

TÜRKİYE İÇİN BİRLİKTE ÜRETMEYE DEVAM EDECEĞİZ!

The Core Istanbul kapılarını açtı
32 Marka, 22 Tasarımcı dünyayı ağırladı

İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması
10'uncu yıla yakışır 10 finalist

İhracat işlemleri artık daha kolay
İhracatta e-fatura dönemi

ULUSAL YAS NEDENİYLE
MB FASHION WEEK
İSTANBUL
İPTAL EDİLDİ.

bullmer

cutting room technology

astajuki.com



Modanın Şampiyonu

- Tam otomatik parametrik ayarlanabilen kafa yağlama sistemi
- 8 cm'e kadar kumaş katı kesim yüksekliği
- Yeni dijital teknoloji sayesinde, Cutter'ın tamamına uzaktan erişim
- Yeni dijital teknoloji sayesinde, %20-30 arasında daha hızlı kesim
- Yüksek teknoloji ile düşük enerji ve işletme maliyetleri
- Çok hassas akıllı bıçak sistemi ile çok kaliteli kesim

PROCUT D 8001
SERİSİ

ASTAS JUKI

ASTAS ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

ASTAS PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL

Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) - Fax: (0212) 630 89 27

www.astas-cadcam.com

cadcam1@astasjuki.net

Reaktif dijital baskıda ve örme kumaşta en iyiye bizimle ulaşın

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



www.birlikorme.com.tr

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

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

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

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

E-mail: info@birlikorme.com.tr

YENİ HAYATINIZ
GERÇEKTEN
ÇOK YAKININIZDA!
ÇENGELKÖY'DE.

Villa • Rezidans • Çatı ve Bahçe Dupleks





ÇENGELKÖY
park
EVLERİ

444 2 866
cengelkoypark.com



14 DÜNYA THE CORE İSTANBUL'A GELDİ

İSTANBUL DÜNYA
MODASININ ÖNCÜ
İSİMLERİNİ AĞIRLADI

22



26 KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI 10'UNCU YILINA HAZIR

PV PARİS'İN YILDIZI
TÜRK KUMAŞI
OLDU

38



58 HEZARFEN İSTANBUL PROJESİ YÜRÜRLÜĞE GİRDİ

İHİB'DEN TURİSTİK
HALI MAĞAZALARINA
ZİYARET

82



AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN
KÜRESEL BULUŞMA
NOKTASI AYMOD

46

72 TÜRKİYE'NİN FARK YARATAN KADINLARI

SAHİBİ

İTKİB adına Bekir ASLANER

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, Mustafa BEKTAŞ

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
erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Ulaş YAVUZ
ulasyavuz@kucukmucizeler.com
Tolga ÇATAL
tolgacatal@kucukmucizeler.com

ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammed@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI-CİLT

Belmat Baskı
Telsiz Mah. 69/1 sok. No:25/5
Zeytinburnu / İSTANBUL
www.belmatbaski.com

DAĞITIM

Intermail

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

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

İLETİŞİM

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

LANSMANA ÖZEL OPEL FİLO
KİRALAMA FIRSATLARI



INSIGNIA

BİRİNCİ SINIF 1.6 DİZEL OTOMATİK

Yeni 1.6 Dizel Otomatik seçeneğiyle Insignia, sizi birinci sınıf bir yolculuğa davet ediyor. Kobilere özel avantajlı kiralama fırsatları ve lansmana özel kampanyaları kaçırmamak için bu davete kulak verin.

Opel İletişim Hattı
4446735
OPEL

opel.com.tr

* Ortalama yakıt tüketimi 3.9 - 4.3 lt / 100 km, ortalama CO₂ emisyonu 104 - 114 g/km



Wir leben Autos.

SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ KAPSAMINDA HAYATA GEÇİRİLEN EVRENSEL TEKSTİL TASARIM MERKEZİ'NDE ENGELLİ BİREYLERİN İHTİYAÇLARI DÜŞÜNÜLEREK KUMAŞ, GIYSİ VE DİĞER TEKSTİL TASARIMLARI YAPILACAK.



Evrensel Tekstil Tasarım Merkezi açıldı

İTÜ Evrensel Tekstil Tasarım Merkezi, İstanbul Kalkınma Ajansı'nın 2014 yılında Çocuklar ve Gençler Mali Destek Programı tarafından desteklenen Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi Projesi kapsamında kuruldu. İTÜ Gümüşsuyu Yerleşkesi'nde engelli bireylerin ihtiyaçları düşünülerek kumaş, giysi ve diğer tekstil tasarımlarının yapılacağı, numunelerin üretileceği merkezin açılışı Emine Erdoğan ve İTÜ Rektörü Prof. Dr. Mehmet Karaca, İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi tarafından 19 Ekim Pazartesi günü yapıldı. Açılışa öğretim üyeleri, tasarımcılar, engelli derneği temsilcileri ve tekstil sektöründen müteşebbisler de katıldı. Açılışın ardından Emine Erdoğan, merkezi ziyaret ederek, tasarım atölyeleri ve cihazlar hakkında bilgi aldı. İTÜ Evrensel Tekstil Tasarım Merkezi gelişmiş bir altyapıya ve son teknoloji üretim cihazlarına sahip merkez, 180 metrekare alan üzerine kuruldu. Merkezde, iplikten hazır giyime kadar pek çok alanda numune çalışması yapılabilecek. Örme Kumaş Laboratuvarı, Tekstil Terbiye Laboratuvarı, Fiziksel ve Kimyasal Testler Laboratuvarı olmak üzere üç ayrı laboratuvarın bulunduğu merkezde bir de Tekstil Tasarım ve Konfeksiyon Atölyesi yer alıyor. Merkezde, engelli bireylerin rahat kullanabileceği,

kolay giyilebilir, bakımı kolay, konforlu ve estetik değer taşıyan giysiler tasarlanacak ve numuneleri üretilecek. İTÜ'nün köklü mühendislik alt yapısından yararlanılarak elektronik, makine gibi farklı disiplinlerle de ortak çalışmalar yapıldı. Engelli, özel gereksinimli birey ihtiyaçlarına yönelik akıllı tekstiller ve yeni teknolojiler için araştırma ve uygulama çalışmaları da yapılabilecek merkezde 3 boyutlu vücut tarama sistemi ile vücut ölçülerinin alınması sağlanacak.

Tasarlanan kumaş ile giysilerin talep edilen konfor ve kalite testleri de merkezdeki mevcut teknoloji ile yapılabilecek. Emine Erdoğan, tasarımların insana hizmet eksenli planlanması gerektiğini belirterek, "Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi Projesi'ni bu nedenle çok önemsiyorum. Türkiye'de ilk kez böyle bir merkez açılıyor. İnşallah burada engelli kardeşlerimizin hayatını kolaylaştıracak kumaş üretimi ve tekstil tasarımı yapılacak" dedi.



5

AB'nin, bu yılın Ocak-Ağustos döneminde 53,5 milyar euroluk ihracat, 40 milyar euroluk ithalat gerçekleştirdiği Türkiye, birliğin 5'inci en önemli ticaret ortağı oldu.



Rusya ile tekstil ihracatı Moskova'da tartışıldı

Moskova'da düzenlenen Textilexprom Fuarı kapsamında Textilexpom fuar firmasının önderliğinde 23 Eylül'de düzenlenen yuvarlak masa toplantısına İTHİB adına İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ramazan Özpınar konuşmacı olarak katıldı. Toplantıya Textilexpom firmasının yöneticileri, Rusya tekstil üretici firmalarına tedarik proje yöneticileri, marka ve mağaza sahibi konfeksiyon üreticisi firma

yöneticileri, marka ve ürün yöneticileri ile moda tasarımcıları katıldı. Toplantıda Rusya adına yapılan aktarımlarda Türk tekstil üreticileri ile daha fazla işbirliği yapılmak istendiği, yılda 2 defa düzenlenen bu kumaş ve aksesuar fuarına daha fazla Türk firmasının katılmasının sağlanması gerektiği vurgulandı. Türkiye'den büyük tekstil firmaları ile direkt çalışmak istenildiği vurgulanarak,

sezon başlarında küçük miktar siparişlerin karşılanması hususu ve sevk öncesi gözetim firmalarıyla tanışmak ve sevk öncesi siparişlerin kontrolünün sağlanması noktaları dile getirildi. Toplantıda yaptığı konuşmada Rusya'nın Türkiye için önemli bir iş ortağı ve İtalya'dan sonra en çok tekstil ihracatı yapılan ikinci ülke olduğuna değinen İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ramazan Özpınar, Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi yakınlığı, tekstile yaptığı yoğun yatırım, yeni ve ileri teknoloji ile kalifiye eleman ve günün modasını hızlı üreterek hızlı teslimat yapan bir ülke olarak Rusya konfeksiyon üreticileri için bir şans olduğuna değindi. Özpınar toplantıda, Rusya'nın üretmediği kumaş ve aksesuarlardan Türkiye tarafından yapılan ithalata vergi alınmaması ve Rusya ile ticarete bürokratik engellerin kaldırılması gerektiğine vurgu yaptı. Rusya'daki firmaların finansman ve ödeme sorunlarını çözmesi gerektiğini belirten Özpınar, vadeli alımlarda akreditif açabilir duruma gelmelerinin şart olduğuna değindi.

ITMA'ya katılacak 4 öğrenci kura ile belirlendi

İTHİB desteği ile 12-19 Kasım 2015 tarihlerinde Milano'da yapılacak olan "ITMA 2015 Fuarı"na katılmak üzere gidecek İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü öğrencilerinden 4 kişinin seçimi 7 Ekim Çarşamba günü İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi'nde yapıldı. Dünyanın en önemli tekstil makineleri fuarı olan ve sadece 4 yılda bir düzenlenen İTMA Fuarı'na üniversite-sanayi işbirliği projesi çerçevesinde İTHİB tarafından, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesinden 2 akademisyen ile 4 öğrenci gönderilecek. Bu kapsamda anılan akademisyen ve öğrencilerin tüm konaklama, ulaşım ve seyahat giderleri üniversite ile sanayi alanındaki işbirliğinin artırılması, üniversite öğrencilerinin sektörün beklenti ve ihtiyaçlarını yerinde görmesi ve özümsemesi açısından İTHİB tarafından karşılanacak. Aynı fuara İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi'nden 4 öğrenci de İHKİB tarafından gönderilecek.



ITMA 2015'te gözler Stoll'ün üzerinde olacak

Bu yıl Milano'da 12-19 Kasım tarihlerinde düzenlenecek olan en önemli tekstil makineleri fuarı olan ITMA 2015'te ziyaretçiler Stoll standında farklı ve heyecan verici yenilikleri keşfetme fırsatı bulacaklar. Stoll Moda ve Teknoloji, her yıl dört Kapsül Koleksiyonu ile gelişen yenilikçi ve yaratıcı model koleksiyonu ile ünlü. Bu yıl yapılacak olan ITMA etkinliğinde ise koleksiyonlarla birlikte STOLL tasarım ekibi CMS 520 C+ multi-gauge makine tipinin E1,5.2 ve E2.2 incelikleri ile örülmüş ultra kalın örme ürünleri tanıtıma odaklanacaklar.





TÜRK DERİSİ, MİLANO'DA 6 MİLYON KİŞİYLE BULUŞUYOR

GEÇTİĞİMİZ YIL DUOMO KATEDRALİ'NE ASILAN DEVASA TÜRK DERİ REKLAMLARININ AVRUPA'DA YAKLAŞIK 6 MİLYON KİŞİ TARAFINDAN GÖRÜLDÜĞÜ TAHMİN EDİLİYOR. PROJENİN İKİNCİ AYAĞINDA TÜRK DERİSİNİ TANITAN REKLAM PANOLARI MODANIN KALBİ KONUMUNDAKİ MİLANO'DA DUOMO KATEDRALİ'NE GERİ DÖNDÜ.



Deri Tanıtım Grubu(DTG) Duomo Katedrali'ne 400 metreden dahi görülebilecek ilanlar verdi. Türk derisi ile İtalya'da ses getirmeyi planlayan DTG, tanıtım çalışmalarına ara vermiyor. Genç Türk tasarımcıların deri konfeksiyon ve ayakkabı modelleri ile yön verdiği tasarımlar, Avrupa'nın en önemli vitrininde sergilenmeye başladı. İlan billboardlarda Ekim ayı boyunca gösterimde kalacak.

Günde 210 bin kişi görecektir

Duomo Meydanı, aynı ismi taşıyan katedralle birlikte Milano'da turistlerin en çok ziyaret ettiği; gün içinde de en yoğun kalabalığın olduğu yer olarak biliniyor. Bu anlamda günde en az 210 bin, ayda ise 6 milyon kişinin katedralin üzerindeki ilanı görmesi tahmin ediliyor. İtalya'nın en büyük ikinci şehri olan Milano, aynı zamanda ülkedeki

moda, sanayi ve medyanın da merkezi durumunda... Milano, bütün önemli İtalyan moda markalarının flag ship mağazalarına ev sahipliği yapıyor.

Türk derisine İtalya'dan ilgi

İtalyan moda otoritelerinin kendilerine "Eğer bir gün Türkiye'den bir dünya markası çıkacaksa bu deri sektöründen olacak" dediğini belirtiyor Erdal Matraş. İtalyan derisinin dünyadaki algısının çok yüksek olduğunu söyleyen Matraş, lüks İtalyan markalarının Türk derisinin en önemli alıcıları arasında olduğunu belirtiyor. İtalya, Rusya'dan sonra Türk derisine en çok ilgi gösteren ikinci ülke. İtalya tanıtımları için hazırlanan ürün çekimlerini Türkiye'nin önde gelen moda fotoğrafçılarından Tamer Yılmaz gerçekleştirdi.

brother

at your side

S-7300A

“brother 'dan yeni nesil düz dikiş makineleri”



NEXIO

- İplik temizlemeye gerek kalmaması için geliştirilmiş çok kısa iplik kesme sistemi.
- Elektronik motorlu programlanabilir dişli kontrol sistemi.
- Yapılan ayarları USB ile başka makinelere aktarabilme.
- Kumaş kalınlığına göre otomatik devir kontrolü.
- Başlangıç ve bitişte sık dikiş özelliği.
- LCD ekran ve dahası...



Haluk ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

ABD'nin hazır giyim ile imtihanı

Atlanta'da, 4 Ekim tarihinde imzalanan TPP Anlaşması'nın, Asya-Pasifik bölgesindeki ticaretin gelişmesini olumlu yönde etkileyeceğine şüphe yok. Ayrıca bu anlaşma, bölgedeki yatırımların artmasına, yeni iş alanları açılmasına ve yaşam standartlarının yükselmesine de yardımcı olacak. Daha da önemlisi, Avustralya, Brunei, Kanada, Şili, Japonya, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur, ABD ve Vietnam'dan oluşan TPP ülkeleri, küresel ekonominin yüzde 40'ını oluşturuyor.

Hatırlayacaksınız, TPP müzakerelerinin bir an önce tamamlanması konusunda ABD özel bir çaba gösteriyordu. Nitekim en son turu geçtiğimiz haftalarda yapılan görüşmelerde, ABD Başkanı ve Japonya Başbakanı'nın, anlaşmanın mutlaka tamamlanması için şahsen devreye girdikleri biliniyor. Ancak, ABD'de bu anlaşmaya destek verenler kadar karşı olanlar da var. Kongre'nin bu anlaşmaya onay vermesinin kolay olmayacağı, devam eden tartışmalardan anlaşılabilir.

Anlaşmanın yürürlüğe girmesi için tüm taraf ülke hükümetlerinin parlamentolarından onay alması gerekiyor. Bütün bu işlemler, iyimser bir tahminle ancak önümüzdeki yıl tamamlanabilir.

Daha önceki yazılarımda, ABD'nin bir taraftan AB ile TTYO müzakerelerini sürdürürken diğer yandan TPP müzakerelerini yürüttüğüne işaret etmiştim. ASEAN, NAFTA ve MERCOSUR ticari bloklarını bir araya toplayacak olan TPP'nin, ABD için daha öncelik taşımasının birkaç nedeni var. İlki, ABD'nin TPP Anlaşması'nı bir an önce sonuçlandırarak, Çin'in Asya-Pasifik bölgesinde yükselişinin önünü kesmeyi amaçlıyor olması. Ayrıca ABD, bu anlaşmada yer alan hususları, TTYO görüşmelerinde müzakere pozisyonu olarak öne sürmeyi de planlıyor. ABD müzakere heyetinin bundan sonra AB ile yapacağı TTYO müzakerelerinde masaya daha güçlü ve rahat oturacağına şüphe yok.

TPP Anlaşması'nın, genel olarak Türkiye ekonomisine ve ayrıca tekstil ve hazır

giyim sektörlerimize olası etkilerinin detaylı olarak incelenmesi yararlı olacaktır. Bildiğiniz gibi fast food deyince akla ABD ve McDonald's, Burger King, Subway gibi markaları geliyor. Ama fast fashion konusunda Avrupa rakipsiz; burada önde gelen markalar ise H&M, ZARA, TopShop gibi markalar... Los Angeles'ta 1989 yılında kurulan "American Apparel-AA" isimli hazır giyim firması, bir süre önce ABD Vergi Dairesi'ne iflas başvurusu yaptığında, moda dünyası büyük bir şaşkınlık yaşadı. Kısa sürede büyük başarı yakalayan AA'nın, 2003 yılında ABD, Avrupa ve Asya'nın birçok ülkesindeki perakende satış mağazalarının sayısı 250'ye ulaşmıştı. Üretimini tümünü ABD'de gerçekleştiren bu firma, bir süre sonra yüksek maliyetler ve pazar koşullarına adapte olamama gibi nedenlerle rekabet gücünü yitirmeye başladı. Nitekim AA'nın işçilere ödediği saat başı ortalama ücret 12 dolarken, Çin'de üretim yapan GAP gibi firmaların ödedikleri saat başı ücret 40 sent düzeyinde bulunuyordu. Yani AA, yüksek maliyetler nedeniyle, kendi pazarına yakın olmanın avantajından yararlanamadı. Ama GAP'ın uyguladığı, Asya'da düşük maliyetli üretimin de yaratıcılık ve hızdan yoksun olduğu ortada...

Genç tüketiciler, düşük fiyatlı, dayanıklı olmayan ama günün modasını yansıtan, icabında bir kere kullanıldıktan sonra yenisi alınabilen türde giysileri tercih ediyor. Günümüzde hızlı ve modayı yansıtan üretim politikasını en iyi uygulayan firma ise Inditex (ZARA). Bu firma imalatının önemli bir kısmını İspanya ve Portekiz'de, geri kalanını dünyanın çeşitli ülkelerinde yapıyor. H&M ve TopShop da kalite olarak ZARA'nın biraz gerisinde ancak uyguladıkları fast fashion politikası onları da pazarda öne çıkarıyor.

Yüksek kaliteli olmayan ama tüketiciyi mağazaya çeken, ucuz fakat modayı yansıtan fast fashion'da ABD'nin, Avrupa'dan öğreneceği daha çok şey var.

ABD ile Asya Pasifik Ülkeleri (Trans Pacific Partnership- TPP) arasında beş yıldır devam eden müzakereler nihayet anlaşma ile sona erdi. ABD, Çin'in yükselişinin önünü kesebilmek için yürüttüğü mücadelede bir adım öne geçmiş gözüküyor.

Nebim V3 ERP'yi tercih eden önde gelen 100 marka

ABBATE	ALFABETA	altinyatak	ALTYILDIZ CLASSICS	ARC	ARZU KAPROL	ATALAR	atlas	batik	B&G store
BFG	BIRKENSTOCK	BILSAR	Bircho Brothers	CHIMA	CIVIL	Columbia	Coquet ACCESSORIES	dagi	
D'S damat	DAMAT TWEEN	darıbn	DSN SHOES & BAGS	ECCO Shoes for Life	EFOR	EMPORIO ARMANI	ender MAGAZLARI	ERAK	EVKUR ALIYERİS WERKZEUGE
EVRENSAAT	faik sönmez	Fakir	FOREVER NEW	Giovane Gentile	GUCCI	GSSTORE	HKN HAKANCANTA	HERRY	imza
I.D.	idilbaby	iqo	INTERSPORT	IPEKYOL	JOURNEY	KARACA	karaca	KET	KERAN
KOMPEDAN	Lee Cooper	lescon	Levi's	Lufian	MACHKA	MADAME COCO	marka park	MATA	MCS SHOES & BAGS
MENDO'S	TRIKO İHSİRLİ	NAKSİN	Opakoptik Opak Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	OpmaR Optik	ÖZKAN Tekstil	sanal	pames	PAMİDOR	PANÇO
Penti	PERSPECTIVE	PICASSU	POLOGARAGE	ROYAL	SARISUN carsi	SANOFONO	SW sport works	SILK & CASHMERE	SKECHERS
SPX	Sportime	STEFANEL	SUNSTOP	SUWEN	SÜVARİ	Tarbitoni	ARMEUZ	TERGAN	Tiffany
Timberland	TUDORS	TWIST	VEKEM	VIB	WHITE STONE	yali spor	YARGICI	YELSS ACCESSORIES	YİĞİT

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 alma, üretimden sevkiyata, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamalarda baştan sona entegre, kapsamlı, hızlı ve verimli kurgusuyla Nebim V3 ERP liderliğin yapı taşlarından biri olmayı sürdürüyor.

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

NEBİM

V3

NEBİM

TERÖRÜ LANETLİYORUZ

ANKARA'DA 10 EKİM CUMARTESİ GÜNÜ 102 VATANDAŞIMIZIN HAYATINI KAYBETMESİNE VE ÇOK SAYIDA VATANDAŞIMIZIN YARALANMASINA YOL AÇAN PATLAMALAR, TÜM TÜRKİYE'Yİ OLDUĞU GİBİ İHRACATÇILARI VE İŞ DÜNYASINI DA DERİNDEN ÜZDÜ. İHRACATÇILAR OLARAK TERÖRÜN TÜRKİYE'NİN HUZUR ORTAMINA VERDİĞİ ZARARI DA KAYGI VERİCİ BULUYORUZ VE MEDENİYETİN YEŞERDİĞİ BU TOPRAKLARIN TÜM DÜNYAYA KARDEŞÇE YAŞANACAĞINI GÖSTERECEĞİNE YÜREKTEN İNANIYORUZ. BU HAIN SALDIRIDA HAYATLARINI KAYBEDEN VATANDAŞLARIMIZA ALLAH'TAN RAHMET, YARALI VATANDAŞLARIMIZA ACİL ŞIFALAR, TÜM TÜRKİYE'YE BAŞSAĞLIĞI DİLİYORUZ.



