türkiye'nin ekonomisine sağladığımız kazan- cın en önemli ayağını oluşturuyor" dedi. Lemi Tolunay göreve başladığı 2005 yılında Türkiye deri ve deri ürünleri ihracatının 1,4 milyar dolar olduğunu belirterek, "2008 yılında yaşanan finansal krizden tüm dünya da olduğu gibi



sektörümüz de etkilendi. 2005 yılındaki 1,4 milyar dolarlık ihracatımız hafif dalgalanmalarla 2009 yılına kadar geldi ve bu noktadan itibaren yükselişe geçti. Netice itibarıyla 2013 yılını 2 milyar dolar gibi bir ihracat rakamı ile kapattık” dedi. İDMİB olarak 4 yıllık dönemde yürüttükleri faaliyetler hakkında ayrıntılı bilgiler veren Lemi Tolunay, yurt dışındaki organizasyonların ‘Türk derisi’ algısını güçlendirmek için önemli ve verimli olduğunu da sözlerine ekledi.

İDMİB’te birlik ve beraberlik vurgusu

Lemi Tolunay’ın ardından İDMİB Yönetim Kurulu Başkan adayı olarak Genel Kurula hitaben bir konuşma yapan Mustafa Şenocak, gelecek dört yıl için İDMİB’in ve Türk deri ve deri ürünleri sektörünün sorumluluğunu taşıyacak yeni ekibi belirlemek için toplandıklarını söyledi. Seçilecek yeni ekibin çok hızlı değişen dünya ticaret şartlarında yönetim görevini devralacağı için büyük bir sorumluluk üstlenmiş olacağını ifade eden Şenocak, “8 yıldır birlikte çalışmaktan gurur duyduğum ve kendisinden çok şey öğrendiğim değerli Başkanımız Lemi Tolunay’a sektörümüze katkılarından dolayı şahsım ve sektör adına çok teşekkür ediyorum. Bundan sonraki dönemlerde de bize tecrübeleriyle yardım etmeye devam edeceğine inanıyorum” dedi.

Sektör deri pazarındaki değişimleri daha iyi analiz edecek

Türk deri ve deri mamulleri sektörünün Türkiye’nin en köklü sanayi sektörlerinden biri olduğuna dikkat çeken Mustafa Şenocak, “Sektörümüz son yıllarda önemli değişim ve dönüşüm yaşıyor. Bu değişim, üretim ve tüketim sürecinde ve pazarlarda kendini gösteriyor. Pazarlarda kıyasıya rekabet sürerken fiyat ve kalitenin yanı sıra tasarım, moda, marka, hız ve organizasyon becerisi de büyük önem taşıyor” dedi. Son 10 yılda çevre duyarlılığı ve eğitilmiş insan gücünün önemli konular haline geldiğine vurgu yapan Şenocak, “Bu dinamikleri ayakta tutmak, saracıyede, kürkte ve konfeksiyonda ayrı ayrı kendi önceliklerinde ele almak ve planlamak gerekiyor” dedi. Türk deri ve deri ürünleri sektörünün karşı karşıya kaldığı bütün yapısal dönüşüm baskısının uluslararası dinamiklere bağlı olmasının dikkat çekici olduğuna işaret eden Şenocak, “Örneğin ham deri işleme üretimindeki kayma, küresel iklim değişiklikleri, hammadde tedarikinin zorlaşması gibi faktörler dikkat çekiyor. Ayrıca çevre ve insan sağlığı unsurunun giderek daha sıkı yasal düzenlemelere bağlanması ve Rusya başta olmak üzere eski Doğu Bloğunda ticari alışkanlıkların hızla değişmesi gibi hususlar da önemli bir yer tutuyor” dedi.

Sektörün mevcut durumunun iyi bir fotoğrafını çekmek ve ona göre esnek bir rekabet ve büyüme stratejisi kurmak gerektiğine vurgu yapan Mustafa Şenocak, “Küresel deri pazarındaki değişimleri doğru ve yerinde tespit edip zamanında reaksiyon vermemiz gerekiyor. Deri sektöründeki küresel de-

ğişimler Türkiye’ye riskler kadar fırsatlar da sunuyor. Örneğin Çin, deri ürünlerinde kendisi de bir üretici olmasına rağmen ekonomisindeki gelişme ile birlikte kaliteli ve markalı ürünlerde geometrik artabilecek bir pazar potansiyeli taşıyor” şeklinde konuştu.

Yeni pazarlar, yeni fırsatlar ve büyüyen Türkiye

Sektörün yeni dönemde hedef pazar odaklı çalışmalara da ağırlık vermek durumunda olduğunu belirten Mustafa Şenocak, “Güney Kore ve Japonya dünyada önemli ithalatçı ülkeler arasında. Bu pazarların tüketim alışkanlıklarına uygun ürünlerle, aktif ve yerinde tanıtım faaliyetleriyle yoğun bir kampanya gerçekleştirdiğimiz takdirde büyük pazar fırsatları yakalayabiliriz” dedi. “Diğer taraftan, öteden beri en büyük ve geleneksel pazarımız Rusya ise gerek ekonomisiyle gerek tüketicisiyle büyük bir değişim yaşıyor” diyerek konuşmasına devam eden Şenocak, “Rusya’da gelişen organize perakende ve değişen tüketim alışkanlıkları bu ülkeyle ilgili kapsamlı bir tanıtım stratejisi geliştirmemizi zorunlu kılıyor. Sayın TİM Başkanımızın da önemle üzerinde durduğu gibi ticaret heyeti organizasyonlarını artırmalıyız. Bu organizasyonları geleneksel pazarlarımızın yanında az etkin olduğumuz veya henüz etkin olmadığımız pazarlarda da gerçekleştirmemiz gerekiyor” dedi. Her ne pahasına olursa olsun yeni pazar ve müşteri yaratmak için çok çaba göstereceklerine vurgu yapan Şenocak, “Önemli olan bizim doğru tespitler yapmamız ve gelişmeleri zamanında anlamamızdır” dedi. Deri ve deri ürünleri sektörünün deri işleme, deri konfeksiyon, ayakkabı, saracıye



Yapılan seçimler sonrasında
İDMİB’in yeni başkanı
Mustafa Şenocak oldu.

GENEL KURUL

MUSTAFA ŞENOCAK, TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNÜN 2 MİLYAR DOLARLIK İHRACATLA AVUNACAK BİR SEKTÖR OLMADIĞINI BELİRTEREK, BU RAKAMIN İKİYE HATTA ÜÇE KATLANABİLECEĞİNİ SÖYLEDİ.



gibi farklı ürün gruplarına bölünmüş gibi görünse de son derece örgütlü ve organize bir sektör olduğunu belirten Mustafa Şenocak, “Çok dile getirilmiyor belki ama, arkadan gelen ikinci hatta üçüncü nesil deri sanayicileri gördüğüm kadarıyla dünyaya entegre ve son derece iyi bir vizyona sahip” dedi.

Temel hedef Türkiye markası yaratmak

İDMİB ve alt sektör dernekleri etrafında kenetlenen deri ve deri ürünleri sektörünün ortak aklı gösterecek sağduyuda olduğunu bilmekten büyük memnuniyet duyduğunu belirten Şenocak, “İnaniyorum ki genel kurulumuz sonrasında görevi alacak ekip, radarlarını dünyaya çevirecek, olup biteni doğru anlayarak sektörü küresel rekabetin içinde tutacak stratejiyi belirleyecektir. Ama hiç şüphe yok ki, pazarda tutunabilmek için bir numaralı madde moda üretebilmek ve katma değeri artırabilmek için marka çıkarabilmek. Fakat ben markanız yoksa siz de

yoksunuz gibi bir yaklaşımı kabul etmiyorum. Bizim Türkiye markası gibi bir hedefimiz var” dedi. Deri sektörünün lokomotif markalarının, büyük yabancı markalara üretim yapan üreticilerin, deriyi kendine değişmez bir malzeme olarak seçmiş tasarımcıların, dünyayı dolaşan müşteri temsilcilerinin aslında büyük Türkiye markası için çalıştıklarına dikkat çeken Şenocak, “Bu çalışmalar birliğimizin koordinasyonunda faaliyetlerini gösteren Deri Tanıtım Grubu tarafından destekleniyor. Dünyada ticaretin merkezi durumundaki pazarlarda ve fuarlarda Türk deri ürünleri ve markaları özel koleksiyonlarla tanıtılıp sektörün moda ve marka algısı yükseltiliyor” şeklinde konuştu. Rusya ve eski BDT ülkelerinin sektör için hassas ve stratejik pazar niteliğinde olduğunu unutmamak gerektiğini hatırlatan Şenocak, “Bu pazarın ticari olarak, siyasi olarak elde tutulması ve hatta daha da canlandırılması gerekiyor. Hem İDMİB hem de DTG olarak bu konu elbette önceliğimiz olarak hep masada duruyor olacak” dedi.



YÖNETİM KURULU

BAŞKAN

Mustafa Şenocak
G.R.Deri

YÖNETİM KURULU ASİL ÜYELER

- 1 - ZİVLAN MAĞAZACILIK VE PAZ. A.Ş.
- 2 - DOĞU DERİ TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 3 - MATRAŞ DIŞ TİCARET A.Ş.
- 4 - PATİ AYAKKABICILIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 5 - GÜNDÜZ KÜRK SAN. VE TİC. A.Ş.
- 6 - GÜVEN KARACA DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 7 - DESA DERİ SAN. VE TİC. A.Ş.
- 8 - ÇETSAN AYAKKABI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 9 - HARMANLI DERİ A.Ş.
- 10 - CABANİ AYAKKABI SAN.VE TİC.A.Ş.

YEDEK ÜYELER

- 1 - ADEMİR DERİ TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 2 - MOLYER AYAKKABICILIK VE DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 3 - DERMA DERİ TİC. VE SAN. LTD. ŞTİ.
- 4 - YILBAY DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 5 - LALE ANTİLOP DERİ TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 6 - AS ERDOĞAN DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 7 - ELİBOL DERİ KONF. TURİZM SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 8 - K.T DERİ TEKS. KONF. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 9 - ORUÇ ETEM AYAKKABI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 10 - FURNOVA KÜRK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

DENETİM KURULU ASİL ÜYELER

- 1 - DSD DERİ SANAYİCİLERİ DIŞ TİC. A.Ş.
- 2 - FERUDUN KUNDURA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 3 - İSKEFE DERİ SAN. VE TİC. A.Ş.

YEDEK ÜYELER

- 1 - İÇTEN SPOR AYAKKABI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 2 - AKA DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 3 - ÇUHA DERİ TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

‘2 milyar dolar ile avunamayız’

Dünya deri ürünleri pazarının yaklaşık 223 milyar dolar olduğu bilgisini veren Şenocak, “Türkiye derisiyle anılan bir ülke olmasına rağmen bu pazardan çok düşük bir pay alıyoruz. Bu sektör 2 milyar dolar ihracatla avunacak bir sektör değil. Bunu hepimiz biliyoruz. Türkiye’de sadece ayakkabı sektörünün kurulu kapasitesi açısından bu ihracatı yapacak gücü var. Sonuçta sektörümüzle ilgili bütün küresel gelişmeleri kontrol etme şansına sahip değiliz. Ama biz üzerimize düşeni yaparsak bu rakamı ikiye hatta üçe katlayabileceğimizi de biliyoruz” dedi.

THERMOWASH®

Varaklar ile içiniz rahat olsun.

***10 yıkama!**

**Yüksek ısı
dayanımı!**

**Üstün kalite ve
uygun fiyat!**

www.uesvarak.com [f](#) [t](#) [v](#) [t](#) [Pinterest](#) [Linked in](#) /uesvarak

*SGS Test Laboratuvarlarında yapılmış 10 yıkama sonrası görünüm testinin başarılı sonuçları.



GENEL KURUL

İHİB, 16 NİSAN TARİHİNDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ 2013 YILI SEÇİMLİ OLAĞAN GENEL KURULU İLE YENİ BAŞKANINI SEÇTİ. İKİ LİSTE İLE YAPILAN SEÇİMDE UĞUR UYSAL OYLARIN ÇOĞUNLUĞUNU ALARAK BAŞKAN SEÇİLİRKEN, GENEL KURULUN BU DÖNEMİNDE BİRLİK ÜYELERİNİN REKOR KATILIM GERÇEKLEŞTİRDİĞİ GÖRÜLDÜ.

İHİB YENİ YÖNETİMİNİ SEÇTİ



Sektörde farkındalık yaratmak ve 'Türk halısı' algısını güçlendirmek amacıyla faaliyetlerini ara vermeksizin sürdüren İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), 2013 yılı Seçimli Olağan Genel Kurulu'nu 16 Nisan 2014 tarihinde gerçekleştirdi. 2013 yılı Seçimli Olağan Genel Kurulu ile yeni Yönetim Kurulu ve Başkanı seçen İHİB'in başkanlığına, yapılan seçim sonrasında İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Uğur Uysal seçildi. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen Genel Kurul'a, İHİB yeni Başkanı Uğur Uysal ve İHİB eski Başkanı İbrahim Yılmaz'ın yanı sıra İTKİB Genel Sekreterliği ve çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Birlik üyelerinin yoğun katılım gösterdiği Seçimli Olağan Genel Kurul'da başkanlık seçimine Uğur Uysal ve İbrahim Yılmaz kendi listeleri ile katıldılar. Yapılan seçimin ardından önceki dönemde

Yönetim Kurulu üyesi olarak İHİB'te faaliyet gösteren Uğur Uysal, kendi listesi ile oyların çoğunluğunu alarak başkan seçildi.

'Rekabet başarıyı da beraberinde getirir'

İTKİB Genel Sekreteri İ.Cumhur İşbirakmaz tarafından açılan İHİB "2013 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı"na çok sayıda İHİB Yönetim Kurulu üyesi katıldı. Açılış töreninin ardından Genel Kurul Başkanlık Divan seçiminin yapıldığı Seçimli Genel Kurul'da; Divan Başkanlığı'na önerilen Abuzer Ağca ile Divan Katipliklerine önerilen Nebil Basmacı ve Cem Aslan oy çokluğu ile Divan Heyeti'ne seçildi. 25'inci kuruluş yılında çok geniş katılımlı bir genel kurul gerçekleştirdiklerini ve Genel Kurul'un karşısına 2 ayrı liste olarak çıkmış olmanın çok sağlıklı bir

durum olduğunu belirten İbrahim Yılmaz, "Rekabet, heyecan ve dikkat başarıyı da beraberinde getirecektir. Bu düşünceye olan inancımla 2 liste olarak girdiğimiz bu genel kuruldan tek bir kazanan çıkacaktır. O da Türk halı sektörü ve İHİB'in değerli üyeleri" şeklinde konuştu.

4 yıl öncesine kadar Yönetim Kurulu'na girme kriteri olan 1 milyon dolar ihracat yapabilen el halısı firma sayısının bir elin parmaklarını geçmeyecek kadar az olduğunu belirten Yılmaz, geline aşamada İHİB'in Seçimli Genel Kurulu'nda 2'nci bir liste çıkaracak düzeye ulaştığını ifade etti. Sektörün performansının bu rakamlarla sınırlı olmadığına dikkat çeken Yılmaz, "El halı ihracatımızın lokomotiflerinden olan turistik mağazacılık sektörünün gerçekleştirdiği dış satışların çok önemli bir bölümü Tax Free

sisteminin doğru çalışmaması nedeniyle ihracat kayıtlarımıza yansımıyor. Makina halısındaki performansı gururla izlerken; bundan sonraki süreçte yeni stratejilerle yol haritamızı zenginleştirerek başarıyı sürdürülebilir hale getirmeliyiz” dedi. Sivil toplum örgütlerinde görev yapmanın kişisel istek ve arzularla olamayacağını belirten Yılmaz, “Bizler kendi işimizde ne kadar başarılıysak; şahsımızın ve firmamızın ticari itibarı ne kadar yüksek ise bulunduğumuz sivil toplum örgütlerine o denli itibar kazandırır ve katkı sağlayabiliriz. Şayet bunun tersi bir durum olursa başta bulunduğumuz sivil toplum örgütüne, dolayısıyla sektörümüze çok büyük zararlar veririz. Bu da arzu edilen bir durum değildir” şeklinde konuştu.

10 yıllık tecrübe ve değişim isteği

Oyların çoğunluğunu alarak İHİB Yönetim Kurulu Başkanlığına getirilen Uğur Uysal Genel Kurula hitaben yaptığı konuşmada 16 yıldır halı imalatı ve ihracatı ile iç içe olduğunu belirterek, “Bu 16 yıl boyunca halının her tipiyle ilgilenme fırsatı buldum. Sıfır sermaye ile başladığım halı ticaretimi, 2013 yılında platin ihracat ödülü alan bir seviyeye getirme başarısını elde ettim” dedi. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği’ne 10 yıl önce katıldığını ifade eden Uğur Uysal, “Yönetim Kurulu’nda yedek üyelik, asil üyelik, başkan yardımcılığı görevlerinde bulundum ve hala yönetim kurulu üyeliği yapmaktayım. İHİB’e ilk katıldığım yıllarda ürettiğim birçok proje ve fikrim yüzünden beni hayalperest ve idealist biri olarak adlandırdılar. Ancak geçen bu 10 yılda hayal ettiğim tüm projeleri İHİB yönetim kurulundaki değerli arkadaşlarım ve genel sekreterlik çalışanlarının desteği ile gerçekleştirme fırsatı buldum” dedi. Görev aldığı 10 yılda İHİB çatısı altında halı sektörüne sunduğu hizmetler hakkında bilgi veren Uysal, “Bugün 8’inci yılını dolduran, İHİB’in en önemli projelerinden Halı Tasarım Yarışması’nın kurgulanması aşamasından itibaren ilk 5 yarışmada Jüri Başkanlığı ve Yarışma Komitesi Başkanlığı yaptım. 10 yılda 10 uluslararası tasarımcı çıkarmayı hedeflediğimiz bu proje sayesinde birçok halı tasarımcısı keşfettik ve sektöre kanallı ettik” şeklinde konuştu.

“Değişim için aday olduk”

Uğur Uysal üniversite öğrencilerine fabrikalarda iplikten başlayıp halı imalatına ve paketlenmesi aşamasına kadar tüm safhaların eğitimini verdiklerine vurgu yaparak

“El halısı, hand tuft, makine halısı yani her 3 tip halının satıldığı mağazalarda da ayrıca satış eğitimi verdik” dedi. Bugüne kadar az sayıda ihracatçı firmanın ilgi gösterdiği İHİB Yönetim Kurulunu ve çalışma şeklini tamamen değiştirmek için aday olduğuna vurgu yapan Uğur Uysal, “Daha demokratik olmak, küçük büyük demeden tüm ihracatçıya eşit söz hakkı tanımak için buradayız. İhracatçının derdini dinleyen, sektörün gelişimi için ortak akıl oluşturacak yönetim kurulu olmak için buradayız” dedi.

12 maddelik değişim planı

Eski el halıcılarının, kilimcilerin, yeni üretim el halıcılarının kısacası halı sektörünün tüm kademelerinden temsilcilerin yer aldığı, bugüne kadarki en homojen yeni yönetim kurulunu oluşturdıklarına dikkat çeken Uğur Uysal, yeni yönetimle birlikte İHİB faaliyetlerinde yaşanacak değişimleri de 12 maddede sıraladı. Domotex fuarının daha işlevsel olması ve herkesin ortak menfaatleri doğrultusunda kurgulanması için bu fuarın yapısını komple değiştirmeyi planladıklarını söyleyen Uğur Uysal, “Küçük ve orta boy firmalara yerleşim planlarında öncelik taniyacağız. Negatif rekabet yarattığını düşündüğümüz için toplu ve yan yana standlar şeklinde katılma zorunluluğunu kaldıracğız. Her firma istediği yerde fuara katılabilecek ve İHİB olarak tüm fuar hizmetlerini her firmaya eşit olarak vereceğiz” dedi.

İsparta Halı İhtisas Gümrüğü İstanbul’a getirilecek

İsparta Halı İhtisas Gümrüğü ile ilgili sorunlar yaşayan esnafın sıkıntılarını çözeceklerini belirten Uysal, “Yıllardır özellikle



UĞUR UYSAL
İHİB Yönetim Kurulu Başkanı

“İhracatçının derdini dinleyen, sektörün gelişimi için ortak akıl oluşturacak bir yönetim kurulunu oluşturmak için buradayız”

tamir amaçlı eski halı ithaliyle uğraşan esnafın en büyük derdi olan bu gümrüğü İstanbul’a getireceğiz” dedi. Eğitim projeleri kapsamında küçük ve orta boy esnafa “devlet teşvikleri, satış teknikleri, markalaşma ve ürün geliştirme ve daha birçok konuda” eğitim vereceklerini ifade eden Uysal, “Bu eğitimleri sektöre uzak olan İHİB binasında değil, sektörün kalbinde herkesin rahatça ulaşabileceği lokasyonlarda yapacağız” dedi. Her 3 ayda yönetim kurulu toplantılarını, tüm sektörün katılımına açık şekilde el halıcıları için Sultanahmet’te, diğer halıcılar için



GENEL KURUL



de İkitelli’de yapacaklarını belirten Uysal, “Bu toplantıları sadece resmi ortamlarda değil aynı zamanda sohbet ortamında yapacağız. Herkesin fikrini, derdini, çözüm önerilerini rahatça, çekinmeden belirteceği bir ortam sunacağız” şeklinde konuştu.

“Halı Meslek Lisesi” inşa edilecek

Sektörü temsil eden iki güzide kurum olduğunu söyleyen Uysal, “İHİB ve Ticaret Odası’nın yıllardır aynı amaç için, yani halı sektörüne faydalı olabilmek için, birbirinden habersiz olarak birçok proje ürettiğini, emek, zaman ve para harcadığını gördük. Yeni dönemde Yönetim Kurulumuza katılan Ticaret Odası Halı Komitesi Başkanımız Fevzi Işıklı sayesinde artık bu iki kurumun birbiriyle iletişim içinde olacağı yeni bir döneme geçiyoruz” dedi. Halı sektörünün gelişimine yönelik İHİB olarak yeni dönemde yapacakları değişiklikler hakkında ayrıntılı bilgiler veren Uğur Uysal diğer hedeflerini ise şöyle sıraladı: “İHİB ve Ticaret Odası ortaklığında halı sektörünün en çok ihtiyacı olan ara eleman yetiştirecek “Halı Meslek Lisesi” inşa edeceğiz. Bu okulda hem el halısı hem makine halısı için dokumacılar yetiştireceğiz, el halıcuları için tamirciler yetiştireceğiz, yıkamacılar, boyamacılar, overlokçular, di-

kişiler, satış elemanları, desinatörler, Ar-Ge elemanları yetiştireceğiz.”

‘Yılın Halıcısı’ özel ödülü verilecek

Sektörün ufkunu açan, yenilik yapan firmalara halı sektörünün saygısını göstermek için her yıl bir firmaya “İHİB Yılın Halıcısı” özel ödülü vereceklerini de belirten Uysal, “Her yıl, halı tasarımı okuyan bir öğrenciye yurt dışında okuyabilmesi, kendini geliştirebilmesi ve ufkunu açması için İHİB bursu vereceğiz. Sektörümüzün katma değerli ürünler üretebilmesi ve ihraç edebilmesi, ülkeye daha çok döviz kazandırabilmesi için tasarımcıların desteklenmesi gerektiğine gönülden inanıyoruz. Unutmayın ki İtalya, ürettiği ya da ürettirdiği ürünleri tasarımcıları sayesinde diğer tüm ülkelerden daha pahalıya satabilmektedir. Bizim de aynı yolu takip etmemiz gerektiğine inanıyoruz” dedi.

Vize alımında danışmanlık hizmeti

Yurt dışından gelen tüm halı alım taleplerini düzenli olarak tüm esnaf ve ihracatçılarla paylaşacakları bilgisini veren Uğur Uysal, “Son 2 yılda 1 milyon dolar ihracatı olan firmalar yönetim kuruluna seçilebiliyor. Ancak halı sektörü için bu rakam temsiliyette adaletsiz bir ortam getiriyor. Halıda birçok

küçük ve orta boy esnaf ve ihracatçı temsil edilemiyor. Bu nedenle halı sektörüne özel olarak bu limiti 2 yıl için 500 bin dolar olarak değiştireceğiz” dedi. Türkiye’yi halı tamirat üssü yapacak ve halı ticaretinin dışına Türkiye’ye çok daha yüksek katma değer ve döviz getirecek olan “eski halı tamiratını” desteklemek için eski halı ithalatının serbest bırakılmasını sağlayacaklarına dikkat çeken Uysal, ayrıca Birlik üyelerinin vize alımında yaşadığı sorunları bertaraf etmek için kendilerine vize danışmanlığı sunacaklarını söyledi.



YÖNETİM KURULU

BAŞKAN

UĞUR UYSAL

TURKUVAZ HALI TEKS.SAN.VE TİC. LTD.ŞTİ

YÖNETİM KURULU ASİL ÜYELER

- 1- KİLİM İÇ VE DIŞ TİC.LTD.ŞTİ
- 2- GÜMÜŞSUYU ZEMİN MALZ.PAZ.A.Ş.
- 3- KIRKİT TURİZM SU VE KARA SPOR.SEYAH. ACENT.TİC.VE SAN.LTD.ŞTİ.
- 4- KNOTİSSE HALICILIK SAN.VE DIŞ TİC.LTD.ŞTİ.
- 5- REFORM SPOR SİST.VE İNŞ.SAN. TİC.LTD.ŞTİ.
- 6- GÜVEN TURZ.SAN.VE TİC.A.Ş.
- 7- AGA CAN HALI KİLİM TEKS.TUR. OTO.İNŞ. SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.
- 8- IŞIK KADİFE VE TEKS.SAN.TİC. LTD.ŞTİ
- 9- ETNİK HALICILIK SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.
- 10- OTTOMAN HALI SAN.VE TİC.LTD. ŞTİ

YEDEK ÜYELER

- 1- SUBAŞI HALI KİLİM TUR.EŞYA VE TEKS.TİC.LTD.ŞTİ.
- 2- BİRİNCİ HALI KİLİM VE TEKS. SAN. DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
- 3- BANYOLIN HALI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
- 4- HALIKÖY İÇ VE DIŞ TİC.TEKSTİL PAZ.LTD.ŞTİ.
- 5- MİRAÇ KADİFE İÇ VE DIŞ TİC.LTD.ŞTİ.
- 6- İNTER HALI SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.

DENETİM KURULU ASİL ÜYELER

- 1- ALTUNTAŞ HALI KİLİM SAN.VE TİC LTD.ŞTİ
- 2- ARAPGİR HALI KİLİM SAN.VE TİC. LTD. ŞTİ
- 3- HATİPOĞLU HALICILIK SAN.VE TİC A.Ş.

YEDEK ÜYELER

- 1- MNG HALICILIK TURZ.SEY.SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ
- 2- BÜLENT METİN
- 3- BOZDAĞ HALICILIK TEKS.TURZ.OT. VE TİC.LTD.ŞTİ.





Türkiye'de Bir İlk!



OTOMATİK KUMAŞ KESİM MAKİNASI
AUTOMATIC FABRIC CUTTER MACHINE

the
new
vision of
cutting room



SERKON TEKSTİL MAKİNALARI. ve EKİPMANLARI SAN. ve TİC.LTD. ŞTİ.
Tel: +90 212 486 09 86 (3hat) Faks: +90 212 486 09 89
www.serkonmakina.com serkon@serkonmakina.com



**60 yıllık tecrübesi, kalitesi ve markasıyla Polsan Düğme'den
Metalde de maximum hizmet.**



Yeni üretim yerimizde, son teknoloji makinalarımızla,
kaliteli hizmet vermeye devam etmekteyiz.

POLSAN Düğme, Geniş ürün yelpazesi, Üretimi, Servisi, Kalitesi ve rekabetçi fiyatlarıyla sınırları zorlamaya devam ediyor.

üretim



Servis



Kalite



Fiyat



POLSAN 
BUTTON MANUFACTURING & TRADE CO. INC.

444 1 POL

www.polsanbutton.com.tr

Showroom

MahmutBey Mah. Ordu Cad. Tempo Plaza, No:49 Kat:3
Güneşli, İstanbul / Turkey

Fabrika

Tel: 00 90 216 488 87 87

Fax: 00 90 216 387 52 22

e-mail: pazarlama@polsanbutton.com.tr

20'NCİ YILDA WHO'S NEXT'İN 'ONUR KONUĞU' TÜRKİYE

BU YIL 4-7 TEMMUZ TARİHLERİNDE DÜZENLENECEK OLAN WHO'S NEXT FUARI, 20'NCİ YILINDA TÜRKİYE'Yİ "ONUR KONUĞU" OLARAK AĞIRLIYOR. WHO'S NEXT İLE TÜRKİYE'NİN BU İŞ BİRLİĞİ, 16 NİSAN ÇARŞAMBA GÜNÜ FRANSIZ SARAYI'NDA DÜZENLENEN BİR BASIN TOPLANTISI İLE TANITILDI.

Hızlı bir değişim ve dönüşüm içinde dünya moda endüstrisindeki yerini her geçen gün daha da güçlendiren Türkiye, dünyanın sayılı fuarlarından Who's Next'te "onur konuğu" olarak katılıyor. 20'nci yılını kutlayacak olan Who's Next'te, İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile katılacak marka ve tasarımcılar yaratıcılıklarını tüm boyutlarıyla yansıtacaklar.

Who's Next ile Türkiye'nin iş birliği 16 Nisan Çarşamba günü Fransız Sarayı'nda düzenlenen bir basın toplantısı ile tanıtıldı. Toplantıda, İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi Türkiye'nin fuara onur konuğu ülke olarak katılması ile ilgili detaylı bilgi verdi. Fransız Sarayı'nda gerçekleştirilen toplantıya, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Fransa İstanbul Başkonsolosu Muriel Domenach, Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik ve Who's Next Uluslararası İletişim ve İş Geliştirme Müdürü Boris Provost'ın de aralarında bulunduğu moda dünyasının önde gelen isimleri de katıldı.

