

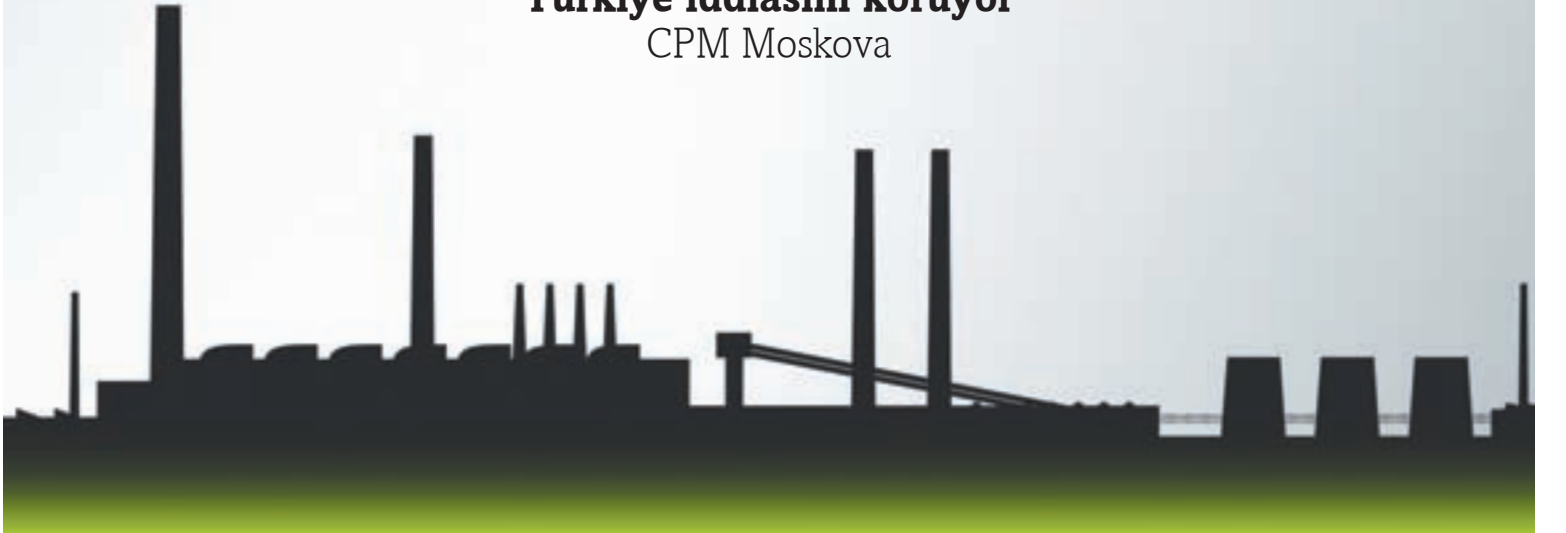
Kalıcı büyüme için  
**TEK ÇARE**  
**ÜRETİM**

---

**İhracatta Ağustos'un lideri:**  
Hazır Giyim

---

**Türkiye iddiasını koruyor**  
CPM Moskova



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

## PROCUT D 8001 SERİSİ

Yüksek Katlı Kesim Makinası  
Cutter (8.0 cm)



- Nextgen

- Geliştirilmiş daha dinamik 3 boyutlu kafa tasarımı
- Daha teknolojik ve hafif kesim kafası ve köprüsü
- Daha hassas, akıllı bıçak sistemi sayesinde kaliteli kesimde son nokta
- Kalıp içinde farklı cıtlar yapabilmek imkanı  
Örnek: Tek kalıp içinde V cıt ile T cıt
- Pozisyonlarken bileme imkanı

- Tam otomatik parametrik ayarlanabilen kafa yağlama sistemi

- 8 cm'e kadar kumaş katı kesim yüksekliği

- Konforlu kullanım için daha uzun ve kaliteli toplama bandı
- İsteğe bağlı makina enleri, 20 cm aralıklarla

%30  
Enerji  
Tasarrufu

**ASTAS JUKI**

ASTAS PLAZA Kocman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL  
Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) Faks: (0212) 630 89 27

f t p /astascadcam



# Reaktif dijital baskıda ve örme kumaşta en iyiye bizimle ulaşın

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



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

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

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

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

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

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

# içindekiler



20 TÜRKİYE,  
CPM'DE İDDİASINI  
KORUYOR

TEKSTİL  
DÜNYASININ  
VİTRİNİ: PV PARİS 28



42 KALICI BÜYÜME  
İÇİN TEK ÇARE  
ÜRETİM

TORBADA AF YOK,  
YENİDEN  
HESAPLAMA VAR 50

LALELİ'DE  
FESTİVAL  
RÜZGÂRI ESTİ 72



68  
MODANIN KİSTASLARI  
MERTER'DE BELİRLENİR

## İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ  
AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İTKİB adına Cumhur İŞBIRAKMAZ

### DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,  
Mustafa ŞENOCAK, Uğur UYSAL

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Özkan KARACA

### YAYIN KURULU

İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK, Birol SEZER,  
Nilgün ÖZDEMİR, Aydın ERTEN, Mustafa PAŞAHAN,  
Nazım KANPOLAT, Hikmet ÜNAL, Sultan TEPE,  
Osman EGE, Cengiz ÖZMEN, Ramazan ÖZPINAR,  
Ruken MIZRAKLI, Ersin ÖZGÜMÜŞ, Ferzat ERDEBİL,  
Eyüp KESER, Bülent METİN, Haşim GÜRELİ,  
Zeki SALMAN, Barış CEYHAN, Ahmet Hayri DİLER

### YAZI KURULU

Süleyman ÇAKIROĞLU, Zeynep ÇELİK

### YÖNETİM YERİ

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

### YAPIM



### YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU  
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

### YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ  
erkansoz@kucukmucizeler.com

### EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN  
bahtiyar@kucukmucizeler.com  
Meral GÜLER  
meralguler@kucukmucizeler.com

### ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL  
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

### GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ  
muhammed@kucukmucizeler.com

### FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN  
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

### PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ  
Özgür SEYHAN  
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

### REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK  
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

### BASKI-CİLT

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

### DAĞITIM

Intermail

Head Defterisi İTKİB üyelerine ücretsiz olarak dağıtılır. Alıntı yapılması yazılı izne tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar iade edilmez. Yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.

Head Defterisi İTKİB adına Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. tarafından yayına hazırlanmaktadır.

### İLETİŞİM

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



# AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



BAY. **ENTEGRE PRO**  
TİCARİ YÖNETİM YAZILIM  
BAYİLİKLER VERİLMEKTEDİR.



ISO 9001:2008  
LL-C  
Certification  
No: 901238

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

# 3.3

(TÜİK) verilerine göre, mevsim ve takvim etkisinden arındırılmış GSYH ikinci çeyrekte bir önceki çeyreğe göre yüzde 0.5 azaldı, takvim etkisinden arındırılmış GSYH ise bir önceki yıl aynı döneme göre yüzde 2.4 arttı. TÜİK ilk yarı için büyümeyi ise yüzde 3.3 olarak açıkladı.

## “Firmalar daha fazla Ar-Ge’ye yönelmeli”



Bir ekonomi programının canlı yayına katılan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sanayi üretiminin inovatif ve teknolojik ürünlere yönelmesi gerektiğini vurgulayarak firmaların Ar-Ge yatırımlarını artırmaları gerektiğine vurgu yaptı. İHKİB Başkanı Tanrıverdi, “Sanayi üretimini artırırken seçici olmamız lazım. İnovatif ve teknolojik ürünlerin üstünden yürümek lazım. Tasarım endüstrisini geliştirmek lazım. Bunları yakaladığımız zaman imalatla da çok hızlı büyüme şansına sahibiz. Bugün bir alışveriş merkezinde 5 bin kişi çalışıyor, bu istihdam açısından büyük katkı sağlıyor. Ancak Türkiye’nin geleceği açısından baktığımızda çok ciddi bir tehlike ile karşı karşıyayız. Bu insanlar hizmet sektöründe çalışıp hiç bir vasıf elde etmiyor” şeklinde görüşlerini bildirdi.



## “Türkiye’nin üretmeye ihtiyacı var”

TÜİK, Temmuz ayıyla ilgili sanayi üretimi verilerini açıkladı. Temmuz ayında geçen yılın aynı ayına göre takvim etkisinden arındırılmış sanayi üretim endeksi, yüzde 3,6, mevsim ve takvim etkisinden arındırılmış sanayi üretimi ise bir önceki aya kıyasla yüzde 1,8 arttı. Temmuz ayında yüzde 1,8 ile yılın en hızlı artışını gerçekleştiren sanayi üretimini katıldığı bir televizyon programında değerlendiren İHKİB Başkanı İsmail Gülle, “Türkiye’nin üretmeye ihtiyacı var” dedi. Gülle, beklentilerin çok üzerinde bir artış olduğunu belirterek, “Etrafımızda bu kadar olumsuzluklar yaşanırken, bu kadar yükseklerde bir artış çıkmasını son derece olumlu olarak değerlendiriyoruz. Bu artış gelecek aylarda da bize daha olumlu bir ivme verecek. Belki Ağustos ayında mevsimsel etkiler ve jeopolitik riskler nedeniyle biraz daha farklı bir rakam görebiliriz. Ama baktığımızda yılsonu büyüme hedefine paralellik göstermesi açısından son derece olumlu giden bir sanayi görüyoruz” açıklamasında bulundu.

## İHKİB sektör için formül arayışında

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi beraberindeki heyet ile 12 Eylül Cuma günü Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı İbrahim Şenel, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyalız, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak ve Ekonomi Bakanlığı İthalat Genel Müdürü Kadir Bal’ı ziyaret etti. Hazır giyim sektörünü hem iç piyasada hem de uluslararası platformlarda destekleyen İHKİB, sektörü bir adım daha ileri taşıyacak formül arayışlarını sürdürüyor. Bu hedefe yönelik olarak sektörü yakından ilgilendiren kurum ve kuruluşlarla da temaslarını sürdüren Birliğin son durağı Ekonomi Bakanlığı ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı oldu. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi’nin öncülüğünde gerçekleştirilen ziyaretlere İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri Kemalettin Güneş, Özkan Karaca, Jale Tunçel, Birol Sezer, Harun Bayramoğlu, Nilgün Özdemir ile birlikte İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazit da katıldı. Görüşmelerde, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Türkiye’deki ve dünyadaki yerini, sektörün güncel ihracat performansını, gelecek senaryoları ve planlanan projeleri gündeme getirildi.



## Gülle’den Rektör ziyareti

İHKİB Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, Marmara Üniversitesi Rektörlüğü’ne 14 Temmuz tarihinde atanan Prof.Dr. Mehmet Emin Arat’ı makamında ziyaret etti. Karşılıklı fikir alışverişinin yapıldığı toplantıda İHKİB Başkanı Gülle, Mehmet Emin Arat’a başarılarının devamını diledi. Rektör Emin Arat, İsmail Gülle ve Ahmet Şişman’a ziyaretlerinden dolayı teşekkür etti.



# 74

TÜİK ve Merkez Bankası iş birliği ile yürütülen eğilim anketi sonuçlarına dayanarak hesaplanan tüketici güven endeksi, eylül ayında bir önceki aya göre yüzde 1 arttı. Ağustosta 73,2 olan endeks, eylülde 74 değerine çıktı.

## Türkiye, Moldova ile STA imzaladı

Türkiye ile Moldova arasında Serbest Ticaret Anlaşması imzalandı. Anlaşma, sanayi ürünlerinde karşılıklı uygulanan tüm gümrük vergilerini 5 yıllık geçiş dönemi dahilinde tedricen sıfırlamasını ön görüyor. Ekonomi Bakanlığı'ndan yapılan açıklamada, Türkiye ile Moldova arasında müzakereleri 2011 Mayıs'ta başlatılan STA'nın, 11 Eylül 2014'de Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ile Moldova Cumhuriyeti Başbakan Yardımcısı ve Ekonomi Bakanı Andrian Candu tarafından Kişinev'de imzalandığı bildirildi. Türkiye'nin, AB üyesi olmayan Doğu Avrupa Bölgesi'ndeki ilk Serbest Ticaret Anlaşması olma özelliğini taşıyan STA, Türkiye ile Moldova arasındaki ticarete uygulanan gümrük tarifeleri ile tarife dışı engellerin kaldırılmasını öngörüyor. STA'nın yürürlüğe girdiği tarihte, gümrük tarifesi satır sayısı bakımından Moldova ile ihracatın yüzde 75'i, ithalatın yüzde 80'i, hâlihazırda ticarete konu ürünler bakımından ise ihracatın yüzde 84'ü ithalatın ise yüzde 93,3'ü gümrük vergisinden muaf olarak gerçekleştirilecek. 5 yıllık geçiş döneminin sonunda ise tarife satır sayısı bakımından ihracatın yüzde 77'si, hâlihazırda ticarete konu olan ürünler bakımından ise ihracatın yüzde 95'i, gümrük vergisinden muaf bir şekilde oluşacak.



## Turquality'in kapsamı genişletildi

Ekonomi Bakanlığı, yerli markaların global arenada öne çıkması adına başlattığı Turquality programından Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) de yararlanacağına dair bir tebliği yayınladı. Yeni tebliğle firmalar, ihracatçı birlikleri ve TİM'in yapacağı tanıtım faaliyetleri ile alacakları danışmanlık hizmetleri için geniş çaplı bir liste oluşturulduğu ve desteklenecek faaliyetlerin net olarak belirlendiği kaydedilen açıklamada, "destek başvurularında belirlenen eksikliklerin tamamlanma süresinin 6 aydan 3 aya indirildiği" bildirildi. Marka programı kapsamında firmaların gerçekleştirdikleri faaliyetlere ilişkin giderlerin desteklenmesi ile ilgili tanıtım harcamalarının limitinin 100 bin dolar artırıldığı belirtilen açıklamada, daha önce tanıtım kalemleri içinde yer alan "pazar araştırması" için yıllık 100 bin dolar limit tanımlandığı ifade edildi. Tebliğ kapsamındaki desteklerden faydalanabilmek için firmaların asgari olarak sunması gereken belgelerin de netleştirildiği kaydedilen Bakanlık açıklamasında, "Böylelikle Turquality programında yer alan firmaların destek başvurularının daha hızlı sonuçlandırılması mümkün kılınmıştır" ifadelerine yer verildi.

## Pamuk piyasasına Çin darbesi

Dünyanın en büyük pamuk üreticisi ve ithalatçısı Çin, fiyatları dibe çekiyor. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kurallarına uymak için pamuk ithalat kotalarını sınırlandıracağını açıklaması ile pamuk fiyatları son 5 yılın en düşük seviyesine indi. Çin'in ithalat kotasındaki düşüşle küresel stokun daha da artması ve bunun tekstil şirketlerinin kar marjlarına olumlu yansımaları bekleniyor. Pamuk rezervi dağ gibi büyüyen Çin, gelecek yıl için pamuk alımlarını sınırlandıracağını açıklarken, en büyük pamuk ihracatçısı ABD de yağışların pamuk rekoltesini yükselteceğini bildirdi. Bu açıklamalar sonrasında ICE'de aralık vadeli pamuk kontratları çarşamba günü yaklaşık yüzde 3 düşüşle 61.02 sent/pound düzeyine indi. Böylece pamuk 2009 yılı Ekim ayındaki 60.67 sentten sonra en düşük seviyesini görmüş oldu. Pamuk fiyatlarında yılbaşından bu yana düşüş yüzde 28'e yaklaşırken yerli üreticiler uluslararası pazardaki bu düşüşe karşın destek istediler.



# 50

milyon Euro

Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası ile bankanın Bosna Hersek'teki iştiraki Ziraat Bank Bosna arasında, 50 milyon Euro'luk kredi hattının Bosna Hersek'te kullanılmasına dair mutabakat zaptı imzalandı.

## 2015'te faiz artırımını

ABD Merkez Bankası (Fed) Atlanta Şubesi Başkanı Dennis Lockhart, ekonomik şartların faiz artırımına 2015'in ortalarında hazır olacağı öngörüsünde bulundu. Lockhart, Mississippi eyaletinin Jackson şehrinde yaptığı konuşmada, Fed'in faiz oranlarını gelecek yılın ortalarına kadar sifıra yakın seviyede tutacağına inandığını belirtti. "Ekonomik şartlar, 2015'in ortasında ya da hemen sonrasında faiz artırımına hazır olacak" diyen Lockhart, büyüme oranının da yüzde 3 de sabitleneceğini iddia etti. Lockhart, Fed'in faiz artırımını zamanlamasına ilişkin olarak şunları söyledi: "Bu, önceden kararlaştırılmış bir şey değil. Faiz artırımının zamanını ekonominin önümüzdeki çeyreklerde göstereceği performans belirlemeli ve belirleyecek. İstihdam sektöründeki iyileşmenin istikrarlı olarak devam etmesini ve ekonominin 2016 yılı sonunda ya da 2017 başlarında tam istihdama ulaşmasını bekliyorum." Lockhart, enflasyonun Fed'in yüzde 2 hedefinin altında olmasının ekonominin halen güçlenmeye ihtiyacı olduğuna işaret ettiğini ve enflasyonun yükselmesinden ziyade düşük seyretmesinden endişe duyduğunu belirtti.



## Hindistan'ın notu yükseldi

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's (S&P), Hindistan'ın kredi notu görünümünü "negatif"ten "durağan"a çevirdi, notunu "BBB-" olarak teyit etti. S&P'nin resmi internet sitesinden yapılan açıklamada, "Hindistan'ın iyileşen politik durumu, ülkede reformların uygulanabilmesi için uygun bir ortam oluşturdu" ifadesine yer verildi. Açıklamada, Hindistan'da yeni seçilen hükümetin reformları uygulama gücüne sahip olduğu vurgulandı. Hindistan'ın büyüme ve enflasyon gibi makroekonomik verilerde ilerleme kaydetmesi durumunda not artırımının gelebileceği, makroekonomik verilerde gerileme durumunda ise not indirimi yapılabileceği dile getirildi. Açıklamada, görünümün negatiften durağana çevrilmesinin, hükümetin reformları uygulama konusundaki gücü ve isteğinin göstergesi olduğu da belirtildi.



## İngiltere Merkez Bankası'ndan uyarı

İngiltere Merkez Bankası (BoE) Başkanı Marc Carney, Galler'de katıldığı bir toplantıda, "Finans piyasalarının riskleri yanlış fiyatlamaya olasılığına karşı tetikteyiz" dedi. Daha önce Finansal İstikrar Kurulu'nun (FSB) Avusturalya'da sunumunu yaptığı rapora dikkati çeken Carney, "Finans piyasalarında 'akomodatif' para politikasından kar elde edebilmek için artan bir kayıtsızlık hali mevcut" diye konuştu. Carney, İngiltere Merkez Bankası'nın faiz artırımını olasılığın ilişkin olarak ise "Zamanı yaklaşıyor" bilgisini paylaştı. İngiltere Merkez Bankası'nın politika faiz oranı, 2009 yılından beri, tüm zamanların en düşük seviyesi olan yüzde 0,5'te tutuluyor. FSB'nin 18 Eylül'de açıklanan raporunda, "Otoriteler, risklerin finans piyasalarının daha az regüle edilen kısımlarına taşınması durumuna karşı denetimlerini artırıyor" ifadesine yer verilmişti.



## AB, elektrikte temiz enerjinin payını artırıyor

Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde karbon temelli olmayan kaynaklardan üretilen elektriğin payı artıyor. Amerikan Enerji Enformasyon İdaresinin (EIA) Yenilenebilir Enerji Raporuna Göre, yenilenebilir enerjinin yaygınlaştırılması ve sera gazı salınımının düşürülmesi hedefleri çerçevesinde AB ülkelerinde, 2002 ile 2012 arasında karbon temelli olmayan kaynaklardan üretilen elektriğin oranı yüzde 50'den 56'ya çıktı. Bu artışta güneş, rüzgar ve biokütleyle üretilen elektrik, temel kalemleri oluşturdu. Fransa, İzlanda, Norveç, İsveç ve İsviçre, yenilenebilir enerjide önde gelen AB ülkeleri arasında yer aldı. Raporu göre, Almanya'nın yenilenebilir enerjideki yükselen payı da dikkati çekiyor. Söz konusu dönemde ülkenin karbon temelli olmayan elektrik üretimi yüzde 38'den yüzde 41'e yükseldi. Bu ilerlemede Almanya'nın nükleerden elde ettiği elektriği yüzde 12 azaltarak diğer kaynaklara yönelmesi etkili oldu.





# brother®

## GT-3 SERİSİ DİJİTAL BASKI MAKİNESİ

"Doğayı bile  
aldatacak  
çözünürlükte"



Üstün **brother** teknolojisinin geliştirdiği yeni Dijital Baskı Makinesi **GT-3** ile tanışın. Koyu renk giyisilerde yüksek baskı çözünürlüğü, yüksek baskı hızı, kolay bakım, sorunsuz endüstriyel çalışma, uzun makine ömrü, Windows iletişim sistemine uyumlu tüm grafik programları ile çalışabilme ve dahası...

**YENİ**

**Koyu renkli zeminlere yüksek çözünürlüklü baskı yapabilme.**

**% 100 Ecoteks belgeli su bazlı pigment mürekkep.**

**1200 dpi x 1200 dpi ve üzeri yüksek baskı çözünürlüğü.**

**CMYK (GT-341) ve CMYKW (GT-361 / GT-381) modelleri arasında upgrade imkanı.**

# brother®

0212 495 00 00  
uguras@brothertr.com  
www.brothertr.com



Türkiye Distribütörü

**UĞUR**  
M A K İ N A

**İstanbul Deri  
Fuarı  
18-20 Kasım 2014**

## Deri sektörü bu fuarda buluşacak

Deri sektörünün dünyadaki en önemli buluşmalarından olan İstanbul Deri Fuarı, yeni iş bağlantıları kurulmasını sağlayan en etkin pazarlama platformu olma özelliğiyle de ilgi odağı olmayı başarıyor. Deri ve kürk endüstrisinin dünyadaki en önemli ticari buluşmalarından olan TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. ve Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) iş birliği ile düzenlenen IDF 2014 9. İstanbul Deri Fuarı, 18-20 Kasım tarihleri arasında, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi, Büyükçekmece/İstanbul'da sektörü bir araya getiriyor. Alanında dünyanın 4'üncü büyük fuarı olma özelliğini taşıyan IDF 2014'e Türkiye'nin yanı sıra; Kanada, Amerika, Brezilya, Yunanistan, Hong Kong, Fransa, Güney Afrika, Hindistan, Pakistan ve Çin gibi dünyanın birçok ülkesinden gelecek katılımcı firmalar fuarda bulunan firma ve kurumlara, sektör profesyonellerine ve basın yayın kuruluşlarına ürün ve teknolojilerinin tanıtımını yaparak sektördeki marka bilinirliğini ulusal ve uluslararası alanda güçlendirebilme şansını yakalayacaklar. Geçen yıl 25 ülkeden 311 firma ve firma temsilciliğinin katılımıyla düzenlenen IDF 2013 8. İstanbul Deri Fuarı, 65'i aşkın ülkeden 15 bin ziyaretçiyi ağırlayarak, sektörün yeni iş kontakları kurmasına imkân sağladı.

## Tekstil makineleri Ortadoğu'ya açılıyor

Türkiye geneli ihracattaki 6'ncı yerini koruyan Gaziantep, dünya tekstil ve konfeksiyon sektörünü ağırlamaya hazırlanıyor. Dünyanın en önemli tekstil makine fuarları olan ITM Texpo Eurasia'yı organize eden Tüyap Tüm Fuarcılık ve Teknik Fuarcılık, bu defa da tekstil yatırımlarının merkezi olan Doğu ve Güney Doğu Anadolu'da yeni bir buluşma için ortaklık yaptı. Tüyap Tüm Fuarcılık ve Teknik Fuarcılık ortaklığı; Gaziantep Sanayi Odası ve Gaziantep Ticaret Odası iş birliğiyle düzenlenen OTM 2014 Ortadoğu Tekstil Makineleri Fuarı, 16-19 Ekim tarihleri arasında gerçekleşecek. Dünyanın ve Türkiye'nin en önemli teknoloji üreticilerini, yatırımcılarla buluşturacak olan fuar, yaklaşık 30 bin metrekare kapalı alanda ve iki salonda yapılacak. 25 ülkeden 500'den fazla markayı ağırlayacak olan fuar, 20 bin ziyaretçiyi hedefliyor. Fuar; pamuk ve elyaf hazırlama makinelerinden dokuma makinelerine, tekstil kimyasallarından halı ve tafting makinelerine kadar birçok ürün ve teknolojiyi ziyaretçilerle buluşturacak.



## Osmanbey Fashionist için hazır

İlki geçtiğimiz yıl gerçekleştirilen Fashionist Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı, bu yıl İstanbul Kongre Merkezi ve Lütü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda ikinci kez kapılarını açacak. 21-23 Kasım tarihleri arasında düzenlenecek olan fuar, 65 ülkeden sektör profesyonellerini üreticilerle buluşturmayı hedefliyor. Patika Fuarcılık ve OTİAD (Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği) iş birliğiyle gerçekleşen ve ilk yılında 18 binin üzerinde ziyaretçiyi ulaşan fuarın bu seneki ziyaretçi profili de oldukça çeşitli. Ortadoğu'dan yoğun ziyaretçisi olan fuar, aynı zamanda Avrupa, Rusya, Afrika ve Türkiye Cumhuriyetlerinden ağırlanacak yeni ziyaretçilerle daha geniş kitlelere ulaşacak. Dünyanın önemli moda etkinliklerinden biri olma yolunda emin adımlarla ilerleyen fuar, tasarımcıların kreasyonlarıyla da öne çıkıyor. Geçtiğimiz yıl, Elif Cıgızoğlu'nun koleksiyonuyla kapılarını açan fuar, bu sene de başarılı tasarımcıları ağırlamaya devam edecek. Bu yıl açılışı, ünlü tasarım markası 'Ezra-Tuba' yaparken, fuar süresince katılımcı firmaların yeni koleksiyonlarını sergileyecekleri defileler gerçekleşecek.




## Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

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

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

Daha fazla bilgi almak için;  
[http://www.nebim.com.tr/basari\\_hikayeleri](http://www.nebim.com.tr/basari_hikayeleri)  
<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

NEBİM

V3

NEBİM



**Haluk ÖZELÇİ**  
İTKİB Brüksel Temsilcisi

# AVRUPA'DA İLK HEDEF İSTİHDAMI ARTIRMAK

AB ekonomisi bir türlü durağanlıktan çıkmıyor. Ne zaman yükselişe geçeceğini de tahmin etmek kolay değil. En son açıklanan istihdam verileri az da olsa bir kıpırdanmanın başladığına işaret ediyor, ama yeterli olduğunu söyleyemeyiz.

Zaten Euro Bölgesi'ndeki 18 ülkede, 2014 yılı ikinci çeyreğinde istihdamın, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla sadece, yüzde 0,4'lük bir artış göstermesi de bunu doğrulamakta. 28 üye ülkedeki istihdam artışı ise, yüzde 0,7 düzeyinde. Rakamsal olarak 2014 yılının ikinci çeyreğinde AB'de çalışan insan sayısı 224,9 milyon. Bunun 146,5 milyonu Euro Bölgesi'nde yer alıyor.

## 300 milyar Euro'luk paket

Şimdi bütün gözler, yakında göreve başlayacak olan yeni Komisyon'a çevrildi. Ümitler ve beklentiler oldukça yüksek. Eğer Komisyon Başkanı doğru önlemleri alıp, taviz vermeden uygulamaya koyabilirse, Topluluğu yeniden ayağa kaldıran kişi olarak tarihe geçebilir. Nitekim yeni başkan, daha şimdiden yapmayı düşündüğü radikal değişikliklerin sinyallerini vermeye başladı.

Juncker'in birinci önceliği, yeni çalışma alanları açarak insanlara iş yaratıp, büyümeyi sağlamak ve AB'yi hızla ayağa kaldırmak. Bunun için, önümüzdeki üç yıl için geçerli olacak, geniş anlamda altyapı ağırlıklı, 300 milyar Euro'luk bir "İş, Büyüme ve Yatırım Paketi"

uygulamaya konacak. Projenin hedefleri arasında enerji şebekelerinin, sanayi merkezlerine yönelik ulaşım altyapısının, eğitimin, yenilenebilir enerji ve enerji tasarrufunun artırılmasını saymak mümkün. Avrupa'daki istihdamın yüzde 85'ini oluşturan KOBİ'lerin daha rahat çalışmalarına imkan vermek amacıyla da bürokrasi olabildiğince azaltılacak. Yeni Komisyon'un bir başka önemli projesi de, aynı ABD'de olduğu gibi Topluluğu, sermaye yaratan bir pazar (capital markets union) şekline dönüştürüp, işletmelere kaynak yaratmak. Bunun için öncelikle, bankalar dışındaki finans kaynaklarının hızla büyüüp, gelişmesi sağlanacak.

## Eski başbakanlar topluluğu

Projeleri hayata geçirmek için uyum içinde çalışacak bir Komisyon'a ihtiyaç var. Juncker'in, önümüzdeki beş yılda beraber çalışacağı Komisyon üyelerini kendi durumuna yakın isimlerin arasından seçtiğini görebiliyoruz. Komiserler arasında birçok eski başbakan ve bakan var. Esasen Juncker de Lüksemburg'un eski Başbakanıydı. Fransa'da, Ekonomi Bakanlığı görevi üstlenmiş olan Moscovici, Komisyon'un ekonomiden sorumlu komiseri oldu. Birkaç ay öncesine kadar Finlandiya'nın Başbakanı olan Jyrki Katainen, iş ve büyümeden sorumlu. Yine Letonya'nın eski Başbakanı Valdis Dombrovski'nin görev alanında, euro ve bütçe başlıkları yer alıyor. Estonya'nın eski Başbakanı Andrus Ansip dijital konulardan, Slovenya'nın eski Başbakanı Alenka Bratusek ise enerji konusundan sorumlu olacak.

Başkan Juncker gayet ince bir hesapla, "iş ve büyüme" başlığını Finli Komiser'e, "euro ve bütçeyi" Letonya'ya vererek bir denge oluşturmaya çalıştı. Daha şimdiden Fransa'nın, önümüzdeki yıl bütçe açığı kriterini delerek, yüzde 3 olan limit yerine yüzde 4,3'ü, hedeflediğini açıklaması büyük bir tartışmayı da beraberinde getirdi. Alman ve Hollanda ekonomiden bakanları bütçenin dışına çıkılmasını tartışmak bile istemiyor. AB Merkez Bankası Başkanı da, böyle bir kararın Topluluğun kredisini zedeleyeceği görüşünde.

Yeni Komisyon'un işi kolay değil. Nasıl bir performans sergileyeceğini ilerleyen günlerde göreceğiz. Umarım, birkaç yıldır izlediğimiz gibi her biri ayrı telden çalmaya başlamaz.

AB Komisyon Başkanlığı'na seçilen Jean-Claude Juncker'in işi kolay değil, ama şanslı olduğunu da söylemek mümkün.

AB ekonomisi neredeyse dibe vurmuş durumda. Yani daha da geriye gidecek hali yok.





50 yıldır dünyaya  
*Tela* üretiyoruz

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ, AĞUSTOS AYINDA 1 MİLYAR 559 MİLYON 583 BİN DOLAR İLE LİDERLİĞİ OTOMOTİVDEN ALDI. OCAK-AĞUSTOS DÖNEMİNDE İSE OTOMOTİV SEKTÖRÜ 14 MİLYAR 976 MİLYON 950 BİN DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİRKEN, HAZIR GİYİM VE TEKSTİL TOPLAMDA 18 MİLYAR 623 MİLYON 934 BİN DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİREREK BİR KEZ DAHA OTOMOTİVİ GERİDE BIRAKTI.

# AĞUSTOS'TA LİDERLİK KOLTUĞUNA HAZIR GİYİM GEÇTİ



**Türkiye'nin** önemli ihraç kalemlerinden hazır giyim sektörü, ülkenin bir başka lokomotif sektörlerinden otomotiv sanayii Ağustos ayında oturduğu liderlik koltuğundan kaldırdı. Temmuz ayına kadar en fazla ihracat geliri elde edilen ikinci sektör olan hazır giyim sektörü, Ağustos ayında 1 milyar 559 milyon 583 bin dolarlık ihracatla kaptırdığı liderliği geri kazandı. İhracat geliri aylık 2 milyar doların altına inmeyen otomotiv sektörü Ağustos ayında yüzde 40'a varan bir düşüşle 1 milyar 268 milyon 663 bin dolar seviyesinde kaldı. Bu rakamla otomotiv sanayi, hazır giyim ve kimya sanayinden sonra 3'üncü sırada yer aldı. Ağustos ayında tekstil sektörü ise 683 milyon 545 bin dolar gerçekleştirdi. Hazır giyim ve tekstil sektörünün

Ağustos ayı ihracat rakamları birlikte değerlendirildiğinde 2 milyar 243 milyon 128 bin dolar olduğu görülüyor. Otomotiv sektörü, Ocak-Ağustos döneminde 14 milyar 976 milyon 950 bin dolar ihracat gerçekleştirenken, hazır giyim sektörü 12 milyar 715 milyon 250 bin dolar, tekstil ise 5 milyar 908 milyon 684 bin dolar gerçekleştirdi. Hazır giyim ve tekstilin toplam ocak-ağustos ihracatı ise 18 milyar 623 milyon 934 bin dolar ile otomotivi yine geride bırakıyor.

## 7 ayda hazır giyim ve tekstil artış kaydetti

İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesinin hazırlanmış olduğu verilere göre 2014 yılının Ocak-Temmuz döneminde Türkiye'nin



hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2013 yılının eş dönemine kıyasla yüzde 11,2 oranında artarak 10 milyar dolardan 11,2 milyar dolara yükseldi. Yılın yedi ayında Türkiye'den dünyanın dört bir yanına 199 ülkeye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıldı. Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı Temmuz ayında ise yüzde 6,6 oranında artış gösterdi. Türkiye'nin genel ihracatı, 2014 Ocak-Temmuz döneminde yüzde 5,7 oranında artarak 87,7 milyar dolardan 92,7 milyar dolara yükselirken, yedi aylık dönemde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 12'ye yükseliş gösterdi. Bu pay, 2013 yılında yüzde 11,4 oldu. 2014 Temmuz ayında Türkiye'den 1,7 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıldı. İhracat 2013 Temmuz ayına göre yüzde 6,6 oranında artış gösterdi. Almanya, İngiltere ve İspanya, 2014 yılının Ocak-Temmuz döneminde de Türkiye'nin en büyük ihracat pazarları olarak kaldı. En fazla ihracat yapılan 10 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en yüksek oranlı arttığı ülkeler Polonya ve İspanya oldu. En fazla ihracat gerçekleştirilen ilk 10 ülkeye yapılan toplam 7,8 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 11,2 milyar dolarlık sektörel ihracatın yüzde 70'ini oluşturdu. Tekstil ve hammaddeleri ihracatı ise 2014 yılının Ocak-Temmuz döneminde geçen yılın Ocak-Temmuz dönemine göre yüzde 8,1 oranında artışla 5,2 milyar dolara yükseldi. 2014 yılının Temmuz ayında tekstil ihracatı yüzde 4,2 oranında artarken, aynı dönemde Türkiye genel ihracatı yüzde 0,1 oranında azaldı, sanayi ihracatı ise yüzde 1,7 oranında arttı. 2014 yılının yedi ayında Türkiye'den en fazla tekstil ve hammaddeleri ihraç edilen ülkeler İtalya, Rusya, Almanya, İngiltere, Romanya, ABD, İran, Ukrayna, Bulgaristan ve Polonya olarak sıralanıyor.

### Ağustos ayının şampiyonu Hazır giyim

2014 yılının Ocak-Ağustos döneminde Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2013 yılının eş dönemine kıyasla yüzde 11,2 oranında artarak 11,4 milyar dolardan 12,7 milyar dolara yükseldi. Yılın sekiz ayında Türkiye'den dünyanın dört bir yanında 201 ülkeye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıldı. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, Ağustos ayında yüzde 11,6 oranında arttı. 2014 yılının sekiz ayındaki aylık ihracat değerleri 2013 yılı aylık ortalama ihracat için hesaplanan 1,448 milyar dolar değerinin üzerinde kaldı. Türkiye'nin genel ihracatı, 2014

Ocak-Ağustos döneminde yüzde 5,3 oranında artarak 99,3 milyar dolardan 104,6 milyar dolara yükseldi. 2014 Ocak-Ağustos sekiz aylık dönemde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 12,2'ye yükseldi. Bu pay, 2013 yılında yüzde 11,5 oranındaydı. Bu rakamlar ışığında, 2014 yılının sekiz ayı itibarıyla, sektörel ihracatın genel ihracattan daha iyi bir performans gösterdiği söylenebilir. Diğer yandan, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 2014 Ocak-Ağustos döneminde sanayi ihracatında payı da yüzde 15,4'e yükseldi. Bu pay, 2013 yılında yüzde 14,7 düzeyinde idi. 2014 Ocak-Ağustos döneminde sanayi ihracatı yüzde 6 oranında artarken, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının yüzde 11,2 ile yüksek oranlı artması, sektörel ihracatın sanayi ihracatındaki payının artmasına yol açtı. 2014 Ağustos ayında Türkiye'den 1,6 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıldı. İhracat 2013 Ağustos ayına göre yüzde 11,6 oranında arttı. 2014 Ocak-Ağustos döneminde en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapılan ilk 10 ülkede yüzde 0,7 ile yüzde 41,9 arasında değişen artışlar oldu. En fazla ihracat yapılan ülkeler; Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda, İtalya, Irak, Danimarka, ABD, Polonya olarak sıralandı. Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının yaklaşık dörtte üçü, 28 AB ülkesine yapılmakla birlikte, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yıllardır gayret ve istikrarla sürdürdüğü pazar çeşitlendirme çalışmaları sonucunda İsrail, Mısır, Suriye, Tunus, İran gibi alternatif pazarlarda da önemli ihracat artışları elde edildi. Ürün grubunda ise örme giyim eşyaları ve aksesuarları, 6,8 milyar dolar ile ihracatı en fazla artan ürün grubu oldu. İkinci büyük ürün grubu 4,3 milyar dolar ihracat değeri ile dokuma giyim eşyaları ve aksesuarlar, üçüncü ise 1,5 milyar dolar ile ev tekstili ürünlerinin de içinde yer aldığı diğer hazır eşya ürün grubu oldu. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından açıklanan verilere göre, giyim eşyası imalat sanayiinde kapasite kullanım oranı 2014 yılının Ağustos ayında yüzde 78,1 oldu. Türkiye'nin tekstil ve hammaddeleri ihracatı, 2014 yılının Ocak-Ağustos döneminde geçen yılın Ocak-Ağustos dönemine göre yüzde 8,4 oranında artışla 5,9 milyar dolara yükseldi. 2014 yılının sekiz ayında tekstil ihracatının seyri incelendiğinde dalgalı bir şekilde arttığı görülüyor. 2014 yılının Ağustos ayında tekstil ihracatı yüzde 11 oranında arttı. Ülke bazında bakıldığında, 2014 yılının sekiz ayında Türkiye'den en fazla tekstil ve hammaddeleri



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

### Türkiye ihracatından iki kat fazla büyüdük

Türkiye yılın ikinci çeyreğinde yüzde 2,1 büyüme gösterirken, buna en büyük katkı ihracatçı sektörlerden geldi. Hazır giyim sektörü ise bu yıl takdire şayan bir performans gösteriyor. Geriye dönük 12 aylık rakamlara baktığımızda, Türkiye toplam ihracatı yüzde 4,2 seviyesinde artarken; sektörümüz yüzde 10,4 oranında yükseliş kaydetti. Tekstil ve deri sektörlerini de hesaba katınca, ülkemizin toplam giyim endüstrisi tüm ihracatının yüzde 20'sine tekabül ediyor. Her zaman söylüyoruz; hazır giyim ülkemizin yalnızca geçmiş değil, aynı zamanda geleceğidir. Ekonomi politikalarına ilişkin atılacak her adımda, hazır giyim sektörü ayrıca düşünülmeli ve gözetilmelidir.

ihraç edilen ülkeler İtalya, Rusya, Almanya, İngiltere, Romanya, İran, ABD, Ukrayna, Bulgaristan ve Polonya olarak sıralanıyor. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından açıklanan verilere göre, tekstil ürünleri imalatında kapasite kullanım oranı Ağustos ayında, bir önceki aya göre yüzde 0,6 oranında düşerken, 2013 yılının Ağustos ayına göre de yüzde 1 oranında arttı.