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

Ortak bilinçle hareket etmeliyiz

Masum vatandaşlarımıza yönelik bu akıl ve vicdan yoksunu saldırıları gerçekleştiren kirli elleri, nefesimiz tükenene kadar lanetlemeye devam edeceğiz. Terörden dolayı, Türkiye'nin herhangi bir yerinde tek bir vatandaşımıza dahi zarar gelmeye kadar milletçe tek vücut olmalı ve terörü yaratan tüm faktörlere karşı ortak bilinçle hareket etmeliyiz.

Türkiye'yi Ortadoğu bataklığına çekemeyecekler

Büyük bedeller ödeyerek kurduğumuz ülkemizi kaosa sürüklemek, Ortadoğu'nun kan ve şiddet batağına çekmek isteyenlerin hain emellerinin hüsrarla sonuçlanacağına yürekten inanıyoruz. İş dünyasının temsilcileri olarak, daha çok çalışıp, daha çok üreterek, bu cennet vatan üzerinde oynamak istenen oyunlara izin vermeyeceğiz.



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB YK Başkanı



İSMAİL GÜLLE
İTHİB YK Başkanı

Birbirimize daha fazla sarılmalıyız

Ankara'da 10 Ekim'de meydana gelen patlamadan dolayı acımız büyük. Yaşanan terör olayında yaşamını kaybedenlerden dolayı milletimizin başı sağ olsun geride kalanlara ve bizlere geçmiş olsun diliyorum. Yaşadığımız bu zor günleri ancak birbirimize daha fazla sarılarak ve tutunarak atlatabiliriz.

Birliğimize inanmalıyız

Terör olaylarında hayatlarını kaybeden bütün vatandaşlarımızın kederli aileleri ve yakınlarına sabır, yaralılara acil şifalar diliyorum. Ülkemizin bir daha böyle bir acı yaşamamasını diliyorum, terörü bir kez daha lanetliyorum. Türkiye'nin bu zor günleri birlik ve beraberlikle kısa zamanda atlatacağına inancımız tam.



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB YK Başkanı



UĞUR UYSAL
İHİB YK Başkanı

İnancımız hiç azalmamalı

Ankara'da gerçekleşen katliamda hayatını kaybedenlerin yakınlarına başsağlığı yaralılara da şifa diliyorum. Ülkemizin içinde bulunduğu bu zor dönemde barışa, huzura, güvene olan inancımız hiç azalmamalı. Türkiye olarak bu zor zamanları birlik içinde, birbirimize inanarak atlatacağımıza inanıyorum. Ülkemizin huzur ve barışına yönelmiş bu saldırıyı lanetliyorum.

32 / 22 / 500
marka / tasarımcı / 'ün üzerinde
satın almacı



DÜNYA THE CORE

TÜRK MODA ENDÜSTRİSİ DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAN GELEN ALICILARLA THE CORE İSTANBUL'DA BULUŞTU. MARKA VE TASARIMCILARIN KOLEKSİYONLARINI TİCARİ FAALİYETE DÖNÜŞTÜRMEK AMACIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN ETKİNLİK İLE HAZIR GİYİM İHRACATINA BEŞ YILDA 500 MİLYON DOLAR KATKI YAPILACAĞI ÖNGÖRÜLÜYOR.



Marka ve tasarımcıların koleksiyonlarını ticari faaliyete dönüştürmek ve katma değeri yüksek ihracat sağlamak amacıyla gerçekleştirilen The Core İstanbul'da, Türk moda endüstrisi 14-16 Ekim tarihleri arasında dünyanın

dört bir yanından gelen alıcılarla buluştu. Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) tarafından bu yıl üçüncüsü düzen-

lenen The Core İstanbul, tarihi Bomonti Bira Fabrikası'nda kapılarını açtı. Üç gün boyunca moda severleri ve satın alma gruplarını ağırlayan etkinlikte, 32 marka ve 22 tasarımcının ilkbahar-Yaz 2016 koleksiyonları sergilendi. Etkinlikte yalnızca



ISTANBUL'A *GELDI*





tasarımcı firmaların yer aldığı değil, aynı zamanda İHKİB'in Ur-Ge projesi kapsamında yer alan Türk tasarımcı markaları da yer aldı. The Core İstanbul'un açılışına İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak, İHKİB Başkan Yardımcısı Volkan Atik, MTD Başkanı Mehtap Elaidi, İMA Direktörü Seda Lafçı ile hazır giyim sektörünün önde gelen isimleri katıldı. 40 ülkeden 500'ün üzerinde satın almayı marka ve tasarımcılar ile buluşturan The Core İstanbul'un hazır giyim ihracatına beş yılda 500 milyon dolar katkı yapacağı öngörülüyor.

Organizatör ülke Türkiye

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi açılışta yaptığı konuşmada, yıllık 19 milyar dolar ile Türkiye'nin en fazla ihracat yapan sektörlerinden biri olduklarını belirterek sadece The Core İstanbul ile 5 yıllık dönemde ihracata 500 milyon dolarlık ilave katkı sağlayacaklarını söyledi. Hikmet Tanrıverdi, 32 marka ve 22 tasarımcının İlkbahar-Yaz 2016 koleksiyonlarının Orta Doğu, Rusya, Türk Cumhuriyetleri, Almanya, İtalya, Fransa başta olmak üzere AB ülkeleri, Uzakdoğu, İran ve Orta Asya'dan gelen alıcıların beğenisine sunulduğunu söyledi. Türkiye'nin üretici ülke pozisyonunun yanına mutlaka "organizatör ülke" kimliğini de eklemesi gerektiğinin altını çizen Hikmet Tanrıverdi, sözlerini şöyle sürdürdü: "The Core İstanbul'da 40 ülkeden 500'ü aşkın satın almayı ağırladık. Hemen hepsi hazır giyim sektörünün global devleri

40 ülkeden 500'ün üzerinde satın almayı marka ve tasarımcılar ile buluşturan The Core İstanbul'un hazır giyim ihracatına beş yılda 500 milyon dolar katkı yapacağı öngörülüyor.

arasında bulunan satın alıcıları, ülkemizin önde gelen markaları ve tasarımcılarıyla buluşturduk. Hedefimiz hazır giyim ihracatımıza 5 yılda 500 milyon dolarlık ek katkı yapmak."

Odak nokta katma değerli üretim

2014'te, dünya ölçeğinde 538 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı yapıldığını hatırlatan Hikmet Tanrıverdi, Türkiye'nin bu pastadan sadece yüzde 3.4'lük pay alabildiğini ifade etti. İhracatının yüzde 70'ten fazlasını AB ülkelerine yapan Türkiye'nin burada da arzu ettiği payı yakalayamadığının altını çizen

Hikmet Tanrıverdi, "Çin ve Bangladeş'ten sonra AB'nin üçüncü hazır giyim tedarikçisiyiz. Ancak coğrafi ve kültürel yakınlığımızıza rağmen 82 milyar dolarlık AB pastasından sadece yüzde 13 pay alabiliyoruz. Hazır giyim için Amerika Birleşik Devletleri'nde 96 milyar dolarlık bir pazar var. Bu pazarda bize düşen pay, 500 milyon dolar bile değil" diye konuştu. Bugün 1 kilogram ihracat karşılığında 24 dolar döviz elde ettiklerini ifade eden Hikmet Tanrıverdi, "2023'te bu rakamı 50 doların üzerine çıkarmayı hedefliyoruz" dedi. Tanrıverdi, şöyle devam etti: "Bu hedefi yakalamak için moda-tasarıma ağırlık verip katma değerli üretime odaklanacağız. Zorlu rekabet koşulları nedeniyle fiyat tutturamayıp, içeride yapamadığımız üretimi 'organizatör ülke' olarak yurtdışına taşıyacak, ihracatımızı bu yöntemle de artıracaktır. Sektör olarak potansiyelimiz yüksek. Dünya pazarlarında bizim için fırsatlar var. Adedi artırmadan, tasarım ayağımızı güçlendirip, yüksek katma değerli üretim ile ihracatta önce 30 milyar dolar, ardından da 60 milyar dolar bandına çıkacağız." Türkiye'nin Avrupa Birliği ve Amerika'da varabileceği hedefin çok gerisinde olduğunu vurgulayan Hikmet Tanrıverdi, orta ve uzun vadede AB'deki payı ikiye, Amerika Birleşik Devletleri'nde ise dörde katlayacak alt yapıya sahip olduğunu sözlerine ekledi.

Markalar

- Alchera
- Avva
- Ayliz
- Ark İstanbul
- Brand Who
- Bandolera
- Bisa Collection
- Badıllı
- Damat Tween
- DB Berdan
- Different Diffusion
- Darya London
- Exen Leather / Artisanal
- Exquise Paris
- Ekria
- Fee Dan
- Fulyailkmen
- Formenti
- Giovane G. Designers
- Les Benjamins
- J'adore
- Mono Projects
- Mert İpek
- Outkast People
- Raşit Bağzıbağlı
- Port Royale
- Setre
- Sagaza
- 2Wins
- Urun
- Womma
- Zitzar



500'ün üzerinde satın almacıyı The Core İstanbul'a getiren İHKİB, etkinlikteki marka ve tasarımcılarla bir araya getirerek ticaret sinerjisi oluşturmayı hedefliyor.



Destekler boşa gitmiyor

The Core İstanbul'un açılışında konuşan Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak, etkinlikte gördüğü tasarımlarla gurur duyduğunu söyledi. Ekonomi Bakanlığı'nın verdiği desteklerin boşa gitmediğini ifade eden Veysel Parlak, "Hazır giyim ihracatındaki performansın yolunda gittiğini bizzat burada gördüm. Sektöre Bakanlığımız, Birliğimiz ve Moda Tasarımcıları Derneğimizle hep beraber destek veriyoruz. İhracatçılara, tasarımcılara verdiğimiz destekte her ay, her yıl ihtiyaca binaen değişiklik yapabiliriz" diye konuştu. Hem moda tasarım alanında hem de pazara giriş stratejisi olarak da kurgulanan Türkiye Ticaret Merkezleri'ne de değinen Veysel Parlak, "Artık hedef pazarların tabiri caizse kalbine

iniyoruz. Türk hazır giyim ihracatının da ne kadar rekabetçi olduğunu buralarda ispat etmiş olacağız. Tasarımcılarımızın, ihracatçılarımızın yanında olmaya, onlarla birlikte bu mücadeleyi vermeye devam edeceğiz" ifadelerini kullandı. "Koleksiyon yapmak bir yere kadar önemli ama bunu hangi kanallardan arzu ettiğiniz insanlara sunduğunuz, pazarladığınız da bir o kadar önemli" diye konuşan MTD Başkanı Mehtap Elaidi de "The Core İstanbul ile de bunu hedefledik. Birlikte yapılmış iyi çalışmanın sonucu olarak bugün buradayız. Hem Türkiye'nin tekstil sektörünün hem de tasarım markalarının aynı hızda ve eş zamanlı olarak ciddi bir ilerleme kaydettiğini görüyoruz. Bu da hepimiz için çok memnuniyet verici bir durum" değerlendirmesinde bulundu.



CEM ALTAN

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Etkinlikler Komitesi Başkanı

The Core İstanbul çok büyük ilgi gördü. Maalesef ülkemizde yaşanan terör olaylarından dolayı Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul düzenlenemedi. Burada tasarımlarını gösteremeyen tasarımcılar, The Core İstanbul içerisindeki showroom'larda gösterebildi. Showroom'a dönüştürülen alan yabancı alıcılar tarafından da ayrıca bir ilgi gördü. The Core sadece tasarımcılar için düzenlenen bir showroom değil, aynı zamanda İHKİB'in Ur-Ge projesi içerisinde yer alan altı firmamız da katıldı. Ziyaretçilerin görüşleri, etkinliğin çok olumlu geçtiği ve olumlu iş yaptıkları yönündeydi. Bunun dışında The Core'u biz daha da genişletmek istiyoruz. Türkiye'nin showroom'uyla başlayan bu çalışmayı fuara dönüştürebileceğimiz bir etkinlik haline getirmeyi düşünüyoruz. Paris, Düsseldorf, Londra gibi şehirlere taşıma gibi teklifler de aldık. Önümüzdeki günlerde bu teklifleri değerlendireceğiz. Moda Konferansı'nı da bir arada yaptığımız için ticari bir hafta geçirdik.

Tasarımcılar

- Aslı Filinta
- Bashaques'
- Çiğdem Akın
- Elif Cıgızoğlu
- Ece Gözen
- Giray Sepin
- Gülçin Çengel
- Hatice Gökçe
- Lug Von Siga
- Lady Faith
- Meltem Özbek
- Mehtap Elaidi
- Murat Aytulum
- Niyazi Erdoğan
- Nedo by Nedret Taciroğlu
- Nihan Peker
- Özlem Kaya
- Özlem Süer
- Raisa & Vanessa
- Tuğba Ergin
- Third
- Tuvanam

İHKİB'DEN DEV ALIM HEYETİ ORGANİZASYONU

THE CORE İSTANBUL İLE EŞ ZAMANLI OLARAK İTALYAN ALIM HEYETİ ORGANİZASYONU DÜZENLEYEN İHKİB, TÜRK ÜRETİCİLERLE İTALYAN MARKALARI BİR ARAYA GETİRDİ. TOPLAMDA 85 TÜRK ÜRETİCİ FİRMA VE 12 İTALYAN FİRMASININ KATILDIĞI ORGANİZASYONDAN TARAFLAR OLDUKÇA MEMNUN AYRILDI.

İHKİB, THE CORE İSTANBUL organizasyonu kapsamında; Ortadoğu Alım Heyeti, İnan Heyeti, Ortadoğu-BDT Alım Heyeti (Butik Alıcılar) ve Almanya Heyeti ile de alım heyetleri gerçekleştirdi.



James Goodwin
Good Queen

Yeni üreticilerle görüşmek firmam için çok ilginçti. Organizasyonda bazı şeyler benim için yeni. Gerçekten iyi ve güzel bir organizasyon oldu. Bir firma olarak bir sürü firma ile görüşme imkanı buluyorsunuz. Bu etkinlik hem İtalyan hem de Türk firmalar için iyi bir organizasyon.



Luana Montecchiani
Damela del Gobbo
Compagnia del Denim

Bizim için çok ilginç şirketlerle tanıştık. Bazı üreticiler bizim için daha çok ilgi çekici, bazıları ise daha az ilgi çekici fakat memnunuz. Daha önce Türkiye ile çalışmamıştık. İlk defa çalışma fırsatı bulduk.



Jason Pagano
Primadonna

Görüşmem çok iyi geçti. Oldukça ilginç firmalar var. Görüştüğüm firmalardan memnun ayrıldım. İtalyan pazarı için oldukça ilginç Türk üreticileri buldum. Özellikle kendi markamız için bu etkinliği başarılı buldum. Organizasyon çok iyi. Tekrar düzenlenirse çok memnun olurum.

Firmamız denim pantolon üzerine faaliyet gösteriyor. Sadece bir tane ofisimiz var. Bu yüzden Türkiye'yi sık sık ziyaret ediyorum. Firmalarla görüşmem olumlu geçti. Memnunuz.



Lavinia Turra
laviniaturra

Çok ilginç buldum. Uzun yıllardır bir şirketim var. İtalya'da üretim yapıyorum. İkinci üretimimizi yapmayı düşünüyoruz, bunun için Türkiye'deyiz. İkinci serimizi Türkiye'de yapmak için geldik. Burada birçok üretici ile görüştüm. Birkaç tanesi çok ilgimi çekti. Yüksek kalitede olduklarını anladım.



Fabio Sorbino
Gruppo Ggm Italia



Anıl Atasoy
Yılteks Konfeksiyon

Görüşmeler çok verimli geçti. İstedığımızı aldık. Biraz daha bizim firmamıza uygun müşteriler olsaydı daha iyi olurdu ama yine de verimliydi. Biz firma olarak kadın-erkek denim pantolon, non denim, chino tarzında, tween, gabardin pantolonlar üretiyoruz. Yıkamalı, parça boyama her türlü kadın-erkek ürünleri yapabiliyoruz. İHKİB'den bu tarz organizasyonların devamını istiyoruz. Kuzey Avrupa ülkelerine alım heyeti yapılmasını isterim. Danimarka, İsveç, Norveç gibi ülkelerde yeni markaların olduğunu biliyoruz. Almanya, Fransa da oldukça önemli bir pazar.

Alım heyeti yapılmasını istediği ülkeler: Kuzey Avrupa Ülkeleri (İskandinavya), Almanya, Fransa



Meltem Çetinkaya
Özlem Ergin
Zevigas Tekstil

Üç firma ile görüştük ve gayet güzel geçti. Normal şartlardaki görüşmeler 15'er dakika ile sınırlı olmasına rağmen burada öyle bir sıkıntı yaşamadık. Müşterilerin üçü de önümüzdeki hafta bize sketch yollamayı planladıklarını söylediler. Biz Zevigas Tekstil olarak zaten çok fazla bu tür organizasyonların içerisindeyiz. Mümkün olabildiği kadar hepsine katılıyoruz. Alım heyeti yapılması konusunda Avrupa ülkelerini tercih ediyoruz. İspanya çok büyük bir satın alma grubu. İskandinav grupları da fiyat olarak çok iyi alıcılar. Önceki yıllarda hep Almanya diye başlıyordu ama bu sene İspanya ve İskandinavya'ya yönelmekten yanayız.

Alım heyeti yapılmasını istediği ülkeler: Kuzey Avrupa Ülkeleri (İskandinavya), İspanya



Elia Penso
Dantel Pazarlama

Üç firma ile görüştük. Çok keyifliydi. Ürünlerimizi ve fiyatlarımızı beğendiler. Muhtemelen bir iş birliği yapacağız. Biz ilk defa bir alım heyetine katıldık. Şimdiye kadar pek inanmıyorduk bu tür organizasyonlara ama çok faydalı olacağına inanıyorum şu an. Bu tür etkinliklerin de devam etmesini çok istiyorum. Fransa ile alım heyeti yapılmasını isterim. Hollanda da olabilir. Özellikle Kuzey Avrupa ülkelerini tercih ederim. Çünkü kalite ve fiyat anlayışları firmamıza daha çok uyuyor. Firma olarak da Kuzey Avrupa ülkelerine çalıştığımız için tercihimiz bu ülkelerden yana.

Alım heyeti yapılmasını istediği ülkeler: Kuzey Avrupa Ülkeleri (İskandinavya), Fransa, Hollanda



Sengül Durbaş
Güzeller Tekstil

Görüşmelerimiz çok güzel geçti. Burada profesyonel insanlarla bir araya geldim. Görüşmelerden verimli sonuç alacağımı düşünüyorum. Çünkü karşınızdaki insan profesyonel olunca siz de ona göre hareket ediyorsunuz. Aynı dili konuştuğumuz için organizasyonu çok beğendim. Bu etkinlik İHKİB'in katıldığı ilk organizasyonu. Diğer organizasyonlarla karşılaştığım zaman çok verimli olduğunu düşünüyorum. İngiltere ve İrlanda ile alım heyeti yapılmasını isterim. Çünkü biz Güzeller şirketi olarak sadece kadın hazır giyimde pantolon ve etek yapıyoruz ve ürünlerimiz orta yaş grubuna hitap ediyor. Bundan dolayı coğrafik olarak soğuk ülkelerin kadınları bizim ürünlerimizi daha çok tercih ediyor. Amerika Birleşik Devletleri de olursa memnun oluruz. Ama tercihimiz ilk iki ülke.

Alım heyeti yapılmasını istediği ülkeler: İngiltere, İrlanda

Görüşmelerimiz iyi geçti. Buradan iyi iş çıkar. Burada müşteriler daha ciddi davranıyor. Biz esnafız, karşınızdaki alıcı konuştuğu zaman ne kadar mal alacak, ne yapacak anlıyoruz. İHKİB'i iyi takip ediyoruz. Bu tür organizasyonları takip etmek gerekiyor. Kesinlikle İran, Katar, Suudi Arabistan'a alım heyeti yapılmasını isterim. Birçok ülke ile çalışıyoruz; Güney Afrika, ABD, Rusya, İngiltere, Polonya. Türkiye tekstilde iş yapmak istiyorsa dört ülkeye odaklanmalı; İran, Suudi Arabistan, Katar, ABD. Alım heyetlerine sürekli katılıyoruz.

Alım heyeti yapılmasını istediği ülkeler: İran, Katar, Suudi Arabistan



İbrahim Biradlı
End Green Tekstil



Beş yılda 500 milyon dolar katkı

İHKİB'in The Core İstanbul ile eş zamanlı olarak gerçekleştirdiği alım heyeti organizasyonları taraf ülkelerin memnuniyeti ile sona erdi. İtalya'nın yanı sıra Ortadoğu, İran, BDT ve Almanya ile de alım heyeti düzenleyen İHKİB, ihracatı canlandırdı. 40 ülkeden 500'ün üzerinde satın almacıyı marka ve tasarımcılar ile buluşturan İHKİB, böylece hazır giyim ihracatına beş yılda 500 milyon dolar katkı yapmayı öngörüyor. "Hedefimiz hazır giyim ihracatımıza 5 yılda 500 milyon dolarlık ek katkı yapmak" diye ifade eden İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "40 ülkeden 500'ü aşkın satın almacıyı ağırladık. Hepsini hazır giyim sektörünün global devleri arasında bulunan satın almacıları, ülkemizin önde gelen markaları ve tasarımcılarıyla buluşturduk. Bugün 1 kilogram ihracat karşılığında 24 dolar döviz elde ediyoruz. 2023'te bu rakamı 50 doların üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. Bu tür alım heyeti organizasyonlarıyla bu hedefimize daha da yaklaşıyoruz" dedi.