"Modada büyük dönüşüm içerisindeyiz"

Toplantının açılış konuşmasını gerçekleştiren Fransa İstanbul Başkonsolosu Muriel Domenach, Türkiye-Fransa ilişkilerinin tarihine ve güçlü yapısına dikkat çekti. Who's Next Uluslararası İletişim ve İş Geliştirme Müdürü Boris Provost ise son 5 yıldır Türkiye'den Who's Next'e katılan marka ve tasarımcı sayısındaki artışa dikkat çekerken, projeye duydukları heyecanı dile getirdi. 2012 yılının Ekim ayında Türkiye'ye bir söz verdiklerini hatırlatan Boris Provost, Türkiye'yi onur konuğu olarak ağırlıyor olmaktan çok mutlu olduklarını ifade etti. Boris Provost'un ardından Türkiye'nin fuara onur konuğu ülke olarak katılması ile ilgili detaylı bilgi vermek için İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi konuşmasını yaptı. Tanrıverdi, Türkiye'nin 4-7 Temmuz tarihlerinde Paris'te düzenlenecek Who's Next Fuarı'na "onur konuğu" olarak davet edildiğini söyleyerek, "Fransa 2013'te 25 milyar dolar, Avrupa Birliği de toplam 180 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına imza attı. Bu nedenle Avrupa'da gidebileceğimiz çok uzun bir yol olduğuna inanıyorum" dedi. Basın toplan-

SEKTÖRÜN ARTIK ULUSLARARASI ARENADA SÖZ SAHİBİ OLDUĞUNU DİLE GETİREN İHKİB BAŞKANI TANRIVERDİ, YAKLAŞIK 25 YIL GİBİ KISA BİR SÜREDE TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNİN BAŞKA HİÇBİR SEKTÖRDE GÖRÜLEMeyecek YENİLİKLERE, BAŞARILARA VE TİCARİ RAKAMLARA ULAŞTIĞINA TANIK OLDUKLARINI SÖYLEDİ.



tısında Türk hazır giyim sektörünün hedeflerini de paylaştan Tanrıverdi, Who's Next Fuarı'nda elde edilen bu başarıda, İHKİB'in moda ve tasarım ağırlıklı projelerinin uluslararası arenadaki yansımalarının önemli payı olduğunu kaydetti. Sektörün uluslararası arenada söz sahibi konuma yükseldiğini dile getiren Tanrıverdi, "Yaklaşık 25 yıl gibi kısa bir sürede Türk moda endüstrisinin başka hiçbir sektörde görülemeyecek yeniliklere, başarılarla ve ticari rakamlara ulaştığına tanıklık ediyoruz" dedi. Son yıllarda Paris, Londra, New York ve Milano gibi moda trendlerini belirleyen şehirlerden rol çaldıklarını söyleyen Tanrıverdi, "Markalarımız, tasarımcı arkadaşlarımız ve moda endüstrisinin temsilcisi olan bizler, büyük bir dönüşümün içerisindeyiz. El birliğiyle bu dönüşümü en

iyi şekilde yönetmeye çalışıyoruz. Bu konuda başarılı olduğumuza da inanıyorum. Bunu benden çok rakamlar söylüyor. Türkiye, rakiplerine göre Avrupa pazarına daha yakın olma, hızlı moda üretebilme, küçük adetli siparişlere anında cevap verebilme gibi pek çok avantaja sahip. Bu nedenledir ki ihracatımızın yüzde 75'ini Avrupa ülkelerine yapıyoruz" ifadelerini kullandı.

"Pastadaki payımızı artıracacağız"

Türk hazır giyim sektörünün 2013 yılını 17,4 milyar dolar ihracat ile kapattığını hatırlatan Hikmet Tanrıverdi, sektörün Fransa başta olma üzere Avrupa ekonomisindeki iyileşmeyle beraber daha başarılı bir performans sergileyeceğini belirtti. Tanrıverdi, şöyle devam etti: "Fransa yüzde 8,8'lik ihracat artış hızı ve 1,1 milyar dolarlık ihracat ile Almanya, İngiltere ve İspanya'nın ardından dördüncü büyük ihracat pazarımız konumunda. Onur ülkesi olarak katılacağımız Who's Next Fuarı veya benzer organizasyonlarda elde edeceğimiz bir dizi ayrıcalıklar, Türkiye markasına dolayısıyla ihracatımıza güç katacak. Who's Next Fuarı'yla Paris'e onur konuğu olarak, 25 milyar dolarlık Fransız pastasındaki payımızı artıracacağız. Ancak burada durup, büyük fotoğrafa da bakmamız gerekiyor. Fransa 2013 yılında 25 milyar dolar, Avrupa Birliği ise aynı yıl 180 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına imza attı. Bu nedenle Avrupa'da gidebileceğimiz çok uzun bir yol olduğuna inanıyorum. Euro Bölgesi'ndeki ekonomik sorunların aşılmasıyla da hazır giyim ihracatımızın daha hızlı bir şekilde artacağına inanıyorum." Sektör olarak Cumhuriyet'in 100'üncü kuruluş yıl dönümü olan 2023 yılında 60 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşmayı planladıklarına ifade eden Tanrıverdi,



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı

"Who's Next Fuarı veya benzer organizasyonlarda elde edeceğimiz bir dizi ayrıcalıklar, Türkiye markasına ve ihracatımıza güç katacak."

di, söz konusu hedefin yakalanması için başta Fransa, Almanya, İngiltere gibi Avrupa'nın lokomotif ülkeleriyle daha yoğun bir ticari iş birliğinin gerçekleşmesi gerektiğine dikkat çekti. Tanrıverdi, modanın en önemli başkentlerinden Paris ile İstanbul arasında kurulacak moda köprüsünün iki ülke arasındaki iş birliğine ciddi katkı sunacağını da sözlerine ekledi.

"Artık tasarım da üretiyoruz"

İHKİB Başkanı Tanrıverdi'nin ardından konuşan Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi, 2012 yılında ilk defa gündeme gelen Türkiye'nin onur konuğu ülkesi olarak ağırlanması fikrinin bugün gerçekleşiyor olmasından duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Elaidi, Türkiye'nin beş yıl öncesine kadar üretici ülke konumunda iken bugün artık tasarım da üreten ülke konumuna yükseldiğini belirtti. Sadece tasarım yapmanın yetmediğine dikkat çeken Elaidi, üretilen tasarımı doğru kanallarla doğru yerlerde satışa sunmak gerektiğinin altını çizdi. Moda tasarımının süreklilik istediğini ifade eden Elaidi, "Moda Tasarımcıları Derneği'nin en büyük amacı, tasarımcılara finansal özgürlük sağlamak aynı zamanda. Bu anlamda bu iş birliğinin çok önemli olduğunu düşünüyorum. Ben de 10 senedir Who's Next'e katılan bir tasarımcı olarak bu kanalla koleksiyonlarımı sergilemek için çok mutluyum."



WHO'S NEXT'İN TEMMUZ DÖNEMİNDE TÜRKİYE'DEN GAMZE SARAÇOĞLU, GÜL AĞIŞ, ÖZLEM KAYA, MEHTAP ELAİDİ, SİMAY BÜLBÜL, NİHAN PEKER, ASLI GÜLER, TUANA BÜYÜKÇINAR, HANDE ÇOKRAK, ÇİÇDEM AKIN VE NEJ GİBİ TASARIMCILAR DA "İSTANBUL" TEMALİ KOLEKSİYONLARIYLA FUAR ALANINDA YER ALACAKLAR.



VOLKAN ATİK
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

"Who's Next'in Türkiye'yi 'onur konuğu' olarak seçmiş olması bizim açımızdan çok değerli."

siyonlarınızı doğru satın almalara göstermenin önemini birebir yaşamış bir insanım. Bu anlamda çok emek verilmiş bir projenin aynı şekilde yansımalarını da göreceğimize yürekten inanıyorum" diye konuştu.

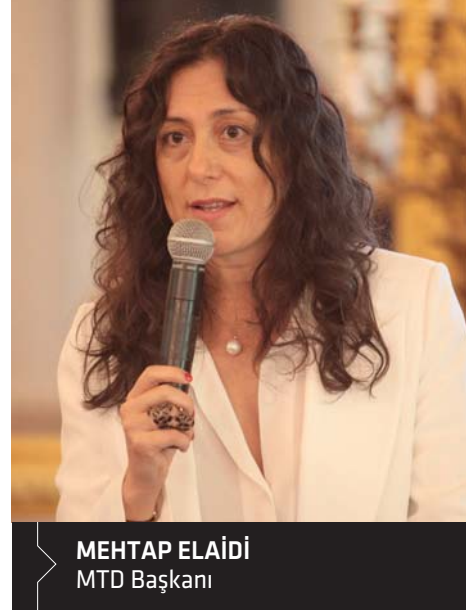
11 tasarımcının gözünden "İstanbul"

Organizasyon hakkında bilgi veren İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik, Who's Next'in Türkiye'yi onur konuğu olarak seçmiş olmasının çok değerli olduğunu ifade ederek sunuma geçti. Volkan Atik, kokteyl parti, Türk tasarımcıları sergi alanı, okul yarışması, Türk mağazaları sergi alanı, İstanbul Modası, Çay Bar gibi birçok etkinliğe imza atacaklarını söyledi. Bir Türk DJ'in katılımı eşliğinde kokteyl parti düzenleyeceklerini söyleyen Atik, Tasarımcı Yaz Bükey'in performansı ve Emel Kurhan'ın DJ gösterisi ile özellikle Türkçe geçmiş müzik öğelerinin günümüz ile buluşup özel bir performans sergilenmesi için çalışmalar yapıldığını kaydetti. Tasarımcı sergi alanlarına dair bilgi veren Atik, 11 Türk tasarımcının koleksiyonlarını sergileyeceği özel bir alan olacağını ifade etti. Atik, "Etkinlik kapsamında Türkiye'den Gamze Saraçoğlu, Gül Ağış, Özlem Kaya, Mehtap Elaidi, Simay Bülbül, Nihan Peker, Aslı Güler, Tuana Büyükçınar, Hande Çokrak, Çiğdem Akın ve Nej gibi tasarımcılar da "İstanbul" temalı koleksiyonlarıyla fuar alanında yer alacaklar" dedi. Who's Next Okul Yarışması'ndaki amacın yeni ve yaratıcı

fikirlerin ortaya çıkarmak olduğunu söyleyen Atik, bu anlamda fuar esnasında dört gün boyunca belirlenen tema çerçevesince çalışmalar sunacaklarını ve bu sene İstanbul Moda Akademisi'nden 10 öğrenci ile katılacaklarını belirtti.

İstanbul modası Paris'e taşıyor

Who's Next Fuarı'ndaki bir diğer etkinliğin Türk mağazaları olduğunu söyleyen Volkan Atik, "Bir anlamda Türkiye'den esintiler taşıyan farklı koleksiyonların, tasarımların, öğelerin ve aksesuarların bulunduğu ve satışa sunulduğu bir İstanbul mağazası yapılacak. Katılımcılar kendi ürünlerini bir butik etkinlikle tanıtmış olacaklar" dedi. Bir sonraki etkinliğin Midnight Express gözüyle "İstanbul modası" olacağını söyleyen Atik, "Burada çok farklı bir organizasyon yapılıyor olacak. 'Türk sineması' teması ile Türk tasarımcılarından oluşan ve beş farklı görünüm üzerinde styling çalışması yapılacak" diye konuştu. Türkiye'yi anlatan birçok temanın fuar alanında sergileniyor olacağını ifade eden Atik, bunlardan birinin Tea Bar konseptiyle lanse edileceğini kaydetti. Tüm katılımcı ve ziyaretçilerin faydalanabileceği bir tanıtım ve sunum olacağını söyleyen Atik, "Burada 10 farklı tasarımcımız poşet çay tasarımı ile yer alacak" dedi. Atik, "Etkinlik alanında 'Lokum İstanbul' diye adlandırılan bir firmamızın orada oluşturacağı bir çadır olacak. Bu çadırın içerisinde yine Türkiye'nin kültüründe olan lokumundan sabununa kadar pek çok şeyin sergilendiği, satıldığı bir alan oluşturulacak. Yine başka bir etkinliğimiz ise alanda İstanbul'daki Kapalı Çarşı'yı mümkün olduğu kadar orada lanse etmeye çalışacağız.



MEHTAP ELAİDİ
MTD Başkanı

"2012 yılında ilk defa gündeme gelen Türkiye'nin Who's Next Fuarı'na 'onur konuğu' olarak ağırlanması fikrinin bugün gerçekleşiyor olmasından çok heyecanlıyım."

Bu arada fuarın girişinde Türkiye'yi tanıtan lezzetlerin ve nesnelerin tanıtıldığı bir alan oluşturmayı planlıyoruz. Fuarın genelinde Türk mutfağının tadı, getirilecek bir şef önderliğinde ziyaretçilere bir sunum eşliğinde sunulacak. Bunun dışında Türk kültürünü yansıtan pek çok öğe fuarın genelinde kendini gösterecek" şeklinde konuştu. Konuşmaların ve sunumların ardından Midnight Express'in kurucuları Daniela İpek ve Banu Bora ile Maid in Love markasının kurucusu ve tasarımcısı Hande Çokrak da fuar deneyimlerini ziyaretçiler ile paylaştı.



İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik, organizasyon ile ilgili detayları bir slayt gösterisi eşliğinde ziyaretçilere sundu.

Stretching Beyond

Color+

creora® Color+ Naylonlu karışımlarda mükemmel boya haslığı için boyanabilir spandeks.

ecō-soft

creora® eco-soft Yumuşak tutum ve benzersiz beyazlık için düşük ısıda fikse edilebilen spandeks.

Black

creora® Black Parlama yapmayan daha koyu siyah için siyah spandeks.

highclo)

creora® highclo™ Kalıcı uyum ve şekil koruma için klora karşı süper dayanımlı spandeks.


creora®
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Chywoo Noh

cwnoh@hyosung.com

Tel: (90-212)284-1601

www.creora.com



İTHİB, “TECHTEXTİL RUSSIA” İÇİN MİLLİ KATILIM HAZIRLIĞINDA

TEKNİK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ BULUŞMA NOKTASI HALİNE GELEN TECHTEXTİL RUSSIA FUARI 11-13 MART 2014 TARİHLERİ ARASINDA RUSYA’NIN BAŞKENTİ MOSKOVA’DA GERÇEKLEŞTİ. FUARA INFO STANTLA KATILAN İTHİB, RUSYA PAZARINDA TÜRK TEKNİK TEKSTİL ÜRETİCİLERİN BİLİNİRLİĞİNİ GÜÇLENDİRMEK AMACIYLA FUARA 2016 YILINDA MİLLİ KATILIM DÜZENLEMİYİ HEDEFLİYOR.

Rusya Federasyonu ve çevre ülkelerinden alıcıları aynı platformda buluşturan teknik tekstiller, dokunmamış kumaşlar ve koruyucu giysiler fuarı “Techtextil Russia”, 11-13 Mart tarihleri arasında, Moskova’da IEC “Expocentr” fuar merkezinde gerçekleşti. Teknik tekstil alanında sektörün buluşma noktası haline gelen, sunduğu ticari iş birliği imkanlarının yanı sıra dünyadaki teknik gelişmeleri yakından takip etme fırsatı sunan Techtextil Russia fuarına İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) info stantla katıldı. Techtextil Russia’nın bu dönemine 3 Türk firması ile birlikte info stant katılımı gerçekleştiren İTHİB, fuarın teknik tekstil sektörü için stratejik bir role sahip olması gerçeğini göz önünde bulundurarak 2016 yılında etkin-

liğe milli katılım gerçekleştirme kararı aldı. Türkiye’deki teknik tekstil üreticilerinin bölgenin en büyük ve verimli fuarı olan Techtextil Russia’nın sektör için önemini kavraması ve Türk firmaların Rusya pazarında daha etkin bir aktör haline gelmesi için çalışmalarına hız veren İTHİB, Türk firmaların önümüzdeki dönemde fuarın gözdesi olmalarını amaçlıyor.

Milli katılım için görüşmeler devam ediyor

Fuarın bu döneminde info stantla katılan firmalara İTHİB tarafından tam destek verilirken, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala da katılımcı firmaları yalnız bırakmadı. 2016 yılında Techtextil Russia fuarına milli katılım gerçekleştirmeyi

FUARIN BU DÖNEMİNDE INFO STANTLA KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, TEKNİK TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇİN BU FUARIN VAZGEÇİLMEZ BİR ÖNEM ARZ ETTİĞİNİ GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURARAK YENİ DÖNEME DAHA GÜÇLÜ GİRİŞ YAPMAYI PLANLIYOR. 2016 YILINDA TECHTEXTİL RUSSIA FUARINA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRMEYİ HEDEFLEYEN İTHİB, BU KAPSAMDA BİR DİZİ GÖRÜŞME GERÇEKLEŞTİRDİ.

hedefleyen İTHİB, bu kapsamda bir dizi görüşme gerçekleştirdi. Messe Frankfurt Rusya temsilcileri, Techtextil Russia Fuar Müdürü Anna Goncharova ve Heimtextil Russia Fuar Müdürü Olga Dragunova ile görüşen İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala öncülüğündeki İTHİB heyeti, yetkililerden 2016 döneminde Türkiye'den milli katılım gerçekleştirilmesi ve katılımcılara özel katılım kolaylıkları sağlanması için iş birliği talebinde bulundu. Görüşmelerde İTHİB'in milli katılım hedefinin yanı sıra fuar dışında ticaret heyetleri konusunda iş birliği yapılarak Türk firmaları için ikili iş görüşmelerin sağlanması ve B2B organizasyonları ile katılımcı firmalara destek verilmesi konuları da gündeme gelen konular arasındaydı.

Teknik tekstilin kalbi Techtextil Russia'da atıyor

Teknik tekstil alanında bölgenin en önemli ve en aktif organizasyonu olan Techtextil Russia fuarı bu dönemde de teknik tekstil sektörüne zengin seçenekler sundu. İplik ve elyaf gibi hammaddelerden, teknik tekstiller ve tekstil makinelerine tüm teknik tekstil değer zincirinden teknolojileri bir araya getiren Techtextil Russia fuarı dünyanın farklı ülkelerinden alıcı grupları ve ziyaretçileri ağırladı. Rus tekstil sektörünün önemli bir etkinliği olarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Rusya Federasyonu Sanayi ve Ticaret Odası, Rusya İnşaatçılar Birliği tarafından desteklenen fuara bu yıl 20 ülkeden 180 firma katılırken, fuarı üç gün boyunca 4 bin 521 kişi ziyaret etti. Katılımcı firmaların geldiği başlıca ülkeler ise; Almanya, Avusturya, Belarus, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Çin, Fransa, Güney Kore, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İtalya, İsviçre, Macaristan, Portekiz, Rusya, Slovenya, Tayvan, Türkiye ve Yunanistan oldu.

Teknik tekstil pazarının 4 sacayağı

Teknik tekstil pazarının kuvvetli olduğu Amerika'da Atlanta, Birleşik Arap Emirlikleri'nde Dubai ve Rusya'da Moskova fuarlarını İTHİB olarak gündemlerine aldıklarına dikkat çeken İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala "Geçmiş senelerde bu fuar alanlarını yerinde inceledik. Bunlardan ilki Frankfurt Techtextil fuarı, ikincisi The Big Dubai Fuarı, üçüncüsü Moskova'da Techtextil Russia ve Atlanta'daki fuar oldu" dedi. Türkiye'de hem hammadde hem de kumaş üretimi anlamında olağanüstü düzeyde teknik tekstil üreticisi olduğunu belirten Tamer

Pala, "Techtextil Russia fuarında açtığımız info standa yoğun ilgi olduğunu gördük. Bu fuarda geotextil ve ısıya duyarlı kumaş talepleri oldukça yoğun. Geç yanan ısıya dayanıklı kumaşlardan çimento ve çelik fabrikalarında, havalandırma sistemlerinde kullanılan filtre kumaşlar da talep edilen ürünler arasındaydı. Bunların hepsi Türkiye'de üretiliyor. Yine banner fabric kumaşların da çok fazla alıcısı olduğunu fark ettik. Örneğin; Türkiye'de nanoteknolojik ürünler de üretiliyor. Bu yönde yoğun talep de alınıyor" dedi. İnsanların değişik sporlar yaptığını ve farklı iklimlerde yaşadığını ifade eden Tamer Pala, "Çok soğuk iklimlerde yaşayan, çalışan, spor yapan insanların giysileri özel olmak zorundadır. Bu kumaşlar tüketiliyor ve bunların Türkiye'de üretim kabiliyeti var. Buradan bakıldığında, artık Türkiye'deki teknik tekstil üreticilerinin kendi kapasitelerinin farkına varması gerekiyor" dedi.

"Gücümüzün farkına varmalıyız"

Fuarlarda gösterilen yoğun ilgiye rağmen Türk firmalarının dışarıya açılmak konusunda hantal davrandığına dikkat çeken Pala, "Firmalarımız sahip oldukları potansiyeli ortaya koymak noktasında maalesef son derece pasif davranıyor. İşte biz de Birlik olarak bu gibi sorunları çözmek için çalışıyoruz" dedi. Türkiye'deki teknik tekstil üreticilerinin uluslararası alanda etkili birer aktör olabilmek için fuar organizasyonlarını iyi

değerlendiremediklerini ve Techtextil Russia gibi önemli bir fuara bile yeterli ilginin gösterilmediğini kaydeden Pala, bu fuarların katılımcı firmalar açısından avantajlarını ise şu sözleri ile açıkladı: "Techtextil fuarına firmaların numune göndermesinin avantajları ne olabilir? Bu fuarlara firmaların kendi ürünleri ile katılmaları öncelikle Türkiye'nin tekstil imajı açısından çok önemli. Firmalarımızın fuarda yer almaları Türkiye'de teknik tekstil sanayinin gelişmişlik düzeyini yurt dışında tanıtmak açısından çok önemli. Türk firmaları yurt dışında kendilerini tanıtmazlarsa, fuarlarda iş bağlantıları kuramazlarsa yurt dışındaki alıcılar Türkiye'de teknik tekstilin ne durumda olduğunu nereden bilecek? Örneğin; herhangi bir alıcı Türkiye'de polyester iplik üretimi olduğunu bilmez. Dolayısıyla firmalarımızın bu fuarlarda yer almaları gerekiyor ki, Türkiye'nin teknik tekstil alanında ne kadar güçlü olduğunu gösterebileyim. Bu fuarlarda açılan info standı anlamı Türkiye'de bu sanayinin olduğunu göstergesidir. Bunun olabilmesi için de Türkiye'deki üretici firmaların bu fuarlara numuneler göndermesi gerekiyor. Bunlar olursa Türk firmaların yer aldığı info stand zenginleşiyor. Sonunda burada alınan bilgiler firmalarla paylaşıyor. Yani hangi ürüne ne kadar talep olduğunu tespit ediyor ve Türkiye'deki üretici firmalarımızla paylaşıyoruz. Tabii standımızda sergileyeceğimiz numuneler olmazsa alıcıların hangi ürüne rağbet gösterdiğini de bilemeyiz. Bu



İTHİB Heyeti, fuar idaresinden 2016 döneminde Türkiye'den milli katılım gerçekleştirilmesi ve katılımcılara özel katılım kolaylıkları sağlanması için iş birliği talep etti.

RUS TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ BİR ETKİNLİĞİ OLARAK RUSYA SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI, RUSYA FEDERASYONU SANAYİ VE TİCARET ODASI, RUSYA İNŞAATÇILAR BİRLİĞİ TARAFINDAN DESTEKLENEN FUARA BU YIL 20 ÜLKEDEN 180 FİRMA KATILIRKEN, FUARI ÜÇ GÜN BOYUNCA 4 BİN 521 KİŞİ ZİYARET ETTİ.



nedenle fuarlara gönderilecek her numune Türkiye'ye talep olarak geri dönüyor.” İTHİB olarak fuarlarda alıcılardan gelen talepleri İTHİB'in resmi sitesinde yayınladıklarını da söyleyen Pala, “Fuarlara numuneler gönderilirse İTHİB alıcı ile satıcıyı birleştiren köprü görevi görecektir. Ama İTHİB'in elinde herhangi bir numune olmazsa nasıl tanıtım yapacak, yurt dışındaki potansiyel talepleri nasıl değerlendirecek?” diyerek Türkiye'deki teknik tekstil üreticilerin söz konusu fuarlara numune göndermelerinin önemine dikkat çekti.

Tekstil yaşamın her alanında

Techtextil Russia fuarında ana alıcıların belli olduğunu söyleyen Tamer Pala, “Belki yeni katıldığımız bir fuar, ama yıllardır takip ediyoruz” dedi. Almanya'da tekstil yapılmadığı söylenmesine rağmen Almanya'nın tekstil ihracatının Türkiye'den beş misli daha fazla olduğunu söyleyen Pala, “Biz tekstili sadece giyimlik kumaş olarak görmeyelim. Bugün havacılıktan tutun da, otomotiv sektörüne kadar bir çok alanda tekstil kendine yaşam alanı buluyor. Sektör olarak farklı ihtiyaç alanlarına cevap vermek zorundayız. Bunlar gibi daha birçok ürün kalemini sıralayabiliriz. Teknik tekstil bugün seralarda, tarımda, inşaatda yoğun bir şekilde kullanılıyor. Uçakların indiği pistin zemininde bile tekstil kullanılıyor” dedi. Techtextil Russia fuarına Avrupa bandında ağırlıklı olarak Almanya, Portekiz, İngiltere, İspanya, Belçika ve İsveç firmalarının katıldığını belirten Tamer Pala, “Bu ülkeler Techtextil Russia fuarına milli katılım gerçekleştiriyorlar ve bu fuara çok önem veriyorlar. Çünkü teknik tekstil satıcıları için en verimli pazarlardan birinde gerçekleşiyor” dedi.

“2016 yılında milli katılım gerçekleştireceğiz”

Techtextil Russia fuarının Rusya ve komşu ülkelerindeki pazara hitap ettiğini belirten Pala, fuarın bu döneminin oldukça başarılı geçtiğini kaydederek, “Beni şaşırtacak kadar hareketli ve verimliydi. Bana göre Hindistan ayağından daha kuvvetli bir fuardı” dedi. Techtextil Russia'da devamlılık sağlamak için fuar idaresi ile Türkiye'nin fuara milli katılım yapması ve stant ücretlerinin en azından yarı yarıya düşürülmesi konusunda görüşmeler yaptıkları bilgisini veren Pala, “Önümüzdeki dönemde bize özel fiyat uygulanmasını talep ettik. 2016 yılında bu fuara en az 15 firma ile milli katılım gerçekleştirmenin planını yapıyoruz. Eğer anlaşma sağlarsa bu firmalarla en az 3 dönem fuardaki yerimizi koruyacağız. Techtextil Russia hakikaten gerçek alıcıların olduğu çok başarılı bir fuar organizasyonu. Rusya hızla gelişen bir ülke ve kendi içerisinde çok farklı üretici ve alıcıları var. Bu pazarın yarattığı fırsatları firmalarımızı iyi değerlendirmeli.

Bu fuara katılmakla doğru bir adım attığımızı gördük. Bunun devamlılığını sağlayabilmemiz için firmalarımızın artık kendilerini ortaya koymaları gerekiyor” diyerek fuarın sektör açısından önemini vurguladı.

Rusya Almanya'dan sonra ikinci pazar

Türkiye'nin Rusya ve çevre ülkelerine gerçekleştirdiği ihracatın rakamsal değerinin yanı sıra bir de görünmeyen boyutlarının olduğunu bildiren Tamer Pala, “Türkiye ve Rusya'nın karşılıklı 4 milyar dolar civarında bir ticaret hacmi var. Rusya pazarı inşaat, gıda, turizm ve tekstil sektörü için çok verimli bir pazar. Karşılıklı ticaret açısından Rusya vazgeçilmez bir konumda. Dünyada bizim için Almanya'dan sonra ikinci pazar olduğunu söyleyebiliriz. Kumaş açısından baktığımız zaman Rusya'da olağanüstü bir fabrikalaşma var. Buna bağlı olarak kumaş alımı da artıyor. Bu durum Türk kumaş satıcıları için çok büyük bir fırsat” şeklinde konuştu.



HEM BENZİNDE HEM DİZELDE



%4

'E VARAN

**DAHA
FAZLA YOL**



Bağımsız araştırma kuruluşları test etti, onayladı.

Yukarıdaki değer, tasarruf ve güç artışı sağlamak üzere geliştirilmiş Petrol Ofisi yakıtlarıyla katkısız yakıtlar karşılaştırılarak elde edilmiştir. Bağımsız test merkezlerinde ve bağımsız araştırma kuruluşu gözetiminde gerçekleştirilen testlerde katkısız yakıtlara göre benzin ürünleri için %4,6, dizel ürünleri için %3,7 yakıt tasarrufu sağlandığı tespit edilmiştir. Ayrıntılı bilgi için: www.petrolofisi.com.tr / 0800 211 02 29 - 0555 675 55 55



Sizi **DAHA**
İLERİ TAŞIR

HER BOY

örme sanayi ve ticaret a.ş.
knitting products. industry and trade co.



Makina Parkuru

Adet	Marka	Pus	Fine	Y. Kovan	Sistem	Açıklama
5	Pilotelli	26	28	22-26	78	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
5	Pilotelli	30	28	22-24-26-32	90	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
8	Pilotelli	32	28	10-12-24-26-32	96	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
8	Pilotelli	34	28	10-12-14-22-26	102	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
1	Monarch	32	28	22	96	Full Elastanlı 4 Çelikli Süprem
1	Orizio	30	26	22	90	Full Elastanlı 4 Çelikli Süprem
1	Orizio	34	28	22-26	102	Full Elastanlı4 Çelikli Süprem-Lacoste-İki İplik
1	Orizio	34	28	20-22-26	102	Full Elastanlı4 Çelikli Süprem-Lacoste-İki İplik
1	Orizio	30	22	20-28	90	Vanize-3 İplik-Elastanlı Süprem Dönüşümlü
1	Orizio	32	22	28	96	Vanize-3 İplik-Elastanlı Süprem Dönüşümlü
1	Orizio	34	22	28	96	Vanize-3 İplik-Elastanlı Süprem Dönüşümlü
1	Orizio	34	17	16	68	Full Elastanlı Interlock Ribana-Selanik



özme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

Adet	Marka	Pus	Fine	Y. Kovan	Sistem	Açıklama
1	Orizio	34	16	18-20	64	Full Elastanlı Interlock Ribana-Selanik
1	Orizio	36	18	20	72	Full Elastanlı Çelikli İnterlok Ribana-Selanik
1	Orizio	36	18	16	72	Full Elastanlı Çelikli İnterlok Ribana-Selanik
1	Orizio	36	18	17	72	Full Elastanlı Çelikli İnterlok Ribana-Selanik
1	Terrot	36	18		64	Full Elastanlı Çelikli İnterlok Ribana-Selanik
1	Terrot	36	18		64	Full Elastanlı Çelikli İnterlok Ribana-Selanik
1	Terrot	38	18		90	Full Elastanlı Çelikli İnterlok Ribana-Selanik
1	Mayer	32	20	22-28-10	102	Vanize Üç İplik Elastanlı Süprem Dönüşümlü-Diagonal
1	Mayer	34	20	22-28-13	102	Vanize Üç İplik Elastanlı Süprem Dönüşümlü-Diagonal
1	Pai Lung	32	20	22	96	Vanize Üç İplik-Diagonal
1	Pai Lung	32	20	22	96	Vanize Üç İplik-Diagonal
1	Pai Lung	32	13	20	96	Vanize Üç İplik-Diagonal



TÜRK DERİSİ ASYA TURUNDA

İDMİB, DÜNYADA 'TÜRK DERİSİ'
ALGISINI GÜÇLENDİRMEK

VE TÜRK FİRMALARIN ASYA
PAZARINDAKİ ETKİNLİĞİNİ
ARTIRMAK İÇİN MART AYINDA İKİ
FUAR ORGANİZASYONUNDA YER
ALDI. 26-29 MART 2014 TARİHLERİ
ARASINDA ÇİN'İN BAŞKENTİ PEKİN'DE
GERÇEKLEŞEN "CHIC FUARI"NA İLK
KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN
İDMİB, ASYA TURU KAPSAMINDA
DÜNYA DERİ TİCARETİNİN NABZINI
TUTAN "APLF HONG KONG
FUARI" NDA DA BOY GÖSTERDİ.