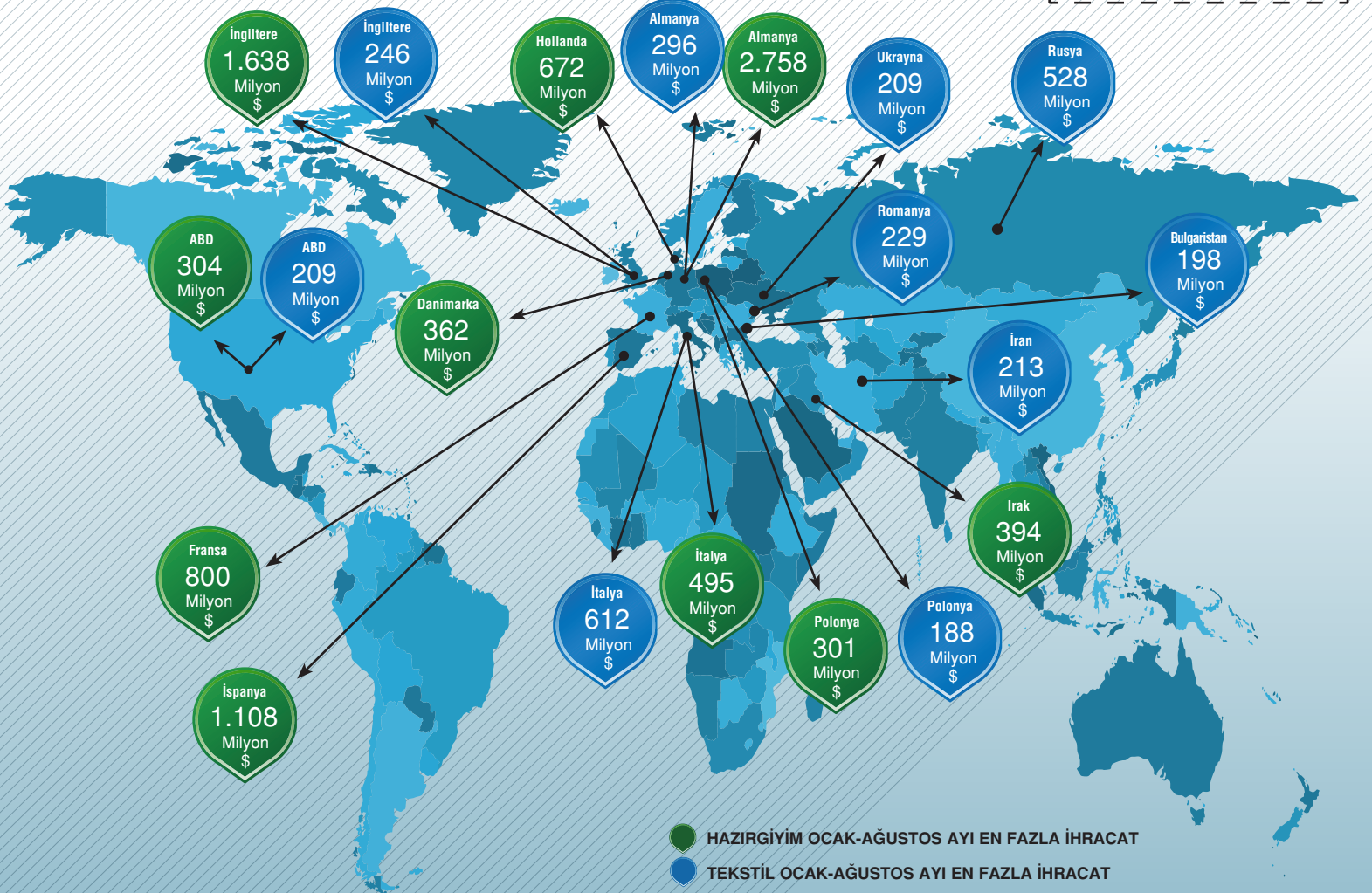
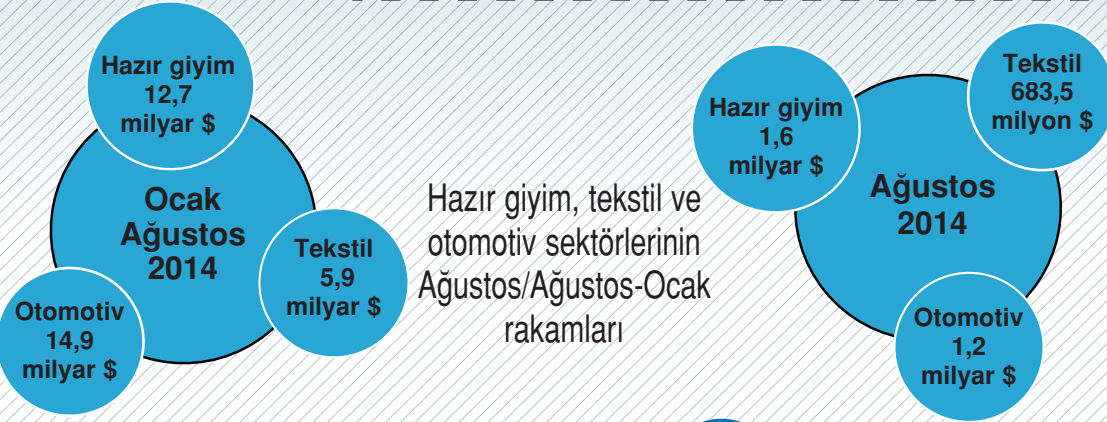
# Hazır Giyim ve Tekstil Ağustos İhracatı

# 18.624 milyar \$

Hazır giyim sektörü Ağustos ayında **1 milyar 559 milyon 583 bin dolarlık** ihracatla, 1 milyar 268 milyon 663 bin dolar ihracat gerçekleştiren otomotiv sektörünü geride bıraktı. Ağustos ayında tekstil sektörü ise 683 milyon 545 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Hazır giyim ve tekstil sektörünün Ağustos ayı birleştirildiğinde 2 milyar 243 milyon 128 bin dolar olduğu görülüyor. Otomotiv sektörü, 2014 yılı Ocak-Ağustos döneminde 14 milyar 976 milyon 950 bin dolar ihracat gerçekleştirirken, hazır giyim sektörü **12 milyar 715 milyon 250 bin dolar**, tekstil ise 5 milyar 908 milyon 684 bin dolar gerçekleştirdi. Hazır giyim ve tekstilin toplam Ocak-Ağustos ihracatı ise **18 milyar 623 milyon 934 bin dolar** ile otomotivi yine geride bırakıyor.

## Hazır giyim ve tekstil sektörlerini etkileyen küresel gelişmeler

2014 yılı Ağustos ayında ihracat sektörlerimizi etkileyen olayların başında, Türkiye'nin yanıbaşında Ortadoğu ve Karadeniz'in kuzeyinde devam eden bölgesel sorunların ve jeo-politik krizlerin Türkiye ihracatına ve ekonomisine olumsuz etkilerinin devam etmesi yer almaktadır. Siyasi krizin yanısıra sıcak çatışmaların da yaşandığı Ukrayna ile Rusya'ya ihracat düşüşü Ağustos ayında da devam ederken, uluslararası yaptırımların etkisiyle Rusya'ya ihracattaki düşüşün önümüzdeki dönemde de devam etmesinden endişe ediliyor. Öte yandan, Rusya'nın kendisine yaptırımlar uygulayan AB ve ABD'ye başta gıda ve tarım ürünleri olmak üzere karşı yaptırımlara gitmesi ve bu yaptırımların diğer sektörlerde de yayılma olasılığının güçlü olması, ihracat sektörlerimizin son dönemde Rusya ve diğer pazarlarda yaşadığı kayıpları telafisi adına bir fırsat olarak görülüyor.







Yenilik *emr*'imizde



## 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 :0212 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



AB UYUM YASALARI ÇERÇEVESİNDE İHKİB HSM'NİN VERECEĞİ MESLEKİ YETERLİLİK BELGESİ İLE SEKTÖRDE YENİ BİR DÖNEMİN BAŞLAYACAĞINI AÇIKLAYAN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, PROJE İLE HAZIR GİYİMDE İSTİHDAM EDİLEN NİTELİKLİ İŞGÜCÜ SAYISININ ARTACAĞINA DİKKAT ÇEKTİ.

# HAZIR GİYİMDE MESLEKİ YETERLİLİK DÖNEMİ BAŞLADI

**Çalışanların** bilgi ve becerilerini belgeleyerek, “doğru işe doğru personel” ilkesinin uygulanmasına olanak sağlayan İHKİB Hazırgiyim Sertifikasyon Merkezi (İHKİB HSM) belgelendirme faaliyetlerine başlarken, konu ile ilgili açıklama yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, hazır giyim sektörü adına sadece kendilerinin verdiği “Mesleki Yeterlilik Belgesi” ile çalışanların çok daha kolay iş bulabileceklerini



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

söyledi. Tanrıverdi, AB uyum programı kapsamında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Mesleki Yeterlilik Kurumu'ndan gerekli izinlerin alınmasıyla belgelendirme faaliyetlerine başlayan İHKİB HSM'nin çalışanlara olduğu kadar işverene de önemli faydalar sağlayacağını vurguladı. Tanrıverdi; “Hazır giyim sektöründe ilgili çalışmayı destekleyecek ve önünü açacak birçok çalışma yürütülüyor. Diğer taraftan işveren açısından bakıldığında işe alınacak kişinin taşınması gereken bilgi ve becerilerin önceden bilinmesi önemli bir konu. Bu belge sayesinde işveren ilgili işe uygun olmayan adayı istihdam ederek para ve zaman kaybetme riskini de azaltmış olacak” dedi.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na bağlı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) ile işbirliği ile yürütülen proje sonrası hazır giyim sektöründeki mesleklerinde çalışanların mesleki yeterlilik ve yetkinliklerinin ölçülüp belgelendirmesini yapmak üzere başlatılan Katma Değer ve İstihdam Odaklı Belgeli İşgücü

Seferberliği Projesi (KİBİS) sonrası İHKİB HSM kurulmuş. Merkezin faaliyetlerine başlayabilmesi için gerekli olan TÜRKAK akreditasyon süreci ve son olarak da MYK yetkilendirme sürecinin tamamlanması ile İHKİB HSM personel belgelendirme faaliyetlerine başlamış durumda. Çalışanlar, Mesleki Yeterlilik Belgesi almak için [www.ihkib-hsm.com.tr](http://www.ihkib-hsm.com.tr) web sitesi üzerinden veya İHKİB HSM'ye doğrudan başvuru yapabilecekler.



*İHKİB Hazırgiyim Sertifikasyon Merkezi'nden Mesleki Yeterlilik Belgesi alan çalışan, daha kolay ve yüksek maaşlı iş bulma imkanına kavuşurken, işveren ise bu belgeye sahip çalışan başına 4 yıl süreyle SSK prim desteğinden yararlanabilecek.*





# 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 kloro karşı süper dayanımlı spandeks.

  
**creora®**  
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr.Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

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

KÜMELENME MODELİ OLARAK İSTANBUL'DAKİ HALI FİRMALARINI BİR ARAYA TOPLAMAYI HEDEFLEYEN "HALIKENT" PROJESİNDE GÖRÜŞ TRAFİĞİ DEVAM EDİYOR. İHİB YÖNETİMİ PROJE KAPSAMINDA GİYİMKENT VE TEKSTİLKENT YÖNETİMLERİNİ ZİYARET ETTİ.

HALI

18

# HALIKENT İÇİN KOLLAR SIVANDI

**Nisan** ayında yapılan seçim ile Uğur Uysal başkanlığında göreve başlayan yeni İHİB Yönetim Kurulu, geçen aylarda çalışmalarını ve yeni projelerini 25 maddede toplayan bir duyuru açıkladı. İstanbul'daki halı firmalarını "Halikent" projesi adı altında bir araya toplamayı amaçlayan İHİB, 2 Eylül Salı günü Giyimkent ve TekstilKent'i ziyaret etti. İHİB Başkanı Uğur Uysal, İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Metin ve İTKİB'ten yetkili isimler Halikent projesi için Giyimkent ve TekstilKent yetkilileri ile bir araya geldi. Uğur Uysal ve beraberindeki ekip ilk olarak Giyimkent Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Satır'ı makamında ziyaret etti. Giyimkent hakkında istişare ederek fikir alışverişinde bulunan yetkililer, Giyimkent'in ardından TekstilKent'e geçtiler. TekstilKent Yönetim Kurulu Başkanı Nuri Karaduman'ı makamında ziyaret eden heyet Halikent konusunda görüş alışverişinde bulundu.

## Her firma için 500 metrekare alan ihtiyacı

İlk olarak Giyimkent Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Satır'ı ziyaret eden İHİB Başkanı Uğur Uysal, halı sektörünün ihracat kesmini temsil eden yarı devlet yarı sivil bir kuruluş olduklarını ifade ederek, İTKİB çatısı altında Türkiye ihracatının 4'te birini yaptıklarını

kaydetti. Uysal, "Halı sektörünün bir arada yer alacağı bir mekana ihtiyaç duyuyoruz. Gitgide de bu ihtiyaç artış gösteriyor. Bu yüzden halı sektörü olarak İstanbul'da nerede toplanabiliriz diye hem mekan araştırması yapıyoruz hem de fikir alıyoruz" dedi. Mobilyacıların hayata kazandırdıkları Modoko ve Masko benzeri bir projeyi halı firmaları için planladıklarını belirten Uysal, "Her firma için minimum 500 metrekare üzerine oturacak 3 katlı alanlara ihtiyaç var. Bu proje için arazi arayışının ilk adımı olarak Esenler Belediyesi Başkanı Tevfik Göksu'yu ziyaret ettik. Karşılıklı olarak fikir alışverişinde bulduk" diye konuştu. Giyimkent'in halıcılar için merkez olabilme kapasitesinin araştırmak



*İHİB yönetiminin 25 maddede topladığı projelerinden biri olan Halikent projesinde; İstanbul'daki halı firmaları için geniş showroom'lar, teşhir alanları, depolar ve atölyeler bakılıyor.*



ÖMER SATIR  
Giyimkent  
YK Başkanı

UĞUR UYSAL  
İHİB  
Başkanı

ve bilgi almak için geldiklerini ifade eden Uysal, Giyimkent Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Satır'dan bilgi aldı. Uğur Uysal ve beraberindeki ekibe Giyimkent hakkında bilgi veren Ömer Satır, yapısı, tarihi ve konumuna dair detaylı bilgiler vererek, değerlendirilmek üzere iki arsa olduğuna dikkat çekti. Giyimkent'te 10 bine yakın işçinin çalıştığına bilgisini veren Satır, 2 bin 264 dükkanın olduğunu söyleyerek "Kotçusu, gömlekçisi, kravatçısı, etekçisi... Sektörden herkesi burada görebilirsin" dedi. Giyimkent'in ardından TekstilKent'e geçen Uğur Uysal ve ekibi TekstilKent Yönetim Kurulu Başkanı Nuri Karaduman'ı makamında ziyaret etti. TekstilKent'e dair İHİB heyetine bilgi veren Nuri Karaduman, toplamda 4 bin 200 iş yerinin bulunduğunu, 243 tanesinin ortak mülk, kalanlarının ise üyelere ait olduğunu söyledi. Karaduman, "500 metrekare istiyorsa bir firma, dört ofisi yanyana alır, duvarlarını kaldırır. Duvarların kaldırılması çok zor iş değil" dedi. TekstilKent'te 22 bin 500 metrekare boş arazinin olduğu bilgisini de paylaşan Karaduman, "16 aylık dönemimizde doluluk oranını yüzde 25'ten yüzde 74'e çıkardık. 8 aydır, tül ve perdenin spot piyasası olmaya başladık. Bu da bizim için iyi bir kazanç oldu. Umarım halıcılar da bizi görecek" ifadelerini kullandı.



Halikent projesi için TekstilKent yönetimi ile bir araya gelen İHİB Başkanı Uğur Uysal ve ekibi, karşılıklı fikir alışverişinde bulundu.



**Ortadoğu Tekstil Makineleri Fuarı**  
Middle East Textile Machinery Exhibition

www.otm2014.com



Davetiye / Invitation

**16-19 Ekim 2014**  
October

**Ortadoğu Tekstil Makineleri Fuarı**  
Middle East Textile Machinery Exhibition  
www.otm2014.com

**ZİYARET SAATLERİ / VISITING HOURS**

16-17 Ekim / October 2014	09:00 - 19:00
18 Ekim / October 2014	09:00 - 18:00

ORTADOĞU FUAR MERKEZİ / MIDDLE EAST EXHIBITION CENTER  
GAZİANTEP / TÜRKİYE



Bu Fuar 5174 Sayılı Kanun gereğince, Türkiye İthalat ve İhracatı Kanunu (1098) m.16 ile düzenlenmiştir. / This exhibition is organized upon the authorization of "the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey", in accordance with the 5174P article of law.



**Lütfen buara davetiye için aşağıdaki bilgi formunu önceden elektronik olarak doldurup profesyonel olarak hazırlanmış bir şekilde giriş görevinize teslim ediniz.**  
Please fill out the below information form and deliver to the registration desk with your business card for free entrance.

Ad Soyad / Name Surname \_\_\_\_\_  
 Telefon / Phone \_\_\_\_\_  
 E-posta / E-Mail \_\_\_\_\_  
 Firma Adı / Company Name \_\_\_\_\_  
 Görev - Ünvan / Job - Title \_\_\_\_\_

Bölüm / Department

<input type="checkbox"/> Yönetim / Management	<input type="checkbox"/> Satış / Pazarlama / Sales/Marketing	<input type="checkbox"/> Satın Alma / Purchasing
<input type="checkbox"/> Üretim / Production	<input type="checkbox"/> Finans / Muhasebe / Finance/Accounting	<input type="checkbox"/> Diğer / Other

Şehir / City \_\_\_\_\_  
 Ülke / Country \_\_\_\_\_

**DAVETİYE: SİZE SADECE BİR KİŞİ İÇİN VERİLMİŞTİR VE BU SAĞLAM KİŞİ İÇİN SADECE BİR KİŞİ İÇİN VERİLMİŞTİR.**  
**INVITATION: FOR ONE PERSON ONLY AND VALID DURING THE FAIR, FREE OF CHARGE.**

Firmanızın Faaliyet Konusu ile İlgili Kodu İşaretleyiniz.  
 Please Specify the Field of Activity of Your Company.

Lütfen bir veya birkaçına işaretleyiniz / Please tick one or more!

- |  |  |
|--|--|
| 20.60 <input type="checkbox"/> Elgüç, İplik İmalatı / Fiber, Yarn Production | 14.29 <input type="checkbox"/> Triko / Trikot                |
| 13.20.01 <input type="checkbox"/> Nonwoven                                   | 13.92.01 <input type="checkbox"/> Ev Tekstili / Home Textile |
| 13.20 <input type="checkbox"/> Dokuma / Weaving                              | 14.31 <input type="checkbox"/> Çoçuk / Çocuk                 |
| 13.30.01 <input type="checkbox"/> Boya Baskı / Dyeing, Printing              | 14.14 <input type="checkbox"/> İç Giyim / İç Giyim           |
| 13.30.01 <input type="checkbox"/> Teçhizat / Finishing                       | 20.59.04 <input type="checkbox"/> Kimya / Chemicals          |
| 14.29 <input type="checkbox"/> Örmeye / Knitting                             | 28.94.01 <input type="checkbox"/> Makine / Machinery         |
| 13.03 <input type="checkbox"/> Halı İmalatı / Carpet Production              | 14.00 <input type="checkbox"/> Kumaş / Cloth                 |
|  | <input type="checkbox"/> Diğer / Other                       |



Bu Fuar 5174 Sayılı Kanun gereğince, Türkiye İthalat ve İhracatı Kanunu (1098) m.16 ile düzenlenmiştir.  
 This fair is held upon the authorization of the union of chambers and commodity exchanges of Turkey, in accordance with law number 5174.





TÜM DÜNYANIN İLGİYLE TAKİP ETTİĞİ, BİRBİRİNDEN RENKLİ KOLEKSİYONLARIN SERGİLENDİĞİ CPM FUARI, 3-6 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA MOSKOVA'DA DÜZENLENDİ. FUARDA, UKRAYNA'DA YAŞANAN OLAYLARDAN DOLAYI BEKLENEN OLUMSUZ TABLO YAŞANMAZKEN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, TÜRKİYE'NİN RUSYA'NIN BÜTÜN HAZIR GİYİM TALEBİNİ KARŞILAYACAK GÜCÜNÜN OLDUĞUNA VURGU YAPTI.

## TÜRKİYE, CPM'DE İDDİASINI KORUYOR

**Yılda** iki kez gerçekleştirilen ve dünyanın en popüler fuarları arasında yer alan Collection Première Moscow Fuarı (CPM) 3-6 Eylül tarihleri arasında Moskova'da gerçekleştirildi. 23'üncü kez düzenlenen CPM, 52 bin 198 metrekairelik alanda 33 ülkeden firmaları ağırladı. Fuarda hazır giyim hollerinin yanı sıra Fashion & Denim, Premium, Kids ve Body & Beach adı altında ürüne göre ayrılmış beş ayrı bölüm de gerçekleşti. Ayrıca ülke bazlı olarak Made in Turkey, Made in Spain, Made in France, Made in Germany ve Made in Italy gibi ülke bölümleri de fuarda yer aldı. Fuarı, Türkiye, Fransa, Almanya, İtalya, Almanya,

İspanya, Güney Kore ve Finlandiya ulusal katılım organizasyonu düzenleyen ülkeler arasında yer aldılar. Yaklaşık 18 bin 300 profesyonel ziyaretçinin ağırlandığı CPM fuarına Türkiye'den İHKİB'in milli katılımı ile 58 firma katıldı. Toplamda 52 bin 198 metrekairelik bir alanda gerçekleşen fuarda Türkiye'den firmalar bin 625 metrekairelik alanda ziyaretçilerle buluştu. Fuarı bireysel olarak Türkiye'den ayrıca altı firma katıldı. Bay-Bayan giyim, iç giyim-çorap, deri ürünleri ve geniş bir alanda sergilenen çocuk giyim alanıyla CPM yeni sezon ürünlerinin de sergilenmesine olanak sağladı. Ferah ve modern görünümlü stant inşaatı



YAŞANAN SİYASİ VE EKONOMİK KRİZLERİN ETKİSİYLE FUARIN ZİYARETÇİ SAYISINDA DÜŞÜŞ BEKLENİYORDU. FAKAT SADECE YÜZDE 4'LÜK BİR AZALIŞLA 18 BİNDEN FAZLA PROFESYONEL FUARI ZİYARET ETTİ. YAKLAŞIK BİN 400 FİRMANIN YER ALDIĞI VE TOPLAM 52 BİN METREKARELİK ALANDA GERÇEKLEŞEN CPM'DE, TÜRKİYE FİRMALARI 1.625 METREKARELİK ALANDA ÜRÜNLERİNİ SERGİLEDİ.

ile Türkiye'den fuara katılan firmalar, son koleksiyonlarını uluslararası alıcılara sunma fırsatını yakaladılar. Türkiye'den fuara katılan firmaların son derece memnun kaldığı fuarda, en hareketli bölümün Türk pavyonu olduğu da dikkatlerden kaçmadı. Fuarçılık sektöründe yarım asırdan daha eski bir tecrübeye sahip olan IGEDO Company firmasının organize ettiği CPM'de Doğu Bloğu Ülkeleri, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinin ziyaretçileri dikkat çekerken, İtalya, Fransa, İspanya gibi ülkelerle birlikte milli katılım yapan Türkiye, bu yıl da fuara en fazla katılım gösteren ülkelerden biri oldu. Önceki senelere göre katılan firma sayısında düşüşün temel sebebi ise Ukrayna ile yaşanan krizin firmaları belirsizliğe sürüklemesi olarak ele alınıyor. Buna rağmen gelen ziyaretçi ve iş hacmi bakımından korkulan olmamış, önceki yıllara oranla sadece yüzde 4'lük bir düşüş yaşandığı görülüyor. Bu da CPM fuarının Rusya için hala güçlü ve önemli bir fuar olduğunu gösteriyor.

### Tanrıverdi: "Katılım beklenenden iyi"

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İHKİB Başkan Yardımcısı Volkan Atik'in de ziyaret ettiği fuarda Türkiye'den Gizia, Kıgılı, Hatem Saykı, AVVA gibi çok büyük hazır giyim markalarının yanı sıra sektör dernek temsilcilerinin de yoğun ilgisi olduğu gözlemlendi. CPM Moskova Fuarı'nda Türk markalarına ilginin yoğun olduğunu belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Bu fuarda milli katılımı bin 600 metrekarelik alana yayılmış durumdayız. Bu yıllık katılım, Rusya-Ukrayna gerilimi nedeniyle teredütlüydü ama yine de katılım beklenenden



çok daha iyi oldu" dedi. Rusya pazarına bavul turizminin de devam ettiğini belirten Tanrıverdi, şunları söyledi: "Bu pazarda biz Çin ile değil İtalya ve Fransa ile rekabet ediyoruz. O nedenle, Rusya gıdada olduğu gibi Avrupa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatını durdurursa bütün talebi karşılayabiliriz. Rusya'da Türk markalarının bilinirliği çok iyi." Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının da çevre pazarlardaki bütün olumsuzluklara rağmen çok iyi gittiğini vurgulayan Tanrıverdi, şöyle konuştu: "Irak, Suriye, Mısır, Libya problemlili ama buna rağmen ihracatımız yüzde 12 arttı. Bu artış, Türkiye ihracat artışı ortalamasının üzerinde. Hazır giyimde geçen yıl 205 ülkeye ihracat yapmıştık bu kadar pazar çeşitliliğine diğer sanayi sektörleri ulaşamadı. Bu nedenle de biz bazı pazarlarda kriz çıksa da çabuk çözüm bulabiliyoruz. Biz dünyanın her yerinde mal satabiliriz çünkü dünyanın farklı yerle-



*Neredeyse görüştüğümüz bütün firma yetkilileri CPM'e katılacak firmaların verimli sonuçlar elde etmeleri için gelecek sezon koleksiyonları ile fuara katılmaları gerektiğini dile getiriyor.*



rinde farklı mevsimler var. Bu yıl sonunda hazır giyim ve konfeksiyon olarak tek başımıza 20 milyar dolarlık ihracat hedefimize büyük ölçüde yaklaşmış olacağız."

### Rusya perakende pazarı büyüyor

Rusya'da her yıl binlerce fuar düzenleniyor. Yalnızca Moskova'da 400 civarında fuar düzenlendiği göz önüne alınırsa, pazara girişte fuarların önemi iyice ortaya çıkıyor. Buna rağmen, fuar sayısındaki çokluk, firmaların doğru fuarı bulmalarında engel oluşturuyor. Rusya perakende sektörünün 2000 yılından itibaren yıllık ortalama büyüme oranının yüzde 10-15 olduğu tahmin edilmekte. Perakendecilikteki gelişmeler, Moskova dışındaki büyük kentlere doğru yayılma trendi içinde bulunuyor. Bankacılık sektörünün gelişmemesi nedeniyle, akreditif zorlukları yaşanan pazarda ihracat, genellikle peşin döviz karşılığında yapılıyor. Ancak, tüketicimin hızlı artması ve tacirlerin sermaye yetersizlikleri, peşin döviz finanse edemediğinden satıcı avansları ile ticaret deniyor, zaman zaman da, bu nedenle sorunlar yaşa-



İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, “BU YILKİ KATILIM, RUSYA-UKRAYNA GERİLİMİ NEDENİYLE TEREDDÜTLÜYDÜ; AMA YİNE DE KATILIM BEKLENENDEN ÇOK DAHA İYİ OLDU. RUSYA PAZARINDA BİZ ÇİN İLE DEĞİL İTALYA VE FRANSA İLE REKABET EDİYORUZ.”

CPM, bölgesel bir fuar olduğu için Doğu Avrupa coğrafyasında yaşanan krizlerden son derece etkileniyor. Yakın dönemde Ukrayna’da yaşanan gelişmelerden dolayı fuarın bu sezonda bir miktar küçülmüş olduğunu gözlemledik. Birçok firmanın fuardaki stand metrekarelerini düşürdüklerini de gördük. Biz firma olarak her zamanki gibi fuardaki yerimizi koruduk; çünkü başarıda sürekliliğin payına inanıyoruz. Fuarın bu tarz krizleri atlatarak güçlü bir şekilde yoluna devam edeceğine inanıyoruz.

#### EDİP BİLİK

Bisa Giyim YK Başkanı



Firma olarak CPM fuarında sergileyeceğimiz koleksiyonlarımız için fuar tarihinden yaklaşık 3 ay öncesinde çalışmaya başladık. Fuarda birçok firmanın mevcut koleksiyonları ile katıldıklarını gözlemliyoruz. Bu tarz firmalar fuardan bekledikleri verimi alamadıkları için hayal kırıklığına uğrayabiliyor. Gelecek sezon koleksiyonları ile fuara katılanlar gerekli ilgili görüyor. Rusya pazarı bizim için vazgeçilmez bir pazar konumunda. CPM fuarının Eylül döneminin her zaman Şubat dönemine göre daha az yoğunlukta geçtiğini gözlemliyoruz.

#### ERCAN HARDAL

Tugi Çocuk Giyim YK Başkanı



Fuar için tüm katılımcı ve ziyaretçilerin ortak görüşü fuarın bu sezon geçen senelere göre daha durgun ve yavaş geçmesiydi. Rusya’nın, Ukrayna ile yaşadığı gerilim ve doların artışı bu sezonki durgunluğun genel sebebi olarak gösteriliyordu. Ancak Kıyılı Giyim olarak, Rusya’daki marka bilinirliğimiz ve seçkin koleksiyonumuzla ziyaretçilerin beğenisini kazandığımızı söyleyebiliriz. Her ne kadar geniş koleksiyonumuzu detayları ile ziyaretçilerimize sunmasak da mevcut koleksiyonumuz oldukça dikkat çekici bulundu.

#### HİHAL SUERDEM

Kıyılı CEO’su



Fuarın başarılı geçtiğini düşünüyorum ancak fuarın ziyaretçi yoğunluğunda son dönemde yaşanan siyasal krizlerden dolayı düşüş olduğunu gözlemledik. İHKİB’in de fuarda yaptığı çalışmaların çok başarılı olduğunu düşünüyorum. Biz CPM’de kış koleksiyonumuzu sergiledik. Aslında elimizde mevcut olan koleksiyonu sergilemiş olduk. CPM fuarına mevcut koleksiyonumuz ile birlikte gelecek sezon koleksiyonu hazırlayarak gitmek gerektiğine kanaat getirdik. Fuarın her şeye rağmen verimli geçtiğini söyleyebiliriz.

#### GARO SÜZMEYAN

Alkış Tekstil Mağaza Müdürü



nyor. Özellikle kayıt dışılık ve sözleşme eksiklikleri bu durumdaki alacakların tahsilini önemli ölçüde zorlaştırmakta. Ayrıca 2013 sonu itibarıyla başlamış ve giderek büyüyen Ukrayna krizi de piyasalarda bir belirsizlik yaratmakta ve fuara ve katılan firmalara olumsuz yansıdığı gözlenmektedir.

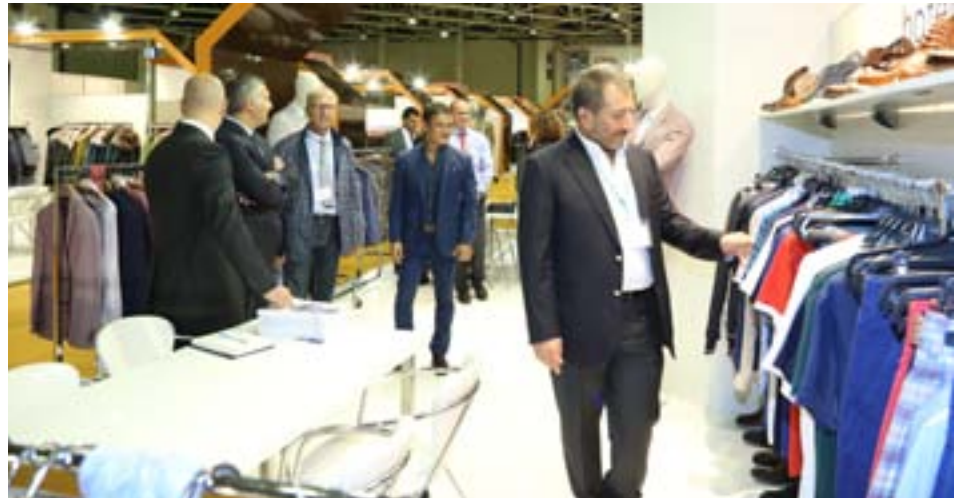
#### “CPM kilit rol oynuyor”

Rus alıcı profili ise “Moda bilinci yükselmeye başlayan halk” olarak tanımlanabilir. Moskova pazarı bu açıdan okunduğunda pazara etkili bir giriş yapmak isteyen ülkelerin dikkat etmesi gereken en önemli noktanın Moskovalı alıcılara ülke ve marka

imajlarını iyi yansıtabilme olması gerektiği vurgulanıyor. Moskova’da gerek para akışından nemalanan refah düzeyi yüksek kitleye gerekse kaliteli ve moda uygun giyiniş tarzını yakalamaya çalışan sıradan Rus vatandaşına pazara girişte ülke imajını etkili olarak verememenin pazarı tümünden kaybetmek gibi bir tehlikesinin mevcut olduğu kaydediliyor. Bu gerçeğin farkında olan

İHKİB, CPM Fuarına milli katılım düzenleyen katılımcı firmaların Türkiye ve dünya çapında kendini ispatlamış markalar olmasına özen göstermiş. Moskova hazır giyim piyasasından iyi bir pay edinmenin en önemli yolu her ülkede olduğu gibi buradaki moda fuarları olduğuna vurgu yapan Hikmet Tanrıverdi de, “CPM Fuarı Moskova hazır giyim piyasasında sahip olduğu kilit rol özelliğiyle

CPM Fuarı Moskova hazır giyim piyasasında sahip olduğu kilit rol özelliğiyle Rusya pazarı için en etkin kanallardan birisi konumunda.





RUSYA PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN 2000 YILINDAN İTİBAREN YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANININ YÜZDE 10-15 OLDUĞU TAHMİN EDİLMEKTE. PERAKENDECİLİKTEKİ GELİŞMELER, MOSKOVA DIŞINDAKİ BÜYÜK KENTLERE DOĞRU YAYILMA TRENDİ GÖSTERİYOR.

Ferah ve modern görünümlü stantları ile Türkiye'den fuara katılan firmalar, son koleksiyonlarını uluslararası alıcılara sunma fırsatını yakaladılar. Türkiye'den fuara katılan firmaların son derece memnun kaldığı fuarda, en hareketli bölümün Türk pavyonu olduğu da dikkatlerden kaçmadı.



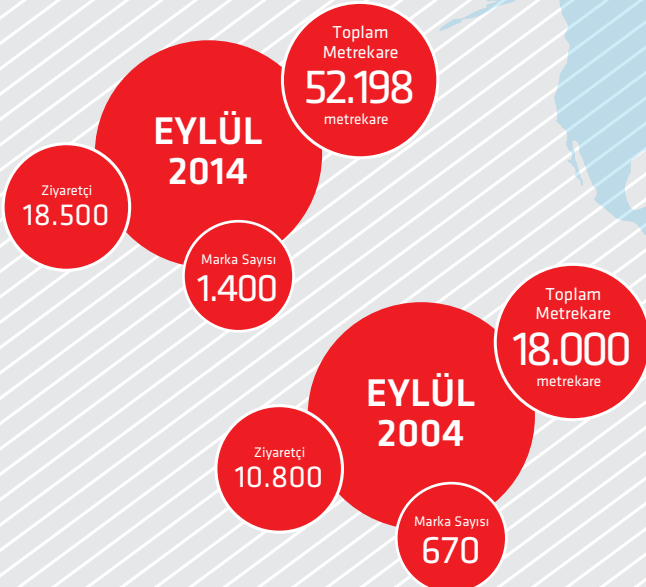
bu Rusya pazarı için en etkin kanallardan birisi konumundadır." dedi.

Fuara katılan İHKİB Başkan Yardımcısı Volkan Atik de CPM Moskova Fuarı'nın Ukrayna'da yaşanan siyasi olaylardan kaynaklı kriz ortamında gerçekleşmiş olmasına rağmen fuarın oldukça başarılı bir fuar geçtiğine dikkat çekti. Fuarı ziyaret eden kişi sayısında herhangi bir sıkıntı görmediklerine de değinen Atik, "CPM Moskova fuarında gördük ki belli bir alt-yapı ve çalışma ile fuara katılan firmalar daha başarılı oluyor. Özellikle bir sonraki sezonun koleksiyonları ile fuara katılan firmalarımız daha verimli bir fuar geçirdiler" dedi.

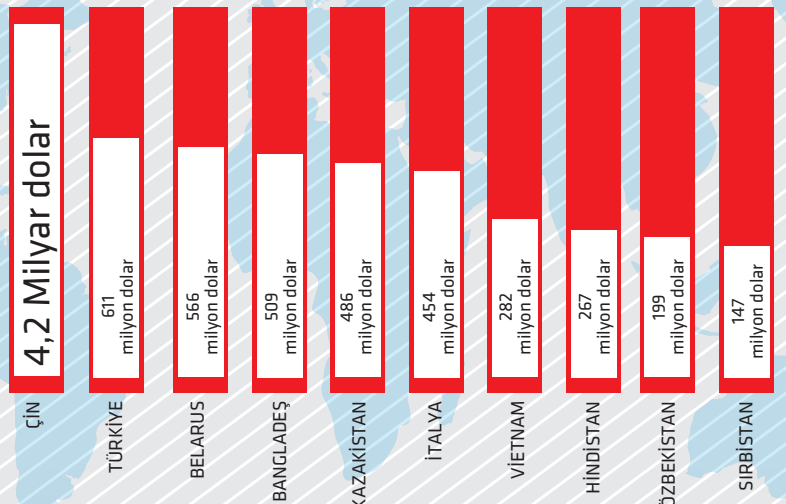
## CPM'E İHKİB BÜNYESİNDE KATILAN FİRMALAR

- 1121 TEKSTİL
- ADALI TEKSTİL
- AKASYAN TEKSTİL
- ALKIŞ TEKSTİL
- AY-SEL GİYİM
- B PLAN
- BAĞIROĞLU TEKSTİL
- BİRİZ TEKSTİL
- BİSA GİYİM
- BOVONA TEKSTİL
- BOY DERİ
- BOZSİSTERS
- CEMAL KAYA-PLATİN GÖMLEKLERİ
- ÇELİK MAKAS KONF.
- ÇUHA DERİ
- DARKMEN TEKSTİL
- DERİN GİYİM
- DİDO GROUP
- DİNAMİK TEKSTİL
- DONNA BACCONI DERİ
- ECRİNTEKS
- EKEN TEKSTİL
- ELPA KONFEKSİYON
- ERYAY TEKSTİL
- EVELİNE TEKSTİL
- FABA TEKSTİL
- GİTAR TEKSTİL
- GİZİA MODA
- GRUP EKSA
- GÜZELLER TEKSTİL
- HİCRET GÖMLEK
- JUNIOR GİYİM
- KAPLAN GİYİM
- KAPRİS GİYİM
- KARMA KONF.
- KİGİLİ
- MEHDİYYE TEKSTİL
- MELEK TEKSTİL
- MİB MAĞAZACILIK
- MİMİ TEKSTİL
- MONDO TEKSTİL
- ÖZPA TEKSTİL
- ÖZÜN KONFEKSİYON
- PARİSTAN TEKSTİL
- SANFA TEKSTİL
- SASAFUR DERİ
- SA-SAM TEKSTİL
- SEMKO
- SENTEZ KONFEKSİYON
- SENTO TEKSTİL
- ŞEKEROĞULLARI KONFEKSİYON
- TELLO JEANS
- TUGI CLUB
- TURANLAR TEKSTİL
- VEDİ TEKSTİL
- YIL - BA TEKSTİL
- YÜKSEL SEVİNÇ TEKSTİL
- ZİNGAL

## CPM FUARI 10 YIL İÇİNDE ORTALAMA 3 KAT BÜYÜDÜ



## RUSYA'YA HAZIR GİYİM İHRAÇ EDEN İLK 10 ÜLKE



İlk 10 ülke toplamı 7,7 milyar dolar  
Rusyanın toplam hazır giyim ithalatı 9,7 milyar dolar

TEKSTİLDEKİ, TEKNİK GELİŞMELER VE YENİLİKLER İLE MODADAKİ KALİTE, GÜZELLİK VE FARKLILIKLARIN KOMBİNASYONUNDAN YOLA ÇIKAN MUNICH FABRIC START FUARI, BU DÖNEMDE DE YÜKSELEN BİR İVME SERGİLEDİ.

## FUAR

24



TÜRKİYE'DEN 140 FİRMANIN KATILDIĞI MUNICH FABRIC START FUARI'NA İTHİB MİLLİ KATILIM ORGANİZASYONUNDAN 15 FİRMA KATILDI.





# MUNICH FABRIC'İN ETKİ ALANI GENİŞLİYOR

DÜNYA ÇAPINDA TEKSTİL ALICILARI VE TEDARİKÇİLERİNİ AĞIRLAYAN “MUNICH FABRIC START FUARI” 2-4 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇTI. FUARA TÜRKİYE'DEN İTHİB BÜNYESİNDE 15 FİRMA KATILDI.

**Paris** Premiere Vision'un Almanya'daki alternatifi olarak bilinen Munich Fabric Start Fuarı tekstil sektörüne yön vermeye devam ediyor. Tekstil pazarının en tanınmış uluslararası fuarlardan biri olup dünya çapında tekstil alıcıları ve tedarikçilerini ağırlayan Munich Fabric Start Fuarı, 2-4 Eylül tarihleri arasında Münih'te kapılarını ziyaretçilerine açtı. Kumaş ve aksesuarlarının sergilendiği fuar, Collections, Additional, Bluezone, Asia Salon ve Showroom bölümlerinden oluştu.

Munich Fabric Start Fuarı'na üçüncü defa milli katılım gerçekleştiren İTHİB, fuarda katılımcı ve ziyaretçilere hem Türk tekstil sektörü ile ilgili bilgi verdi hem de katılımcı Türk firmalarını fuarda yalnız bırakmamış oldu. 950 firmanın katılım gösterdiği fuara Almanya ve İtalya'dan sonra Türkiye

## İTHİB BÜNYESİNDE FUARA KATILAN FİRMALAR

Ata Kumaş, Bezsan, BTD Tekstil, Ebrar, Esenteks, Genc Örme, Gökhan Tekstil, Gülle Tekstil, Jerse Örme, Kare Mümessillik, Linset Tekstil, Portakal Fabrics, Save Tekstil, Söktaş Dokuma, Turan Tekstil

140 firma ile en çok katılım gösteren üçüncü ülke oldu. Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği pazarların başında gelen Almanya'da düzenlenen bu fuarda bulunmayı Türk firmaları önemsiyorlar. Dünyanın her tarafından katılım gerçekleşen bir fuarda, Türkiye'den gelen firmalar fazla görünür olmak ve söz konusu pazarda pay sahibi olmak için çabaladılar.

### Her yıl ivme kazanıyor

Son 15 yılda Munich Fabric Start fuarının ivme kazandığını kaydediliyor. 1998-1999 yıllarında 40-50 firma içinde gerçekleşen fuarın, şuan bine yaklaşan firma katılımıyla yüksek bir enerji ortaya konulduğu kaydediliyor. Oldukça profesyonel olarak organize edilen fuar her geçen gün daha da güç kazandığı görülüyor. 950 firmanın katılım sağladığı fuarın bu dönemine Asya bölgesine ayrılan alanda 70 kadar katılımcı hazır bulundu. Yüksek kalite gömlek üreticilerinden ise 20 - 40 arası katılımcısı ile yer aldığı etkinlikte, BlueZone adının verdiği jean kumaşa ayrılan alanda 68 katılımcı ağırlayan fuar, enerji iktisadı ve geri dönüşümle ilgili çözümler sunan GreenZone alanına da bu dönemde start verdi. İTHİB bu fuarla Türk tekstilinin en büyük ihracatçılarından biri olduğu Avrupa pazarıyla üreticilerin buluşması ve bu pazardaki konumunun güçlendirilerek 2023 için hedeflenen ihracat rakamlarına ulaşabilmek için etkin ticari bağlantılar kurmayı hedefliyor. Fuarın bu dönemine İTHİB milli katılım organizasyonu ile Ata Kumaş, Bezsan, BTM Tekstil, Ebrar, Esenteks, Genc Örme, Gökhan Tekstil, Gülle Tekstil, Jerse Örme, Kare Mümessillik, Linset Tekstil, Portakal Fabrics, Save Tekstil, Söktaş Dokumave Turan Tekstil firmaları katıldılar.