Hangi ülkeye ihtiyaç varsa biz o ülkeye alım heyeti düzenleriz

Türk firmalarının alım heyeti organizasyonlarına ilgisinin önemine vurgu yapan Tanrıverdi, "Biz her zaman ihracatçı firmalarımızın yanındayız. Kim ihracatta sıkıntı yaşıyorsa hem



bana hem de çalışma arkadaşlarımıza kolaylıkla ulaşabilirler. Telefonlarımız her daim açık. Alım heyeti organizasyonuna katılan firmalarımızın katıldıkları ülke haricinde başka hangi ülkelere alım heyeti yapılmasını istiyorlarsa bizlere bildirmeleri önemli. Hangi ülkelere ihtiyaç varsa biz o ülkelere alım heyeti düzenleriz. Yeter ki

ihracat yapalım" şeklinde konuştu. The Core İstanbul kapsamında İtalya, Almanya, İran gibi ülkelerden alım heyeti getirdiklerini ifade eden Tanrıverdi, "Bu ülkelere yönelik ciddi çalışmalarımız var. Dünya hazır giyim ihracatı pastasından alacağımız payı bu tür organizasyonlarla daha da büyüteceğiz" dedi.

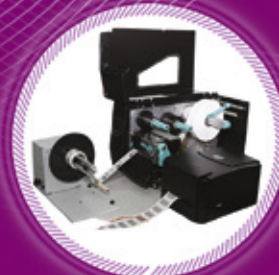


Alman Alım Heyeti

AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



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



ISO 9001:2008
LL-C
Certification
Edge No: 901236

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

8. İSTANBUL MODA KONFERANSI & 31. IAF DÜNYA MODA KONGRESİ

8. ISTANBUL FASHION
CONFERENCE & 31.
IAF WORLD FASHION

CONVENTION

EKİM / OCTOBER

ON ISTANBUL BOSPHORUS CONVENTION CENTER



İSTANBUL DÜNYA MODASININ ÖNCÜ İSİMLERİNİ AĞIRLADI

MODA DÜNYASININ LİDER İSİMLERİNİ BİR ARAYA GETİREN 8. İSTANBUL MODA KONFERANSI & 31. IAF DÜNYA MODA KONGRESİ, SEKTÖRÜN ŞİFRELERİNE AYNA TUTACAK İŞ MODELLERİYLE BÜYÜYEN MARKALARA İŞIK TUTTU.

Her yıl dünyaca ünlü markaların CEO ve Yönetim Kurulu Başkanlarını ağırlayan İstanbul Moda Konferansı bu yıl 8'inci kez düzenlendi. 14-15 Ekim tarihlerinde Hilton İstanbul Bosphorus'ta gerçekleşen konferans- ta dünya çapında önemli isimler, sektörün şifrelerine ayna tutacak iş modellerini ve büyüyen markaları değerlendirdi. Etkinlikte; Hugo Boss Markadan Sorumlu Genel Müdürü

Christoph Auhagen, TOPMAN Kreatif direktörü Gordon Richardson'ın yanı sıra sektörün önemli isimlerinden Intelligent Trade Finance yöneticisi Ansgar Huetten, Cotton Council International ve Cotton Incorporated Türkiye Program Direktörü Marsha Powell, IACDE Başkanı Roland Schuler, McKinsey Leader of the European Apparel, Fashion and Luxury GrupAchim Berg, Ahlers Group Yöneticisi Jan

Hilger ve Coface Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Belkis Alpergun gibi deneyimli isimler tecrübelerini paylaşarak, trendlerin ve moda akımlarının geleceğine dair öngöründe bulundular. Konferansın son gününde ise ABD, Almanya, Angola, Belçika, BAE, Bulgaristan, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Çin, Danimarka, Endonezya, Fas, Finlandiya, Fransa, Gana, Güney Afrika, Güney Kore, Gürcistan, Hırva-

tistan, Hindistan, Hollanda, Hong Kong, İngiltere, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada, Litvanya, Malezya, Meksika, Mısır, Nijerya, Norveç, Polonya, Romanya, Rusya, Singapur, Sri Lanka, Suudi Arabistan, Sırbistan, Suriye, Şili, Tanzanya, Ukrayna, Ürdün, Venezuela, Vietnam'dan gelen temsilcilerle Türkiye arasındaki olası işbirliği olanakları özel görüşmelerle, Türkiye'de ofisi bulunan yaklaşık 35 alım grubu temsilcisi ile gerçekleşti. Etkinliğin ilk gün açılış konuşmalarını, Ekonomi Bakanlığı Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, TGSD Yönetim Kurulu Başkanı Şeref Fayat, IAF Başkanı Rahul Mehta gerçekleştirdi.

Hazır giyim sektörü ihracatımızın mihenk taşlarından

“Sektör adına büyük firmaların bir araya geldiği, uluslararası bir platform yaratılması anlamında sektöre önemli katkılar ve pek çok imkan sağlayan bir organizasyon” diyerek sözlerine başlayan Ekonomi Bakanlığı Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım, 2014 yılının küresel krizin konuşulduğu bir yıl olduğunu, buna rağmen Türkiye'nin, 171 milyar dolar ihracat yapmayı başardığını söyledi. En önemli ticaret ortağımız olan Avrupa'ya yüzde 8.7 oranında ihracatımızı artırmayı başardığımızı ifade eden Adnan Yıldırım, “2015 yılı dünya ekonomisi anlamında da çok zor geçen bir yıl. Hazır giyim ihracatta lokomotif sektörümüz. Global ölçekte rekabet edebildiğimiz



ADNAN YILDIRIM
Ekonomi Bakanlığı Bakan Yardımcısı

“Hazır giyim sektörü global ölçekte rekabet edebildiğimiz ihracatımızın mihenk taşlarından biri. 2023 yılı için iddialı hedeflerimiz var.”

bir sektör. Mihenk taşlarından biri. 2023 yılı için iddialı hedeflerimiz var. Bunları gerçekleştirebilmek için canla başla çalışıyoruz. 500 milyar dolarlık hedefimiz var. Ülkemiz için önemli bir eşikte duruyor bu hedef. Moda Konferansı'nın sektörümüzü bir adım daha öteye taşıyacağına inanıyoruz” dedi.



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı

“The Core İstanbul ile İstanbul Moda Konferansı ve 31. IAF Dünya Moda Kongresi'ni aynı hafta içinde bütünleştirerek, sektörümüzdeki sinerjiyi zirveye taşıdık.”

Hazır giyim Türkiye'nin lokomotif sektörü

Konuşmasında Türk hazır giyim ve moda endüstrisi olarak aylardır İstanbul'da düzenleyecekleri küresel ölçekte dört organizasyona hazırladıklarını belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Eş zamanlı programladığımız İstanbul Moda Konferansı, The Core İstanbul, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul ve IAF'nın 31. Dünya Moda Kongresi ile dünya moda endüstrisinin dikkatlerini bir hafta boyunca ülkemize çekmeyi planladık. Gururlu ve heyecanlıydık. Ne yazık ki heyecanımıza, terörün gölgesi düştü. Başkentimiz Ankara, Cumhuriyet tarihimizin en kanlı terör saldırısına sahne oldu. 100 civarında canımızı kaybettik. Bugün üzüntülüüz, yastayız. Alçakça saldırıyı bir kez daha lanetliyorum. Yaşamını yitiren insanlarımıza Allah'tan rahmet, yakınlarına sabır ve başsağlığı, yaralılarımıza acil şifa diliyorum. Burada bilinmesini istediğim bir nokta var: Bu tür saldırılar çalışma azmimizi eksiltmez. Aksine bizleri daha da hırslandırır. Bu nedenle güçlü bir potansiyele sahip ekonomimizin bu süreçten olumsuz etkileneceğini düşünmüyorum” ifadelerini kullandı. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün üretimde, istihdamda, katma değerde ve ihracatta Türkiye'nin lokomotif sektörü olduğunun altını çizen Hikmet Tanrıverdi, “Geçen yıl 217 ülkeye ihracat yaptık. Ülkemize 18,7 milyar



Etkinlik alanında Koza Tasarım Yarışması finalistlerinin tasarımlarının sergilendiği özel bir showroom oluşturuldu.



ŞEREF FAYAT
TGSD Başkanı

"Bu yıl Ekim ayında konferansı yapma sebebimiz, iki dönem başkanlığını da yaptığımız IAF'ın Dünya Moda Kongresi'ni İstanbul'da yapmak istemesi."

dolar döviz kazandırdık. Firmalarımızın bavul ticareti olarak adlandırdığı ve özellikle Rusya ile Ortadoğu ülkelerine yönelik gerçekleştirdikleri 7-8 milyar dolarlık ihracatımız bu rakamın içinde yer almıyor" diye konuştu.

Türkiye küresel bir oyuncu

"Hazır giyim ve tekstil sanayi olarak ülkemizin öncü sektörüüz" diyen Hikmet Tanrıverdi, "1980 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı 2.9 milyar dolardı. Bugün hazır giyim ve konfeksiyon sanayi olarak tek başımıza yaklaşık 19 milyar dolar ihracat yapıyoruz. Tekstille birlikte toplam ihracatımız 28-29 milyar do-



RAHUL MEHTA
IAF Başkanı

"Her şeye rağmen işlere devam etmek zorundayız. İstanbul, eşsiz bir şehir. İstanbul'da ikinci kez Dünya Moda Kongresi'ni gerçekleştiriyoruz."

ları buluyor. Bu da bizi ülkemizin en büyük ihracatçı sektörü yapıyor" dedi. Türkiye'nin artık hazır giyim ve konfeksiyon endüstrisinde küresel bir oyuncu olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, dünyanın yedinci büyük hazır giyim ihracatçısı olduğumuzu söyleyerek, "Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılında, yani 2023'te 60 milyar dolarlık ihracat hedefini önümüze koyduk. Bu hedefi yakalamak için moda-tasarıma ağırlık verip katma değerli üretime odaklanacağız. Öte yandan "üretici ülke" pozisyonumuzun yanına 'organizatör ülke' kimliğimizi ekleyeceğiz. Zorlu rekabet koşulları nedeniyle fiyat tutturamayıp içerde

yapamadığımız üretimi yurt dışına taşıyacak, ihracatımızı bu yöntemle de artıracacağız. Bu süreçte üretim yaptığımız ülkelerle ilişkimizi daha da derinleştirip hedef çitımızı çok daha yukarılara koyacağız" diye belirtti.

Sektördeki sinerjiyi zirveye taşıdık

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği'nin bu yıl 8'incisine ev sahipliği yaptığı Uluslararası İstanbul Moda Konferansı'nı bu noktada çok önemseyen ifade eden Hikmet Tanrıverdi, şöyle devam etti: "Bugün, İHKİB'in öncülüğünde üçüncüsü düzenlenen The Core İstanbul'un da açılışını yaptık. The Core İstanbul'da 40 ülkeden 500'ü aşkın satın almacıyı ağırladık. Hemen hepsi hazır giyim sektörünün global devleri arasında bulunan satın almaları, ülkemizin önde gelen markaları ve tasarımcılarıyla buluşturduk. The Core İstanbul ile birlikte İstanbul Moda Konferansı ve 31. IAF Dünya Moda Kongresi'ni aynı hafta içinde bütünleştirerek, sektörümüzdeki sinerjiyi zirveye taşıdık. Ne var ki terör olayları nedeniyle yitirdiğimiz vatandaşlarımıza saygının bir ifadesi olarak Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'u iptal ettik. Ancak bir sonraki organizasyonda çok daha güçlü bir şekilde dünya moda endüstrisinin karşısına çıkacağız. O sinerji ile daha çok üretilen daha fazla katma değerli ihracat yapacağız." Sektör olarak Türkiye'nin potansiyelinin yüksek olduğunu söyleyen Tanrıverdi, 2014'te, dünya ölçeğinde 538 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıldığını ve Türkiye olarak bu pazardan yüzde 3.4 oranında bir pay aldığımız söyledi. Tanrıverdi, "İhracatımızın yüzde 70'ten fazlasını AB ülkelerine yapıyoruz. Çin



Etkinliğin açılışında konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, geçen yıl 217 ülkeye ihracat yaptıklarını ve ülkeye 18,7 milyar dolar döviz kazandırdıklarını söyledi.

ve Bangladeş'ten sonra AB'nin üçüncü hazır giyim tedarikçisiyiz. Ancak coğrafi ve kültürel yakınlığımıza rağmen 82 milyar dolarlık AB pastasından sadece yüzde 13 pay alabiliyoruz. Hazır giyim için Amerika'da 96 milyar dolarlık bir pazar var. Bu pazarda bize düşen pay, 500 milyon dolar bile değil. Bugün 1 kilogram ihracat karşılığında 24 dolar döviz elde ediyoruz. 2023'te bu rakamı 50 doların üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. Böylelikle adedi artırmadan, tasarım ayağını güçlendirip, yüksek katma değerli üretim ile ihracatta önce 30 milyar dolar, ardından da 60 milyar dolar bandına çıkacağız. Özetle söylemek gerekirse Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri'nde potansiyelimizin çok gerisindeyiz. Orta ve uzun vadede AB'deki payımızı ikiye, Amerika Birleşik Devletleri'nde üçe, dörde katlayacak alt yapıya sahibiz" diye belirtti.

Haksız rekabetin içindeyiz

İşlerin her zaman istenildiği gibi gitmediği de hatırlatan Hikmet Tanrıverdi, 2015'e Avrupa ve Rusya pazarlarındaki sıkıntılarla başladıklarını ve Euro ve Ruble'nin değer kaybının Türkiye'nin ihracat gelirine negatif yansıdığını belirtti. Tanrıverdi, yılın dokuz ayında tonaj olarak geçen yıla göre daha fazla ürün sattığı halde gelirin yüzde 12.3 azaldığını söyledi. "Bu kaybın büyük kısmının parite etkisinden kaynaklandığının altını çizmekte yarar görüyorum" diyen Tanrıverdi, şöyle devam etti: "2014'ün dokuz



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, IAF Başkanı Rahul Mehta ve iş adamları İstanbul Moda Konferansı öncesinde bir davette bir araya geldi.

ayında 14.4 milyar dolar olan ihracatımız, bu yılın aynı döneminde 12.6 milyar dolara geriledi. Bugün dünyada ticaretin kuralları değişiyor. Kur savaşlarına dikkat etmek gerekiyor. Halen üzerinde çalışılan Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması ve geçtiğimiz günlerde imzalanan ve bir yıl sonra uygulamaya geçecek olan Transpasifik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı gibi anlaşmalar ticaretin dengelerini değiştirecek. Gümrük vergi duvarlarının yüksekliği veya kaldırılması ticaretin yönünü belirleyecek. Bu noktada üretici ülkeler de değişebilir. Öte yandan Türkiye'de asgari ücret ve milli gelir yükseldikçe üretim yapmak her geçen gün zorlaşacak. Bu nedenle organizatör ülke olarak bu zorlukları aşmak durumundayız. Türkiye olarak biz eşit ve adil bir rekabette yanayız. Haksız bir rekabetin içinde kendimize yol açmak zorunda kalıyoruz. Bu eşitliğin sağlanabilmesi için sektör ve ülke olarak tüm dünya ile ortak çalışmaktan yanayız."

Her şeye rağmen devam etmek

8. İstanbul Moda Konferansı'nın açılışında konuşan TGSD Yönetim Kurulu Başkanı Şeref Fayat, konuşmasına başlamadan önce Cumhuriyet tarihimizin en kanlı terör saldırısına değinerek Ankara'da hayatını kaybedenlerin yakınlarına baş sağlığı diledi. Fayat, "Bu tür saldırıların bizi birbirimize daha da bağlayacağını düşünüyorum, terör gruplarının amaçlarına ulaşamayacağına inanıyorum" dedi. Her yıl Mayıs ayında düzenlenen konferansın bu yılki önemine de dikkat çeken Şeref Fayat, "Bu yıl Ekim ayında konferansı yapma sebebimiz, iki dönem başkanlığımı da yaptığımız IAF'ın Dünya Moda Kongresi'ni İstanbul'da yapmak istemesi. Bu sebeple iki önemli moda etkinliğine ev sahipliği yapıyoruz" diye konuştu. Türkiye'nin yaşadığı terör olayından ötürü derin üzüntü duyduklarını belirten IAF Başkanı Rahul Mehta, "Fakat her şeye rağmen işlere devam etmek zorundayız. İstanbul, eşsiz bir şehir. İstanbul'da ikinci kez Dünya Moda Kongresi'ni gerçekleştiriyoruz" dedi.



Soldan sağa: İHKİB'i temsilen IAF YK Üyesi Cem Altan, IAF Başkanı Rahul Mehta, TGSD Başkan Yardımcısı Murat Aydın.

Hikmet Tanrıverdi;
"Hazır giyim ve tekstil sanayi olarak ülkemizin öncü sektörüyüz. 1980 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı 2.9 milyar dolardı. Bugün hazır giyim ve konfeksiyon sanayi olarak tek başımıza yaklaşık 19 milyar dolar ihracat yapıyoruz."



DESIGN
INSPIRATION
FABRIC ART
WORK SHOP
INSPIRATION
DESIGN
INSPIRATION
FABRIC ART
WORK SHOP
INSPIRATION
WORK SHOP

İTHİB KUMAŞ

Tasarım Yarışması

10^{uncu} yılına hazır

FİNALİ 22 EKİM PERŞEMBE
GECESİ GERÇEKLEŞTİRİLECEK
OLAN 10'UNCU İTHİB KUMAŞ
TASARIM YARIŞMASI GÖRKEMLİ
SÜRPRİZLERLE DOLU. SEKTÖRE
GENÇ YETENEKLER KAZANDIRAN
YARIŞMA MERAKLA BEKLENİYOR.

Tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesine, özgün tasarımlar yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesine katkı sağlayan İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması, 2005 yılından bu yana yetenekli gençleri sektöre kazandırma ve özgün tasarımlara teşvik etme hedefi ile ilerliyor. 10'uncu İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması görkemli bir final ile 22 Ekim'de karşımıza çıkmaya hazırlanıyor. Final gecesinde İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması Jürisi tarafından belirlenen 10 tasarımcı adayı "Yine Yeni Yeniden Tasarla" yarışma mottosu ile dizayn ettikleri kumaşları sergileyecekler. Finalde, 10 finalistin üretilen 6 tasarımı özel bir sunum ile yerli ve yabancı basın mensupları, akademisyenler ve çalışanları ile tekstil sektörüne yön veren İTHİB üyelerinden oluşan jüriye ve seçkin davetlilere sunulacak. Katılımcılar yarışmaya dokuma, örme, baskı ve dokusuz yüzeyler olmak üzere dört üretim tekniğinden en fazla ikisiyle katılabilecek. 10 finalist; Ayşe Şahin, Bahriye Ölmez, Büşra Balota, Didem Taşdemir, Evrim Terkeşli, Kenan Saatçioğlu, Nilufer Ünay Çubukcu, Reyhan Polat, Serap

İTHİB KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI, 10'UNCU DÖNEMİNE YAKIŞACAK BİR FİNAL İLE 22 EKİM PERŞEMBE GECESİ TEKSTİL VE MODA DÜNYASINI BİR ARAYA GETİRECEK.

Aydemir, Ufuk Akkaya oldu. Finalistleri para ödüllерinin yanı sıra moda ve tasarım eğitimlerini destekleyici eğitim fırsatları ve fuar gezileri imkânı da bekliyor. Yarışmacılara verilen ödüller arasında; birinci olan yarışmacıya Ekonomi Bakanlığı destek ve onaylarıyla "Yurt dışı eğitim hakkı", ilk üç giren yarışmacılara, dünyanın en saygın ve kapsamlı kumaş ve moda fuarı Première Vision Fabrics Paris Fuarı'nı ziyaret, yurt içinde 6 ay dil eğitiminin yanı sıra birinci olan yarışmacıya 20 bin TL, ikinciye 10 bin TL ve üçüncüye 5 bin TL para ödülleri yer alıyor.

Sektöre yeni yıldızlar katacak

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, Türkiye'nin katma değere sahip kumaşlarda ön plana çıkmasında bu tür yarışmaların çok büyük rol oynadığına değinerek, tekstilin sanatın bir dalı gibi evrensel değer taşıdığını söyledi. Gülle, "Dünyanın her yerinde moda tasarımcıları her zaman en iyi kumaşın arayışı içinde. Bizim bundan sonraki hedefimiz kumaş tasarımında uluslararası platformda öncü olmak. 2005 yılından bu yana Türk tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesine, özgün tasarımlar yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesine, yetenekli gençleri sektöre hızla kazandırmak ve özgün tasarımlarla gençlerin hayallerini sektörün içine katarak sektörün dinamizmini artırmayı amaçlayan İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması bu yıl da sektöre yeni yıldızlar katacak" dedi.