Asya Pasifik Deri Fuarı (APLF), 30 yıldan bu yana, istikrarlı bir gelişim ile yerel bir etkinlikten günümüz küresel deri ve deri ürünleri pazarının vazgeçilmez buluşma noktalarından biri konumuna yükselmiş durumunda. Fuar "Materials, Manufacturing and Technology" genel başlığı altında işlenmiş / yarı işlenmiş deri, deri makineleri, kimyasalları ve teknolojilerine yönelik dünyanın dört bir köşesinden tedarikçi ve alıcıları bir araya getiriyor. Fuarın ziyaretçileri arasında Coach, Bally, Ecco, K-Swiss, Li & Fung, Hugo Boss,

Adidas, Bauhaus, Debenhams, Diesel, Lane Crawford, LVMH, Marks & Spencer, Calvin Klein, Armani, Celine, Kwanpen, H&M, Clarks, Lacoste, Cole Haan, New Balance, Li-Ning, Aokang, Levi Strauss ve Next gibi tanınmış alım grupları göze çarpıyor. Etkinlik ile aynı tarihlerde ve aynı sergi alanında düzenlenen "Fashion Access – Bitmiş deri ürünleri fuarı" ve "Prime Source Forum – Hazır giyim üreticileri tartışma ve fikir paylaşımı forumu" APLF'nin bir tedarik noktası olarak bütünlüğünü sağlıyor ve uluslararası cazibesini artırıyor.

Dünya deri ticaretinin nabızı APLF'de atıyor

Türk firmalarının Asya pazarındaki etkinliğini artırmak amacıyla APLF Hong Kong Fuarı'nın bu dönemine de milli katılım gerçekleştiren İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), 54 firma ile etkinlikteki yerini aldı. Dünya deri ticaretinin nabzını tutan APLF fuarının bu döneminde 50 ülkeden bin 213 katılımcı firma yer aldı. Fuarı üç günde 94 ayrı ülke ve bölgeden toplam 18 bin 895 kişi ziyaret etti. Ziyaretçilerin en yoğun katılım sağladığı ilk üç ülke; Çin, Hong Kong ve Hindistan olarak sıralandı. Fuara ABD, Almanya, Bangladeş, Brezilya, Çin, Etiyopya, Fransa, Hindistan, Hong Kong, İngiltere, İtalya, Japonya, Kore, Meksika, Mısır, Pakistan, Portekiz, İspanya, Tayland, Tayvan ve Türkiye gibi ülkelerden de firmalar katılım sağladı.

Türk firmalarına yoğun ilgi

Bu yıl 31 Mart-2 Nisan tarihleri arasında gerçekleşen APLF fuarına 29'uncu kez katılım gerçekleştiren İDMİB, bu dönem işlenmiş/yaş işlenmiş deri ve kürk bölümü ile makine ve kimya bölümünde 54 firma ile konumlandı. Son yıllarda Türkiye'nin artan ilgisi ile fuara önemli bir çıkarma yapan Türk deri sektörü, bu dönem de güçlü bir katılım, yoğun tanıtım ve proje çalışmalarıyla fuar esnasında ses getirmeyi başardı. Fuarın oldukça başarılı bir ivme kazanması, Çin bölgesinde Türk firmalarının ticari faaliyetlerini daha da geliştirmeleri ve Türk firmalarının fuara ilgilerinin artmaya

devam etmesi gibi itici etkenlerle İDMİB, bu dönem de önemli iki ayrı proje gerçekleştirdi. "Art Meets Leather" ve "Turquoise" projeleri ile İDMİB, tüm fuar ziyaretçilerin odağında olmayı başardı. Türkiye'de ve dünyada pek çok etkinlikte adından söz ettiren ve büyük beğeni toplayan 'Art Meets Leather - Sanat Deriyle Buluşuyor' projesi, İDMİB / Deri Tanıtım Grubu'nun desteğiyle, APLF fuarı kapsamında 31 Mart - 2 Nisan 2014 tarihlerinde fuarın giriş alanı olan Hall 1 Concourse'da sergilenerek büyük beğeni topladı. Sanatçılar Ressam Lolita Asil'in 'Evrensel' deri tablosu, Ressam Suzy Hug Levy'nin 'Derilim' deri tablosu ile Heykeltıraş Yücel Kale'nin, 'Flora' adını verdiği deri heykel çalışması fuar süresince İDMİB ve DTG'nin özel etkinlik alanında ziyaretçilerin ilgisini çekmeyi başardı. "Turquoise" projesinde ise Deri Tasarımcıları Derneği üyesi Moda Tasarımcısı Murat Aytulum'un geleneksel Türk motiflerinden esinlenerek hazırladığı 12 özel koleksiyonu görücüye çıktı. Fashion Access Hall 3'de sergilenen tasarımlar ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi gördü. Katılımcı firmalar açısından katılımcıların tamamına yakını hedefledikleri bağlantıları kurmayı başararak fuardan memnun ayrıldıklarını belirttiler. Her yıl fuar idaresi tarafından geleneksel olarak düzenlenen "En İyi Deri" ödülleri birisi bu yıl da İDMİB bünyesindeki katılımcı firmalardan birine verildi. "Best Fashion Leather Collection-En Moda Deri Koleksiyonu" kategorisinde birincilik ödülü üçüncü kez Çetinkaya Deri'nin oldu.

Türk deri sektörü dünya liderliğini hedefliyor

İDMİB eski Başkanı Lemi Tolunay, APLF Hong Kong'u değerlendirerek, deri üretimi ve ihracatında Avrupa'da birçok rakibi geride bırakarak ikincilik koltuğuna oturduklarını söyledi. Türk derisinin teknoloji, dizayn ve kalitesi ile dünya deri üreticilerinin arasında yer alacağını söyleyen Lemi Tolunay, çevre dostu üretim, yüksek kalite ve şık tasarımı ile ihracata katkı yapacağını belirtti. 2013 yılında Türk deri ihracatının yüzde 16.4 oranında artış kaydederek 1.9 milyar dolar ihracatı aştığını ifade eden Tolunay, sektörün 2023 yılı ihracat hedefinin ise 5.2 milyar dolar olduğunu belirtti. Tolunay, ihracat pazarları arasında Rusya ve Avrupa ülkelerinin yanı sıra Uzak Doğu ülkelerinde özellikle Çin ve Hong Kong'un yer aldığını söyledi. Türkiye'nin coğrafi konumu itibarıyla kuzey ile güney, doğu ile batı arasında köprü görevi üstlendiğini hatırlatan Tolunay, 2013 yılında deri ihracatının özellikle Hong Kong'a yüzde 17, Çin'e ise yüzde 70 oranında artış kaydedtiğini belirterek, böylece bu iki bölgeye deri ihracatının 139 bin dolara yükseldiğini ifade etti. Güney Kore ve Japonya gibi Asya pazarının diğer önemli pazarlarının, deri ve deri ürünleri ithalatında ön sıralarda bulunduklarını söyleyen Tolunay, bu bölgede lüks tüketimin zirvede olduğunu, bu pazara girmenin zor olduğunu belirterek Türk deri ve deri ürünleri endüstrisi tarafından keşfedilmeyi beklediğini kaydetti.



İDMİB BÜNYESİNDE APLF FUARINA KATILAN ÇETİNKAYA DERİ, ÜÇÜNCÜ KEZ “EN İYİ DERİ KOLEKSİYON ÖDÜLÜ” İLE TÜRKİYE’YE DÖNDÜ. KÜRESEL BİR MARKA OLMA YOLUNDA EMİN ADIMLARLA İLERLEYEN FİRMA, BAŞARILARININ TESADÜF OLMADIĞINI BELİRTİYOR.



“ÇETİNKAYA DERİ” ÖDÜLE DOYMUYOR

Giysilik, çantalık, ayakabilik, deri, kürk ve süet gibi birçok ürünün ihracatını ve üretimini gerçekleştiren Çetinkaya Deri, uluslararası platformlarda birçok başarıya imza atmaya devam ediyor. APLF Hong Kong fuarında üçüncü kez “En İyi Deri Koleksiyon Ödülü”nü kazanan Çetinkaya Deri’nin küresel bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyen Çetinkaya Deri Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Çetinkaya ile hem fuarı hem de firmanın 2015 yılı faaliyetlerini konuştuk.

“Başarımız tesadüf değil”

2008 yılından itibaren APFL Hong Kong’a katıldıklarını söyleyen Mehmet Çetinkaya, bu sene firmaları açısından fuarın çok verimli geçtiğini söyledi. Her sene yeni müşteriler ile tanıştıklarını belirten Çetinkaya, var olan müşterileriyle de ticaret ilişkilerini daha ileriye götürdüklerini kaydetti. “En İyi Deri Koleksiyon Ödülü”nü kazanmanın hem Türkiye hem de firmaları adına çok gurur verici bir gelişme olduğunu ifade eden Çetinkaya, “Sektörün en önemli fuarlarından biri olan bu organizasyonda böylesine önemli bir sonuç almak hem

Türk deri sektörü hem de firmaları açısından gurur verici. Tabii ki bu ödül uzun bir çalışma sürecinden sonra elde edildi. Bu ödül, firmamızın dünya trendlerini ne kadar yakından takip ettiğinin, inovasyona ne kadar önem verdiğini gösteren bir sonuçtur” diye konuştu. Bu ödülü üç kez kazandıklarını söyleyen Çetinkaya, bunun bir rastlantı olmadığını belirtti. Bu tür ödüllerin, hem dış ticarete hem de yurt içi ticaretine olumlu katkılar sağladığını söyleyen Çetinkaya, “Dünyanın çeşitli ülkelerindeki temsilcilerimiz ABD, Kore, Çin, İtalya ve Çin’deki kendi ofisimiz aracılığı ile satışımız gerçekleşiyor, ayrıca her sene Hong Kong, Şanghay, Paris deri fuarlarına katılarak da pazarlama faaliyetlerimiz sürüyor. Şirketin önde gelen dış pazarları ise Çin, Hong Kong, Güney Kore, Rusya, Ukrayna, Kazakistan, Litvanya, Polonya, İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Belçika, ABD ve Kanada” dedi.

Çetinkaya global bir marka olma yolunda

Fuarda müşterilerin ilgisinin yoğun olduğunu ifade eden Mehmet Çetinkaya,

“Çok güzel övgüler aldık. Sonuç olarak fuardan aldığımız siparişlerden memnunuz. Şimdi bunları gerçekleştirmek için yoğun bir şekilde çalışıyoruz” dedi. Çetinkaya, şöyle devam etti: “2014 yılının ikinci yarısında Uşak Karma Organize Sanayi Bölgesi’nde 12 bin metrekarelik kapalı alanda, 5 milyon dolarlık yatırımla günümüzün modern teknolojisiyle çalışacak fabrikamızda, yılda 1 milyon 500 bin adet üretim planlamış bulunuyoruz. Yine aynı bölgede ve aynı kapasitede kürklük deri imalatı yapacak olan ikinci fabrikamızın faaliyetini de 2015 yılının ikinci yarısına kadar planlamış bulunuyoruz. Firmamız önümüzdeki yıllarda da sektörün liderlerinden biri olma özelliğini koruyarak, konusunda global bir marka olmak için çalışmalarını bu ödüllerden aldığı enerji ile yüksek kalite ve müşteri memnuniyetine azami önem vererek daha da geliştirecektir. İyi bir takım çalışmasının sonucu olarak ortaya çıkan bu başarının devamı için, sloganımız olan ‘Siz hayal edin biz yapalım’ diyerek çok daha fazla çalışacağız.”



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 İş Hanı No: 22/3
Mertir - 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



ANADOLU DERİSİ CHIC'TE BOY GÖSTERDİ

ASYA'NIN EN BÜYÜK FUARI CHIC 26-29 MART TARİHLERİ ARASINDA ÇİN'İN BAŞKENTİ PEKİN'DE GERÇEKLEŞTİ. DÜNYANIN FARKLI ÜLKELERİNDEN GELEN ALICI GRUPLARININ VE ZİYARETÇİLERİN AĞIRLADIĞI FUARA İDMİB BU YIL İLK KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRDİ. 'TÜRK DERİSİ' ALGISINI GÜÇLENDİRMEK İÇİN 2014 YILINDA DA ÇALIŞMALARINA HIZ VEREN İDMİB, ASYA PAZARINDAKİ TURUNU DA BAŞARIYLA TAMAMLADI.

Dünyada 'Türk derisi' algısını güçlendirmek ve Türk firmaların Asya pazarındaki etkinliğini artırmak için çalışmalarına devam eden İDMİB, 26-29 Mart 2014 tarihleri arasında Çin'in başkenti Pekin'de gerçekleşen CHIC fuarına ilk kez milli katılım gerçekleştirdi. Dünyanın farklı ülkelerinden gelen hazır giyim üreticileri ve tasarımcılarını tek çatı altında toplayan, Çin pazarına girişte köprü görevi üstlenen China International Clothing and Accessories Fair (CHIC), 26-29 Mart tarihleri arasında Çin'in başkenti Pekin'de gerçekleşti. Bu yıl 22'ncisi düzenlenen fuara başta Çin markaları olmak üzere Kore, Almanya, İtalya, Fransa ve Türkiye gibi ülkelere, 400'ü aşkın yabancı marka ve toplamda binin üzerinde firma katılırken, 4 gün süren fuar 90 bin kişi ziyaret etti. Bir önceki yıla göre ziyaretçi sayısında düşüş yaşayan fuar, bu döneminde 90 bin kişiyi ağırladı. Söz konusu düşüşe rağmen, fuarda daha yüksek kalitede alıcı ve multibrand mağazaların satın alma yetkililerinin, departman mağazası sorumlularının ve lüks ürünlere yönelik butik yetkililerinin katılımının daha fazla olduğu gözlemlendi.

Çin, her geçen yıl kendi sınırlarını aşan bir pazar

CHIC fuarı Çin başta olmak üzere Asya pazarına girişte önemli bir rol oynuyor. 2012 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 7,5 oranında artışla toplam 11,7 milyar dolar değerinde deri, deri ürünleri ve ayakkabı ithal eden Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkenti Pekin'de geleneksel olarak her yıl düzenlenen fuar, deri ve deri ürünleri ihracatı yapan firmalar açısından da büyük önem arz ediyor. 2013 yılı Ocak-Haziran döneminde Çin Halk Cumhuriyeti'nin deri ve ayakkabı ihracatı 2012 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 12,3 oranında artarak 38,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşirken, aynı dönemde ithalatın ise yüzde 10,7 oranında artış yaşadığını ortaya koyuyor. 2008 yılından 2012'ye kadarki beş yıllık süreçte Çin Halk Cumhuriyeti'nin deri ve ayakkabı ihracatı ise yıllık ortalama yüzde 20 oranında artış yaşarken, aynı süreçte ithalatı ise yıllık ortalama yüzde 18,9 arttığı görülüyor. Bu tablo içinde Çin Halk Cumhuriyeti 2013 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye'den, 5,6 milyon dolar değerinde deri giyim ve kürk

giyim ürünü ithal ediyor. Bu veriler ışığında bakıldığında CHIC'in Türk firmaları açısından önemi bir kat daha artıyor.

Katılımcı firmalara İDMİB'ten tam destek

Bu yıl CHIC fuarına ilk kez milli katılım gerçekleştiren İDMİB, düzenlediği organizasyon ile 25 deri konfeksiyon firmasının da fuarda yer almasını sağladı. Fuara İDMİB patronajında katılan firmaların yanı sıra bireysel olarak da 10 Türk firması ürünlerini sergileme fırsatı yakaladı. Gerçekleştirdiği milli katılım çerçevesinde Türk firmalarına fuar alanında 884,75 metrekairelik stant alanı tahsis eden İDMİB, firmaların fuardaki tanıtım faaliyetlerini de organize etti. Fuarda Türk firmaların stantlarına yoğun ilgi gösterilirken, katılımcı firmalar fuardan memnun ayrıldı. Ticari iş bağlantıları kurma fırsatı sunan CHIC, aynı zamanda Türk deri konfeksiyon firmalarının kaliteli ürün talebi olan alıcılarla buluşmasını sağladı.

Türk derisi gücünü tarihinden alıyor

Fuarda farklı bir konsept uygulayan İDMİB, Türk derisinin markalaşması amacıyla Anadolu'nun kültürel zenginliğini yansıtan çarpıcı bir koleksiyonun da sunumunu yaptı. Asya'nın en büyük ve en prestijli hazır giyim ve moda fuarı CHIC'te, Türk deri ve kürk sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedefiyle İDMİB tarafından "The Leather Age- Anatolia, Geçmişin Gücü Tasarımla Hayat Buluyor" projesi kapsamında üretilen tasarımlar sergilendi. Tasarım hayatına deriyi kullanarak başlayan moda tasarımcısı Hatice Gökçe tarafından uygulanan proje kapsamında sergilenen koleksiyonda, Anadolu topraklarında yaşamış Hitit, Urartu, İyon, Asur, Frig, Arzava ve Troya me-



İDMİB'in bu yıl ilk kez milli katılım gerçekleştirdiği CHIC fuarında, İDMİB'in yeni Başkanı Mustafa Şenocak, Hatice Gökçe'nin sergi alanını gezen isimler arasında yer aldı.

deniyetlerinin kendine has unsurlarını yansıtan deri kıyafetler yer aldı. Ünlü tasarımcının bu özel koleksiyonu, İDMİB öncülüğünde ilk kez CHIC fuarında görücüye çıkarıldı. Koleksiyon, uluslararası basında da yer bulurken, ziyaretçilerin de yoğun ilgisiyle karşılaştı.

İDMİB'ten fuara tam kadro katılım

CHIC fuarının çok uzun yıllardan beri yapılan önemli bir etkinlik olduğunu belirten İDMİB eski Başkanı Lemi Tolunay, "Önceden fuara bireysel anlamda katılan firmalarımız vardı. Fakat dünyada özellikle Çin pazarında Türk derisi kavramının öne çıkmasıyla birlikte CHIC fuarına bu yıl ilk defa milli katılım gerçekleştirmeye karar verdik. Bu yılki fuara 26 firma ile milli katılım gerçekleştirdik. Bunun yanı sıra 10 firmamız da bireysel olarak katıldılar. Fuara katılımımız deri konfeksiyon sektöründe

sahip olduğumuz gücü ortaya koymak açısından önemliydi" dedi. CHIC fuarının moda sektöründe Asya kıtasının en büyük fuarı olduğuna dikkat çeken Tolunay, "Yanılmıyorsam dünya çapında 35-40 ülke katılıyor. Bunlardan bir tanesi de Türkiye. Fuara katılımı deri konfeksiyona ağırlık verdik. Başka sektörden katılım olmadı. Bir firmamız da ayakkabı segmentinde katıldı. Dört gün süren fuarda Türk firmalara ilgi son derece yüksekti" dedi.

"CHIC, Çin pazarına girişte iyi bir başlangıç"

Çin pazarının Türk deri sektörü için ilginç ve büyük bir pazar olduğunu söyleyen Tolunay, "Çin ile ilişkilerimiz henüz çok yeni. Bu süreç içerisinde gayet olumlu ve başarılı sonuçlar aldık, almaya da devam ediyoruz. CHIC fuarı sırasında Türk firmalara ziyaret son derece yoğun. Bu da ilişkilerimizdeki başarının bir göstergesidir. Ancak bu ilginin ticari sonuçlarını şimdiden kestirmek zor görünüyor. Önemli olan başlamak ve devamlılık sağlamaktır. Bu nedenle CHIC fuarı çok güzel bir başlangıç oldu. Devamının da gayet iyi olacağını tahmin ediyoruz" dedi.

"Beklentilerimiz üstünde bir ilgi ile karşılaştık"

Milli katılım gerçekleştirilen her yeni fuarda katılımcı firmaların çekincelerinin olduğuna dikkat çeken Tolunay, "Biz de fuara katılırken bu duyguyla yaşadık. Bu süreçte birçok sorunla karşılaştık. Neticede bir moda ürünü pazarlıyoruz. Bu ülkede moda trendinin ne yönde olacağını da öngörmemiz gerekiyor. "Avrupa



ASYA'NIN EN BÜYÜK VE EN PRESTİJLİ HAZIR GİYİM VE MODA FUARI CHIC'TE, TÜRK DERİ VE KÜRK SEKTÖRÜNÜN YURT DIŞINDAKİ BİLİNİRLİĞİNİN VE KALİTE ALGISININ YÜKSELTİLMESİ HEDEFİYLE İDMİB TARAFINDAN "THE LEATHER AGE- ANATOLIA, GEÇMİŞİN GÜCÜ TASARIMLA HAYAT BULUYOR" PROJESİ KAPSAMINDA ÜRETİLEN TASARIMLAR SERGİLENDİ.

modası mı Rus modası mı belirleyici olacak?" veya "Amerika'da kullanılan spor giyim tarzı mı etkili olacak?" gibi sorularla karşılaştık. Ayrıca tanıtım faaliyetlerimizin ne şekilde olacağı ve ziyaretçi sayısını nasıl yöneteceğimiz gibi birçok endişe dolu sorularla karşılaştık. Tabii ilk defa yapılan çalışmada bu yönde soruların olması gayet normaldir. Nitekim bu sorular daha fuarın ilk gününde kendiliğinden cevaplarını buldu. Bir takım şeyler deneme yanılma yöntemiyle netlik kazanıyor. Fuarla ilgili sorularımız da böyle karşılık buldu. Fuarın ikinci günü firmalarla temas kurduğumuzda beklentilerinin üstünde bir ilgi ile karşılaştıklarını, gayet memnun ve mutlu olduklarını ifade ettiler. İlk kez katılıyor olmanın yarattığı tedirginlik hali fuarın daha ilk gününde rahatlık, memnuniyet ve mutluluğa dönüştü" şeklinde konuştu.

'Türkiye üst segmentteki ürünleri üretiyor'

Çin'in dünyada deri ihracatı yapan ülkeler arasında ilk sırada ve deri ithalatında da dünyada 5'inci sırada yer aldığını belirten Tolunay, "Fakat her ürün grubunda olduğu gibi deri ürünlerinde de bir miktar ve standart üretim var, bir de üst segment kaliteli markalı üretim var. Çin'in dünyaya pazarladığı ürünler tamamen alt segmentteki standart ve miktara bağlı ürün gruplarını kapsıyor. Halbuki Türkiye, deri ürünlerinde piramidin en tepe noktasındaki alıcılara üretim yapıyor. Dolayısıyla Çin, Türkiye'den üst segmentteki ürünleri talep ediyor. Bu nedenle Türkiye'nin Çin ve Japonya gibi pazarlarda çok büyük gücü var" dedi. Türkiye'nin üst segmentteki marka üretimine ve Asya pazarındaki bu ihtiyaca odaklandığını belirten Tolunay, "Kaba bir benzetmeyle spor da nasıl süper lig varsa Türkiye de ihracatta süper ligin ilk üç takımından bir tanesi. Ama



Çin gibi standart üretim yapan ülkeler ise, 2'nci veya 3'üncü ligteki takımlar arasında yer alıyor. Dolayısıyla Çin ile karşılıklı olarak birbirimizi tamamıyoruz" dedi. Tam rekabet piyasası ve açık ekonomide Türkiye'nin ucuz ürüne ihtiyacı olduğuna da değinen Tolunay, "Çin'den bir miktar ithalat yapacağız. Ama bizim esas hedefimiz katma değeri yüksek, arkasında bir tasarım çalışması, Ar-Ge çalışması ve inovatif çalışma olan yüksek değerli ürünleri Çin'e pazarlamak. Çin'in ihracat ve ithalat oranlarıyla ilgili verilen rakamlar doğru, ama mevcut duruma bakıldığında Türkiye'nin Çin ve Asya pazarında önünün çok daha fazla açık olduğunu görüyoruz" şeklinde konuştu.

Şu an Çin'de yılda 1 milyon dolar ve üstünde gelir sağlayan Çinli sayısının AB ülkeleri ile eş miktarda olduğuna vurgu yapan Lemi Tolunay, "Önümüzdeki 10 yılda bu sayının bir kat daha artacağı öngörülüyor. Tabii bu yüksek gelir grubunun sayısı arttıkça Türk deri sektörünün tasarım ve kalite anlamında ufkı da genişliyor. Tabii bizim stratejimiz uzun soluklu, üst segmentte o pazarın taleplerine uygun ürünleri yaratabilmek, marka- laşma ile öne çıkmak ve temelinde tasarım,

Ar-Ge ve inovasyon olan yüksek katma değerli ürünleri sunabilmek üzerine kuruludur. Bu yaklaşım Çin ve Asya pazarındaki dilimden bizim büyük bir pay almamızı sağlayacaktır. Türkiye'de artık Çince konuşan o kadar çok Türk genci var ki, bu bize büyük yarar sağlayacak" dedi.

İtalya, Amerika, İspanya, Almanya gibi ülkelere çıkmış birçok uluslararası marka olduğunu hatırlatan Lemi Tolunay "Bu ülkeler kendi markaları ile Çin ve Asya pazarında hemen pozisyon alacaklar. Şahsi görüşümü belirtmek olursam, bu noktada Türkiye'nin hedefi söz konusu pazarlara yönelik bunların dışında farklı bir şey yaratmak olmalı. Türkiye bu ülkelere farklı olarak, biraz Batı modasından esinlenen ama öbür taraftan da o bölgenin etnik değerlerini de tasarımlarına yansıtarak farklı bir tasarım anlayışı ile daha başka ürünler üretmek zorundadır" dedi.

Anadolu uygarlıkları Türk derisi ile can buldu

"Biz bu fuarda farklı bir yaklaşımla Türk derisi ile neler yapılabileceğini göstermek adına tasarımcımız Hatice Gökçe ile hazırladığımız projeyi de sergiledik. Deri Çağı adı altında sergilediğimiz koleksiyon çok başarılı oldu" diyen Lemi Tolunay, "Ünlü tasarımcımız Hatice Gökçe'nin yarattığı koleksiyon, çok çarpıcıydı. Osmanlı'dan önce Anadolu topraklarında yaşamış 8 medeniyetin formlarını yansıtan, kadın ve erkek modeller için tepeden tırnağa bütün kıyafetleri içeren çok farklı ve çok ilginç örnekler sunuldu. Bu koleksiyonu sergilemekteki amacımız, kültür ile deriyi birleştirerek Türk derisi ile neler yapılabileceğini ortaya koymaktı. Nitekim son derece başarılı olduğumuzu gönül rahatlığıyla söyleyebilirim. Biz DTG ve İDMİB olarak yurt dışındaki tanıtım faaliyetlerimizi aynı kararlılıkla sürdüreceğiz. Amacımız ise Türk derisi algısının tüm dünyada öne çıkması" şeklinde konuştu.



CHIC Fuarı'nda İDMİB'in Yeni Başkanı Mustafa Şenocak, Çin basınına Türk deri sektörü ile ilgili detaylı bilgi verdi.

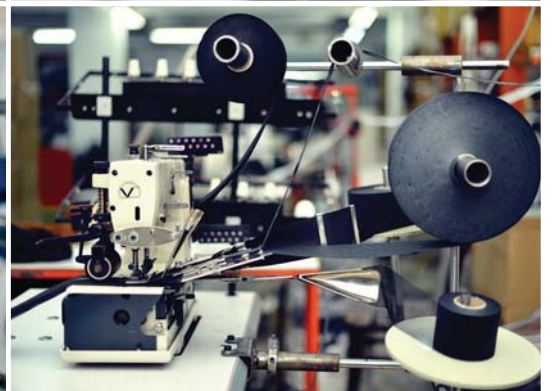


Zafer Mh. Aydınlık Sk. No: 10-12A Yenibosna - Bahçelievler / İstanbul

Tel: +90 212 653 66 62 - 639 32 69

Fax: +90 212 552 62 58

www.aktmensucat.com.tr



TREND SEMİNERİ

UR-GE 3T HAZIR GİYİM VE TASARIM KÜMESİ, DÜNYA MODASINA YÖN VEREN WGSN İLE “MODA TREND EĞİTİMİ”NDE BULUŞTU. SÖZ KONUSU EĞİTİMLE, HAZIR GİYİM VE TASARIM KÜMESİ’NDE YER ALAN FİRMA VE TASARIMCILARA GELECEK SEZONUN TRENDLERİ HAKKINDA İPUÇLARI VERİLDİ.



UR-GE PROJESİNDEN MODA DOLU BİR ADIM DAHA

Moda dünyasının ana britannicası Worth Global Style Network (WGSN) 9 Nisan tarihinde Ur-Ge 3T (Tasarım, Trend ve Tanıtım) Hazır giyim ve Tasarım Kümesi ile “Moda Trend Eğitimi”nde bulundu. Sürdürülebilir ihracatı artırmak ve uluslararası rekabet gücünü geliştirmek adına Ekonomi Bakanlığı’nın da desteğiyle yürütülmekte olan proje kapsamında, 25 firma İstanbul Moda Akademisi’nde WGSN ile ikinci kez bir araya geldi.