*Sadece denim firmalarının yer aldığı Bluezone bölümü de kapılarını Munich Fabric Start'tan bir gün önce kapatıyor.*



*Munich Fabric Start'ın gelecek dönemi 2 - 4 Şubat 2015 tarihlerinde, Blue Zone ise 2 ve 3 Şubat'ta gerçekleştirilecek.*



### Fuarın uluslararası gücü artıyor

Almanya'da düzenlenen en büyük tekstil fuarlarından biri olan Münih Fabric Start Fuarı'nın bu dönemini 20 bin kişi ziyaret etti. Geçen yıl Eylül döneminde 18 bin 500 ziyaretçi çeken fuarın bu dönemde böylesi bir ziyaretçi çekmesi de fuara olan ilginin her geçen gün artacağını gösteriyor. Bu gelişmenin altında buluşmanın giderek daha uluslararası hale gelmesi yatıyor. Munich Fabric Start'ın patronu Wolfgang Klinder, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'nden gelen satın almaçıların da aralarında bulunduğu yüksek bir uluslararası katılım bulunduğunu ifade ediyor. Klinder'e göre buluşmayı en uygun hale getiren şeylerden biri tarihleri (Milano ve Paris'ten önce), ikincisi ise büyüme ihtimali olmayan eksiksiz bir fuar alanına dayalı olarak müşterilerin karşısına çıkan sunumlar arasında seçim yapabilme olanağı. Almanya'nın Munich şehrinde düzenlenen Munich Fabric Start Fuarı esnasında İTHİB düzenlenen organizasyon kapsamında çeşitli tanıtım faaliyetlerine yer verilerek Türk Tekstil sektörünün yurtdışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi



**RESUL ÖZGÜVEN**  
Esenteks Yurtdışı  
Pazarlama Yetkilisi

Munich Fabric Start fuarına birçok tekstil firması katılmak istiyor. Bu anlamda çok ilgi çekici bir fuar. Ancak bu fuara doğrudan gelip katılım sağlanmasını doğru bulmuyorum. Çünkü fuarın öncesinde de Avrupa'da bulunan müşteriler ile firmaların diyalog içinde olması ve sık sık onları ziyaret etmiş olmaları gerekiyor. Bu anlamda fuara bu tarz bir ön altyapısı olmadan katılan firmalar hayal kırıklığı yaşayabiliyorlar. Çünkü bu fuar esnasında bir prestij fuarı konumunda.



**SEVGİ COŞKUN**  
Kare Mümessil  
Pazarlama Yönetmeni

Biz firma olarak Munich Fabric Start fuarına sekiz yıldır aralıksız hiçbir dönemi atlamayarak katılıyoruz. Bizim için çok verimli geçen bir fuar. Fuarın bu dönemini de çok verimli geçirdik. Diğer firmaların standlarını da gezme fırsatı yakaladık. Çok çeşitli ürünleri görme fırsatı yakaladığımız önemli bir fuar. İTHİB'in fuar için yaptığı bilgilendirme faaliyetlerini de çok faydalı buluyoruz.



*İTHİB tarafından fuarın bu döneminde ilk defa yapılan trend alanı çok ilgi gördü.*

hedeflendi. Fuarı katılan Türk firmalarının, fuardan genel olarak çok memnun ayrıldıkları gözlemlenirken, İTHİB'in yapmış olduğu organizasyon ve fuara yönelik tanıtım çalışmalarından da övgü ile söz ettiler. Fuarda Milli Katılım organizasyonu içerisinde yer alan firmaların detaylarının yer aldığı katalog, İTKİB info standı ile trend alanında ziyaretçilere fuar süresince dağıtılırken, Birlik patronajında yer alan firmaların kumaş koleksiyon örneklerinin ziyaretçilerin beğenisine sunulacağı bir trend da oluşturuldu. Bu tanıtım alanında fuar ziyaretçilerine Türk tekstil sektörünün seçkin ürünleri, yeni sezon renk trendleri bilgileri eşliğinde sunuldu. İTHİB tarafından fuarda kurulan info-stand alanı ile her milli katılım organizasyonunda olduğu gibi bu dönem de katılımcı firmalara fuar esnasında her türlü destek verildi.



# İDF

**9. İSTANBUL  
DERİ FUARI  
18-20  
KASIM  
2014**

**Unlimited Leather  
Defilesi  
3 gün boyunca  
saat 14.00'de**

MEFİ

ADAMO

DERİMOD

EMELDA  
BY DENİZ BERDAN

LENTO FUR

SACHA PACHA

PUNTO  
BY HAKAN YILDIRIM



AYAKKABILIK ve  
SARACIYE ÜRÜNLERİNE  
YÖNELİK ÜRETİCİ  
TABAKHANELERİN  
TOPLU KATILIMI İLE



istanbulderi.com

# 77

Türkiye bu yıl İTHİB milli katılımında 24 firma olmak üzere toplamda 77 firma ile İtalya ve Fransa'dan sonra PV Paris fuarına en çok katılım sağlayan ülke olurken, fuarda toplam 120 ülkeden 735 firma yer aldı.

FUAR

28

# TEKSTİL DÜNYASININ VİTRİNİ: PV PARİS

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE EN ÖNEMLİ FUARLAR ARASINDA YER ALAN "PREMIERE VISION PARİS", 16-18 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİ. TÜRKİYE'DEN 77 FİRMANIN KATILIM SAĞLADIĞI FUARDA, TÜRK FİRMALARINA TREND ALANI SAĞLAYAN İTHİB, BAŞARILI GEÇEN BİR PREMIERE VISION'U DAHA GERİDE BIRAKTI.

**Tekstil** sektöründe lokomotif görevi gören uluslararası fuarlar, farklı coğrafyalarda sektöre hizmet eden mensupları bir araya getirmeye devam ediyor. Bu fuarlar arasında ise Şubat ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen kumaş fuarı, "Premiere Vision Paris" en önde gelenler arasında yer alıyor. Firma stantlarının yanı sıra moda ve trend bilgi bölümlerinin de bulunduğu fuar düzenlendiği her dönem tekstil ve moda sektöründen yoğun ilgi görüyor. Paris, New York, Sao Paulo ve Şangay gibi şehirlerde düzenlenen fuar uzun yıllardan bu yana tekstil sektörünün önemli aktörlerini bir araya getiriyor. Fuara Türkiye'den firmaların gösterdiği yoğun ilgi İstanbul'u, New York, Sao Paulo ve Şangay'dan sonra PV'nin düzenleneceği beşinci durak olarak seçmesinde en büyük etken. Premiere Vision Paris, iştirakçisi olduğu Indigo (desen tasarım), Expofil (iplik), Modamont (aksesuar), Zoom by Fatex (fason hazır giyim üretimi), Le Cuir a Paris (deri) fuarlarıyla aynı alanda ve aynı tarihlerde Premiere Vision Pluriel başlığı altında gerçekleştirildi. Türkiye bu yıl İTHİB milli katılımında 24 firma olmak üzere toplamda 77 firma ile İtalya ve Fransa'dan sonra fuara en çok katılım sağlayan ülke olurken, fuarda toplam 120 ülkeden 735 firma yer aldı. 62 bin 431 ziyaretçiyi ağırlayan PV Paris bu yıl bin 222 Türk ziyaretçi ağırladı.



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB BAŞKANI

*"PV Paris fuarına Türk firmalarının çok çeşitli ve yeni tasarım ürünler ile katıldığını gördük."*





## İTHİB BÜNYESİNDE FUARA KATILAN FİRMALAR

Akın Tekstil, Almodo Tekstil, Altınyıldız, Antik Dantel, Arsan, Bezsan, BM Bahariye Mensucat, Bossa, BTD Tekstil, Bur-Er Tekstil, Çelik Makas, Ekoten, Esenteks, Fun Tekstil, Gülle Tekstil, Karma Kokteyl Örmek, Kimteks, Kıvanç, Matesa, Özdoku Tekstil, Palateks, Söktaş, Tüp Merserize, Yarangümeli Tekstil

Türkiye'den fuara katılan tekstil üreticisi firmaların koleksiyonlarının fuar ziyaretçilerine tek bir çatı altında sunulabilmesi ve kolay erişim sağlanabilmesi amacıyla 40 metrekare büyüklüğünde İTKİB info stant alanı ile 45 metrekare büyüklüğünde bir alan üzerinde özel bir trend alanı çalışması gerçekleştirildi. Bu alanda Türkiye'den firmaların en son

koleksiyonlarından örnekler, güncel kumaş doku ve renk eğilimleri hakkında detaylı bilgiler ve sınıflandırmalar eşliğinde sergilendi. Toplamda 33 bin 583 metrekarelik bir alanda gerçekleştirilen fuara İTHİB milli bünyesinde katılan firmalar bin 719 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledi. Akın Tekstil, Almodo Tekstil, Altınyıldız, Antik

Dantel, Arsan, Bezsan, BM Bahariye Mensucat, Bossa, BTD Tekstil, Bur-Er Tekstil, Çelik Makas, Ekoten, Esenteks, Fun Tekstil, Gülle Tekstil, Karma Kokteyl Örmek, Kimteks, Kıvanç, Matesa, Özdoku Tekstil, Palateks, Söktaş, Tüp Merserize ve Yarangümeli Tekstil İTHİB bünyesinde PV Paris fuarına katılan firmalar oldu.



**İSMAİL GÜLLE:** “PREMIERE VISION DÜNYANIN VİTRİNİ. MODANIN TRENDLERİ BURADA BELİRLENİYOR. FUARA KATILAN FİRMALARDAN TASARIM VE YARATICILIK ŞARTI ARANIYOR. TÜRK TEKSTİLİ DE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ DÖNÜŞÜMLE YARATICI BİR VİZYONU YAKALAMIŞ DURUMDA”



**FATİH BİLİCİ**  
İTHİB Başkan Yardımcısı

*“Türkiye fuarın bu dönemine de yüksek bir katılım gerçekleştirerek, tekstildeki gücünü ortaya koydu.”*

### **Gülle: “Moda trendleri PV’de belirleniyor”**

İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici’nin yanı sıra Paris Büyükelçisi Hakkı Akil, Ticaret Müşaviri Cem Topbaş Premier Vision Türkiye temsilcisi Haluk Ongan Türkiye’den fuara katılan firmaların stantlarını ziyaret etti. Premiere Vision Paris fuarının dünyanın en prestijli fuarları arasında olduğuna dikkat çeken İsmail Gülle, “Premiere Vision dünyanın vitrini. Modanın trendleri burada belirleniyor. Katılım için tasarım ve yaratıcılık şartı aranıyor. Türk tekstili de gerçekleştirdiği dönüşümle yaratıcı bir vizyona kavuştu. 2003 yılına kadar bu fuar Türkleri kabul etmiyordu. 2003’de bir otel lobisinde alternatif bir fuar düzenlendi. O fuara katılanları da tutukladılar ve bir gün gözaltında tutular. Eş zamanlı otel lobisinde yapılan bir

fuardı. Ondan sonraki süreç içinde yavaş yavaş Türk firmaları da bu fuara katılmaya başladı. İki üç firma ile başladı. Bugün gelinen noktada yetmişe yakın firma katılıyor. Fuarın da konsepti değiştiği için tekstile üretimle ilgili olan hammaddesi ile ilgili olan her türlü üreten arkadaşlarımız burada. Hem ziyaretçi açısından önemli hem de prestijli ve seçme kriterlerindeki zorluktan dolayı önemli katılım açısından.”

### **Kalite PV’de buluşuyor**

Türkiye’de tekstil sektörünün her geçen sene büyüdüğünü belirten İsmail Gülle sözlerini şöyle sürdürdü: “Tekstil ihracatı yüzde 16 artışla gidiyor. Oldukça başarılı. Başarının arkasında değerli üreticilerimizin göstermiş olduğu başarının etkisi var. PV Paris fuarına da belli bir kalite standardını yakalamış firmalar kabul ediliyor. Koleksiyon ve yeni tasarımlar geliştirenlerin fuara alınması nedeniyle yeniliklerin ortaya konulduğu bir ortam burası. Bu fuara katılan herkes yeni koleksiyonlar ve yeni ürünler hazırlamak durumunda. Katılan kadar katılmak isteyen firmalarımız var. Ümit ediyoruz ki gelecek yıllarda daha fazla firmamız katılacak. Kaliteli üreticilerimiz bu fuarlara ürünlerini gösterecektir. Buralara katılımı başarı ihracatımıza da etki ediyor. Bu zamana kadar yapılmış işlerle başarılı bir performans sergilemiş oluyoruz. Kriterlere uymayan firmaların başvurusu reddediliyor. Bu fuara katılabil-

mek için kendilerini geliştirerek fuara katılmaya hazırlanmış oluyor.” PV Paris fuarının tekstil sektörü için önemine vurgu yapan Fatih Bilici, Türkiye’den firmaların her yıl olduğu gibi bu yılda yüksek bir katılım ile fuarda yer aldığını belirtti. Genel olarak potansiyel alıcıların fuarı ziyaret ettiğine değinen Bilici, bundan dolayı tekstil ihracatı için önemli bir etkinlik olduğuna vurgu yaptı. Türkiye’den fuara katılan firmaların fuardan memnun olarak ayrıldıklarını belirten Bilici, 29 Ekim’de İstanbul’da düzenlenecek olan fuarında bu düzeyde başarılı geçmesini umduklarını ifade etti.

### **Türk tekstili yenilikçiliğe odaklanıyor**

Fuar öncesinde Türk firmaların yüzlerce çeşit kumaş geliştirildiğini söyleyen İsmail Gülle, “Bir sonraki yıl, ‘Şimdi ne tasarlayacağız’ diye düşünürken, fuara katılma zama-



*Fuara İtalya’dan katılan firma sayısı %51 düzeyinde iken Fransa’dan katılım oranı %12, Türkiye’den ise %10 oldu.*





PV FUARLARININ ULUSLARARASI YAYILIMINDA PARİS, NEW YORK, SAO PAULO VE ŞANGAY'DAN SONRA 5'İNCİ DURAĞI OLMAYA HAZIRLANAN İSTANBUL, BALKANLAR, ASYA VE ORTA DOĞU ÜLKELERİNE AÇILMADA ÜS OLARAK KULLANILACAK.



**CEM ÇELİKOĞLU**  
Yünsa Genel Müdürü

PV'ye katılan firmalar mutlaka fark ortaya koymalı. Gelinen noktada belli firmaların ürünlerin aynısını yaparak satma şansını ortadan kalmış durumda. Kimse kendinden önceki kuşakların ürettiği ürünleri üretmeye devam etmesin. Muhakkak ürünü geliştirme yoluna bakmalı. Türkiye'deki tekstil firmaları katma değeri yüksek ve iyi servis hizmeti ile üst segmente hitap edebilecek bir düzeye çıkmış durumda. Kalite, Ar-Ge ve doğru servis ile desteklendiğinde firmaların şansının çok yüksek olacağını düşünüyorum.



**ENGİN AKÇAY**  
Bezsan Yönetim Kurulu Üyesi

Firmamız açısından değerlendirdiğimizde PV Paris fuarının bu döneminde bir önceki dönemlere göre çok farklılık görmedik. Ancak genel olarak değerlendirildiğinde dünyada değişen bir fuar anlayışından kaynaklı bir zayıflama olduğunu gördük. Büyük firmaların gözlemediğimiz kadarıyla fuarlarda tedarikçi aramaktansa birbir yaptıkları görüşmeler ile mal aldıklarını görüyoruz. Ayrıca Ukrayna'da yaşanan kriz ortamının da Avrupalı bazı markaları olumsuz etkilediğini de fuarda gözlemledik. Genel olarak ele aldığımızda fuarın bu dönemi de geçmişe dönemler gibi verimli geçti diyebiliriz.

nı geldiğinde bir bakıyoruz ki çeşit çeşit mal üretmişiz. Türk tekstilcileri kabuğunu kırıyor. Makine yatırımları yapıyoruz. Ar-Ge ve tasarımlarımızla bu makineleri çok iyi kullanıyoruz. Farklı desenler ve kumaşlar üretiyoruz. Bunlar katma değeri yüksek ürünler. Dünya da bunun farkında." İtalyanlar'ın Rönesans etkisiyle 1970'li yıllarda tekstil bir sanat kolu olarak görmeleriyle başlayan sürecin ülkeyi bu alanda zirveye taşıdığını söyleyen Gülle, "Artık İtalya bir moda yönetim merkezi. Şimdi aynı tasarım ve üretim gücü Türkiye'de" dedi.

### **İstanbul Premiere Vision'u bekliyor**

Premiere Uluslararası Fuarlar Direktörü Guglielmo Olearo, "Türkiye tekstilde yaratıcı bir ülke haline geldi. Firmalar Ar-Ge ve makine yatırımları yapıp ürün geliştiriyorlar. İtalya ve Fransa'dan önemli tasarımcıları transfer ettiler. Güçlü bir know-how'a ulaştılar. Son yıllarda fuarın en önemli katılımcıları arasında Türkler yer alıyor" dedi. Premiere Vision'un artık İstanbul'da da düzenleneceği bilgisini veren Olearo, "Türkiye tekstilin merkezi. Son yıllarda Uzakdoğu'ya karşı büyük başarı elde etti. Dolayısıyla bu pazara girmek şart oldu. 29-31 Ekim'de CNR Expo'da Premier Vision İstanbul'u düzenleyeceğiz. Amacımız Ortadoğu ve Afrika'dan da alım heyetlerini İstanbul'da getirmek. Biz üst düzey bir fuar gerçekleştireceğiz. Sektöre öncü olmak istiyoruz" dedi. Premiere Vision fuarlarının uluslararası yayılımında Paris, New York, Sao Paulo ve Şangay'dan sonra 5'inci durağı olmaya hazırlanan İstanbul, Balkanlar, Asya ve Orta Doğu ülkelerine açılmada üs olarak kullanılacak. 29-31 Ekim tarihleri arasında CNR Expo'da düzenlenecek olan fuara, yaklaşık olarak yüzde 25 oranında yabancı ziyaretçinin, 150 katılımcının ve 5 bin ziyaretçinin gelmesi hedefleniyor.

Premiere Vision Fuarı'nın uluslararası fuar

ağma İstanbul'u eklemesini değerlendiren İTHİB Başkanı İsmail Gülle, yıllar önce Türkiye'nin vermiş olduğu bu mücadeleden galibiyetle ayrıldığı belirtti. Premiere Vision fuarlarının her sene artan katılımcı sayısı ile sektörün esas oyuncusu olma yolunda ilerlediğini söyleyen İsmail Gülle, özellikle Premiere Vision Paris fuarının sınıfında en başarılı fuarlardan biri olduğuna dikkat çekti. Fuarın İstanbul'da da düzenlenmesine ilişkin üç yıl önce Premiere Vision yöneticileriyle görüşmeler yaptıklarını hatırlatan Gülle: "İstanbul'un başarılı bir tekstil fuarına ihtiyacı vardı. Birtakım fuarlarla denendi ama maalesef tekstil fuarı açılmıyordu. Ümit ediyoruz ki bu fuar başarılı olacak" dedi.







**go  
natural**

**all natural  
buttons** 

**COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER**

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

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

**SHOWROOM  
MERTER**  
M.Nesih Özmen Mah. Fatih Cad.  
Ceviz sk. Nazmi İğ Hars No: 22/3  
Mertler - İstanbul - TURKEY  
Phone: +90 212 637 48 94  
Fax: +90 212 637 48 98

**SHOWROOM  
OSMANBEY**  
Mecrutiyet Mah. Tuğrul sk.  
No: 2/3 Osmanbey  
İstanbul - TURKEY  
Phone: +90 212 246 26 10-11  
Fax: +90 212 246 21 31



Mosshoes Fuarı'nı  
takviminize ekleyin  
19-22 Ocak 2015



## RUSYA PAZARINA YUMUŞAK VE SAĞLAM ADIMLAR

# 27

Fuara katılan toplam  
Türk firma sayısı

AYAKKABI, ÇANTA VE AKSESUAR İMALATÇILARININ HER DÖNEM MÜTEMADİYEN KATILDIĞI VE BÖLGEDE SEKTÖRÜNDE EN BÜYÜK FUAR OLMA ÖZELLİĞİNİ KORUYAN MOSSHoes FUARI, YAŞANAN BÖLGESEL KRİZLERE RAĞMEN TRENDİNİ KORUDU. TÜRK KÜLTÜRÜ İLE ÖZDEŞLEŞEN LOKUM VE KAHVE BILLBOARDLARIYLA YAPILAN TANITIMLAR İŞE YABANCI ZİYARETÇİLERDEN BEĞENİ TOPLADI.

**Dünya** ayakkabı sektörünün Rusya ve komşu ülkeler pazarına yönelik orta ve üst fiyat seviyesinde en son koleksiyonlarını sergilediği ve her yönüyle katılımcı ve ziyaretçilerinin beklentilerini karşılayan önemli bir buluşma noktası olan Mosshoes uluslararası ayakkabı fuarı, 9-12 Eylül tarihleri arasında Moskova'da düzenlendi. Fuar, Moskova'nın en yeni ve prestijli fuar alanlarından CROCUS Expo'da, 17 ve 18 numaralı salonlarda toplam 14 bin 615 metrekaare net stant alanı ile düzenlendi. Sergilenen ürün grupları erkek, kadın ve çocuk ayakkabıları, çanta, eldiven, kemer, deri mamulleri, ayakkabı bakım ürünleri ve ayakkabı aksesuarlarından oluştu. 2014 Eylül döneminde 61'inci düzenlenen

## 21

ABD, Almanya, Avusturya, Beyaz Rusya, Brezilya, Bulgaristan, Çin Halk Cumhuriyeti, Finlandiya, Fransa, Hindistan, Hong Kong, Hollanda, İtalya, İspanya, Japonya, Lüksemburg, Polonya, Rusya, Sırbistan, Slovenya, Ukrayna ve Türkiye, olmak üzere toplam katılımcı ülke sayısı 21 oldu.



**İSLAM ŞEKER**  
İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi

*İTKİB patronajında 11 Türk firmasının katıldığı fuarda, yabancı ziyaretçilerin yoğun ilgisi ile karşılaşan firmalar, fuardan memnun ayrıldı.*

Mosshoes fuarına, 70'i ilk kez olmak üzere, toplam 500 civarında firma katıldı. Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avusturya, Beyaz Rusya, Brezilya, Bulgaristan, Çin Halk Cumhuriyeti, Finlandiya, Fransa, Hindistan, Hong Kong, Hollanda, İtalya, İspanya, Japonya, Lüksemburg, Polonya, Rusya, Sırbistan, Slo-

venya, Ukrayna ve Türkiye olmak üzere toplam katılımcı ülke sayısı 21 oldu. Almanya, Fransa, İtalya, Türkiye, Çin fuara milli katılım yapan ülkeler arasında yer aldı. Fuarın 61'inci döneminde, toplam 11 bin 710 ziyaretçi kaydedilmiş olup alıcı grubunun büyük bölümü Rusya Federasyonu, eski Sovyet Cumhuriyetleri olmak üzere 371 şehir- bölgeden geldi. Mosshoes Fuarı 2014 Eylül döneminde Türkiye'den toplam 27 firma fuarda yer aldı. Firmalardan 11'i Türkiye Milli Katılımı içinde fuara katılırken; bu firmalar, CABANİ, Can Ayakkabı, Cihan Kundura, Dewitt, Esse, Gim Ayakkabı, Happy Walk, Inuovo, Molly Bessa, Perlina, Toro Ayakkabı, olarak sıralandı. Türkiye ile özdeşleşen Türk lokumu ve Türk kahvesi ile Türk ayakkabısını ilişkilendiren billboardlar ile gerek katılımcılardan gerekse yabancı ziyaretçilerden beğeni topladı. İTKİB fuarın 10-13 Mart 2015 dönemine Milli katılım düzenleyecek.

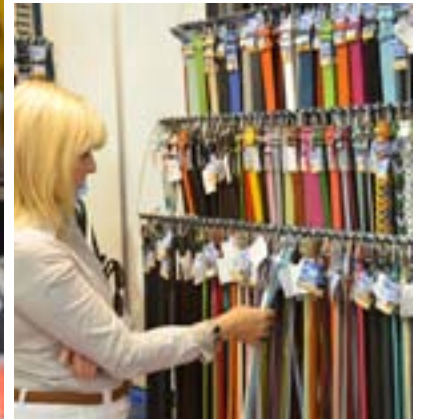
#### Krize rağmen başarı

Fuar, Ukrayna krizi ve mevsim koşulları nedeniyle yavaş seyreden alıcı taleplerine rağmen Mosshoes Eylül 2014 dönemi katılımcıları tarafından olumlu yorumlarla sonuçlandı. Fuar süresince hedefledikleri alıcı gruplarına ulaştıklarını ve genel anlamda beklentilerin karşılandığı ifade edilirken, pazar koşullarının iyileşmesi durumunda katılımlarını sürdürecekleri bilgisi alındı. Avrupalı ülkelerin Rusya

Federasyonu'na ambargo uygulama tehditleri, fuarda Türk stantlarına olan ilginin artmasına yol açtı. Fuarda, Türk ayakkabılarına olan ilginin gün geçtikçe arttığı gözlemlendi. Fuar idaresi ile yapılan uzun görüşmeler sonucunda 17. salonun ana girişinde yer alınması, katılımcıların stantlarına olan ilginin artmasına yol açtığı belirtildi. Ayrıca fuarı ziyaret eden Türk firmalarının yetkilileri de fuarın gelecek dönemine katılım için İTKİB yetkilileri ile görüşmelerde bulundular.

#### Rusya, vazgeçilmez pazar

Türkiye'nin Rusya pazarındaki konumu itibarıyla Mosshoes Fuarı'nı değerlendiren İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi İslam Şeker, Rusya'nın, Türkiye'nin en büyük tedarikçilerinden biri olduğunu söyledi. Rusya'nın 18 milyar dolarlık ayakkabı pazarı varlığına dikkat çeken İslam Şeker, bu pazarın 4 milyar dolarlık kısmının ithalat olduğunu belirtti. Türkiye'nin bu ithalatta 6 sırada yer aldığını söyleyen Şeker, bu konum ile bu pazardan yüzde 2.1'lik bir pay aldığını kaydetti. Türkiye'nin Rusya pazarında kat edeceği çok yol olduğunu da söyleyen Şeker, "Çok büyük bir pastadan bahsediyoruz. Ayakkabı tüketiminin coğrafi koşullarından dolayı çok üst düzeyde olduğu bir ülke. Türkiye son yıllarda burada artık Made in Turkey etiketiyle ürün satmaya başlamış





# 500

Mosshoes fuarının 61.dönemine, 70'i ilk kez katılan olmak üzere, toplam 500 civarında firma katıldı.

bir ülke. Türk mallarına karşı çok ciddi ilgi ve alaka var. Dolayısıyla Türk ekonomisinin Rus pazarına daha da çok odaklanması gerekiyor" diye konuştu. Rusya'nın yaşadığı sıkıntılara da değinen Şeker, "Rusya ekonomisi 2014 yılında ciddi bir daralma yaşıyor. Bunun en önemli sebeplerinden birisi de Ukrayna krizi. Bu kriz onları her anlamda etkiledi. Şöyle bir örnek vereyim, Rusya perakende sektörü 2014'ün Ağustos ayında yüzde 23 oranında küçülmüş. Bu ciddi bir düşüş. Mosshoes'a Türkiye uzun yıllardır katılıyor. Bu yıl 61.yapıldı. Mosshoes, o coğrafyanın en büyük fuarı. Bütün imalatçıların görücüye çıktığı bir fuar. Türkiye'de orada her dönem giderek ivme kazanan bir ülke. Türk mallarına olan bakış açısı değişime uğradı. Bundan 10 sene önce Rusya'ya gittiğiniz zaman Türk Malı küçümsenir, 4'üncü sınıf ürün muamelesi görürdü.

Ama bugün Türk Malının imajı değişti. Artık insanlar korkmadan stantlarına Türk bayrağını koyuyor, Made in Turkey yazıyor. Alıcılar artık Türk Malını kendileri talep ediyor. Türk ayakkabı sektörünün geldiği nokta bu" şeklinde konuştu. O coğrafyada iş yapmanın sıkıntılarını da söyledi Şeker, "son 61.fuarda, benim gözlemediğim mosshoes bu krizden fuar olarak etkilenmiş. Mosshoes yetkilileriyle birebir yaptığım görüşmelerde söyledikleri, bu fuarın yüzde 15 küçüldüğü. Ama benim gözlemim bu fuar yüzde 30'a yakın küçülme yaşamış krizin etkisiyle beraber" dedi. Türkiye'nin milli katılım kapsamında 11 firma ile katıldığını söyleyen Şeker, "Bireysel katılım sağlayan Türk firmalarına baktığımız zaman 16 firma tespit ettim. Toplamda 27 firma ile biz katıldık. 27 firmaya genel olarak baktığımızda kriz ortamında hemen hemen birçoğu iyi iş yaptılar. Kriz ortamında insanlar çekilirken, Türk firmalarının oraya gitmesi, daralan pastadan daha fazla pay almalarını sağlıyor. İşin ilginç yanı, katılan bu firmalar devamlılık gösteren firmalar. Önümüzdeki dönemlerde de stantlarını daha da genişletmeyi düşünüyor bu firmalar. Sektörümüz

açısından gerçekten iyi geçtiğini söyleyebiliriz. İleriye dönük beklentiler yüksek. İzmir firmalarının da toplu olarak katılmak istediklerini biliyorum. Şartlar ne olursa olsun dünya ekonomisinde Rusya sıcak paranın merkezi. Deri ve deri sanayiciliği özellikle ayakkabı sektörü için dünyanın en iyi pazarlarında biri. Rusya pazarı ayakkabı sektörü için vazgeçilmez bir pazar" ifadelerini kullandı.

#### ÖMER YILMAZ

Önder Ayakkabı Şirket Ortağı

Bu dönem Mosshoes Fuarı, firmamız açısından çok iyi geçti. Fuar ikinci kez katılıyoruz. Toptancılarımız var zaten Rusya'da. Orada satışlar yaptılar. Bizim açımızdan çok iyiydi. Yeni yeni irtibatlar kurmaya başladık. Fuarlar her zaman avantajdır, özellikle dünya ticaretine dahil olmak istiyorsanız. Bu avantajdan da yararlanmak istedik. Avantajını da gördük. Rusya'da mevcut bir pazarımız var. Hem mevcut müşterilerimizle var olan ilişkimizi pekiştirmek hem de yeni müşteriler kazanmak için fuara katıldık.





# TÜRK KAHVESİ DAMAKTA AYAKKABISI AYAKTA İZ BIRAKIR



THE MICAM 78'İNCİ DÖNEMİNDE, MODANIN BAŞKENTLERİNDEN MILANO'DA AYAKKABIDA İLKBAHAR/ YAZ 2015 TRENDLERİNİ BELİRLERDİ. 32 FİRMA İLE KATILIM SAĞLAYAN TÜRKİYE, ÜRÜNLERİNDEKİ İŞÇİLİĞİ, KALİTESİ VE STİLİNİN YANI SIRA TANITIMLARIYLA DA İLGİ ODAĞI OLDU.

Yıllık 500 bin çift ayakkabı üretim kapasitesi ile Avrupa'da birinci, dünyada sekizinci olan Türkiye, İtalya'da büyük ses getirdi. 31 Ağustos-3 Eylül tarihleri arasında İtalya'da düzenlenen The Micam Fuarı'na 32 firma ile katıldı. Dünya ayakkabı sektörünün en önemli ve en prestijli fuarı olan The Micam, yılda iki kere ANCI tarafından organize ediliyor. İtalya'nın Milano şehrindeki Fiera Milano Rho alanında düzenlendi.

Fuar 31 Ağustos-3 Eylül 2014 tarihleri arasında kapılarını dünyanın dört bir tarafından gelen ayakkabı profesyonellerine açtı. Fuar, bu dönemde İlkbahar/ Yaz 2015 trendlerini belirledi. İç pazarın zorluğu ve Rusya bölgesindeki karışıklık ışığında, geçen senenin Eylül ayına göre ziyaretçi sayısında düşüş gözlemlense de, 34 bin 176 ziyaretçinin 17 bin 606'sı yabancı olarak kayıtlara geçti. Fuarın 78.döneminde, katılım sağlayan firma



Gelecek yıl  
MICAM'ı takviminize ekleyin!  
15-18 Şubat 2015  
1-4 Eylül 2015



**HÜSEYİN ÇETİN**  
TASD Başkanı

sayısı bin 557 iken bunların 617'sinin yabancı firmalar olduğu belirtildi. Fuar, İtalya, İspanya, Portekiz, Fransa, İngiltere, Brezilya'dan katılanlar başta olmak üzere 25'i aşkın ülkeden katılım gerçekleşti. Fuar Türkiye'den kadın, erkek ve çocuk ayakkabısı, terlik ve sandalet üretimi alanlarında faaliyet gösteren 8'i İzmir Ticaret Odası firmaları olmak üzere toplamda 32 Türk firması katılım sağladı. Türk firmalarının stantlarına başta Avrupa ülkelerinden olmak üzere Japonya, Rusya ve Afrika ülkelerinden ilgi yoğunluğu.

### Türkiye, 2005 yılından bu yana Micam'da

İTKİB, The Micam Fuarı'na 2005 yılının ikinci döneminden itibaren Milli Katılım gerçekleştiriyor. Bu dönem fuara; aralarında Ridge, Fresco Gossi, Inuovo, Pixy, Poletto, De Marchi, Pegia, Sergio Paganelli, Muya gibi Türkiye ve dünyada markalaşmış/markalaşma yolunda olan firmaların da bulunduğu 24 erkek-kadın ayakkabı üreticisi katıldı. Türk firmalarının ürünleri fuarda, işçilik, kalite ve stil olarak ayakkabıda trendi belirleyen bir konuma yükseldi. Bu başarının arkasında Deri Tanıtım Grubu'nun (DTG) başarılı reklam çalışmaları yer alıyor. Lokum ve Türk Kahvesi konseptiyle uluslararası platformlarda ayakkabı tanıtımı bir üst segmente taşıdı. Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin

Çetin, Türk ayakkabılarının fuarda dünyanın her yerinden gelen ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi ile karşılandığını söyledi. Geçen yıla göre fuarda yaratılan iş hacminin yüzde 30 artacağına vurgu yapan Çetin, "Türk ayakkabısı kaliteli, sağlıklı ve daha uygun fiyatlı olması açısından en çok tercih edilen ürünler arasında. Çok ciddi bir alıcı kitlesi var. Fuarı yoğun bir katılım var. Türk katılımcılar çok memnun. Bazı Türk üreticilerinin stantlarında sipariş yazacak yer bulunamıyor" dedi. Ağustos başında ithal ayakkabıya getirilen ek vergilerle ilgili de değerlendirmelerde bulunan Çetin, ithal ayakkabının yerli ayakkabıyı geçmesiyle birlikte üretim tesislerini kapatma planları yapan ayakkabı üreticilerinin artık kapatmayı değil, kapasitelerini artırmayı planladığını belirtti.



**OSMAN CAHİT DOĞANER**  
Lota Ayakkabı ve Deri Sanayi  
Şirket CFO'su

7 senedir Micam Fuarı'na katılıyorum. Başta Micam Fuarı sayesinde yurt dışı fuarlarının tamamından yararlandık. Micam, bizim trendimizi 90 derece dikleştiren bir fuardır. Dünyanın birçok yerinden müşteriler geldi. İnanılmaz derecede kalabalıktı. Dört gün boyunca nefes alamadık, ilgi çok yoğundu standımıza. Şu anda 85 ülkeye ihracat yapıyoruz. Micam Fuarı ticaretimize çok büyük katkı sağladı.



**DOĞAN ÖZÜNAL**  
Akar Deri Ayakkabı  
Pazarlama ve Satış Sorumlusu

Fuarı İTKİB'in desteğiyle yedi seferdir katılıyoruz. Genel anlamda firmamız açısından olumlu geçtiğini söyleyebiliriz. Malumunuz bu fuar çok geniş katılımlı, uluslararası ve ayakkabı sektörünün öncüsü olarak tabir edebileceğimiz ülke olan İtalya'da gerçekleşen bir fuar, bu anlamda bize olan katkılarını yadsıyamayız. Bizim halihazırdaki müşterilerimizin bizi ziyaret etmeleri, sergilediğimiz yeni modelleri görmeleri ve yeni siparişler vermeleri, bunun yanında potansiyel yeni müşteriler ile bağlantıya geçmemiz açısından önemli olduğunu söyleyebiliriz.



BU DÖNEM MILANO'DA DÜZENLENEN LINEAPELLE FUARI, 10-12 EYLÜL TARİHLERİNDE KAPILARINI AÇTI. DERİ VE ALT SEKTÖRLERİ PROFESYONELLERİNİ BİR ARAYA GETİREN FUAR, ÖZELLİKLE İTALYA'DA DERİ, DERİ ÜRÜNLERİ VE AYAKKABI PAZARINDA YER EDİNMEK İSTEYEN TÜRK FİRMALARI İÇİN FIRSAT VAAT EDİYOR.



# İTALYA PAZARININ KAPILARINI LINEAPELLE İLE ARALAYIN

**Dünya** deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle, 10-12 Eylül tarihleri arasında kapılarını araladı. Yılda iki kere İtalyan Ulusal Deri Endüstrisi Birliği (UNIC) tarafından organize edilen fuar, 1981 yılından bu yana, kapılarını dünyanın her yerinden gelen deri ve alt sektörleri profesyonellerine açıyor. Geçmiş senelerde İtalya'nın Bologna şehrinde düzenlenen fuar, ilk kez bu dönem modanın nefes alıp verdiği Milano şehrine taşındı. Fuarda salonlar, Tabakhaneler, Aksesuar-Bileşen, Sentetik/Kumaşlar, Tasarımcılar, Okullar, Basın olarak ayrıştırıldı.

Sonbahar/Kış 2015-2016 trendlerinin ziyaretçilere sunulduğu fuarın bu yıl konusu; Deriler, Aksesuar-Bileşen, "Ayakkabı, Deri Giyim, Deri Ürünleri ve Mobilya" için Sentetik ve Modeller olarak belirlendi. Toplamda 40 bin metrekare alanda düzenlenen fuarın bu döneminde katılım sağlayan firma sayısı bin 123 olurken, bu sayının 413'ü yabancı firmalar olarak yer edindi. İki günlük fuar süresince toplamda 20 bin ziyaretçinin ağırlandığı fuarda, Türkiye Milli Katılım organizasyonu ilk kez İTKİB tarafından başarıyla gerçekleştirilen fuara; İTKİB patronajında 14 firmanın katılım sağladı. İT-

KİB tarafından başarıyla gerçekleştirilen fuara; Türkiye'den 10 deri ve 4 yan sanayi üreticisi firma toplamda 328 metrekare alanda yer edindi. İTKİB, 2014 yılının ikinci döneminde İtalya'nın Milano şehrinde düzenlenen Lineapelle Fuarı esnasında birtakım tanıtım faaliyetleri gerçekleştirdi. Türk deri sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesini hedefleyen Birlik, reklam panoları, fuar katalog ilanları gibi tanıtım imkanları kullandı. Özellikle İtalya'da deri, deri ürünleri ve ayakkabı pazarında yer edinmek isteyen Türk firmaları için Lineapelle Fuarı takip edilmeli.



# TEXWORLD

ISTANBUL


4 - 6 Kasım 2014

İstanbul Lütü Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı

## Hazır Giyim Kumaşları ve Aksesuarları için buluşma noktası

Daha fazla bilgi için:  
[info@turkey.messefrankfurt.com](mailto:info@turkey.messefrankfurt.com)  
[www.texworld.com.tr](http://www.texworld.com.tr)

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

 messe frankfurt





# İTHİB, GENÇ YETENEKLERE SESLENİYOR “YARATICILIĞINI ÖZGÜR BIRAK”

MODA VE TEKSTİL ALANINDA YETENEKLİ GENÇLERİ SEKTÖRE KAZANDIRMAYI AMAÇLAYAN İTHİB, BU YIL 9'UNCUSUNU DÜZENLEYECEĞİ İTHİB KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI KAPSAMINCA ÜNİVERSİTELERİ GEZİYOR. İTHİB BAŞKANI İSMAİL GÜLLE, İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ ALİ SAMİ AYDIN VE ÜNLÜ MODACI HAKAN AKKAYA, TÜRKİYE'NİN EN YETKİN ÜNİVERSİTELERİNDEN İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ, İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ, YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ VE MARMARA ÜNİVERSİTESİ'NDE GENÇLERLE BULUŞTU.

**Türkiye'nin** en yetkin dört üniversitesinde 9.Kumaş Tasarım Yarışması için tanıtım gerçekleştiren İTHİB, Türkiye'nin genç yeteneklerine “Yaratıcılığını Özgür Bırak” mottosuyla sesleniyor. Bu yıl 9'uncusunun düzenleneceği geleneksel İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi'nde tanıtımları yapıldı. 25 Eylül Perşembe günü İstanbul Teknik Üniversitesi'nde, 29 Eylül Pazartesi günü İstanbul Aydın Üniversitesi,

30 Eylül Salı günü Yeditepe Üniversitesi, 1 Ekim Çarşamba günü Marmara Üniversitesi'nde gerçekleştirilen tanıtımlara katılımlar yoğunlu. Rektör düzeyinde katılımların olduğu tanıtım etkinliklerinde İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ali Sami Aydın ve modacı Hakan Akkaya sunumlarıyla öğrencilere hem yarışma hakkında hem de nasıl bir yol izlemeleri konusunda bilgi verdiler. Hakan Akkaya'nın sunumlarıyla gerçekleşen seminerlere öğrencilerin katılımı ve ilgisi yoğun-

du. Kumaş Tasarım Yarışması'nı üniversiteli gençlere giderek tanıtımını gerçekleştiren İTHİB, hem etkinliğe katılım oranını artırmayı hem de gençlerin yarışma hakkında daha detaylı bilgi edinmelerini amaçlıyor. Yarışma kapsamınca Hakan Akkaya'nın tasarladığı kostümlerle final gecesine katılacak adaylar, yarışmaya hazırlık süresi boyunca da Akkaya'nın ofisinde kumaşın hazırlık evrelerine tanıklık edecekler. Yarışmanın final gecesi, 25 Aralık Perşembe günü yapılacak. Yetenekli gençleri teşvik ederek sektöre ka-



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB BAŞKANI

*“Bu yarışmada tekstil sektörü etrafında genç ve dünya ile entegre bir tasarımcı profili oluşturmak için yola çıktık.”*





zandırmayı ve Türk tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükseltilmesini amaçlayan yarışma için başvurular 15 Ekim tarihine kadar kabul edilecek. Katılımcılar yarışmaya dokuma, örme, baskı ve dokusuz yüzeyler olmak üzere dört üretim tekniğinden en fazla ikisiyle katılabilecek.