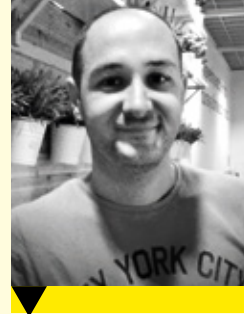
Üniversiteler ile yakın temas

Yıl içinde Türkiye'nin en yetkin üniversiteleri ile 10.Kumaş Tasarım Yarışması için tanıtım gerçekleştiren İTHİB, Türkiye'nin genç yeteneklerine böylece birebir seslenmiş oldu. İlginin oldukça yoğun olduğu ve rektör düzeyinde katılımların gerçekleştiği tanıtım etkinliklerinde İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Modacı Hakan Akkaya sunumlarıyla öğrencilere hem yarışma hakkında hem de nasıl bir yol izleyecekleri noktasında bilgi verirken, yarışmanın kendilerine sağlayacağı avantajlar konusunda da yol gösterici oldular. Kumaş Tasarım Yarışması'nı üniversiteli gençlere giderek tanıtımını gerçekleştiren İTHİB, hem etkinliğe katılım oranını artırmayı hem de gençlerin yarışma hakkında daha detaylı bilgi edinmelerini amaçladı. Yarışma kapsamında Hakan Akkaya'nın tasarladığı kostümlerle final gecesine katılacak adaylar, yarışmaya

ÖDÜLLER

1. 20 bin TL, Yurtdışı Eğitim Hakkı ve Première Vision Fabrics Paris ziyareti
2. 10 bin TL, Yurtiçinde 6 ay yabancı dil eğitimi ve Première Vision Fabrics Paris ziyareti
3. 5 bin TL, Yurtiçinde 6 ay yabancı dil eğitimi ve Première Vision Fabrics Paris ziyareti

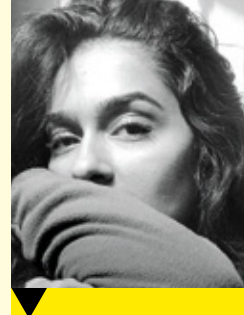
10 yetenekli finalist



KENAN SAATÇIOĞLU



NİLÜFER ÇUBUKÇU



REYHAN POLAT



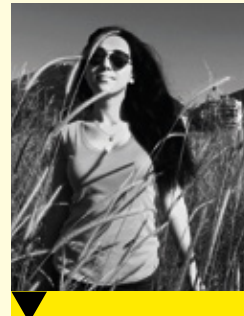
SERAP AYDEMİR



UFUK AKKAYA



AYŞE ŞAHİN



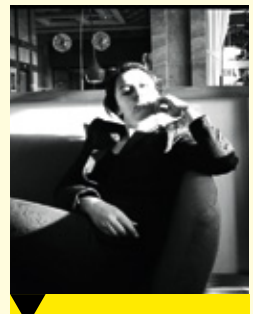
BAHRIYE ÖLMEZ



BÜŞRA BALOTA



DİDEM TAŞDEMİR



EVRİM TERKEŞLİ





İSMAİL GÜLLE
İTHİB YK Başkanı

hazırlık süresi boyunca da Akkaya'nın ofisinde kumaşın hazırlık evrelerine tanıklık ettiler. Bu yıl onuncusunu düzenlenecek olan Kumaş Tasarım Yarışması bütün üniversitelerin tasarım bölümlerinde daha da büyük bir heyecanla bekleniyor. Yarışmaya katılan gençleri ödüllendirdikten sonra terk etmeyen bu organizasyon, onları sektörün önemli fuarlarına götürüyor, yabancı dillerini geliştirmeye çalışıyor.

Yarışma sürprizler ile geliyor

Üniversite ziyaretleri kapsamında hem renk hem de sezon trendlerini öğrencilere anlatılmış ve ön bilgilendirme yapılmıştı. Genç tasarımcıların da bu bilgiler çerçevesinde yarışmaya daha bir azimli hazırlandıkları görülüyor. Tasarımcı adayların trendleri yakalama konusunda başarılı oldukları

Değerlendirme Esasları

- Tasarımcının yaratıcılık düzeyi
- Tasarımın özgünlüğü ve yeniliği
- Kumaş tasarımının uygulama tekniklerinin geliştirilebilirliği ve uygulanabilirliği
- Kumaş tasarımında malzeme seçimi ve malzeme tasarım uyumu
- Kumaş katma değerini artırıcı ve teknik özelliklerini geliştirici özelliği



görülürken, kısıtlama yapmamak için de yarışmada herhangi bir ana tema da belirlenmiyor. Genç tasarımcıların olabildiğince özgün olmaları için çalışılırken yarışmanın 10'uncu yılında daha değişik bir konseptin uygulanacağı da kaydediliyor. Yarışmanın 10'uncu yılına yakışacak etkinlik ve sürprizlerin 22 Ekim final gecesinde yapılacağı kaydediliyor.

Yaratıcı, özgün ve uygulanabilir tasarımlar

Final elemesinde, tasarımcının yaratıcılık düzeyi, özgünlüğü, yeniliği, kumaş tasarımının uygulama tekniklerinin geliştirilebilirliği ve uygulanabilirliği, kumaş tasarımında malzeme seçimi ve malzeme tasarım uyumu, kumaş katma değerini artırıcı ve teknik özelliklerini geliştirici özellikleri gibi esaslar baz alınarak değerlendirilmeler yapıldı. Seçilen 10 aday; kumaş tasarımında deneyimli tasarımcı ve/veya akademisyen önderliğinde özel ve kapsam-

lı bir çalışma sürecine girerek, hazırladığı portfolyolarını moda ve tekstil sektörüne daha yatkın hale getirdi. Bu aşamadan sonra koleksiyonlarını günümüz trend ve kumaş cinslerine uygun üretmelerini sağlamak amacıyla tasarımcılar, workshop'a tabi tutuldu. Bu süreçte tasarımcılar sunmuş oldukları tasarımlarını değiştirme, geliştirme ve farklılaştırma fırsatına da sahip oldu. Workshop sonrasında 10 finalistin tasarımlarının üretilmesi aşamalarında her bir yarışmacı için sektörden sponsor bulundu. Kumaş tasarımları İTKİB tarafından bulunacak sponsorlar tarafından üretilecek ve kumaşlar final gecesi özel bir sunumla sergilenecek. 22 Ekim Perşembe günü, İTKİB tarafından belirlenen jüri üyelerine; kazananların belirlenmesi amacı ile bir ön sunum yapılacak. Bu sunumda birincilik ödülünü hak kazanan tasarımcı belirlenecek. Oylama gizli yapıldıktan sonra değerlendirme ve sonuçlar final gecesinde açıklanacak.





Yenilik *emr*'inizde

EMR FERMUAR SAN. ve TİC LTD. ŞTİ.

www.emrfermuar.com fabrika@emrfermuar.com





İRAN'A İHRACAT İKİYE KATLANIYOR

SON DÖNEMDE TİCARET DÜNYASINDA YILDIZI PARLAYAN İRAN'IN İHRACAT KANADINDA ARALANAN FIRSAT KAPILARI GÖZ KAMAŞTIRIYOR. İRAN'A YILLIK 300 MİLYON DOLARIN ÜZERİNDE İHRACAT YAPAN TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜ PAZARDAKİ FIRSATLARI YAKALAMAK ÜZERE KOLLARI SIVADI.

İTHİB Başkanı İsmail Gülle başkanlığında Türkiye'den 30 tekstil firması 2-5 Ekim tarihleri arasında İran'a ticari işbirliği amacıyla ziyarette bulundu. İranlı tekstil ve hazır giyim firmaları ile yoğun temaslarda bulunan heyet, iki ülke arasında var olan kültürel ve coğrafi yakınlığın ticaretin gelişmesine köprü olacağı kanaatinde. İran'da tekstil alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri, ülkede sermaye anlamında bir sıkıntı olmadığını,

ancak İran'ın ambargo nedeniyle yıllarca üretim know how'ı ve teknoloji konusunda dünyanın çok gerisinde kaldığını söyledi. Türkiye'nin bu anlamda know how'ına, hammadde ve teknolojisine ihtiyaç duyduklarını anlatan liderler, "Yardıma ihtiyacımız var" çağrısında bulundu.

İran ile ticari ilişkiler gelişecek

Başkent Tahran'daki Espinas Otel Konferans Salonu'nda İTHİB tarafından düzenlenen

toplantıda konuşan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, ambargoların kalkmasından sonra iki ülke arasındaki işbirliğinin daha da artacağını ümit ettiğini söyledi. Gülle, "Birbiriyle tarih boyunca yan yana omuz omuza olmuş iki ülkenin ticaretini arttırmaları son derece doğaldır. Fakat bu İran'a yıllarca uygulanan ambargo nedeniyle engelledi. Ambargo kalktıktan sonra bundan sonraki sürecin daha iyi olacağına inanıyorum" ifadelerini kullandı. Türkiye'nin 20 yıl içerisinde tekstil ve hazır

İSMAİL GÜLLE, İRAN PAZARINDAKİ ETKİNLİĞİN ARTIRILMASI İÇİN TÜRKİYE’NİN DERNEKLER BAZINDA DEĞİL, BAKANLIK KAPSAMINDAKİ DAHA ETKİN BİR HEYETLE YER ALMASI GEREKTİĞİNİN ALTINI ÇİZDİ.

giyimde ciddi mesafeler kaydettiğini dile getiren Gülle şöyle konuştu: “Bu bizim için bir iftihar vesilesidir. Etrafımızdaki ülkelerde herkesin doğal gazı ve enerjisi var. Sadece biz bu enerjiden yoksunuz. Başlangıçta buna üzülmüştük. Fakat netice itibarıyla bu durum bizim başarılı insan profilimizin güçlenmesine sebep oldu. Bizim enerjimiz de sanayici ve ihracatçımız oldu. Türkiye’de koca bir endüstriyi meydana getirdiler. Bu önemli bir avantaj” dedi.

Türkiye ile İran arasında tarihi yakınlık olduğuna vurgu yapan İsmail Gülle, “Bugüne kadar bu yakınlığı yeterince değerlendiremedik. Bundan sonra bu yakınlığımızı değerlendirerek karşılıklı ticaret ve ilişkilerimizin artmasını istiyoruz. İnşallah buradaki karşılıklı görüşmelerde bu doğrultuda iş imkanları doğacaktır” şeklinde kaydetti. İran Tekstil Üreticileri ve ihracatçıları Birliği Başkanı Mehdi Yekta da yaptığı konuşmada, “Türkiye tekstil sektöründe İran’a ihracatını arttırmak istiyorsa kalitesiz mal göndermemeye ve kalitesini korumaya özen göstermelidir” dedi.

Hedef 500 milyon dolar

Türkiye, İran’a bu geçen yıl 315 milyon dolar tutarında tekstil ürünü ihraç etti. Bu rakamın bu yılın sonunda 500 milyon dolara ulaşması bekleniyor. İran’ın toplam tekstil ürünleri ithalatı ise yıllık 7 milyar dolar civarında. İTHİB Organizasyonunda düzenlenen ve iki gün süren etkinlik boyunca Türk Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları yaklaşık 200 civarında B2B görüşmesi ile İran’a yönelik ihracatımızın artırılması için



“İran, tekstil ihracatımızda beşinci büyük pazar konumunda. Birbirine tarih boyunca yana yana omuz omuz olmuş iki ülkenin ticareti de ambargonun kalkması ve Tercihli Ticaret Antlaşması’nın da etkisiyle daha fazla gelişecek.”

son derece verimli bir görüşme trafiği gerçekleştirildiler.

Bankacılık sistemine yönelik çalışma yapılmalı

Bundan sonraki süreçte iki ülke arasında bankacılık sisteminin çok daha doğru çalışmasını sağlayacak düzenlemelerin yapılmasına ihtiyaç olduğunu da değinen İsmail Gülle, “Bu yönden İran’a önemli görevler düşüyor. İran bizim 5’inci büyük pazarımız. Tercihli pazar çalışmasının tekstil sektörü-

ne katkılarıyla bu büyümekte olan pazarda ciddi bir gelişme içerisindeyiz. Bu sene diğer ülkelerde tekstil olmak üzere çeşitli alanlarda ihracatımızda düşüş yaşamamıza rağmen, burada artı sağladığımızı söyleyebilirim. İran, ticaretimizin artı verdiği ülkelere biridir. Biz buraya gelişiğidilerimizde bununla ilgili çok dönüş almıştık. Aralarında İran’a ilk defa gelen yaklaşık 50 iş adamıyla birlikte görüşmeler yapmak üzere Tahran’a gelmiş bulunuyoruz. Şu ana kadar bizden yardımlarını esirgemeyen sayın Cumhurbaşkanı ve Başbakanımıza teşekkür ediyorum. “ şeklinde konuştu.

Ambargonun etkisi kalkıyor

İran’ın Türkiye’nin hedef pazarlarından biri olduğuna değinen İTHİB Başkan Yardımcısı ve BTD Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Bilici, bu pazara yapılan ziyaret ile Türk tekstil firmalarının İran pazarında ki firmalar ile B2B görüşmeler yaptıklarını söyledi. Yaklaşık 150 İran firmasının görüşmelere katıldığını belirten Bilici, “Ticaret heyetinde yer alan 30 Türk firmasının her biri yaklaşık 15 firma ile görüşme fırsatı yakaladı. Beraber gittiğimiz firmaların geneli bu ziyaretten memnun olarak döndü. Bu pazara yönelik olarak 6 ayda bir bu tarz bir ticari ziyaret yapmanın doğru olacağı kanaatindeyim. İki ülke arasındaki ilişkiyi sıcak tutmak ve pazardan çıkmamak adına böyle bir proje yapmayı planlıyoruz. İran’da ambargonun etkisi



İTHİB ORGANİZASYONUNDA DÜZENLENEN VE İKİ GÜN SÜREN ETKİNLİK BOYUNCA TÜRK TEKSTİL İHRACATÇILARI YAKLAŞIK 200 CİVARINDA B2B GÖRÜŞMESİ İLE İRAN'A YÖNELİK İHRACATIN ARTTIRILMASI İÇİN SON DERECE VERİMLİ BİR GÖRÜŞME TRAFİĞİ GERÇEKLEŞTİRDİLER.



FATİH BİLİCİ
İTHİB Başkan Yardımcısı

"İran'a yönelik olarak altı ayda bir bu tarz ticari ziyaret yapmayı planlıyoruz. Böylece bu pazarla ilişkileri sıcak tutarak, pazardan da çıkmamış olacağız."

kalktıkça orada ciddi bir iş potansiyelinin açığa çıkacağı ortada. Biz de firma olarak da bu pazarda yeni bir başlangıç yaptık. Daha önce küçükte olsa ticari faaliyetimiz vardı. Bu ziyaretler ile yeni firmalar ile tanışmış olduk. İran'ın hem aksesuar hem de kumaş anlamında Türkiye'nin çok önemli bir pazarı konumuna kısa zamanda geleceğine inanıyorum" diyor.

En büyük avantaj tekstilde

İran pazarında tekstil sektörünün diğer bütün sektörlerden daha fazla ihracat fırsatları sunduğunu belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Ege Şimşek Etiket Yönetim Kurulu Üyesi Osman Ege, "İran pazarını Türkiye'nin 20 yıl önceki haline benzetiyorum. Laleli ve Osmanbey piyasasının eski haline benziyor bu Pazar. İran'da gördüğümüz kadınlarla bir üretim var ancak dışarı açılmadıkları için yeterli oranda kaliteli malzeme almak noktasında sıkıntı yaşıyorlar. Para transferi konusunda yaşanan sorunların çözülmesinden sonra dünyanın her tarafından özellikle kumaş ve yan sanayi ürünleri olarak daha fazla konfeksiyon üretimi yapacaklarını söyleyebiliriz. Tekstil sektöründe bu pazarda çok büyük potansiyel olduğunu düşünüyorum. Bu pazarda bu potansiyelin üzerine giderek devamını getirmemiz gerekiyor. Bundan sonra ticari heyetlerden ziyade bu pazara kapsamlı fuarlar ile yer almak gerektiğini dü-



OSMAN EGE
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

"İran, para transferi konusunda sorunlarını çözdükten sonra dünyanın her tarafından kumaş ve yan sanayi ürünleri olarak daha fazla konfeksiyon üretimi yapacak."

şünüyorum. Konfeksiyonda gelişmek isteyen bir pazarda tekstil için ortaya çıkan avantajları değerlendirmemiz gerekiyor. İlk defa gittiğim bir ülke olarak yaptığımız temaslardan sonucunda da iş bağlantısı yaptık. İran'da beklediğimden daha fazla modern ve yeniliğe insanlar ile karşılaştım" diyor.

Türkiye'yi iyi tanıyorlar

İran'ın yıllarca ambargo altında olan bir ülke olmasına rağmen halen Ortadoğu'nun birçok ülkesinden düzen, altyapı ve toplum davranışları olarak önde olduğunu söyleyen İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Diktaş Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Denizer, "Ambargonun kalmamasıyla beraber Amerika'daki bekleyen paraların İran'a yatırım ve altyapı olarak girmesiyle birlikte arayış çok hızlı şe-



MUSTAFA DENİZER
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

"İran, kontrollü, riske girmeden yapılacak satışla büyüme ihtimalinin olduğu bir pazar. Buraya kontrollü bir şekilde satışlarımız var."

kilde kapatacaklarına inanıyorum. Türkiye kadar nüfusa sahip olan İran, kendi pazarı için öyle ya da böyle tüm tekstil kalemlerinde üretime sahip, düşük kaliteli ama hacimli üretimini ağırlıklı olarak Uzakdoğu ülkelerinden başta Çin'den olmak üzere hammadde ve ara mamul olarak temin ediyor. Az da olsa üst kalite ihtiyaçlarını da Türkiye'de alıyor. Türkiye'deki bütün hammadde tedarik zincirini gayet iyi öğrenmişler. Tahtakale'den, Merter'e, Sultanhamam'dan Osmanbey'e kadar ufak, büyük toptancılar ve fabrikalara bilgi ve erişimleri var. Hatta Türkçe konuşmaları sayesinde bir adım öne geçebiliyorlar. Ödeme ve vadelerde Türk alıcılarının alamadığı ayrıcalıklara sahipler. İran ilerde ihracatta yönelirse bizim için daha cazip bir pazar olabilir. Yoksa son on senedir ne alıyorsa aynı şekilde devam eder. Yurtdışı alıcılar sayesinde ancak kaliteyi yakalarlar. Şirket olarak bizim el örgü ve çanta, ayakkabı sektörü için olan dikiş ipliklerinde büyük bir pazar var İran'da. Kontrollü, riske girmeden yapılacak satışla büyüme ihtimali olan bir pazar. Riskli gördüğümüzden dolayı kontrollü bir şekilde satışlarımız var" dedi.

Heyet, 6 tekstil birliği ile görüştü

İran'a giden 50 kişilik İTHİB heyeti 3 Ekim Cumartesi günü yaklaşık 200 kişinin katılımıyla açılış oturumu yaptı. Açılış oturumuna Tahran'ın yanı sıra diğer şehirlerin 6 tane

İran ile Türkiye arasında bankacılık sisteminin daha doğru çalışmasını sağlayacak düzenlemelerin yapılmasının gerektiğine vurgu yapılıyor.

TÜRKİYE, İRAN'A GEÇEN YIL 315 MİLYON DOLAR TUTARINDA TEKSTİL ÜRÜNÜ İHRAÇ ETTİ. BU RAKAMIN BU YILIN SONUNDA 500 MİLYON DOLARA ULAŞMASI BEKLENİYOR. İRAN'IN TOPLAM TEKSTİL ÜRÜNLERİ İTHALATI İSE YILLIK 7 MİLYAR DOLAR CİVARINDA.

tekstil birliğinin başkanları katılım sağladı. Heyet, 3 Ekim Cumartesi öğleden sonra ve 4 Ekim Pazar günü öğleye kadar ikili görüşmeler gerçekleştirdi. İlk görüşmeler için iki gün boyunca yaklaşık 150 adet İran'lı alıcı misafir edildi. Görüşmelerden, bayilik de olmak üzere siparişlerin de alındığı gözlemlendi. İran'a başka bir etkinlik düzenlenmesi konusunda; katılımcı firmaların yüzde 80'i tereddüt etmeden katılırsız derken, yüzde 20'si ise katılırsız demiş ve isteklerini belirtmişlerdir. "Heyet mi, fuar mı?" sorusunda katılımcı firmaların yüzde 90'ı heyet cevabı verirken, katılımcıların önemli bir bölümü salon düzenine fuar ortamına benzer şekilde iyileştirilmesini talep ettiler.

Tekstil ithalatının dörtte biri Türkiye'den İran'ın tekstil sektöründe en etkin sivil toplum kuruluşlarından biri olan İran Tekstil ve Hammaddeler Birliği'nin Başkanı Mehdi Yekta, ülkenin 6,5 milyar dolarlık tekstil ithalatı yaptığını açıkladı. Bu ithalatın yüzde 25'inin Türkiye'den gerçekleştirildiğini belirten Yekta, Türk firmalarıyla işbirliği yapmak istediklerini söyledi. Türkler açısından İran'da finansal yatırımın şart olmadığını altını çizen Yekta, Türk tekstilcilere, "Yatırım bizden teknoloji sizden" dedi. Yekta, "Burada Çin malları tercih edilmiyor. Yüksek kaliteli Türk ürünlerinin pazardaki şansı büyük" diye konuştu.

Türk malları lüks kategorisinde

İran kapalı ekonomisi nedeniyle yabancı markalara olan ilgisi çok yüksek bir ülke. Pazarda yabancı markaların hemen hepsinin sahte mağaza ve mallarını bulmak mümkün.



İran'da Türk malı ise lüks anlamına geliyor. Mağaza tabelalarında Türkiye'den getirilen ürünler lüks yazısıyla gösteriliyor. Ülkenin giyim üretiminde çoğunlukla Türk kumaşları kullanılıyor. İranlı tüketicinin yoğun ilgisini çeken Türk malı ürünler, Çin mallarına da meydan okuyor. İranlı işadamları, "Ülkemizde lüks ilgi büyük" diyor.

Daha etkili temaslar yapılmalı

Tahran'da iki gün süren ikili iş görüşmelerinde İranlılar Türk firmalarına yoğun ilgi gösterdi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İran'a birçok yabancı ülkenin üst düzey ziyaretler-

de bulunduğunu söyledi. Pazardaki etkinliğin artırılması için Türkiye'nin de dernekler bazında değil, bakanlık kapsamındaki daha etkin bir heyetle İran'a gelmesi gerektiğinin altını çizen Gülle, "İran Türkiye için çok büyük bir potansiyel taşıyor" diye konuştu.

İran'da tüketim alışkanlıkları değişiyor

İran tekstil sanayisi, ülkenin petrol üretimine bağlı olarak, ağırlıklı sentetik elyaf ve iplik üretimine dayanıyor. Giyim sektörüne yönelik kumaş üretimi, elyaf ve iplik üretimine göre çok daha düşük düzeyde bulunuyor. İran'da moda sektörü, kadınların çarşaf giyme zorunluluğu nedeniyle gelişmemiş. Bu durum hazır giyime yönelik kumaş üretimini olumsuz etkiliyor. Mevcut üretim tesislerinde ağırlıklı tek tip çarşaf üretimine uygun düz kumaşlar üretiliyor. Ancak son dönemde değişen tüketici tercihlerinin bir sonucu olarak İran'da giyim ve moda sektörüne olan talep artmaktadır. Kumaş üreticileri, pazardaki talebe bağlı olarak ev tekstiline yönelmiş durumda. Ülkedeki büyük kumaş üreticilerinin önemli bir bölümü aynı zamanda ev tekstili üretimi yapıyor. Ambargo döneminde, kumaş sektörüne yeni yatırımlar yapılamamış ve mevcut üretim tesisleri modernizasyona gidememişler. Özellikle boyalı ve baskılı kumaş üretiminde önemli bir açık bulunuyor İran'da. Sentetik elyaf ve iplik sektörü nispeten gelişmiş olan İran tekstil sektöründe, pamuk tedariki çoğunlukla Özbekistan'dan yapılmakta. Ülke-



de pamuk üretiminin kısıtlı olması özellikle pamuklu kumaş alanında üretimin zayıf kalmasında etkili olmaktadır.