Eğitime katılan 25 firma; Ayliz Tekstil, Baddilli Tekstil, Baran Giyim, Berat Tekstil, Bisa Giyim, Dantel Pazarlama Konfeksiyon, Erba Tekstil, Ereks Konfeksiyon, Nurteks Konfeksiyon, Özbaşkent Giyim, Paristan Tekstil, Setre Giyim, A46-Tuvanam, Aslı Güler, Çiğdem Akın, Elif Çiğizoglu, Gamze Saraçoğlu, Lug Von Siga, Mehtap Elaidi, Nej, Nihan Peker, Özgür Masur, Özlem Kaya, Simay Bülbül ve Zeynep Tosun yer aldı. WGSN tarafından verilen seminerde, kadın giyim üretimi ve tasarımı üzerine İlkbahar/Yaz 2015 trend sunumu, Sonbahar/Kış 2014/15 defile analizleri, Sonbahar/Kış 2015/16 makro trendler, tüketici ve sosyal trendler firmalara anlatıldı. WGSN’nin Danışmanlık Bölüm Direktörü

Ruth Marshall-Johnson’un sunumuyla gerçekleşen eğitimde, Hazır giyim ve Tasarım Kümesi’nde yer alan firma ve çalışanlara gelecek sezon nelerin moda olacağına dair ipuçları verildi. 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. Moda Trend Eğitimi etkinliğini; Mehtap Elaidi, Elif Çiğizoglu, Nihan Peker, Çiğdem Akın, Aslı Güler ve Özlem Kaya’nın da aralarında olduğu Ur-Ge projesine dahil olan tasarımcılar takip etti.

Doğaya “Focus”lanın

Bu palette yazlık koyu renklerin yer aldığı ifade eden Ruth Marshall, bu trendlerin oldukça sofistike renklerden oluştuğunu ve çok fazla şeffaf katlar görülerek farklı kumaşların birbirlerinin üzerine geleceğini belirtti. Çiçek desenlerinin 2015 yılının gözdesi olacağını söyleyen Marshall, “Çiçek desenlerinin her türlü giyside kullanıldığını görüyoruz. Geleneksel çiçek desenlerinin bir

cam filtresinin ardından kırılıp, dağılarak hem kadınlarda hem erkeklerde yeniden oluşturuluyor. Yaşamsal renklerin yer aldığı temada, vitamin renkleri, meyve renkleri, güneş renkleri görüyoruz. Bu sezonun en yoğun renklerini burada görüyoruz. İnsanda bir umut, mutluluk duyguları uyandıran renkler, insani bir yan ortaya çıkarıyor” diye konuştu. Paletin başka bir tarafında ise vişne renginin görüldüğünü kaydeden Marshall, koyu rengi görmenin biz de farklı bir ruh hali yaratacağını ve “Focus” temasında mesajın hem içe hem de dışa dönük bir mesaj içerdiğinin altını çizdi. Marshall, şöyle devam etti:



“ÖZEL GÜN KIYAFETLERİNDE SPOR GİYİMİN ETKİLERİ ÇOK FAZLA GÖRÜLÜYOR. SPOR GİYİMİNDEN İLHAM ALINILDIĞINI VE PERFORMANS KUMAŞLARININ KULLANILDIĞI GÖZE ÇARPIYOR. BURADA HEYKELSİ KESİMLER MODERN ŞEKİLLERDE KULLANILIYOR.

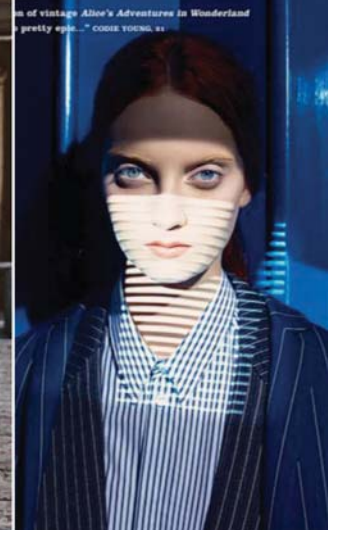
“Özel gün kıyafetlerinde spor giyim etkileri çok fazla görülüyor. Spor giyiminden ilham alındığını ve performans kumaşlarının kullanıldığı göze çarpıyor. Burada heykelsi kesimler modern şekillerde kullanılıyor. En az feminen örnekler görüldüğünün bu temada görülüyor ama bir o kadar da feminen bir yapı ile karşımıza çıkıyor. Etekler ve bluzlar, sportif bir yaklaşımla vücuda oturacak şekilde yeniden tasarlandığını görüyoruz. Baskıların içinde duygusal yanların ortaya çıktığı temada, doğa resimleri çok fazla öne çıkıyor. Dijital baskının çok fazla yer alacağı temada; hem erkekler hem de kadınlar için eskiden oldukları kadar agresif değil, daha yumuşaklar ve biraz daha feminenler. Bu trendler bütün kategorilerde yer alacak. Denim ve kot kumaşlar bu temada daha da güzelleşiyor. Ağartılmış motiflerin görüldüğü temada, vintage'dan etkilenecek bir yumuşaklık işin içerisine giriyor.”

Vitamin renkleri içimizi açacak

Birbirini dengeleyen unsurların bir arada olduğunu ve ekose, çizgili birçok motifin yer aldığını söyleyen Marshall, renklerin olumlu bir canlılık ifade ettiğini söyledi. Gündelik hayata atıfta bulunulduğunu ifade eden Marshall, “Büzgünlü bir zeminin ortaya çıktığı renklerde, smart casual'a benzemesine rağmen gece elbiselere ve premium markalara da yansımaya başlıyor. Vitamini tazeliğinin yer aldığı renklerde, tüketici baktığı anda fark edecek. Burada neon renklerinden bahsetmiyoruz, doğadan ilham alınan bir palet vurgu yapıyoruz. Akşam kıyafetlerine bakıldığında ise çok güzel şeffaflar görüyoruz veya özel günlerde giyilebilecek kıyafetlerde çok inovatif yeni yönler öne çıkıyor. Beyazın önemi göze çarptığı temada, beyaz üzerine renkliler göreceğiz. Jarse örgüler çok fazla görüldüğü temada, gölgeli ve degrade renkler göreceğiz. Yaz koleksiyonlarında yazlık tweeti görüyoruz. Yaz sezonunun çok da alışık olmadığı bu kumaşları kullanarak yeni ve değişik fikirlerin ortaya çıkacak. Yazlık ketenlerin ve dokulu ipliklerin görüleceği bu temada, çift yüzü gömleklik kumaşlar, baskılı tişörtler, sweatshirtler ve yazlık taytlar da göreceğiz” ifadelerini kullandı.

Gerçek kot geri geliyor: History 2.0

Kot açısından bakıldığında ise denimde de aynı yolun izlendiğini söyleyen Marshall, bu trendde denizcilik ile ilgili bir yaklaşım gördüklerini ve rahat, tomboy diyebileceğimiz bir kot hikâyesinin olacağını söyle-



di. Marshall, “Gıcır gıcır beyazlar, indigo patchwork'ler ve suluboya etkileri görüyoruz. Bu temada Western güncellemesi görünürken gerçek kotun geri geldiğini görüyoruz. Erkeklerde koşu pantolonu, işçi tulumu ve aynı zamanda basketbol şortu görüyoruz. Kadınlarda ise yine rahat, tomboy görünümlü, erkek Fatma görünümlü diyebileceğimiz yaklaşımlar var. Batılı ve Doğulu yaklaşımların bir araya geldiğini görüyoruz. Geniş paçalı, kısa boyfriend pantolonlarını gördüğümüz trendde, skinny jean'den birazcık uzaklaştığımızı görüyoruz. Mavinin canlılığı önemli bir ticari mesaj içeriyor. Paçavra gibi görünen bazı denim tasarımları son derece hafif, gramajlı kumaşlardan oluşuyor” şeklinde konuştu.

Geçmişten gelen gelecek: History

Marshall, tarihten ilham alınan bu temada, bu sezon içerisinde en dışı olan trendlerden biri olarak karşımıza çıkacağını kaydetti. Marshall, tarihin modernize olduğu temada, daha önce tarihten silinmiş hayvanların, bitkilerin ortaya çıkacağını ve yaratıcı bir fikir ile sanatsal bir şekilde gündelik ticari ürünlerin arasına mitolojik unsurların gireceğini belirtti. İkinci palette ise hayal gücünün yer alacağını belirten Marshall, “Mordan mavilere, pembelerden kırmızılara doğru gidilirken koyu kahverengiler, siyahlar, kontrastın sağlam kısmını oluşturuyor. Trend içerisinde ekose ve çizgili tropikal kıyafetler var. Burada sanki filtrelenmiş bir palet karşımıza çıkıyor. Yumuşak ama yapılandırılmış bir görünüm ortaya çıkıyor. Bir tarafta bir seçkin sofistikelik, diğer tarafta da metalik renkler görüyoruz. Birbirine zıt konseptler var. Bunlar birbirine zıt hayat tarzlarını temsil ediyor. Bunlar rahat bir akşamüstü kıyafeti için örneklem oluşturuyor. Çok basit bluz ya da pantolonun bu trendde kullanıldığını görü-

yoruz. Özel gün kıyafetleri biraz daha fantastik bir güzellikle ilgili, çok yumuşak gramajlı kumaşlar ve çok hassas dokulu kumaşlar kullanılıyor. Yine geçmişe bakılarak ama geleceğe güncellenmiş bir geçmişin ortaya çıktığını görüyoruz. Bu trendde zanaatkarlık öne çıkıyor. Bunların örneklerini podyumlarda görüyoruz, çok fazla yerel desenler bir araya gelerek, demografik içerikler yer alacak. Bunlar çok kültürlü bir hayatı temsil ediyor. Sloganları bu sezonda çok göreceğiz, hem söyledikleri ve içerikleri açısından hem de kullanılan yazı karakterleri açısından bu sefer daha basit olacaklar. Folk geometri öne çıkarken, buna yeni hippy ya da yeni bohem tarzı diyoruz. 2015 yazında bu trend oldukça ticari bir trend olacak” şeklinde konuştu.



TREND SEMİNERİ



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

"Ur-Ge 3T Hazır Giyim ve Tasarım Kümesi ile hazır giyim firmalarının tasarım, trend ve tanıtım odaklı güçlenerek, uluslararası arenada rekabet edebilirliğini artırmayı hedefliyoruz."

Renklerin yolculuğu

Bir yolculuk geçirmiş gibi renklerin olacağını belirten Marshall, gündelik kıyafetlerde seçkinlik ve rahatlığın ön plana çıkarken, degrade ve uç kısmı boyalı parçaların karşımıza çıkacağını söyledi. Folyolu, metalik yansımaların ve çift dokumalı organzelerin ortaya çıkacağını belirten Marshall, bu yaklaşımı mücevherlerde de görüleceğini söyledi. Denimde Amerikano etkisinin olduğunu belirten Marshall, "1950'lerdeki bombin gömleği, Rodeo yelege, vintage ince dar kesimli kot, fakat bu skinny değil, dar kesimli ceket, kısa pantolon hem kotlarda hem kumaşlarda daha fazla hayatımıza giriyor. Yıkanmış monokromlara bakacak olursak kömür lekeleri, kaplanmış siyahlar, vintage griler, yıkanmış ekrolar öne çıkıyor. Derin bir indigo rengi ve mavi-siyah tonlar görüyoruz. Bu trendde çok fazla seçkin premium denim olduğunu göreceğiz ve bunlar lüks kumaşlarla birlikte kullanılacak. Denim bütün pazarda yeniden yaratılıyor olacak. Bu da bizi üçüncü trende getiriyor" dedi.

Bio-Dynamic ile yeni dokular

Bu trend içerisinde form ve yapıardan çok fazla etkilendiğini söyleyen Marshall, sanki mikroskoptan bakar gibi mikroskobik bakış açılarının ön plana çıktığını belirtiyor. Bir

lamelden görülen bakteriler gibi desenler göreceğimizi söyleyen Marshall, "Burada birbiriyle çelişen renkler ortaya çıkartılmak suretiyle yeni bir doku çıkartılıyor. Griler, maviler, çok güzel bir limon sarısı, zümrüt yeşili casual ve sporvari bir giyim içerisinde kendisine yer bulurken, sert, kesin çizgilerden geometrik, ızgara şekillerinden uzaklaşıyor ve daha yayvan, kaygan akışkan motiflere gidiliyor.

Burada aynı zamanda tamamıyla el yapımı bir palet de göreceğiz. Kirli renkler ortaya çıkarken, dalga şeklinde yayılan değişik dokular görülüyor. Sanki güneşin altında bırakılmış renkler göze çarpıyor. Daha önce bu trendde çöl etkisi varken, bu sezon da birazcık daha lüks bir hale dönüşüyor. Indigo ve maviler, yıkama efektleriyle karşımıza çıkıyor ve çok fazla batık etkisi var. Kotlara bakıldığında ise yine bakteriyel biçimlere ağırlık veriliyor" dedi. Bu trendde özellikle kadınlar için denim renklerinin uç noktalara taşındığını ifade eden Marshall, şöyle devam etti: "Tamamen rastgele yapılmış, planlı yapılmamış gibi görünen organik yaklaşımlar söz konusu. Seçkin giyimle gündelik giyim bir araya geliyor, yazlık kıyafetlerde ise yarı transparan örnekleri çok fazla göreceğiz. Beyazın üzerine yeşil, üzerine kırmızı gibi üst üste binmiş renkler görülecek. Burada pop art fikri karşımıza çıkıyor ve çocuk giyiminden çok fazla ilham alınıyor. Rahat bluzan ceketler erkekler için ön plana çıkıyor, ama bunların ceketlerle güncellenerek askeriye göndermesi var. Yine pod-yumlardan gelen mesajlardan bir tanesi kotlarla ilgili; özellikle hasar verilmiş gibi görünen parçalar görülüyor ve bu da denimin boyutsallığıyla oynuyor. Parçalarda eksantrik ve lüks bir etki yaratıyor. Bazı geleneksel Japon malzemeleri de tekrar canlanıyor. Makro trendler, tüketici ve sosyal trendlerde sembolik bazı unsurlar öne çıkarken, tişörtlerde numoroloji örnekleri görülecek. İkinci kısımda ise süper kahramanları görüyoruz. Pozitif desenlerle ortaya çıkıyor. Siyasi, ekonomik, sosyal konular baskılarda grafikler üzerinde çok fazla etkisi olacak."



TASARIMCI-MARKA İŞ BİRLİĞİ

Tasarım, trend ve tanıtım odaklı rekabetin artırılması yaklaşımı ile geliştirilen 3T Hazır giyim ve Tasarım Kümesi kapsamında, küme içerisinde yer alan her firmaya en uygun tasarım ve koleksiyon yapılandırma desteğini sağlayabilmek için firma ziyaretlerine de başladı. Bu faaliyet kapsamında firmaların kendi çizgilerine yakın bir tasarımcı ile ortak bir çalışma yürüterek koleksiyonlarını genişletmeleri, tasarımcı firma iş birliğinin güçlendirilmesi amaçlanıyor. Hazır giyim firmalarının tasarım, trend ve tanıtım odaklı güçlenerek uluslararası arenada rekabet edebilirliğini artırmayı hedeflediklerini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bu hedefe ulaşmada kümelenme yaklaşımına verilen önemin altını çizdi. Tanrıverdi "Küreselleşen dünyada kümelenme girişimleri hem sektörlerin rekabetçi gücünün artırılması hem de ekonomik kalkınmanın sağlanması için ön plana çıkan bir yaklaşımdır. Üyelerimizin hem iç hem de dış pazarda güçlenmesini sağlamak amacıyla kümelenme yaklaşımına dayanan ortak faaliyetlerin artırılması ve bu iş birliğinin tasarım, trend ve tanıtım odaklı olması hedefleniyor" diye belirtti.



**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)



Tested for harmful substances
according to Oeko-Tex® Standard 100
12.HTR.13688 Hohenstein

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

WGSN TARAFINDAN VERİLEN MODA TREND EĞİTİMİNİ; MEHTAP ELAİDİ, ELİF CİÇİZOĞLU, NİHAN PEKER, ÇİĞDEM AKIN, ASLI GÜLER VE ÖZLEM KAYA'NIN DA ARALARINDA OLDUĞU UR-GE PROJESİNE DAHİL OLAN TASARIMCILAR TAKİP ETTİ.

Renk, doku ve kuplarla ilgili alanlarda bu eğitimin koleksiyonumu hazırlarken etkileri olacağı kesin. Koleksiyonun havası ve hitap ettiği kadın kısmını zaten çalışıyorduk ve ikinci önemli noktamız, renk ve doku olacaktı. Bu konuda trend eğitiminden faydalaniyor olacağız. Farklı doku ve bitiriş çalışmamızda bize farklı doneler vermiş oldu. Bunun yanı sıra pastellerdeki renk kombinleri akılcıca yapılmıştı. Bütün bunları filtreledikten sonra, koleksiyondaki etkileri gözüküyor. Bunun dışında, tüm eğitim süresinde, sizinle alakası olmadığını düşündüğünüz görsellerde insanın aklında bir şekilde takılıyor ve bir şekilde onlarında geri dönüşü oluyor.



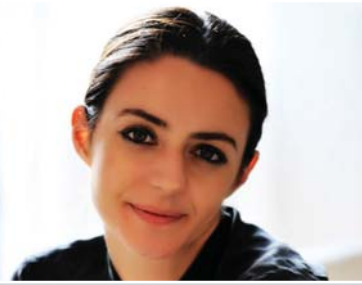
MEHTAP ELAİDİ

WGSN takip ettiğimiz ve çok önem verdiğimiz bir kaynak. Onların seminer vermesi bizim için çok değerli. Koleksiyonumda onların bilgilerinden kesinlikle faydalaniyorum. Yaptığımız mood boardlarda, renk tablolarında hepsinde bunlardan faydalaniyoruz. Birkaç tane trend görüyoruz burada. Ama mutlaka kendime yakın hissettiğim ve koleksiyon tarzıma uygun olan trendler bana çok ilham veriyor. O yüzden bazı fotoğraf karelerini, kendi defilem veya koleksiyonum gibi hayal edebiliyorum. Doğru kumaş örnekleri, renkler veya değişik kombinlerde bana çok fikir verebiliyor. WGSN seminerinin yanı sıra kendi koleksiyonumda görebileceksiniz.



NİHAN PEKER

Moda trend eğitiminin koleksiyonumu hazırlarken kesinlikle çok büyük bir etkisi olacaktır. Birincisi dünyanın her tarafında yapılan bir etkinlik zaten. WGSN çok büyük bir firma. Ben şu anda Network ve Que markalarının danışmanlığını da yapıyorum. Orada da zaten firmamız bu eğitimi alıyor. Onlarda bu konuda çok dikkatli. Bu eğitim renklerin, formun ne olacağı hakkında bizlere bilgi veriyor. Bu eğitimi takip ediyor olmak bizim bir adım önde gitmemizi sağlıyor.



ELİF CİÇİZOĞLU

Tasarımcılar gerekiyor tasarım kavramını ve formu yaratırken öncü olmamız gerekiyor. Hep yeni formlar deneyen bir tasarımcıyım. O yüzden benim için gerçekten çok yararlı. Hiçbir şey yapmasa bile gözünü açıyor, eğitiyor.

Yaz koleksiyonumu daha yeni yapmaya başladım. Benim için en gerekli olan kısım renkler ve genel desenler. Çünkü ben koleksiyona renk ve desenden başlıyorum. Renkler belli olduktan sonra desenimi o renklere uygun olarak adapte ediyorum ya da bazı desen içi renklere de diğer ürünlerimi çıkarıyorum. WGSN'in yaptığı seminer sayesinde hangi renklerin öne çıktığını görüp, tarzıma uydurabileceğim renkleri adapte ediyorum koleksiyonuma. Şu anda mesela benim kullanacağım renkler hakkında burada üç tane tema belirlendi. O temalardan bir tanesi bana uyuyor. Tabi ki birebir onu uygulamayacağım. 'Aslı Güler Kadını ne giyer, nasıl giyer?' sorusuna göre feminize edilecek, kumaşlar ona göre seçilecek.



ASLI GÜLER

Tasarımcılar açısından koleksiyon hazırlarken gelecek sezonun trendlerini, renklerini önden bilmek daha başarılı oluyor. Çünkü biz ne kadar tasarımcı da olsak günü yaşıyoruz. Bu bilgileri de unutabiliyoruz. Bu açıdan Moda Trend Eğitimi önemli bir etkinlik. Örneğin; gelecekte dijital baskıların, baskılarda daha değişik detayların, paletlerdeki renklerin farklılığı gibi bilgilerin yer alacağını söylediler. Bunlar küçük ama önemli şeyler. Koleksiyonda önemli yer teşkil ediyorlar. Çünkü koleksiyonda renkler ve trendler önemli yer tutuyor. Bu bilgileri dikkate almamız gerekiyor.



ÇİĞDEM AKIN

Bu eğitimde hem moda ile ilgili hem de renklerle ilgili ipuçlarını alıyoruz. Her ne kadar onu direkt olarak firmanın bünyesine uygulayamasak bile kendi konseptimize uyarlayacak şekilde yorumlar katıyoruz. Bu tür eğitimlere, seminerlere katıldıkça sektörü okuyabiliyorsunuz. Böyle bir alışkanlık kazandırıyor size. Uyguladıkça yanlışlarınızla doğrularınızla bir bütünlük oluşturmaya başlıyorsunuz. Ne kadar bilginiz olursa olsun sonuçta moda kolektif bir iş. Burada iyi bir diyalog yakaladığınız zaman sonucu iyi alabiliyorsunuz.



FİLİZ GÜLLE

Let's DENIM!



kilimdenim



KilimDenim is a company of Kilim Group

ANILORAK



DEMET AKALIN



POTAP & NASTYA

5-11 HAZİRAN

DOSSO FASHION
DOSSO SHOW 2014

KAZANARAK EĞLENMENİN TEK ADRESİ

IRINA SHAYK



DÜNYACA ÜNLÜ BİR TOP MODEL VE SEVİLEN SANATÇILAR EŞLİĞİNDE
MODAYA DAİR ARADIĞINIZ HER ŞEY
5-11 HAZİRAN 2014'TE İŞ İLE TATİLİ BİRLEŞTİREN
DOSSO DOSSI FASHİON SHOW'DA.

www.dossodossi.com



DERİ TANITIM GRUBU ÖNCÜLÜĞÜNDE BENZERSİZ BİR PROJEYE İMZA ATAN MODA TASARIMCISI HATİCE GÖKÇE, YENİ KOLEKSİYONU İLE DİKKATLERİ ÜZERİNE ÇEKTİ. ANADOLU TOPRAKLARINDA VARLIĞINI SÜRDÜRMÜŞ SEKİZ MEDENİYETTEN İLHAM ALAN 'THE LEATHER AGE - ANATOLIA ∞' PROJESİ, 14 NİSAN 2014 TARİHİNDE İSTANBUL MODERN'DE TANITILDI.



ANADOLU DERİSİ TASARIM ÇAĞINI YAŞIYOR

Moda tasarımcısı Hatice Gökçe, Deri Tanıtım Grubu (DTG) öncülüğünde eşsiz bir projeye modaseverlerin karşısına çıktı. "The Leather Age-Anatolia ∞" projesi kapsamında Anadolu'da yaşamış sekiz farklı medeniyetin motiflerini yansıtan modellerin yer aldığı bir koleksiyon hazırlayan ünlü tasarımcı, koleksiyonunu 14 Nisan tarihinde görücüye çıkardı. İnsanlık tarihinin başladığı noktadan beri bu topraklarda var olan deri, "The Leather Age" projesinde yenilikçi doku ve formlarla hayat buluyor. Anadolu'da yaşamış sekiz medeniyetin farklı karakterlere dönüştüğü bu projede her bir karakter bir medeniyeti yansıtıyor. "The Leather Age" projesi, ilhamını bu topraklarda hüküm sürmüş medeniyetlerden alarak, geçmişin gücünü bugünün yeniliği ile buluşturarak geleceğe taşıyor. Geçmişle şimdiyi bir arada tutan harç ise, Hatice Gökçe'nin zamansız moda anlayışı oluyor.

8 medeniyet 16 eşsiz tasarım

Hatice Gökçe'nin Anadolu topraklarında yaşamış Hitit, Lidya, Urartu, İyonya, Asur, Frigya, Arzawa ve Troya medeniyetlerinin kendine has unsurlarını yeniden ele alıp deri ile bir araya getirip forma kavuşturduğu çok katmanlı 16 tasarımdan oluşan eserler, özel bir enstelasyon çalışması ile İstanbul Modern'de düzenlenen görkemli gecede sergilendi.

Hatice Gökçe'nin kapsamlı bir araştırma sonucunu ortaya çıkardığı tarihsel motifler, deri yüzeylerinde tekrar yorumladığı eserlerin tanıtıldığı geceye, Deri Tanıtım Grubu ev sahipliği yaptı.

Geceye İDMİB'in yeni Başkanı Mustafa Şenocak, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin yanı sıra sektör temsilcileri ve moda dünyasının önemli isimleri katıldı. Gecede bir

konuşma yapan DTG Yönetim Kurulu Üyesi Erdal Matraş Deri Tanıtım Grubu olarak amaçlarının dünyada 'Türk Derisi' algısını güçlendirmek ve Türk derisini bir marka haline getirmek olduğunu belirterek, "Bu amaç için bugüne kadar pek çok iş birliğine imza attık ve dünyanın farklı şehirlerinde projeler gerçekleştirip sunduk. Ama sanıyorum ki en ihtişamlısını bu akşam sizlerle birlikte görüyor olacağız" dedi.

Deri Tanıtım Grubu olarak 2 milyar dolar olan deri ve deri ürünleri ihracatını 2023'te 5,2 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerine dikkat çeken Matraş, "Bu hedefimize Türk moda, tasarım ve deri sanayisinin gücünü dünyanın farklı tasarım, sanat ve moda başkentlerinde gerçekleştirdiğimiz projelerle göstererek ulaşacağımıza inanıyoruz" dedi.

Medeniyetler beşiği: Anadolu

Moda endüstrisinin gelip geçici sistemi içerisinde bu duruma direnç gösterebilmek için, sistem dışında kendine özgü bir dil ve dünya inşa etmek güdüsü ile hareket ettiğini belirten Hatice Gökçe ise, “Anadolu toprakları medeniyetlerin adeta doğum yeri. Her bulunan kalıntı ile katman katman farklı yaşamlara, mücadelelere, kültürlerle şahit oluyoruz. Kalıntılarda hakim olan mücadele, var olma ve aktarma hissi. The Leather Age-Anatolia∞, ilhamını bu topraklarda hüküm sürmüş medeniyetlerden almış, geçmişin gücünü bugünün yeniliği ile buluşturmak ve geleceğe taşımak isteyen bir proje. Proje için hazırladığım her tasarım sadece deri malzemesi kullanılarak tasarlandı” diyerek tasarımlarına kaynaklık eden fikrin özgünlüğüne vurgu yaptı.

DTG ile tasarımcı iş birliği: The Leather Age / Anatolia∞

Tasarım hayatına deriyi kullanarak başlamış bir tasarımcı olarak, deriyi tercih etmesini insanoğlunun var olduğundan beri hep kullandığı malzemenin deri olmasına bağlayan Hatice Gökçe, “Bu proje ile bir moda tasarımcısı olarak deri tutkumu anlayan ve benimle paylaşan DTG ile ortak akıl yürütüyoruz. The Leather Age projesi, bu akıl yürütmenin somut örneği olacağı için de çok mutluyum. Tasarım alanımı isteyerek sınırlandırdım ve zevkle tasarladığım ve ürettiğim bu süreçte en büyük yardımcım ‘Anadolu Medeniyetleri Araştırma Merkezi’ oldu. Yerli ve yabancı tüm kaynaklara ulaşabildim” şeklinde konuştu.



Her medeniyetin tortusu deri dokusu ile buluştu

Hitit, Lidya, Arzawa, Frig, İyon, Urartu, Asur, Troya olmak üzere 8 medeniyet ve milletten seçimler yaptığı bilgisini veren Gökçe, “Urartuların uçmayı hayal ettiği kanatlı insan heykelcikleri, Arzawaların ilginç fiziki yapıları, Hititlerin hiyeroglifleri, Truvaların savaş sahneleri, Asurluların savaşta atılganlıkları ve zalimlikleri gibi her medeniyetin tortusu bir deri dokusu ile buluştu. Yaklaşık bir yıllık bir süreçte tasarım ve üretim gerçekleşti” dedi. Birebir geçmiş formları günümüze uyarlama, yansıma kaygısı içinde olmadığını da ifade eden Gökçe, “Medeniyetlerin bende kalan tortusu ya dokularda varlar ya da tasarımın bütününde bir his uyandıracak şekilde tasarlandı. Proje boyunca, deriye doku kazan-

dırmak onu hırpalamadan, parçalamadan olduğu hali ile forma kavuşturmak, bütünü bozmadan bir bütüne ulaşmak ilkemdi” şeklinde konuştu. Seçtiğim tüm medeniyetler M.Ö. var olmuş medeniyetler. Derinin eski çağlarda en çok aksesuarda kendini gösterdiğini belirten Gökçe, “Ben daha çok M.Ö. var olmuş medeniyetler üzerinden çalıştımsa da sonraki medeniyetlerin deride uyguladıklarını görünce deriyi kullanım güçlerine hayran olmamak imkansızdı. Bir sonraki projem ve dönemlerim için çalışmalarına başladım. M.S. var olan medeniyetler deriyi inanılmaz kullanmışlar. Bu da başka bir projenin konusu” diyerek yeni projesi hakkında ipucu verdi.

Samimi ama kışkırtıcı bir proje

Hislere, zanaata, öngörülmezliğe dikkat çekmeye çalıştığını belirten ünlü tasarımcı, moda akımlarına kapılmadan, güncel gelgit heyecanların etkisi dışında tasarımın gerçek öğelerini yansıtmayı arzuladığını ve bu projenin samimi ama kışkırtıcı bir proje olmasını istediğini söyledi. The Leather Age-Anatolia∞'nın doku aşkıdan doğmuş bir deri tasarım projesi olduğuna vurgu yapan Gökçe, “Bir moda tasarımcısı olarak deri tutkumu anlayan ve benimle paylaşan Deri Tanıtım Grubu'na (DTG) bir kez daha teşekkür etmek istiyorum” dedi. Deri Tanıtım Grubu'nun sponsorluğunda gerçekleştirilen The Leather Age -Anatolia ∞ projesinin fotoğraflarını Dağhan Gürkanlar, sanat yönetmenliğini Bilge Tuğsuz, kitabını ise ünlü grafik sanatçısı Bülent Erkmen yaptı. Proje, 2014 yılı içerisinde bir çok uluslararası fuarda, tasarım ve sanat mekanlarında sergilenecek.