### **"Hedefimiz, dünya ile entegre tasarımcı profili oluşturmak"**

Yarışmanın tanıtımları kapsamında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde konuşan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nın tekstil sektörü etrafında genç ve dünyaya entegre bir tasarımcı profili oluşturmak için yola çıktığını ifade ederek, "Bu yıl dokuzuncusunu düzenleyeceğimiz bu yarışma şimdiden bütün üniversitelerimizin tasarım bölümlerinde büyük bir heyecanla bekleniyor. Yarışmaya katılan gençleri ödüllendirdikten sonra terk etmeyen bu organizasyon, onları sektörümüzün önemli fuarlarına götürüyor, yabancı dillerini geliştirmeye çalışıyor. Bizim bu ciddi ve profesyonel yaklaşımımız üniversitelerde de karşılık buluyor" şeklinde konuştu. Türkiye'nin en önemli özel ve devlet üniversiteleri ile yarışma için tanıtım organizasyonları yaptıklarını söyleyen İsmail Gülle, "Salonlara sığmadık. Rektör düzeyinde ağırlandık. Bundan daha mutluluk verici bir şey olabilir mi? Demek ki çıktığımız yoldan sapmamışız. Demek ki isteyince oluyor. Bu seminerler bize bunu gösterdi. Öncelikle genç tasarımcılara teşekkür ediyorum. Sonra elbette üniversitelerimizin değerli akademisyenlerine teşekkür ediyorum" diye konuştu.

### **Kumaşa emeğiniz dokunsun!**

Yarışmada dereceye girenler toplam 220 bin Türk Lirası değerinde ödül kazanacaklar. Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle belirlenecek kontenjan dahilinde Avrupa'da moda ve tekstil tasarımı okullarında 1 yıllık eğitim hakkı, 1 yıl yurt içinde İngilizce dil eğitimi, dünyanın en büyük kumaş fuarı Paris Première Vision Fuarı'nı ziyaret imkanına sahip olacak. Yetenekli gençleri teşvik ederek sektöre kazandırmayı ve Türk tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükseltilmesini amaçlayan yarışma için başvurular, 15 Ekim tarihine kadar kabul edilecek.







# KALICI BÜYÜME İÇİN TEK ÇARE ÜRETİM

SON 10 YILDA GSYH % 46, İNŞAAT SEKTÖRÜ İSE % 57 BÜYÜDÜ. MAL İHRACATINDAKİ ARTIŞ RAKAMLARINA KARŞIN, ÜLKE İÇİNDE SANAYİ ÜRETİMİNİN PAYI VE ONA PARALEL BANKA KREDİLERİNDEN ALDIĞI PAY DA HIZLA GERİLEDİ. HÜKÜMET YETKİLİLERİNDEN “İNŞAATTAN SANAYİYE YÖNELMEK GEREKTİĞİ” AÇIKLAMALARI GELİRKEN, ÜRETİCİLER ACİL ÖNLEMLER ALINMASI KONUSUNDA UYARIYOR.







**ALİ BABACAN**  
Başbakan Yardımcısı

**Haber,** eylül ayı başında bültenlerde şöyle yankılanıyordu:

“Ali Babacan, ekonomideki acı gerçeği açıkladı: İnşaattan sanayiye yönelmeliyiz!” 12 yıldır süren AK Parti hükümetlerinin değişmeyen kabine üyesi, Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, sanayinin toplam milli gelirden aldığı payın düştüğünü ifade ederken, bunun iyi bir trend olmadığını söylüyor; Türkiye'nin öncelikle sanayileşmesi ve üreten bir toplum olması gerektiğine işaret ediyordu. Ali Babacan, Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu durumu açıklayarak, tedavi reçetesini yazdı: “İnşaattan sanayiye yönelmeliyiz.”

Esasında Babacan'ın işaret ettiği, inşaat gibi, sermayenin daha kolay para kazanma ihtimali gördüğü alanlara hızla kaydığı gerçeği idi. Ancak bunun arkasında, kamunun sağladığı destekler de çok güçlü bir biçimde duruyor. Babacan başka bir açıklamasında buna şöyle dikkat çekiyordu: “Çok kısa vadeli, küçük kalem oynatmalarla oluşan ölçsüz rantlar var. Bu ölçsüz rantların oluşmasıyla ilgili bizim eleştirilerimiz var. İnşaat gibi bir alan varken, sanayi gibi uzun vadeli, gerçekten çok emek ve ciddi fedakarlık isteyen bir sektöre ister istemez ilgi düşebiliyor. Bunu yeniden dengelememiz gerekiyor.”



► **Bakan Fikri Işık, cari fiyatlarla imalat sanayinin GSYİH'deki payının 1998 yılında yüzde 23,6 iken, 2013 sonunda yüzde 15,3'e gerilediğini söylüyor.**

“*Türkiye’de ikinci çeyrek sonunda ortaya çıkan veriler, inşaattaki üretimin yaklaşık aynı düzeyde seyrederken, satışlarda önemli bir azalma olduğunu söylüyor. İnşaat sektöründe istihdam ve çalışılan saat süreleri de geriliyor.*”



**FİKRİ IŞIK**  
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı



◀ **Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu duruma tedavi reçetesini yazdı: “İnşaattan sanayiye yönelmeliyiz.”**

### “Bankacılar, inşaatçıları sanayicilerden çok seviyor”

Hükümet kanadından, sanayinin desteklenmesine dikkat çeken açıklamalar Ali Babacan ile sınırlı kalmadı. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık da, 2006-2013 döneminde inşaat sektörünün toplam banka kredilerindeki oranının yüzde 6,2’den yüzde 12,3’e çıktığını, aynı dönemde imalat sanayinin kredilerden aldığı payın yüzde 35,9’dan yüzde 29,6’ya düştüğünü belirterek, “Bankacılar, inşaatçıları sanayicilerden daha çok seviyor” şeklinde konuştu.

Işık, cari fiyatlarla imalat sanayinin GSYİH’deki payının 1998 yılında yüzde 23,6 iken, 2002’de iktidara geldiklerinde yüzde 17,6 seviyesinde olduğunu, 2013 yılı sonunda ise yüzde 15,3’e gerilediğini belirtti. Sanayi ürünlerindeki fiyat artışının, hizmet sektöründeki fiyat artışından daha az olduğuna işaret eden Işık, bunun da cari fiyatlarla GSYİH’deki sanayinin payını azalttığını, burada şehirleşme ve harcama alışkanlıklarının değişmesinin önemli bir faktör olduğunu dile getirdi.

# %83

15 yılda GSYH içinde imalat sanayinin aldığı paydaki gerileme oranı

## İnşaatta durgunluk sinyalleri

Öte yandan istatistikler de inşaat sektörünün durgunluk sürecine ilerlediğini söylüyor. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK), bu yılın nisan-haziran dönemine ilişkin verilerine göre, mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış inşaat ciro endeksi, bu yılın ikinci çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre yüzde 5,9 azalırken, üretim endeksi ise yüzde 0,3 arttı. Bunun anlamı, inşaattaki üretim yaklaşık aynı düzeyde seyrederken,

satışlarda önemli bir azalma var. Benzer şekilde inşaat sektöründe çalışan sayısı da son aylarda düşüyor. İnşaat istihdam endeksi, yılın ikinci çeyreğinde, 2014'ün ilk çeyreğine göre yüzde 3,4 azaldı. TÜİK'in açıkladığı inşaat istihdam endeksi, 2013 yılının aynı çeyreğine göre yüzde 10,8 gibi radikal bir gerileme gösterdi. İnşaat sektöründe çalışılan saat endeksi de, önceki çeyreğe göre yüzde 3,8; 2013 yılının aynı çeyreğine göre ise yüzde 11,6 düştü.

## İnşaat ülkenin önünde koştu

Her ne kadar son çeyrekte gelen rakamlar inşaatta bir durgunluk eğilimine işaret etse de, son on yılda kamu dışındaki inşaat harcamaları 768 milyar lirayı geçti ve 2013 yılı GSYH'sının yüzde 51'ine eşit bir büyüklüğe ulaştı. Bu süreçte kamu kesiminin inşaat harcamaları da 400 milyar lirayı aşan bir seviyeye geldi. Kamu ve özel sektörün son on yılda inşaat yatırımlarına harcadığı paranın büyüklüğü ise



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

## Düşük karlılık, sanayiden kaçırıyor

Bakanımız Ali Babacan'ın açıklamaları kesinlikle doğru. Sanayi için alınması gereken acil tedbirler var. Firmalar işçi çalıştırmaktan korkar hale geldi ve yarını göremiyor. Rekabetçi olmak zorlaştı. Bunlarda elbette kurların da büyük etkisi var. Sanayiye alternatif yatırım alanlarında kârlılık oranları çok yüksek seyrediyor. Birçok sanayici işini büyütme yerine, bu yaklaşım sonucu emlak işine giriyor. İlk bin şirketin kârlılık oranına bakarsanız tablo çok net ortaya çıkıyor. Bu kadar düşük rakamlar varken sanayiye neden yatırım yapılınsın? İnşaatındaki kârlılık oranları ise çok yüksek seviyelerde. İnşaatındaki rant düşerse insanlar üretmeye yönelebilir. Bunun için devletin sanayiye özendirilecek tedbirleri alması gerekiyor.



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB Başkanı

## İstihdamdaki tablo çok tehlikeli

Çalışan istihdamı açısından baktığımızda bile üretim ikinci sıraya düşmüş durumda. Bu gidişat ülkemiz için çok tehlikeli bir tablodur. Beş yıl önce üretimin gayrisafı milli hasıla içerisindeki payı yüzde 25'ler seviyesinde iken bugün yüzde 17,3 düzeyine dek indi. Şimdi uyarıyoruz, gereken önlemler hızla alınmazsa, bu rakam çok daha aşağılara inecektir. Japonya, Çin ve Güney Kore'yi herkes örnek almalı. Bu ülkelerin yüksek büyümeyi kısa zamanda yakalamalarının sebebi üretime dayanmalıdır. Türkiye'nin de büyümek için üretmeye ihtiyacı var. Üretimde yerli girdi kullanımını ve teknolojik yenilenmeyle katma değeri artırmamız öncelikli konumuz olmalıdır. Türkiye'nin potansiyeli çok büyük, yeter ki doğru kullanalım.



**ERDAL BAHÇIVAN**  
İstanbul Sanayi Odası Başkanı

## Büyüme makas değiştirmeli

İkinci çeyrekte frene basan büyüme rakamlarının ortaya koyduğu tablo da açıkça göstermektedir ki; Türkiye'nin son 10 yıldır büyüme yolunda sırtını dayadığı sektörler, rollerini büyük ölçüde tamamlamıştır. Türkiye, artık daha yüksek düzeyde büyümek için ciddi bir makas değişikliğine gitmekle karşı karşıya. Bunun anlamı, sürdürülebilir bir büyüme için sanayiye ve üretime yönelmek durumunda olduğumuzdur. Bugün sürdürülebilir bir büyüme hikâyesine ve bu hikâyeyi yaratacak yeni bir aktöre ihtiyaç duyulmaktadır. Bu aktörün de sanayi, yani üretim olduğu gerçeğiyle karşı karşıyayız. Sanayi sektörleri bir süredir tali plana itilmişlerdir. Artık daha güçlü bir şekilde hatırlanıp, tekrar hak ettiği yere gelmelidir.



# 39 > 21

İmalat sanayisine verilen kredilerin, toplam kredi hacmi içindeki payı 10 yıl içinde yüzde 39'dan yüzde 21'e geriledi.

2013 yılı fiyatlarıyla 1 trilyon 170 milyar TL'yi geçiyor. Son on yıllık dönemde sabit fiyatlarla GSYH'daki yüzde 46'lık büyümeye karşın inşaat sektöründeki büyüme yüzde 57'yi aşmış durumda. Bu dönemde cari fiyatlarla GSYH yüzde 179 büyümeye yakalarken, inşaat sektöründeki büyüme ise yüzde 205 düzeyinde oldu. Aynı dönemde kamunun inşaat harcamaları da yüzde 391'lik oranla GSYH büyümesinin iki katını geçti.

### Banka kredileri imalata değil inşaaata akıyor

İnşaat sektörüne yönelik kredilerdeki artış ise bariz görüldüğü. Bu da finans kaynaklarının sanayiye değil, inşaat sektörünü ve konut satışlarını destekler nitelikte olduğu eleştirisini net bir şekilde kanıtıyor. Türkiye'de 2004 ila 2013 seneleri arası on yıllık dönemde, bankacılık sektörünün imalat sanayine yönelik kredileri yarı yarıya azalırken, inşaat ve konut kredileri ise iki katını aştı.

Sektörel krediler ve inşaat sektörü ile bireysel konut kredilerindeki rakamlara bakınca, tamamen üretimin aleyhine gelişen çarpık bir tablo ortaya çıkıyor. 2004 yılında toplamda 8,2 milyar lira düzeyinde bulunan inşaat sektörüne yönelik ticari ve bireysel krediler, on yıllık süreçte senede ortalama yüzde 35 büyümeye kaydederek 2013'ün sonunda 196 milyar lira gibi bir boyuta erişti. 2014 yılının ilk yedi ayı da hesaba katıldığında toplam rakam 211 milyar TL'yi geçiyor.



**ZEKİ KIVANÇ**  
Adana Sanayi Odası Başkanı

### Yatırımda engeller kaldırılmalı

Türkiye'nin büyüme ve ihracat hedeflerine ulaşabilmesi için mutlak surette üretimi artırması ve işsizliği önlemesi gerekiyor. Kısacası ülke çapında yatırım seferberliğine gidilmesi lazım. Bu da ancak yatırımcıya cazip teşviklerin verilmesi ile gerçekleşir. Ülkemizin mevcut bölgesel teşvik politikası sorunludur ve sanayicilerin öncelikleri göz önüne alınarak yeniden düzenlenmelidir. Türkiye ekonomisi içindeki ağırlığı yüzde 15'lere kadar gerileyen sanayi kesiminin payını artıracak, 10 yıllık dönemde yüzde 20'lere çıkarabilecek radikal tedbirler vakit geçirmeden uygulamaya konmalıdır. Türkiye'de kalıcı ve sürdürülebilir bir büyüme için, sanayi politikasını ülkenin merkezine alan ve üretimin önündeki engelleri kaldıran stratejiler geliştirilmelidir.



**İBRAHİM BURKAY**  
Bursa Ticaret ve San. Odası Başkanı

### Sanayinin yapısı dönüşmek zorunda

İnşaat sektörü birçok işkolunu tetikledi ve Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörleri arasına girdi. Ancak Türkiye'nin 500 milyar dolar ihracat, kişi başına düşen 25 bin dolar milli gelir hedeflerini yakalayabilmesi için, ihracata dayalı büyümeyi gerçekleştirebilmesi gerekiyor. Özellikle yüksek katma değerli üretim modeline geçme mecburiyetimiz var. Üretimde orta düşük teknolojiden, ileri teknolojiye dönüşümü gerçekleştirmek zorundayız. Son 7 yılda sanayide faaliyet gösteren firmalardan hizmet sektörüne geçişler yaşanırken, buna karşılık hizmet sektöründen sanayiye geçiş yok denecek kadar sınırlı oldu. Kalkınmanın yolunun ileri teknoloji kullanan, üretici sanayi sektöründen geçtiğini hiç unutmamak gerekiyor.



**NURETTİN ÖZDEBİR**  
Ankara Sanayi Odası Başkanı

### Ev yaparak zenginleşemeyiz

İmalattaki büyümenin düşük kalmasının sebebi, ikinci çeyrekte piyasalarda yaşanan durgunluğun hissedilir hale gelmesi ve özel tüketim harcamalarının azalmasıdır. Tarımdaki küçülme de, büyümede düşüş yaşanmasına sebep oldu. ABD'de faiz artırım beklentileri ve AB'deki canlanmanın cılızlığı da eklenince, önümüzdeki dönemde küresel koşulların lehimize olmayacağına düşünüyorum. Küresel ekonomiyle birlikte Türkiye'nin de düşük büyüme dönemine girme riski var. Özel sektör yatırım harcamalarındaki düşüş, yatırım şevkini korumanın ne kadar önemli olduğunu ortaya koydu. Büyüme modelimizi gözden geçirme ihtiyacını açıkça görüldüğü. Birbirimize ev yaparak zenginleşemeyiz. Kıt kaynaklarımızı rant fırsatlarına değil, üretime ve yatırıma yöneltmemiz gerekiyor.

On yıllık dönemde bireysel konut kredileri ile inşaat sektörü ticari kredilerinin toplam stok içindeki payı iki katına çıktı. 2004'te yüzde 8,4 düzeyinde bulunan söz konusu kredilerin toplam içindeki oranı, 2009 yılına dek büyük bir ivme ile arttı. Küresel gelişmelerle 2009'dan itibaren nispeten sınırlanan büyüme, 2012 yılında yüzde 17 ile en yüksek seviyesini gördü. 2013 yılında ekonomiyi soğutmaya ve talebi kısmaya yönelik alınan tedbirlerle birlikte inşaat ve konut kredileri sınırlı bir düşüşle toplam içinden yüzde 16 pay alır oldu.

### Üretime kredi bariz daraldı

Türkiye'de bankaların verdiği bireysel krediler, on yılda 20 kat arttı. Bankalar bireysel kredilere ve inşaat gibi alanlara yüklenince, özellikle imalat sanayinde yer alan KOBİ'lerin finansman kaynaklarına ulaşması zorlaştı. 2004 yılında imalat sanayisine verilen kredilerin, toplam kredi hacmi içindeki payı yüzde 39 düzeyindeydi. Bu rakam devam eden yıllarda sürekli düşüş gösterdi. Oran 2006 yılında yüzde 30'un altına inerken, 2010 yılında yüzde 24'e, 2013 yılı sonunda da yüzde 21'e geriledi.

Fakat bankalar bireysel krediler konusunda ise oldukça cömert davrandı. Tüketim amaç-

lı kullanılan bireysel krediler, söz konusu on yıllık dönemde 20 kat artarak 11 milyar TL'den, 226 milyar TL'yi geçen bir seviyeye yükseldi. Bireysel kredilerin toplam krediler içindeki payı, bu dönemde yüzde 11,2'den yüzde 18,7'ye çıktı. Tarım kredilerinin payı da bu süreçte geriledi. Tarıma verilen kredi on yıl önce toplamın yüzde 4,1'i iken, rakam 2013 yılı sonunda yüzde 3,1 olarak belirlendi. Turizm sektörüne kullanılan kredilerin payı ise yaklaşık aynı seviyelerde kaldı.

### İşsizlik oranları kaygı verici

İmalat sanayinde yıllar içinde oluşan gerileme trendi, ülkenin işsizlik oranlarına da yansıyor. İkinci çeyrekteki ekonomik yavaşlama işsizliği çift haneler sınırına getirdi. Mevsimsellikten arındırılmış işsizlik oranı Haziran 2014'te yüzde 9,9 ile Ocak 2011'den bu yana en yüksek seviyeye çıktı. Arındırılmamış işsizlik oranı ise yüzde 8,8'den yüzde 9,1'e yükseldi. 2014'ün ilk çeyreğinde yüzde 4,7 büyüyen Türkiye ekonomisi ikinci çeyrekte hız keserek yüzde 2,1 oranında büyürken, bu doğrudan işsizlikte artışa neden oldu. Mevsimsellikten arındırılmış tarım dışı işsizlik oranı yüzde 12, genç nüfusta işsizlik oranı yüzde 18,1 seviyesine ulaştı. Sektörler itibariyle bakıldığında en yüksek istihdam

## ALINMASI GEREKEN STRATEJİK ÖNLEMLER

- Sanayinin genelinde mevcut rekabet gücünü artırmaya odaklanılmalı.
- Geleneksel sektörler için katma değeri ve rekabetçiliği artıracak dönüşüm stratejileri uygulanmalı.
- Sektörlerin envanteri, kapasitesi, ihtiyaçları ve eğilimleri sürekli izlenmeli.
- Kayıt dışılık ve piyasa bozucu diğer girişimler engellenmeli.
- Yasal düzenlemelerde; tüketicinin korunması, çevreye duyarlılık, uluslararası taahhütler gibi konuların yanında sanayinin rekabet gücü de göz önünde bulundurulmalı.
- Sanayiye gelecek yabancı sermaye yatırımları özendirilmeli ve desteklenmeli.
- Sık sık gündeme gelen ve haksız rekabet yaratan mali, idari ve cezai aflar uygulaması sonlandırılmalı.
- Türkiye, sıkıştığı üretim halkasından çıkabilmeli. Bu amaçla üretim teknolojisi, tasarım, markalaşma ve satış sonrası hizmetlerde gelişme sağlanmalı.
- Enerji fiyatları üzerindeki dolaylı vergi oranları düşürülmeli.





Discover the Power of inspiration

# PREMIÈREVISION ISTANBUL

BEING © Getty Images - Thinkstock

**FIRST  
EDITION**

AUTUMN WINTER 1516

**29-31  
October 2014**  
CNR EXPO

[premierevision-istanbul.com](http://premierevision-istanbul.com)

**THE PREMIUM HUB FOR MIDDLE EAST & EASTERN EUROPE FASHION**

This fair is held upon the authorization of the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey in accordance with law number 5174

# %18,1

Eğitilmiş genç nüfusta işsizlik oranı yüzde 18,1 seviyesine ulaştı.

kayı 72 bin kişi ile tarım sektöründe görülürken, onu 54 bin kişi ile inşaat ve 32 bin kişi ile sanayi sektörleri izliyor. Hizmetler sektöründe ise istihdam artışı sürüyor. Ekonomistler, verilerin kötü olduğunu ve işsizlikteki yükselişin devam edebileceğini belirtirken, üçüncü ve dördüncü çeyreklerde de büyümenin ikinci çeyrekteki gibi seyredeceğini tahmin ediyor. Hükümetin Orta Vadeli Plan'ında 2014 yılında büyümenin yüzde 4, işsizliğin ise yüzde 9,4 olacağı öngörülmüştü.

### Kamu, sanayiye sahiplenmeli

Türkiye'nin büyümek için çok net bir şekilde sanayiye ihtiyacı var. Diğer net bir gerçek de, sanayinin rekabet gücü yoksa ve oluşmıyorsa, kârlılık ve dolayısıyla sermaye birikimi de olmaz. Bu nedenle ülkemiz sanayisinde düşen karlılığı artırmak için öncelikle mevcut sektör ve firmaların rekabet gücü artırılması lazım. Önce kamu yönetiminin üretici sektörleri desteklemeyi stratejik bir unsur olarak kabul etmesi; ardından da finans çevrelerinin bu alandaki potansiyeli iyi görmesi muhtak gerekiyor.

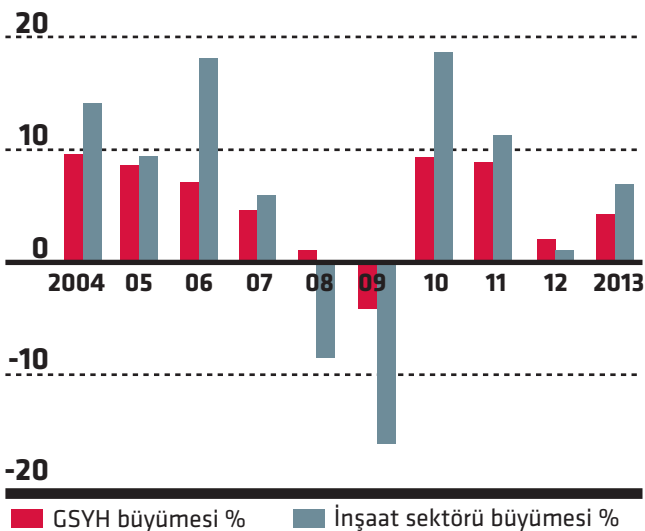
Esasında hükümet üyelerinden sanayiye des-



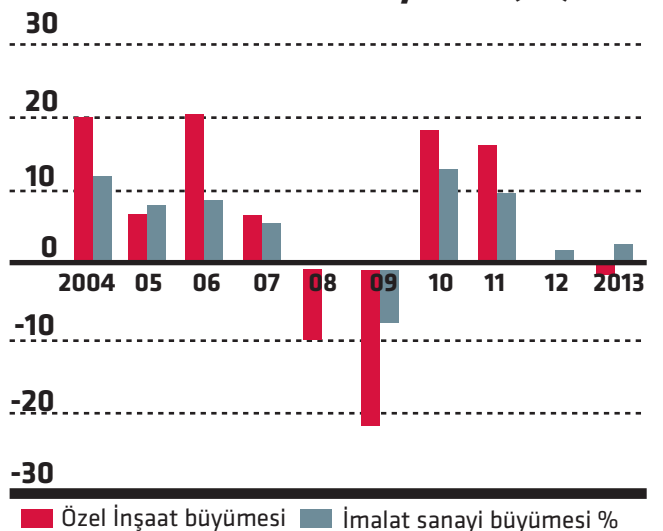
tekleyen açıklamaların gelmesi, üreticilerin yüreklerine bir nebze su serpti. Sanayiciler uzun zamandır, kamu yönetiminden yol gösterici nitelikte, uzun vadeli, genel ve sektörel sanayi stratejisi ile politikalarının uygulanmasını bekliyor. Sanayi sektörünün sahiplenilmesi, uzun vadeli vizyonun ve beklentinin net bir biçimde ortaya konması ve sanayi için ayrıcalıklı uygulamaların açık-

lanması öncelikli beklentiler arasında. Söz konusu stratejilerin, özel sektörle koordinasyon içinde belirlenmiş eylem planlarına ve takvime bağlanması gerekiyor. Sahip olunan makine, teknoloji ve insan kaynağı gibi unsurlar dikkate alınarak dinamik bir sanayi envanterinin hazırlanması, genel ve sektörel sanayi rekabet gücü ve ihtiyaç analizlerinin yapılması önem taşıyor.

### GSYH ve İnşaat sektörü büyümesi (sabit fiyatlarla %)



### Özel sektör inşaat yatırım ve imalat sanayi yatırım harcamalarındaki büyüme (%)







Doğayı Seviyorum,  
Pamuğu Seçiyorum.



**COTTON USA**

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

BAŞTA KAMU ALACAKLARININ YAPILANDIRILMASI OLMAK ÜZERE ÇOK ÇEŞİTLİ DÜZENLEMELER GETİREN VE KAMUOYUNDA "TORBA YASA" OLARAK TANIMLANAN 6552 SAYILI KANUN 11 EYLÜL'DE RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANARAK YÜRÜRLÜĞE GİRDİ. İŞ DÜNYASINI VE BAŞKA BİRÇOK KESİMİ İLGİLENDİREN BU KANUNUN NELER GETİRDİĞİNE GÖZ ATTIK.

# TORBADA AF YOK YENİDEN HESAPLAMA VAR

**Kamuoyunda** 'Torba Yasa' olarak kodlanan, "İş Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması ile Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına Dair Kanun Tasarısı", 99 günlük bir maratonun ardından yasalasılmış oldu. Başbakanlık tarafından uygulama tebliği de yayınlanan ve vatandaşların kamuya borcunu 1 Aralık 2014 tarihine dek yapılandırma fırsatı veren yasa, çok geniş kapsamıyla dikkat çekiyor. Soma'daki faciadan sonra madencilere, esnaftan öğretmene, taşeron işçiden emekliye kadar yaklaşık 20 milyon kişiyi ilgilendiren düzenlemeleri içeren yasa için, hükümetin isteğiyle TBMM tatili yarıda kesilip olağanüstü toplantıya çağrılmıştı.

## Torbada yok yok

Yasanın içinde, birikmiş vergi ve sigorta primi borçlarına 36 aya kadar ödeme kolaylığı; şirket kasasında görünen karşılıksız nakit ve ortakların şirketten çektikleri paraların yüzde 3 vergi ödenerek sıfırlanması; doğum yapan Bağ-Kur sigortalısı ve Emekli Sandığı iştirakçisi kadınlara borçlanarak erken emeklilik; doğum borçlanması yapılacak çocuk sayısının üçe çıkarılması; evde çalışan temizlikçi kadınlara sigorta kolaylığı; çocuğu olmayan kadınlara tüp bebek kolaylığı; apartmanlarda ve 1 ile 9 işçi çalıştıran az tehlikeli işyerlerinde işyeri hekimi ve iş güvenliği uzmanı çalıştırma zorunluluğunun aranmaması; gelir testi için yeni bir fırsat; vergi aslına tabi olmayan vergi





**VERGİ BORÇLARININ TORBA YASA KAPSAMINDA ÖDEMELERİNE YÖNELİK BAŞVURULAR, EKİM AYINDA BAŞLIYOR. VERGİLERDE, KANUNUN YAYIMLANDIĞI TARİHİ İZLEYEN İKİNCİ AYIN, YANI KASIM AYINA, PRİM BORÇLARINDA İSE ÜÇÜNCÜ AYIN SONUNA YANI ARALIK AYINA KADAR, ALACAKLI İDAREYE BAŞVURUDA BULUNULMASI GEREKİYOR.**

cezalarının yarısına af; 120 TL'ye kadar olan idari para cezalarına af; TOBB, TESK, Ticaret Odası ve diğer odalara olan borçlar gibi kamuyla ilgili tüm borçlar yapılandırılıyor. Uzun süredir tartışılan taşeron işçilerinin kıdem tazminatı, Soma faciasında ölen işçiler ve ailelerine maaş bağlanması, 65 yaşını dolduranlara yersiz ödenen ve geri alınması gereken aylıkların ve bunlara ait cezaların affı, maden işçilerine erken emeklilik, memurlara disiplin

cezası affı, bazı özelleştirmeleri iptal eden Anayasa Mahkemesi kararının uygulanmaması, yasada yer alan düzenlemeler arasında diğer göze çarpanlar.

### Devlete büyük gelir kaynağı

Maliye'nin vergi ceza ve faiz toplamı ile SGK'nın tahsil edemediği prim alacağı, cezaları ve faiz toplamı, 30 Nisan 2014 itibarıyla, yaklaşık 100 milyar lirayı buluyordu. Bu nedenle, Torba Yasa çerçevesinde tahsil edilecek miktar devlet için de ciddi bir gelir kaynağı olacak. Kanun, anaparaya dokunmadan, faizler ve gecikme zammına "kısmi af" getiriyor. Torba Yasa çerçevesinde yapılacak düzenlemeler ile 36 aya kadar vade ile mükelleflere ödeme kolaylığı da sağlanıyor. Vergi borçlarının Torba Yasa kapsamında ödemelerine yönelik başvurular, Ekim ayında başlıyor. Vergilerde, Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen ikinci ayın, yani Kasım ayına, prim borçlarında ise üçüncü ayın sonuna yani Aralık ayına kadar, alacaklı idareye başvuruda bulunulması gerekiyor. Vergi borçlarının ilk taksit ödemesi ise kanunun yürürlüğe girmesini izleyen üçüncü ayda (Aralık ayında), SGK'da ise dördüncü ayda (Ocak 2015 ayında) ödenecek. Diğer taksitler ise ikişer ay aralıyla en fazla 18 taksit halinde 36 ayda ödenecek. Ödemeler kredi kartı ile de yapılabilecek.

### Borçlara sağlanan kolaylıklar

Yasaya göre vergi ve prim borçlarında birikmiş gecikme zammı ve cezası siliniyor. Bunun yerine, enflasyon (Yİ-ÜFE) oranında faiz yeniden hesaplanıyor. Böylelikle birikmiş faizlerin üçte ikisi, bazı yıllarda dörtte üçü hatta daha fazlası kalkmış oluyor. Vergi ve prim borcunun aslı ile enflasyona göre hesaplanan faiz donduruluyor. Tercihe bağlı olarak 12, 18, 24 ve 36 aya kadar, iki ayda bir ödeme koşuluyla vade yapılabiliyor. Taksitlendirilen alacakların toplamına, yıllık yüzde 5 faiz uygulanıyor. Örneğin 36 ayda ödeyecek olanlardan toplam yüzde 15 faiz alınmış olacak. Tercih edilen süreden daha kısa sürede ödeme yapılması durumunda, ödenecek tutar ilgili katsayıya göre düzeltilecek.

### Şirket hesaplarını düzeltme fırsatı

Yasayla yapılan düzenlemelerden biri de şirketin kasasında gözüken "nakit para" ve "ortaklarca borç olarak çekilen" paraların akıbeti ile ilgili. Türkiye'de gündelik hayatın işlediği sistem, açıktan yapılan ödemeler ve belgesiz harcamaları, "ortaklardan alacak" ya da kasada "nakit para" olarak gözükmeye neden

## Vergi borçlarına ilişkin düzenlemenin ana esasları:

1. Kesinleşmiş Vergi Borçları ile SSK ve Bağ-Kur prim borçlarının da, **anaparaya af yok.**
2. Faiz ve gecikme zammına **kısmi af var.** Faiz ve gecikme zamları silinecek enflasyon oranına göre yeniden hesaplanacak.
3. Vergi aslına bağlı olan cezalara **af yok.** Vergi aslına bağlı olmayan cezalara **yüzde 50 indirim var.** Ancak yüzde 50 indirimin uygulanabilmesi için kalan yüzde 50'nin Torba Yasa'da belirtilen süre ve şekilde ödenmesi gerekiyor.
4. SGK İdari Para Cezaları: 30 Nisan 2014 tarihine kadar işlenen fiillere ilişkin olup, 11 Eylül 2014 tarihi itibarıyla ödenmemiş olan idari para cezaları asıllarının **yüzde 50'si silinecek.** Bunun için kalan yüzde 50'nin Torba Yasa'da belirtilen süre ve şekilde ödenmesi gerekiyor. Sözü edilen Yİ-ÜFE; 31.12.2004 tarihine kadar olan Toptan Eşya Fiyat Endeksini, (TEFE) 1.1.2005 tarihinden itibaren Üretici Fiyatları Endeksini (ÜFE), 1.1.2014 tarihinden itibaren Yurtiçi Üretici Fiyat Endeksini (Yİ-ÜFE), ifade etmekte. Hesaplamalarda esas alınacak ilk aya ilişkin Yİ-ÜFE aylık değişim oranı, alacağın vadesinin rastladığı ay için açıklanmış olan oran olacak.



MALİYE'NİN VE SGK'NİN TAHSİL EDEMEDIĞİ ASIL BORÇ, CEZA VE FAİZ ALACAKLARI, 30 NİSAN 2014 İTİBARIYLA, YAKLAŞIK **100 MİLYAR TL'Yİ** BULUYORDU. BU NEDENLE TORBA YASA ÇERÇEVESİNDE TAHSİL EDİLECEK MİKTAR DEVLET İÇİN CİDDİ BİR GELİR KAYNAĞI OLACAK.

oluyor. Vergi incelemelerinde de şirketlerin bundan dolayı ciddi şekilde canı yanıyor. Torba Yasa'da, bu tür sıkıntısı olanlar da unutulmadı. Kasadaki nakit paranın yanı sıra, limited ve anonim şirketlerin, ortaklarından alacaklı bulunduğu tutarlar ile ortaklara borçlu bulunduğu tutarlar arasındaki "net alacak" tutarları da aftan yararlandırıldı. Buna göre, kurumlar vergisi mükellefleri 31 Aralık 2013 tarihi itibarıyla düzenlemiş oldukları bilançolarında görülmekle birlikte, işletmelerinde bulunmayan kasa mevcutları ile ortaklarından net ala-

cakları tutarını, kanunun yayımlandığı Eylül ayını izleyen üçüncü ayın (yani Aralık ayının) sonuna kadar, ilgili vergi dairesine beyan etmek suretiyle kayıtlarını düzeltebilecekler. Kasada mevcut nakit para ve ortaklardan alacak olarak belirtilen toplam tutar üzerinden, yüzde 3 oranında vergi ödenecek. Beyan edilen tutarlar nedeniyle, ilave bir tarhiyat yapılamayacak, yani ayrıca vergi istenemeyecek. Bununla ilgili beyanın Aralık 2014 sonuna kadar yapılması gerekiyor. Nakit para ve ortaklardan alacak tutarı üzerinden hesaplanan vergi, bununla ilgili yasanın yayım tarihini izleyen üçüncü ayın yani Aralık ayının sonuna kadar ödenebilecek. Ödenecek olan vergiler, gelir veya kurumlar vergisinden mahsup edilemeyeceği gibi vergi matrahının tespitinde gider diye yazılamayacak. Yüzde 3 ödeme yapanlara, sadece 2013 değil önceki yıllarla ilgili olarak da (kâr dağıtım ve vergi kesintisi de dahil olmak üzere) geçmişe yönelik ilave herhangi bir tarhiyat yapılamayacak.

*Torba Yasa ile vergi asıllarının anaparasına dokunulmazken, faizler ile gecikme zammına kısmi af gelmiş oldu.*

## Torba yasa tüm yönleriyle ele alındı

Resmi Gazete'de 11 Eylül tarihinde yayımlanarak yürürlüğe giren Torba Yasa'nın iş dünyasına yönelik olarak getirdiklerini firmalara aktarmak amacıyla 25 Eylül Perşembe günü İHKİB tarafından Dış Ticaret Kompleksi Konferans salonunda kapsamlı bir seminer düzenlendi. "Tüm Yönleriyle 'Torba Yasa'nın' getirdikleri" başlığıyla düzenlenen seminerde ilk bilgilendirmeyi İstanbul SGK İl Müdürlüğü Sosyal Güvenlik İl Müdür Yardımcısı Mustafa Cerit yaptı. Cerit, SGK Mevzuatına dair yaptığı konuşmasında prim borçlarının yeniden yapılandırılması, idari para cezaları ve hangi şartlarda aftan yararlanılacağını ve müracaat şartlarını aktardı. İstanbul Denetim ve YMM Genel Müdürü, Yeminli Mali Müşavir Erdoğan Karahan da, hangi borçların af edileceğini, hangilerinin taksitlendirileceğini, müracaat şartlarının neler olduğu ve kasa ve ortaklar cari hesabında bulunan fiktif rakamların hangi şartlar altında af kapsamına gireceğine dair ayrıntılı bilgiler verdi. Seminerde konuşma yapan Avukat Ozan Öğüt ise yapılan yasal düzenlemenin diğer yasa ve mevzuata yaptığı etkileri ve yasa kapsamında yapılan düzenlemeleri ele aldı. Seminer programı, ihracatçı firma yetkililerince yoğun bir ilgi ile takip edildi.



**BİROL SEZER**  
İHKİB Denetim Kurulu Üyesi

## Şirket bilançoları için fırsat ama yetersiz!

Torba Yasa, o kadar uzun süre kamuoyunun gündeminde kaldı ki, kabul edilmemesi hem devlet hem de vatandaş açısından büyük sorun yaratacağı. Başlangıçta kısmen af olarak kurulan, fakat yaşanan tartışmalarla ana para ve cezalara dokunulmadan sadece gecikme zammı ve faizlere getirilen yeniden yapılandırma, genel olarak olumlu bir hava yaratmasına rağmen yüksek beklentisi olan mükellefler için hayal kırıklığı oldu.

Yasanın getirdiği en büyük fırsatlardan biri, şirketlerin işletmelerinde fiilen bulunmayan (100)- kasa mevcutları ve (131)-ortaklardan alacak tutarlarının yüzde 3 oranında vergi ödeyerek düzeltilmesine imkan vermesi. Ancak bu maddenin uygulanması için baz olarak alınan 31.12.2013 tarihi, şirketlerin resmi defterlerini kapattıkları, bilançolarını bağladıkları tarihtir. Bu tarihte şirketler bilanço kalemlerini düzeltmek için yoğun çaba harcamakta ve 100-kasa ve 131-ortaklardan alacaklar tutarlarını minimuma indirmektedirler. Dolayısıyla şirketlerin muhasebesindeki bu kalemler 2014 yılı içinde yılsonunda olduğundan çok daha yüksek tutarlara ulaşmaktadır. Bu nedenle söz konusu madde hükmü için baz alınacak tarihin 30.06.2014 olarak belirlenmesi daha uygun olurdu. Bu durumda yararlanacak şirket sayısı ve yararlanılacak tutar çok daha yüksek olacak ve Hazine'ye ödenecek yüzde 3 vergi de çok daha fazla olacaktı.

Ayrıca bir önceki torba yasa olan 6111 sayılı kanunda yer alan, şirketlerin (150-153)-stoklardaki eksiklik ve/veya fazlalıkların vergisinin ödenerek düzeltilmesine ilişkin hükmün, bu torba yasada yer almaması bize göre önemli bir eksikliktir. Madem ki mükelleflere fiktif kasa ve ortaklardan alacak tutarlarının düzeltilmesi imkanı verildi, fiili stokları ile muhasebe hesaplarındaki stok farklılıklarının düzeltilmesi imkanı da verilmeliydi.



# HOME & TEX i s t a n b u l

Ev Tekstili ve Dekorasyon Fuarı  
Home Textile & Decoration Fair

19-22 Kasım/November 2014

**CNREXPO**  
YEŞİLKÖY-İSTANBUL

Home&Tex fuar alanı / Home&Tex fair area  
**80.000 m<sup>2</sup> / sqm**

Haller / Halls **2 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8**

Ziyaret saatleri / Visiting hours

**19-21** Kasım-November / **09:00 - 19:00**

**22** Kasım-November / **09:00 - 17:00**

online  
bilet/ticket



hometexfuari

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

*estetik ve zerafet aesthetics and elegance*

*ev, otel, tekne ve tüm yaşam alanlarında house, hotel, boat and all living areas*

In cooperation with



TURKISH HOME TEXTILE  
INDUSTRIALISTS' AND  
BUSINESSMEN'S ASSOCIATION



ISTANBUL  
CHAMBER  
OF COMMERCE



METROPOLİTAN  
MUNICIPALITY



CNR SECTORAL  
TRADE FAIRS



CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul, TURKEY ☎ +90 212 465 74 74 📞 +90 212 465 74 76-77 [www.cnrexpo.com](http://www.cnrexpo.com)

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) İZİNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR./THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY, IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174.