İran'da tekstilde öne çıkan kentler

İran konfeksiyon ve moda sektörü, devlet sanayi politikası kapsamında teşvik ediliyor. Özellikle ambargo döneminde devlet, istihdam yaratmak gayesiyle konfeksiyon üretimine ağırlık vermiş. İran'da yaklaşık bin adet konfeksiyon üretimi yapan tesis ve atölye olduğu ifade ediliyor. İran'da tekstil ve konfeksiyon sektöründe üretimin ve ticaretin yoğunlaştığı şehirler Tahran ve İsfahan olarak öne çıkıyor. Devlet, tekstil boyama ve bitirme alanlarında ve konfeksiyon üretiminde yabancı yatırımcılara yönelik çeşitli teşvikler sağlamakta ve serbest bölgeler kurmakta. Tahran, imalat sanayinin yanısıra aynı zamanda bir ticaret merkezi konumunda. Tahran'da pazarın dinamiklerini kapalı pazar denilen şehrin trafiğe kapalı olduğu eski yerleşim alanındaki bölgede faaliyet gösteren firmalar belirlemekte. Bu firmalar arasında kumaş ithalatı yapan toptancılar, birçok üretici firmadan yüklü alımlar yaparak fiyat avantajı sağlamak ve ülke çapında konfeksiyon atölyelerine dağıtım yapmakta. Kapalı çarşıdaki mağazaların küçük ve bakımsız olduğu gözleniyor. Ancak hükümetin daha



ITHIB Başkanı İsmail Gülle, İran Tekstil Üreticileri ve İhracatçıları Birliği Başkanı Mehdi Yekta'ya bir plaket takdim etti.

fazla tüketim vergisi almasını engellemek ve alım güçleriyle diğer rekabetçi firmalar arasında dikkat çekmemek için, pazarda faaliyet gösteren toptancıların bina ve ofislerine yatırım yapmadıkları ve bilerek dekore etmedikleri tespit edilmiş. Kumaş ve diğer tekstil ürünlerinde faaliyet gösteren toptancıların ofislerinin kendilerine ait olduğu, bu toptancıların uzun yıllardır pazarda sabit olduğu tespit edilirken, hazır giyim ve konfeksiyon alanındaki toptancıların ofislerini çoğunlukla

kiraladıkları ve sabit bir ithalat yapmadıkları tespit edilmiştir. Konfeksiyon üretimi yapan büyük üretim tesislerinin Tahran çevresinde ve özellikle İsfahan'da olduğu tespit edilmiştir. Bu tesislerin kumaş ithalatını doğrudan kendisinin yaptıkları veya toptanılardan temin ettikleri tespit edilmiştir. Tebriz deri ürünleri gibi diğer imalat sanayi ürünlerinde öne çıkarken, Maşad ise dini kimliği nedeniyle Tahran'dan sonra İran'da en fazla turist çeken şehir olarak gösterilmekte.

2005-2011 arası
ortalama artış
% 17

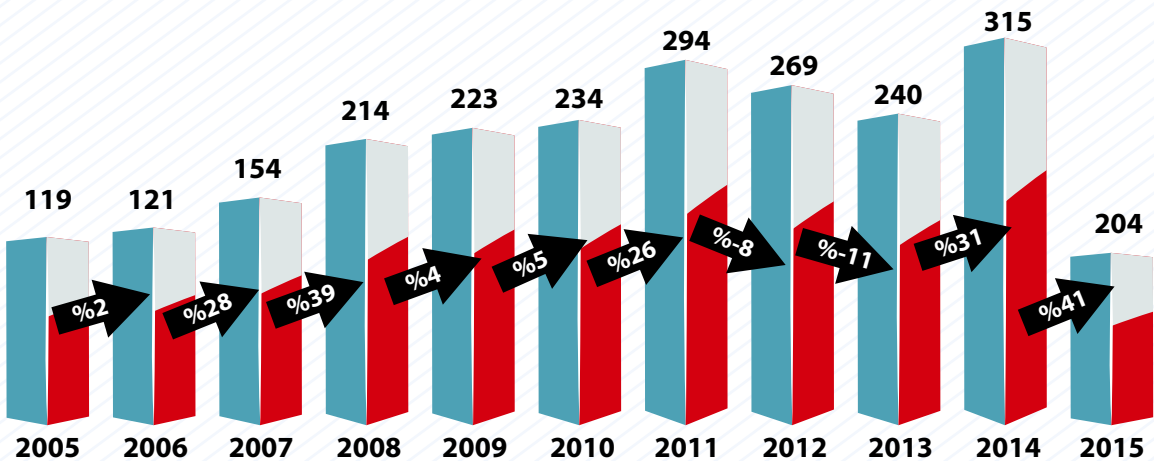
2009 Dünya
Ekonomik Krizine
rağmen
% 4 artış

2012-2013 Ambargo
dönemi ve ortalama
gerileme
% -10

2014'ten itibaren
hızlı artış

İRAN PAZARINA TEKSTİL İHRACATIMIZ

Birim = Milyon \$



İRAN TİCARET HEYETİ'NDE YER ALAN FİRMALAR

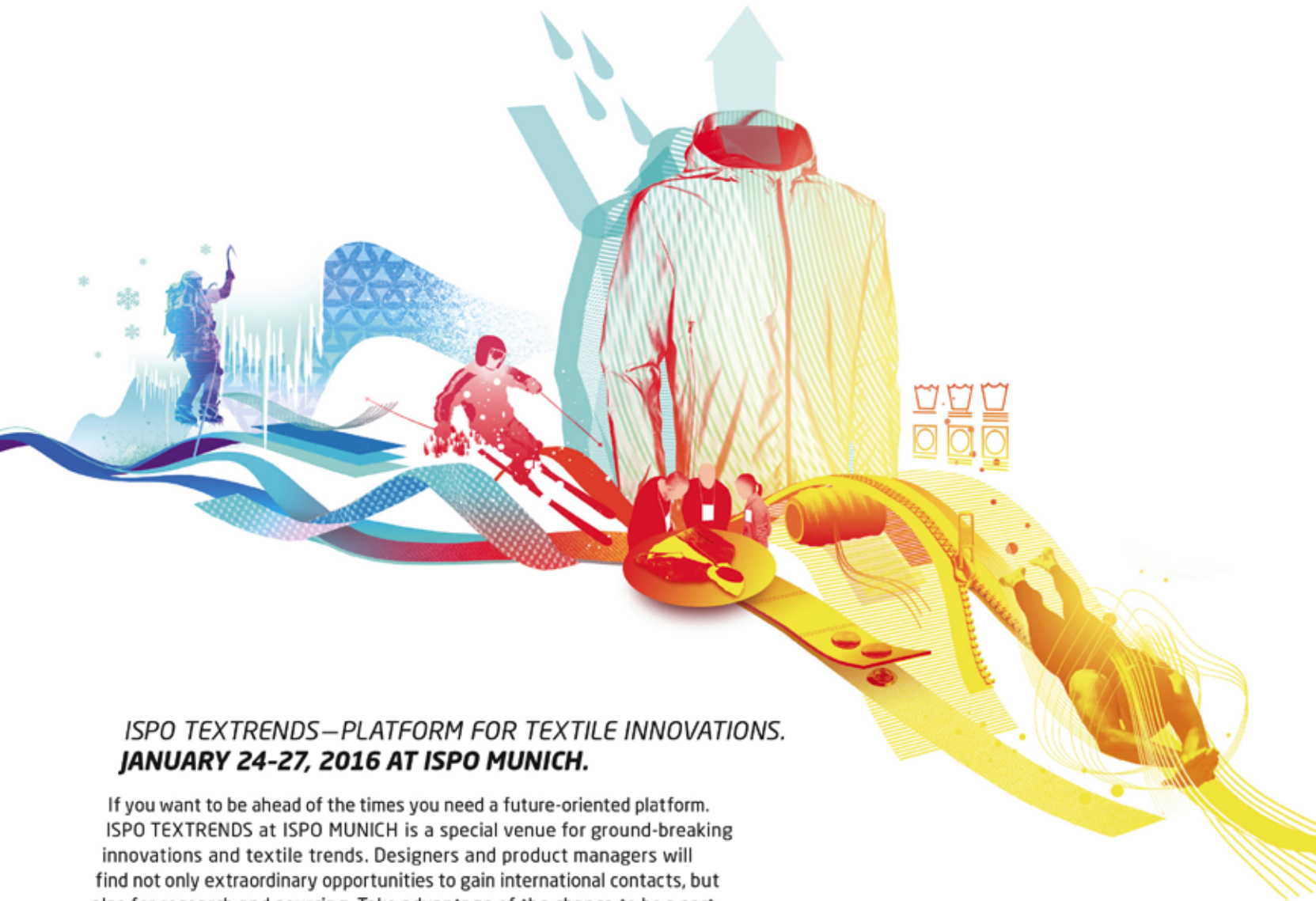
- ALPA TEKSTİL
- ALTINYILDIZ
- AR-TEKS
- ANTİK DANTEL
- BAŞYAZICIOĞLU
- BEZSAN
- BOSSA
- BTD TEKSTİL
- CANELA TEKSTİL
- ÇETİNKAYA MENSUCAT
- DİKTAŞ DİKİŞ İPLİK
- DORUK TEKSTİL
- EMR FERMUAR
- GALATA İPLİK
- GÜLLE ENTEGRE TEKSTİL
- İLKE FANTAZİ İPLİK
- KARAGÖZLÜLER
- KİLİM GRUBU
- KİPAŞ PAZARLAMA
- MİGBOY TEKSTİL
- PAŞATEKS TEKSTİL
- PEKER TEKSTİL
- RİNTEKS TEKSTİL
- ŞİMŞEKEGE ETİKET
- TEBA TEKSTİL
- UĞURTEKS
- ÜNTEKS
- YARANGÜMELİ TEKSTİL
- ZEKİ MERT İPEK
- ZİPSAN FERMUAR



Messe München

Connecting Global Competence

CUSTOM-MADE FOR YOUR VISIONS.



**ISPO TEXTRENDS – PLATFORM FOR TEXTILE INNOVATIONS.
JANUARY 24-27, 2016 AT ISPO MUNICH.**

If you want to be ahead of the times you need a future-oriented platform. ISPO TEXTRENDS at ISPO MUNICH is a special venue for ground-breaking innovations and textile trends. Designers and product managers will find not only extraordinary opportunities to gain international contacts, but also for research and sourcing. Take advantage of the chance to be a part of the future of fibers, patterns and accessories. Up close and personal at ISPO MUNICH and 365 days per year at ispo.com

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED.

ISPO.COM



Agora Turizm ve Ticaret Ltd. Şti. / Tel. +90 212 2418171 / info@messe-muenchen.com.tr

HER BOY

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

TÜRKİYE İÇİN ÜRETIYORUZ
1952'den
bugüne
DÜNYA İÇİN ÖRÜYÖRÜZ

Makina Parkuru

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



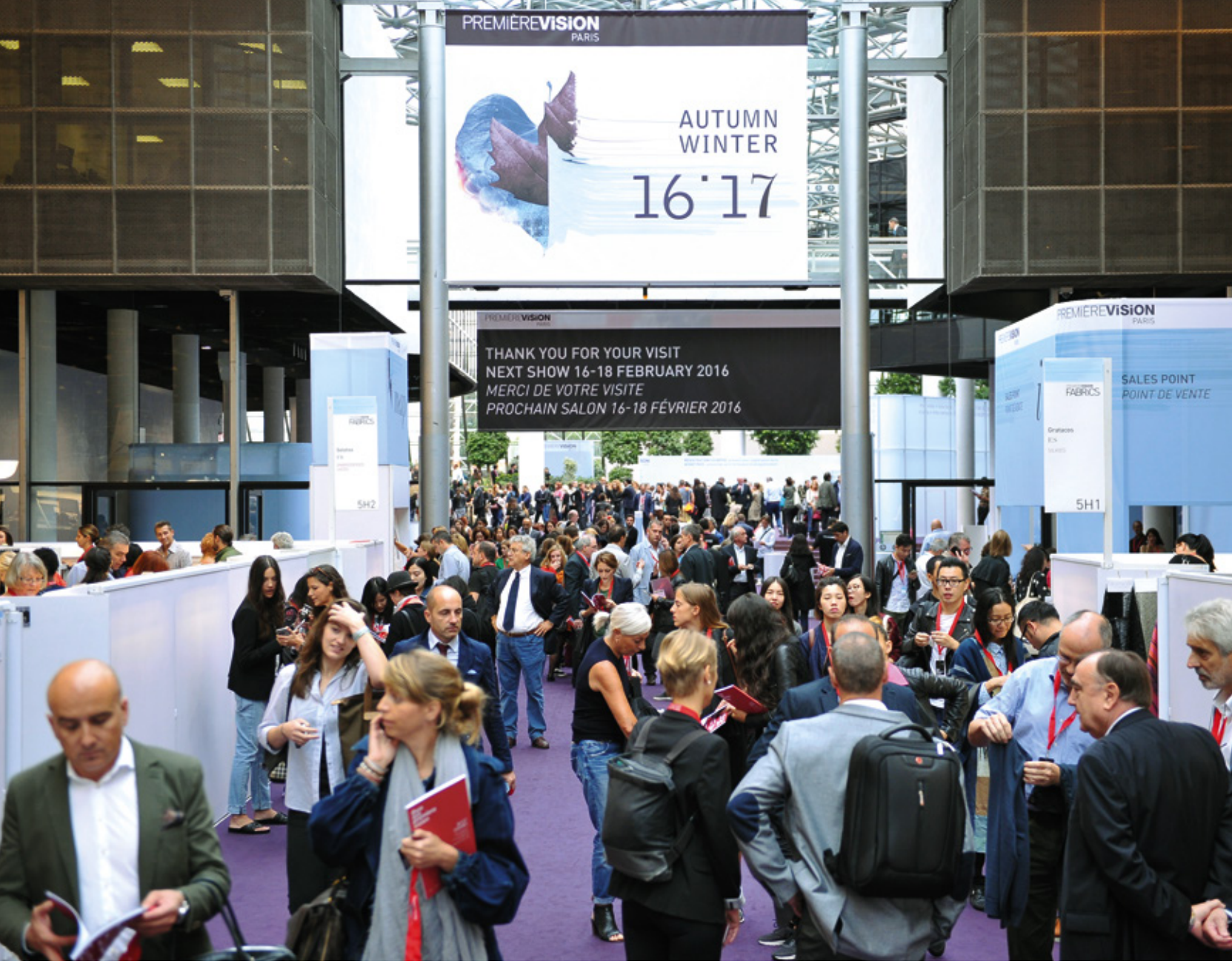
özme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

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





PV PARIS'İN YILDIZI TÜRK KUMAŞI OLDU

TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ BULUŞMA NOKTALARINDAN OLAN PREMIERE VISION FABRICS PARIS FUARI, FARKLI COĞRAFYALARDAKİ SEKTÖR MENSUPLARINI BULUŞTURMAYA DEVAM EDİYOR. 26'SI İTHİB MİLLİ KATILIMI OLMAK ÜZERE 70 TÜRK KUMAŞ FİRMASI FUARDAN MEMNUN AYRILDI.

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 Fabrics Paris" en önde gelenler arasında yer alıyor. Firma stantlarının

yani sıra moda ve trend bilgi bölümlerinin de bulunduğu fuar düzenlendiği her dönem tekstil ve moda sektöründen yoğun ilgi görüyor. Paris'te yılda iki kez düzenlenen fuar, dünya modasının küresel erişimine paralel olarak New York, Sao Paulo, İspanya ve İstanbul gibi önemli merkezlerde de alt etkinliklerini sürdürüyor.

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. 2015 yılı Şubat döneminden başlayarak, Premiere Vision Fabrics kumaş fuarı ile eş zamanlı ve aynı fuar alanında düzenlenen Expofil iplik, Cuir A Paris deri, Indigo

PARİS'TE YILDA İKİ KEZ DÜZENLENEN FUAR, DÜNYA MODASININ KÜRESEL ERİŞİMİNE PARALEL OLARAK NEW YORK, SAÕ PAULO, İSPANYA VE İSTANBUL GİBİ ÖNEMLİ MERKEZLERDE DE ALT ETKİNLİKLERİNİ SÜRDÜRÜYOR.



Türkiye Cumhuriyeti Paris Büyükelçisi Hakkı Akil, fuara katılan Türk firmalarını ziyaret etti.

desen ve tasarım, Modamont aksesuar ve Zoom fason üretim fuarlarının çoğunluk hisseleri organizatör firma Première Vision S.A. tarafından satın alınmış durumda. Böylece 2015 Şubat ve Eylül aylarında, birlikte ve aynı tarihlerde düzenlenecek tüm bu fuarlar, Première Vision genel başlığı ile anılmaya başlanmış bulunuyor. Daha önceki ismi Première Vision olan fuar yeni ismiyle Première Vision Fabrics olurken, daha önce Expositif olan fuar ismi Première Vision Yarns, Indigo bölümü Première Vision Designs, Cuir a Paris olan bölüm Première Vision Leather, Modamont bölümü Première Vision Accessories olurken Zoom bölümü de Première Vision Manufacturing oldu. 15-

17 Eylül 2015 tarihleri arasında Fransa'nın Paris şehrinde gerçekleştirilen Première Vision Fabrics fuarı'nın bu yılki ikinci dönemine tüm alt fuarları ile birlikte 61 bin 664 ziyaretçi ağırlanmış. Yüzde 74 oranında uluslararası ziyaretçinin katıldığı fuarın ziyaret oranı Eylül 2014 dönemine kıyasla yüzde 1 oranında düşüş kaydettiği görülmüş. Ancak Fuarın geçtiğimiz Şubat 2015 dönemine bakacak olursak fuara 58 bin 443 ziyaretçi katılım göstermiş. Fuar, tüm alt etkinlikleri ile birlikte 154'ü yeni olmak üzere 57 ülkeden bin 924 katılımcı ağırlamış ve Şubat 2015 dönemine ve hatta daha önceki yıllara göre artış kaydetmiş durumda. İTHİB tarafından milli katılım düzenlenen fuarın



İTHİB Başkanı İsmail Gülle'ye İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri de eşlik etti.



İSMAİL GÜLLE
İTHİB YK Başkanı

Première Vision Paris, Türk tekstilcisi için reyting, prestij ve statü sembolü olan bir fuar. Bu fuar bir anlamda şirketler için "çıpa" sayılıyor. Fuara 2002'de 2 şirketle katılımın başladı. 2011'de milli katılımı başlattık. Bugün, Türkiye'den yüksek katılım ile bu vitrine girebildi. Premier Vision yönetimi, fuara kabulleri damla damla serum verir gibi yapıyor. Şu anda bekleme listesinde Türkiye'den 70 şirket daha var. Bu anlamda fuara 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. Genel olarak potansiyel alıcıların fuarı ziyaret ediyor. Bundan dolayı tekstil ihracatı için önemli bir etkinlik. Türk tekstilcileri kabağünü kırıyor. Makine yatırımları yapıyoruz. Ar-Ge ve tasarımlarımızla bu makineleri çok iyi kullanıyoruz. Farklı desenler ve kumaşlar üretiyoruz. Bunlar katma değeri yüksek ürünler. Dünya'nın da bunun farkında olduğunu PV Paris'te firmalarımızın gördüğü ilgiden anlıyoruz.

PV PARİS FUARI'NDA TÜRKİYE'DEN AKSESUAR BÖLÜMÜNDE ANTİK DANTEL, ÇAĞ-TEK METAL, ERENAY, FORM DÜĞME, GÜLDOĞAN, HİTİT, MERTİZ, NYN, PLATİN, ŞİMŞEK EGE, TUNTEKS, ZİPEX FİRMALARI YER ALDI.

kumaş bölümüne 2014 Eylül döneminde 780, 2015 Eylül döneminde ise 770 üretici katılmıştı. İplik bölümünde ise bu sayı 48 olarak verilmekte. Ülke katılım sayılarına bakıldığında fuarda 57 ülke temsil edilmekte olup, tüm alt fuarlara katılım sayılarıyla ilk on sıralaması İtalya (732), Fransa(252), Birleşik Krallık (144), Türkiye (142), ve İspanya (99), Portekiz (54), Japonya (48), Almanya (46), Güney Kore (40) ve USA (30) şeklinde kaydedilmiş durumda.

Pv Paris'te Türkiye 4. Sırada

Première Vision Paris fuarı 15 yılı aşkın bir süre önce Türkiye'den üreticilerin girmekte zorlandığı bir topluluğu simgelerken 2015'in Eylül döneminde fuarın tüm bölümlerindeki toplam 142 katılımcısıyla



OSMAN EGE
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Première Paris Fuarı, kumaş sektörü için olduğu kadar konfeksiyon yan sanayi firmaları için de çok önemli bir fuar konumunda. Fuarın aksesuar alanında katılımcı ve ziyaretçi anlamında çok büyümemesine rağmen önemini koruyan bir yapısı bulunuyor. Fuarın aksesuar bölümünde bu yıl Türkiye'den 11 konfeksiyon yan sanayi firması yer aldı. Türkiye'den gelen konfeksiyon yan sanayi firmalarına Türkiye'de iş yapan firmaların ilgisini gözlemliyoruz. Bu dönem İtalya'dan büyük aksesuar firmalarının arttığını gözlemledik. Bu tarz firmalarla firmalarımızın bir fuarda yer alması önemli.