TEKSTİLCİLERİN FARKLI SEKTÖRLERE YAPTIĞI BAŞARILI YATIRIMLARA ARTIK ALIŞILDI. RİSKİ DAĞITAN VE FİRMALARIN VİZYONUNU GENİŞLETEN BU TİP YATIRIMLARIN HEM GENEL EKONOMİYE HEM DE SEKTÖRE KATKISI ARTIK BİLİNİYOR. BU TİP YATIRIMLARIN SONUNCUSU İŞE TRİKO ÜRETİCİSİ VE İHRACATÇISI EYÜP GÜZEL'İN MALATYALI ÜNLÜ LEZZET USTASI CEBRAİL KARAMAN'LA BİRLİKTE İSTANBUL'A GETİRDİĞİ SATIR KEBAP.



TEKSTİLDEN KAZANDIĞINI GELENEKSEL TATLARA YATIRDI

Ekonominin ve ihracatın dinamosu durumundaki tekstil ve hazır giyim firmalarının son yıllarda giderek daha yüksek oranda sektör dışı alanlara yatırım yaptıkları biliniyor. Turizm, gıda, enerji gibi sektörler bu alanda başı çekiyor. Bunun son örneklerden biri de triko sektörünün tanınan isimlerden biri olan Eyüp Güzel'in Malatya'nın meşhur markası Satır Kebap'ı İstanbul'a getirmesi. Eyüp Güzel ile bu yeni yatırımını konuştuk.

Yıllarca sizi triko üreticisi ve ihracatçısı olarak tanıdık. Hatta TRİSAD'ın kuruluşunda önemli görevleriniz oldu. Bugün ise yeni yatırımınız konuşuluyor. Satır Kebap'a gelmeden önce sizin triko sektöründeki geçmiştinizden söz edebilir miyiz?

Benim tekstil ve hazır giyim sektörü ile tanışmam 1964 yılına dayanıyor. Sektördeki hikayem 11 yaşında başlıyor; yaklaşık 50

yıldır tekstil ve hazır giyim sektörünün içindeyim. Sektörde çıraklık, kalfalık ve ustalık dönemlerinin hepsini yaşamış biriyim. 1975 yılından bugüne kadarda sektörde işveren olarak yer alıyorum. Dolayısıyla triko sektörünün A'dan Z'ye kadar her aşamasını gördüm. Sektörde uzun yıllar Güzel Örne adıyla yer aldık. Üç yıldır ESM Triko firması olarak çalışmamıza rağmen zaman zaman bize gelen gönderilerin üzerinde hala Güzel Örne yazıyor. Bu da bizim tanınırlığımızın

“BEN SEKTÖRDE YER ALAN FİRMALARIN ÇEŞİTLİ ALANLARDA YATIRIM YAPMA TAVRINI ‘BÜTÜN YUMURTALARI AYNI SEPETE KOYMAMA’ PRENSİBİ OLARAK DEĞERLENDİRİYORUM. BÖYLECE YATIRIMLARININ ANA MERKEZİNE TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİ KOYAN SANAYİCİLERİMİZ KENDİLERİNE DAHA ÖZGÜVENLİ OLARAK ÇALIŞMAYA BAŞLADILAR.”

bir göstergesi. 1989 yılından itibaren çok yoğun olarak ihracata yöneldik. Dünyanın birçok ülkesine triko ihracatı gerçekleştirdik. 90'lı yıllarda Laleli piyasasında da yoğun faaliyetimiz vardı. Ayrıca bütün bu süre zarfında sektöre güç katan birçok çalışmanın ve kurumun içinde bulunmayı da ihmal etmedik. 1994 yılında Türkiye Triko Sanayicileri Derneği'nin kuruluşunda yer aldım. 1996 yılında TRISAD Kız Meslek Lisesi'nin kurduk. Daha sonra İhracatçı Birliklerinde ve İstanbul Ticaret Odası'nda da çeşitli görevlerde yer aldım. İstanbul Sanayi Odası'nda bir dönem Komite Başkanlığı yaptıktan sonra bir dönem de Sanayi Odası Melis Üyeliği yaptım. TRISAD Meslek Lisesi'ni kurduğumuzda bu alanda eğitim verecek mesleki yeterliliğe sahip öğretmenler olmadığı için orada gönüllü mesleki eğitimler verdim. Halen zaman zaman okulda son sınıf öğrencileri ile toplantılar yaparak, deneyimlerimizi aktarmaya çalışıyoruz.

Türkiye’de hazır giyim sektörünün gelişmesini ve geldiği noktayı nasıl görüyorsunuz?

Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörünün Turgut Özal’dan sonra başlayan bir başarı serüveni var. Turgut Özal dönemi ile birlikte tüm dünyanın Türkiye için bir pazara dönüşmesi söz konusu oldu.



Yaklaşık iki ay önce hizmete başlayan Satır Kebap'ın açılışına tekstil ve hazır giyim sektöründen birçok isim katıldı.

1980’li yılların ikinci yarısı ile Avrupa’dan Türk tekstiline yönelik yoğun bir talep oluşmaya başladı. Bu talep 2000’li yıllara kadar yoğunluğunu sürdürdü. Bu durumun Türkiye’nin tekstil ve hazır giyim üretiminde belli bir kaliteyi ve ürün geliştirme sürecini yakalamasında çok yararı oldu. O dönemde Avrupa ülkelerinden Türkiye’ye çok büyük talepler oluştu. Bu

anlamda sektör 90’lı yıllarda çok güçlü ve verimli bir süreç yaşadı. 2000’li yıllar ile birlikte sektörü ciddi olarak etkileyen ve yapısal bir dönüşüme zorlayan Uzakdoğu faktörü devreye girdi. Düşük fiyatlardan ötürü dünyanın tekstil talebi Uzakdoğu’ya kaydı. Tabii ki fiyat endeksli bir rekabet olduğu için Türkiye tekstil sektörü bu dönemde olumsuz bir süreç yaşadı. Bu



RÖPORTAJ

“BÜYÜK BİR KEYİF İLE GİRİŞTİĞİMİZ BU LEZZET YOLCULUĞUNA KEYİF İLE DEVAM EDİYORUZ. TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE Kİ ARKADAŞLARIMIZ VE HEMŞEHRİLERİMİZ İLK GÜNDEN BERİ BİZİ YALNIZ BIRAKMADILAR. SEKTÖRDEN BİRÇOK İSİM İŞLETMEMİZİN AÇILIŞINDA DA BİZİMLE BİRLİKTEYDİLER. BU ANLAMDA DOSTLARIMIZ İLE BU TARZ BİR MEKANDA BULUŞMANIN DA KEYFİNİ AYRICA YAŞIYORUZ.”



EYÜP GÜZEL

CEBRAİL KARAMAN

İYİ KEBABI ANLATMAK İÇİN TEK “SATIR” YETER

Satır'ı Malatya'da bir marka haline getiren isim Cebrail Karaman olmuş. 1975'ten bu yana yaklaşık 40 senedir mutfaktan elini hiç çekmemiş bir lezzet ustası o.

Cebrail Karaman'ın yarattığı özel lezzetler, farklı tarifler ve kebab hakkında iddialı olanları bile şaşırtan karışımlar, yıllar içinde Satır'ı Malatya'da bir marka haline getirmiş. Satır Kebab markası Eyüp Güzel ve Cebrail Karaman ortaklığı ile artık İstanbul'da. Cebrail Karaman'a göre Satır Kebab İstanbul'a yalnızca klasik lezzetleriyle gelmiyor. Tüketicisini zinde tutan, sağlıklı tariflerle İstanbul'da kebab rekabetine hızlı ve farklı bir giriş yapıyorlar. Mevsimine uygun ürünler ve yüksek kaliteli doğal malzemeler ile Satır Kebab markası günümüz trendlerinin kebabçılıkta da geçerli olduğunu gösteriyor. Biz de Hedef Dergisi olarak Satır Kebab'ın lezzetini ve kalitesini test edip onayladık.

durumdan kaynaklı Türk tekstil sektörü piyasaya katma değeri yüksek ürünler arz etmeye başladı. Böylece az ama katma değeri yüksek ürünler ihraç eden bir yapıya doğru gitmeye başladı sektör. Sonuçta sektörde tasarım, trend yaratma, koleksiyona dayalı olarak üretim yapma her zamankinden daha önemli olmaya başladı.

Türkiye'nin gelişmesinde tekstil ve hazır giyim sektörleri sağladıkları katma değer ile lokomotif görevi görüyor. Sektörde yar alan birçok firmanın enerji, gıda, turizm ve inşaat gibi birçok başka alanda da yatırıma yöneldiğini görüyoruz. Sektörde yer alan firmaların yatırımlarını çeşitlendirmesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ben sektörün bu tavrını “yumurtaları farklı sepetlere koyma” prensibi olarak değerlendiriyorum. Böylece yatırımlarının ana merkezine tekstil ve hazır giyimi koyan sanayicilerimiz kendilerine daha özgüvenli olarak çalışmaya başladılar. Bu durumun sektörde yer alan sanayicilerimizin daha sağlıklı kararlar almasına yaradığını görüyorum. Ayrıca birçok sektörde faaliyet gösteren sanayicilerimizin de bu çeşitlilik içinde yatırım yaptıkları alanların çizgilerini birbirlerine karıştırmadan yola devam ettiklerini gözlemliyoruz.

Yaptığınız bu yeni yatırım ile Malatya'nın çok özel bir lezzetini İstanbul'a taşıdınız. Satır Kebab'a gelip yemek yiyenlerden ne tür geri dönüşler aldınız? İnsanların tepkileri nasıl?

Satır Kebab, Malatya'da 1975 yılından bu yana faaliyet gösteriyor ve artık Cebrail Karaman ismiyle özdeşleşmiş bir marka. Cebrail kardeşimiz bu işi sanata çevirmiş, bu işte katma değer yaratmış birisi. Patenti Satır Kebab'a ait olan zengin bir menü kurmuş ve doğal üretim anlayışı ile yüzyıllık bir mesleği bugüne adapte etmeyi başarmış. Hazır giyimciler bilir ki marka olmak kolay iş değildir. Cebrail Karaman 40 senedir elini mutfaktan hiç çekmediği için bu başarıları elde edebilmiş. Yani bu yüksek standartları İstanbul'a taşıyacaksanız Cebrail Karaman'ı da taşımanız gerekiyordu. İşte ben biraz da bunu başardım. Satır Kebab markasına ve o markanın kurucusuna güvendiğim için bu işe girdim. Zaten iki ayda bizi deneyen herkes farkı fark etti ve şaşırdı. İnsanlar her köşe başında bir kebabçı var, artık bu işe bir yenilik getirilemez diye düşünüyor ama Satır Kebab'a bir kere gelinece fikirleri değişti. Bundan güzel bir mutluluk olamaz. Kebabta farklılık olur mu demeyin asıl lezzet üretmenin sonu yok. Biz de bunu başarıyoruz.

Nedir bu farklılık?

Doğal ve mevsiminde seçilmiş ürünler, kaliteli malzemeler kullanıyoruz. Lezzet için kendi özel tariflerimize sahibiz ve sağlık-lezzet dengesini önemsiyoruz. Satır Kebab'ta yemek yediğinizde sofradan oturduğunuz gibi dinç kalkıyorsunuz. Çünkü iyi pişirilmiş, iyi malzemelerden yapılmış ve özel tariflerle hazırlanmış kebablar tadıyorsunuz. Ayrıca Cebrail Karaman'ın 40 yıla yayılan deneyiminin bir sonucu olarak sürekli aynı kebabları yemek zorunda da kalmıyorsunuz. Her geldiğinizde ayrı bir lezzet keşfine çıkma şansınız var.

Bazen geleneksel tatlara modern yorumlar getiriyoruz bazen de o kebabı aynı memleketinizde yediğiniz gibi yapıyoruz. Mekanımız, mutfagımız ve servisimiz de bu standardı destekleyecek şekilde oluşturuldu. Bize gelen meslektaşlarımız, hemşerilerimiz hemen bir şube daha açılmalı diyor. İnşallah Cebrail kardeşimizle bu işe burada bırakmayacağız. İş dünyasının ve hemşehrilerimizin talepleri doğrultusunda farklı lokasyonlara da gideceğiz. Ama bizim bir önceliğimiz var. Farkı yaratan standartımızı korumalıyız. Sadece büyümek için büyümeyeceğiz. Bir marka gibi hareket edeceğiz ve ustalığı hizmet kalitesiyle buluşturacağız.



tekstilpantone.com

Renklerinizi,
Renk Uzmanlarıyla
Belirleyin !

PANTONE®

tekstilpantone.com

Bu Web Sitesi Bir **LABORTEKS** İştirakidir.

KUMAŞIN ÖZÜ OLAN İPLİĞİN CİNSİ TESPİT EDİLİRKEN DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN PÜF NOKTALAR NELER? HER İPLİĞİN KOPMA SESİ AYNI MIDIR? YAKARAK İPLİK AYIRT EDİLEBİLİR Mİ? TÜM BU SORULAR İHKİB'İN GEÇTİĞİMİZ HAFTALARDA DÜZENLEDİĞİ "İPLİK TESTİ" SEMİNERİNDE YANIT BULDU.

İHKİB'DEN A'DAN Z'YE İPLİK EĞİTİMİ

Kumaş analizi ve tasarımında en önemli aşama iplik cinsi tespiti olarak bilinir. Kumaşları oluşturan elyaf ve ipliklerin tanınması oldukça önemli ve zor bir işlem olarak söylenir. Bunun için de bazı testlere ihtiyaç duyulur. Örneğin; her elyaf çeşidi

kendine has özellikler taşır. Şapeli ipliklerin mikroskop altında veya kimyasal çözücülerle birkaç cins elyaftan harmanlı olduğu tespit edilebilir ya da tek elyaf ise ıslatma, koparma ve yakma yoluyla ayırt edilebilir. İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) 11 Nisan Cuma günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlediği seminerde katılımcılara eğitim veren üstlenen Dokuma Kumaş Ür-Ge Danışmanı Kasım Uzunöz, kumaşın özü olan ipliğin cinsi tespit edilirken dikkat edilmesi gereken püf noktalar neler? Her ipliğin kopma sesi aynı mıdır? Yakarak iplik ayırt edilebilir mi? gibi sorulara yanıt verdi.

Tekstil sektöründeki kişilere, yaygın olarak kullanılan ipliklerin tanınması, cinslerini tespit edilmesini, numaralarının bulunması, kumaşların gramaj ve maliyetinin hesaplanması gibi konularda bilgi veren seminere 28 firma temsilcisi katıldı. "İplik Cinsi Tespiti, İplik ve Dokuma Kumaş Kriterleri" başlığında gerçekleşen seminerin eğitmenliğini üstlenen Dokuma Kumaş Ür-Ge Danışmanı Kasım Uzunöz, tekstil ve tekstil yüzeyleri, lif ve iplikler, iplik cinsi tespiti ve mukayeseli özellikleri, harmanlı ve katlı iplik özelliği, iplik cinsine göre iplik ve kumaş boyama işlemleri, büküm, tekstüre, punta, iplik numaralandırma sistemleri, iplik numarası tespit ve kontrol yöntemleri, kumaşın tarak numarası, tarak eninin bulunması, kumaşın toplam çözgü tel sayısının bulunması, kumaş boyut ve sıklık değişimleri konusunda katılımcılara bilgi verdi.

Söz konusu uygulamalı eğitimin tekstilde yapılan en somut ve etkileyici eğitimlerden bir tanesi olduğunu söyleyen Kasım Uzunöz, uygulamalı bir eğitim verdikleri için ipliği yakarak, koklayarak, dokunarak, görerek, kopma sesini işiterek beş duyuya da hitap ettiklerini söyledi.

Müşteri teknik bilgi istiyor

İplik cinsini tam olarak anlayamayan bir sektör çalışanının, sonraki süreçleri yorumlayamayacağını ifade eden Kasım Uzunöz,

iplik ve boyama mantığını tam olarak zihninde şekillendiremeyen insanların Ar-Ge ve Ür-Ge yapmada sıkıntı yaşadıklarına dikkat çekti. Eğitimlere katılanların daha çok gümrükçüler, dış ticaret çalışanları, imalatçılar, fason takipçileri, örmeciler, çorapçılar olduğunu söyleyen Uzunöz, bu seminerin iplikle uğraşan herkesi kapsadığını da kaydetti. Bu eğitimi almayan sektör çalışanlarının, işi yaptırmak için bu işle uğraşan firmalara başvurdıklarını söyleyen Uzunöz, hem zaman kaybının yaşandığını hem de belli bir bedel ödediklerini belirtti. Uzunöz, “Avrupalı müşteri hızlı olmamızı ve muhatap olduğu kişilerin de teknik bilgisinin olmasını istiyor. Müşteri bilgili insanlarla, teknik konuşmak ve teknik verileri hemen almak istiyor. Bu konuda da bu eğitim oldukça çok iyi. İplikle ilgili hemen bütün doneleri pratik olarak öğretiyoruz ve somut bir şekilde uyguluyoruz” diye konuştu.

“Akademi sektörden uzak kalıyor”

İplikle ilgili bütün teknik bilgileri seminerde verdiklerini ifade eden Kasım Uzunöz, katılımcılara birçok iplik çeşidinin gösterildiğini ve nasıl boyanması gerektiğini uygulamalı olarak gösterdiklerini söyledi. Okullarda bu tür eğitimlerin de verilemesi gerektiğine dikkat çeken Uzunöz, şöyle devam etti: “Bunun en büyük nedeni de akademisyenlerin veya öğretim görevlilerin sektörden biraz uzak kalmaları. Benim de tek avantajım burada bizzat desinatörlük yapa yapa, işin içinde bulunmam. Ben de yedi sene eğitim aldım ama sektörün içinden öğrendiğimiz için neyin, ne kadar gerekli olduğunu iyi formatladık. Bu eğitimin en büyük etkisi de bu bence. Mesela tekstil

sektöründe varolan birinin pamuk konusunda detaylı bilgiye sahip olması gerekir.” Çin’in Türkiye’den tek farkının eğitime daha fazla önem vermeleri olduğunu söyleyen Uzunöz, “Çin, bir şeyi öğrenmede daha hızlı hareket ediyor. Biz, deneme yanılma yöntemiyle kendi kendimize öğrenmeye çalışıyoruz” dedi. İplik testi gibi bu tür seminerlerin sektör çalışanlarına çok yardımcı olduğunu belirten Uzunöz, “Sektörün şu anda pratik, hızlı, somut, ifadeye dönüşebilecek bilgilere ihtiyacı var. Modacıların, kumaşçıların, bu sektörle uğraşan herkesin ipliği, kumaşı iyi bilmesi gerekiyor” dedi.

Tasarım ile teknik bilgi yan yana olmalı

İHKİB tarafından verilen bu seminerin iplik, dokuma, boya, baskı gibi konuları kapsamasının özellikle ilgisini çektiğini belirten Beril Eşarları Üretim Müdürü Müge Yiğit, söz konusu eğitime ilk defa katıldığını söyledi. Tekstil mühendisi olduğunu, bu nedenle de sektöre yabancı olmadığını belirten Müge Yiğit, “Hem bilgilerimi pekiştirmek hem de atladığım, zaman içerisinde unuttuğum bilgileri pekiştirmek amacıyla bu seminere katıldım” dedi. Eğitimin çok faydalı olduğunu ifade eden Yiğit, aldığı bu eğitimin iplik seçerken kendisini de etkileyeceğini belirtti. Yiğit, “Bir kumaşı gördüğüm zaman, benim için kumaştan ziyade iplik daha önemlidir. İpliği öğrendiğiniz zaman ondan sonraki diğer bütün süreçlere hâkim oluyorsunuz. Ben de bu yüzden bu eğitime katılmak istedim” dedi. Mimar Sinan Üniversitesi Geleneksel Türk Sanatları Halı, Kilim ve Eski Kumaş Desenleri Ana Sanat Dalı’nda okuyan Allmode firmasının tasarımcısı Miray Çakır ise tase-



KASIM UZUNÖZ
Dokuma Kumaş Ür-Ge Danışmanı

“Tekstilin içinde olan herkesin bir kumaşı eline aldığı zaman mutlak suretle iplik cinsini anlayabilmesi gerekir”

rım anlamında güzel sanatlar fakültelerinin belli bir yere kadar eğitim verebildiklerinin altını çizdi. Miray Çakır, okulların tasarım, bakış açısı, renklerin uyumu, kompozisyon gibi bilgi ve becerileri verdiklerini fakat teknik konularda açık olduğunu söyledi. Çakır, “İyi bir tasarımın oluşması için teknik açıdan sağlam temellere oturması gerektiğine inanıyorum. Bu yüzden tekstile olan yatkınlıkları ve Türkiye’deki tekstili en iyi yere taşıdıklarına inandığım için İTKİB’in her türlü etkinliğine katılma zorunluluğu hissediyorum kendimde. Aynı zamanda geçtiğimiz Kasım ayında 7’nci Halı Tasarım Yarışması’nda ikincilik ödülünü kazandım. Bu yüzden İTKİB’in bana birçok avantajı olduğunu söyleyebilirim” diye konuştu. Sektörde halı ve ev tekstiline yöneleceğini söyleyen Çakır, “Bu yüzden de kumaşların yapısını, teknik bilgilerini, tasarım ile nasıl bütünleşebileceğini kafamda süzgeçten geçirerek daha doğru daha inovatif tasarımlar yapmaya yönelmek istiyorum” dedi.



“İŞ TATİLİ” KONSEPTİYLE YILDA İKİ KEZ DÜZENLEDİĞİ MODA ŞOVUYLA TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNE YENİ BİR SOLUK KAZANDIRAN DOSSO DOSSI, TURİZM SEKTÖRÜNE DE TEMALİ OTELLERİYLE İDDİALİ GİRDİ. “5 YILDA 5 YILDIZLI 5 OTEL” SLOGANIYLA START ALAN DOSSO DOSSI’NİN İLK OTELİ “DOSSO DOSSI HOTELS OLD CITY” HİZMETE GİRDİ.

TEKSTİL İLE TURİZMİN BİRLEŞTİĞİ YER; DOSSO DOSSI

Geliştirdiği “İş Tatili” konseptiyle Türk tekstil markalarını Doğu Bloku ülkeleri başta olmak üzere dünyaya pazarlayan Dosso Dossi, turizm sektörüne adım attı. “5 yılda 5 yıldızlı 5 otel” sloganıyla start veren Dosso Dossi, ilk oteli 200 yataklı Dosso Dossi Hotels Old City’yi hizmete açtı. Dosso Dossi Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan otellerin temaları ile ön plana çıkacağını söyledi. Dosso Dossi Fashion Show ile tekstilin yanı sıra turizm sektörüne de hizmet verdiklerini söyleyen Hikmet Eraslan, tekstilde elde ettikleri başarıyı şimdi turizme taşımayı hedeflediklerini belirtti. Eraslan, “Yurt dışında yaklaşık 30 ülkede çok ciddi bir kitlemiz var. Bu insanları her yıl iki kez Antalya’da ağırlıyoruz. Bu güven ve iş birliğinden cesaret alarak turizme adım attık. İlk otelimizi Sultanahmet’te açtık. Yaklaşık 50 milyon dolarlık bir yatırım maliyeti olan bu otelimizin ardından ikinci otelimiz Dosso Dossi Hotels Downtown’ı Vatan Caddesi üzerinde açacağız. Planlanan üçüncü ve dördüncü otellerimiz ise Sefaköy’deki Dosso Dossi Airport Hotel & Convention Center olacak. Bu kompleks içerisinde iki farklı otel bir arada olacak. Beşinci tesisimiz olacak olan Dosso Dossi Hotels Midtown ise Yenikapı bölgesinde hemen Marmaray İstasyonu’nun yanında olacak” diye konuştu. Dosso Dossi Turizm Grubu bünyesinde yatırımların tamamlanmasıyla birlikte yaklaşık bin kişiye istihdam sağlanmasını planladıklarını ifade eden Eraslan, “Otel yatırımlarımızı planlarken ünlü otel zincirlerinin franchise’i olarak da sektöre girebilirdik. Böylece riskimizi en aza indirirdik. Ancak, biz kolayca kaçmaktansa kendi otel grubumuzu dünyaca ünlü bir zincir haline getirmeyi tercih ettik. İstanbul yatırımlarının tamamlanmasının ardından yurt içi ve yurt dışı projelere start verilecek” dedi.

Temalı oteller geliyor

Beş yıl içinde yaklaşık 250 milyon dolarlık bir yatırım bedeli ile beş oteli tamamlayıp hizmete açacaklarını ve her otelin farklı bir teması olacağını söyleyen Eraslan, “Dosso Dossi Hotels Old City, İstanbul’un turizm merkezi olan Sultanahmet’te çocuk dostu bir otel olarak ön plana çıkıyor. Şehir otelciliğinin



de ilk kez uygulanan bu model ile çocuklu misafirler hedefliyoruz. Otelimize gelen çocuklu misafirlere, bebek bakıcısından odada özel oyun alanına, çocuklara özel menüden bebek arabası servisine kadar onlarca farklı imkân sağlıyoruz. İkinci otelimiz Dosso Dossi Hotels Downtown sporcu misafirlerimize ve gruplarına özel hizmetleri, özel odaları ve özel katı ile üçüncü otelimiz Dosso Dossi Airport Hotel & Convention Center ise düğün ve balayı konseptiyle ön plana çıkacak” şeklinde konuştu. Öncelikli olarak şehir otelciliğine yönelindiklerini ifade eden Eraslan, yatırım yaptıkları noktaları mevcut ihtiyaçlara göre belirlediklerini belirtti. Antalya’da düzenlediği moda şovlarda dünyanın en ünlü mankenle-

rini podyuma çıkartan Dosso Dossi, İstanbul üzerinden Antalya’ya hareket eden ve etkinlik sonrası yine İstanbul’dan ülkelerine dönen top modellere İstanbul programı da yapacaklarını söyleyen Eraslan, “İki gün de olsa otellerimizde ağırlayıp İstanbul’u gezdirmek istiyoruz. Ünlü top modeller, gerek yabancı basın, gerekse sosyal medyada yakından takip ediliyorlar. Böylece İstanbul tanıtımına da büyük bir katkı sağlayacağımıza inanıyorum” dedi.

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

Otomatik
Varyant

AVA

3D
MAPPING
GIYDİRME

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.

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

www.dijitalteknolojiler.com

GELENEKSEL KEÇE SANATI, MODERN YORUM VE SANATSAL DOKUNUŞLARLA HAZIR GİYİM VE EV TEKSTİLİ ÜRÜNLERİNE YENİ BİR SOLUK GETİRDİ. İTÜ-RGS'DE ZİYARETÇİLERİYLE BİR ARAYA GELEN "SELÇUKİ&ALİ ELYAF SANATI SERGİSİ", GÜNDELİK GİYİM VE HAUTE COUTURE ÜRÜNLER İLE DİKKAT ÇEKTİ.

SERGI

76



KEÇE İLE TEKSTİL SEKTÖRÜNE YENİ BİR SOLUK

Geleneksel keçe sanatı gerek geçmişi ve taşıdığı kültürel değer gerekse doğa dostu bir üretim sürecine ve malzeme yapısına sahip olması nedeniyle, hem tarihi hem de güncel bir öneme sahip. Yün kullanılması-na karşın kırpma yöntemi ile yapıldığı için hayvanların öldürülmesine gerek olmaması nedeniyle, kürke karşı bir model olarak da sunulan elyaf sanatı ürünlerinin hazırlanışında, bambu, pamuk, ipek gibi farklı malzemelerden de yararlanılıyor. Keçe denildiği zaman akla ilk çobanların omuzlarına aldıkları kepenek gelir.

Anadolu keçeciliğine getirdiği modern yorum ve bu sanatın yaşamasına sağladığı katkıyla alanının öncü isimlerinden Araştırmacı-Tasarımcı-Eğitmen Yrd. Doç. Selçuk Gürışık, asistanı Ali Alev ve bu projenin destekçisi Suteks firmasının kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Nur Ger, bu algıyı tamamen değiştiren ortak bir projeye imza

attılar. "Selçukî&Ali Elyaf Sanatı Sergisi", İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Rektörlük Sergi Salonu'nda 2 Nisan Çarşamba günü ziyaretçilerine kapılarını açtı. 31 Nisan Çarşamba günü sona eren sergide, bir kültürün güncel niteliklerle hem gündelik hem de haute couture niteliğindeki bir ürüne dönüşen giysiler, ürünler sergilendi. Projenin destekçisi Nur Ger, Tasarımcı Selçuk Gürışık ve asistanı Ali Alev ile Anadolu keçeciliğini bir marka haline getirme, kültürel bir sanatın gündelik hayatta giyilebilir konuma getirilmesini ve hem ulaşılabilir fiyatlardan hem de haute couture seviyesine ulaşabilen özelliklerini konuştuk.

Keçeden haute couture ürünler

Suteks Yönetim Kurulu Başkanı Nur Ger, keçe projesinin destekçisi olarak başından itibaren Selçuk Gürışık ile beraber yürüttüklerini ifade ederek, bu projenin sadece

sosyal sorumluluk çalışması olmadığını kaydetti. Nur Ger, Türkiye'ye ait olan bir kültürün güncel niteliklerle giyilebilir kıyafetlere dönüşmesinin, kurumsal olarak Suteks desteği ile gerçekleştiğini ifade etti. Nur Ger, "2003 yılından bu yana başlayan bir serüvenimiz var. Suteks olarak biz, keçenin tüm dönüşümünü, hem giysi hem tekstil hem de iç mimarideki dönüşümünün destekçisiyiz" dedi. Her sektörde olduğu gibi hazır giyim sektörünün de gelişim gösterdiğini ifade eden Nur Ger, tüm sektörlerde ve trendlerde kişiye özel ürünler üretildiğini belirtti. Bu noktada keçenin özgün bir el sanatı ile şahsa özel ürünler halinde en üst seviyede bir marka olarak karşımıza çıktığını söyleyen Nur Ger, "Bu projemizin ortak amacı, söz konusu çalışmayı hazır giyim alanında kişiye özel seviyeye taşımak" dedi. Günümüzde küresel markaların ürünlerini kişiselleştirme yoluna gittiklerine dikkat çeken Nur Ger,

keçeden yapılan bu ürünlerin de geleneksel el sanatı ile özgünleşmiş, çağdaş teknolojinin bütün imkânlarından yararlanılmış, haute couture, kişisel ve son derece rahat kullanılabilir ürünler olduğunu kaydetti.