CNR HOLDING





**ERDOĞAN KARAHAN**  
Yeminli Mali Müşavir

# TORBA YASA BEKLENENİ KARŞILADI MI?

Yaklaşık bir buçuk yıldır kamuoyunun beklediği, özellikle de Sosyal Güvenlik Kurumu'na olan borçlarla vergi borçları bakımından da büyük bir beklenti içinde olunan ve kamu alacaklarının yeniden yapılandırılması başta olmak üzere çok çeşitli düzenlemeleri içeren 10.09.2014 tarih ve 6552 sayılı Kanun, 11.09.2014 tarih ve 29116 mükerrer sayılı Resmi Gazete'de yayımlandı.

Yürütme, yürürlük ve geçici maddeleri dahil 149 maddeden oluşan Kanun, çok çeşitli düzenlemelerin yanında; kesinleşmiş vergi ve sigorta primi borçlarının yeniden yapılandırılması ve kasa hesabı ile ortaklardan alacaklarla ilgili kayıt ve muhasebe düzeltmelerine ilişkin hükümler içeriyor.

## Geçmiş borçların yeniden yapılandırılması

Maliye Bakanlığı'na bağlı tahsil dairelerinde tahsil edilen ve 213 sayılı Vergi Usul Kanunu kapsamına giren;

a-30/4/2014 tarihinden (bu tarih dâhil) önceki dönemlere ait, beyana dayanan vergilerde bu tarihe kadar verilmesi gereken beyannamelere ilişkin vergi ve bunlara bağlı vergi cezaları, gecikme faizleri, gecikme zamlarından (2013 takvim yılına ilişkin gelir vergisi ikinci taksiti hariç),

b-2014 yılına ilişkin olarak 30/4/2014 tarihinden (bu tarih dâhil) önce tahakkuk eden vergi ve bunlara bağlı vergi cezaları, gecikme faizleri, gecikme zamlarından (2014 yılı için tahakkuk eden motorlu taşıtlar vergisi ikinci taksiti hariç),

c-30/4/2014 tarihinden (bu tarih dâhil) önce yapılan tespitlere ilişkin olarak vergi aslına bağlı olmayan vergi cezalarından, Kesinleşmiş olup bu Kanunun yayımlandığı tarih itibarıyla vadesi geldiği hâlde ödenmemiş olan ya da ödeme süresi henüz geçmemiş bulunan alacakların ödenmemiş kısmının tamamı ile bunlara bağlı faiz, cezai faiz, gecikme faizi, gecikme zammı gibi ferî amme alacakları yerine bu Kanunun yayımlandığı tarihe kadar Yİ-ÜFE aylık değişim oranları esas alınarak hesaplanacak tutarın; ödenmemiş alacağın sadece ferî alaktan ibaret olması hâlinde ferî alacak yerine Yİ-ÜFE aylık değişim oranları esas alınarak hesaplanacak tutarın, bu maddede belirtilen süre ve şekilde tamamen ödenmesi şartıyla alacaklara bağlı faiz, cezai faiz, gecikme faizi, gecikme zammı gibi ferî amme alacaklarının tahsilinden vazgeçilecek.

**Bu bir af değildir**  
Öncelikle şunu belirtmek gerekir ki, kanun koyucu bu düzenleme ile mükellefin borç aslı ile borca bağlı olan cezasını affetmemektedir. Sadece borca veya cezaya bağlı olarak hesaplanan gecikme faizi ve zammı ile cezai faiz gibi ferî alacakları yeniden hesaplamaktadır. Yani bu tür borçlarda da tamamen affetme gibi bir durum söz konusu değildir.

Bu Kanunun yayımlandığı tarih itibarıyla vadesi geldiği hâlde ödenmemiş olan ya da ödeme süresi henüz geçmemiş bulunan ve bir vergi aslına bağlı olmaksızın kesilmiş olan vergi cezalarının yüzde 50'sinin, bu maddede belirtilen süre ve şekilde tamamen ödenmesi şartıyla cezaların kalan yüzde 50'sinin tahsilinden vazgeçiliyor. Yapılandırmaya tabi vergi teriminden, vergi, resim, harç, fon payı ve eğitim katkı payı gibi kamu borçlarını anlamak gerekmektedir.

Mükellefin 30.04.2014 tarihinden önceki bir vergilendirme dönemine ait olarak beyana dayanan ama ödenmeyen bir vergi borcu olduğunu veya 30.04.2014 tarihinden önce tahakkuk eden bir vergi borcu ve vergi ziyai cezası olduğunu düşünelim. Mali idare vergi borcunun tamamını, varsa vergi ziyai cezasının da tamamını isteyecek ancak bu vergi aslı ve cezası için işlemlenmiş olan gecikme zammını Yİ-ÜFE oranlarına göre yeniden hesaplayacaktır. Ortaya çıkan rakamı da kamu alacakları için uygulanan cari faiz oranlarından daha düşük bir faiz oranı ile taksite bağlayacaktır.

Mükellefler yapılandırmadan yararlanmak istemeleri halinde yazılı olarak dilekçelerini verecekler ve bu dilekçelerinde talep ettikleri taksit sayısını (altı, dokuz, on iki veya on sekiz taksit) seçeceklerdir.

Vergi aslı, cezası ve Yİ-ÜFE oranlarına göre yeniden hesaplanan gecikme zammı toplanacak ve bu tutara tercih edilen vadeye denk düşen faiz oranı uygulanacaktır. Bu yapılandırmaya uygun olarak belirle-

**Maliye Bakanlığı'nın son yasal düzenlemeleri aftan ziyade yapılandırma olarak belirlendi. Bu adımın, mükellefler tarafından doğru okunması ve vergisel yükümlülükler bakımından bundan sonra daha hassas olunması gerekiyor.**



nen faiz oranları ise aşağıdaki gibidir. Altı eşit taksit için (1,05), Dokuz eşit taksit için (1,07), 12 eşit taksit için (1,10), 18 eşit taksit için (1,15), tercih edilen vadeye denk düşen faiz oranı ile Yİ-ÜFE ye göre hesaplanan borç çarpılacak ve ortaya çıkan rakam taksitlere bölünecektir. Taksitler ikişer ayda bir olmak üzere ödenecektir. Yani 18 aylık bir vade seçilirse ödemeler 36 aya yayılmış olacaktır.

### **Açılan davalardan vazgeçilecek**

Yapılandırmadan yararlanabilmek için kamu otoritesi bakımından alacağın kesinleşmiş olması gerekmektedir. Bir alacağın kesinleşmesi, alacağın varlığının hukuk düzeninde ihtilaflı olmaması veya ihtilaflı hale gelme olasılığının kalmamasıdır. Bu nedenle yapılandırma amacıyla başvuran mükelleflerden dava açmayacaklarına veya açmış oldukları davalardan vazgeçeceklerine dair beyan alınacaktır.

Düzenleme, yapılandırılan alacak tutarının kredi kartı kullanılmak suretiyle de ödenmesine imkan vermektedir. Düzenleme, borçlarını yapılandıran mükelleflerin, borçlarını vergi dairelerinden olan alacaklarıyla da mahsup edebilmelerine imkan tanımıştır. Yani herhangi bir sebeple vergi dairesinden alacaklı olan mükellef bu alacağına karşılık borcunu mahsup edebilecektir.

Maliye Bakanlığı'na bağlı tahsil dairelerinde takip edilmekte olan amme alacaklarından yıllık gelir veya kurumlar vergilerini, gelir (stopaj) vergisi, kurumlar (stopaj) vergisi, KDV ve ÖTV için bu madde hükmünden yararlanmak üzere başvuruda bulunan mükellefler, taksit ödeme süresince bu vergi türleri ile ilgili verilen beyannameler üzerine tahakkuk eden bu vergileri çok zor durum olmaksızın, her bir vergi türü itibarıyla bir takvim yılında ikiden fazla vadesinde ödememeleri ya da eksik ödemeleri hâlinde belirtilen madde hükümlerine göre yapılandırılan borçlarına ilişkin kalan taksitlerini ödeme haklarını kaybederler. Yani cari dönemler için tahakkuk eden vergilerinde zamanında ödemesi gerekmektedir.

### **Başvuru şekli ve süresi**

Borçluların Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen ikinci ayın son günü 30 Kasım 2014 olduğu halde bu günün tatile rastlaması nedeniyle bu tarihi izleyen ilk iş günü olan) 1 Aralık 2014 tarihi mesai saati bitimine kadar borçlu buldukları idarelere (tahsil dairelerine) yazılı olarak başvurmaları gerekmektedir. Birden fazla vergi dairesine borçlu olunması durumunda, her bir vergi dairesine ayrı ayrı başvurulması gerekmektedir.

### **İşletmede mevcut olmayan kasa**

6552 sayılı Kanunun 11/9/2014 tarihinde yürürlüğe giren 74'üncü maddesi hükmü ile bilanço esasına göre defter tutan kurumlar vergisi mükelleflerine, 31/12/2013 tarihi itibarıyla düzenledikleri bilançolarında görülmekle birlikte işletmelerinde bulunmayan kasa mevcutları ile işletmenin esas faaliyet konusu dışındaki işlemleri dolayısıyla (ödünç verme ve benzer nedenlerle ortaya çıkan) ortaklarından alacaklı bulunduğu tutarlar ile ortaklara borçlu bulunduğu tutarlar arasındaki net alacak tutarlarını bu Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen üçüncü ayın sonuna kadar (31.12.2014) vergi dairelerine beyan etmek suretiyle kayıtlarını fiili duruma uygun hale getirmeleri imkanı verilmiştir.

Bilançolarında görülmekle birlikte işletmelerinde bulunmayan kasa mevcutları ve ortaklardan alacaklar tutarlarını düzeltmek için beyanda bulunan mükellefler, beyan edilen tutarlar üzerinden yüzde 3 oranında vergi hesaplayacak ve hesaplanan vergiyi beyanname verme süresi içinde ödeyeceklerdir. Kasa ve ortaklardan net alacaklar hesabına ilişkin olarak beyanda bulunacak mükelleflerin, kurumlar vergisi beyannamesi ekinde vermiş oldukları 31/12/2013 tarihli bilançolarını dikkate almaları gerekmektedir. Dolayısıyla, mükelleflerin kanuni süresinden sonra verdikleri düzeltme beyannamelerinin ekinde yer alan bilançoları dikkate alınmayacaktır. 6552 sayılı Kanunun 74'üncü maddesi kapsamında ödenen vergiler, gelir veya kurumlar vergisinden mahsup edilmeyecektir. Bu kapsamda beyan edilen tutarlar ile ödenen vergiler, kurumlar vergisi matrahının tespitinde gider olarak kabul edilmeyecektir.

### **Yapılandırma olumlu**

Ülkemizde sürekli olarak çıkarılan vergi affı yasaları, borçlarını zamanında ödeyen duyarlı mükellefler üzerinde olumsuz bir etki yaratmakta ve toplumda vergi bilinci oluşmasını da engellemektedir. Bu açıdan geçmişe yönelik vergi borcu asıllarının ve cezalarının affedilmeyerek, sadece faiz ve zamlarının yeniden yapılandırılmasını, her ne kadar mükelleflerin beklentisi gerçekleşmemiş olsa da olumlu karşılıyoruz.

Kasa ve ortaklardan alacak hesaplarındaki reel olmayan tutarları gerçeğe uygun hale getirebilmek amacıyla yapılan düzenleme de, aftan ziyade kısmi düzeltme görünümündedir. Çünkü sadece tekdüzen hesap planında bulunan ortaklardan alacak hesabındaki net fazla tutarın beyan edilmesine izin verilmiştir. Vergi idaresi ortaklardan alacak hesabında bulunan rakam için faiz ve KDV hesaplanmasını istediği için bu maliyete katlanmak istemeyen mükellefler ortaklardan alacak hesabında biriken rakamı dönem sonu itibarıyla bilançoda yer alan farklı hesaplarda gizleme yolunu seçmekteydiler.

Maliye Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu tebliğ taslağına göre diğer hesaplarda gizlenen rakamların ortaklardan alacak hesabına alınmasına dair geriye dönük (31.12.2013) bir düzeltme yapılmasının da kabul görmeyeceği ifade edilmiştir.

Mevcut düzenlemeler ışığında Maliye Bakanlığı'nın yasal düzenlemeleri aftan ziyade yapılandırma olarak belirlediği ve düzenlemeyi bu yönde yasalastırıldığını görmekteyiz. Bu adımı da mükellefler tarafından doğru okunması ve vergisel yükümlülükler bakımından bundan sonra daha hassas olmaları gerektiği kanaatindeyiz.







# İHRACATIN SEYRİNİ KARAYOLU TAŞIMACILIĞI BELİRLİYOR

TÜRKİYE'NİN, 2023 HEDEFLERİNİ YAKALAMASINDA YAPACAĞI İHRACAT KADAR, İHRACATI NE KADAR HIZLI VE SORUNSUZ YAPTIĞI DA GİDEREK DAHA DA ÖNEM ARZ EDİYOR. BUNUN İÇİN GÜMRÜK SÜREÇLERİNİ SEKTEYE UĞRATAN VE KARAYOLU TAŞIMACILIĞINDA VERİM KAYBINA NEDEN OLAN BİRÇOK UYGULAMANIN DA DÜZENLENMESİ GEREKİYOR.

**Türkiye** İhracat Stratejisinin 2013 Vizyonu, Cumhuriyetin 100'ncü kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında 500 milyar dolar ihracata ulaşarak, Türkiye'nin dünya ticaretinde lider ülkeler arasında yer almasının sağlanması olarak belirlendi. 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı ile 2023 yılında Türkiye'nin dünya ihracatından aldığı payın yüzde 1,5'e yükseltilmesi ve dünyanın ilk 10 ekonomisi arasında yer alması hedefleniyor. Türkiye ihracatının yüzde 90'a yakın bölümü kara yolu ile taşıyor. Türk sanayicisi, 3 bine yakın şirketin faaliyet gösterdiği kara yoluyla sektörün gücünü de arkasına alarak dünyanın her noktasına ulaşıyor. Ancak son dönemde komşu ülkelerde yaşanan sorunlar ve gümrük kapılarındaki aksamlar, 2023 hedeflerini dolayısıyla da lojistik sektörünü etkisi altına aldı. Karayolu kotaları ve özellikle transit izinleri malların serbest dolaşımını engelledi ve transit trafiği aksatarak Gümrük Birliği'nin işleyişini sekteye uğrattı. AB üye devletleri, kendi topraklarında mal taşıyabilecek Türk plakalı araçların geçişini sınırlandırdı. Yabancı araçların kullanılmasında da, dış ticaret ödemeler dengesinin negatif yönde seyrine neden oldu. TIR'lar gibi araçları kullanacak olan sürücüler de bir şekilde engellendi ve firmalar ilave maliyet ve uzun süreli beklemler yaşadı. Gümrük Birliği kapsamındaki mallar için hem ikili hem de transit taşımacılıkta karayolu taşımacılığı kotalarının kaldırılması gerekiyor. Aynı zamanda Türkiye'nin lojistik üs olması için, Bakanlığın beş yıllık kalkınma planındaki lojistiğe ve taşımacılığa atfedilen konuların hayata geçirilmesi önem taşıyor.

Türkiye ihracatının önündeki engelleri kaldırmak ve 2023 yılına ilişkin 500 milyar dolarlık hedefi tutturabilmek adına gümrük süreçlerini sekteye uğratan ve verim kaybına neden olan uygulamaları kaldırmak gerekiyor. Gümrüklerde yaşanan sorunların giderilebilmesi adına süreçlerin yeniden tanımlanması, beklemler ve ek maliyetlere sebebiyet veren kimi zaman ise mükerrerlik gösteren süreçlerin gözden geçirilmesi gerektiği karşımıza çıkıyor. Söz konusu sorunların iyileştirilmesi, Türkiye'nin 2023 hedeflerine daha kolay ulaşmasını sağlayacak gibi görünüyor.

## Şehir içinde kalan gümrükler taşınmalı

Türkiye gümrük idarelerinde gerçekleştirilen gümrük işlemlerinde verim artışının sağlanabilmesi ve süreçlerin iyileştirilebilmesi için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın, gümrük süreçlerini hızlandıran ve basitleştiren projeleri yürürlüğe koyduğunu gözlemliyoruz. İç gümrük idarelerinde yaşanan sorunlar genellikle süreçlerin doğru şekilde yönetilmemesinden kaynaklanıyor ve bu durum gerek zaman kayıplarına gerekse ek maliyetlere sebebiyet veriyor. Yaşanan bu sorunun giderilebilmesi adına gümrük süreçlerinin yeniden tanımlanması, beklemler ve ek maliyetlere sebebiyet veren kimi zaman ise mükerrerlik gösteren süreçlerin elimine edilmesi ise süreçlerin basitleştirilmesine olanak verecek. Özellikle işlem hacminin yoğun olduğu ve Türkiye'nin birçok ilindeki birçok ihracatçı firmaların ihracat operasyonları için kullandığı Halkalı Gümrük Müdürlüğü ve Erenköy Gümrük

İHRACATÇILARIN KULLANDIĞI HALKALI GÜMRÜK MÜDÜRLÜĞÜ'NÜN ŞEHİR İÇİNDE KALMIŞ OLMASI VE FİZİKİ ALTYAPILARINDAKİ EKSİKLİKLER SEBEBİYLE MEVCUT İHRACAT YOĞUNLUĞUNA YETİŞEMEMELERİ, BEKLEMELERİN ESAS NEDENİNİ OLUŞTURUYOR.



**HAKAN ÇINAR**  
Ünsped Gümrük Müşavirliği ve  
Lojistik A.Ş. CEO'su

*"Halkalı Gümrüğü'nün daha geniş ve modern bir yere taşınması ihracata çok yarar sağlayacak."*

Müdürlüğü'nün şehir içinde kalmış olması ve fiziki altyapılarındaki eksiklikler sebebiyle mevcut ihracat yoğunluğuna yetişememeleri, beklemlerin esas nedenini oluşturuyor. Bu nedenle yapılması gereken ilk iş, işlem hacmi itibarıyla çok yoğun olan iki gümrük idaresinin şehir dışına alınması olmalı. Halkalı Gümrük İdaresinin Çatalca'daki yeni Gümrük Müdürlüğüne taşınması konusunda inşaat çalışmaları tamamlandı. Bununla birlikte taşıma işlemleri gerçekleştirilmemiş olup sürecin hızlandırılması ve 2014 yılı sonuna kadar ihracat ve ithalat işlemlerinin Çatalca'daki yeni yerinden yapılabilir hale gelmesi büyük önem arz ediyor.

### Türkiye genç ve güçlü taşıma filosuna sahip

Türkiye'nin karayolu taşımacılığında Avrupa'yı domine ettiğini belirten Ünsped Gümrük Müşavirliği ve Lojistik A.Ş. CEO'su Hakan Çınar, özellikle çok genç ve güçlü bir filoya sahip olduğunun altını çizdi. Bu durumun Türkiye'yi lojistik anlamında güçlü hale getirdiğini belirten Çınar, "Dış ticaretimizin yoğun bir şekilde Avrupa ülkeleri ile ve yakın doğu komşular ile gerçekleştiğini göz önünde bulundurduğumuzda, karayolu taşımacılığımızın bu denli gelişmiş olmasına da şaşırılmaması gerekiyor. Ancak gelinen noktaya rağmen, karayolunda pek çok firmanın da halen sancı çektiğini de unutmamalıyız. Özellikle Ortadoğu'da uzmanlaşmış ve filo ve yapısını buna göre kurmuş firmalar bir hayli sıkıntılar çektiler" dedi.

### Yerinde gümrükleme gelişmeli

Gümrük işlemlerinin geçmişle kıyaslandığında çok hızlı bir şekilde yürütüldüğünü belirten Hakan Çınar sözlerine şöyle devam etti: "Bunu kabul etmek lazım. Ancak fiziki şartlarda halen çok fazla iyileştirme yapabilmeye imkanı olduğunu belirtmek gerekir. İşlemlerin daha hızlı yürütülebilmesi için araçların gümrüğe gitmesinden ziyade, yerinde gümrükleme işlemlerinin de daha hızlı aktif hale gelmesinde yarar olacağı inancındayım. Yetkilendirilmiş Yükümlülük Sertifikaları'nın yaygınlaştırılması ve bu sistemin daha pratik hale gelmesi ile de bu konuda bir ivme kazanılacağına inanıyorum." İhracatın Türkiye'de bir hayli hızlı ve pratik yürütüldüğüne değinen Çınar, ancak özellikle yüklemeye araçlarının gümrüğe gelmesi ve beyan ile gerçekleşenler arasında oluşabilecek olası farklılıkların işlemleri yavaşlatabildiğini söylüyor. Bundan dolayı ihracatçıların çok daha titiz davranmaları gerektiğini vurgulayan Çınar, bu tarz beyan farklılıklarının, gümrüklerde muayeneleri daha zor ve daha fazla fiziksel muayeneye ihtiyaç duyulacak hale getirdiğini söylüyor. Hakan Çınar, bütün bunlara rağmen yine de ihracat gümrükleme işlemlerinin hızlı yürütüldüğünü kaydediyor.

Halkalı Gümrüğü'nün Çatalca bölgesine taşınmasına da değinen Hakan Çınar, Halkalı Gümrüğü'nün konum itibarı ile İstanbul'un merkezi bir yerinde olmasına rağmen, artık fiziksel şartların işlemlerin yapılabilmesine olanak vermediğine dikkat çekiyor. Bu sebeple Halkalı Gümrüğü'nün daha geniş ve modern bir yere taşınmasının çok yarar sağlayacağını düşündüğünü ifade eden Çınar, "Ancak bu kez de TIRların TEM otopanı üzerinde yoğunluk yaratacağını düşündüğümüzde, trafiğe olumsuz etki yapmasından endişe ettiğimi de belirtmek isterim" dedi.

### 3 bin karayolu firması faaliyet gösteriyor

Türkiye için çok önemli bir konumda olan karayolu taşımacılığına hızlı bir şekilde göz attığımızda uluslararası kara yolu eşya taşımacılığı sektöründe, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'ndan alınan yetki belgeleri ile faaliyet gösteren 3 bine yakın firma olduğunu görüyoruz. Bunlardan 2 bin 567 'si kendi filosunu C türü yetki belgeleri ile işletiyor. Sektörün toplam filo yatırımı ise 15 milyar dolara ulaşmış durumda. Genel filonun yüzde 70'i, Avrupa'ya çalışan filonun yüzde 95'i, AB'nin öngördüğü Euro tipi çevre dostu taşıtlardan oluşuyor. Geniş filo kapasitesiyle ihracatçının da en büyük destekçisi durumundaki uluslararası nakliye sektörü, Türk sanayisinin gücüyle büyümesini sürdürüyor. Öyle ki 2023 yılı için Türkiye'de tüm kamu politikalarına yön veren ortak vizyon çerçevesinde, 500 milyar dolar ihracat hedefinin yaklaşık 150-200 milyar dolarlık bölümünün kara yoluyla taşınacağı tahmin ediliyor. Türkiye aynı zamanda, TIR karnesi sisteminin etkin bir kullanıcısı olarak dikkat çekiyor. 2012 yılında sistemdeki tüm TIR karnelerinin yüzde 22'si yani yaklaşık 685



*Kapıkule Gümrük Kapısı'nda başlatılan süreç analiz çalışmaları ile birlikte günlük araç giriş-çıkış sayısının Türkiye'nin 2023 yılı ihracat hedefleri doğrultusunda 3 bin adede yükseltilmesi hedefleniyor.*







MAKEDONYA

BULGARİSTAN

ARNAVUTLUK

YUNANİSTAN

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



**SERAY®**

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK  
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



**BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ**

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com



bin TIR karnesi, Türk taşımacısı tarafından kullanıldı. 2012-2013 yıllarında AB Ortak Transit Sistemi'ne de entegre olan Türkiye'de sistem 2013 yılından bu yana sağlıklı şekilde işliyor.

### 57 ülkeye 440 güzergâh

Türk nakliye sektörü kara yolu ile taşıma yaptığı 57 ülkeye, 440 güzergahtan ulaşabiliyor. Bu güzergahlar Türkiye'nin Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından yayınlanan bir yönerge ile belirlenmiş durumda. Türkiye ile ülkeler arasında yapılan Kara Yolu Taşıma Anlaşmaları ve bunlara bağlı olarak imzalanan protokoller uyarınca belirlenen geçiş belgeleri de bu yönergeye istinaden taşımacılara dağıtılıyor. 40 sayfalık yönergede her güzergah ve ülkeye ait kurallar tanımlı, sınır kapılarından yüklü çıkmayan hiçbir Türk aracı, bu geçiş belgelerini almaya hak kazanmıyor. Türkiye Uluslararası alandaki kara yolu taşımacılığını, ülkelerle imzaladığı ikili Karayolu Taşıma Anlaşmaları ile yürütüyor. Bu ülkelerin 42'si ile anlaşma yapılırken ikili, transit, üçüncü ülke gibi operasyonlar için geçiş belgesi kotaları bulunuyor. Bu kotaların şemsiyesinde ihracatının değer bazında yüzde 40'ını, ton bazında yüzde 30'unu kara yolu ile taşıyan Türkiye, ticarete sınırların kalktığı 2000'li yıllardan bu yana kara yolu ile uluslararası eşya taşımacılığı alanında ciddi kısıtlamalar ve mod zorlamalarına maruz kalıyor. Avrupa Birliği'nin (AB) kara yolu taşımacılığı alanındaki tüm yeni uygulama ve kurallarına tam uyum sağlayan ancak miktar kısıtlaması ve mod zorlamaları sebebi ile haksız rekabet ortamında faaliyet gösteren Türk taşımacıları, Türkiye'nin uluslararası anlaşmalardan doğan haklarını da ihlal eden durumun

çözümünü her platformda talep ediyor. Türkiye'de pazara giriş koşullarının Taşıma Kanunu ve Yönetmelikleri ile Avrupa ülkelerinden biraz daha sert olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'de uluslararası taşımacı olabilmek için en önemli şart, C2 yetki belgesine sahip olmak C2 yetki belgesi almak isteyenlerin eşya taşımaya mahsus en az 11 adet özmal birim taşıta sahip olması, taşıtlarının azami yüklü ağırlıkları toplamının 440 tondan az olmaması ve 100 bin TL sermaye veya işletme sermayesine sahip olması şartı aranıyor. Yetki ücreti de 2013 yılı için beş yıl süre geçerli olmak üzere 70 bin TL olarak belirlenmiş durumda. Birçok mesleki saygınlık kriteri yanında şirket sahibi, üst düzey çalışan ve bazı çalışanların Bakanlıkça yapılan sınav sonucu Mesleki Yeterlilik Belgesi alması şartı bulunuyor. Sürücülerin tümünün Mesleki Yeterlilik belgesi bulunması da gerekiyor.

### Yetersiz kotalar nakliyecileri zorluyor

Sektörün en çok dile getirdiği sorunların başında ise, Türkiye'ye uygulanan geçiş belgesi kotaları geliyor. Yetersiz kota, taşımacıların varış noktasına en elverişli güzergahtan ulaşmasına engel oluyor. Bunun Türk taşımacısına ve Türkiye'nin dış ticaretinin hedef pazarlara ulaşmasına maliyet ve süre açısından olumsuz etkileri olduğunu dile getiren yetkilileri, Türk taşımacılarının yetersiz ikili ve transit kotalar sebebiyle karşı ülke taşımacısına taşıma ve

pazar paylaşımı zorlamalarıyla karşı karşıya kaldıklarını vurguluyorlar. Sektörün bir diğer sorunu ise, Avrupa'da Türk araçlarından verilen hizmetle orantılı olmayan ayrıca belli bir standarda da bulunmayan geçiş ücretlerinin alınması. Ücretle geçiş belgeleri adı altında tahsil edilen bu ücretler, tamamen yol kullanım ücretlerinden bağımsız...

Türk taşımacıları halihazırda AB araçları tarafından ödenen tüm ücretleri öderken, ayrıca ücretli geçiş belgeleri kullandıkları ülkelerde haksız ayrımcı bir muameleyle maruz kalıyor. Öyle ki Türk taşımacısı ocak aylarında ülkelerin yeni geçiş belgesi ücretleri ile tanışmış bulunuyor. Örneğin Yunanistan, 1 Ocak 2012 tarihinden itibaren ücretli transit geçiş belgesi ücretlerini 20 Eurodan 100 euroya yükseltti ve ön bildirimini sadece bir hafta öncesinde yaptı.

### Ulaşım maliyetleri ihracatı belirliyor

Birleşmiş Milletler'in araştırmaları, gelişmekte olan ülkelerin ulaşım maliyetlerindeki yüzde 10'luk bir düşüşün, bu ülkelerin uluslararası ve iç ticaretinde yüzde 20 civarında bir artış sağlayacağını altını çiziyor. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı'nın (TEPAV) bir araştırması ise şu bilgileri ortaya koyuyor: "Her bir günlük gecikme, ticaret ortaklarımızda 85 kilometre uzaklaşmamıza sebep oluyor. Ticaretin kolaylaştırılmaması, ticaretin içeriğini belirliyor, ihracatı kolaylaştırılmayan ticaret nedeniyle ülkeler zamana duyarlı ürünleri ihraç edemiyor. Bir günlük teslim gecikmesi sonucunda bir ülkenin zamana duyarlı ürün ihracatı ortalama yüzde 7 azalıyor. Avrupa taşımalarında yaşanan kota ve vize gibi tarife dışı kısıtlamalar, Türk nakliyecilerinin pazar payının da son yıllarda giderek erimesine, adeta sektörde bir kan kaybının yaşanmasına yol açıyor. İhraç taşımalarındaki yabancı payı, kota ve vize gibi sıkıntıları olmayan yabancı nakliyeciler lehine hızla artarken; son 10 yılda nakliyecilerin bu pazarda yüzde 10'a varan pazar kaybı bulunuyor. Bu haksız rekabet ortamı, sektöre en az 10 milyar dolar yatırım yapmış bulunan ve yüzde 97'si KOBİ niteliğinde olan sektör firmalarının, ciddi maddi kayıplara uğrayarak batma tehlikesine girmesiyle sonuçlanan bir süreci beraberinde getiriyor."





25  
YIL

Yeni yaşımızı *canias<sup>ERP</sup>*  
6.04 ile kutluyoruz!

24 Ekim 2014, 14:00  
Shangri La Bosphorus

**Size özel çözümler üretiyoruz**



## Farklısınız biliyoruz

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

**canias<sup>ERP</sup> can**



**ias** Industrial  
Application  
Software



# ev tekstilinin moda merkezi

# TÜRKİYE

TÜRKİYE GENEL İHRACATININ ORTALAMA KİLOGRAM FİYATI 1,5 DOLAR İKEN EV TEKSTİLİNDE BU ORAN 10,5 DOLAR GİBİ GURUR VERİCİ BİR DÜZEYE TAŞINMIŞ DURUMDA. TÜRKİYE, EV TEKSTİLİ KONUSUNDA YAKALADIĞI BU KATMA DEĞERİ İSE TÜM DÜNYAYA SUNDUĞU YENİLİKÇİ VE TASARIMA ODAKLANMIŞ ÜRÜNLERLE SAĞLIYOR. SEKTÖR 2013 YILINDA YAKALADIĞI İHRACAT ARTIŞ İVMESİNİ BU YILIN İLK ALTI AYINDA DA YAKALADI.

**Türkiye'de** tekstil ve konfeksiyon sanayiinin son 30-35 yıl içerisinde dünya liginde yarışır derecede gelişmesi, ev tekstili, çorap, denim kumaş ve giysi gibi çeşitli alt sektörlerde de gelişimi beraberinde getirdi. Ev hayatının Türk kültüründe ayrı bir yeri bulunması, yıllar içerisinde ülkede refah düzeyinin artması ve yazlık ev gibi ikinci konutların edinilmesi, ayrıca otel, motel, tatil köyü gibi turizm yatırımlarının artması, perde, çarşaf ve nevresim takımları, yatak örtüsü, havlu ve benzeri tuvalet ve mutfak bezlerinin kullanımını artırmış, dolayısıyla iç pazarda talepler de çeşitlenmiş durumda. Bu çerçevede, hem iç piyasadaki talebi karşılamaya hem de uluslararası pazarlarda yer edinmeye yönelik çok yönlü gayretler, Türkiye'de ev tekstili sanayiini oldukça ileri bir düzeye taşımış. İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesinin hazırlamış olduğu verilerden yola çıkarak hazırladığımız bu değerlendirme haberinde ev tekstili sektörünün üretim kapasitesi, tasarım ve ihracat açısından önemli gelişmeler kaydedilen bir alt sektör olduğunu ele alıyoruz.

## Ev tekstili ilk yarıda da yükselişini sürdürdü

2013 yılında Türkiye'den 170'in üzerinde ülkeye 2 milyar dolar değerinde ev tekstili ihracatı yapıldı. İhracat 2012 yılına kıyasla yüzde 15,6 oranında artış yakaladı. Genel tekstil





**2**  
**Milyar** \$

2013 yılında ev tekstili ihracatı bir önceki yıla oranla yüzde 15,6 artış yakalayarak 2008 yılındaki 2 milyar dolarlık ihracat değerine yükselmiş durumda.

### Havlular ihracatta başı çekiyor

Türkiye'nin ev tekstili ihracatında başlıca ürün gruplarını havluların da dahil olduğu tuvalet ve mutfak bezleri, yatak çarşafı, mefruşat eşyaları, dokuma ve örme bornozlar, perdeler ile perde ve yatak farbelaları, tüller ve işlemeler, battaniyeler, yastık, yorgan ve uyku tulumları ile masa örtüleri, yatak örtüleri ve eliş duvar halıları oluşturuyor. Bu yılın ilk altı aylık dönemde en fazla ihraç edilen ev tekstili ürün grubu, tuvalet ve mutfak bezleri oldu. Bu gruba önemli ev tekstili ürünlerinden havlular da giriyor. Türkiye'nin tuvalet ve mutfak bezleri ihracatı 2014 Ocak-Haziran döneminde bir önceki yıla göre yüzde yüzde 7,2 oranında artarak 325 milyon dolardan 348,5 milyon dolar düzeyine yükseldi. Bu dönemde tuvalet ve mutfak bezlerinin toplam ev tekstili ihracatındaki payı yüzde 33,7 düzeyinde gerçekleşti. Diğer bir ifade ile Türkiye'nin ev tekstili ihracatının yaklaşık üçte birini havluların da dahil olduğu tuvalet ve mutfak bezleri ihracatı oluşturuyor.

### Ev tekstili ihracatı 2008 yılı düzeyine çıktı

2000 yılında Türkiye'den 1,2 milyar dolar değerinde ev tekstili mamulü ihraç edilirken, yüzde 1,7 ile yüzde 24,1 arasında değişen oranlarda artışlarla 2004 yılında ihracat 2 milyar dolara geçmişti. 2005 yılında yüzde 1,7'lik artışla 2,1 milyar doları bulan ev tekstili ihracatı, 2006 yılında yüzde 7,2'lik düşüş ve 2007 yılında

yüzde 8,1'lik artışla 2007 yılında tavan yaparak yine 2,1 milyar doların üzerine çıkmıştı. 2008 ve 2009 yıllarında tüm dünyayı etkisi altına alan küresel ekonomik kriz ile pazarlardaki daralmalar ve perakende satışların düşmesi neticesinde, ev tekstili ihracatında da sırasıyla yüzde 2,7'lik ve yüzde 22,8'lik düşüşler olmuş, Türkiye'nin ev tekstili ihracatı 1,6 milyar dolara kadar gerilemişti. 2010 yılında küresel ekonomik krizin etkilerinin atılmaya başlanması ile bir miktar toparlanan ev tekstil ihracatı yüzde 8,2'lik artışla 1,7 milyar dolara, 2011 yılında ise yüzde 13,8'lik artışla 2 milyar dolara yükseldi. 2012 yılında AB ülkelerinde ekonomik durgunluk dolayısıyla perakende satışların azalması, yer yer satın alma ihtiyaçlarının ertelenmesi ev tekstili ihracatını da olumsuz etkiledi, ihracat yüzde 10 oranında azalarak 1,8 milyar dolara geriledi. 2000 yılından 2012 yılına son 13 yıl içerisinde ev tekstil ihracatının yıllık ortalama değişimi yüzde 3,8 artış yönünde olmuştur. 2012 yılında Türkiye gibi önemli büyüklükte ev tekstili üretim kapasitesi ve yatırımları olan bir ülkede, genel ihracat az da olsa artarken ya da hemen hemen stabil kalırken, ev tekstili ihracatının hem de çift haneli bir rakamla azalması, 2012 yılının ev tekstili ihracat performansı açısından çok da olumlu geçmediğini ortaya koyuyor. 2013 yılında ise ev tekstili ihracatı bir önceki yıla oranla yüzde 15,6 artış yakalayarak 2008 yılındaki ihracat değerine yükselmiş durumda.

ihracatında yüzde 7'lik bir artış olmuşken, ev tekstili ihracatındaki yüzde 15,6 oranında artış olması, 2012 yılında ev tekstili ihracatının tekstil ve konfeksiyon ihracatında yüzde 7,5 olan payının 2013 yılında yüzde 8'e çıkmasına yol açtı. 2014 yılının ilk altı ayında ise 1 milyar doları aşarak geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,3 düzeyinde bir artış yakaladığımızı görüyoruz. 2000 yılından 2013 yılına kadar son 14 yılda ev tekstili ihracatının gelişimi ile tekstil ve konfeksiyon ihracatındaki payı incelendiğinde, 2000 yılından 2004 yılının sonuna kadar ev tekstili ihracatının payının yüzde 12,1 ile yüzde 12,7 arasında değişen oranlarda seyrettiği, 2005 yılından 2010 yılına kadar olan sonraki altı yıllık süreçte, bu payın düşüş eğilimi içerisine girerek 2010'da yüzde 8,4'e kadar gerilediği, 2011 yılında yüzde 8,4'lük payın korunduğu ve son olarak da 2012 yılında yüzde 7,5'e düşerken, 2013 yılında yüzde 8'e yükseldiğini görüyoruz. 2014 yılının Ocak-Haziran döneminde ise ev tekstilinin aynı dönemde yapılan tekstil ve konfeksiyon ihracatı içerisindeki payının yüzde 7,6 olduğunu görüyoruz.

# 10.5\$

Türkiye'nin ihracatta kilogram başına yakaladığı katma değer oranı 1,5 dolar iken ev tekstilinde bu oran 10,5 dolar gibi yüksek bir düzeye çıkıyor.

## TEKSTİL

64



**YAŞAR KÜÇÜKÇALIK**  
TETSİAD Başkanı

*"Son beş yılda sektörümüzdeki girişim sayısı yüzde 23 arttı. Üretim değerinde ise yüzde 77 büyümeye sağlandı."*

### "Ev tekstilinin üretim değeri yüzde 77 arttı"

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD), Türkiye'nin ev tekstili alanındaki sektör büyüklüğünün 13 milyar dolara ulaştığını açıkladı. Ev tekstili sektörünün iç pazar hacmi 8 milyar dolarken, dış pazar hacmi ise bavul ticareti ile birlikte ortalama 5,5 milyar dolara ulaşıyor. Türkiye'de çeşitli gelir gruplarına bağlı bulunan 20 milyon hanenin ihtiyaçları, her yıl gerçekleşen 600 bin evlilik, Türkiye'de çeyiz hazırlama geleneğinin oldukça yaygın olması, turizm ve sağlık sektörlerindeki gelişmeler hesaplandığında, iç piyasanın her yıl yaklaşık

yüzde 10 - 15 civarında büyüdüğü gözlenmektedir. İç Pazar hacminin artması hakkında görüşlerini belirten TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık konuyla ilgili şu şunları söyledi: "İç pazar tabii ki sektörümüz için çok önemli, ancak sektörümüzün ciddi bir ihracat hacmi ve potansiyeli de bulunuyor. İhracatımız bavul ticareti ile birlikte 5,5 milyar dolar civarındadır. İç pazar hacminin artışı Türkiye halkının tüketim gücündeki artışa paralel olarak büyümektedir. Türkiye'de, tüm dünyada gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, orta sınıfın büyümesi söz konusudur. Bu büyüyen sınıf ile birlikte eve yönelik alışverişler daha da artmakta. Bu sınıf fiyat odaklılıktan ziyade çevre ve insan sağlığı duyarlılığı olan kalite odaklı bir tüketici grubudur. Bu grup kalite odaklıdır. Son beş yılda sektörümüzdeki girişim sayısı yüzde 23 olarak gerçekleşmiş, üretim değerinde ise yüzde 77 oranında artış sağlanmıştır."

### Katma değerli ürün için destek şart

Türkiye'nin ihracatta kilogram başına yakaladığı katma değer oranı 1,5 dolar iken ev tekstilinde

*"2014 yılının ilk altı ayında ev tekstilinin ihracatı 1 milyar doları aşarak geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,3 düzeyinde bir artış yakaladığını görüyoruz."*

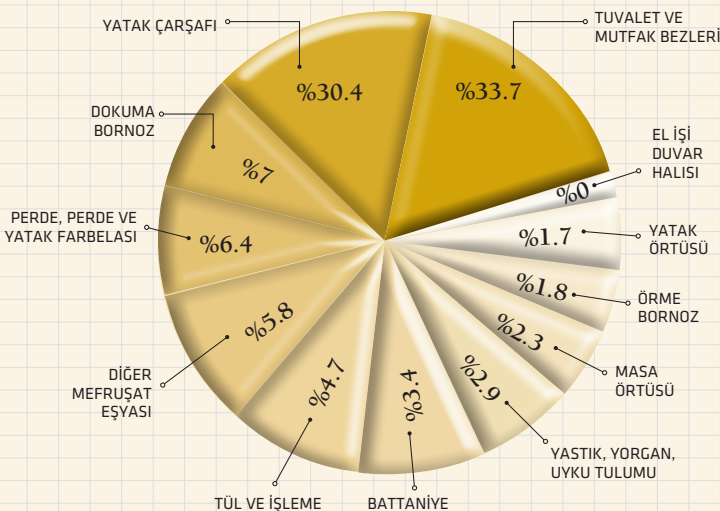


**ALİ SAMİ AYDIN**  
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

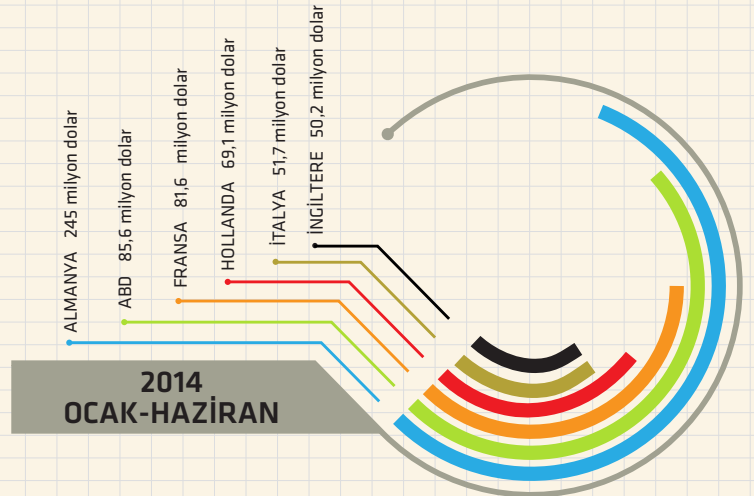
*"Türkiye, artık dünyada ev tekstili sektörünün moda yaratan ülkeleri arasında yerini alıyor."*

bu oran 10,5 dolar gibi yüksek bir düzeye çıkabiliyor. Ev tekstil sektörünün yakaladığı bu başarıda Türk ev tekstil firmalarının fedakarca çalışmalarının payının yüksek olduğuna değinen TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, gelecek için ise sektöre devletin daha çok destek vermesinin önemine vurgu yapıyor. Çalık, "Bugün Türkiye'de üretim yapan firmalar olması gerektiği kadar katma değerli ürün üretmiyorlar. Mesela katma değerli ürün üretiminde önemli bir ülke olan Güney Kore'ye baktığımızda ihrac edilen ürünlerin belli bir fiyatın altında ihrac edilmesini önleyici yasaklar uyguluyor. Bu konuda Türkiye'nin katma değerli ürün üretmesi

### 2014 OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ ÜRÜN GRUPLARI İTİBARIYLA TÜRKİYE'NİN EV TEKSTİLİ İHRACATI



### 2014 OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDE TÜRKİYE'NİN EN FAZLA EV TEKSTİLİ İHRAÇ ETTİĞİ İLK 6 ÜLKE





# %7,2

Son 5 yılda sektördeki girişim sayısı % 23, üretim değerinde ise % 77 oranında artış sağlandı.

için teşvik edici politikalar üretmesi gerekiyor. Aksi durumda Türkiye’de yaşayan insanların kaynakları ve emekleri ucuza ihraç edilmiş olur. Bu noktada bizim Türkiye olarak Güney Kore örneğini iyi incelememiz gerekiyor. Onların yakaladığı başarıdan dersler çıkarmamız gerekiyor” dedi.