Paris Büyükelçisi Hakkı Akil, İTHİB Başkanı İsmail Güllü ve Türk tekstilcileri için bir gece düzenledi.

dördüncü büyük ülke katılımını Türkiye gerçekleştirmiş durumda. Geçtiğimiz Şubat döneminde Türkiye 118 katılımcıyla üçüncü sırada yer almıştı. Fuarın kumaş bölümünde 44'ü bireysel, 26'sı milli katılım dâhilinde Türkiye'den 70 firma yer aldı. Fuar idaresinin grup katılımlarını sınırlama politikası nedeniyle, milli katılımın her dönem bir ya da iki firma artış gösterebiliyor. Fuarın yer dağıtım ve inşaat konularında merkezci politikası dolayısıyla firmalarımızın fuara katılımları, yerleşimleri ve stand inşaat sistemi fuar idaresi tarafından belirleniyor. Bu nedenle İTHİB tarafından gerçekleştirilen fuar hazırlık çalışmalarının büyük kısmını tanıtıma yönelik çalışmalar kapsamakta. Tanıtım çalışmalarının ilk kalemi olarak Fuarın altı numaralı salonunda yer alan info standında fuar süresince firmalarımıza ücretsiz internet ve faks erişimi gibi "business center" hizmetleri sunuldu. Ayrıca katılımcılara hafif yiyecek ve içecek

servisi yapılmış, firmalara sunulan bu hizmet sayesinde fuar alanı canlandırılmış. Info-stand alanında fuar katılımcılarına sunulmak üzere hazırlanan milli katılım kataloğu bu dönem arka kapak içine yerleştirilen harita ile zenginleştirilmiş, bu harita sayesinde yüzlerce metrekaareye yayılan fuar alanında firmaların kolayca bulunabilir olması sağlanmış. Première Vision Fabrics Fuarı milli katılım firmalarının firma bilgi, iletişim ve hol, stand bilgilerine yer verilerek hazırlanan milli katılım kataloğu ayrıca katılımcı firmaların bilgilerine ulaşmak isteyen fuar ziyaretçilerine sunulularak Türkiye'den firmaların tanıtımları yapıldı.

İTHİB Trend Alanı göz doldurdu

Tanıtım çalışmalarının ana kalemi olarak; Türkiye'den fuara katılan tekstil üreticisi firmalarının koleksiyonlarının fuar ziyaretçilerine tek bir çatı altında sunulabilmesi ve kolay erişim sağlanabilmesi amacıyla

PV Paris bünyesinde düzenlenen bütün fuarlar Première Vision çatısı altında

- PREMIÈRE VISION FABRICS (daha önceki ismiyle Première Vision)
- PREMIÈRE VISION YARNS (daha önceki ismiyle Expofil)
- PREMIÈRE VISION LEATHER (daha önceki ismiyle Cuir a Paris)
- PREMIÈRE VISION DESIGNS (daha önceki ismiyle Indigo)
- PREMIÈRE VISION ACCESSORIES (daha önceki ismiyle Modamont)
- PREMIÈRE VISION MANUFACTURING (daha önceki ismiyle Zoom)

26'NCISI İTHİB MİLLİ KATILIMINDA OLMAK ÜZERE 70 KUMAŞ FİRMASININ KATILDIĞI FUARDA, İTALYA, FRANSA VE İNGİLTERE'DEN SONRA TÜRKİYE EN ÇOK FİRMA İLE KATILAN DÖRDÜNCÜ ÜLKE KONUMUNDA.

Hall 6 dahilindeki fuar idaresinin resmi forum alanlarından Tech Forum yakınında yer alan 45 metrekare büyüklüğünde bir trend alanı çalışması gerçekleştirildi. Dünyaca ünlü tasarım ajanslarından ve Amsterdam'da yer alan Stijlinstituut tarafından tasarlanan ve güncel trendlere göre dizayn edilen İTHİB Trend alanını pek çok ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiş ve ziyaretçiler tarafından olumlu geri dönüşler alındığı kaydedildi. Bu alanda Stijlinstituut tarafından belirtilen temalara göre fuar katılımcısı kumaş üreticilerimizin en son koleksiyonlarından örnekler, güncel kumaş doku ve renk eğilimleri hakkında detaylı bilgiler ve temalar eşliğinde sergilendi. Premiere Vision Fabrics Fuarı yönetiminde yer alan Fransız Örme Sanayicileri Derneği'nden temsilciler tarafından ziyaret edilen ve beğeni alan trend alanı bütün bu olumlu yorumlardan sonra daha merkezi bir alanda yer alması amacıyla fuar idaresiyle görüşmeler yapıldı. Trend alanında tasarım ajansımız Stijlinstituut tarafından belirtilen temalara göre hazırlanan güncel kumaş ve renk trendlerini açıklayan özel broşür; trend alanında ziyaretçilere dağıtıldı. Fuar idaresi 2015 Şubat dönemi ile başlayarak basılı katalog dağıtılmasına son vermiş, katılımcıların detaylı bilgilerini www.premierevision.com adresinden ve akıllı telefon uygulamalarından yayınlıyor. Ürün sınıflarına göre firma unvanları ve stand numaraları ise resmi fuar rehberi üzerinden ziyaretçilere ulaştırıyor. Ayrıca ziyaretçilere fuarın resmi yayını olan "Notebook" dağıtılmış olup milli katılım ilanı bu not defteri içinde yayınlanmış durumda. Milli katılım ilanının fuarın Fabrics kısmın-

da yer alan firmaların isim, hol, stand bilgilerini içermekte olup fuara gelen bütün ziyaretçilere dağıtılmakta. İTHİB'in tanıtım çalışmalarının son kalemi olarak, Parc des Expositions fuar alanı girişinde metro istasyonundan Hall 5 ve Hall 6'ya uzanan yürüyüş yolu üzerinde 18 adet ışıklı ilan panosunda milli katılım ilanları yer aldı.

Türk kumaşına yüksek ilgi

Son dönemde, Türk Lirasının ABD Doları ve Avro karşısında değer kaybetmesi nedeniyle, yüksek kalite ve orta/yüksek fiyat seviyesindeki Türk kumaşlarına uluslararası talebin arttığı fuara katılan Türkiye'den firmalar tarafından gözlemlendi. Doğabilecek talep artışının sektörü olumlu olarak etkilemesi bekleniyor. Fuara katılan Türk firmaların da fuardaki ticari temasları hakkında



AHMET ÖKSÜZ
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Premiere Vision Fabrics Paris Fuarı her zamanki gibi tekstil sektörü için önemini koruyor. Fuarda dikkat çeken en önemli noktalardan birinin Avrupa pazarında bir miktar düzelmenin yaşandığını gözlemlememiz olduğunu söyleyebilirim. Türkiye'den de firmalarımızın fuara olan ilgisi devam ediyor. Türkiye'nin kumaş üretiminde ortaya koyduğu kalite ve tasarım gücünü doğru olarak uluslararası alana taşıdığını gözlemledik. Fuarda Türk firmaları da kendilerine yönelik olarak yükselen ilgiden oldukça memnun ayrıldılar.



DERYA YARANGÜMELİOĞLU
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Premiere Vision Fabrics Fuarı bilindiği gibi dünyanın en önemli tekstil fuarlarından biri konumunda. Her defasında orada bulunmak gerekiyor. Çok başarılı geçen bir fuardı. İTHİB'in bünyesinde milli katılım ile fuara katılan firmalar organizasyondan çok memnun kaldılar. İTHİB Trend Alanı yabancı alıcılar tarafından çok ilgi gördü. Fuarı bir önceki döneme göre çok başarılı bulduğumu söyleyebilirim.



Fuarın 6 numaralı salonunda yer alan İTHİB İfo standı fuar süresince Türkiye'den firmalara business center hizmetleri sundu.

TÜRK KUMAŞLARINA ULUSLARARASI İLGİNİN ARTTIĞINI KAYDEDEN FUAR KATILIMCISI FİRMALAR, BU İLGİNİN KUMAŞ İHRACATINA OLUMLU YANSIYACAĞINI KAYDEDEREK, FUARIN BU DÖNEMİNİN DE OLDUKÇA VERİMLİ GEÇTİĞİ BELİRTİLDİ.



olumlu yorumlarda bulundu. İTHİB tarafından yürütülen tanıtım çalışmalarından, özellikle de Trend Alanı ve Info-Stand alanı gibi ortak alanlarda yürütülen çalışmalardan Türkiye'den firmaların memnun kalmaları, Fransız Örme Sanayicileri Derneği temsilcileri gibi fuar idaresi yetkilileri ve yabancı ziyaretçilerin de olumlu görüşlerinin alınması dolayısıyla, fuarın bir sonraki döneminde de bu çalışmaların güçlendirilmesi planlanmaktadır. Diğer yandan fuarın denim kumaşların sergisine ayrılan ve Matesa, Kipaş gibi seçkin firmaların yer aldığı Upper Jeanswear kısmında alıcı ziyaretlerinin azaldığı firmalarımızca hissedilmekte olup denim kumaş üreticileri için "Premiere Vision Fabrics"ten ziyade "Denim by PV Barcelona" fuarının gelecek dönemlerde daha çok önem kazanacağı görülüyor. Milli katılımlarımızda hedeflendiği üzere, Premiere Vision Fabrics fuarının gelecek dönemi 16-18 Şubat 2016 tarihlerinde yine Paris Nord-Villepinte Parc des Expositions fuar alanında gerçekleştirilecek.

Yaratıcılıkla endüstri birleşti

Premiere Vision uluslararası iletişim kampanyalarında yaratıcı kimlikleri ile öne çıkan isimlerle işbirliği yapmayı hedefliyor. Dünya çapında düzenlediği fuarların (New



Dünyaca ünlü tasarım ajanslarından ve Amsterdam'da yer alan Stijlinstituut tarafından tasarlanan ve güncel trendlere göre dizayn edilen İTHİB Trend Alanı oldukça ilgi gördü.

York, İstanbul, Sao Paola, Paris) tanıtımında ülkenin kültürünü ve yaratıcı gücünü temsil eden sanatçıları seçti. Premiere Vision İstanbul fuarının kampanya yüzü olarak modacı Arzu Kaprol fotoğrafları fuar alanında yer aldı. Arzu Kaprol "Premiere Vision bu yıl dünyada yaptığı organizasyonlarla ilgili olarak üç tane farklı marka elçisi seçti. İstanbul, New York, Sao Paola olarak. Üç marka elçisi olarak Paris Premiere Vision Moda Fuarı'ndayız. Premiere Vision tekstil endüstrisi adına ve kumaş tedariki anlamında Türk tekstilcileri içinde önemli. O yüzden uzun yıllardır ziyaret ettiğim bu fuarın marka elçisi olmak benim için hem büyük bir keyif hem de Türk endüstrisi ve

yaratıcı alanı adına önemli bir anlam taşıyor diye düşünüyorum. Yaratıcılıkla endüstrinin birleştiği bir alan Premiere Vision. Bunun marka elçisi olmak beni çok onurlandırdı. Ekim ayında İstanbul'da fuar gerçekleşecek. Orada da pek çok yerde bu işbirliğinin örneklerini görüyor olacağız. Bana göre büyüyen, gelişen, güçlenen Türk endüstrisi ve Türk tasarımı adına çok önemli bir hareket ve çok önemli bir işbirliği" dedi. Premiere Vision Uluslararası Fuarlar Direktörü Guglielmo Olearo, katılımcı Türk şirketi sayısının düzenli arttığını belirterek, "İç pazarda sıkıntı yaşadığı dönemlerde şirketler ihracata daha fazla yükleniyor. Türk katılımcı artışında bunun da payı var" dedi.

İTHİB Milli Katılımında Fuara Katılan Firmalar

- AKIN TEKSTİL
- ALMODO ALTUNLAR TEKSTİL
- ALTINYILDIZ
- ANTİK DANTEL
- ARSAN DOKUMA
- BEZSAN TEKSTİL
- BM BAHARİYE MENSUCAT
- BTD TEKSTİL
- BURCE TEKSTİL
- BUR-ER TEKSTİL
- EKOTEN TEKSTİL
- ELYAF TEKSTİL
- ESENTEKS TEKSTİL
- FUN TEKSTİL
- GÜLLE ENTEGRE
- KARMA KOKTEYL ÖRME
- KIVANÇ TEKSTİL
- KİMTEKS TEKSTİL
- MATESA
- ÖZDOKU TEKSTİL
- PALATEKS
- SÖKTAŞ
- TÜP MERSERİZE
- YARANGÜMELİ TEKSTİL
- UĞURTEKS
- ALTOTEKS

Akademik, Sosyal ve Sportif Çalışmalarımızla;



ASİL OKULLARI'NDA
TESADÜFLERE YER YOK!



asil okulları
Anasınıfı - İlkokul - Ortaokul

444 61 70

[f](#) [t](#) [e](#) /asilkoleji

www.asilkoleji.com

A. Nafiz Gürman Mah. General
Ali Rıza Gürcan Cad. No:66
E-5 Üstü **MERTER / İSTANBUL**



EV TEKSTİLİ HOME&TEX'TE BULUŞUYOR



TÜRK EV TEKSTİL İHRACATINA CİDDİ ANLAMDA KATKI SAĞLAYACAK HOME&TEX FUARI, ALMANYA, FRANSA, RUSYA, İTALYA, KUZEY AFRİKA, TÜRKİ CUMHURİYETLER VE ORTADOĞU ÜLKELERİNİN DE ARALARINDA BULUNDUĞU 55 ÜLKEDEN GELECEK ALICI GRUPLARINI CNR EXPO YEŞİLKÖY'DE BULUŞTURACAK.

İstanbul Fuarlık tarafından Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) işbirliğinde gerçekleştirilecek Home&Tex – Ev Tekstili ve Dekorasyon Fuarı için geri sayım başladı. Alan tasarımı, stant düzenlemeleri ile kısa zamanda Türkiye'nin en çok dikkat çeken fuarları arasına giren Home&Tex Fuarı, ev tekstili ve dekorasyon sektörünün öncü firmalarını, yerli ve yabancı alıcılarla buluşturacak. Bu yıl 3'üncüsü düzenlenecek fuarda, Türk ev tekstilinin ihracatına ciddi anlamda katkı sağlayan 500'ün üzerinde firma 1500 marka ile aynı çatı altında buluşturulacak.

CNR Expo Yeşilköy'de 7 salonda 80 bin metrekare alanda gerçekleşecek fuar, 28-31 Ekim tarihleri arasında organize edilecek.

Sonbahar koleksiyonları sergilenecek Üretim, istihdam ve ihracatı ile ülke ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alan ev tekstilinde, 2023 yılında 10 milyar dolar ihracat hedefleniyor. Türk ev tekstilinin ihracatına ciddi oranda katkı sağlayacak fuarda, Almanya, Rusya, İran, Amerika, İngiltere, Fransa, İspanya, İtalya ve Çin gibi sektörde söz sahibi ülkelerden gelecek ziyaretçilere ev tekstili ve dekorasyon dün-

yasındaki son gelişmeler ve trendler tanıtılacak. İthalatçı, ihracatçı, toptancı, büyük perakende mağazaları, zincir mağazaları, oteller, iç mimarlar, dekoratörler ve tasarımcıların dört gözle beklediği fuarda, ev tekstili firmaları koleksiyonlarını Heimtextil'den önce ilk kez meraklıları için Home&Tex Fuarı'nda sergileyecekler. Perdeden döşemelik kumaşa, uyku ve yatak odası ürünlerine, dekorasyon ürünlerine, duvar kaplamaları, yer kaplamalarına kadar ev tekstiline ve dekorasyonuna ait tüm ürünlerin bir arada sergileneceği fuarda 50 bin yerli ve yabancı profesyonel ziyaretçi hedefleniyor.

“Teknolojinin barkodla buluştuğu an..”



Intermec
by Honeywell

M3 MOBILE
Your Best Mobile Business Partner

DATALOGIC
THE VISION IS YOURS

cab
we identify more



www.akmazbarkod.com

akmaz[®] **barkod**
Barkod Teknolojileri & Sektörel Yazılım Çözümleri



AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN KÜRESEL BULUŞMA NOKTASI AYMOD

ULUSLARARASI AYAKKABI FUARI AYMÖD, 54'ÜNCÜ KEZ SEKTÖRÜN KÜRESEL BULUŞMA NOKTASI OLDU. BİN 400 MARKANIN KATILDIĞI FUAR, 60 ÜLKEDEN ZİYARETÇİYİ AĞIRLADI.

Ayakkabı sektörünün küresel buluşması Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı (AYMOD), 7-10 Ekim tarihleri arasında CNR EXPO Yeşilköy'de ziyaretçilerini ağırladı. 54'üncü kez kapılarını aralayan fuarın açılışı Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Deri ve Deri

Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin ve CNR Holding Pazarlama Grup Başkanı Reha Tartıcı'nın katılımı ile yapıldı. Kendi kulvarında dünyanın ikinci büyük fuarı olan AYMÖD'da, önümüz-

deki yılın İlkbahar-Yaz koleksiyonu ilk kez vitrine çıktı. Bin 400 markanın katıldığı fuar, 60 ülkeden ziyaretçiyi ağırladı. Önümüzdeki yılın İlkbahar-Yaz sezonunun ayakkabı modellerinin ilk kez görücüye çıkarıldığı fuar, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı (TASEV), Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu (TUAF), İstanbul Ayakkabı Esnafı Sanatkarlar Odası (İASEO) ve KOSGEB desteğiyle düzenleniyor. Klasikten moderne, babetten çizmeye, spor ayakkabılarına, çanta, cüzdan, kemere kadar her kesime hitap eden ürünlerin sergilendiği AYMÖD'da, pazara yeni giren firmalara da fırsat oldu. Türk pazarını yakından tanıyan firmalar, yabancı alıcılarının beklentilerini de öğrendiler. Fuarı katılan yerli ve yabancı markalardan bazıları da şöyle: Crash, Pierre Cardin, Lig, Hush Puppies, Pedro Camino, Ortopedia, LA PINTA, Ridge, Pegia, Etor, Inuovo, Bueno, Twigy, Bulldozer, Komçero, Genio, Deriva, Darkwood, Labora, Chic Shoes, Strassberger, Scooter.

Her sektöre nasip olmaz

Fuarın açılışında konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, 54'üncü fuarı yapmanın her sektöre nasip olmadığını altını çizdi. Ayakkabı sanayinin önemli bir gelişme kaydettiğini belirten Mehmet Büyükekşi, 700 milyon dolar civarında ihracatın olduğunu söyledi. Sektörün kapasitesinin ve ihracatının daha da yüksek olması gerektiğine dikkat çeken Büyükekşi, 700 milyonluk ihracatın

1400

Fuara katılan
marka
sayısı

60

Fuara katılan
ülke

500

alıcı



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

“Meslektaşlarıma bir yandan yatırım yapmaya bir yandan da meslekte daha ileriye gidebilmeleri için tasarıma gereken önemi vermelerini ve fikri mülkiyet haklarına destek çıkmalarını istiyorum. Taklit ayakkabılardan bir an önce sıyrılmalarını istiyoruz.”

1.3 milyar dolara; binde 5 olan kapasitenin de binde 9'a çıkarılması gerektiğini söyledi. Türkiye'nin rekabet edebilecek, verimliliği artıracak yeni teknoloji yatırımlarına ihtiyacı olduğuna dikkat çeken Büyükeksi, Urfa'da yürütülen bir program çerçevesinde ayakkabı sektörünün 25 firma ile kümeleneceğini kaydetti.

Ayakkabı sektörü fark yaratıyor

Türkiye'nin ihracatında emek yoğun sektörlerin katkısının ayrı bir önemi olduğuna değinen Mehmet Büyükeksi, istihdam konusunda da ayakkabı sanayinin önemli bir fark yarattığını söyleyerek, “Sektörümüzün deri ayakkabıda gelmiş olduğu nokta son derece



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı

“Bu sene çok fazla reklam yaptığımıza dair MICAM idaresinden ikaz aldık. En etkili şekilde İtalya'da reklam yapmaya devam edeceğiz. Duomo Meydanı'nda müthiş bir çalışma yaptık. Ekim ayı içerisinde de deri ve deri mamulleri sektörümüzle ilgili yine bir ilanımız var.”

takdire şayan. Deri olmayan ayakkabılarda ise rekabet gücü yetersiz. Yapılacak yeni yatırımların gerek spor ayakkabıda gerekse deri olmayan ayakkabılarda özellikle ihracatta rekabet edebilecek seviyede üretimler olması lazım. Bu rekabeti de inovasyon, tasarım, Ar-Ge ve marka ile yapabileceğini düşünüyoruz. Bu konuda yapılan çalışmaları Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak destekliyoruz. 21 farklı sektörde tasarım yarışmaları yaptırıyoruz. Ayakkabı da bu sektörler içerisinde yer alıyor. Sekiz farklı sektörde Proje Ar-Ge

Mehmet Büyükeksi:
“Sektör istikrarı ile 2023 yılında hedeflediği 2 milyar dolarlık ihracata da ulaşacaktır. Bunun ilk şartı olarak taklit ürünlerden kaçınarak, tasarıma, inovasyona, Ar-Ge ve markalaşmaya yatırım yapmalıyız.”



HÜSEYİN ÇETİN
TASİM Başkanı

“Sektör, Urfa ve Çorum'da yeni sanayi bölgelerinde yatırım çalışmalarına başladı. Sektörümüz adına bundan sonra atılması gereken en önemli adım şüphesiz Türk ayakkabı sektörünün yurt dışında çok daha etkin tanıtımını yapabilmek.”

çalışmaları yaptırıyoruz. Üçü Anadolu'da bir tanesi de İstanbul'da olmak üzere dört tane İnovasyon Haftası yapıyoruz. Geçen yıl yaklaşık 60 bin katıldı” diye konuştu.

Taklit ayakkabılardan kaçın

Ayakkabı sektörünün 2023 yılında koymuş olduğu 2 milyar dolar ihracat hedefini hatırlatan Büyükeksi, “Meslektaşlarıma bir yandan yatırım yapmaya bir yandan da meslekte daha ileriye gidebilmeleri için tasarıma gereken önemi vermelerini ve fikri mülkiyet haklarına destek çıkmalarını istiyorum. Taklit ayakkabılardan bir an önce sıyrılmalarını istiyoruz. Çünkü biliyoruz ki özellikle belli bölgelerde yapılan taklit ayakkabılar var. Bu tür faaliyetler Türkiye'nin imajı için faydalı değil” uyarısında bulundu. Türkiye'nin verimlilik ve teknoloji alanında çalışma yapması gerektiğine vurgu yapan Büyükeksi, deri ve saraciye ürünlerine getirilen yüksek vergilerin arkasına sığınmaması gerektiğinin altını çizdi. Büyükeksi, “Bir an önce verimliliğimizi artırıp, teknolojimizi yükseltip, rekabet edebilir fiyatlarla mutlaka ihracatımızı artırma konusunda çalışma yapmalıyız” dedi.