Keçede algı değişiyor

Keçe denildiği zaman akla ilk çobanların omuzlarına aldıkları kepenek geldiğini söyleyen Nur Ger, “Bizim ürünlerimize baktığınız zaman tüy gibi hafif, ipek-keçe karışımı ceketler, incecik paltolar, günlük hayatta çok rahat giyebileceğiniz elbiseler sanatçının yaratıcılığını da içine alarak bu kaliteye geldi. Bu ürünler giysinin mücevheri niteliğinde, torunlarınıza bırakılabilecek bir miras. Sadece hazır giyim ürünlerinden oluşmuyor bu proje. Burada ev tekstilini de içine alan bir çalışmadan bahsediyoruz” diye konuştu. Ürünlerin satışının yeni başladığını ifade eden Nur Ger, “Giysinin mücevheri olarak betimledim fakat bu elbiselerin fiyatları alınabilir seviyelerdedir. Fakat özel bir sipariş verilmişse o eserin fiyatı onun üzerinden belirlenir” dedi. Bu çalışmanın gerçek bir inovasyon örneği olduğunu vurgulayan Nur Ger, bu bağlamda Selçuk Gürışık’ın keçe projesinin tasarımcılara ilham verecek projeler arasında yer aldığını belirtti. Tasarımcı-sanayici-üniversite iş birliğine dikkat çeken Nur Ger, “Tasarımcılar olmazsa sanayi var olamaz. Sergimizi teknik üniversitenin rektör binasında gerçekleştirdik. Burada gördüğünüz gibi üniversite-sanayici ve tasarımcı iş birliği var söz konusu. Bu örnek alınması gereken bir çıkışma” diye konuştu.

Kürke karşı alternatif ürün

Çalışmada doğal elyaf, ipek, pamuk, keten, yün, kaşmir ve angora gibi doğal elyafların kullanıldığı bilgisini veren Araştırmacı, Tasarımcı ve Eğitmen Yrd. Doç. Selçuk Gürışık, teknik olarak geleneksel Anadolu keçeciliği el sanatından yola çıktıklarını söyledi. Selçuk Gürışık, “Araştırmacı tasarımcı kimliğimden dolayı ve doktora tezimin de bu konuda olmasından dolayı bütün teknik know-how’ı ürün geliştirmede ve bu güncelleme eyleminde kullandık. Günümüzde el keçeciliği sanatını alıp kullanılır hale getirip, ürün geliştirmeye yönelik bir hareket fazla yok. Bu bir örnek model. Bu proje teknoloji, endüstri ve el sanatının birlikteliğidir. Usta çıracak ilişkisi ile öğrendiğim bu işi, akademik kariyer olarak yönlendirip, tekrar usta çıracak ilişkisiyle yeni çıracıları devretmeyi amaçlıyorum. Dolayısıyla bu sergimizde başlayan bambaşka hareketlerle yeni hedeflere doğru gitmemiz söz konusu” şeklinde konuştu. Bu çalışmanın kürke karşı bir model olarak da sunulduğunu ifade eden Selçuk Gürışık, “Aslında bakarsanız geçmiş tarihlerde göçer insanın çözümü de buydu. Binlerce yıl önce insanlar bir hayvanı öldürüp, derisini kullanmaktan ziyade kırıp, onun elyafı ve yünüyle giyilebilir hale getiriyor, çadır yapımında kullanıyordu. İşte biz de bu çözümü tekrar günümüze uyguladık. Kaybettiğimiz değerleri kazanmaya çalışıyoruz. Hayvan öldürmeden, slow fashion’a, green dedığımız yeşilci yaklaşıma, çevre dostu ürünlere, karbon üretimi olmadan üretilen ürünlere destek veriyoruz.” diye konuştu.



Öncü bir proje

Keçeyi bu boyutta ele alıp uygulayan başka bir örnek olmadığına dikkat çeken Selçuk Gürışık, “2003 yılındaki Topkapı Sarayı sergimizden sonra keçe daha görünür oldu ve başka tasarımcılarda bunu ifade tekniği olarak kullanmaya başladı. Keçenin popülaritesi, tekrar yaşatılması o sergi ile paralıdır. Bu bizim başlattığımız bir harekettir. Bu boyutlara gelmiş hali yok” diye konuştu. Yurt dışında yaptığı sergilerde ziyaretçilerin ilgisinin yoğun olduğunu kaydeden Selçuk Gürışık, “Fransız kültür kuruluşunun davetlisi olarak ben ve asistanım Ali Alev, Moğolistan’a gideceğiz. Oradaki keçe sanatçılarıyla beraber ortak çalışmalarımız ve alışverişimiz olacak. Ulan Batur, İstanbul ve Paris 3 ayaklı bir çalışma olacak” dedi. Anadolu keçeciliğinde gelenekten yola çıktığını, ve bu geleneği devam ettirmeye çalıştıklarını söyleyen Gürışık, bunun yanında bugünü de yarının geleneği olarak gördüklerini, Ali Alev ile olan iş birliğinin temel sebebinin de bu olduğunu kaydetti. Muhasebe üzerine tamamladığı lisans eğitiminin ardından kariyerini geleneksel keçe sanatını öğrenmek ve uygulamak üzerine şekillendirmeyi seçtiğini söyleyen Ali Alev ise, dört yıldır Selçuk Gürışık’la birlikte çalıştığını belirtti. Ali Alev, “Her dokunduğunuz parça bambaşka bir şekle girebiliyor. Daha önceki işimde mutlu değildim yaptığım işten. Şu an yaptığım işe çok keyif veren sihirli bir uğraş” dedi.



AYAKKABI ÜRETİMİNDE DÜNYANIN 9'UNCU, AVRUPA'NIN İSE 3'ÜNCÜ BÜYÜK ÜLKESİ OLAN TÜRKİYE, DÜNYADA BİR İLKE İMZA ATTI. KELEBEK KANATLARINDAN AYAKKABI ÜRETEBİLİR TÜRKİYE, TASARIM ALANINDA DA HER GEÇEN GÜN ADINI DAHA GÖRÜNÜR KILIYOR.

TASARIM

78



“KELEBEK” ZARAFETİ

Richard Bach'ın, “Tırtılın, dünyanın sonu dediği şeye, usta ‘kelebek’ der” sözü gerçek oldu. Rusya, Irak, Litvanya, Almanya, İngiltere gibi ülkelere ayakkabı ihracatı gerçekleştiren Türkiye, dünyada bir ilki gerçekleştirdi. Türk tasarımcı Aynur Aşkı, kelebek kanatlarından ayakkabı ve çanta üreterek yüksek katma değerli, inovatif bir çalışmaya imza attı. Özellikle moda endüstrisine katkı sağlayacağı düşünülen kelebek kanatlarından yapılan ayakkabılar, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) tarafından tüm kullanılabilirlik ve istatistik testlerinden başarıyla geçti. Tasarımı ile dünyada bir ilke imza atan Aynur Aşkı, Güney Kore'nin Seul kentinde gerçekleştirilen Uluslararası Kadın Bilim Buluşçular Fuarı'nda Türkiye'yi temsil edecek.

Kelebekler yeniden canlanıyor!

Dünyada bir ilki gerçekleştiren tasarımcı Aynur Aşkı, kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların, kelebeklerin göç yolları üzerinde yapılan araştırmalar sonucunda bulunan ölü kelebeklerin kanatlarının deri yada kumaş

zemin oluşturarak hazırladıklarını söyledi. İlk başlarda tesadüf olarak 2007 yılında katıldığı etkinlik ile bu projenin temellerinin atıldığını söyleyen Aşkı, etkinlikte Afrika'dan gelen bir kelebek koleksiyoneri ile tanıştığını ifade etti. Koleksiyonerin kendisine birkaç kelebek numunesini almasını teklif etmesi ile projenin şekillendiğini belirten Aşkı, ölü kelebeklerin geri dönüşümünü sağlamak üzere bir belgeselle yola çıktıklarını söyledi. Aşkı, “Belgeselle başladığımızda ‘Türkiye’de ne yapılabilir?’ diye düşündüğümüzde ilk akla gelen Sakarya bölgesindeki beyaz kelebeklerdi. Orada konakladık, defalarca gittik, geldik. O bölgeyi kayıt altına aldık. Türkiye’de şüphesiz birçok şehirde benzer potansiyel kelebek göçleri yaşadığını biliyoruz. Fakat Sakarya’daki gece kelebeklerinin boyutları 2 santimetre ile 4 santimetre arasında değişen, öldükten sonra da su kayıpla küçülen bir özelliğe sahip. İstanbul’a çok yakın bir bölge olduğu için yaz aylarında belirli tarihlerde toplu ölümleri halk tarafından yıllardır biliniyordu. Onlar için çok sıradan olan görsel şölen benim için bir mucizeydi” diye konuştu. Aşkı, şöyle devam etti: “Bu

projede hocam Hasan Yelmen, vazgeçmemem konusunda beni yüreklendiriyordu. Bu süreçte İstanbul Üniversitesi projemi kabul etmişti. Sektörden en başta elimde çizimlerle Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin yanına gittim. TİM'in desteği ile İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), İstanbul Ticaret Odası (İTO), Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV), Deri Tanıtım Grubu (DTG), Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı (AYSAF) ve DENLAKS ile beni tanıştırmış olması ile süreç devam etti.

Diğer ayakkabılardan farkı ne?

Tasarımcı Aynur Aşkı, hammadde olarak doğaya karışan orijinal atık ölü kelebeklerin, geri dönüşümünden elde edilen kumaş ya da deri zeminin kullanıyor olmasının kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların, diğer ayakkabılardan ayıran fark olduğunu ifade etti. Kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların, rugan ayakkabılar ile aynı özelliğe sahip

olduğunu söyleyen Aşkı, "Bu ayakkabılar tıpkı rugan ayakkabılar gibi kuru yerde muhafaza ediliyor. Ruganda kullanılan malzeme ile aynı. Dolayısıyla rugan ayakkabıyı nasıl ki siz çok fazla yağmur, çamurda giymiyorsanız bunda da aynı şey gerekiyor" dedi. Kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) tarafından tüm kullanılabilirlik ve istatistik testlerinden başarıyla geçtiğini söyleyen Aşkı, "Bu ayakkabılarda üretim aşamasında biraz daha özen gösterilmesi gerekiyor. Mukavemet gücü, korunabilirlik, çizim testleri, dayanabilirlik testleri, su geçirmezlik, esneklik, yaşlanma testleri gibi bütün testler yapıldı. Projeyi sanatla vurgulayarak, bilim sanat ekseninde hizmete sunduk" diye konuştu.

Aşkı, uluslararası platformlarda Türkiye'yi temsil edecek

Tasarım açısından soyut ve somut tasarım olgusunu benimsediklerini ifade eden Aynur Aşkı, bilim ve sanat ilişkisini kurgulayarak, bu kurgunun uygulanabilirliğini sorgulayıp faaliyete başladıklarını ifade etti. Bu ham maddenin dünyada bir ilk olduğunu söyleyen Aşkı, rugan olarak kullanılabilirliğin yanı sıra deri ya da süet kombinasyonu da içerebileceğini ifade etti. Kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların tekstil kombinasyonu olarak ayakkabı sektöründe önemli bir inovasyon olduğunu ifade eden Aşkı, görsellik açısından da Türkiye'nin dünyada fark yaratacağını belirtti. Güney Kore'nin Seul kentinde gerçekleştirilen "Uluslararası Kadın Bilim Buluşçular Fuarı"nda ve 39'uncu Cenevre Uluslararası İcatlar Sergisi'nde Türkiye'yi temsil edecek olan Aynur Aşkı, bu gelişmenin meslek hayatında önemli bir dönüm noktası olduğunu söyledi.

"Gurur verici inovatif bir çalışma"

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) eski Başkanı Lemi Tolunay, kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların inovatif bir çalışma olduğunu söyleyerek, ke-sinlikle ilgi çekeceğini ve moda sektörü için farklı bir çalışma olduğunu

nu kaydetti. Türkiye'den böyle inovatif bir çalışmanın çıkmasının gurur verici olduğunu ifade eden Tolunay, dünya pazarına da bu şekilde sunulmasının güzel bir gelişme olduğunu belirtti. Kelebek kanatlarından üretim yapmanın meşakkatli bir konu olduğunu kaydeden Tolunay, yüksek katma değerli bir ürün olduğu için toplu tüketim malzemesi haline getirilmesinin mümkün olmadığını söyleyerek, "Kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıları belirli bir üst fiyat kategorisinde dünyaya sunabilirsiniz" dedi.

Farklı malzemelerden inovatif ürünler

Deri Tanıtım Grubu (DTG) olarak üniversiteler ile çok yakın iş birliği içerisinde olduklarını söyleyen İDMİB eski Başkanı Lemi Tolunay, Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Fakültesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Ayakkabı Tasarım Bölümü ve Aydın Üniversitesi Ayakkabı Tasarım Bölümü ile iş birliği içerisinde olduklarını belirtti. Tolunay, "Buradaki önemli husus, tasarımcı eğitildikten sonra inovatif bir çalışma ortaya çıkarabilme, ardından sanayi ile iş birliği kurabilme daha sonra Ar-Ge'nin oluşması ve buradan da marka oluşturabilme. Bizim hedefimiz de bu zaten. Yurt dışına gidip kendi ürünlerinizi, tasarımlarınızı sunduğunuz zaman iş ortaklarınız da memnun kalıyor. Tasarım, Ar-Ge, inovatif çalışmalar sunabiliyoruz ve değişik malzemeleri kullanabiliyoruz. Üretimde değişik malzemelerin kullanılması çok önemli bir konu. Bir tek düz deriyi herkes kullanıyor. Değişik malzemeler kullanacaksınız ki bu da inovatif çalışmanın bir parçası olsun. Kelebek kanatlarından yapılan ayakkabı ve çanta çalışmaları da inovatif çalışmalara güzel bir örnektir" şeklinde konuştu.

"Balık derisi moda malzemesi olarak kullanılabilir"

Balık derisinden yapılan ayakkabılara da değinen Lemi Tolunay, yılan ve timsah derilerinin yanı sıra balık derisinin de kullanılan malzemeler arasında yer aldığını belirtti. Balık derisinin çok dar ve butik bir konu olduğunu söyleyen Tolunay, "İhracatı artırmak yönünde büyük katma değer yaratmaz.



AYNUR AŞKI
Moda Tasarımcısı

Ama farklı bir malzeme kullanmak açısından inovatif bir çalışmadır" dedi. Balık derisinin 15 yıldan beri kullanıldığını ifade eden Tolunay, "Gerek ayakkabıda gerek çantada balık derisi kullanabilirsiniz. Ama bir balık derisi hiçbir zaman bir dana, sığır derisi kadar güçlü, dayanıklı değildir. Dolayısıyla balık derisini bir ihtiyaç malzemesi değil, moda malzemesi olarak kullanılabilir" diye konuştu.

"Bu tür çalışmalar Türkiye'nin tasarım gücünü gösterir"

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, kelebek kanatlarından yapılan ayakkabıların, inovatif bir çalışma olduğunu ve bu tür ürünlerin hem ülke ekonomisine hem de ayakkabı sektörüne faydası olduğunu söyledi. Katma değeri yüksek ürünlerin üretiminin Türkiye için çok önemli olduğuna vurgu yapan (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, Türkiye'nin katma değeri yüksek ürünler üretmek zorunda olduğuna dikkat çekti. Kelebek kanatlarından ayakkabı tasarlayan tasarımcı Aynur Aşkı'yı çalışmasından dolayı tebrik eden Çetin, çalışmayı takdir ile karşıladığını belirtti. Bu tür tasarım ve inovatif ürünlerin yapılmasının sektör açısından diğer tasarımcılara da ilham kaynağı olacağını ifade eden Çetin, bu tür çalışmalarla Türkiye'deki tasarım gücünün dünyaya daha iyi yansıtılacağını kaydetti.





FUARLARA “PRESTİJ” DESTEĞİ

İHRACATÇI FİRMALARIN ULUSLARARASI VİTRİNLERDEKİ TANITIM YÜZÜ OLAN FUARLAR, HİÇ KUŞKUSUZ KATILIMCI FİRMALARA BİR TAKIM MADDİ YÜKÜ DE BERABERİNDE GETİRİYOR. FİRMALARIN BU DİRDİNE ÇÖZÜM GETİRECEK BİR ÇALIŞMA İÇİN HAREKETE GEÇEN EKONOMİ BAKANLIĞI, 15 BİN DOLAR OLAN FUAR DESTEĞİNİ, ‘PRESTİJLİ FUAR’ KAPSAMINDA 50 BİN DOLARA ÇIKARIYOR.

Fuarlar, katılımcı firmaya ürününü, firmasını ve markasını tanıtmaya imkân verdiği gibi; ürününü bizzat göstermek, test ettirmek suretiyle niteliklerini, teknik özelliklerini, kalitesini, rakip veya ikame ürünlerden farklı vasıflarını ispat etme ve bu yolla alıcıyı ikna etme şansı sağlıyor.

Fuarlar, hiç ihracat yapmamış bir firma için de doğru pazar seçmesi halinde, kendisini, ürününü tanıtmak ve ihracata başlamak için en uygun platformlar olarak biliniyor. Katılımcılara veya ziyaretçilere, sektördeki diğer paydaşlarla karşılaşma, yenilikleri ve trendleri takip etme ortamı sunan fuarlar, bölgesel veya küresel marka olmayı hedefleyen firmalara da bu vizyonlarını geliştirme şansı veriyor. Ancak, diğer bazı tanıtım ve pazarlama araçları gibi fuarlara katılım da firmalara maddi anlamda bir yükü beraberinde getiriyor. Firmaların bu derdine çözüm getirecek bir çalışma için harekete geçen Ekonomi Bakanlığı, “Prestijli Fuar Desteği”

uygulaması ile şirketlerin maliyet yükünü hafifletiyor. Bakanlık söz konusu destekle firmaları, yıllık fuar listelerinde yer alan genel nitelikte düzenlenen fuarlarda 10 bin dolara, sektörel nitelikte olanlarda ise 15 bin dolara kadar destekliyor. Söz konusu destek oranı, Bakanlık tarafından her yıl için belirlenen 15 hedef ülkede gerçekleştirilen fuarlarda, ilave 20 puan eklenmek suretiyle yüzde 70 ve bazı özellikli sektörler için yüzde 75 olarak uygulanıyor.

Hedef ülkelere ilave 20 puan

Bakanlığın sorumluluğu altında yürütülmekte olan “2009/5 sayılı Yurt Dışında Düzenlenen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ” çerçevesinde firmaların, Bakanlık tarafından açıklanan yıllık fuar listelerinde yer alan fuarlardan, genel nitelikte olanlar için 10 bin dolara, sektörel nitelikte düzenlenenler için ise 15 bin dolara kadar destekten yararlanmaları mümkün bulunuyor. Bu kapsam-

“PRESTİJLİ FUAR DESTEĞİ”NDEN FAYDALANMAK İSTEYEN KATILIMCILAR, METREKARE SINIRLAMASI OLMASIZIN; STANT YER KİRAŞI, STANT İNŞA VE DEKORASYON GİDERLERİ İLE FUARLA İLGİLİ NAKLİYE GİDERLERİ VE FİRMAYI STANTTA TEMSİL EDEN İKİ KİŞİNİN ULAŞIM GİDERLERİ ÜZERİNDEN EKONOMİ BAKANLIĞI’NDAN YÜZDE 50 ORANINDA DESTEK ALABİLİYOR.

da, firmaların yurt dışında düzenlenen bir fuara katılım için yapmış oldukları yer kirası ve stant harcamaları ile fuarla ilgili nakliye giderleri ve ayrıca, firmayı stantta temsil eden iki kişinin ulaşım giderleri yüzde 50 oranında destekleniyor. Söz konusu destek oranı, Bakanlık tarafından her yıl için belirlenen 15 hedef ülkede gerçekleştirilen fuarlarda, ilave 20 puan eklenmek suretiyle yüzde 70 olarak uygulanıyor. Hedef ülkeler, Bakanlık tarafından hedef ve öncelikli ülke olarak belirlenen 44 ülke arasından, ülkenin ekonomik ve ticari koşulları, coğrafi uzaklığı, nakliye ve ulaşım maliyetlerinin yüksekliği, düzenlenen fuar sayısı gibi fuar katılımının desteklenmesini gerektiren öncelikler göz önünde bulundurularak tespit ediliyor. Bu kapsamda, 2014 yılı için ABD, Angola, Brezilya, Çin Halk Cumhuriyeti, Endonezya, Etiyopya, Gana, Hindistan, Japonya, Malezya, Meksika, Nijerya, Polonya, Tanzanya ve Tayland hedef olarak belirlenen ülkeler arasında yer alıyor. Diğer taraftan Bakanlık, gen mühendisliği/biyoteknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, nano-teknoloji, teknik tekstil, yenilenebilir enerji, donanım, bilişim, yenilikçi ve ileri elektronik teknolojileri gibi Türkiye açısından özellikle desteklenmesine ihtiyaç duyulan özellikli sektörlerde yer alan firmalar, kamtıldıkları fuarlar için yüzde 75 oranında destekliyor. Benzer şekilde, sektörel tanıtım grupları, federasyon, birlik, dernek ve benzeri yapılanmalar gibi aynı üretim dalında faaliyette bulunan üretici ve imalatçı firmaları bir araya getiren sektörel örgütlenmelerin sektörlerini temsil ettikleri fuarlarda yüzde 75 oranında desteklerden faydalanma imkânı bulunuyor. Ayrıca, komple tesis imalatı,



makine, yat imalatı ve otomotiv ana sanayi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının 10 bin dolarını geçmemek üzere yüzde 50’si; doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, beyaz eşya, endüstriyel mutfak eşyaları, mücevherat ve halı sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının ise 6 bin dolarını geçmemek üzere yüzde 50’si destek kapsamında yer alıyor.

Prestijli fuarlarda destek oranı artıyor

Ekonomi Bakanlığı’ndan alınan bilgiler doğrultusunda; 2011 yılında uygulamaya konulan “Prestijli Fuar Desteği”, tüm dünyadan satıcı ve alıcıları, aracılırları, nihai tüketicileri, tasarımcı ve imalatçıları bir araya getiren, sektörel yeniliklerin dünya vitrinine çıkarıl-

Ekonomi Bakanlığı, gen mühendisliği/biyo-teknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, nano-teknoloji, teknik tekstil, yenilenebilir enerji, donanım, bilişim, yenilikçi ve ileri elektronik teknolojileri gibi sektörlerde faaliyet gösteren firmalara katıldıkları fuarlar için yüzde 75 oranında destek sağlıyor.



dığı, trendlerin gözlemlendiği, sektöre yön veren ve bu yönüyle sektörün dünya çapında en önemli fuarları olarak kabul edilen fuarlarda katılımcıların yer almalarını daha fazla teşvik etmek amacıyla kullanılıyor. Desteği, hâlihazırda katılımcıların bir takvim yılında bir kez yararlanabileceği ilave bir teşvik aracı olarak kullanıldığını belirten Ekonomi Bakanlığı, ‘Prestijli Fuarlar’ listesinin, fuarın kaç yıldır düzenlendiği, katılımcı ve ziyaretçi sayısı, düzenlendiği alanın büyüklüğü, Türkiye’den katılım talebi gibi birçok unsur dikkate alınarak belirlendiğini kaydediyor. Bu tür fuarlarda, yer kirası giderlerinin fazla olması ve özellikle itibarlı bir fuar katılımı için stant görseiliğinin öne çıkarılması gerektiğinden, stant konstrüksiyon ve dekorasyon maliyetlerinin fazlalığı göz önünde bulundurularak, sektörel nitelikli fuarlar için 15 bin dolar olan üst destek limiti, ‘Prestijli Fuarlar’

FİRMALARIN, “PRESTİJLİ FUAR DESTEĞİ”NDEN BİR TAKVİM YILI İÇERİSİNDE BİR DEFA YARARLANMA HAKKI BULUNUYOR VE BUNUN DIŞINDA, FUAR KATILIMLARI İÇİN FUAR SAYISI VEYA ÜLKE BAKIMINDAN HERHANGİ BİR SINIRLAMA SÖZ KONUSU OLMUYOR.

DESTEK

82



için 50 bin dolara yükseliyor. Bakanlık tarafından açıklanan ‘Prestijli Fuarlar’ listesinde yer alan fuarlara katılan ve bu katılımı için ‘Prestijli Fuar Desteği’nden yararlanmak isteyen katılımcılar, metrekare sınırlaması olmaksızın; stant yer kirası, stant inşa ve dekorasyon giderleri ile fuarla ilgili nakliye giderleri ve ayrıca firmayı stantta temsil eden iki kişinin ulaşım giderleri üzerinden yüzde 50 oranında destekten yararlanabiliyorlar.

Prestijli Fuarın diğer fuarlardan farkı ne?

Bir fuarın ‘Prestijli Fuar’ olarak nitelendirilebilmesi için öncelikle fuarın katılımcı ve ziyaretçi sayısı ve bunların temsil ettikleri ülkelerin çeşitliliği, düzenlendiği ülkeyle veya hitap

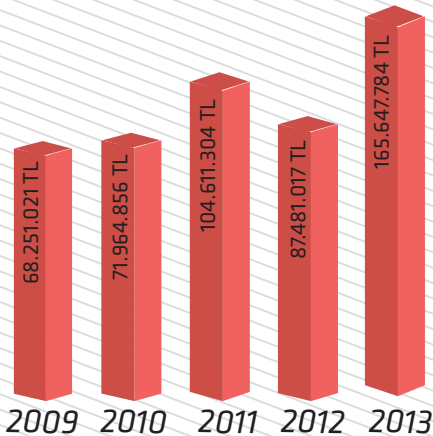
ettiği bölgeyle ticaret yapmanın önemli araçlarından birisi olarak görülmesi, fuar süresince gerçekleştirilen ticari bağlantıların hacmi gibi birçok tercih nedeni olması gerekiyor. Bununla birlikte, yalnızca alıcı ve satıcıların bir araya geldikleri ticari bir platform olmakla kalmayıp, sektördeki diğer profesyonellerin de ilgi gösterdiği, bütün sektör paydaşlarının bulunduğu, sektörel yeniliklerin, son teknolojilerin, trendlerin bir arada gözlemlendiği bir fuar olması şartı aranıyor. Günümüz fuarlarına bakıldığında, bu tür fuarların tamamıyla belirli bir sektöre veya onun alt sektörlerine yoğunlaşan fuarlar olduğu görülüyor. Genel nitelikli fuarların, profesyonel fuarcılığın gelişmediği ülkelerde yaygın olduğunu bildiren Ekonomi Bakanlığı, “Prestijli Fuarın”, belirli

bir sektörde düzenlenen, bununla birlikte dünya çapında veya hitap ettiği bölge itibarıyla tüm paydaşlarca itibar atfedilen fuar olarak değerlendirmek gerektiği belirtiyor. Bu nedenle, Bakanlık tarafından tüm paydaşların görüşleri alınarak açıklanan “Prestijli Fuarlar” listesinin tamamıyla sektörel konulu olup, uluslararası itibar gören fuarlardan oluştuğu kaydediliyor.

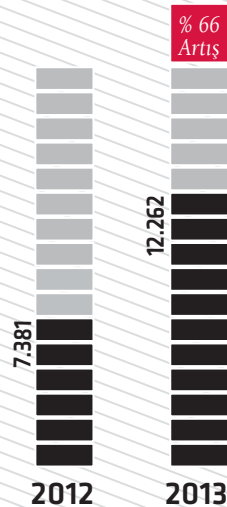
Yüzde 75’e varan destekler

Tekstil ve konfeksiyon sektörlerine yönelik özel destek hakkında bilgi veren Ekonomi Bakanlığı, halı sektöründe faaliyet gösteren firmaların, fuar nakliye masraflarının fuar destek limitini aşan kısmının, yüzde 50 oranında ve 6 bin dolarını geçmemek üzere “ilave nakliye desteği” olarak karşılandığını belirtiyor. Bakanlığın yaptığı açıklamada şu ifadeler yer alıyor: “Bakanlığımızca görevlendirilen organizatörlerin fuar organizasyonu kapsamında olmak kaydıyla, Türk ihrac ürünlerinin, fuar konusu sektörlerin, katılımcıların veya yurt dışı fuar organizasyonunun tanıtımı amacıyla yurt dışında gerçekleştirdikleri defile, seminer, basın toplantısı, reklam panoları, afiş, katalog, broşür, elektronik ortamda tanıtımı amaçlayan çalışmalar, multivizyon gösterileri, kitle iletişim araçlarında yayınlanan reklamları ile fuar konusu sektörlerin, katılımcıların veya Türk ihrac ürünlerinin tanıtımı amacıyla oluşturdukları info stant veya gösteri/etkinlik/trend alanı giderleri ve ayrıca, katılımcı firmalara iletişim

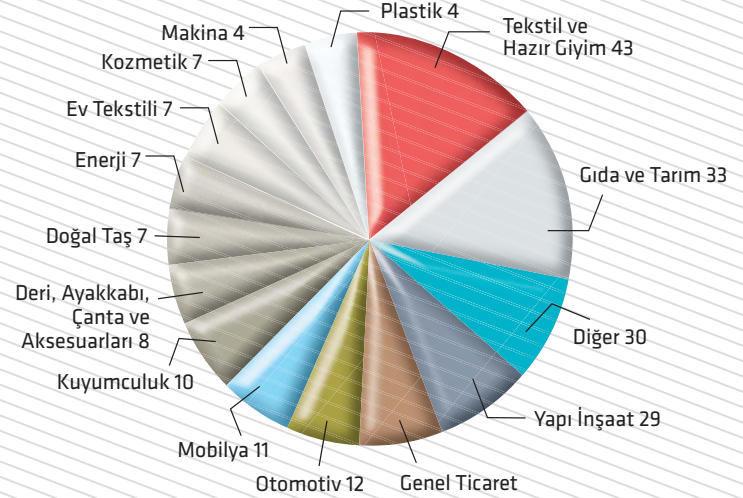
FUAR DESTEK MİKTARI



DESTEK MÜRACAT SAYISI



SEKTÖRLERE GÖRE DESTEKLENEN FUARLAR (2013)



243 FUAR

KESİMHANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi No: 3/E1 Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail : info@ozbilim.com
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

DESTEK



hizmeti vermeye yönelik info stant giderleri destekleniyor. Söz konusu faaliyetler, fuarın genel nitelikli olması halinde 80 bin dolarına, sektörel nitelikli olması halinde ise 120 bin dolarına kadar yüzde 75 oranında destekten yararlandırılmaktadır. Sektörel nitelikli fuar organizasyonları için ilaveten, ayrı bir proje olarak Bakanlığımızın ön onayına sunulmuş ve onaylanmış olmak kaydıyla, gösteri/etkinlik/trend alanı harcamaları için yine yüzde 75 oranında 80 bin dolarına kadar ilave destek alınması mümkün bulunmaktadır. Bu şekilde, Bakanlığımızca yurt dışı fuar organizasyonu için yetkilendirilmiş ihracatçı birliklerinin ve diğer fuar organizatörlerinin, tekstil sektörüne yönelik düzenlemiş oldukları fuarlarda etkili tanıtım yapmalarına imkân tanınmaktadır.”