### Ev tekstilinde moda üreten ülke: Türkiye

2013 yılında ev tekstili sektörünün yakaladığı yüzde 13,5 ihracat artışının, Türkiye’nin genel ihracatı içinde bile hissedilir bir duruma geldiğine vurgu yapan İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ali Sami Aydın, “Yaptığımız çalışmalar, 2014 yılını da yüzde 16 - 18 arasında bir artışla sonlandıracağımızı gösteriyor. Bu gidişin, ev tekstil sektöründe bir aktör olarak bizlere gurur verdiğini söyleyebiliriz. Sektörümüz, artık bütün dünyada moda ile anılır bir konuma gelmiş durumda. Çin ve Uzakdoğu ülkeleri fiyat odaklı bir strateji uygulayabilirler, ancak artık insanlar evlerine moda olmayan ürünleri almıyorlar. Fiyat odaklı pazarları üçüncü dünya ülkeleri oluşturuyor, zaten bu pazarlar bizim hedeflerimiz arasında bulunmuyor. Bizler rekabetin sadece fiyatla değil; mala katacağımız kalite ve katma değerle yapılması gerektiğini biliyoruz. Hedeflediğimiz pazarlar Avrupa ve ABD olduğu için sürekli olarak moda uygun, yenilikçi ürünler üretme peşinde oluyoruz. Bu noktada sektör olarak tasarıma ve Ar-Ge’ye önem veren firmalar kendilerine güçlü çıkış yolları buldu. Eskiden bir koleksiyon hazırlayan firmalar artık yılda 4 koleksiyon hazırlayarak müşterilerinin karşısına çıkmaya başladılar. Böylece Türkiye ev tekstilindeki diğer aktörler gibi biz Aydın Tekstil olarak tasarıma daha fazla odaklanarak öne çıktık. Bu anlamda Türkiye ev tekstil sektörünün dünyasının modasını belirlemekte

*Türkiye’nin ev tekstil ihracatının yaklaşık üçte birini havluların da dahil olduğu tuvalet ve mutfak bezleri ihracatı oluşturuyor. Bu ürün grubunda 2014 yılının ilk altı ayında da bir önceki yılın aynı dönemine göre %7,2 artışla 348,5 milyon dolarlık ihracat yapıldı.*



**CENGİZ ÖZMEN**  
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

*“Ülkemiz ev tekstilinde bütün ürün gruplarında kaliteli üretim yapan ayırt edici bir özelliğe sahip.”*

önemli mesafe kat ettiğini söyleyebiliriz. Şu anda ülke olarak ev tekstilinin dünyada modasını belirleyen bir konuma geldik. Mesela Türk havlusunun dünyada bir marka haline geldiğini görüyoruz. Bunun yanında Türk nevresimi, Türk kumaşı ve perdelik ürünlerde hem nitelik ve nicelik olarak, hem de tasarım olarak iyi bir yere gelmiş bulunuyoruz.”

### Dünyanın gözü Türk ev tekstilinde

Türkiye’nin ev tekstili konusunda neredeyse bütün ürün grupları konusunda en kaliteli ürünleri sunabilen ayırt edici bir özelliğe olduğunu belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Cengiz Özmen, bu duruma başka bir ülkede rastlanmadığına dikkat çekiyor. Cengiz Özmen sözlerine şöyle devam ediyor: “Örneğin bazı ülkeler döşemelik kumaşta uzmanlaşırken, bazıları pamuklu, bir diğeri polyesterli ürünlerde uzmanlaşıyor. Ancak Türkiye’ye baktığımız zaman hem havlu konusunda söz sahibi hem döşemelik kumaşta hem de ev tekstilinin diğer bütün ürün gruplarında adından söz ettiren firmalara sahip bulunuyor. Bu yönüyle Türkiye’nin ev tekstilinde dünyada belli bir yeri olduğunu söyleyebiliriz. Yurt dışından Türkiye’ye ev tekstili almaya gelen müşteriler bütün ürün gruplarını buradan alabiliyorlar. Mesela EVTEKS Fuarı’nda her alanda üretim yapan firmalar dünyaya Türk ev tekstilinin gücünü sergiliyorlar. Bugün dünyada ilk 10’a girebilecek düzeyde ev tekstil firmaları bulunuyor. Ayrıca ev tekstili konusunda Denizli gibi markalaşmış şehirlerimiz bile bulunuyor. Yine polyesterli ürünlerde Bursa’nın bir namı var. Ev tekstilinin Türkiye’de yıldızının gelecekte daha da parlayacağını rahatlıkla söyleyebiliriz.”

### EN FAZLA EV TEKSTİLİ İHRACATI YAPILAN ÜLKE: ALMANYA



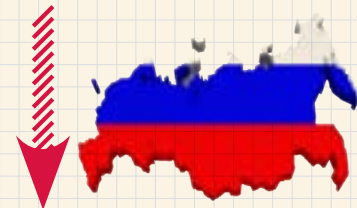
Almanya’ya 2014 yılı Ocak-Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla ev tekstili ihracatı yüzde 2 oranında artarak 245 milyon dolara ulaştı. Toplam ev tekstili ihracatı içerisinde Almanya’nın payı yüzde 23,7 oldu.

### EV TEKSTİL İHRACAT ORANININ EN FAZLA ARTIĞI ÜLKE: POLONYA



Ev tekstili ihracatının 2014 yılının ilk yarısında en yüksek oranlı artışı ülke yüzde 84 ile Polonya oldu. Polonya’ya yönelik ev tekstili ihracatı 6 aylık dönemde 15,2 milyon dolar oldu.

### EV TEKSTİL İHRACATININ EN FAZLA ORANLA AZALDIĞI ÜLKE: RUSYA



Türkiye’nin ev tekstili ihracatında ilk altı ayda en büyük performans kaybı yüzde 25 ile Rusya’ya yapılan ihracatta kaydedildi. Bu düşüş oranı ile Rusya’ya yapılan ev tekstil ihracatı 48,5 milyon olarak gerçekleşti.

YILLAR İTİBARIYLA TÜRKİYE’NİN EV TEKSTİLİ TİCARETİ		
YILLAR	İHRACAT	İTHALAT
2000	1,2 milyar \$	19,5 milyon \$
2001	1,2 milyar \$	15,2 milyon \$
2002	1,5 milyar \$	16,4 milyon \$
2003	1,9 milyar \$	24,6 milyon \$
2004	2,1 milyar \$	36,7 milyon \$
2005	2,1 milyar \$	59,3 milyon \$
2006	2 milyar \$	81,9 milyon \$
2007	2,1 milyar \$	94,4 milyon \$
2008	2,1 milyar \$	109,2 milyon \$
2009	1,6 milyar \$	92,3 milyon \$
2010	1,7 milyar \$	133,8 milyon \$
2011	2 milyar \$	195,4 milyon \$
2012	1,8 milyar \$	147,7 milyon \$
2013	2 milyar \$	174,7 milyon \$

# BİC

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

## Cham Paper Group

Süblimasyon Transfer Baskı Kağıtları  
60gr / 70 gr / 75 gr / 100 gr  
endüstriyel ve yapışkanlı seçenekleri ile



## ergosoft

rip solutions

Renk Yönetimi Yazılımı



## SENSIENT

Süblimasyon Transfer Baskı Boyaları

# 102 m / saat

360 x 360 dpi



## SÜBLİMASYON DİJİTAL BASKI MAKİNESİ



DuPont

ergosoft



Roland

SENSIENT

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LTD.ŞTİ.

Evren Mah. Gülbahar Cad. Şehit Doğan Öztürk Sk. No. 5 , P.K. 34212 Bağcılar-Güneşli / İstanbul

Tel : +90 (212) 438 6506 mail: dijital@dijitalteknolojiler.com



# BİC

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

SENSIENT ElvaJet

BTC Alpha Serisi Boyalar ile  
Polyester Kumaş Üzerine Sorunsuz  
ve Mükemmel Direkt Dijital Baskı

%90 Su - %50 Enerji Tasarrufu ile  
Yaptığımız Baskılarda  
Sizde Çevreniz Koruyun

TEKSTİL  
DİJİTAL BASKI TEKNOLOJİLERİNDE  
ÇÖZÜM ORTAĞINIZ

KONICA MINOLTA



120 m<sup>2</sup> / saat

540 x 360 dpi

AVA  
INTERNATIONAL TM

Cham Paper Group

DuPont

ergosoft

KONICA MINOLTA

REGGIANI  
MACCHINE

Roland

SENSIENT

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LTD.ŞTİ.

Evren Mah. Gülbahar Cad. Şehit Doğan Öztürk Sk. No. 5 , P.K. 34212 Bağcılar-Güneşli / İstanbul  
Tel : +90 (212) 438 6506 mail: dijital@dijitalteknolojiler.com

# MODANIN KISTASLARI MERTER'DE BELIRLENIR

YALNIZCA İHRACATIN DEĞİL, MODANIN DA KISTASLARININ BELİRLENDİĞİ SEMT HALİNE GELEN MERTER, BU YIL MESİAD'IN 20'NCİ YILI KAPSAMINDA İKİNCİSİNİ DÜZENLEDİĞİ "MERTER 2014-ULUSLARARASI MERTER MODA" ETKİNLİĞİNE EV SAHİPLİĞİ YAPTI. DEFİLE, KONSER VE ÇEŞİTLİ AKTİVİTELERİN DÜZENLENDİĞİ ETKİNLİĞE, HEM YURT İÇİNDEN HEM DE YURT DIŞINDAN İLĞİ YOĞUNDU.

**Her gün** binlerce ziyaretçinin ağırlandığı, sürekli yenilenen ve değişen vitrinleri ile açık bir fuar alanına dönen Merter, aynı zamanda hazır giyim ve tekstil sektörünün en önemli ihracat geçiti. Yalnızca ihracatın değil, modanın da kıstaslarının belirlendiği semt haline gelen Merter, bu yıl MESİAD tarafından ikincisinin düzenlendiği "Merter 2014-Uluslararası Merter Moda" etkinliği ile modanın merkezi olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. 1-6 Eylül tarihleri arasında düzenlenen etkinlik kapsamında 1 hafta boyunca Merter'deki tüm mağazalar saat 24.00'e kadar açık kaldı. Sponsor firmaların bireysel defileleri, denim defileleri ve tasarım eğitimi gören öğrencilerin defilelerinin yanı sıra sokak defileleri ile moda Merter'de ağırlandı. Kumaştan, aksesuara kadar tüm aşamaların Merter'de yapılabilirdiği ve her gün 1 milyon yeni ürünlerin rafları süslediği Merter'de, Balkanlar'dan Arap Yarımadası'na, Afrika'dan Asya'ya kadar geniş bir coğrafyadan alıcı bulan moda ürünlerinin en yeni modelleri ve en iyi tasarımları "Merter 2014 - Uluslararası Merter Moda" etkinliğinde paylaşıldı. 20'nci yılını da kutlayan MESİAD'ın gecesine İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İHKİB Başkan Vekili Kemal Güneş, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Özkan Karaca, İSO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İrfan Özhamarath, İSO Yönetim Kurulu Üyesi







**YUSUF GECÜ**  
MESİAD Başkanı

*“Merter’den çıkan ve dünyada başarıyla göğsümüzü kabartan markalarımız var. Bu markalar Merter’e ve Türkiye’ye değer katıyorlar.”*

Ali Ulvi Orhan, TGSD Başkanı Cem Negrin, Merter Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, Kaymakam Zafer Orhan ile hazır giyim ve tekstil sektörlerinin önde gelen sivil toplum kuruluşların ve derneklerin temsilcileri ve sektörden çok sayıda isim katıldı. Sunuculuğunu Manken Sema Şimşek’in üstlendiği, Özge Ulu-soy, Çağla Şikel gibi ünlü modellerin yanı sıra yerli ve yabancı toplam 20 kadın ve 20 erkek modelin podyumları süslediği gecede, Mustafa Ceceli de konser verdi. Merter’e değer katan firmaların ödüllendirildiği gecede Merter’e değer katanlar ödülünü Koton firması Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Yılmaz, Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman’ın elinden aldı.

Hammadde ihracatında birinci olan Karagözlüler Tekstil firması adına Ümit Karagözlü’ye plaketini İTHİB Başkanı İsmail Gülle; hazır giyim ihracatında birinci olan Teksim firması adına Hale Göz’e plaketini İSO Başkan Vekili Ulvi Orhan, Gündüz Soruç’a da sosyal sorumluluk ödülünü Kaymakam Zafer Orhan takdim etti.

### “Merter, Türkiye’ye değer katıyor”

Etkinliği açılış konuşmasını yapan MESİAD Başkanı Yusuf Gecü, “Bu yıl etkinliklerimizi uluslararası düzeye çıkararak kapılarımızı dünyaya açmış olmanın mutluluğu ve heyecanını yaşıyoruz. Merter her gün binlerce ziyaretçinin ağırlandığı, binlerce yeni modelin tasarlandığı, milyonlarca ürünün satıldığı, Avrupa’nın en büyük toptan alışveriş merkezlerinden biri” dedi. Uluslararası Merter Moda etkinliği kapsamında 2’nci Moda ve Tekstil Tasarım Yarışması’nı düzenlediklerini söyleyen Yusuf Gecü, “Yarışma sonucunda ilk üçe girenlere iş garantisi, yarışmanın birincisine ise modanın kalbi Paris’te staj imkânı sağlayacağız. Düzenlediğimiz eğitimler, verdiğimiz destekler ile tekstil ve konfeksiyon pazarına yön verecek Merter’e yatırım yapmaya devam edeceğiz” dedi. Türkiye’nin dünyanın her ülkesine ihracat yaptığını hatırlatan Gecü, sektörde önde gelen markaların üretimlerinin Merter’de yapıldığına dikkat çekti. Gecü, “Merter’den çıkan ve dünyada başarıyla göğsümüzü kabartan markalarımız var. Bu markalar Merter’e ve Türkiye’ye değer katıyorlar. MESİAD olarak Türkiye’nin 2023 hedeflerine ulaşması ve Merter’in moda merkezi olması için gece gündüz çalışıp üretiyoruz, üreteceğiz. Moda merkezi olmaya aday olan İstanbul için en



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB Başkanı

*“İhracatçı birlikleri olarak çok ciddi maddi destekler veriyoruz, vermeye de devam edeceğiz. Merter yaptığı ihracatlar ile bizim yüzümüzü ağartıyor.”*

uygun yerin Merter olduğunu biliyoruz” diye konuştu. 20’nci yılını kutlayan MESİAD’ın olgunluğunu ve rüşdünü ispat ettiğini söyleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle, “Merter’in sadece bugünü değil dününü ve evvelini de biliyoruz. Hepimiz buralarda imalat yaptık. Merter bir dönem imalat merkeziydi. Bugün Merter’in moda merkezi olma coşkusunu yaşıyoruz” dedi. Gülle, şöyle devam etti: “İhracatçı birlikleri olarak çok ciddi maddi destekler veriyoruz, vermeye de devam edeceğiz. Merter yaptığı ihracatlar ile bizim yüzümüzü ağartıyor. Birkaç gün önce Ağustos ayı ihracat rakamları açıklandı. Bu ayın ihracat şampiyonu hazır giyim sektörü oldu. Tekstil ve hazır giyim ihracatı-





**KEMALLETTİN GÜNEŞ**  
İHKİB Başkan Vekili

*"MESİAD'ın 'Uluslararası Merter Moda' etkinliğinin geleneksel hale getirmesi, tekstil açısından büyük bir mutluluk kaynağı."*

mız açık ara birinci. Yaklaşık 2.4 milyar dolarlık ağustos ayı ihracatımız var. Bu yaptığımız ihracatlar ülkemizin kalkınmasına, gelişmesine ve daha çok ihracat yapmamıza vesile olacak. Siz bu sektörün bitmediğini ve Türkiye'de yapacak çok şeyi olduğunu, milyarlarca dolarlık ihracatı olduğunu gösterdiniz. Sizinle iftihar ediyoruz."

### "Üretimden güç kazanan bir sektör"

İHKİB Başkan Vekili Kemallettin Güneş de MESİAD'ın bu etkinliği geleneksel hale getirmesini tekstil açısından büyük bir mutluluk kaynağı olduğunu ifade etti. Ağustos ayında hazır giyim sektörünün ihracat şampiyonu olmasını da değerlendiren Kemallettin Güneş, "Sektör için "öldü, bitti demek" bence çok gereksiz. Biz daha yeni başlıyoruz diye düşünüyorum. Bunu iyi değerlendirmemiz lazım" dedi. Hazır giyim sektörünün büyük bir sektör olduğunu ifade eden İstanbul Sanayi Odası Başkan Vekili İrfan Özhamaratlı, hazır giyimin dünyaya açılış kollarından birisinin de

Etkinlik kapsamında yapılan "Moda ve Tekstil Tasarım Yarışması"nın kazananları da belli oldu. Yeditepe Üniversitesi'nden Günsu Ozan'ın birinci olurken, 2'nci Okan Üniversitesi'nden Nora Yeksek, 3'üncü ise İzmir Ekonomi Üniversitesi'nden Tülin Gülhan oldu. Yarışmanın jüri üyeleri arasında Özlem Süer, Mehtap Elaidi, Barbaros Şansal, Hatice Gökçe, Niyazi Erdoğan, Jale Hürdoğan, Çiğdem Akın, Zeynep Erdoğan, Ayşe Deniz Yeğin gibi sektörün önemli tasarımcıları ile İTKİB, İTHİB, MESİAD, İTO'dan üyeler yer aldı.



Merter olduğunu kaydetti. Hazır giyim ihracatının yüzde 20'sine sahip olmanın büyük bir güç olduğuna dikkat çeken Hamaratlı, aynı zamanda üretimden güç kazanan bir sektör olduğunun da altını çizdi.

Gecede konuşan bir diğer isim TGSD Başkanı Cem Negrin ise Türkiye'nin en önemli sektörü olmaya devam edeceklerinin altını çizdi. Son yıllarda sektör ihracatının yılda 1 ila 1.5 milyar dolar arasında artışla devam ettiğini söyleyen Cem Negrin, "Bundan birkaç sene önce hepimizin moralini bozdular. Fakat bugün 20 milyar dolara yakın ihracat yapıyoruz" dedi. Merter'in sadece üreten, satan, ticaretini yapan değil modayı yönlendirecek bir kimlik kazanmasını da istediklerini söyleyen Merter

Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman da, "MESİAD başkanlarımızla güzel çalışmalar yaptık. Bu tür organizasyonlar yapacak duruma geldik" dedi. MESİAD'ın özellikle son 5 yılda Merter'i çok farklı

MESİAD tarafından bu yıl 2'ncisi düzenlenen "Uluslararası Merter Moda" etkinliğine hazır giyim ve tekstil sektörünün önde gelen birçok ismin yanı sıra sivil toplum kuruluşların ve derneklerin temsilcileri de iştirak etti.

alana taşıdığını ifade eden Kaymakam Zafer Orhan da "Moda, 10 yıl önce sadece ekonomik gelir düzeyi yüksek kesimin konuştuğu, ilgilendiği bir tabirdi. Fakat bugün artık her kesimden, her ekonomik gruptan insanın belli bir düzeyde moda ile ilgilendiğini görüyoruz. Modaya hizmet eden kurumlarımızdan birisi de MESİAD. Merter tekstil kümelenmesiyle belki geçmişte bir araya gelmiş üretim yapan bir birlik iken modaya katkı veren ve modayı yönlendirme sevdasında olan bir yapı haline geldi. Merter, moda merkezi olma yolunda ilerliyor" dedi.





# KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAS  
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS  
OTOMATİK KESİM  
MAKİNASI



**özbilim**  
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şişin 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



# LALELİ'DE FESTİVAL RÜZGÂRI ESTİ

BU YIL ÜÇÜNCÜSÜ DÜZENLENEN  
“LALELİ FASHION SHOPPING  
FESTİVALİ” BÜNYESİNDE  
GERÇEKLEŞTİRDİĞİ  
RENKLİ ETKİNLİKLERLE  
TEKSTİL VE HAZIR  
GIYİM SEKTÖRÜNÜ  
BİR ARAYA GETİRDİ.  
FESTİVALE YURT  
DIŞINDAN DA  
YOĞUN DAVETLİ  
KATILIMI  
GERÇEKLEŞİRKEN,  
ETKİNLİĞİN  
SONUCUNDA  
ÖNEMLİ İHRACAT  
BAĞLANTILARI  
YAPILDIĞI KAYDEDİLDİ.



**Alışveriş,** mağaza tanıtımları ve moda etkinlikleri konseptiyle yola çıkan, bu yıl üçüncüsü gerçekleşen “Laleli Fashion Shopping Festivali”, tekstil ve hazır giyim sektörü için önemli bir merkez olan Laleli’yi dünyaya tanıtmaya devam ediyor. 9 Eylül’de start alan ve 14 Eylül Pazar gününe kadar devam eden etkinliğin ikinci gününde düzenlenen defile ile Laleli’nin gözde markaları tasarımlarını tanıttı. Etkinliğe tekstil ve hazır giyim sektör temsilcileri yoğun ilgi gösterirken, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Başkan Vekili Kemal Güneş, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Aydın Erten, LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, LASİAD Yönetim Kurulu üyeleri, tekstil ve hazır giyim sektörünü temsil eden dernek ve kuruluşların yetkilileri ile LASİAD’ın Ekonomi Bakanlığı ve İTO işbirliği ile Rusya, Ukrayna, Azerbaycan, Kazakistan, Belarus, Kırgızistan, Özbekistan, Libya, Cezayir, Angola, Zambiya, Mali, Fas, Etiyopya, Tanzanya, Tunus, Sudan, Nijerya, İran, Senegal, Brezilya, Pakistan, Hindis-





tan, Çin, Güney Afrika, Lübnan ve Gana'dan davet ettiği alım heyetinde yer alan işadamları ile yerli yabancı birçok kişi katıldı.

### Laleli'nin hedefi 25 milyar dolar ihracat

LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı Giyasettin Eyyüpkoca festivalden önce basına yaptığı bir açıklamada tekstil, deri ve aksesuarları, konfeksiyon, moda ve turizm sektörlerinde faaliyet gösteren Laleli'deki işletmelerin neredeyse tamamının satışlarını yurtdışına yaptığına ve ülke olarak 2023 yılı için belirlenmiş olan 500 milyar dolarlık ihracat hedefine dikkati çekti. Eyyüpkoca, "Geçtiğimiz yıl ülke olarak toplam 151,7 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Bu şu anlama geliyor. İhracat yapan her bir fert 10 yıl sonrasında şimdikinden yaklaşık 3 kat fazla efor sarf edecek, yurtdışı satışlara en az üçe katlanacak. Dünya ölçeğinde gelişmiş ülkeler arasında yer almak istiyorsak buna mecburuz" ifadelerini kullandı. Eyyüpkoca, 2023 yılında Laleli olarak ülke ihracatının yüzde 5'ini yani 25 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedeflediklerini belirterek, şunları kaydetti: "Bugünün koşullarında yaptığımız tüm çalışmalar, proje ve faaliyetler bu yönde ilerlemektedir. Özellikle festival ile paralel yürüttüğümüz alım heyeti programımız bizlere gelecek adına önemli sinyaller verecek, bölge firmalarımızın bakış açısını farklı kulvarlara yönleltecektir. Bu anlamda festival, Laleli'nin tanıtımı ve farklı coğrafyalardan gelen misafirlere sunumu yönünden muhteşem bir kombinasyon sunmakta. Bu festival, ülke-

mizin 2023 ihracat hedefi olan 500 milyar dolarlık rakama ulaşması adına Laleli olarak üstlenmeyi planladığımız yüzde 5'lik oran olan 25 milyar dolarlık hedefe ulaşmak için bizlere büyük katkı sağlamaktadır. Özellikle 27 ülkeden getirmekte olduğumuz alım heyetleri, yeni pazarlara açılmamız ve ekonomik gücümüzü pekiştirmemiz yönünden bizleri domine etmektedir. Bu amaçla bu yıl ilkinin organize ettiğimiz 'be to be' çalışmalarını bölge firmalarımızın vizyonunu geliştirecek, yüzünü yıllardır dışa dönmüş olan Laleli'nin ticari potansiyelini fazlasıyla yükseltecektir."

### "Festival artık kabına sığmıyor"

Festivalin açılış konuşmasını LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı Giyasettin Eyyüpkoca yaptı. Eyyüpkoca konuşmasında "Festivalimiz tıpkı Laleli gibi artık gerçekten kabına sığmıyor. Bizim böyle büyük ve güçlü organizasyonlar gerçekleştirebilmemizdeki en büyük etken Laleli'nin inanç ve anlayışında gizlidir. Bizler yüreğimizdeki heyecanı ve sevinci sizlerle paylaşmak, bölgemizin geldiği noktanın verdiği gururu hep birlikte yaşamak istiyor ve sizleri Laleli'ye davet ediyoruz. Laleli farkının ve farklılığının bu yılda



*Festival açılışında bir konuşma yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Laleli Fashion Shopping Festivali'nin her geçen sene etkisinin ve kapsamının daha da genişlediğine vurgu yaptı.*



**GIYASETTİN EYYÜPKOCA**  
LASİAD Başkanı

*"2023 yılında Laleli olarak 25 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz."*

tüm gönüllere ve zihinlere kazınacağından şüphem yoktur" dedi. Ardından sahneye gelen İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi "Her geçen sene etkisi ve kapsamı daha da genişleyen Laleli Fashion Shopping Festivali'nde başta LASİAD Yönetimi olmak üzere tüm emeği geçenlere teşekkür ediyorum" dedi. Daha sonra konuşan Fatih Belediye Başkanı Mustafa Demir, "Ticaret ve turizmde bizim dışarıya açılan yüzümüz Laleli" dedi. Konuşmasının devamında LASİAD ile gerçekleştirdiği projelerden bahsetti. Son olarak İBB Meclis Başkan Vekili Ahmet





Selamet söz aldı. Selamet, konuşmasında "LASİAD'ın yaptığı yatırımlarla Laleli ve Tarihi Yarımada modern bir şehir ve kültür merkezi haline geldi" dedi.

Sunuculuğunu Billur Kalkavan'ın yaptığı defilenin organizasyonunu ve defilenin koreografisini Öner Evez hazırladı. Defile İbiza'dan özel olarak getirtilen Butterfly ve Littel Garden Show gruplarının nefes kesen gösterileri ile başladı. Ardından LASİAD üyesi onlarca markanın birbirinden güzel ürünlerini Wilma Elles, Tülin Şahin, Ayşe Hatun Önal, Didem Taslan, Ebru Öztürk, Merve Büyüksaraç, Ece Begüm Yüccetan başta olmak üzere 50 manken ve 10 çocuk manken podyumda tanıttı. Katılan yüzlerce kişi defileyi nefesini tutarak izledi.

Defilenin ardından özel olarak hazırlanan Gala çadırında LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca ana sponsor olan Garanti Bankasına Festivale vermiş oldukları katkılardan dolayı teşekkürlerini sunarak bir kendilerine plaket taktim etti. LASİAD Başkan Vekili ve Festival Komitesi Başkanı Muhammed Sancaktar festivale katılımı dolayısıyla Gana

*Renkli etkinlikler ve defilelerin gerçekleştiği "Laleli Fashion Shopping Festivali"ne 27 ülkeden katılan alım heyetleri ile 80 milyon dolarlık iş bağlantısı yapıldı.*



Büyükelçisi Alhaji İbrahim Abass plaket taktim etti. İTO Yönetim Kurulu Üyesi Servet Samsama da plaket alanlar arasında idi. Gala canlı müzik ve kokteyl eşliğinde gecenin ilerleyen saatlerine kadar sürdü.

### Laleli Festivali 80 milyon dolarlık iş bağladı

Bu yıl üçüncüsü düzenlenen Laleli Fashion Shopping Fest kapsamında yapılan ikili görüşmelerde yaklaşık 80 milyon dolarlık iş hacmi yaratıldı. Özellikle Afrika bölgesine yoğunlaştıklarını belirten LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, Gana, Etiyopya, Tunus, Angola gibi ülkelerden gelen işadamlarıyla verimli görüşmeler yapıldığını söyledi. Bu yılki festivalde beklentinin üzerinde bir ilgi gördüklerini ifade eden Eyyüpkoca, Afrika'dan gelen katılımcılara dikkat çekti. Gana, Etiyopya, Tunus, Angola gibi ülkelerden gelen işadamlarının satın almalar yaptığını anlatan Eyyüpkoca, "Afrika'ya ve Güney Amerika'ya karşı ilgimiz büyük. Afrika'nın ciddi bir potansiyeli olduğuna inanıyoruz. Yaptığımız, bavul ticareti olarak tabir edilen pronto satışlar her ne kadar azımsansa da bizim için önemli" dedi. Eyyüpkoca, ikili görüşmeler kapsamında yaklaşık 80 milyon dolarlık iş hacmi yaratıldığını aktardı. Yeni pazar hedeflerinden de bahseden Eyyüpkoca, ters sezon olma-

sı nedeniyle Güney Amerika'nın sektörü '24 saat yaşatacak' özelliklere sahip olduğunu söyledi. Eyyüpkoca sözlerini şöyle sürdürdü: "Onlar yaza girerken biz kışa, onlar kışa girerken biz yaza giriyoruz. Sezonun sonunda onlara satabileceğimiz çok ürün olabilir. Ters sezonda onlara üretim yapmamız çok daha kolay. Biz 24 saat yaşamak istiyoruz. Brezilya bizim için büyük bir potansiyel. Ancak en büyük sorun yüzde 60 oranındaki gümrük vergisi."





PREMIÈREVISION  
ISTANBUL

# Kilimdenim



Kilimdenim  
Kilimdenim.com.tr



**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](http://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](mailto:pazarlama@polsanbutton.com.tr)





**NAZIM KANPOLAT**  
Kanpolat Tekstil YK Başkanı

# TÜRK MARKALARI BONDY GLOBAL İLE DÜNYAYA AÇILIYOR

TÜRKİYE'NİN EN İYİ 22 İÇ GİYİM MARKASI, "BONDY GLOBAL" PROJESİYLE BİR ARADA... FARKLI ÜRÜN GRUPLARINDA BİRDEN FAZLA MARKAYI BİR ARAYA GETİREN PROJE, FİRMALARA SIFIR MALİYET İLE YURT DIŞI TANITIM İMKÂNI SUNUYOR. TEK ADRESTE BİRDEN FAZLA MARKAYA ULAŞMA HİZMETİ SUNAN PROJE, GELİŞTİRDİĞİ ÖZEL BİR YAZILIMLA FİRMALARIN STOKLARINDAKİ ÜRÜNLERİ ONLINE OLARAK ANINDA GÖREN BİR SİSTEM İLE HAREKET EDİYOR.

**Bondy Global**, Türkiye'de üretim ve imalat yapan iç giyim tekstil markalarını ortak bir çatı altında toplayarak Türk firmalarına, dünyaya açılma fırsatı sunuyor. Süt-yen, pijama, korse, mayo, külot ve çeyizlik ürünlerde 20'nin üzerinde marka, 20 binin üzerindeki ürün gamı ve fabrika fiyatına verme garantisi ile hayata geçen projenin ilk pilot uygulaması Türkiye'nin ticaret merkezi olan İstanbul'un semtlerinden Eminönü-Yeşildirek'te 5 katlı toptan mağazasında kuruldu. Proje; tedarikçi markaları, toptancılarla buluşturmak için kurduğu organizasyon ve geliştirmiş olduğu yazılım sayesinde herhangi bir ek stok ve pazarlama maliyeti yüklemeyen stoklarının daha hızlı satış kanallarına ulaşmasını sağlayarak, küreselleşen dünyada rekabetin şirketler arasında her geçen gün arttığı bir ortamda, çağdaş pazarlama tekniklerini ve bilgi teknolojilerini kullanarak müşterilerinin

istek ve ihtiyaçlarına mümkün olduğunca doğru, hızlı ve güncel çözümler üretmeyi hedefliyor. Bondy Global aynı zamanda da alternatif satış kanallarını artırmak için her geçen gün yurt dışında da yeni partnerlikler de veriyor. Öncelikli olarak Fas, Mısır, Cezayir, Moskova, Bakü, Kiev, Kuveyt, Ürdün, Suudi Arabistan, Dubai, New York, Shanghai bölgelerinde organizasyonunu sürdürmeyi hedefliyor.

**Projenin omurgası; Kanpolat Tekstil** Projenin omurgasını, Kanpolat Tekstil'in 25 yıllık sektör tecrübesini yazılım teknolojileriyle birleştirip hizmete sunan sistem sağlıyor. Bu sistem offline fiziksel mağazalarda işleminin yanı sıra online internet üzerinde de ticaretin devam etmesi üzerine kuruldu. Dolayısıyla kurguladığı bu iş modelinde güçlü Türk markalarının bulunduğu Han'dan, sokaktan, mahalleden, caddeden





# 22

## Bondy Global'de yer alan 22 marka;

Sunset, Suwen, Bondy, Doreanse, Perwella, Nurteks, Norddiva, Pierre Cardin, Velabella, La Vergine, Mado Home, Brr, Alvin, Selga, Luisa Moretti, My Way, Prime Fashion, Thermoform, Çiftkaplan, Harem Square, Aras Çeyiz, Anna Christina



çıkartıp tüm sınırlarını kaldırmayı, dil ve para birimi bağımsız dünyaya açmayı hedefliyor. Bu yenilikçi yönü ile Türkiye'nin 2023 hedeflerinin destekleyici bir sac ayağı olmayı kendine ilke edinen ve dünya çapında ses getirecek bu projenin arkasındaki isim ise Kanpolat Tekstil... 1995 yılında kurulmuş bir aile firması olan Kanpolat Tekstil, 30 ülkeye hitap eden çeyiz ağırlıklı olmak üzere çok geniş bir yelpazede ürün yapan bir iç giyim firması. Ağırlıklı olarak Türkiye'nin komşu ülkelerine ihracat gerçekleştiren Kanpolat Tekstil, toplamda 30 ülkeye ürünlerini ihraç ediyor. Firmanın en fazla ürün ihraç ettiği ülkeler arasında; Mısır, Cezayir, Bakü, Fas, Ukrayna, Rusya, Kuveyt, Ürdün, Suudi Arabistan, Dubai ve 7 Emirlik yer alıyor. Bondy Global projesinin, detaylarını ve hedeflerini Kanpolat Tekstil firmasının kurucularından Nazım Kanpolat ile konuştuk.

### Sıfır maliyetle 200 ülkede tanıtım

Projede yer alan iç giyim firmalarını belirlerken göz önünde bulundurdıkları kriterlere değinen Nazım Kanpolat, özellikle Türk menşeli markalar olmasına dikkat ettiklerinin altını çizdi. Projenin amacının Türk markalarının emeğini yurt dışına taşımak olduğunu söyleyen Kanpolat, "Bu yüzden markaları seçerken belli kriterleri göz önünde bulundurduk. İç giyim markalarından çeşitlilik yaratmış, farklı fiyat aralıklarında ürün talebinde bulunan müşterilerin beklentilerini karşılayan, güncel modayı ve trendleri takip eden ve bunları ürünlerine yansıtan, kaliteli ve sağlam ürün üreten, yeniliğe sahip çıkacak vizyonda olan ve bu vizyonu bizimle beraber koşturacak, üretim kapasitesi yüksek, bünyesinde bu projeye kaynak ayıracak güce sahip olan, ürünün yanında söz verdiği teslim tarihinde ürünleri tedarik edecek olan ve bu operasyonu aksatmayacak olan markaları tercih ettik" şeklinde konuştu. Bondy Global projesinin firmalara sağladığı en büyük avantajın düşük maliyetle tanıtım imkanı sunması olduğuna dikkat çeken Kanpolat, "Bugün bir firmanın yurt dışındaki bir fuara katılma maliyeti yaklaşık olarak 10 bin dolar. Firmanın birden fazla ülkeye gitmesi ve altından kalkması zor. Fuarlar, maliyetleri çok yüksek olan bir pazarlama yöntemi. Biz bunu en aza indiriyoruz. Bondy Global projesiyle, dünyanın 200 ülkesinde çok düşük maliyetlerle bu markaları satış kanallarına ulaştırabiliyoruz. Yurt dışına ulaşmanın çok maliyetli olması açısından yurt dışı hedefli bir proje olduğunu belirten Kanpolat, İstanbul Yeşildirek'de ilk mağazalarını açtıklarını söyledi. Yılsonuna kadar yurt dışında en az



*Bondy Global projesinin Yeşildirek'deki ilk mağazasının açılışına İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTO Başkanı İbrahim Çağlar, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Kemalettin Güneş, Mustafa Gültepe, Özkan Karaca, Fatih Yarkin, Cem Altan, Birol Sezer ve sektörden birçok isim katıldı.*



beş şube açmayı hedeflediklerini ifade eden Kanpolat, "Önümüzdeki yıl sonunda en az şube sayısını 10'a ulaştırmayı hedefliyoruz. Bununla ilgili birçok ülkede partnerlerle görüşüyoruz. 2015 yılında en az 50 ila 100 firmaya ulaşmayı hedefliyoruz. Yaklaşık olarak 50 milyon dolar gibi bir stok olacak. Bu da Türkiye için büyük bir kazanç olacak" dedi. Ürünlerin fabrika fiyatlarına satış yapıldığının altını çizen Kanpolat, şöyle devam etti: "İmalatçının kâr payından bize belli bir komisyon ödeyerek aynı fiyatı 30-40 ülkedeki tüketiciye ulaştırıyoruz. Buraya yurt dışından bir alımcı geldiği zaman çok rahat bir şekilde ürünlerin kataloglarını gösterebiliyoruz. Hatta fabrikaya götürülebiliyoruz. Fabrikaya da gitse mağazamızdan da alışveriş yapsa fiyatlar çok nettir. Hiçbir şekilde fabrikada veya mağazamızda farklı bir fiyat göremez. Tek fiyat uygulaması mevcuttur."

# OTEL HALISINDA UZMAN: OTTOMAN

YENİ CUMHURBAŞKANLIĞI SARAYI'NIN ZEMİNİNİ ONLAR KAPLIYOR. TÜRKİYE'NİN NEREDEYSE BÜTÜN BÜYÜK OTELLERİN HALILARINI ÜRETEN OTTOMAN HALI, DÜNYADA "OTEL HALISI" OLARAK BİLİNE AXMINSTER HALI ÜRETİMİNDE DE İLK SIRALARDA GELİYOR.

**Ottoman Halı,** otel, restoran, cami, konferans salonu gibi toplu yaşam alanlarına yönelik halı imalatı yapan Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın ise ilk 10 firmasından biri konumunda bulunuyor. Firmanın 1993 yılından itibaren Tekirdağ Çerkezköy'de firmanın üretime başladığını belirten Ottoman Halı Genel Müdürü Şenol Çolak, firma olarak axminster halı olarak adlandırılan çok özel bir halı çeşidi ürettiklerini belirtiyor. Axminster halının el halısından sonra dünyada en kaliteli halı çeşidi olarak bilindiğine değinen Çolak, bu halıların büyük mekânlarda tercih edildiğini belirtiyor. Otel, konferans solunu, camii gibi büyük alanlara yönelik üretim yaptıklarını belirten Çolak, müşterilerine sınırsız renk ve desen tercihleri sunabildiklerine dikkat çekiyor. Sahip oldukları üretim tarzı sayesinde sınırsız renkte üretim sunabildiklerine vurgu yapan Çolak, üretimlerinin tamamen İngiliz standartlarına göre gerçekleştirildiğini söylüyor. Özellikle büyük otellere hizmet verdiklerini belirten Çolak, "Bize genellikle bir otelin projesi bir bütün olarak gelir. Otelin

iç mimarı grubu bazı tasarımlar yaparak bizimle irtibata geçer, biz de buna göre numuneler üretir kendilerine sunarız" diyor.