İhracatta ülke bazında yüzde 100'lere varan artış

Fuarın açılışında konuşan İDMİB Başkanı





Fuara katılan Türk firmalarının stantlarını ziyaret eden TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve TASD Başkanı Hüseyin Çetin, fuara dair firma yetkililerinden bilgi aldı.

Mustafa Şenocak, ayakkabı sektörünün önünün açık olduğuna dikkat çekti. Yakın coğrafyamızda ülke olarak iyi konumda olduğumuzu ifade eden Şenocak, yaşanan çalkantılı dönemden dolayı alternatif pazarlara odaklanılması gerekliliğine vurgu yaptı. Deri ve deri olmayan ayakkabı ihracat rakamlarını değerlendiren Şenocak, "Ayakkabı ihracatımız Türkiye'nin genel ihracatına baktığımızda performansı iyi gözüküyor. İhracatta dikkat çeken ülkelerimiz Birleşik Arap Emirlikleri yüzde 60, Hollanda yüzde 60, İran pazarında ise yüzde 100'lük bir artış var" dedi. Katma değerli ürün üretiminin önemine vurgu yapan Şenocak, deri ayakkabılar ile deri ve deri mamullerinde bu standardı yakaladıklarını söyledi.

Kapıdan kovsalar bacadan gireceğiz
İDMİB ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) olarak ayakkabı sektöründe milli katılım yaptıkları fuarları ve oralarda yaptıkları çalışmalarını ziyaretçiler ile paylaşan Mustafa Şenocak, "THE MICAM Fuarı'na bu sene 23 firma ile milli katılım gerçekleştirdik. Altı firmamız da bireysel katılım göstererek toplamda 29 Türk firması ile yerimizi aldık. Maalesef

Mustafa Şenocak:
"Ayakkabı ihracatımız Türkiye'nin genel ihracatına baktığımızda performansı iyi gözüküyor. İhracatta dikkat çeken ülkelerimiz Birleşik Arap Emirlikleri yüzde 60, Hollanda yüzde 60, İran pazarında ise yüzde 100'lük bir artış var."

10 firmamıza da yer verilmediği için fuara katılamadık. Aynı zamanda bu sene çok fazla reklam yaptığımızı dair ikaz da aldık. En etkili şekilde İtalya'da reklam yapmaya devam edeceğiz. Kapıdan kovsalar bacadan gireceğiz. Duomo Meydanı'nda müthiş bir çalışma yaptık. Billboardu 1 aylığına kiralamıştık. Ekim ayı içerisinde de deri ve deri mamulleri sektörümüzle ilgili yine bir ilanımız var. İleriki yıllarda da bu tür mecraları kullanmaya devam edeceğiz. Yine Deri Tanıtım Grubu olarak bir başka projemizle Rusya'da yer alacağız. İtalya'da Lineapelle Hong Kong'da APLF Fuarı da milli katılım yaptığımız fuarlar arasında. Dışarıda ne kadar tanıtım yaparsak sektörümüze o kadar yansımaları oluyor" diye konuştu. Ticaret heyetleri de düzenlediklerini ifade eden Şenocak, "TASD Başkanlığında Çin'e ticaret heyeti düzenledik yaptık. Giden arkadaşlarımızın vizyon ve bakış açılarının değiştiğini gördük. Faydalı bir çalışma oldu. İDMİB Yönetim Kurulu Üyemiz İslam Şeker başkanlığında da Aralık ayında İran'a heyet düzenliyoruz. ABD pazarında ise hem TASD hem de DTG iş birliğinde çalışmalarımız olacak" dedi.



FERZAT ERDEBİL
İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi

Türkiye ayakkabı yurtdışına açılan penceresi olan AYMOD, sektörümüzün kalkınması adına büyük bir fırsat. Firmamız adına başarılı geçen bu fuarda hem yurtdışından hem de yurtdışından gelen profesyonel firma ve müşterilere 2016 ilkbahar-Yaz koleksiyonumuzu tanıtmaya fırsatı yakaladık. Ayakkabı sanayicisi olarak yurtdışında da birçok tanıtım faaliyeti gösteriyoruz. Özellikle bu sene Deri Tanıtım Grubumuz moda başkenti olan Milano'da çok etkili tanıtım çalışmaları yürütüyor. Günde 1,2 milyon kişinin gezdiği meydanında yer alan ilanımıza aldığımız yorumlar olumlu yönde. Sektörümüz ihracat atağı ile de göz doldurmaya başladı. Yaratıcı ayakkabı tasarımları ile sektörümüzü hak ettiği yere taşıyarak, tasarımda çığır açan katma değerli ürünlerimizle İtalyanları tahtlarından edeceğiz. Türk ayakkabı sektörü bu başarıyı fazlasıyla hak ediyor.

Alım heyetinde hedef bin kişi

54'üncü AYMOD Fuarı'nın sektöre hayırlı olmasını dileyen TASD Başkanı Hüseyin Çetin, Ekonomi Bakanlığı, İDMİB, CNR Holding desteği ile 500'e yakın müşterinin otel ve uçak masraflarını karşılayarak fuara gelmelerini sağladıklarını söyledi. Yurt dışı alım heyetinin hedefini bin kişi olarak belirlediklerini kaydeden Hüseyin Çetin, fuaye alanında yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi. Çetin, şöyle devam etti: "Fuaye alanında yabancı müşterilerimiz için lounge alanı oluşturduk. TASD olarak fuar katılımcılarına, ücretsiz olarak 6 dilde tercümanlık hizmeti sağlıyoruz. Türkiye Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımcıları Birliği (TAATB) ile ortaklaşa fuaye alanında ülkemizin genç tasarımcılarının kendi ürünlerini sergileyebileceği bir alan oluşturduk."

280 bin istihdam, 7,9 milyar dolar katkı

"Dünya ayakkabı sektörü geçen yıl 132,7 milyar dolar ithalat yaptı. Bizim bu ticareten



SÜLEYMAN GÜRSOY
İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi

Ayakkabı sektörü için AYMOD, olmazsa olmazlar haline geldi. Gün geçtikçe de büyüyen bir fuar. DTG'nin ve CNR'dan almış olduğumuz destekle dışarıdan müşteriler getiriyoruz. Bu aşağı yukarı 500'ü buluyor. Bu müşterilerle biraz daha iyi bir fuar geçeceğini tahmin ediyorum. Molyer olarak yaklaşık altı senedir bu fuara katılıyoruz. Coğrafyamızdaki son sorunlar herkes tarafından biliniyor. Sorun yaşanan ülkelerin çoğu bizim müşterilerimiz. Oradaki karışıklıklar doğal olarak bizi de etkiliyor. Yeni ülkelere ürün satma peşindeyiz. Hollanda'da kendimize ait showroom'umumuz var. Almanya'da da bir tane showroom açtık. Buraların meyvelerini toplamaya başladık. Özellikle Hollanda'ya ihracatımız 1 milyon Euro'ya ulaştı. Fuarın tüm ayakkabı sektörüne hayırlı uğurlu olmasını diliyorum.

aldığımız pay her geçen gün artıyor" diyor Hüseyin Çetin, "Türk ayakkabı sektörü üretim gücü olarak dünya sıralamasında 7'nci, Avrupa'da 1'inci üretim merkezidir. Yıllık 500 milyon çift üretim kapasitemize rağmen henüz 350 milyon çift üretim yapabiliyoruz" dedi. Sektör olarak ülke ekonomisine 280 bin kişilik istihdam ile 7,9 milyar dolar katkı ve 2 milyon kişiye aş sağladıklarını söyleyen Çetin, ayakkabı sektörünün 1200 yıllık geçmişi olan kadim bir meslek olduğunu hatırlattı. Sektörün 2014 yılı ihracatının 720 milyon dolar olarak gerçekleştiğini söyleyen Çetin, şöyle devam etti: "Rusya ve Ukrayna arasındaki siyasi gerginlik Irak'ta yaşanan savaş hali ve dünyada yaşanan ekonomik krize rağmen 2015 yılı sonunda 700 milyon doların üzerinde bir ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. 2015 yılının 9 ayında 483 milyon dolarlık ayakkabı ihracatı gerçekleştirdik. Bir önceki yıla göre yüzde 6,9 oranında bir gerileme oldu. Türkiye 2014 yılında 953 milyon dolar ayakkabı ithalat etti. 2015 yılında ithalat bir önceki yılın Ocak-Ağustos



Klasikten moderne, babetten çizmeye, spor ayakkabılarına, çanta, cüzdan, kemere kadar her kesime hitap eden ürünlerin sergilendiği AYMOD'da, önümüzdeki yılın İlbahar-Yaz sezonunun ayakkabı modelleri ilk kez görücüye çıkarıldı.



Türkiye Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımcıları Birliği'ndeki tasarımcılar için ayrılan alanı da ziyaret eden heyet, tasarımcılar ve ürünleri hakkında bilgi aldı.

dönemine göre yüzde 14 geriledi. Ek vergi olmamış olsaydı ithalat artışını da hesapladığımızda ithalattaki bugünkü gerilemenin yaklaşık yüzde 30'lara vardığını görmekteyiz. Bu rakamlar Bakanımız Nihat Zeybekci'nin himayesinde 10 Ağustos'ta yürürlüğe giren ek verginin ne kadar doğru ve yerinde bir karar olduğunun apaçık göstergesidir."

Yabancı markalardan Türkiye ilgisi

"Türkiye Ayakkabı sektörü olarak; işletmelerimizin kapılarına kilit vurduran, yüz binlerce çalışmamızı işsizlik riskiyle karşı karşıya bırakan, bu sektörden ekme yiyecek 2 milyon insanımızı olumsuz etkileyen, ayakkabı ithalatına getirdikleri ek vergi ile sektörümüze can suyu vererek, yeni yatırımların ve istihdamın önünü açan; başta Bakanımız Nihat Zeybekci'ye ve bu süreçte emeği geçen herkese sektör adına teşekkür ediyorum" diye konuşan Hüseyin Çetin, geride bıraktığımız bir yıl içerisinde yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi. Çetin, "Türkiye Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımcılar Birliği kuruldu. Türkiye de ilk defa, üretilmiyorsa denilen 'fylon' taban üretim tesisleri hizmete girdi. Sektörde gelecek görmeyerek

uzaklaşan kalifiye elemanlar tekrar sektöre geri dönmeye başladı. Yurt dışı mağaza zincirleri içerisinde Zara, Mango, Hummel, H&M gibi markalar ve ithalatçı firmalar yurt içinden alım satım yapmaya ve üretim için yatırım yapmaya başladılar. Sektör Urfa ve Çorum'da yeni sanayi bölgelerinde yatırım çalışmalarına başladı. İstihdam artışı başladı ve firmalar tünelin sonundaki ışığı gördü. Sektörümüz adına bundan sonra atılması gereken en önemli adım şüphesiz Türk ayakkabı sektörünün yurt dışında çok daha etkin tanıtımını yapabilmek ve AYMOD Fuarı'nın uluslararası olma özelliğini geliştirmektir. Bu kapsamda Ayakkabı ve Yan sanayi üreticilerimizin de yoğun talepleri doğrultusunda Derneğimiz, Ayakkabı İhracatçı Birliği ve Ayakkabı Tanıtım Grubunun kurulması için girişimlere başladı. Ayakkabı üretiminde kullanılan malzemelerin çeşitliliği, sektörün son 10 yılda kat ettiği gelişim göz önüne alındığında, Türk Ayakkabı sektörünün artık hiçbir sektörün alt sektörü olamayacağı görülmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de artık Ayakkabı Sektörünün kendi başına bir sektör olarak kabul edilmesi gerektiğini düşünüyoruz."

AYMOD New York'ta...

"Bu yıl AYMÖD, sektörümüz adına tarihi bir döneme şahit oldu. Beyaz Saray Eski Ekonomi Danışmanı Peter Mancion fuarda uzun çalışmalar yaptı. Firmaları tek tek inceledi. Türkiye'deki ayakkabı firmalarının analizini yapan Mancion, ülkesine gidecek ve ABD'deki firmaların ihtiyacına uygun olacak firmalarla işbirliği yapabileceklerini aktaracak" diye konuşan Hüseyin Çetin, üç yıl içerisinde Türk ve Amerikan firmalarını New York AYMÖD'da buluşturmak için çalıştıklarını, sıkıntı olmaması halinde sektöre böyle bir sürpriz yapacaklarını söyledi. 11 Afrikalı firmanın da Türk pazarındaki üretim gücünü görmek, deri ayakkabı, trend, tasarım ve moda hakkında fikir sahibi olmak için AYMÖD'a katıldıklarını belirten Çetin, "Çin'in moda ve trend ayakkabı üretiminde başarısız olması yabancı yatırımcıyı AYMÖD'a çeken bir başka neden oldu. Hong Kong Ayakkabıcılar Derneği Başkanı William Wong da fuarda Türk ayakkabı sektörünü yakından tanımak için fuara gelen önemli bir misafirimiz oldu. Sektörümüz adına bir güzel



gelişmemizde onlarla olacak. Hong Kong'da show room kurmaya karar verdik" dedi.

Hong Kong ve ABD pazarlarına dair çalışmalar

Hong Kong Belediye Başkanı William Wong ile Beyaz Saray Eski Ekonomi Danışmanı Peter Mancion da fuarı ziyaret eden isimler arasında yer aldı. Fuara ikinci kez geldiğini söyleyen William Wong, "Burada gördüğümüz ürünler kalite ve trend olarak çok iyi. Modaya yakından hâkim. TASD ile Türk ayakkabılarının Çin piyasasına satışı ile ilgili bir proje üzerinde çalışmaktayız. Hong Kong'da sizleri görmek isteriz" dedi. Peter Mancion da İstanbul ve İzmir'de ayakkabı üreten fabrikaları

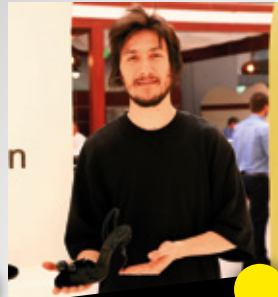
ziyaret ettiklerini söyleyerek, Türk ayakkabı sektörünün adanmış, heyecanlı, kabiliyetli üreticileriyle çalışmaktan büyük şeref duyduğunu belirtti. Mancion, Türk ayakkabı sektörünün çok önemli avantajları olduğunu söyledi. Bunlardan bir tanesinin esneklik olduğunu ifade eden Mancion, diğer avantajlarının yetenek ve küçük miktarlarda üretim yapabileme ve teslimat kapasitesi olduğunu kaydetti. Özellikle ayakkabı fabrikalarında deri kesme konusunda Türk ayakkabı sektörünün dünyada gördüğü birçok ülke ve üreticiden en iyisi konumunda olduğunu söyleyen Mancion, Türk ayakkabı ürünlerinin ne şekilde ABD pazarına pazarlanabileceğine dair karşılaştırmalı analizler yaptıklarını belirtti.

GENÇ TASARIMCILAR SEKTÖRÜ BİR ADIM İLERİYE TAŞIYOR

Türkiye Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımcıları Birliği'nin bünyesindeki genç tasarımcılar, ayakkabı tasarımlarıyla sektörü bir adım ileriye taşımayı hedefliyor.

**Hazal Karaşah**

Yeni mezun olmuş tasarımcı olduğum için isminim ve tasarımlarımın daha bilinir olması açısından benim için bu fuarın faydalı olacağını düşünüyorum. Beklentim bu yönde açıkçası. Yeni mezun olmam sebebiyle bir yerlerden başlamam gerekiyor. Buradan gelecek fırsatlarla daha profesyonel bir şekilde mesleki hayatıma bir başlangıç yapmak istiyorum.

**Safa Şahin**

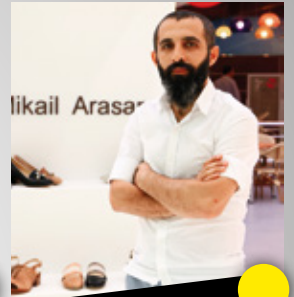
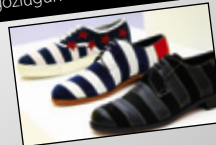
Fuardan beklentim firmalarla bağlantı kurup onlara koleksiyon hazırlayabilmek ve ayakta duran tasarımcılar olabildiğimizin göstergesi olarak ürünler yapabildiğimizi göstermek. İkinci kez ürünlerimizi sergiliyoruz. Hayat geçmişe koyduğumuz noktalardan ibaret. Bu çalışma da koyduğumuz noktalardan bir tanesi. Bütün koyduğumuz küçük noktalar birer büyük noktalara dönüşecek.

**Bilge Köprülü**

Kendimizi tanıtmak, yurt dışından gelecek müşterilere hazırlanmış olduğumuz 2016 yaz koleksiyonumuzu satmak için fuardayız. Tasarımcılar sanki dışarıya çok kapalılanmış gibi sanılıyor. Üretici ile ayakkabı tasarımcısının çok ayrı mecralarda yer aldığı zannediliyor. Bir üretici tasarımcıya gittiğinde kendileri için koleksiyon hazırlamayacaklarını düşünüyor. Buradaki oluşum da bu ön yargıyı kırmak.

**Ahmet Baytar**

Fuarda yer almamızın amacı ise üretici ile tasarımcıyı daha da yakınlaştırmak. Biz bu işin eğitimini almış çeşitli firmalarda profesyonel olarak o firmanın gözlüğünü takip koleksiyonlar yapabildiğimiz gibi kendi adımızla yurt içinde ve dışında çeşitli butiklere özgün koleksiyonlar hazırlayan tasarımcılarız. Hepimizin alt yapısı dolu. Tasarımcı da ticarî bakabilir. Tasarımcıya o gözlüğün verilmesi lazım.

**Mikail Arasan**

Dünya çapında baktığımızda özellikle Avrupa'yı örnek aldığımız zaman oradaki firmaların kendi bünyelerinde çalıştıkları kendi tasarımcılarla ortak hareket ettiklerini ve yenilik anlamında da bu sistemde çalıştıkları için hep dünyada bir adım önde olduklarını görüyoruz. Şu an fuara katılma nedenimiz üretici firmalarla bizlerin bir arada çalışabildiklerini göstermek.



HALL H5
BOOTH A101



ARE YOU
READY?

STOLL

ITMA MILANO 2015

WWW.STOLL.COM

WWW.MAYERMUMESSILLIK.COM.TR

ITMA Milano 2015 için hazırız.

Müşterilerimizin talepleri doğrultusunda bizler en iyi çözümler için çaba sarf etmekteyiz. En iyi yeteneklere sahip Stoll uzmanları size servis tecrübemizin en farklı avantajlarını sunmaktadırlar. Bu ortak amaç uğruna hep beraber yakın bir şekilde çalışmaktayız. En iyi cevapların ancak en iyi hazırlıklar sonrası verilebileceğinin farkındalığı ile siz müşterilerimize Teknik Tekstiller, Moda ve Teknoloji ile Yazılım Çözümleneleri konularında profesyonel bilgi birikimimizi aktarmak ve desteklemekteyiz. Tüm bunların ötesinde en verimli ürün performansı için bizi tercih edebilirsiniz. Stoll'ün en son yenilikleri ve teknolojilerinin çeşitliğini keşfetmeniz ve sizinle tanışmak için sizleri ITMA Milano 2015'deki standımızda bekliyor olacağız. **Stoll için hazır mısınız?**



LINEAPELLE FUARI'NA KATILIM ARTIYOR

DERİ SEKTÖRÜNDE İTALYA'YA ÜST ÜSTE ÇIKARMA YAPAN İDMİB, PRESTİJLİ FUARLAR ARASINDA YER ALAN LINEAPELLE DERİ FUARI'NDAN DA MEMNUN AYRILDI. 19 FİRMANIN MİLLİ KATILIM DÂHİLİNDE YER ALDIĞI FUARA, 19 TÜRK FİRMASI DA BİREYSEL OLARAK KATILDI.

Türk deri sektörü Ağustos ve Eylül aylarında İtalya'nın dünyaca ünlü moda şehri Milano'ya üst üste çıkarma yaptı. İlki MICAM Ayakkabı Fuarı olan bu güçlü çıkarmada ikinci adım ise Lineapelle Deri Fuarı oldu. Dünya deri sektörünün önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Deri Fuarı, yılda iki kere İtalya'da organize ediliyor. Fuar, 9-11 Eylül 2015 tarihleri arasında, Expo 2015'i düzenleyen İtalya'nın Milano şehrindeki Micam Fuarı'nın da ya-

pıldığı Fiera Milano Rho fuar alanında, kapılarını dünyanın her yerinden gelen deri ve alt sektör profesyonellerine açtı. Bu dönem Milano'daki 3'üncü etkinliğini gerçekleştiren fuar, geçmiş senelerde İtalya'nın Bologna şehrinde düzenleniyordu. Türkiye, 2015'in ikinci döneminde İDMİB bünyesinde 12 deri ve 7 yan sanayi üreticisi firma ile yerini aldı. Fuara milli katılım gerçekleştiren 19 firmanın haricinde 19 firma da bireysel katılım gerçekleştirdi. Toplamda 38 Türk firma-

sı fuarda yer aldı. Toplamda 488 metrekaare alanda milli katılım gerçekleştiren firmalar arasında; Aka Deri, Akaylar Deri, Cevahir Deri, Durak Tekstil, Ensari Deri Kürk, Fatih Ökçe, Kord Endüstriyel İp ve İplik Sanayi, Rifli Rulo ve Levha Sanayi, Loyal Dış Ticaret, Mader Deri, May Deri, Özen İplik, Rota Kimya Sanayi, Selina Kürk Deri, Şevra Deri Sanayi ve Dış Ticaret, Toprak Kürk, Turgut Kardeşler Deri ve Ayakkabı, Usta-San Ayakkabı, Uyguner Deri yer aldı.