Fuarlara katılımı artış

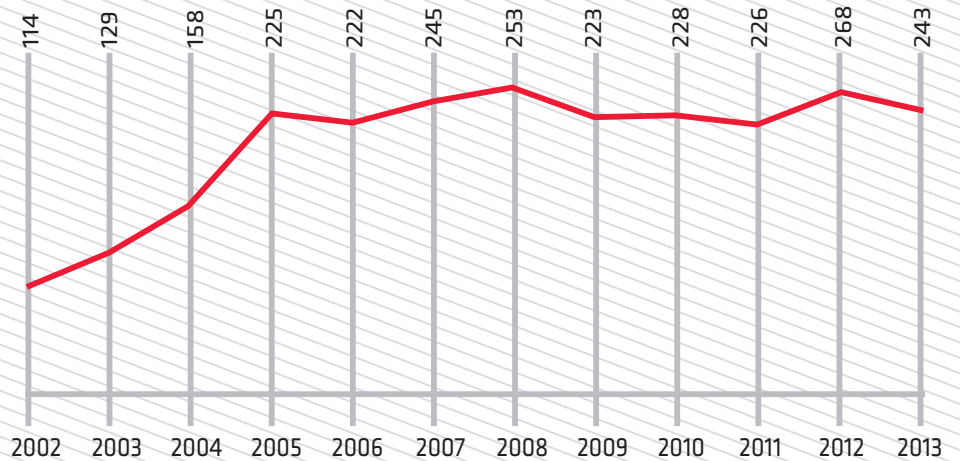
Firmalar, Ekonomi Bakanlığı tarafından açıklanan “Milli Düzeyde İştirak Edilecek Fuarlar” ve “Desteklenecek Yurt Dışı Bireysel Fuarlar” listelerinde yer alan fuarlardan biri olmak ve mevzuatta öngörülen şartlara uygun katılım gerçekleştirmek kaydıyla, tüm fuar iştirakleri için sınırsız olarak destekleniyor. Katılımcıların, “Prestijli Fuar Desteği”nden bir takvim yılı içerisinde bir defa yararlanma hakkı bulunuyor ve bunun dışında, fuar katılımları için fuar sayısı veya ülke bakımından herhangi bir sınırlama söz konusu olmuyor. Diğer taraftan yurt dışı fuar katılım desteğinden yararlanan firmaların sayısında da artış gözlemleniyor. 2013 yılında Bakanlık destekleri kapsamında 243 yurt dışı fuar organizasyonu gerçekleştirilirken, yine aynı

yıl 3 bin 208 yurt dışı fuar da bireysel katılımı desteklenen uluslararası sektörel yurt dışı fuarlar listesine dâhil edildi. Sonuçlandırılan destek müracaat sayısının ise 2012 yılında 7 bin 381 iken, 2013 yılında yüzde 66 artışla 12 bin 262’ye yükseldiği belirtiliyor. Destek müracaatı itibarıyla ödenen ortalama destek oranı da bir önceki yıla göre yüzde 14 artış gösterdiği kaydediliyor. Yurt dışı fuar katılım desteğine ait mevzuatı oluşturan “Yurt Dışında Düzenlenen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin 2009/5 Sayılı Tebliğ” ile bu tebliğe ait “Uygulama Usul ve Esasları”na, ilave yüzde 20 puan uygulanan “Hedef Ülkeler” listesine ve ayrıca, desteklenen fuar listelerine Bakanlığın <http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=fiarlar> web adresinden ulaşılabilir.

2014 YILI İÇİN HEDEF ÜLKELER

- 1- A.B.D.
- 2- MEKSİKA
- 3- BREZİLYA
- 4- ÇİN HALK CUMHURİYETİ
- 5- ENDONEZYA
- 6- HİNDİSTAN
- 7- JAPONYA
- 8- MALEZYA
- 9- TAYLAND
- 10- ETİYOPYA
- 11- ANGOLA
- 12- NİJERYA
- 13- TANZANYA
- 14- GANA
- 15- POLONYA

YURT DIŞI FUAR ORGANİZASYONLARI



2014 yılı için halihazırda 206 yurt dışı fuar organizasyonu izni verilmiştir



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

3D EXPERIENCE ŞİRKETİ DASSAULT SYSTÈMES, 17 NİSAN TARİHİNDE GRAND HYATT OTELİ'NDE DÜZENLEDİĞİ ETKİNLİKLE MODA VE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ÜÇ BOYUTLU DENEYİMLERLE NASIL DÖNÜŞTÜĞÜ VE DÖNÜŞEBİLECEĞİ ÜZERİNE BİLGİ VE ÖNGÖRÜLERİNİ PAYLAŞTI.



MODANIN HIZINA DASSAULT SYSTEMES İLE AYAK UYDURUN

3D Experience Şirketi Dassault Systèmes, 17 Nisan 2014 tarihinde Grand Hyatt Otel'i'nde düzenlediği basın toplantısı ile moda ve tekstil sektörünün üç boyutlu deneyimlerle nasıl dönüştüğü ve dönüşebileceği üzerine bilgi verdi. Dassault Systèmes yetkililerinin “Üç Boyutlu Yazılım Teknolojileri” ile ilgili ayrıntılı sunum yaptığı toplantıda sektörün yeni sistemlere açık olması gerektiğine vurgu yapıldı. Markaların ve perakende kanallarının tüketicinin sürekli değişen ihtiyaçlarına ayak uydurmak için “Üç Boyutlu Yazılım Teknolojileri”ni etkin şekilde kullanması gerektiğine vurgu yapılan toplantıda, son yıllarda geleneksel sektörlerin dışına çıkma stratejisiyle yeni sektörlerle de tecrübelerini ulaşturmaya başlayan Dassault Systèmes için moda ve tekstil endüstrisinin de bu sektörlerin başında geldiği belirtildi. Dünyanın en büyük yazılım firmalarından biri olan Dassault Systèmes’in etkinliğinde; Dassault Systèmes Türkiye Kanal Satış Direktörü Hakan Dadağlıoğlu, Dassault Systèmes İş Ortakları Yöneticisi Müge Sözen Enünlü ve Dassault Systèmes Türkiye’nin iş ortaklarından My Yazılım Genel Koordinatörü Emrah Evliyaoğlu hazır bulundu.

Modanın hızını teknoloji ile yakalayın!

Modanın hızını yakalamamanın sırrının teknolojiye saklı olduğunu söyleyen Dassault Systèmes Türkiye Kanal Satış Direktörü Hakan Dadağlıoğlu, “Moda ve tekstil sektörü trendler ve müşteri taleplerine göre günden güne hızla değişiyor” dedi. Tüketicinin sürekli değişen ihtiyaçlarına ve beğenilere ayak uydurmak için moda ve tekstil dünyasının teknolojiyi en etkin ve verimli şekilde kullanmaya önem verdiğine dikkat çeken Dadağlıoğlu, “Sektörün bu ihtiyacını karşılayabilecek çözüm ise Üç Boyutlu Yazılım Teknolojileridir” dedi.

Dassault Systèmes Türkiye’de de moda endüstrisindeki varlığını güçlendiriyor

Dassault Systèmes’in artık kendisini bir yazılım firmasından çok bir “3D Experience” yani üç boyutlu deneyimler firması olarak tanımladığını belirten Dassault Systèmes Katma Değerli Çözümlerden Sorumlu İş Ortakları Yöneticisi Müge Sözen Enünlü, “Şirketlere ve insanlara sürdürülebilir yenilikler hayal etmelerini ve hayata geçirmelerini sağlayan sanal dünyalar sunuyoruz” dedi. Dassault Systèmes’in şu anda bünyesinde

bulundurduğu 12 ayrı endüstriye yönelik sektörel deneyim çözümleri bulunduğunu dile getiren Müge Sözen Enünlü, “Tüm dünyada otomotivden savunmaya, havacılıktan endüstriyel ekipmanlara, enerjiden denizcilığe, kadar birçok farklı sektörde çözümlerimiz kullanılıyor. Türkiye’de otomotiv, otomotiv yan sanayii, savunma, havacılık, endüstriyel ekipmanlar gibi sektörlerde liderliğimizi devam ettirirken, enerji, denizcilik, paketlenmiş hızlı tüketim malları, moda/ konfeksiyon ve ilaç sektörlerinde ilerlemeyi hedefledik ve bu doğrultuda çalışma ve yatırımlara devam etmekteyiz” şeklinde konuştu. Şirket olarak sundukları teknolojilerin yakın zamana kadar daha çok karmaşık mühendislik tasarımlarının yapıldığı otomotiv, savunma ve havacılık gibi alanlarda kullanıldığını vurgu yapan Enünlü, “Son yıllarda geleneksel sektörlerin dışına çıkma stratejimizle birlikte birçok yeni sektöre de tecrübe ve bilgilerimizi ulaştırmaya başladık. Moda ve tekstil endüstrisi bu sektörlerin başını çekiyor” dedi. Dünyada bu endüstride birçok dev firmayla çalıştıklarını söyleyen Enünlü’nün, örnek verdiği firmalar arasında Adidas, New Balance, Benetton, Columbia, Quicksilver, Guess, GAP ve Gucci Group gibi devler yer alıyor.



RUSYA'NIN YÜKÜ BİZİM OMUZLARIMIZDA

Türkiye'den Rusya'ya, nakliye, gümrükleme, kapı teslim hizmet

Binbirdirek Mh. Klodfarer Cd. 29/401 Servet Han No: 38 Fatih / İstanbul

TÜRKİYE İLETİŞİM:

Tel: +90 212 529 86 98

Skype: maklojistik1

E-mail: info@maklojistik.com

RUSYA İLETİŞİM:

Skype: elenaru73

E-mail: maklogistic@mail.ru





DOSSO DOSSI



**Dosso Dossi Hotels Old City, konuklarını
ağırlamaya hazır. Sizleri Sultanahmet'te
nostaljik bir yolculuğa çağırıyor.**

Çocuk konseptine sahip ilk otel olan Dosso Dossi Hotels Old City;

- Seçkin mutfaklardan örneklerin sunulduğu **Tulip Restaurant**,
- Popüler kokteylleriyle **Tulip Bar** ve **Lobby Lounge**,
- Günün stresinden arınabileceğiniz **Dosso Dossi Spa**,
- Tüm hizmetlere kolayca ulaşmanızı sağlayan **One Touch Service**,
- Toplantılarınıza prestij katacak **3 ayrı toplantı salonu**,

93 odası ve **exclusive hizmet anlayışı** ile aklınızdan hiç çıkmayacak bir tatilin kapılarını aralıyor.

www.dossodossihotels.com

HOTELS OLD CITY



İSTANBUL'UN KALBİNDE
EN GÜZEL YERİ SIZE AYIRDIK.



TGSD BAŞKANI CEM NEGRİN, YAPTIĞI BASIN AÇIKLAMASINDA HAZIR GİYİM İHRACATINDAKİ SON DURUMU, MERKEZ BANKASI'NIN FAİZ POLİTİKASINI VE EKONOMİ VE STRATEJİ DANIŞMANLIK HİZMETLERİ'NİN TGSD İÇİN HAZIRLADIĞI HAZIR GİYİM ENDEKSİ'NİN SONUÇLARINI DEĞERLENDİRDİ.

“FAİZLER KADEMELİ DÜŞÜRÜLSÜN” YÜZDE 10’LUK BÜYÜME DEVAM ETSİN

Hazır giyim ihracatını ve Merkez Bankası'nın faiz politikalarını değerlendirmek amacıyla basın açıklaması yapan Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Cem Negrin, karlılıkta ilk kez 2007 rakamının yakalandığına dikkat çekerek, “Faizler kademeli olarak düşürülsün, 5 yılda ancak yakaladığımız yüzde 10'luk büyüme devam etsin” diye konuştu. Avrupa'da ekonominin rayına girmesiyle birlikte hazır giyim ihracatının yüzde 9-10 aralığında arttığına vurgu yapan TGSD Başkanı Cem Negrin, yaşanan bahar havasının devam etmesi için Merkez Bankası'nın faiz oranlarını kademeli olarak indirmesini beklediklerini söyledi.

“Kârlılıkta 2007 yılındaki rakamları yakaladık”

Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmetleri'nin TGSD için hazırladığı Hazır Giyim Endeksi'nin sonuçlarını değerlendiren Cem Negrin, endeksin başlangıcını oluşturmuş 2007 sonundan bugüne kadar ilk kez kârlılıkta başa baş seviyenin yakalandığını bildirdi. Bu durumun oluşmasında kurlardaki artışın büyük rolü olduğunu ifade eden Cem Negrin, “Son 12 aydır ihracatımız hem ürün hem fiyat bazında sürekli artıyor. En büyük pazarımız olan Almanya'ya yaptığımız ihracat 2014 ilk çeyrekte 2013'e göre yüzde 8,4 arttı. İkinci sıradaki İngiltere'de yüzde 6,8, üçüncü İspanya'da ise yüzde 9,1'lik ihracat artışı elde ettik. İlk 15 ülke içinde Romanya'da yüzde 76,6 Polonya'da yüzde 69,2 Irak'ta ise yüzde 31,2 oranlarında yükselme kaydettik” şeklinde konuştu.

“Euro kuru 3 TL'nin altına inmemeli”

Avrupa'da artan perakende harcamalarının Türkiye'nin ihracatının yükselmesinde önemli bir faktör olduğuna dikkat çeken TGSD Başkanı Cem Negrin, “İhracatımızın yüzde 75'ini Avrupa'ya yapıyoruz. Euro'nun 3 TL'ye çıkması karlılığımızı son derece olumlu etkiledi. 5 yıl boyunca sürekli gerileyen kârlılığımızda uzun bir aradan sonra ilk kez kârlılıkta 2007 sonu ile başa baş bir seviye yakaladık. Bunu sektörümüzün ve ülkemizin geleceği adına kaybetmememiz gerekiyor” dedi.



CEM NEGRİN
TGSD Başkanı

“Firmalarımızın faiz kaynaklı zarar etmesinin engellenmesini istiyoruz”

Merkez Bankası'nın Ocak ayında faizlerde kuvvetli bir artışa gittiğini hatırlatan Cem Negrin, “Yerel seçimler sonrasında oluşan koşullar içinde faizlerin 1-2 puan indirebileceğini düşünüyoruz” dedi. Merkez Bankası'nın kademeli faiz indirimine giderse TL'nin yeniden değerlenmesini engelleye-

bileceğine vurgu yapan Cem Negrin, “Biz sonuçta firmalarımızın faiz kaynaklı zarar etmesinin önüne geçilmesini istiyoruz” şeklinde konuştu. Euro'da kurun 3 TL civarında tutulmasının hazır giyim ihracatı açısından son derece önemli olduğuna dikkat çeken Cem Negrin, bu rakamın altının yakalanan olumlu trendi sıkıntıya sokacağını sözlerine ekledi.

İSTANBUL 7. MODA KONFERANSI

İSTANBUL FASHION CONFERENCE

8-9
Mayıs May
2014

Shangri-La Bosphorus
İstanbul



Konferansa davet edilen ülkeler

ABD, Almanya, Arnavutluk, Avustralya, Belçika, BAE, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Çin, Danimarka, Endonezya, Fas, Finlandiya, Fransa, Gana, Güney Afrika, Güney Kore, Hırvatistan, Hindistan, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada, Kosova, Litvanya, Makedonya, Malezya, Meksika, Norveç, Polonya, Romanya, Rusya, Sırbistan, Şili, Singapur, Slovakya, Ukrayna ve Ürdün.

Moda Konferansının bu yılki key-note konuşmacıları Uniqlo ve Tom Ford markaları olacak. Yerli ve yabancı ünlü moda markaları ve yurtdışı tedarik oturumları ile konferansın ilk günü dopdolu geçecek. Konferansın ikinci günü gerçekleşen B2B buluşmaları bu yıl da konferans katılımcılarının ilgisini çekecek.



Her bir kapsül stand 4,5 m² alana sahip olup, firma büyüklüğüne ve göstermek istediği koleksiyon ürünlerinin sayısına göre 2 veya 3 kapsül standı da birleştirerek kullanılabilir.

B2B Alanı Kapsül Stand ile Katılım Ücreti: Görüşme masaları sayısı alanın kapasitesi ile sınırlı olduğundan öncelik sırasına göre katılım kabul edilecektir.

1. Ünite

2.000 €

+ KDV

4,5 m²

2. Ünite

3.000 €

+ KDV

9 m²

3. Ünite

4.500 €

+ KDV

13,5 m²

Konferans İsim, Ana, Resmi, Oturum, Konuşmacı Sponsorluklarında TGSD Üyelerine **%10 indirim** uygulanmaktadır.

Stand dağılımı, sponsorluk kategori sahiplerine öncelikli dağıtım ile başlayacak, daha sonrasında başvuruların ödeme önceliğine göre devam edecektir.



İletişim

burcin.ozertgdsd.org.tr

fatih@tgdsd.org.tr

ANA SPONSORLAR



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI



OTURUM SPONSORLARI



B2B İKİLİ İŞ GÖRÜŞMELERİ SERGİ KATILIM SPONSORLARI



FUAYE KATILIM SPONSORLARI



ÜRÜN SPONSORLARI



HİZMET SPONSORLARI



AB İLE TÜRKİYE ARASINDAKİ GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN YÜRÜRLÜĞE GİRDİĞİ TARİHTEN BU YANA "GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN DEĞERLENDİRMESİ" ADI ALTINDA BAŞLATILAN ÇALIŞMA, GEÇTİĞİMİZ GÜNLERDE TAMAMLANDI VE KONUyla İLGİLİ BİR RAPOR HAZIRLANDI. TÜRKİYE İLE AB ARASINDA İZLENECEK YOL BUNDAN SONRA ŞEKİL ALACAK.

BRÜKSEL MEKTUBU

92

itkib.bx@skynet.be



HALUK ÖZELÇİ
ITKİB Brüksel Temsilcisi

Brüksel'de, geçen Mart ayının son haftasında yapılan AB - ABD Zirvesi'nin gündemi aylar önceden belliydi. Her iki taraf, TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership) müzakerelerindeki sorunlu alanları hızla kaldırarak, dünyanın en büyük ekonomik alanını oluşturmaya odaklanmıştı. Ama Ukrayna krizi toplantıya damgasını vurdu. Enerji bakımından Rusya'ya bağımlı bazı AB ülkelerinin karşı çıkmasına rağmen zor da olsa, Zirve toplantısından ortak bir kınama kararı çıktı. Bu arada Rusya, Kırımı işgal etmişti bile. Ama adet yerini bulsun diye Ukrayna'nın toprak bütünlüğüne verilen önem bir kere daha vurgulanmış oldu. AB'nin mal ve hizmet ticaretindeki en büyük ortağı ABD. Üye ülkelerin 2013 yılında ABD'ye yönelik ihracatı 288 milyar eur (bir önceki yılda 293 milyar eur), ithalatı ise 196 milyar eur (bir önceki yıl 206 milyar eur). Karşılıklı ticarete AB'nin dış ticaret fazlası, 92 milyar eur. Ayrıca toplam yatırımların, 2 trilyon Euro'nun üzerinde olması dikkat çekiyor. Halen AB ile ABD toplam dünya GSH'nin yüzde 45'ini ve dünya ticaretinin yüzde 1/3'ünü gerçekleştiriyor.

- AB ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği'nin (GB) yürürlüğe girdiği (1996) tarihten bu yana geçen 18 yılın ardından, AB Komisyonu'nun istemi üzerine Dünya Bankası (DB), « Gümrük Birliği'nin Değerlendirmesi » adı altında bir çalışma başlatmıştı. Geçtiğimiz günlerde, AB Komisyonu'nun Genişlemeden sorumlu Komiseri Stefan Füle söz konusu çalışmanın tamamlandığını ve konuyla ilgili bir rapor hazırlandığını (aşağıdaki linkten ulaşmak mümkün), açıkladı.

TÜRKİYE'NİN AB YOLU ŞEKİLLENİYOR!

<http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/turkey/tr-eu-customs-union-eng.pdf>

Rapor özetle;

-AB ile Türkiye arasındaki GB'nin, AB'nin üye olmayan bir ülke ile gerçekleştirdiği ilk kapsamlı Anlaşma olduğuna, taraflar arasındaki ticaretin gelişerek büyüdüğüne, değişen ekonomik koşullar çerçevesinde Türkiye'nin tavizli konumunun ortadan kalktığına, -GB'nin genişletilerek, tarım ve hizmetler sektörlerini de kapsamaya gerektiğine, yapılacak bu değişikliklerin sonucunda tarafların, büyüyen dünya ticaretinden daha fazla pay almalarına yardımcı olacağına, değinmekte.

Türkiye'nin "tercihli" konumu

Aradan geçen 20 yıla yakın sürede, AB ile aramızdaki GB'nin sağladığı tavizlerin tamamen ortadan kalktığını, bu pazardaki tercihli konumumuzun yok olduğunu her ortamda gündeme taşıdım. Bunun en somut örneklerinden birini, 2007 yılı Mayıs ayında DTM Müsteşarlığında yapılan AB İcra Kurulu toplantısında dile getirdiğim hususların ardından HEDEF Dergisinin 162 nolu sayısında kaleme aldığım yazıdan izlemek mümkün. O yazıda özetle,

- Avrupa Birliği'nin, önceliğini, çok taraflı (multilateral) ticaret müzakerelerini (DDA) sonlandırmak olarak açıklamasına karşın, halen bu konuda sonuç alınamaması karşısında tamamen değişik bir ticaret politikası olan ikili STA'lara yöneldiğini, nitekim, 23 Nisan 2007'de yapılan Genel İşler Konseyinde (General Affairs Council) öncelikle, Güney Kore, ASEAN ve Hindistan'la STA yapılması konusunda karar alınarak müzakere talimatının onaylandığını (30.03.07 – D.III/118), ilk STA müzakeresinin 7 Mayıs 2007 tarihinde G. Kore ile Seul'de başlatıldığını, bu gelişmelerin Türkiye açısından büyük önem taşıdığını, AB'nin imzaladığı STA'lara otomatik taraf olamayışımızın geçmişte yarattığı sorunların katlanarak büyüyeceğini,

- GB'nin sonucunda, AB Ticaret Politikasını üstlenerek, 3. ülkelere tek taraflı uygulama-

maya başladıktan sonra bu ülkeler (örneğin Meksika) bizimle STA yapma konusunda (karşılıksız tavizi aldıklarından) hiç istekli davranmadıklarını.

-GB'ni müzakere ettiğimiz dönemde, AB tarafından uygulanmakta olan Çok Taraflı Ticaret Politikası (Multilateral Trade Policy), günümüzde yön değiştirerek, STA'lara ağırlık veren bir yapıya dönüştü. Bu, temel bir Ticaret Politikası değişimidir ve etkileri de çok farklı olacaktır.

-AB ile Türkiye arasındaki GB'nin tamamlanmasına ilişkin 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararında (OKK) yer alan maddelerin çoğu günümüz koşullarına uymuyor. Bu gelişmeler otomotiv, elektronik, beyaz eşya kısaca tüm sanayimizi ilgilendiriyor. Ama işin garip tarafı, toplantının en önemli konusuna benden başka hiç bir sivil toplum örgütü (TOBB, TUSİAD, İKV vs.) veya derneği herhangi bir yorum veya görüş getirmedir. AB ile aramızdaki GB'nin asimetrik bir yapı oluşturduğunu ve Topluluk pazarındaki tercihli konumumuzun eridiğini göre, harekete geçmek için neden bu kadar vakit kaybettiğimizi anlamakta zorlanıyorum.

Türkiye ile AB arasında nasıl bir yol izlenecek?

Ankara Anlaşması ve Katma Protokolde yer aldığı gibi, tam üyelikten bir önceki etap olan GB'nin, yürürlüğe girmesinin ardından 3 veya en fazla 5 yıl içinde Türkiye'nin Topluluğa katılması gerekirdi. Böyle olmadığı gibi, aradan geçen 18 yıldan sonra hala birbiri ardına önümüze çıkarılan engellerle bu işin asla gerçekleşmeyeceğini söylemek yanlış olmaz. Şimdi AB Komisyonu, GB'nin işleyemez hale geldiği noktada, tam üyelikten hiç bahsetmeksizin, GB'nin daha da genişletilmesini yani, Tarım ve Hizmetleri de kapsamasını öneriyor. Önümüzdeki haftalarda konuyla ilgili olarak Türkiye ve AB Komisyonu yetkilileri bir araya gelerek raporun sonuçlarını değerlendirecek ve kanıma, bundan sonra nasıl bir yol izleneceğine karar verecek.

Bu eğitim hayatı kurtaracak



İHKİB Eğitim Vakfı, Cansın İlk Yardım İş Birliği ile İTKİB üyelerine “Temel İlk Yardım Eğitimi” veriyor

Sağlık Bakanlığı'nın “İlk Yardım Yönetmeliği” uyarınca tüm kurum ve kuruluşlarda bulundurulması zorunlu hale getirilen “İlk Yardım Sertifikası almış ilkyardımcı” yetiştirmeye yönelik “Temel İlk Yardım Eğitimi” İHKİB Eğitim Vakfı tarafından, Cansın İlk Yardım İş Birliği ile verilmeye başlandı.

Kursiyerler hangi alanlarda Temel İlk Yardım Eğitimi alacak?

- Genel İlk Yardım Bilgileri
- Hasta/Yaralı ve Olay Yerinin Değerlendirilmesi
- Temel Yaşam Desteği
- Kanamalarda İlk Yardım
- Yaralanmalarda İlk Yardım
- Yanık, Donma ve Sıcak Çarpmalarında İlk Yardım
- Kırık, Çıkık ve Burkulmalarda İlk Yardım
- Bilinç Bozukluklarında İlk Yardım

*Eğitim sonunda
sınava tabi tutulacak
katılımcılar, “Temel İlk Yardım
Eğitim Sertifikası” ve ilkyardımcı
kimlik kartı almaya hak
kazanacak.*

İLETİŞİM

Cansın İlk Yardım Eğitim Merkezi
Tel: 0212 451 16 17
www.cansinilkyardim.com

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0212 454 0331-33
www.ihkibev.org.tr



GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2013 ŞUBAT 1000 \$	2014 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 2014 DEĞİŞİM %
ALMANYA	301,898	327,783	8.6	613,533	22.1	694,104	22.5	13.1
İNGİLTERE	162,342	164,641	1.4	329,458	11.8	347,312	11.3	5.4
İSPANYA	105,111	122,760	16.8	223,573	8.0	239,953	7.8	7.3
FRANSA	97,925	94,422	-3.6	205,374	7.4	216,237	7.0	5.3
HOLLANDA	79,363	85,273	7.4	168,549	6.1	188,149	6.1	11.6
İTALYA	67,495	59,946	-11.2	151,352	5.4	151,221	4.9	-0.1
DANİMARKA	40,672	42,879	5.4	88,646	3.2	96,653	3.1	9.0
IRAK	44,398	58,510	31.8	69,045	2.5	95,312	3.1	38.0
POLONYA	21,994	39,732	80.6	41,027	1.5	76,479	2.5	86.4
RUSYA FEDERASYONU	48,614	35,843	-26.3	88,619	3.2	73,976	2.4	-16.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	969,812	1,031,789	6.4	1,979,177	71.1	2,179,397	70.8	10.1
BELÇİKA	34,688	33,926	-2.2	68,141	2.4	73,582	2.4	8.0
ABD	31,614	33,542	6.1	64,459	2.3	73,561	2.4	14.1
İSVEÇ	24,986	25,786	3.2	55,051	2.0	53,650	1.7	-2.5
UKRAYNA	22,529	27,415	21.7	35,201	1.3	53,644	1.7	52.4
ROMANYA	14,635	22,443	53.4	28,624	1.0	45,274	1.5	58.2
SUUDİ ARABİSTAN	18,656	21,362	14.5	33,429	1.2	38,332	1.2	14.7
İSRAİL	13,211	15,818	19.7	22,877	0.8	29,169	0.9	27.5
SURİYE	4,156	16,819	304.7	5,468	0.2	26,517	0.9	384.9
SLOVAK CUMHURİYETİ	10,272	15,775	53.6	17,166	0.6	26,106	0.8	52.1
İSVİÇRE	10,816	12,475	15.3	22,306	0.8	25,573	0.8	14.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,155,376	1,257,150	8.8	2,331,900	83.8	2,624,805	85.3	12.6
CEZAYİR	10,491	12,149	15.8	17,454	0.6	24,035	0.8	37.7
AVUSTURYA	12,331	11,239	-8.9	23,576	0.8	23,864	0.8	1.2
ESTONYA	12,439	11,428	-8.1	23,124	0.8	23,405	0.8	1.2
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	10,961	11,963	9.1	22,023	0.8	23,321	0.8	5.9
LİBYA	6,700	13,450	100.8	15,318	0.6	22,013	0.7	43.7
YUNANİSTAN	8,416	10,079	19.8	17,370	0.6	19,904	0.6	14.6
ÇEK CUMHURİYETİ	12,063	9,160	-24.1	23,249	0.8	18,618	0.6	-19.9
FINLANDIYA	4,502	7,660	70.1	8,158	0.3	16,115	0.5	97.5
NORVEÇ	7,754	6,601	-14.9	17,201	0.6	15,990	0.5	-7.0
MISIR	6,700	10,083	50.5	11,969	0.4	15,108	0.5	26.2
KIRGIZISTAN	7,847	8,506	8.4	13,768	0.5	13,691	0.4	-0.6
BULGARİSTAN	8,672	7,267	-16.2	15,306	0.6	13,689	0.4	-10.6
KAZAKİSTAN	11,925	5,763	-51.7	21,777	0.8	12,534	0.4	-42.4
KANADA	6,283	5,323	-15.3	11,927	0.4	11,884	0.4	-0.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,532	4,909	8.3	9,695	0.3	8,694	0.3	-10.3
İRAN	3,122	4,725	51.3	5,511	0.2	8,205	0.3	48.9
İRLANDA	4,968	4,049	-18.5	9,532	0.3	8,155	0.3	-14.4
TUNUS	6,515	4,024	-38.2	13,917	0.5	7,457	0.2	-46.4
KOSOVA	2,920	3,203	9.7	6,309	0.2	6,992	0.2	10.8
AVUSTRALYA	2,498	3,333	33.4	4,450	0.2	6,806	0.2	52.9
AZERBAYCAN	3,498	3,292	-5.9	5,826	0.2	6,391	0.2	9.7
HONG KONG	2,198	3,150	43.3	5,485	0.2	6,318	0.2	15.2
ÜRDÜN	2,831	2,300	-18.8	4,555	0.2	5,935	0.2	30.3
JAPONYA	2,871	2,415	-15.9	5,297	0.2	5,927	0.2	11.9
LÜBNAN	2,814	3,266	16.1	5,274	0.2	5,740	0.2	8.9
BOSNA-HERSEK	2,266	3,264	44.1	3,779	0.1	5,641	0.2	49.3
TÜRKMENİSTAN	2,437	2,387	-2.1	8,478	0.3	5,374	0.2	-36.6
HRİVATİSTAN	1,881	2,576	36.9	3,031	0.1	5,275	0.2	74.0
SLOVENYA	1,518	2,779	83.1	2,128	0.1	5,266	0.2	147.4
AVRUPA SERBEST BÖLGE	2,373	2,191	-7.7	4,863	0.2	5,121	0.2	5.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,331,703	1,439,683	8.1	2,672,250	96.1	2,982,276	96.9	11.6
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	57,790	49,728	-14.0	109,874	3.9	96,418	3.1	-12.2
AB (27) TOPLAMI	1,037,076	1,110,660	7.1	2,130,574	76.6	2,359,042	76.6	10.7
TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONF. İHRACATI	1,389,493	1,489,411	7.2	2,782,124	100.0	3,078,694	100.0	10.7