## Otel halılarının yüzde 90'ı Ottoman'dan

Dünyada axminster halı üretimi yapan en büyük firmalardan biri konumunda olduklarını belirten Şenol Çolak, axminster halıların yüzde 80'inin yün, yüzde 20'sinin de polamid karışımından üretildiğine dikkat çekiyor. Halının tabanını da üretim aşamasında oluştuğuna değinen Çolak, axminster halı üretiminin çok zahmetli olduğuna dikkat çekiyor. Beş yıldızlı olarak tanımlanan bütün otellerin axminster halılar ile döşeli olduğuna dikkat çeken Çolak, İstanbul'da bulunan büyük otellerin yüzde 90'ının halılarının kendi fabrikalarında üretildiğini söylüyor. Axminster halı üretimi yapan iki küçük firmanın İstanbul'da faaliyette bulunduğunu belirten Çolak, "Otel halılarının sıklığı normal halılardan daha farklıdır. Bu halılar alev almaz ve zengin renk ve desenlerden oluşurlar. El halısından sonra alacağınız en kaliteli halı otel halısıdır. Üstelik



ŞENOL ÇOLAK  
Ottoman Halı Fabrikası Müdürü

*"Otel halısı üretiminde firmamız dünyada ilk 10'da bulunuyor."*

bu ürünler uzun ömürlüdürler. Ottoman Halı olarak 12 yıl önce yapmış olduğumuz projeleri daha yeni değiştiriyoruz. Temizlenmesi daha kolaydır, tozu göstermez, yanığa dayanıklıdır, müşterinin kendini daha sıcak bir ortamda hissetmesini sağlar. Firmamız bünyesinde 23 halı tezgâhımız bulunuyor. Bu tezgâhlarda bize gelen projenin yapısına göre istenilen büyüklükte her türlü halıyı dokuyabiliyoruz. Müşterilerimizin hayalinde hangi renk varsa ona göre halıları dokuyoruz. Sadece ipliğimizi dışarıdan alan



**ŞENOL ÇOLAK: “ÜRETTİĞİMİZ HALILARIN YÜZDE 60’INI İHRAÇ EDİYORUZ. İNGİLTERE BİZİM İÇİN ÖNEMLİ BİR PAZAR. EN BÜYÜK AVANTAJLARIMIZDAN BİRİ DE TÜRKİYE’DEN MÜTEAHHİTLERİN AZERBAYCAN, TÜRKMENİSTAN GİBİ ÜLKELERDE YAPTIKLARI PROJELERDE BİZİ TERCİH ETMELERİ.”**



“İngiltere’ye üretimimizin yüzde 30’unu ihraç ediyoruz. Ayrıca Rusya, Azerbaycan, Türkmenistan gibi ülkelere yönelik büyük projelere yönelik halılar üretiyoruz. Ürettiğimiz halıların yüzde 60’ını ihraç ediyoruz. Örneğin geçen yıl Soçi’de yapılan Kış Olimpiyatı’na yönelik büyük projelerin içinde yer aldık. Türkiye’de büyük otel zincirlerinde kullanılan halıların çoğu bizim üretimidir. 2005’e kadar Türkiye’de çok bir satışımız yoktu. 2005’den sonra rakamlar yukarıya doğru çıktı. En büyük avantajımız Türk müteahhithlerinin Azerbaycan’da, Türkmenistan’da çok güçlü olmaları. Güçlü oldukları için de genellikle alımları Türkiye üzerinden yapıyorlar” diyor. Axminster türü halı üretiminin merkezinin İngiltere olduğuna değinen Şenol Çolak, bu tarz halıları İngiltere’den ithal edenlerin de olduğuna dikkat çekiyor. Firma olarak yıllık 340 bin metrekare halı üretimi yaptıklarını dikkat çeken Çolak, rakiplerinin İngiltere’de faaliyet gösteren firmalar olduğunu söylüyor.

entegre bir tesis konumundayız” diyor. Üretim yaptıkları makinelerin çok eski teknolojiye sahip olduğuna değinen Şenol Çolak, axminster halı üretiminin bu anlamda kendini çok fazla yenilemediğini söylüyor. Otelere ve büyük mekânlara yönelik üretim yapılan bir ürün olduğu için pazarının dar olmasının bunda payının olduğunu belirten Çolak, “Sektör olarak otel sektörünün hareketliliğine bağlıyız. Şayet otel sektörü bir kriz yaşarsa bunun olumsuz etkisi hemen bize yansır. Son yıllarda İstanbul başta olmak üzere tüm Türkiye’de yeni oteller açıldı. Bundan dolayı çok hareketli bir dönem yaşadık. Bugün iç piyasa halen yükselen bir ivmeye sahip bulunuyor” diyor.

### **Ottoman Halı hızı ile öne çıkıyor**

Ottoman Halı bünyesinde 145 kişinin istihdam edildiğine değinen Şenol Çolak, firma olarak kendilerini öne çıkaran özelliklerinden birinin de müşterilerine çok hızlı hizmet vermek olduğunu söylüyor. Numune bakımından çok zengin bir yapıya sahip olduklarını belirten Çolak, müşterilerinin beğendiği her türlü ürünün 24 saate numunesini kendilerine sunabildiklerini söylüyor.

Üretim aşamasında üç vardiya şeklinde çalıştıklarını ifade eden Çolak, axminster halı üretiminin çok hızlı olmadığı için günlük ortalama 150 metre civarında halı dokuya bildiklerini söylüyor.

### **Üretilen halıların yüzde 60’ı ihraç ediliyor**

İhracat pazarları arasında İngiltere’nin önemli bir pay aldığına dikkat çeken Çolak,



*“Otel halılarının sıklığı normal halılardan daha farklıdır. Bu halılar alev almaz ve zengin renk ve desenlerden oluşurlar. El halısından sonra alacağınız en kaliteli halı otel halısıdır. Üstelik bu ürünler uzun ömürlüdürler. Ottoman Halı olarak 12 yıl önce yapmış olduğumuz projeleri daha yeni değiştiriyoruz.”*

### **Otel halısı üretmenin zorlukları...**

Türkiye’de axminster halı üretiminin zorlukları olduğunu belirten Şenol Çolak, temel sıkıntılarının eleman ve hammadde yönünde olduğunu söylüyor. Kullandıkları hammaddelerin tamamını Türkiye’de temin edemediklerini belirten Çolak, “Türkiye’de yün üretimi çok fazla değil. Avusturya ve Yeni Zelanda yünü daha uygun olduğu için oralarından ithal ediyor bu yünler. Ayrıca boya ve diğer hammaddeleri de ithal etme durumunda kalıyoruz. Kullandığımız makineler çok eski teknoloji oldukları için yedek parçalarını ancak İngiltere’den temin edebiliyoruz. Ayrıca vasıflı eleman bulma noktasında ciddi sıkıntılar yaşıyoruz. Kullandığımız makinelerin bakımı için bile İngiltere’den bakım ustaları buraya geliyor. Axminster halının bilinirliğinin artması gerekiyor Türkiye’de. Halı eğitimi yapan okullarda bu halının öğrencilere tanıtılması gerekiyor. Ayrıca Mısır gibi ülkelerde üretilen kalitesiz halılar kontrolsüz bir şekilde Türkiye’ye getiriliyor. Bunlara yönelik herhangi bir kota bulunmuyor. Ayrıca bu halılar kalitesiz olduğu için oteller kısa bir süre sonra değiştirmek zorunda kalıyor” diyor.

# Hyosung'dan yeni çevre dostu elastan

DÜNYADAKİ EN YAYGIN ELASTAN ÜRETİCİSİ HYOSUNG, KUMAŞTAKİ YAĞI UZAKLAŞTIRMAK VE İŞLETME KALİTESİNİ ARTTIRMAK İÇİN SU TÜKETİMİNİ AZALTAN, YENİ ÜRÜNÜ OLAN ECO-FRIENDLY ELASTAN CREORA EASY SCOUR'U PİYASAYA SÜRÜYOR. ÜRÜN AYRICA KUMAŞTAKİ RENK GÖRÜNÜŞÜNÜ DE ARTIRMA ÖZELLİĞİNE SAHİP. BU ÖZELLİKLERE EK OLARAK, ÜRÜNÜN KUMAŞTAKİ RENK GÖRÜNÜŞÜNÜ DE ARTIRACAĞI KAYDEDİLİYOR.

**Hyosung** İstanbul Tekstil Genel Müdürü Cheon Gyu Lee, "Bu teknolojiyi, daha narin kumaşlar için ince gauge örgü yapan ve ince iplik kullanan işletmelerin ihtiyaçları için patentli ürünümüzü kullanarak geliştirdik. Bu yeni creora® easy scour elastan kalite avantajlarına sahip. Durulama sonrası kumaş yüzeyinde artı kalan yağ, normal kullanılan spandexlere göre azaltılmış. Bu da işletmelere etkileyici bir boyama ve bitime izin vermekte. Kumaşta, renkler, yumuşaklık, basınç, şekillendirme, fit olma ve işlevsel süreklilik gibi özellikler müşteri taleplerine cevap verebilmemiz için önem arz ediyor."

Hem moda hem de çevre odaklı ürün creora® easy scour; çevre dostu ve sürdürülebilir moda trendine katkıda bulunan Hyosung çalışmasının bir parçası olarak ortaya çıkmış. creora® easy scour'daki yağ uygulaması suda çok daha kolay çözünmekte. Bu özellikte işletmelere durulama prosesinde daha az su kullanarak daha etkin bir şekilde yağın kumaştan uzaklaşmasına izin vermekte. Hyosung İstanbul Tekstil Genel Müdürü Cheon Gyu Lee, çevrecilik ve sosyal sorumluluk açısından desteklenebilen bir sistem yaratmak için sürdürülebilir bir büyüme trendine odaklandıklarını belirtiyor.

Çevre dostu üretimin bir parçası olarak, Hyosung düşük sıcaklıkta fikse olabilen creora® eco-soft'a sahip. Bu ürün ile düşük sıcaklık tüketimi, işletmelere fosil yakıt tüketimini azaltma ve maliyet tasarrufu sağlama

imkanı sağlıyor. Karbon salınımı azaltılarak üretilen kumaş metodu, çevre dostu olmanın bir parçası olarak ele alınıyor.



**CHEON GYU LEE**  
Hyosung İstanbul Tekstil  
Genel Müdürü



## Çevre dostu spandeks creora® eco-soft

### Oluşan Enerji Tasarrufu



creora® eco-soft kullanarak  
fikse sıcaklığı 15° C düşer



Yakıt-C oil tasarrufu sağlar



CO2 miktarını azaltır



Çevre dostu üretim



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](http://www.petrolofisi.com.tr) / 0800 211 02 29 - 0555 675 55 55



TÜRKİYE’NİN ÖNEMLİ DİJİTAL BASKI TEKNOLOJİLERİ TEDARİKÇİLERİNDEN OLAN BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ FİRMASI 20 YILI AŞKIN BİR SÜREDİR SEKTÖRDEKİ YERİNİ DERİNLEŞTİREREK YOLUNDA İLERLİYOR. UZMAN İSİMLERLE PARTNERLİK YAPAN FİRMA ŞİMDİLERDE GÜNEŞLİ’DEKİ YENİ MAĞAZASINDA DİJİTAL BASKI SEKTÖRÜNDE ÇIĞIR AÇAN YENİLİKLERE EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR.



**NURTEN ERGÜN**  
BTC Bilgi Teknolojileri Genel Müdürü

## “PRENSİBİMİZ ÇOK DEĞİL DOĞRU İŞ YAPMAK”

**Sektördeki** serüvenine bilgisayar destekli desen tasarım ve üretim programlarının satış ve pazarlaması ile 1993 yılında başlayan BTC Bilgi Teknolojileri firması, tekstil üzerine direkt veya süblimasyon baskı tekniği ile dijital baskı yapmaya imkan tanıyan sistemler ile tekstil ve hazır giyim firmalarına hizmet veriyor.

20 yılı aşkın bir süredir sektörde kendine sağlam bir yer edinen firma, şimdilerde Güneşli’de açtığı yeni mağazasında dijital baskı sektöründe çığır açan yeniliklere ev sahipliği yapmanın heyecanını yaşıyor. Firma, dijital baskı sektörünün temel sorunlarından birinin yetişmiş eleman gücü olduğun-

dan hareketle, bu alandaki eksikliğe biraz da olsa çözüm getirmek adına, faaliyete geçirdiği yeni mağazalarında operatör yetiştirilmesi için önemli adımlar atıyor. Dijital baskı makinelerini tam performansla kullanabilecek kalifiye kişilerin yetiştirilmesi için ortamlar hazırlayan firma, teorik ve pratik kapsamlı eğitimlerde hem sektörden hem de teknik lise ve ilgili üniversitelerden yeni mezun olanlara kucak açıyor. Bursa, Adana ve İstanbul bölgelerinden kursiyeler geldiğini ifade eden Nurten Ergün, gerek desen tasarımı gerekse dijital baskı operatörlüğü ve renk zamanlığı alanında verdikleri eğitimin sektörün yetişmiş eleman ihtiyacına cevap vereceğini söyledi.

### **BTC, makine yatırımında yeni bir dönem başlatıyor**

2014 yılının BTC’nin kurumsal yapısını genişleteceği bir yıl olacağına işaret eden Nurten Ergün, Güneşli’deki yeni merkezlerinin sahip olduğu olanaklar ile sektöre yeni bir soluk getireceğini söyledi. Firmanın Güneşli’deki bin 500 metrekarelik mağazasında Reggiani, Konica Minolta ve Roland dijital baskı makineleri ile beraber yazılım ve diğer ürünlerinde birbir, çalışır halde sergilendiğini açıklayan Ergün, şunları söyledi: “Satışını yaptığımız bütün makineleri müşterilerimiz burada görebilecek. İstedikleri denemeleri ve baskıları gerçekleştirebilecekler, onlara bu teknolojiler konusunda sunumlar yapacağız. Hatta satın almadan önce bu makineleri belli sürelerle kiralayabilecekler. Böylece eskiden sektörde yaygın olan kataloğdan bakarak ya da bir başka firmadan görerek makineye yatırım yapma dönemini bitiriyoruz. Karar alıcılar mağazamızda makinenin performansını ve kalitesini test ederek bu yatırımı gerçekleştirebilecek.”

### **BTC’den dijital baskı eğitimi**

Dijital baskı sektörünün temel sorunlarından birinin yetişmiş eleman gücü olduğunu belirten Ergün, Güneşli’deki mağazalarının operatör yetiştirilmesi için de kullanılacağını açıkladı. Bu dijital baskı makinelerini tam performansla kullanabilecek kalifiye kişilerin



yetiştirilmesi için ortamlar hazırladıklarını belirten Ergün, teorik ve pratik kapsamlı bu eğitime hem sektörden hem de teknik lise ve ilgili üniversitelerden yeni mezun olanların da katılabileceğini duyurdu. Başlatıldıkları eğitim çalışmalarına sektörün ilgi gösterdiğini, Bursa, Adana ve İstanbul bölgelerinden kursiyeler geldiğini ifade eden Ergün, gerek desen tasarımı gerekse dijital baskı operatörlüğü ve renk uzmanlığı alanında verdikleri eğitimin sektörün yetişmiş eleman ihtiyacına bir cevap vereceğini söyledi.

### Tekstil baskısı uzman ellerde

BTC olarak ev tekstili ve moda fuarlarına düzenli olarak katıldıklarını hatırlatan BTC Bilgi Teknolojileri Genel Müdürü Nurten Ergün, dijital teknolojilere odaklanan konseptleri ile en yeni teknikleri ve teknolojileri müşterilerine göstermeyi hedeflediklerini belirtti. Ergün; "Dijital baskı teknolojilerinde, baskı süreci boyunca doğru çalışmaların yürütülerek, minimal sürede doğru renklere ulaşılmasının önemini belirtirken, BTC'nin tekstil, kumaş ve reklam segmentlerindeki uzmanlık fuarlarına katıldığını dile getirdi. "Eğer dijital baskı sizin işinizse bütün bu fuarları takip etmeniz gerekiyor" diyen Ergün, belirtilen fuarlarda, tekstil alanından birçok önemli üreticinin bulunduğu dikkati çekti. Firmaların genelde fuar beklentilerini büyük tuttuğunu söyleyen Ergün, şu değerlendirmede bulundu: "Önemli olan bir dayanağı olmadan hedefleri büyük tutmak değil, doğru iş ve ürünleri doğru yer ve zamanda müşterilerle buluşturmak. BTC olarak çok iş yapmak değil doğru iş yapmak prensibini benimsedik. Açıkçası; bir firma gerekli olan bilgiye ve donanımına dayalı güçlü altyapısı olmadan herkese hizmet verim iddiasını ortaya atmamalı. Yapabileceğiniz kadar işi müşterilerinize tam olarak sunduğunuzda onun karşılığını fazlasıyla alıyorsunuz."

### "Roland'ın tekstil sektöründeki çözüm ortağıyız"

Konica Minolta'nın dünyaca ünlü bir Japon markası olduğunun altını çizen Nurten Ergün, dijital baskı makinesi ile baskı kafası teknolojilerini A'dan Z'ye kendi üreten dünyadaki tek firmanın Konica Minolta olduğunu belirtti. Firmanın dijital tekstil baskı sektörü için dört ayrı model sunduğunu kaydeden Ergün, "Orta segmentte yer alan PRO120 makinesini Sensient firmasının Alfa serisi boyaları ile birlikte yeni açılan mağazamızda müşterilerimizin karşısına çıkardık. Alfa serisi boyaları daha önceki fuarlarda ziyaretçilerimize anlatmıştık, yeni

yerimizde Konica Minolta ile, süblimasyon baskı sektörünün artan ihtiyaçlarının karşılanabileceği bir ürün olan ve İtalyan Reggiani firmasına ait saatte 610 metrekare üretim hızına ulaşan, endüstriyel nitelikteki süblimasyon dijital baskı makinesini mağazamızda onlara birebir sunmuş oluyoruz" diye konuştu. Mağazalarında, bir diğer Japon markası Roland'ın Pro4 XF-640 makinesini de çalışır halde sergilediklerini ifade eden Ergün, markanın son dönemde küresel pazardaki politikasını değiştirdiğini hatırlattı. Ergün, süblimasyon dijital baskı teknolojileri alanındaki dört önemli oyuncudan biri olan Roland'ın Türkiye pazarında BTC'yi partner olarak neden tercih ettiğini şöyle açıkladı: "Geçen yıla kadar reklam ve tekstil sektörlerine dönük çalışmalarını tek bir distribütör ile yürüten Roland, aldığı kararla bu politikasını değiştirdi ve uzmanlık alanlarına göre temsilciliklerini artırdı. Artık tek bir distribütör yok, acentaları var. Şu anda Roland, Türkiye pazarında birden fazla acenta ile çalışıyor. BTC olarak biz de Roland'ın tekstil sektöründeki çözüm ortağıyız. Roland'ın moda ve ev tekstiline dönük baskı teknolojileri olan XF-640 modeli ile RS/RA/RE-640 modellerini pazara sunuyoruz."

### Verimli baskı için boya uyumu şart

Dijital baskı makinelerindeki teknolojinin kafa teknolojisine bağlı olarak hızlandığını ifade eden Nurten Ergün, baskı kafasının hızlanması ile birlikte onu besleyecek malzemelerinde aynı performans ve güçte olması gerektiğini söyledi. Ergün, müşterilerin sorunsuz ve verimli baskı alabilmesi için baskı kafalarından geçecek olan boyaların da uyumlu olması gerektiğinin altını çizdi. Bu bağlamda BTC'nin, İsviçreli bir firma olan Sensient ile çalıştığını belirten Ergün, uzun dönemdir süblimasyon boyaları üreten firmanın, dijital alanda da kendini ge-

liştirdiğine değindi. Sensient'in ürettiği Elva Jet boyalarının iki temel avantajı olduğunu belirten Ergün; "Birincisi süblimasyon transfer baskı kağıdı olan ve süblimasyon transfer baskı kağıdı olmayan bütün kağıtlar da ki iyi netice vermesi, ikincisi de az su ve yoğun pigment oranı ile az miktarda boya tüketimiyle yüksek performans sağlaması" dedi.

### Tekstil odaklı yazılımlar

Tekstil ve moda sektörünün geçmişe göre daha fazla hızlandığını ve bir yılda iki olan koleksiyon sezonunun, dörde çıktığına işaret eden Ergün, dijital baskı sürecini yöneten yazılımların bu bağlamda önemli olduğunu savundu. Dijital tekstil baskısı için İngiliz yazılım markası AVA'nın ürünlerini sunduklarını açıklayan Ergün, "Desenin tasarlanması, doğru renklere renklendirilmesi aşamasında AVACAD/CAM sistemini kullanıyoruz" dedi. Desenleme sonrasında dijital baskıda renk yönetimi için de İsviçreli Ergosoft firmasının ürünlerini tedarik ettiklerini belirten Ergün, "RIP yazılımlar konusunda lider firmalardan birisi olan Ergosoft, Türkiye pazarında büyük bir kullanıcı kitlesine sahip. Hazırlanmış olan desenlerin, dijital baskı makinesinden doğru renklerle çıkmasını sağlayan program Ergosoft Tex Print bu alanda firmanın önemli çözümleri olarak ilgi görüyor" şeklinde konuştu.



*Yeni yerinde dijital baskı makinelerini tam performansla kullanabilecek kalifiye kişilerin yetiştirilmesi için ortamlar hazırlayan firma, teorik ve pratik kapsamlı eğitimlerle hem sektörden hem de teknik lise ve ilgili üniversitelerden yeni mezun olanlara kucak açıyor.*



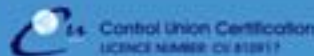
# HER BOY

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](http://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



MERVE GÖRAL, ÇOCUKLUKTAN BERİ SÜREGELEN FOTOĞRAF TUTKUSUNU, İMA SAYESİNDE MODA İLE BİRLEŞTİRDİ. KARIYERİNE MODA FOTOĞRAFÇISI OLARAK DEVAM EDEN GÖRAL, İMA'DA ALDIĞI EĞİTİMİN YARATTIĞI FIRSATLARI VE MODA FOTOĞRAFÇILIĞINI ANLATTI.

# İMA İLE MODAYI KADRAJA ALDI



**MERVE GÖRAL**  
Moda Fotoğrafçısı

**Moda fotoğrafçılığında bir kariyer yapma serüvenine giden süreci sizden dinleyebilir miyiz? İMA sizde ne tür bir vizyon yarattı?**

Çocukluğumdan beri süregelen fotoğraf merakım, yıllar içerisinde benim için bir yaşam biçimine dönüştü. Kameramla yaptığım seyahatler sırasında özellikle sokaktaki insanların stillerini fotoğraflamaktan keyif alıyorum. Fotoğraf tutkumu yakından takip ettiğim moda ile birleştirerek profesyonel kariyerimi moda fotoğrafçısı olarak sürdürmeye karar verdim.



*“En çok sokaktan esinleniyorum. Kameramla yaptığım seyahatler sırasında özellikle sokaktaki insanların stillerini fotoğraflamaktan keyif alıyorum.”*



İMA sayesinde moda sektöründeki insanlarla tanışma fırsatı yakaladım.

**Tasarımda kendi tarzınızı yaratmanıza yardımcı olan kaynaklar var mı?**

En çok sokaktan esinleniyorum. Ayrıca, her fotoğraf ya da tasarım benim görsel hafızamı kuvvetlendirip, bana ilham verir. Moda haftalarını yakından takip ediyorum.

**Türkiye’de moda fotoğrafçılığının gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz? İMA’nın bu anlamda mezunlarına kariyer yapması için ne tür destekleri var?**

Her geçen gün artan moda fotoğrafçısı sayısının moda sektörünü olumlu yönde etkileyeceğini düşünüyorum. Mevcut sistemde doğru insanları tanımının önemi büyük. İMA’dan almış olduğum eğitimin bu anlamda bana faydası olduğunu söyleyebilirim.

**En beğendiğiniz yerli ve yabancı moda fotoğrafçıları kimler? Hangi açılardan başarılı buluyorsunuz?**

Emre Güven’in editöryel çekimlerini ve Scott Schuman’ın sokak stili fotoğraflarını beğeniyorum. Ayrıca Inez & Vinoodh ikilisi ilham aldığım kült isimlerden.

**Eğitim öncesi ve sonrası süreçte ne tür değişimler yaşadınız?**

Moda ve fotoğrafçılığın bir arada olduğu adres İMA’ya tasarımcı bir arkadaşımın tavsiyesiyle başladım. Mezun olduktan sonra İMA’nın desteği ve yönlendirmesi ile profesyonel anlamda doğru adreslere ulaşma fırsatına sahip oldum.

**Şu anki çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?**

Çeşitli marka, tasarımcı ve moda dergisiyle çalışıyorum. Bunun yanı sıra, erkeklerin gündelik hayatını kaliteli yaşayabilmesi için seçenekler sunan dijital rehber ExcuseMeMan.com’un kurucu ortağıyım. Erkekler ilham kaynağı olmayı hedefleyen ExcuseMeMan’ın içeriği sadece kendi fotoğraf ve videolarımızdan oluşuyor.



# İthal Dantel ve Aksesuarda Fiyat Avantajı



D  
A  
N  
T  
E  
L  
D  
E  
Ş  
Ö  
K  
F  
İ  
Y  
A  
T

**HX**

**Huaixin Dantel ve Tekstil**

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





# İHKİB OKULLARINDA YENİ DÖNEM HEYECANI

İHKİB OKULLARINDA YENİ DÖNEM HEYECANI BAŞLADI. İSTANBUL'UN FARKLI NOKTALARINDA KONUMLANAN OKULLARIYLA SEKTÖRE NİTELİKLİ ELEMAN YETİŞTİREN İHKİB OKULLARI, ÖĞRENCİLERDEN VE AİLELERDEN GÖRDÜĞÜ İLGİYİ HER DÖNEM YUKARIYA TAŞIYARAK, 2014-2015 YENİ EĞİTİM ÖĞRETİM YILINDA DA TOPLAMDA BİN 44 YENİ ÖĞRENCİ KAYDI İLE START VERDİ.

**Türkiye'de** 2014-2015 eğitim öğretim yılı 15 Eylül Pazartesi günü başladı. Tekstil ve hazır giyim sektörüne nitelikli eleman yetiştiren Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi düzenlenen törenlerle yeni eğitim yılına başladı. Yeni dönemde Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne 180, Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne nakillerle birlikte 240, Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne 624 öğrenci kayıt yaptırdı. İHKİB, İstanbul'un farklı noktalarında yapılandığı okullarla endüstrinin nitelikli eleman ihtiyacı ile iş ve gelecek kaygısı taşıyan gençleri aynı noktada buluşturuyor. Tasarım ve pazarlama odaklı bir anlayışla öğrencilerine eğitim sunan İHKİB okulları, teorik ve uygulamalı eğitimlerin yanı sıra öğrencileri moda ve tekstil fuarları, yurt dışı gezileri, konferanslara ve firma gezilerine götürerek donanımlı bir şekilde sektöre hazır-

lıyor. İHKİB okulları arasında ilk olarak 1995 yılında eğitim hayatına başlayan Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, her sene sektöre 100 ila 110 arasında donanımlı eleman kazandırıyor. 1998 yılında eğitim ve öğretim hayatına başlayan Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, bugün Giyim Eğitim Teknolojisi, Tekstil ve Teknoloji ile Pazarlama ve Perakende olmak üzere üç alanda öğrencilere eğitim veriyor. Her yıl 100 öğrenciyi mezun ediyor.

## “Sizlere bağlanan umudun farkında olun”

Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde düzenlenen törende konuşan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı Okyay Mızrak, başarılı ve sağlıklı bir yıl geçmesini temenni ederek Birlik ve sektör olarak Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne çok değer verdiklerini söyledi. Mızrak, “Bu okul sizleri çalışma hayatına



ve yapacağımız mesleğe en iyi şekilde hazırlamak için tasarlandı. İHKİB olarak amacımız sizi bir diploma sahibi yapmaktan çok bir meslek sahibi yapmak” dedi. Mızrak, şöyle devam etti: “Bu okulda geçirdiğiniz her günü geleceğinizi belirleyen bir yatırım olarak değerlendirin. Öğretmenlerinizin çabasına saygı duyun, ailelerinizin size bağladıkları umudun farkında olun. Kendinizi ne kadar iyi geliştirirseniz, geleceğe ne kadar yatırım yaparsanız hayatınızın geri kalanı o kadar rahat, mutlu ve başarılı insanlar olarak geçirirsiniz. Sizler yüklendiğiniz sorumlulukla bizler için çok değerlisiniz. Bu binalar, bu öğrenciler, bu sınıflar sizlerin sayesinde bir anlam kazanacak. Sizlere yardımcı olmak, moral ve destek vermek için bugün bizler de buradayız. Dileğimiz başarılı bir eğitim öğretim yılının ardından mezuniyet töreninde yine hep birlikte olmaktır. Velilerimizi de tercihlerinden dolayı kutlamak istiyoruz. Mesleki eğitime verdiğiniz değer çocuklarımızın, eğitimcilerimizin ve sektörümüzün desteğiyle hayırlı bir sonuç yaratacak. Bu gençler hem bir meslek hem de bir gelir sahibi olarak

sizlere ve ülkelerine olan borçlarını ödeyebilecekler. Velilerimiz her geçen gün artan bir ilgiyle okullarımıza başvuruyor. Bu ilginin daha da artırılması ve bu okullara duyulan güvenin karşılığını bulabilmesi için biz de çalışmaya devam edeceğiz. Hepimiz için sağlıklı ve başarılı bir yıl olsun.” Okul müdürü Gülseren Aydemir de konuşmasında aile ve okulun çocuğun yaşamında vazgeçilmez iki unsur olduğunu belirterek, “Çocuklarımızı çağdaş, sorgulamayı bilen, sorumluluk sahibi, teknolojiyi yaşam biçimi haline getiren, çözüm üreten birer nesil olarak yetiştirmeye çalışıyoruz. Geleceğimizi emanet edeceğimiz gençlerimizi yetiştirmede en büyük görev eğitimcilerimize düşüyor” dedi.

#### “Eğitim politikasının yüz akı”

Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’nde düzenlenen törende konuşan İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir ise İHKİB okullarının gördüğü ilgiden dolayı sektörün ne kadar doğru bir iş yaptığını ortaya koyduğunu belirtti. Özdemir, “Uygulamaya dayalı iş prensibiyle eğitim veren bu okullar, tıpkı birer fabrika gibi tasarlandılar. Mezunlarını iş ve gelir sahibi yapan bu anlayış, Türkiye’nin eğitim politikasının yüz akıdır” dedi. Özdemir, şöyle devam etti: “Sektörümüzün gururu ve gözbebeği olan okullarımızın, geleceğimiz olan gençlerle dolup taşması bizi son derece mutlu ediyor. Türkiye’nin en güçlü ve gelişmeye açık sektöründe yerini alabilmek için bugün bu sıraları dolduran gençler, geleceğe olan güvenimizi de tazeliyor. Sizler çalışacaksınız, üreteceksiniz böylece önce siz ve aileniz kazanacak. Ama asıl kazanan Türkiye olacak. Çalışan ve üreten insanların yaşadığı bir ül-



**NİLGÜN ÖZDEMİR**  
İHKİB Denetim Kurulu Üyesi

kenin aşamayacağı sorun yoktur. Gelir sahibi olmak önce umut sahibi yapar insanı. Umudu olan insana her şeye sahip demektir. Okul sıralarında geçirdiğiniz bu güzel günlerin tadını çıkarın. İyi arkadaşlıklar kurun. Aklınızı olduğu kadar ruhunuzu geliştirmeyi de ihmal etmeyin. Mutluluk ertelenecek bir duygu değil. Ama uzun bir geleceğin ve zor bir dünyanın sizi beklediğini de unutmayın. Bu vesile ile eğitimcilerimize de duyduğumuz güven ve saygıyı da ifade etmek isterim. Yerine getirdiğiniz vazife ile sektörün görünmeyen kahramanları arasında yer alıyorsunuz. Bunun için sizlere minnettarız. İTKİB’in eğitim alanındaki bu çalışmalarını organize eden Eğitim Şubemize, bu okullara maddi manevi her türlü desteği veren sektörümüze ve bu okullara çocuklarını yollayan velilerimize sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Gördüğüm tablo ne kadar doğru bir iş yaptığımızı bir kez daha gösteriyor.” Okul müdürü Canan Ertekin de konuşmasında eğitimde başarıyı okul, öğrenci ve aile üçlüsüne bağlı olduğuna dikkat çekerek, “Bu yönüyle eğitimi üç tekerlekli bir araca benzetebiliriz. Tekerleklerden biri istenildiği gibi olmaması dahilinde hareketi engeller. Biz okul olarak üzerimize düşen görevi en iyi şekilde yerine getirmeye çalışacağız. İHKİB okulunda okumak bir ayrıcalıktır” dedi.



*Yeni dönemde Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’ne 180, Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’ne 240, Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’ne 624 öğrenci kayıt yaptırdı.*



Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’nde düzenlenen törende konuşan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı Okyay Mızrak, başarılı ve sağlıklı bir yıl geçmesini temenni etti.



# 3T KÜMESİ HIZ KESMİYOR

EKONOMİ BAKANLIĞI'NIN DESTEĞİYLE İHKİB'İN UR-GE KAPSAMINDA HAZIRLADIĞI "HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE TASARIM, TREND VE TANITIM ODAKLI İŞBİRLİKLERİ İLE ULUSLARARASI REKABETİN GELİŞTİRİLMESİ" PROJESİ, BAŞARILI BİR ŞEKİLDE İLERLİYOR. 25 FİRMANIN YER ALDIĞI PROJEDE, ULUSLARARASI PİYASALARDA TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN REKABET EDEBİLİRLİĞİNİN ARTIRILMASI HEDEFLENİYOR.

**Türkiye** Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB), Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ (UR-GE) kapsamında hazırladığı "Hazır Giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi" projesi, Haziran 2013'te hayata kazandırıldı. Kümelene yöntemiyle uluslararası piyasalarda Türk hazır giyim sektörünün rekabet edebilirliğinin artırılmasının hedeflendiği projede kadın giyim alanında faaliyet gösteren 25 firma yer alıyor. Proje katılımcısı firmaların oluşturduğu "Hazırgiyim ve Tasarım Kümesi", proje süresince eğitim, danışmanlık, yurt dışı pazarlama ve alım heyeti gibi faaliyetlerde yer alıyorlar. İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi kümelene yaklaşımına verilen önemin altını çizerek, Türk hazır giyim sektörünün markalaşmasına katkı sağlamayı ve sektörün uluslararası pazarlardaki görü-

nürlüğünü artırmayı hedeflediklerini ifade etti. Bu proje ile birlikte Türk hazır giyim firmalarının ihracat potansiyellerinin ve pazar paylarının artırılması ve ihracatlarına süreklilik kazandırılmasının amaçlandığını vurgulayan Hikmet Tanrıverdi, sektördeki tasarım, trend ve tanıtım odaklı kümelene anlayışını daha da yaygınlaştıracaklarını söyledi.

## Tasarımcı firmalara uluslararası danışmanlık

Hazır Giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi projesi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerden biri olan "Satış Odaklı Koleksiyon Planlama ve Hazırlama Danışmanlığı" faaliyeti geçtiğimiz haftalarda tamamlandı. Küme içerisinde yer alan firmaların ihtiyaçları doğrultusunda programlanan danışmanlık faaliyetine 13 küme firması (Aslı Güler, Nej, Mehtap Elaidi, Çiğdem Akın, Gamze Saraçoğlu, Özlem Kaya,



# 25

Firma ile proje kapsamında 3 adet yurt dışı pazarlama faaliyeti

# 13

**Satış Odaklı Koleksiyon Planlama ve Hazırlama Danışmanlığı'nda yer alan 13 küme firması;**

Aslı Güler, Nej, Mehtap Elaidi, Çiğdem Akın, Gamze Saraçoğlu, Özlem Kaya, Nihan Peker, Özgür Masur, Elif Çiğizoğlu, Tuvanam, Lug Von Siga, Zeynep Tosun, Simay Bülbül



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı



**WENDY MALEM** **NEJ**  
Danışman Tasarımcı



**HİKMET ÜNAL**  
Setre Giyim YK Başkan Yardımcısı

Nihan Peker, Özgür Masur, Elif Çiğizoğlu, Tuvanam, Lug Von Siga, Zeynep Tosun, Simay Bülbül) katıldı. Uluslararası pazarlarda markalaşma tecrübesi bulunan danışmanlar ile bir araya gelen küme firmaları bu faaliyet ile fiyatlandırma stratejileri ve uluslararası satış kanallarına erişim konularına odaklandılar. Projede yer alan küme firmalarından Nej, bu projenin en büyük avantajlarından birinin de "Satış Odaklı Koleksiyon Planlama ve Hazırlama Danışmanlığı" faaliyeti olduğunun altını çizdi. Türkiye'nin tekstilde güçlü bir ülke olduğunu belirten Nej, "Maalesef geçmişimizde çok fazla marka kültürümüz yok. Markalaşma konusunda son yıllarda hareket halindeyiz. Uluslararası markalara baktığımız zaman 100-150 gibi yıllar konuşulurken, bizde 10 yıllar konuşuyoruz. Dolayısıyla bununla ilgili uluslararası danışmanlıklar almak, bu bilgileri edinmek çok değerli" diye konuştu. Projeye dair değerlendirmelerde bulunan danışman Wendy Malem, Türk tasarımcıların dünyada eskisinden çok daha farklı tanınmaya başladığına dikkat çekti. Malem, Paris, Londra gibi moda başkentlerindeki showroom'lara katılan Türk tasarımcıların dünya çapındaki Türk tasarımı algısını değiştirdiklerini söyledi. Malem, "Londra'da Harvey Nicholes, Fransa'da La Fayette gibi mağazalara ba-

kıldığında Türk tasarımcıların ürünlerinin merkezi bir yerde olduğunu görebiliyoruz ve tasarımlardaki bu gelişmeler çok hızlı kaydedildi" dedi.

### **Firmalar koleksiyonlarını yeniden yapılandırdı**

Proje kapsamında yürütülen diğer danışmanlık faaliyeti ise küme içerisinde yer alan 9 firmanın katılımı ile koleksiyon danışmanlığı alanında gerçekleştirildi. Hazır Giyim ve Tasarım Kümesi'nde yer alan 9 küme firması (Ayliz Tekstil, Berat Tekstil, Bisa Giyim, Dantel Pazarlama, Erba Tekstil, Ereks Konfeksiyon, Nurteks Konfeksiyon, Paristan ve Setre Giyim) alanlarında uzman tasarımcı/danışmanlarla bir araya gelerek koleksiyonlarını yeniden yapılandırdı. Faaliyet kapsamında bir de kapsül koleksiyon üreten küme firmaları bu koleksiyonları ilk defa Paris'te Who's Next Pret-A-Porter'da sergiledi. Faaliyet kapsamında kapsül koleksiyon hazırladıklarını belirten Setre Giyim Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hikmet Ünal, UR-GE Projesi kapsamında tasarımcıların ve firmaların bir araya gelmelerinin önemine vurgu yaptı. Ünal, "Birkaç yıl öncesine kadar tasarımcılar ile firmaların birbirinden kopuk olduklarına dair bir algı hakimdi. Firmalar daha ticari düşündükleri için satışa dair ka-

hıpları bulunuyorken, tasarımcılar da kendi dünyalarında daha özgün şeylere yoğunlaşıyorlardı. Bu proje kapsamında tasarımcıların özgün yaratıcı güçleri firmaların ticari güdülerini ile harmanlanarak çok önemli işlerin ortaya çıkabileceğine tanıklık ediyoruz" dedi.

### **Sektörün önemli etkinliklerinde yurt dışı deneyimi**

Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle İHKİB'in koordine ettiği ve kadın giyim alanında faaliyet gösteren 25 firmanın yer aldığı Hazır Giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi kümelenme çalışması kapsamında toplamda üç adet yurt dışı pazarlama faaliyeti gerçekleştirildi. Ocak ve Temmuz aylarında Paris'te düzenlenen Who's Next Pret-A-Porter'a katılan Hazır Giyim ve Tasarım Kümesi, yeni bir pazarı deneyimlemiş oldu. Şubat ayında Moskova'da düzenlenen Collection Premiere Moscow'a katılan küme firmaları Rusya pazarını deneyimleyerek pazarın kendi firmalarına uygunluğunu birinci elden test ettiler. Gelecek dönemlerde yurt dışı pazarlama faaliyetlerine devam edecek olan Hazır Giyim ve Tasarım Kümesi, proje kapsamında küme firmaların ihtiyaçlarına yönelik çeşitli eğitim-danışmanlık faaliyetleri ile alım heyetleri de organize edecek.