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2013 ŞUBAT 1000 \$	2014 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2014 OCAK ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 2014 DEĞİŞİM %
İTALYA	63,913	78,106	22.2	135,152	10.1	172,679	11.6	27.8
RUSYA FEDERASYONU	99,851	65,140	-34.8	193,850	14.6	134,785	9.1	-30.5
ALMANYA	32,911	36,201	10.0	66,295	5.0	75,243	5.1	13.5
UKRAYNA	21,606	29,298	35.6	39,412	3.0	60,257	4.1	52.9
İNGİLTERE	22,520	27,772	23.3	47,636	3.6	58,403	3.9	22.6
ROMANYA	23,022	29,285	27.2	47,755	3.6	57,131	3.8	19.6
İRAN	12,855	24,923	93.9	31,052	2.3	50,983	3.4	64.2
ABD	22,040	23,919	8.5	46,190	3.5	48,667	3.3	5.4
MISIR	18,938	24,153	27.5	36,970	2.8	47,399	3.2	28.2
POLONYA	21,777	21,952	0.8	43,695	3.3	46,514	3.1	6.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	339,432	360,749	6.3	688,007	51.7	752,061	50.6	9.3
BULGARİSTAN	23,761	22,212	-6.5	46,731	3.5	46,344	3.1	-0.8
İSPANYA	16,421	22,488	36.9	33,514	2.5	44,717	3.0	33.4
IRAK	4,208	19,648	366.9	8,494	0.6	39,131	2.6	360.7
HOLLANDA	12,459	16,534	32.7	26,391	2.0	34,175	2.3	29.5
FAS	13,863	15,990	15.3	30,172	2.3	33,937	2.3	12.5
TUNUS	17,065	14,408	-15.6	31,169	2.3	30,852	2.1	-1.0
BELÇİKA	11,099	14,073	26.8	25,937	1.9	28,687	1.9	10.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11,806	9,259	-21.6	31,981	2.4	27,641	1.9	-13.6
FRANSA	13,087	12,835	-1.9	27,189	2.0	26,590	1.8	-2.2
PORTEKİZ	9,867	12,160	23.2	20,060	1.5	25,687	1.7	28.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	473,069	520,356	10.0	969,642	72.8	1,089,820	73.4	12.4
YUNANİSTAN	10,467	12,352	18.0	20,536	1.5	24,985	1.7	21.7
SİRBİSTAN	9,418	9,713	3.1	16,697	1.3	19,184	1.3	14.9
HONG KONG	6,748	9,862	46.1	16,656	1.3	17,862	1.2	7.2
İSRAİL	7,059	7,645	8.3	14,409	1.1	16,366	1.1	13.6
MACARİSTAN	6,485	5,976	-7.8	13,519	1.0	13,797	0.9	2.1
CEZAYİR	7,729	6,809	-11.9	14,327	1.1	13,360	0.9	-6.8
SURİYE	1,291	6,318	389.2	2,008	0.2	12,927	0.9	543.6
SUUDİ ARABİSTAN	5,941	5,091	-14.3	11,998	0.9	11,408	0.8	-4.9
MERSİN SERBEST BÖLGE	4,947	5,717	15.6	9,069	0.7	11,321	0.8	24.8
ÖZBEKİSTAN	3,531	5,148	45.8	8,487	0.6	10,785	0.7	27.1
LİTVANYA	3,524	4,899	39.0	7,361	0.6	10,433	0.7	41.7
MOLDAVYA	1,889	4,632	145.2	3,286	0.2	9,154	0.6	178.6
ÇEK CUMHURİYETİ	4,130	4,050	-1.9	7,831	0.6	8,620	0.6	10.1
BEYAZ RUSYA	8,658	4,511	-47.9	16,363	1.2	8,498	0.6	-48.1
BREZİLYA	7,629	4,064	-46.7	19,795	1.5	8,399	0.6	-57.6
AVUSTURYA	3,837	3,442	-10.3	8,160	0.6	7,508	0.5	-8.0
ÜRDÜN	3,872	3,982	2.8	7,654	0.6	6,741	0.5	-11.9
LÜBNAN	2,133	3,320	55.6	4,407	0.3	6,562	0.4	48.9
LİBYA	4,070	3,276	-19.5	7,187	0.5	6,521	0.4	-9.3
MAKEDONYA	2,688	3,556	32.3	5,979	0.4	6,516	0.4	9.0
AVRUPA SERBEST BÖLG.	2,890	3,243	12.2	5,019	0.4	6,275	0.4	25.0
EGE SERBEST BÖLGE	3,983	2,791	-29.9	8,004	0.6	5,391	0.4	-32.6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,265	2,725	115.4	3,907	0.3	5,300	0.4	35.7
DANİMARKA	1,586	2,424	52.9	3,790	0.3	5,212	0.4	37.5
KIRGIZİSTAN	1,636	2,016	23.2	2,806	0.2	5,142	0.3	83.2
GÜRCİSTAN	2,334	2,666	14.2	4,030	0.3	4,838	0.3	20.0
SLOVAKYA	1,855	2,387	28.7	4,195	0.3	4,640	0.3	10.6
VIETNAM	1,559	2,631	68.8	3,811	0.3	4,543	0.3	19.2
İSVEÇ	1,349	1,971	46.1	3,239	0.2	4,450	0.3	37.4
AHL SERBEST BÖLGE	1,569	2,011	28.2	3,692	0.3	4,401	0.3	19.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	599,141	659,586	10.1	1,227,865	92.2	1,370,960	92.3	11.7
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	50,260	57,325	14.1	103,691	7.8	114,614	7.7	10.5
AB (27) TOPLAMI	291,059	338,338	16.2	602,869	45.3	711,693	47.9	18.1
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	649,401	716,911	10.4	1,331,556	100.0	1,485,574	100.0	11.6

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2013 ŞUBAT 1000 \$	2014 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2014 OCAK ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	36,209	35,173	-2.9	67,172	27.4	59,183	22.0	-11.9
ALMANYA	7,126	8,952	25.6	16,161	6.6	19,429	7.2	20.2
IRAK	8,000	10,470	30.9	14,558	5.9	18,779	7.0	29.0
İTALYA	10,068	8,479	-15.8	18,613	7.6	18,566	6.9	-0.3
İNGİLTERE	5,654	7,420	31.2	10,763	4.4	14,572	5.4	35.4
UKRAYNA	4,289	5,607	30.7	8,905	3.6	13,337	5.0	49.8
FRANSA	4,997	4,561	-8.7	10,458	4.3	10,614	3.9	1.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,654	4,181	57.5	6,363	2.6	9,439	3.5	48.3
SUUDİ ARABİSTAN	3,194	3,629	13.6	5,848	2.4	6,555	2.4	12.1
HONG KONG	3,004	3,587	19.4	5,227	2.1	5,505	2.0	5.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	85,195	92,059	8.1	164,070	67.0	175,979	65.4	7.3
ABD	2,466	2,645	7.3	4,593	1.9	5,343	2.0	16.3
SURİYE	10	3,843	38,328.1	14	0.0	4,151	1.5	29,551.5
BULGARİSTAN	2,280	1,524	-33.1	4,549	1.9	3,999	1.5	-12.1
CEZAYİR	1,243	2,031	63.4	2,043	0.8	3,709	1.4	81.6
LİBYA	947	2,916	207.9	1,604	0.7	3,529	1.3	120.1
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,558	1,659	6.5	3,401	1.4	3,240	1.2	-4.7
KIRGIZİSTAN	2,221	1,647	-25.8	4,760	1.9	3,145	1.2	-33.9
HOLLANDA	3,147	1,257	-60.0	4,850	2.0	2,814	1.0	-42.0
DANİMARKA	755	1,007	33.4	1,747	0.7	2,598	1.0	48.7
ÜRDÜN	151	2,361	1,465.7	665	0.3	2,571	1.0	286.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	99,973	112,951	13.0	192,294	78.5	211,079	78.4	9.8
İSPANYA	1,612	1,410	-12.6	3,008	1.2	2,514	0.9	-16.4
ROMANYA	1,871	1,358	-27.4	2,840	1.2	2,269	0.8	-20.1
İSRAIL	639	1,263	97.8	1,109	0.5	2,227	0.8	100.8
İSVİÇRE	814	928	14.0	2,439	1.0	2,045	0.8	-16.1
ÖZBEKİSTAN	868	971	11.8	1,469	0.6	2,037	0.8	38.7
YUNANİSTAN	528	1,304	146.8	900	0.4	1,916	0.7	112.9
ESTONYA	1,005	988	-1.7	1,408	0.6	1,897	0.7	34.8
AZERBAYCAN	1,762	990	-43.8	2,988	1.2	1,851	0.7	-38.1
POLONYA	500	1,099	119.5	1,008	0.4	1,845	0.7	83.0
BELÇİKA	1,420	1,063	-25.2	2,173	0.9	1,788	0.7	-17.7
ÇEK CUMHURİYETİ	519	485	-6.5	714	0.3	1,689	0.6	136.7
İSVEÇ	1,005	696	-30.7	1,795	0.7	1,666	0.6	-7.2
TÜRKMENİSTAN	1,078	1,188	10.2	1,780	0.7	1,555	0.6	-12.6
KAZAKİSTAN	1,866	663	-64.4	2,942	1.2	1,554	0.6	-47.2
GÜNEY KORE	637	870	36.6	1,242	0.5	1,504	0.6	21.1
SİRBİSTAN	536	939	75.3	1,009	0.4	1,463	0.5	45.1
AVUSTURYA	658	508	-22.8	1,588	0.6	1,409	0.5	-11.3
TACİKİSTAN	1,308	1,153	-11.8	2,013	0.8	1,371	0.5	-31.9
TUNUS	378	797	110.9	1,046	0.4	1,233	0.5	17.8
İRAN	950	798	-16.0	1,351	0.6	1,169	0.4	-13.4
UMMAN	323	1	-99.7	944	0.4	1,159	0.4	22.9
KANADA	221	634	186.5	329	0.1	1,134	0.4	244.9
PORTEKİZ	91	775	747.0	184	0.1	1,084	0.4	490.7
KKTC	416	804	93.4	605	0.2	1,038	0.4	71.5
GÜRCİSTAN	385	506	31.4	691	0.3	968	0.4	40.1
MOLDAVYA	167	625	274.8	258	0.1	956	0.4	271.0
AVUSTRALYA	198	471	137.2	803	0.3	911	0.3	13.4
MISIR	442	496	12.3	1,262	0.5	882	0.3	-30.1
BEYAZ RUSYA	556	217	-61.0	856	0.3	850	0.3	-0.7
SLOVAKYA	372	360	-3.3	607	0.2	710	0.3	16.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	123,097	137,310	11.5	233,654	95.4	255,775	95.0	9.5
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	6,724	7,971	18.6	11,212	4.6	13,463	5.0	20.1
AB (27) TOPLAMI	45,037	44,576	-1.0	85,057	34.7	93,199	34.6	9.6
TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	129,821	145,281	11.9	244,866	100.0	269,238	100.0	10.0

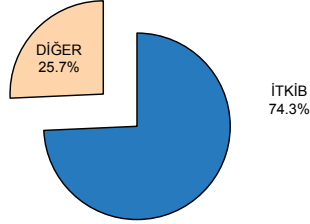
TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2013 ŞUBAT	2014 ŞUBAT	DEĞİŞİM %	2013 OCAK ŞUBAT	TOPLAM HALI'DA PAY %	2014 OCAK ŞUBAT	TOPLAM HALI'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	30,032	31,144	3.7	59,115	18.0	57,789	16.3	-2.2
ABD	13,756	18,942	37.7	30,441	9.3	36,595	10.3	20.2
LİBYA	21,492	13,642	-36.5	47,760	14.6	35,607	10.0	-25.4
ALMANYA	9,137	12,652	38.5	20,126	6.1	26,715	7.5	32.7
IRAK	4,077	6,959	70.7	8,468	2.6	13,714	3.9	61.9
İNGİLTERE	3,837	6,149	60.3	8,950	2.7	12,897	3.6	44.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,287	6,092	85.4	6,983	2.1	12,642	3.6	81.0
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	5,030	5,313	5.6	9,924	3.0	11,003	3.1	10.9
MISIR	2,843	3,992	40.4	5,534	1.7	7,846	2.2	41.8
RUSYA FEDERASYONU	4,835	3,652	-24.5	10,048	3.1	7,354	2.1	-26.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	98,326	108,538	10.4	207,349	63.3	222,163	62.5	7.1
POLONYA	2,730	3,435	25.8	4,414	1.3	6,424	1.8	45.5
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1,950	2,762	41.7	5,848	1.8	6,252	1.8	6.9
CEZAYİR	2,159	2,834	31.3	4,037	1.2	5,722	1.6	41.7
UKRAYNA	3,471	2,323	-33.1	5,813	1.8	5,576	1.6	-4.1
İTALYA	2,040	2,690	31.9	3,972	1.2	5,494	1.5	38.3
TÜRKMENİSTAN	2,620	2,604	-0.6	5,053	1.5	5,490	1.5	8.6
BELÇİKA	2,836	2,661	-6.2	6,323	1.9	5,471	1.5	-13.5
FRANSA	1,678	3,204	91.0	2,991	0.9	5,333	1.5	78.3
İSRAİL	2,030	1,753	-13.6	4,494	1.4	4,977	1.4	10.7
JAPONYA	1,693	2,282	34.8	3,875	1.2	4,282	1.2	10.5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	121,534	135,086	11.2	254,169	77.6	277,183	78.0	9.1
TACİKİSTAN	2,216	1,382	-37.6	4,872	1.5	4,151	1.2	-14.8
ROMANYA	2,162	1,964	-9.1	3,760	1.1	3,779	1.1	0.5
FAS	1,574	2,048	30.1	2,687	0.8	3,765	1.1	40.1
KAZAKİSTAN	1,931	2,324	20.3	3,582	1.1	3,473	1.0	-3.0
KUVEYT	1,669	1,673	0.2	3,477	1.1	3,405	1.0	-2.1
MALEZYA	1,691	1,673	-1.1	2,726	0.8	3,228	0.9	18.4
İRAN (İSLAM CUM.)	1,190	1,867	56.8	2,351	0.7	3,132	0.9	33.2
İSVEÇ	1,653	1,898	14.8	2,666	0.8	2,842	0.8	6.6
MACARİSTAN	608	2,521	314.7	956	0.3	2,728	0.8	185.5
KIRGIZİSTAN	1,903	1,234	-35.2	3,309	1.0	2,270	0.6	-31.4
AVUSTRALYA	1,102	1,521	38.0	1,415	0.4	2,177	0.6	53.9
AVUSTURYA	458	1,159	153.2	1,504	0.5	1,987	0.6	32.1
ŞİLİ	783	1,035	32.3	1,385	0.4	1,883	0.5	36.0
UMMAN	874	1,152	31.8	1,096	0.3	1,870	0.5	70.7
İSPANYA	685	872	27.3	1,150	0.4	1,848	0.5	60.7
KATAR	384	1,012	163.4	596	0.2	1,746	0.5	192.7
ÜRDÜN	329	1,038	215.1	528	0.2	1,723	0.5	226.4
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	1,182	982	-16.9	2,398	0.7	1,671	0.5	-30.3
PAKİSTAN	1,085	770	-29.0	2,563	0.8	1,534	0.4	-40.2
YEMEN	2,147	1,087	-49.4	2,932	0.9	1,522	0.4	-48.1
KANADA	1,006	558	-44.5	1,651	0.5	1,490	0.4	-9.7
AFGANİSTAN	1,257	690	-45.1	2,268	0.7	1,455	0.4	-35.8
ANGOLA	390	443	13.6	840	0.3	1,270	0.4	51.1
HOLLANDA	339	357	5.3	607	0.2	1,216	0.3	100.3
GÜRCİSTAN	441	496	12.4	529	0.2	1,171	0.3	121.4
BREZİLYA	339	644	89.8	824	0.3	1,143	0.3	38.7
BOSNA-HERSEK	235	530	125.4	446	0.1	1,123	0.3	151.9
MORİTANYA	613	546	-11.0	1,185	0.4	1,106	0.3	-6.7
ÇEK CUMHURİYETİ	3,171	625	-80.3	4,892	1.5	1,054	0.3	-78.4
NORVEÇ	242	344	41.8	539	0.2	822	0.2	52.6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	155,195	169,530	9.2	313,900	95.8	339,766	95.6	8.2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	6,355	7,637	20.2	13,648	4.2	15,761	4.4	15.5
AB (27) TOPLAMI	33,363	42,951	28.7	66,409	20.3	82,638	23.2	24.4
TOPLAM HALI İHRACATI	161,550	177,167	9.7	327,548	100.0	355,527	100.0	8.5

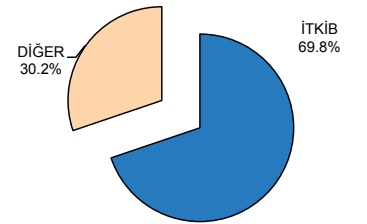
GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	74.3	25.7
TEKSTİL	46.0	54.0
DERİ	69.8	30.2
HALI	21.8	78.2
		24,087,157
İTKİB	3,373,991	
DİĞER	20,713,166	

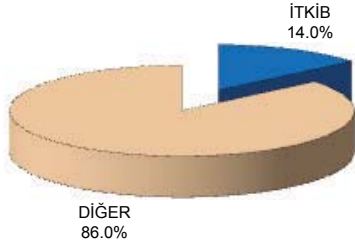
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



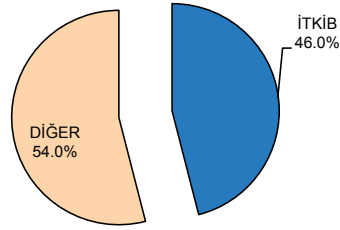
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



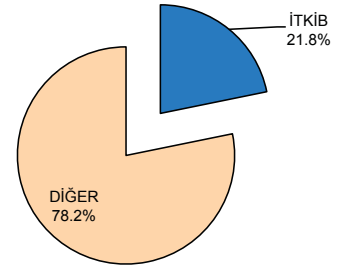
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI



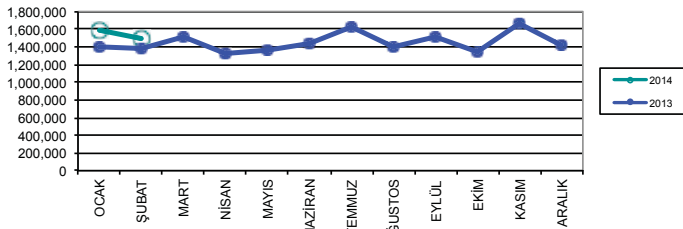
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



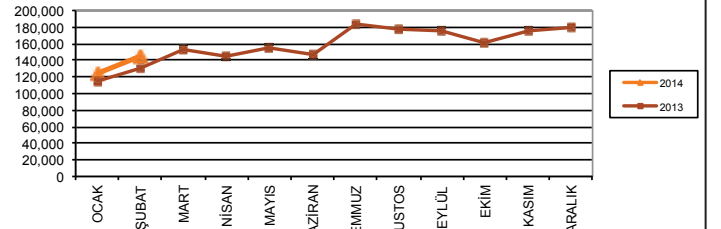
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



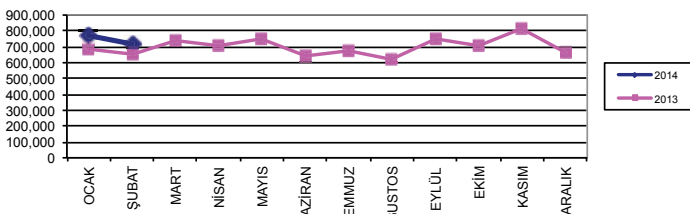
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



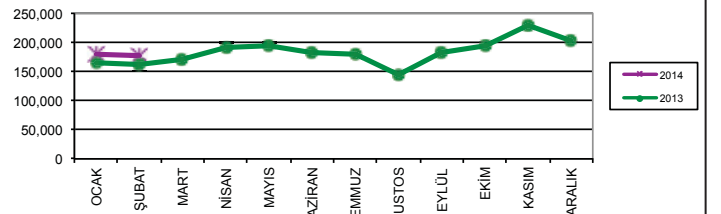
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



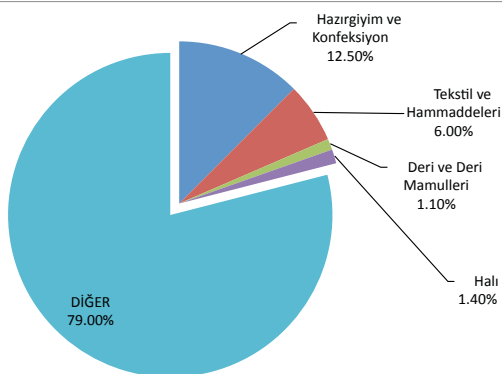
HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI **GÖSTERGELER**

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$												
	ŞUBAT				OCAK-ŞUBAT				SON 12 AYLIK			
SEKTÖRLER	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)	2012/2013	2013 /2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)
I.TARIM	1,613,307	1,798,721	11.5	14.9	3,312,975	3,729,595	12.6	15.2	19,399,882	21,760,484	12.2	14.3
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,151,673	1,268,179	10.1	10.5	2,371,702	2,626,658	10.7	10.7	13,753,247	15,153,410	10.2	9.9
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	471,153	556,948	18.2	4.6	971,509	1,171,624	20.6	4.8	5,887,425	6,785,379	15.3	4.4
Yaş Meyve ve Sebze	181,370	200,744	10.7	1.7	404,502	420,534	4.0	1.7	2,212,686	2,367,275	7.0	1.6
Meyve Sebze Mamulleri	94,116	112,614	19.7	0.9	189,022	224,128	18.6	0.9	1,265,225	1,365,225	7.9	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	108,713	111,979	3.0	0.9	215,569	228,203	5.9	0.9	1,378,164	1,450,955	5.3	1.0
Fındık ve Mamulleri	133,841	183,455	37.1	1.5	311,898	338,336	8.5	1.4	1,845,677	1,796,834	-2.6	1.2
Zeytin ve Zeytinyağı	52,404	23,345	-55.5	0.2	97,246	47,846	-50.8	0.2	268,095	390,168	45.5	0.3
Tütün ve Mamulleri	101,107	69,879	-30.9	0.6	167,738	179,413	7.0	0.7	820,098	918,225	12.0	0.6
Süs Bitkileri	8,970	9,216	2.7	0.1	14,218	16,575	16.6	0.1	75,877	79,350	4.6	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	148,748	185,965	25.0	1.5	319,944	395,727	23.7	1.6	1,724,044	2,064,162	19.7	1.4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	148,748	185,965	25.0	1.5	319,944	395,727	23.7	1.6	1,724,044	2,064,162	19.7	1.4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	312,886	344,577	10.1	2.8	621,329	707,211	13.8	2.9	3,922,592	4,542,912	15.8	3.0
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	312,886	344,577	10.1	2.8	621,329	707,211	13.8	2.9	3,922,592	4,542,912	15.8	3.0
II. SANAYİ	9,579,935	9,966,803	4.0	82.4	18,452,243	19,628,377	6.4	79.9	114,740,054	120,218,465	4.8	78.8
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	940,772	1,039,359	10.5	8.6	1,903,971	2,110,339	10.8	8.6	11,692,512	12,732,373	8.9	8.3
Tekstil ve Hammaddeleri	649,401	716,911	10.4	5.9	1,331,556	1,485,574	11.6	6.0	7,950,750	8,543,111	7.5	5.6
Deri ve Deri Mamulleri	129,821	145,281	11.9	1.2	244,866	269,238	10.0	1.1	1,685,465	1,965,679	16.6	1.3
Hali	161,550	177,167	9.7	1.5	327,548	355,527	8.5	1.4	2,056,296	2,223,583	8.1	1.5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,429,458	1,449,343	1.4	12.0	2,745,432	2,845,067	3.6	11.6	17,568,217	17,533,646	-0.2	11.5
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,429,458	1,449,343	1.4	12.0	2,745,432	2,845,067	3.6	11.6	17,568,217	17,533,646	-0.2	11.5
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,209,705	7,478,101	3.7	61.8	13,802,840	14,672,972	6.3	59.7	85,479,326	89,952,447	5.2	59.0
Hazırlama ve Konfeksiyon	1,389,493	1,489,411	7.2	12.3	2,782,124	3,078,694	10.7	12.5	16,290,905	17,662,162	8.4	11.6
Otomotiv Endüstrisi	1,783,952	1,836,129	2.9	15.2	3,269,411	3,422,805	4.7	13.9	19,106,752	21,456,204	12.3	14.1
Gemi ve Yat	162,402	89,237	-45.1	0.7	211,355	143,708	-32.0	0.6	876,571	1,095,944	25.0	0.7
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	838,433	922,614	10.0	7.6	1,668,491	1,826,005	9.4	7.4	11,694,770	11,853,096	1.4	7.8
Makine ve Alsatırları	435,631	472,363	8.4	3.9	865,679	949,848	9.7	3.9	5,380,695	5,879,330	9.3	3.9
Demir ve Demir Dışı Metaller	545,253	569,337	4.4	4.7	1,064,756	1,162,220	9.2	4.7	6,534,080	6,929,306	6.0	4.5
Çelik	1,224,778	1,196,902	-2.3	9.9	2,369,391	2,304,438	-2.7	9.4	15,242,655	13,760,521	-9.7	9.0
Çimento Camı Seramik ve Toprak	236,027	246,823	4.6	2.0	468,460	490,805	4.8	2.0	3,122,805	3,175,337	1.7	2.1
Mücevher	192,587	182,876	-5.0	1.5	346,757	377,702	8.9	1.5	2,017,310	2,287,298	13.4	1.5
Savunma Sanayii	90,844	107,485	18.3	0.9	163,402	214,998	31.6	0.9	1,300,411	1,440,526	10.8	0.9
İklimlendirme Sanayii	301,533	356,128	18.1	2.9	577,194	685,990	18.8	2.8	3,825,213	4,308,124	12.6	2.8
Diğer Sanayi Ürünleri	8,773	8,797	0.3	0.1	15,818	15,757	-0.4	0.1	87,157	104,598	20.0	0.1
III. MADENCİLİK	398,685	327,517	-17.9	2.7	793,231	729,184	-8.1	3.0	4,444,244	4,972,225	11.9	3.3
Madencilik Ürünleri	398,685	327,517	-17.9	2.7	793,231	729,184	-8.1	3.0	4,444,244	4,972,225	11.9	3.3
TOPLAM (TİM)	11,591,927	12,093,042	4.3	100.0	22,558,449	24,087,157	6.8	98.1	138,584,181	146,951,174	6.0	96.4
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					515,470	478,389	-7.2	19	14,855,288	5,557,941	-62.6	3.6
TOPLAM (TİM+TUIİK)	11,591,927	12,093,042	4.3	100.0	23,073,919	24,565,546	6.5	100.0	153,439,469	152,509,115	-0.6	100.0

* Son 12 aylık dönem için ilk 11 ay TUIK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.



2013 AYLIK DÖVİZ KURLARI		
	\$	€
1 Ocak 2013	1.7594	2.3490
1 Şubat 2013	1.7704	2.3635
1 Mart 2013	1.8220	2.3550
1 Nisan 2013	1.8466	2.3934
1 Mayıs 2013	1.8676	2.4100
1 Haziran 2013	1.9512	2.5286
1 Temmuz 2013	1.9186	2.5266
1 Ağustos 2013	1.9871	2.6493
1 Eylül 2013	2.0197	2.6692
1 Ekim 2013	2.0138	2.7300
1 Kasım 2013	2.0099	2.7177
1 Aralık 2013	2.0319	2.7545

[illegible]

ADRESLER

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

BİRLİKLER

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

DERNEKLER

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

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)
Tel: 0 212 516 90 52 – 53
Faks: 0 212 458 12 50

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

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

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

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

Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)
Tel: 0 007 095 931 99 65 (pbx)
Faks: 0 007 095 931 99 65
e-mail: rtib@umail.ru
Internet: www.rtib.ru

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

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

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

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

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

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

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

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTRADE)
Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13 – 13
e-mail: tgسد@tgسد.org.tr
Internet: www.tgسد.org.tr

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

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

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
Tel: 0 212 227 06 86
Faks: 0 212 260 11 57

KURUMLAR

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SENDİKA ve ODALAR

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

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

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

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

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

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 03 29

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

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)
Tel: 0 212 558 23 02
Faks: 0 212 558 22 96
e-mail: info@turdev.org
Internet: www.turdev.org

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

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

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

SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (İSBI)
Tel: 0 212 465 00 65 (3hat)
Faks: 0 212 465 00 68

Çorlu Avrupa Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 282 692 10 54 (4hat)
Faks: 0 282 691 10 59

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

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

GÜMRÜKLER

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En moderen teknoloji ile en seçkin keten üretimi..

Doğanın derinlerinden gelen keten lifleri bir yanda natürel esasını korurken, 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 terciği olmuştur. Filofibra güvencesi ile İstanbul depolarımızdan anında fabrikalarınıza servis avantajı ile

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



FILOFİBRA PAZARLAMA A.Ş.

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

UNIVERSAL

Kumaşın Türkiye'deki tek adresi,
Universal Tekstil...



İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No:22D İç Kapı No:3B03
Başakşehir / İstanbul - TURKEY
Tel: +90 212 671 03 74 (pbx) Fax: +90 212 671 03 75
www.polarflc.com