# 9

### **Hazır Giyim ve Tasarım Kümesi'nde yer alan 9 küme firması;**

Ayliz Tekstil, Berat Tekstil, Bisa Giyim, Dantel Pazarlama, Erba Tekstil, Ereks Konfeksiyon, Nurteks Konfeksiyon, Paristan ve Setre Giyim



**UR-GE**

## GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2013 AĞUSTOS 1000 \$	2014 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 2014 DEĞİŞİM %
ALMANYA	291,699	316,084	8.4	2,488,292	21.8	2,758,322	21.7	10.9
İNGİLTERE	179,301	211,763	18.1	1,396,895	12.2	1,638,027	12.9	17.3
İSPANYA	135,054	139,724	3.5	957,804	8.4	1,108,631	8.7	15.7
FRANSA	89,116	99,411	11.6	756,392	6.6	800,535	6.3	5.8
HOLLANDA	76,815	69,633	-9.3	629,421	5.5	672,558	5.3	6.9
İTALYA	43,896	45,369	3.4	491,386	4.3	494,609	3.9	0.7
IRAK	30,234	40,662	34.5	337,564	3.0	394,010	3.1	16.7
DANİMARKA	43,674	37,979	-13.0	328,747	2.9	361,776	2.8	10.0
ABD	38,344	45,487	18.6	287,654	2.5	304,452	2.4	5.8
POLONYA	37,167	43,284	16.5	212,451	1.9	301,493	2.4	41.9
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>965,300</b>	<b>1,049,396</b>	<b>8.7</b>	<b>7,886,607</b>	<b>69.0</b>	<b>8,834,412</b>	<b>69.5</b>	<b>12.0</b>
BELÇİKA	32,035	31,070	-3.0	273,050	2.4	289,489	2.3	6.0
ROMANYA	31,031	57,219	84.4	154,930	1.4	283,191	2.2	82.8
RUSYA FEDERASYONU	39,594	35,431	-10.5	288,471	2.5	265,404	2.1	-8.0
SUUDİ ARABİSTAN	10,006	18,175	81.6	185,297	1.6	212,638	1.7	14.8
İSVEÇ	24,944	24,880	-0.3	199,835	1.7	208,110	1.6	4.1
UKRAYNA	37,505	36,968	-1.4	205,981	1.8	153,801	1.2	-25.3
İSRAİL	12,796	14,841	16.0	126,805	1.1	153,169	1.2	20.8
SLOVAK CUMHURİYETİ	12,283	15,595	27.0	83,857	0.7	139,271	1.1	66.1
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	10,571	10,866	2.8	96,884	0.8	100,817	0.8	4.1
LİBYA	5,945	6,932	16.6	84,763	0.7	99,406	0.8	17.3
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,182,010</b>	<b>1,301,373</b>	<b>10.1</b>	<b>9,586,480</b>	<b>83.9</b>	<b>10,739,709</b>	<b>84.5</b>	<b>12.0</b>
CEZAYİR	10,420	7,283	-30.1	103,391	0.9	99,104	0.8	-4.1
İSVİÇRE	9,766	12,572	28.7	99,791	0.9	96,242	0.8	-3.6
AVUSTURYA	12,980	11,330	-12.7	95,113	0.8	92,100	0.7	-3.2
ESTONYA	10,685	14,507	35.8	81,497	0.7	83,524	0.7	2.5
MISIR	3,106	6,505	109.4	65,329	0.6	81,294	0.6	24.4
YUNANİSTAN	9,636	10,098	4.8	69,368	0.6	81,079	0.6	16.9
ÇEK CUMHURİYETİ	9,262	7,990	-13.7	84,004	0.7	70,174	0.6	-16.5
TUNUS	2,896	10,116	249.3	38,672	0.3	69,403	0.5	79.5
FİNLANDİYA	6,085	10,829	78.0	41,655	0.4	67,544	0.5	62.1
SURİYE	1,768	4,728	167.4	25,065	0.2	67,023	0.5	167.4
KIRGIZİSTAN	8,060	13,053	61.9	62,648	0.5	65,757	0.5	5.0
NORVEÇ	9,405	6,623	-29.6	65,121	0.6	58,336	0.5	-10.4
KAZAKİSTAN	9,587	8,892	-7.2	83,411	0.7	57,459	0.5	-31.1
BULGARİSTAN	6,971	6,379	-8.5	58,181	0.5	53,591	0.4	-7.9
KANADA	5,888	6,489	10.2	46,356	0.4	43,241	0.3	-6.7
İRLANDA	4,872	5,593	14.8	36,997	0.3	42,116	0.3	13.8
ÜRDÜN	1,718	3,106	80.8	30,602	0.3	36,256	0.3	18.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,390	4,763	40.5	36,800	0.3	36,178	0.3	-1.7
BOSNA-HERSEK	4,349	6,596	51.7	22,671	0.2	34,900	0.3	53.9
İRAN	1,151	5,455	374.1	15,051	0.1	34,571	0.3	129.7
AZERBAYCAN	4,541	4,892	7.7	26,144	0.2	32,930	0.3	26.0
LÜBNAN	2,364	2,954	24.9	32,155	0.3	29,664	0.2	-7.7
KOSOVA	2,235	3,442	54.0	26,004	0.2	26,967	0.2	3.7
GÜRCİSTAN	2,953	5,716	93.6	21,325	0.2	26,192	0.2	22.8
FAS	1,491	3,016	102.3	21,100	0.2	25,939	0.2	22.9
KUVEYT	1,457	2,428	66.6	22,827	0.2	24,435	0.2	7.0
HIRVATİSTAN	2,219	3,151	42.0	15,227	0.1	23,823	0.2	56.5
MACARİSTAN	2,964	4,030	35.9	13,670	0.1	23,032	0.2	68.5
AVUSTRALYA	2,309	3,241	40.4	17,392	0.2	23,030	0.2	32.4
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,916	2,147	-26.4	24,731	0.2	22,901	0.2	-7.4
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,339,455</b>	<b>1,499,298</b>	<b>11.9</b>	<b>10,968,777</b>	<b>95.9</b>	<b>12,268,514</b>	<b>96.5</b>	<b>11.8</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	57,879	60,285	4.2	463,808	4.1	446,736	3.5	-3.7
AB (27) TOPLAMI	1,074,764	1,178,022	9.6	8,534,792	74.7	9,662,760	76.0	13.2
<b>TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONF. İHRACATI</b>	<b>1,397,334</b>	<b>1,559,583</b>	<b>11.6</b>	<b>11,432,585</b>	<b>100.0</b>	<b>12,715,250</b>	<b>100.0</b>	<b>11.2</b>



## TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2013 AĞUSTOS 1000 \$	2014 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2014 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 2014 DEĞİŞİM %
İTALYA	53,547	52,331	-2.3	540,431	9.9	611,740	10.4	13.2
RUSYA FEDERASYONU	86,665	72,080	-16.8	714,069	13.1	528,438	8.9	-26.0
ALMANYA	32,747	31,055	-5.2	280,023	5.1	296,484	5.0	5.9
İNGİLTERE	25,640	27,293	6.4	207,508	3.8	246,248	4.2	18.7
ROMANYA	22,199	23,595	6.3	206,533	3.8	229,445	3.9	11.1
İRAN	19,160	32,206	68.1	141,832	2.6	212,862	3.6	50.1
ABD	24,577	25,351	3.1	208,914	3.8	209,085	3.5	0.1
UKRAYNA	24,662	29,829	21.0	172,282	3.2	208,961	3.5	21.3
BULGARİSTAN	24,238	24,985	3.1	191,285	3.5	197,623	3.3	3.3
POLONYA	21,982	22,685	3.2	172,023	3.2	188,190	3.2	9.4
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>335,417</b>	<b>341,409</b>	<b>1.8</b>	<b>2,834,900</b>	<b>52.0</b>	<b>2,929,076</b>	<b>49.6</b>	<b>3.3</b>
MISIR	16,212	21,498	32.6	161,387	3.0	183,813	3.1	13.9
İSPANYA	18,137	18,051	-0.5	148,816	2.7	172,397	2.9	15.8
FAS	13,589	13,519	-0.5	145,183	2.7	146,445	2.5	0.9
İRAK	3,664	14,109	285.1	37,069	0.7	138,091	2.3	272.5
TUNUS	12,891	14,984	16.2	118,804	2.2	123,402	2.1	3.9
HOLLANDA	11,267	13,374	18.7	98,923	1.8	119,810	2.0	21.1
BELÇİKA	12,024	16,314	35.7	101,759	1.9	110,651	1.9	8.7
FRANSA	9,899	11,042	11.5	99,384	1.8	103,053	1.7	3.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	10,535	10,613	0.7	136,511	2.5	96,565	1.6	-29.3
YUNANİSTAN	7,398	7,951	7.5	87,146	1.6	94,322	1.6	8.2
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>451,033</b>	<b>482,864</b>	<b>7.1</b>	<b>3,969,881</b>	<b>72.8</b>	<b>4,217,623</b>	<b>71.4</b>	<b>6.2</b>
PORTEKİZ	12,775	7,958	-37.7	81,313	1.5	81,966	1.4	0.8
SİRBİSTAN	9,354	10,764	15.1	69,772	1.3	77,396	1.3	10.9
İSRAİL	8,096	7,196	-11.1	64,986	1.2	67,103	1.1	3.3
HONG KONG	6,334	7,705	21.6	66,173	1.2	62,386	1.1	-5.7
SUUDİ ARABİSTAN	5,543	7,013	26.5	57,133	1.0	59,782	1.0	4.6
MACARİSTAN	4,382	6,189	41.2	49,692	0.9	59,306	1.0	19.3
SURİYE	3,308	6,668	101.6	19,113	0.4	58,819	1.0	207.7
BREZİLYA	3,426	10,495	206.4	56,796	1.0	54,873	0.9	-3.4
CEZAYİR	6,806	7,689	13.0	60,640	1.1	54,862	0.9	-9.5
MOLDAVYA	2,053	4,340	111.4	14,551	0.3	44,703	0.8	207.2
MERSİN SERBEST BÖLGE	7,095	4,587	-35.3	47,116	0.9	44,561	0.8	-5.4
ÖZBEKİSTAN	3,077	6,003	95.1	34,569	0.6	43,845	0.7	26.8
LİTVANYA	3,895	4,537	16.5	32,152	0.6	42,437	0.7	32.0
BEYAZ RUSYA	4,571	4,670	2.2	55,893	1.0	42,090	0.7	-24.7
ÇEK CUMHURİYETİ	2,811	5,400	92.1	26,851	0.5	35,525	0.6	32.3
AVUSTURYA	2,808	3,634	29.4	27,132	0.5	30,493	0.5	12.4
MAKEDONYA	3,215	3,607	12.2	26,464	0.5	29,633	0.5	12.0
ÜRDÜN	3,887	3,138	-19.3	31,761	0.6	29,395	0.5	-7.5
LÜBNAN	2,872	4,387	52.7	22,070	0.4	29,314	0.5	32.8
LİBYA	3,935	1,003	-74.5	36,981	0.7	24,973	0.4	-32.5
KIRGIZİSTAN	1,772	4,615	160.4	15,528	0.3	24,160	0.4	55.6
GÜRCİSTAN	3,556	3,045	-14.4	18,606	0.3	23,418	0.4	25.9
AHL SERBEST BÖLGE	683	1,480	116.9	15,233	0.3	22,589	0.4	48.3
DANİMARKA	2,095	2,716	29.7	17,296	0.3	22,428	0.4	29.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,833	2,343	27.8	18,023	0.3	21,416	0.4	18.8
BANGLADEŞ	1,525	2,641	73.2	12,891	0.2	21,412	0.4	66.1
AZERBAYCAN-NAHÇİVAN	1,514	3,269	116.0	13,015	0.2	21,317	0.4	63.8
EGE SERBEST BÖLGE	1,190	1,486	24.9	23,242	0.4	21,062	0.4	-9.4
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,427	1,809	26.7	16,974	0.3	20,200	0.3	19.0
BOSNA-HERSEK	1,368	1,841	34.6	13,065	0.2	19,656	0.3	50.4
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>568,240</b>	<b>625,091</b>	<b>10.0</b>	<b>5,014,912</b>	<b>92.0</b>	<b>5,408,744</b>	<b>91.5</b>	<b>7.9</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	47,326	58,454	23.5	436,002	8.0	499,940	8.5	14.7
AB (27) TOPLAMI	277,032	290,677	4.9	2,453,245	45.0	2,745,364	46.5	11.9
<b>TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>615,566</b>	<b>683,545</b>	<b>11.0</b>	<b>5,450,914</b>	<b>100.0</b>	<b>5,908,684</b>	<b>100.0</b>	<b>8.4</b>

## GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2013 AĞUSTOS 1000 \$	2014 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2014 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	62,402	45,390	-27.3	308,771	25.6	243,497	20.1	-21.1
İTALYA	10,138	9,463	-6.7	92,086	7.6	110,825	9.1	20.3
ALMANYA	9,082	10,369	14.2	77,023	6.4	88,432	7.3	14.8
İRAK	5,484	7,751	41.3	73,268	6.1	81,515	6.7	11.3
İNGİLTERE	7,650	8,105	5.9	45,440	3.8	58,006	4.8	27.7
FRANSA	9,215	10,267	11.4	49,467	4.1	50,038	4.1	1.2
UKRAYNA	7,624	4,738	-37.9	44,407	3.7	42,257	3.5	-4.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	9,270	7,190	-22.4	51,046	4.2	40,973	3.4	-19.7
SUUDİ ARABİSTAN	1,616	2,621	62.2	32,872	2.7	30,059	2.5	-8.6
HONG KONG	4,614	3,529	-23.5	38,656	3.2	29,045	2.4	-24.9
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>127,096</b>	<b>109,424</b>	<b>-13.9</b>	<b>813,035</b>	<b>67.4</b>	<b>774,645</b>	<b>63.9</b>	<b>-4.7</b>
ABD	3,141	5,049	60.8	21,019	1.7	23,398	1.9	11.3
İSPANYA	2,472	3,959	60.1	13,159	1.1	17,521	1.4	33.1
BULGARİSTAN	1,196	2,055	71.9	15,186	1.3	14,893	1.2	-1.9
ROMANYA	1,301	1,164	-10.6	14,149	1.2	13,954	1.2	-1.4
HOLLANDA	1,607	1,725	7.3	14,136	1.2	13,236	1.1	-6.4
GÜNEY KORE	1,112	2,439	119.3	10,525	0.9	13,179	1.1	25.2
CEZAYİR	363	204	-43.8	8,791	0.7	13,105	1.1	49.1
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,832	1,613	-12.0	14,135	1.2	12,168	1.0	-13.9
LİBYA	1,352	489	-63.8	10,171	0.8	12,002	1.0	18.0
AVUSTURYA	1,008	866	-14.1	11,382	0.9	11,194	0.9	-1.7
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>142,481</b>	<b>128,988</b>	<b>-9.5</b>	<b>945,688</b>	<b>78.3</b>	<b>919,295</b>	<b>75.8</b>	<b>-2.8</b>
DANİMARKA	1,024	750	-26.8	8,430	0.7	11,117	0.9	31.9
AZERBAYCAN	1,070	1,488	39.0	10,165	0.8	10,743	0.9	5.7
KIRGIZİSTAN	1,187	976	-17.8	14,742	1.2	10,275	0.8	-30.3
İSRAİL	786	563	-28.4	7,323	0.6	10,182	0.8	39.0
YUNANİSTAN	512	968	89.2	6,825	0.6	9,638	0.8	41.2
İSVİÇRE	1,378	791	-42.6	11,133	0.9	9,582	0.8	-13.9
SURİYE	117	722	515.4	585	0.0	9,151	0.8	1,465.1
TÜRKMENİSTAN	786	1,053	34.0	7,947	0.7	9,010	0.7	13.4
TUNUS	155	776	401.3	3,965	0.3	8,915	0.7	124.9
İSVEÇ	923	889	-3.6	7,315	0.6	8,600	0.7	17.6
ÖZBEKİSTAN	279	525	88.4	5,913	0.5	8,339	0.7	41.0
SİRBİSTAN	564	1,208	114.4	4,332	0.4	7,240	0.6	67.1
BELÇİKA	1,402	1,222	-12.9	7,492	0.6	7,239	0.6	-3.4
POLONYA	526	804	52.9	6,078	0.5	7,063	0.6	16.2
KKTC	1,109	797	-28.2	7,156	0.6	6,752	0.6	-5.6
KAZAKİSTAN	1,417	811	-42.8	14,170	1.2	6,749	0.6	-52.4
GÜRCİSTAN	613	797	29.9	4,312	0.4	6,464	0.5	49.9
ESTONYA	676	961	42.1	5,118	0.4	6,417	0.5	25.4
İRAN	215	923	329.3	4,745	0.4	6,028	0.5	27.1
TACİKİSTAN	230	179	-22.3	6,172	0.5	5,683	0.5	-7.9
VIETNAM	181	650	260.1	2,227	0.2	5,670	0.5	154.6
MISIR	221	443	100.8	8,031	0.7	5,614	0.5	-30.1
YEMEN	192	231	20.5	5,163	0.4	5,187	0.4	0.5
ÜRDÜN	150	188	25.3	2,551	0.2	5,132	0.4	101.2
PORTEKİZ	56	618	994.5	1,827	0.2	5,086	0.4	178.3
HİNDİSTAN	133	551	315.1	2,403	0.2	4,947	0.4	105.9
ARNAVUTLUK	313	682	117.8	3,405	0.3	4,893	0.4	43.7
ÇEK CUMHURİYETİ	226	365	61.1	2,511	0.2	4,508	0.4	79.5
TAYVAN	48	947	1,884.0	1,219	0.1	4,488	0.4	268.1
BOSNA-HERSEK	280	589	110.0	2,570	0.2	4,060	0.3	58.0
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>159,251</b>	<b>151,454</b>	<b>-4.9</b>	<b>1,121,512</b>	<b>92.9</b>	<b>1,134,065</b>	<b>93.5</b>	<b>1.1</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	18,975	9,076	-52.2	85,609	7.1	78,681	6.5	-8.1
AB (27) TOPLAMI	61,222	56,144	-8.3	402,498	33.3	452,102	37.3	12.3
<b>TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI</b>	<b>178,226</b>	<b>160,530</b>	<b>-9.9</b>	<b>1,207,121</b>	<b>100.0</b>	<b>1,212,746</b>	<b>100.0</b>	<b>0.5</b>



## TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

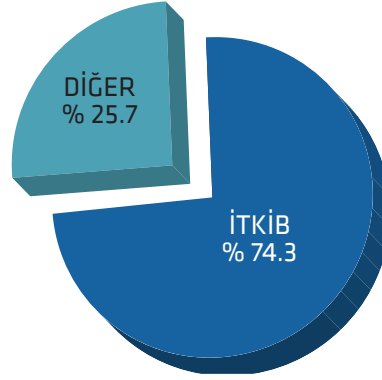
	2013 AĞUSTOS 1000 \$	2014 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM HALI'DA PAY %	2014 OCAK AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM HALI'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	13,495	21,969	62.8	247,765	17.9	267,456	18.0	7.9
ABD	13,702	17,160	25.2	135,338	9.8	168,865	11.4	24.8
LİBYA	10,290	1,437	-86.0	144,073	10.4	92,239	6.2	-36.0
ALMANYA	7,405	9,364	26.4	66,592	4.8	76,129	5.1	14.3
IRAK	20,028	14,243	-28.9	70,650	5.1	74,337	5.0	5.2
BAE	3,923	5,046	28.6	43,013	3.1	51,329	3.5	19.3
İNGİLTERE	3,095	5,624	81.7	33,944	2.4	51,272	3.4	51.0
MISIR	1,593	3,858	142.2	25,107	1.8	42,344	2.8	68.7
ÇİN	3,439	4,160	21.0	30,107	2.2	38,093	2.6	26.5
RUSYA FED.	5,123	4,126	-19.5	35,329	2.5	31,317	2.1	-11.4
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>82,093</b>	<b>86,986</b>	<b>6.0</b>	<b>831,920</b>	<b>60.0</b>	<b>893,380</b>	<b>60.1</b>	<b>7.4</b>
POLONYA	2,363	2,942	24.5	19,408	1.4	23,851	1.6	22.9
TÜRKMENİSTAN	2,668	3,484	30.6	21,673	1.6	23,255	1.6	7.3
CEZAYİR	1,954	2,451	25.4	16,105	1.2	20,736	1.4	28.8
MACARİSTAN	422	1,311	210.9	9,844	0.7	20,327	1.4	106.5
JAPONYA	1,398	2,550	82.4	23,685	1.7	20,133	1.4	-15.0
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	4,025	2,840	-29.4	21,780	1.6	19,118	1.3	-12.2
İTALYA	1,149	1,495	30.1	14,652	1.1	18,826	1.3	28.5
BELÇİKA	1,573	1,933	22.9	19,878	1.4	17,852	1.2	-10.2
TACİKİSTAN	3,345	3,234	-3.3	22,717	1.6	17,835	1.2	-21.5
ROMANYA	2,068	2,652	28.2	15,226	1.1	17,825	1.2	17.1
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>103,057</b>	<b>111,878</b>	<b>8.6</b>	<b>1,016,888</b>	<b>73.3</b>	<b>1,093,136</b>	<b>73.5</b>	<b>7.5</b>
İSRAİL	2,069	2,733	32.1	16,915	1.2	17,744	1.2	4.9
KUVEYT	1,711	1,109	-35.2	15,647	1.1	17,356	1.2	10.9
FRANSA	1,110	1,658	49.4	13,008	0.9	16,773	1.1	28.9
MALEZYA	1,300	1,167	-10.3	14,751	1.1	16,024	1.1	8.6
FAS	895	1,105	23.4	10,988	0.8	14,463	1.0	31.6
KAZAKİSTAN	3,174	1,722	-45.7	17,288	1.2	14,460	1.0	-16.4
AFGANİSTAN	930	1,775	90.9	11,616	0.8	13,525	0.9	16.4
İSVEÇ	1,219	1,297	6.4	10,564	0.8	13,085	0.9	23.9
AVUSTRALYA	811	1,252	54.4	10,299	0.7	12,478	0.8	21.2
UKRAYNA	3,385	1,137	-66.4	20,628	1.5	11,588	0.8	-43.8
KIRGIZİSTAN	3,242	1,980	-38.9	18,453	1.3	11,243	0.8	-39.1
İRAN (İSLAM CUM.)	722	1,890	162.0	6,546	0.5	11,166	0.8	70.6
ÜRDÜN	546	1,169	114.1	8,721	0.6	11,134	0.7	27.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	729	1,309	79.4	11,479	0.8	10,584	0.7	-7.8
YEMEN	1,060	814	-23.2	13,304	1.0	10,379	0.7	-22.0
KATAR	390	972	149.1	6,073	0.4	8,418	0.6	38.6
KANADA	555	606	9.2	8,700	0.6	8,122	0.5	-6.6
AVUSTURYA	592	933	57.7	5,603	0.4	7,726	0.5	37.9
İSPANYA	580	1,115	92.2	5,397	0.4	7,594	0.5	40.7
UMMAN	649	1,032	59.0	6,568	0.5	7,525	0.5	14.6
BOSNA-HERSEK	847	946	11.7	5,627	0.4	7,362	0.5	30.8
HOLLANDA	415	893	115.2	4,438	0.3	7,116	0.5	60.3
YUNANİSTAN	1,565	2,223	42.1	5,738	0.4	6,545	0.4	14.1
KOSOVA	321	577	79.6	5,653	0.4	6,458	0.4	14.2
ŞİLİ	793	845	6.5	5,855	0.4	6,303	0.4	7.6
LÜBNAN	1,413	2,822	99.7	5,654	0.4	6,195	0.4	9.6
HİNDİSTAN	423	724	71.4	4,885	0.4	5,965	0.4	22.1
BULGARİSTAN	475	623	31.2	4,941	0.4	5,371	0.4	8.7
PAKİSTAN	404	541	33.8	6,536	0.5	5,213	0.4	-20.2
MORİTANYA	220	275	25.0	3,435	0.2	4,919	0.3	43.2
<b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>135,602</b>	<b>149,122</b>	<b>10.0</b>	<b>1,302,199</b>	<b>93.9</b>	<b>1,395,971</b>	<b>93.9</b>	<b>7.2</b>
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	8,696	10,771	23.9	85,153	6.1	91,451	6.1	7.4
AB (27) TOPLAMI	25,737	36,083	40.2	254,035	18.3	309,527	20.8	21.8
<b>TOPLAM HALI İHRACATI</b>	<b>144,298</b>	<b>159,894</b>	<b>10.8</b>	<b>1,387,352</b>	<b>100.0</b>	<b>1,487,422</b>	<b>100.0</b>	<b>7.2</b>

# GÖSTERGELER

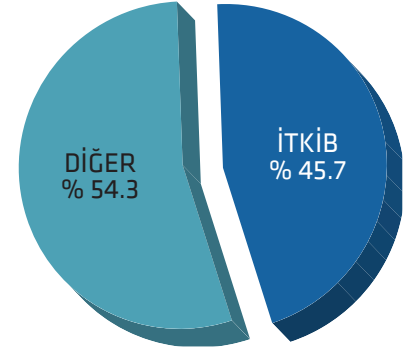
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI



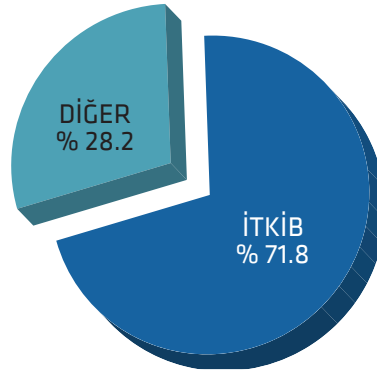
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



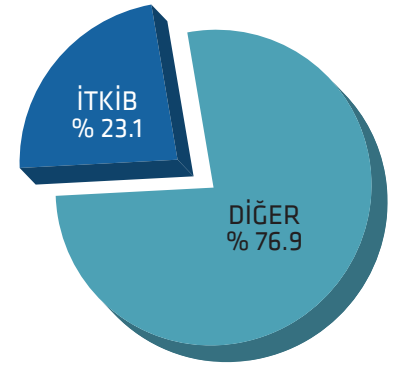
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



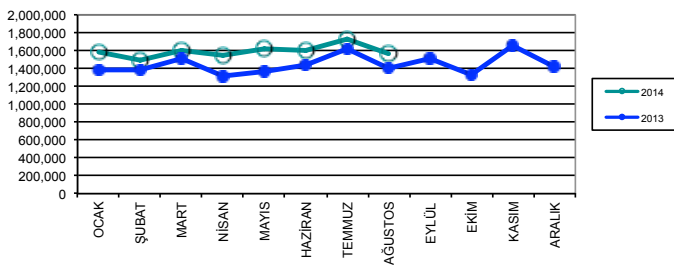
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMULLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



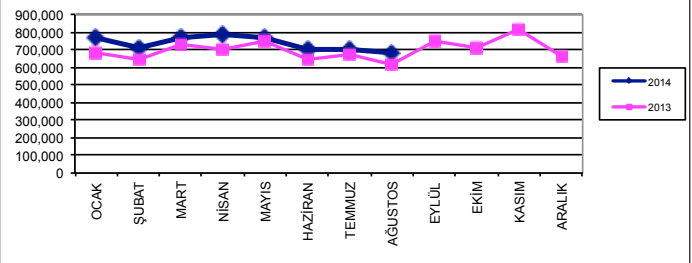
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



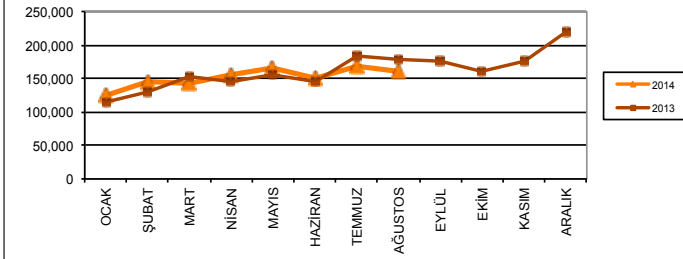
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



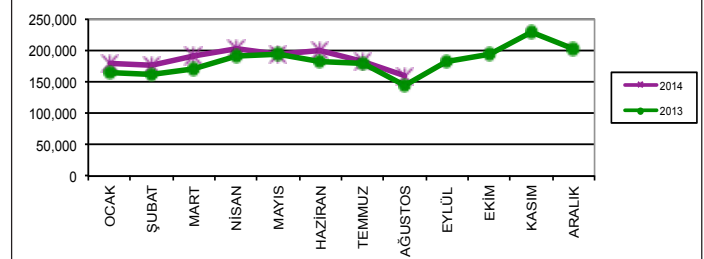
TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ

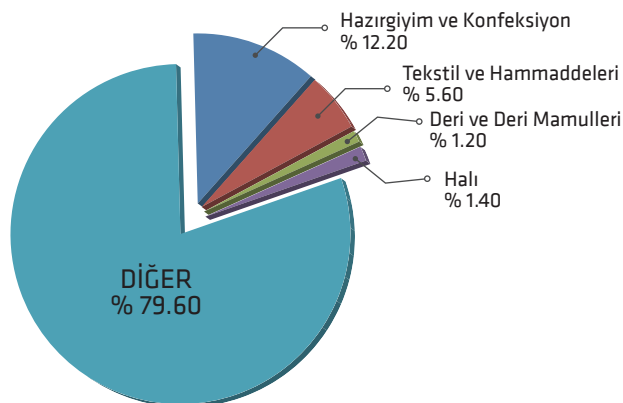




# SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI GÖSTERGELER

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$												
SEKTÖRLER	AĞUSTOS				OCAK-AĞUSTOS				SON 12 AYLIK			
	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay (14) (%)	2012/2013	2013 /2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)
<b>I. TARIM</b>	1,408,590	1,611,709	14.4	14.6	13,236,252	14,089,065	6.4	13.5	20,363,564	22,193,977	9.0	14.1
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	919,668	1,078,981	17.3	9.7	9,170,452	9,594,864	4.6	9.2	14,298,550	15,320,884	7.1	9.8
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	452,060	486,178	7.5	4.4	4,153,571	4,351,621	4.8	4.2	6,238,325	6,782,692	8.7	4.3
Yaş Meyve ve Sebze	95,305	104,432	9.6	0.9	1,307,764	1,344,808	2.8	1.3	2,190,052	2,388,014	9.0	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	107,880	119,860	11.1	1.1	815,677	910,202	11.6	0.9	1,281,920	1,424,517	11.1	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	94,981	94,210	-0.8	0.9	832,304	837,901	0.7	0.8	1,446,797	1,443,851	-0.2	0.9
Fındık ve Mamulleri	86,745	144,150	66.2	1.3	1,013,226	1,223,765	20.8	1.2	1,759,833	1,980,516	12.5	1.3
Zeytin ve Zeytinyağı	28,126	13,367	-52.5	0.1	332,784	157,700	-52.6	0.2	411,725	264,484	-35.8	0.2
Tütün ve Mamulleri	49,400	111,508	125.7	1.0	661,498	707,868	7.0	0.7	891,929	952,458	6.8	0.6
Süs Bitkileri	5,172	5,276	2.0	0.0	53,630	60,999	13.7	0.1	77,968	84,351	8.2	0.1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	158,340	186,080	17.5	1.7	1,265,946	1,501,593	18.6	1.4	1,892,479	2,223,801	17.5	1.4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	158,340	186,080	17.5	1.7	1,265,946	1,501,593	18.6	1.4	1,892,479	2,223,801	17.5	1.4
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	330,581	346,648	4.9	3.1	2,799,854	2,992,608	6.9	2.9	4,172,535	4,649,292	11.4	3.0
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	330,581	346,648	4.9	3.1	2,799,854	2,992,608	6.9	2.9	4,172,535	4,649,292	11.4	3.0
<b>II. SANAYİ</b>	8,712,914	9,078,899	4.2	82.0	77,760,889	82,388,608	6.0	78.8	116,609,727	123,649,689	6.0	78.7
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	938,090	1,003,969	7.0	9.1	8,045,386	8,608,852	7.0	8.2	12,129,898	13,088,998	7.9	8.3
Tekstil ve Hammaddeleri	615,566	683,545	11.0	6.2	5,450,914	5,908,684	8.4	5.6	8,192,054	8,845,664	8.0	5.6
Deri ve Deri Mamulleri	178,226	160,530	-9.9	1.4	1,207,121	1,212,746	0.5	1.2	1,808,524	1,947,863	7.7	1.2
Halı	144,298	159,894	10.8	1.4	1,387,352	1,487,422	7.2	1.4	2,129,320	2,295,471	7.8	1.5
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.</b>	1,424,472	1,433,205	0.6	12.9	11,470,113	11,896,164	3.7	11.4	17,553,643	17,857,331	1.7	11.4
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,424,472	1,433,205	0.6	12.9	11,470,113	11,896,164	3.7	11.4	17,553,643	17,857,331	1.7	11.4
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	6,350,352	6,641,725	4.6	60.0	58,245,390	61,883,592	6.2	59.2	86,926,186	92,703,360	6.6	59.0
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,397,334	1,559,583	11.6	14.1	11,432,585	12,715,250	11.2	12.2	16,874,659	18,642,768	10.5	11.9
Otomotiv Endüstrisi	1,263,007	1,268,663	0.4	11.5	13,758,301	14,976,950	8.9	14.3	20,281,768	22,521,776	11.0	14.3
Gemi ve Yat	189,231	109,749	-21.2	1.0	831,947	794,920	-4.5	0.8	1,057,581	1,126,564	6.5	0.7
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	884,232	857,380	-3.0	7.7	7,363,752	7,843,026	6.5	7.5	11,385,144	12,173,385	6.9	7.7
Makine ve Aksamları	386,714	459,694	18.9	4.2	3,760,003	3,998,799	6.3	3.8	5,566,890	6,033,448	8.4	3.8
Demir ve Demir Dışı Metaller	506,318	542,678	7.2	4.9	4,477,985	4,782,609	6.8	4.6	6,662,971	7,134,463	7.1	4.5
Çelik	927,133	959,553	3.5	8.7	9,438,091	9,032,559	-4.3	8.6	14,362,171	13,415,431	-6.6	8.5
Çimento Camı Seramik ve Toprak	250,244	247,620	-1.0	2.2	2,135,759	2,151,346	0.7	2.1	3,144,098	3,168,140	0.8	2.0
Mücevher	187,327	199,898	6.7	1.8	1,426,548	1,471,344	3.1	1.4	2,198,756	2,298,293	4.5	1.5
Savunma Sanayii	90,827	99,070	9.1	0.9	871,786	1,051,525	20.6	1.0	1,302,259	1,568,668	20.5	1.0
İklimlendirme Sanayii	311,599	330,032	5.9	3.0	2,674,622	2,988,308	11.7	2.9	3,989,474	4,512,794	13.1	2.9
Diğer Sanayi Ürünleri	6,386	7,804	22.2	0.1	74,011	76,997	4.0	0.1	100,414	107,630	7.2	0.1
<b>III. MADENCİLİK</b>	400,043	383,268	-4.2	3.5	3,348,595	3,160,528	-5.6	3.0	4,877,568	4,846,786	-0.6	3.1
Madencilik Ürünleri	400,043	383,268	-4.2	3.5	3,348,595	3,160,528	-5.6	3.0	4,877,568	4,846,786	-0.6	3.1
<b>TOPLAM (TİM)</b>	10,521,546	11,073,876	5.2	100.0	94,345,736	99,638,201	5.6	95.2	141,850,858	150,690,452	6.2	95.9
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					4,966,740	4,978,909	0.2	4.8	9,963,568	6,416,818	-35.6	4.1
<b>TOPLAM (TİM+TUIK)</b>	10,521,546	11,073,876	5.2	100.0	99,312,477	104,617,110	5.3	100.0	151,814,427	157,107,271	3.5	100.0

\* Son 12 aylık dönem için ilk 11 ay TUIK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.  
\* Ocak-Ağustos dönemi için ilk 7 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	2.5261
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

	2014 AYLIK DÖVİZ KURLARI	
	\$	€
1 Ocak 2014	2.1757	2.9797
1 Şubat 2014	2.2675	3.0612
1 Mart 2014	2.2225	3.0611
1 Nisan 2014	2.1531	2.9697
1 Mayıs 2014	2.1111	2.9246
1 Haziran 2014	2.0998	2.8573
1 Temmuz 2014	2.1232	2.9064
1 Ağustos 2014	2.1485	2.8771
1 Eylül 2014	2.1605	2.8381

## ADRESLER

**Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)**  
Tel: 0 212 454 04 90  
Faks: 0 212 454 04 13  
e-posta: tim@tim.org.tr  
İnternet: www.tim.org.tr

**BİRLİKLER**

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

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

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

**Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)**  
Tel: 0 442 214 11 85-86  
Faks: 0 442 214 11 89-90  
e-posta: daibarge@daib.org.tr  
İnternet: www.daib.org.tr

**Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB)**  
Tel: 0 462 326 16 01  
Faks: 0 462 326 94 01 - 02  
e-posta: dkib@dkib.org.tr  
İnternet: www.dkib.org.tr

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

**Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)**  
Tel: 0 342 211 05 00  
Faks: 0 342 211 05 09  
e-posta: gaib@gaib.org.tr  
İnternet: www.gaib.org.tr

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

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

**İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)**  
Tel: 0 212 454 00 00  
Faks: 0 212 454 00 01  
e-posta: immib@immib.org.tr  
İnternet: www.immib.org.tr

**Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)**  
Tel: 0 454 216 24 26  
Faks: 0 454 216 48 42  
e-posta: kib@kib.org.tr  
İnternet: www.kib.org.tr

**Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)**  
Tel: 0 312 447 27 40  
Faks: 0 312 446 96 05  
e-posta: info@oaiib.org.tr  
İnternet: www.oaiib.org.tr

**Uludağ İhracatçı Birlikleri (UIB)**  
Tel: 0 224 2191000  
Faks: 0 224 2191090  
e-posta: uludag@uib.org.tr  
İnternet: www.uib.org.tr

**DERNEKLER**

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

**Ankara Giyim Sanayicileri Derneği**  
Tel: 0 312 473 70 75 (pbx)  
Faks: 0 312 473 70 77  
e-posta: info@agsd.org.tr  
İnternet: www.agsd.org.tr

**Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)**  
Tel: 0 212 549 36 12  
Faks: 0 212 549 36 22  
e-posta: info@aysad.org  
İnternet: www.aysad.org

**Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)**  
Tel: 0 212 320 82 00  
Faks: 0 212 320 82 03  
e-posta: info@birlesmismarkalar.org.tr  
İnternet: www.birlesmismarkalar.org.tr

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

**Türkiye Denim Sanayici ve İşadamları Derneği (DENİMDER)**  
Tel: 0 212 550 39 92  
Faks: 0 212 550 39 92  
e-posta: info@denimder.com  
İnternet: www.denimder.org.tr

**Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)**  
Tel: 0 232 446 46 93  
Faks: 0 232 441 10 43  
e-posta: info@egsd.org.tr  
İnternet: 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-posta: info@igmd.org  
İnternet: www.igmd.org

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

**Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)**  
Tel: 0 212 516 90 52 - 53  
Faks: 0 212 458 12 50  
e-posta: lasiad@lasiad.org.tr

**Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)**  
Tel: 0 212 643 47 22  
Faks: 0 212 553 80 80  
e-posta: mesiad@mesiad.org.tr  
İnternet: www.mesiad.org.tr

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

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

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

**Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)**  
Tel: 0 007 495 514 13 74  
Faks: 0 007 495 514 13 75  
e-posta: info@rtib.com  
İnternet: www.rtib.com

**Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)**  
Tel: 0 212 557 07 07  
Tel: 0 212 557 29 64  
e-posta: tasiad@tasiadaksesuar.org  
İnternet: www.tasiadaksesuar.org

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

**Tescilli Markalar Derneği (TMD)**  
Tel: 0 212 245 69 29  
Faks: 0 212 249 27 87  
e-posta: info@tescillimarkalar.org.tr  
İnternet: www.tescillimarkalar.org.tr

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

**Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)**  
Tel: 0 212 438 65 15  
Faks: 0 212 438 65 16  
e-posta: info@tigsad.org  
İnternet: www.tigsad.org

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

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

**Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİRADE)**  
Tel: 0 212 272 69 81  
Faks: 0 212 275 51 36  
e-posta: info@turktrade.org.tr  
İnternet: www.turktrade.org.tr

**Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)**  
Tel: 0 212 639 76 56  
Faks: 0 212 451 61 13  
e-posta: tgسد@tgسد.org.tr  
İnternet: 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-posta: info@trisad.org  
İnternet: www.trisad.org

**Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)**  
Tel: 0 282 758 35 64  
Faks: 0 282 758 35 66  
e-posta: info@tttsd.org.tr  
İnternet: www.ttttsd.org.tr

**KURUMLAR**

**T.C. Ekonomi Bakanlığı**  
Tel: 0 312 204 75 00  
e-posta: info@ekonomi.gov.tr  
İnternet: www.ekonomi.gov.tr

**T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı**  
Tel: (312) 201 50 00  
Faks: (312) 219 67 38  
www.sanayi.gov.tr

**Gümrük ve Ticaret Bakanlığı**  
Tel: 0 312 306 87 59-60  
Faks: 0 312 306 87 65  
www.gtib.gov.tr

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

**Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)**  
Tel: 0 312 595 28 00  
Faks: 0 312 368 07 15  
e-posta: kos@kosgeb.gov.tr  
İnternet: www.kosgeb.gov.tr

**Rekabet Kurumu**  
Tel: 0 312 291 44 44  
Faks: 0 312 266 79 20  
e-posta: webmaster@rekabet.gov.tr  
İnternet: www.rekabet.gov.tr

**Sosyal Güvenlik Kurumu**  
Tel: 0 312 207 80 00  
Faks: 0 312 457 81 00  
İstanbul: 0 212 252 05 00  
İnternet: www.sgk.gov.tr

**İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı**  
Tel: 0 212 453 82 00  
Faks: 0 212 523 60 66  
e-posta: mdakin@ivdb.gov.tr  
İnternet: www.ivdb.gov.tr

**SENDİKA ve ODALAR**

**DİSK Tekstil Sendikası**  
Tel: 0 212 637 29 00  
Faks: 0 212 637 29 09  
e-posta: basinyayin@disktektstil.org  
İnternet: www.disktektstil.org

**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-posta: oziplik@oziplikis.org.tr  
İnternet: www.oziplikis.org.tr

**Tekstil Mühendisleri Odası**  
Tel: 0 232 462 77 16  
Faks: 0 232 462 76 48  
e-posta: tmo@tmo.org.tr  
İnternet: www.tmo.org.tr

**Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası**  
Tel: 0 212 344 07 77  
Faks: 0 212 344 07 66  
e-posta: info@tektstilveren.org.tr  
İnternet: www.tektstilveren.org

**T. Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (TEKSİF)**  
Tel: 0 312 431 21 70  
Faks: 0 312 435 78 26  
e-posta: info@teksif.org.tr

**VAKIFLAR**

**İHKİB Eğitim Vakfı**  
Tel: 0 212 454 01 65-66  
Faks: 0 212 454 03 92  
e-posta: vakif@itkib.org.tr  
İnternet: www.ihkibev.org.tr

**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-posta: info@turdev.org  
İnternet: www.turdev.org

**Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)**  
Tel: 0 232 488 61 23  
Faks: 0 232 488 61 00  
e-posta: targdev@targev.org.tr  
İnternet: www.targev.org.tr

**Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)**  
Tel: 0 212 227 06 05  
Faks: 0 212 227 07 05  
e-posta: info@turktektstilvakfi.com  
İnternet: www.turktektstilvakfi.com

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

**SERBEST BÖLGE**

**İstanbul Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (İSBI)**  
Tel: 0 212 468 22 00  
Faks: 0 212 465 00 09  
e-posta: info@isbi.com.tr

**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 18 87  
Faks: 0 216 394 12 68  
e-posta: desbas@desbas.com.tr

**İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü (İSBAŞ)**

Tel: 0 212 786 60 02  
Faks: 0 212 786 60 33  
e-posta: info@isbas.com.tr

**GÜMRÜKLER****İstanbul Gümrük ve Muhafaza Başmüdürlüğü**

Tel: 0 212 377 32 05  
Faks: 0 212 243 50 56

**Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 216 346 92 21  
Faks: 0 216 336 92 50

**Erenköy Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 216 364 29 75  
Faks: 0 216 364 29 85

**İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 216 394 18 87  
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 48 21  
Faks: 0 212 678 48 08

**Ambarlı Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 212 875 70 71  
Faks: 0 212 875 28 08

**A.H.L. Kargo Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 212 465 52 44  
Faks: 0 212 465 53 77

**A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 212 465 52 49  
Faks: 0 212 465 52 54

**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 79

**Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü**

Tel: 0 216 585 55 31  
Faks: 0 212 585 55 36



KINGDOM®

*Kingdom is dedicated in  
the best linen yarn*



**FİLOFİBRA 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](mailto:filofibra@filofibra.com.tr) - web: [www.filofibra.com.tr](http://www.filofibra.com.tr)  
[www.kingdom-china.com](http://www.kingdom-china.com)

One of the biggest  
suppliers of linen yarn  
in the world



# UNIVERSAL

İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No: 22 D İç Kapı No: 3B03  
Başakşehir / İstanbul - TURKEY

Tel: +90 212 671 03 74 (pbx) Fax: +90 212 671 03 75

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