Lineapelle Fuarı'na bireysel katılan diğer firmalar

- Ağaoğlu
- Akform
- Arpel
- Cihan
- Derma
- Gündüz Kürk
- Kopuzlar
- Marmara
- Özderi
- Özgüneşler
- Özşahin
- Özyüksel
- Polat Taban
- Şafak Öorme
- Şen Deri
- Sepici
- Sevimli
- Tek-Or
- Ulaştı

Deri sektörü
Şanghay'dan Uzakdoğu ülkelerine, Milano'dan ise Avrupa ülkelerine açılıyor. Bununla birlikte geçen sene Milano'daki fuarda 22 ülkeden ziyaretçi Türk firmaların stantlarını ziyaret etti. Yılda iki kez kurulan Lineapelle aslında sadece Avrupa ülkelerini değil, diğer ülkelerin alıcılarını da buluşturan bir fuar özelliği taşıyor.



MUSTAFA ŞENOCAK
 İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı

"Geçen sene 14 firma bu yıl ise 19 firmayla fuara milli katılım gerçekleştirdik. Kriz ortamında bile katılımımda artış var. Firmalar bu fuarlarda güzel bağlantılar kurup mutlu ayrılıyorlar."



Fuarda etkin Türkiye ilan çalışması

Fuar alanında sentetik/kumaşlar, tasarımcılar, okullar ve basın Hall 9'da toplanırken, tabakhaneler Hall 11, 13, 15, aksesuar-bileşen ise Hall 22 ve 24'te yer aldı. Katılımcı Türk markalar fuardan genel olarak memnun ayrıldı. Özellikle fuara yeni katılmaya başlayan aksesuar yan sanayi bölümündeki firmalar beklentilerinin altında bir ilgi olduğunu ifade etse de deri firmaları için durum biraz daha değişkenlik göstermekte. Fuarı yeni katılmaya başlayan ve en arka bölgelerde olan firmaların bir kısmı oldukça memnun ayrıldıklarını ifade etti. Lineapelle Fuarı'nda Türk deri sektörünün yurtdışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi adına tanıtım faaliyetleri de yapıldı. Milli Katılım organizasyonu içerisinde yer alan firmaların detaylarının yer aldığı bir katalog hazırlanarak İTKİB info-standında ve fuarın diğer alanlarında ziyaretçilere dağıtıldı. Fuar katılımcılarının tamamının yer aldığı fuar kataloğunda bir ilan sayfası ve fuar resmi kataloğunun arka kapağına bir sayfa ilan çalışıldı. Fuar alanındaki diğer ilan çalışmaları ise şöyle; Micam Rho Metro istasyonu çıkışında üç adet 3x2'lik ışıklı billboard, Hall 9-11 girişine yakın 4x3 banner, Hall 13-15 girişine yakın 4x3 banner, Hall 9-11 resepsiyonuna inen alana yakın yerde 7.70x2.30 banner, 9-11. salonların resepsiyon girişindeki dış duvarındaki 10 adet cam blok.

Fuara katılım artıyor, yüzler gülüyor
 İtalya'da etkin tanıtımlara imza atan İDMİB ve Deri Tanıtım Grubu (DTG), bu sayede Türk firmalarına gösterilen ilgiyi artırıyor. Lineapelle Fuarı'nda 19'u milli 19'u da bireysel katılımımla yer alan toplam 38 Türk firması 488 metrekarelik alanda ünlü mar-

Fuara milli katılım gerçekleştiren firmalar

- Aka Deri
- Akaylar Deri
- Cevahir Deri
- Durak Tekstil
- Ensari Deri Kürk
- Fatih Ökçe
- Kord Endüstriyel İp ve İplik Sanayi
- Rifli Rulo ve Levha Sanayi
- Loyal Dış Ticaret
- Mader Deri
- May Deri
- Özen İplik
- Rota Kimya Sanayi
- Selina Kürk Deri
- Şevra Deri Sanayi ve Dış Ticaret
- Toprak Kürk
- Turgut Kardeşler Deri ve Ayakkabı
- Usta-San Ayakkabı
- Uyguner Deri



FUAR



kalara yarı işlenmiş ve bitmiş deri sattı. Hong Kong APLF fuarından sonra toplam 40 bin metrekarelik fuar alanıyla sektörün ikinci büyük pazar yeri olan Lineapelle'de özellikle Avrupa ülkelerine ürün satıldı. Lineapelle Fuarı'nı değerlendiren Mustafa Şenocak "Geçen sene 14 firma bu yıl ise 19 firmayla fuara milli katılım yaptık. Kriz ortamında bile katılımda artış var. Firmalar bu fuarlarda güzel bağlantılar kurup mutlu ayrılıyorlar" dedi. Mustafa Şenocak, yarı işlenmiş ve bitmiş deri mamullerinin 2015 Ocak - Ağustos ihracat rakamlarını ise şöyle değerlendirdi: "Bu dönemde ayakkabı, saraciye, deri giyim, kürk giyim, işlenmiş kürk, yarı işlenmiş ve bitmiş deri ihracatımız toplam 1 milyar 5 milyon dolar olarak gerçekleşti. Yarı işlenmiş ve bitmiş deri ihracatımız ise 121 milyon dolarlık rakamla ihracatımızın yüzde 12'sini sağladı. 47 milyon dolarlık ihracat rakamıyla işlenmiş kürkü de buna dâhil ettiğimizde bu rakam yüzde 16.7'ye ulaşiyor. 10 yıl önce yüzde 8 civarında olan pay gittikçe yükselen bir trendle hareket ediyor. Bu sektörümüz krize rağmen ihracat rakamlarını aşağı düşürmüyor. Deri ve deri mamulleri ihracat ana başlığı içinde birinci sırada ayakkabı yüzde 48 oranıyla, deri giyimi yüzde 21 oranıyla yer alırken, işlenmiş ve yarı işlenmiş deri ürünleri sektörü yüzde 16.7 ihracat oranıyla üçüncü sırada yer alıyor."

Stantlarımıza 22 ülkeden ziyaretçi

2014'ün aynı döneminde oranın yüzde 12.1 olduğunu hatırlatan Şenocak, yarı işlenmiş ve bitmiş deri sektöründeki bu yüz güldüren tabloyu kaliteli ve modaya uygun üretime bağladı. Şenocak, "Şanghay'dan uzakdoğu ülkelerine, Milano'dan ise Avrupa ülkelerine açıyoruz. Bununla birlikte geçen sene Milano'daki fuarda yaptığımız tespitte tam 22 ülkeden ziyaretçi bizim firmalarımızın stantlarına uğramış, ürünlerimizi görmüşler. Yılda iki kez kurulan Lineapelle aslında sadece Avrupa ülkelerini değil, diğer ülkelerin alıcılarını da buluşturan bir fuar" dedi.



İtalya'da etkin tanıtımlara imza atan İDMİB ve DTG, bu sayede Türk firmalarına gösterilen ilgiyi artırıyor. Fuarda 19'u milli 19'u da bireysel katılımı yer alan Türk firmaları, ünlü markalara deri sattı.



İtalya'da etkin tanıtımlara imza atan İDMİB ve Deri Tanıtım Grubu (DTG), Lineapelle Fuarı'nda da "Meet the Turkish Leather Effect" ilanlarıyla yer aldı.

ues varak



Sorunsuz 10 yıkama*

Yüksek ısı dayanımı

Üstün kalite
uygun fiyat



THERMOWASH®

varak baskının en canlı hali...

www.uesvarak.com



*SGS Test Laboratuvarlarında yapılmış olan "10 yıkama testi" sonrası, görünüm testi raporlarındaki değerlendirme sonucu baz alınmıştır.



SEKİZ ANADOLU MEDENİYETİ DERİDE CAN BULDU

ANADOLU MEDENİYETLERİNİN ZAMANSIZ TASARIM ANLAYIŞI DÜNYA İLE BULUŞMAYA DEVAM EDİYOR. PEKİN VE ŞANGHAY'DAN SONRAKİ DURAĞI MİLANO OLAN "THE LEATHER AGE - ANATOLIA ∞" SERGİSİ, SEKİZ ANADOLU MEDENİYETİ TASARIMCI HATİCE GÖKÇE'NİN TASARIMLARIYLA CAN BULDU. SERGİNİN BİR SONRAKİ DURAĞI İSE NEW YORK OLACAK.

Türk derisini yurtiçi ve yurtdışında temsil etmek amacıyla faaliyet gösteren Deri Tanıtım Grubu (DTG), dünyanın öncü moda etkinliklerinden biri olan Mercedes-Benz Fashion Week Milano'da erkek giyim tasarımcısı Hatice Gökçe'nin "The Leather Age - Anatolia ∞" adlı sergisi ile çok yönlü bir moda pratiğini başlatıyor. Deri Tanıtım Grubu tarafından desteklenen proje deri tasarım sürecini derinleştirip, yüceltiyor. 2014 yılının Nisan ayında İstanbul Modern'de gerçekleşen bir gala ile kamuoyuna tanıtılan "The Leather Age - Anatolia ∞"nın yurtdışında Pekin ve Şanghay'dan sonraki durağı Milano oldu. 26 Eylül tarihinde Milano'da Mercedes-Benz Fashion Week Milano ile eş zamanlı olarak Palazzo Serbelloni'de Deri Ta-

nıtım Grubu'nun ev sahipliğinde gerçekleşen açılıшта, moda dünyasının önde gelen isimleri bir araya geldi. Türkiye Cumhuriyeti Milano Başkonsolosu Hami Aksoy'un katıldığı etkinlikte İDMİB YK Üyesi ve DTG Başkanı Erdal Matraş ve İDMİB ve DTG Yönetim Kurulu Üyeleri Ruken Mızraklı, İslam Şeker ve Burak Çelet'in yanı sıra Kreatif Direktör Bilge Tuğsuz da tasarımcıya destek oldu.

Moda yalnızca defile ile sınırlı değil Derinin sanat ve tasarımla buluştuğu bu görkemli sergide, Anadolu coğrafyasında hüküm sürmüş medeniyetlerin izini süren 16 tasarımla Türk derisinin binlerce yıllık deneyimine atf yapılıyor. Hitit, Lidya,

Arzawa, Frig, İyon, Urartu, Asur ve Troya medeniyetler tarihi ile en az 500 yıl önceye giden Türk deri işlemeciliğinin altyapısına ışık tutan Hatice Gökçe, her bir tasarıma kendi kimliğini kazandırıyor. Geçmişin gücünü bugünün yeni fikirleriyle buluşturan ve sadece Türk derisi kullanılarak hazırlanan "The Leather Age-Anatolia ∞" sergisi, moda tasarımının yalnızca defile alanına sıkıştırılmasına dair algıyı değiştirmeyi hedefliyor. Deri Tanıtım Grubu (DTG), bu sergi aracılığıyla deriyi, tasarım ve sanat arasındaki çekim gücünün merkezine yerleştiriyor.

Hatice Gökçe Türk derisini yüceltti 500 yıllık köklü bir geçmişe sahip Türk deri

sektörünü tanıtmak hedefiyle her yıl pek çok yenilikçi projeye destek verdiklerini ifade eden Deri Tanıtım Grubu (DTG) Başkanı Erdal Matraş, “Bu yıl da Milano’da Moda Haftası’yla eş zamanlı olarak sergilenen Hatice Gökçe’nin The Leather Age projesi, Türk derisinin köklü tarihine ve işlemindeki inceliğe atıfta bulunarak, Türk derisini yüceltti. Moda ve sanat arasında bir köprü kurdu” diye belirtiyor. “Sektör profesyonelleri tarafından büyük ilgi gören The Leather Age aracılığıyla, hedef pazarlarımızdan İtalya’da, modanın merkezi olarak bilinen Milano’da moda haftası ile eş zamanlı yer almaktan gurur duyduk” diyen Erdal Matraş, “Bu platformda Türk derisini en iyi şekilde tanıtmış olduk” diye ekliyor.

Sekiz Anadolu medeniyeti deride can buldu

Sekiz medeniyetin yansımalarını deri yüzeyinde tekrar zamanımıza taşıyan ve uzun bir çalışmanın sonucunda ortaya çıkan “The Leather Age - Anatolia ∞” projesi geçmişin bilgisiyle günümüze ve gelecek arasında organik bağ kuruyor. Sadece tasarımların yaratım sürecine değil, bilgi toplamaktan şehir kültürüne kadar çeşitli süreçlere dair dokümanların arşivlendiği projede, Hatice Gökçe, Anadolu Medeniyetleri Kütüphanesi’nde geçirdiği araştırma sürecinden, deri yüzeylerinin işlendiği tarihi deri atölyelerine kadar tüm sürecin seceresini tasarımlarına yansıttığını söylüyor. “Deri Tanıtım Grubu ile hayata geçirdiğimiz projemiz çok ilgi çekti” diyen tasarımcı Hatice Gökçe, gösterilen ilgiden son derece memnun. Tüm dokuların özel ışık ve sergileme teknikleriyle deriye aktarılmasını, derinin bir ayna gibi kullanılmasını ve işlenmiş her bir deri yüzeyindeki ayrıntıların görünür kılınmasını isteyen Hatice Gökçe, tasarımlarla zaman geçirilebilmesi için böylesi bir tercihte bulunduğunu söylüyor. “Anı doldurma” hissiyle hareket ettiğini belirten Gökçe,



Soldan sağa: Gazeteci Cengiz Semercioğlu, İDMİB YK Üyesi ve DTG Başkanı Erdal Matraş, Tasarımcı Hatice Gökçe, T.C. Milano Başkonsolosu Hami Aksoy, İDMİB ve DTG YK Üyesi Ruken Mızraklı, İDMİB ve DTG YK Üyesi İslam Şeker.

tasarımların oluşum sürecinde gösterdiği konsantrasyon ve dikkati, tasarımları insanlar karşısına çıkarırken de devam ettirmek istediğini söylüyor.

Birincil amaç giyilebilirlik değil

Kendi moda tarihi içerisinde irdelediği “beden”, “kimlik” ve “teslimiyet” gibi kavramları, bu sefer bu topraklara ait antropolojik bir okuma ile birleştiren Hatice Gökçe, gerek içerik, gerekse tasarımları değerlendirme süresince elini taşın altına koyuyor.

Birincil amacı “giyilebilirlik” olmayan ve mevcut modanın ticari kaygılarından uzak, tasarım sürecini derinleştiren ve yücelten bir proje olarak ortaya çıkan sergi, moda tasarımının yalnızca defile alanına sıkıştırılmasına dair algıyı değiştiriyor.

Birincil amacı “giyilebilirlik” olmayan proje mevcut modanın ticari kaygılarından uzak, tasarım sürecini derinleştiren ve yücelten bir proje olarak ortaya çıkıyor. Çekimlerinin fotoğrafçı Dağhan Gürkanlar tarafından gerçekleştirildiği “The Leather Age - Anatolia ∞” projesi Çin, Tokyo, Milano gibi şehirlerde gösterildi. Yine aynı dikkatle sergi bir başka şehirde, kimi zaman tasarım müzelerinde, kimi zaman açık sergi alanlarında sergilenerek mekânla ilişkiye geçecek ve modanın diğer sanat disiplinleriyle kesişim alanlarını tespit edecek. Sergi, New York’ta Moma Modern Sanatlar Müzesi’nde sergilenmeye hazırlanıyor.





HEZARFEN İSTANBUL PROJESİ YÜRÜRLÜĞE GİRDİ

TÜRK SANAYİ ÜRÜNLERİNDE REKABET GÜCÜNÜ ARTIRMAK VE SANAYİCİNİN KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERE YÖNELMELERİNİ SAĞLAMAK AMACIYLA OLUŞTURULAN HEZARFEN İSTANBUL PROJESİ, İDMİB'İN DE ARALARINDA BULUNDUĞU DÖRT KURUM TARAFINDAN İMZALANAN BİR PROTOKOL İLE YÜRÜRLÜĞE GİRDİ.

Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından Türkiye'de yer alan KOBİ'lerde yenilikçi kültürün artırılmasına katkı sağlamak ve sınai mülkiyet haklarının etkin kullanımını sağlamak amacıyla, 2007 yılından itibaren uygulamaya konulan 'Hezarfen İstanbul Projesi'nin açılışı, proje paydaşlarının imzaladığı protokol imza töreniyle 16 Ekim 2015 tarihinde İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. TPE tarafından KOBİ'lere yönelik olarak geliştirilen ve ilk olarak deri sektörünü hedefleyen 'Hezarfen' Teknoloji ve Tasarım Geliştirme Projesi'nin imza protokolü törenine İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Şenocak, Türk Patent Enstitüsü Başkanı Prof. Dr. Habip Asan, İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreteri Melek Us ve KOSGEB Başkan Yardımcısı Yusuf Keskin katıldı. TPE tarafından projenin Kasım 2015-Ocak 2016 aylarında üç ay boyunca Deri ve Deri Mamulleri sektörü için İstanbul'da uygulanması planlanmış olan

projenin İstanbul'da uygulanacak deri sektörüne yönelik bölümü için İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), KOSGEB ve ISO ile beraber proje paydaşı oldu. Proje ile özellikle fikri mülkiyet bilinci ve stratejisi olmayıp, yenilikçi ürünleri ve projeleri olan ve Ar-Ge ve tasarım yapmayı hedefleyen firmaların yararlanması amaçlanıyor. Proje kapsamında sınai mülkiyet eğitimleri organize edilmesi ve deri sektöründe faaliyet gösteren ve TPE tarafından belirlenecek 10 deri sektörü işletmesinde 10 yeni mezun tasarımcının istihdam edilmesi sağlanacak.

Fikri ve sınai haklar korunmalı

Hezarfen İstanbul Projesi Açılış Töreni'nin açılış konuşmasını yapan İDMİB Başkanı Şenocak, deri sektörünün geleceğine katkı sağlayacağına yürekten inandığını ifade ettiği Hezarfen İstanbul Projesi'ni hazırlayan Türk Patent Enstitüsü'ne teşekkürlerini ileterek başladığı konuşmasında Türk deri ve

deri ürünleri sektörü ihracatının, en büyük ithalatçı 5 ülkedeki payının yüzde 1 olduğuna dikkat çekti. Türk deri sektörünün Türkiye genel ihracatında tüm sektörler içerisindeki payının yüzde 1,1 olduğunu belirten Şenocak, bu oranın artırılması adına Hezarfen İstanbul ve benzeri projelerin artmasının en büyük temennileri olduğunu ifade etti. Bu tür projelerin KOBİ'lerin inovasyon kapasitelerini artıracığını ve sektörün ürün niteliğinin yükselmesinin yanı sıra sektörün teknoloji ve tasarım ile yüksek katma değerli ürünler üretebileceğine inandığını söyleyen Şenocak şöyle konuştu: "Deri İhracatçı Birlikleri olarak tasarım konusunda birçok faaliyetin içerisindeyiz. Detay Deri Yarışması, Deri'n Fikirler Tasarım Yarışmaları ile sektörümüzü genç tasarımcılar ile buluşturmak için çalışıyoruz. Yılda iki kere düzenlediğimiz trend seminerlerinin yanı sıra tasarımcıların eğitimlerine yurtiçi ve yurtdışı destek sağlıyoruz. Ancak tasarım konusunda dikkat edilmesi gereken önemli

bir husus fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunmasıdır. Çünkü bu haklar yeterince korunmadığı müddetçe yatırımcıların ve firmaların tasarıma ve inovasyona zaman ve kaynak ayırması uygulanabilir olmaktan çıkıyor. Taklit ürünler nedeniyle haksız rekabet ile karşı karşıya kalan firmalar, üretim ve tasarımlarını böylesine risklerin daha az olduğu ülkelere yönlendiriyor” şeklinde konuştu. Türkiye’de fikri ve sınai hakların korunmasının mevzuat açısından olmasa da uygulamada sıkıntılar barındırdığını belirten Şenocak, bu hakların etkin şekilde korunmasının sağlanması gerektiğini ifade etti. Tasarımların üretilebilir olması gerektiğinin de altını çizen Şenocak, aksi takdirde tasarımın tek başına bir anlam ifade etmediğini söyledi. Şenocak, “Hezarfen Projesi gibi tasarımcı ve üreticiyi buluşturan projeler bu açıdan sektörümüz bakımından ayrıca önemli. Zira 2023 hedeflerine ulaşmak için çalışan sektörümüzde tasarım ve patent ve devamında markalaşma hayati bir ihtiyaç. Bu sorunun üstesinden gelebilmemiz açısından bugün açılışında yer aldığımız gibi projeler artmalı, sektörümüz daha güçlü tasarımlar ile katma değeri yüksek ürünler üretebilmeli” dedi.

İşletmelerin pazar değeri artacak

Açılışta konuşan Türk Patent Enstitüsü Başkanı Prof. Dr. Habip Asan, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim ile birlikte bilginin ulusal ve uluslararası alan-

larda yaratılması, işlenmesi ve iletilmesinin hızlandığını ve fikri mülkiyetin önemli hale geldiğini ifade etti. Fikri mülkiyetin stratejik kullanımının, işletmelerin pazar değerini ve karlılığını artırdığını, Ar-Ge, Ür-Ge, pazarlama, finansman, yeni pazarlar ve teknolojilere ulaşma konularında yardımcı olduğunu belirten Asan, başarılı olmak isteyen işletmelerin fikri mülkiyet portföylerini çok iyi oluşturması ve yönetmesi gerektiğine dikkat çekti. Tüm ülkelerin, ekonomilerinin büyümesinde KOBİ’leri önemli bir motor olarak gördüğünü söyleyen Prof. Asan, “KOBİ’lerin rekabet edebilirlikleri



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Başkanı

“Hezarfen İstanbul Projesi gibi tasarımcı ve üreticiyi buluşturan projeler sektörümüz bakımından çok önemli. Zira 2023 hedeflerine ulaşmak için çalışan sektörümüzde tasarım ve patent ve devamında markalaşma hayati bir ihtiyaç.”

TPE tarafından KOBİ’lere yönelik olarak geliştirilen ve ilk olarak deri sektörünü hedefleyen ‘Hezarfen’ Teknoloji ve Tasarım Geliştirme Projesi protokolü İstanbul Dış Ticaret Kompleksi’nde imzalandı.

günümüzde artık, kalite ve fiyatlandırma politikalarına bağlı olduğu kadar işletmelerin inovasyon yeteneklerine de bağlıdır. KOBİ’ler yeni fikir üretmede, geliştirmede ve adaptasyonda büyük işletmelere kıyasla daha esnekler ve daha hızlı inovasyon yapabilmektedir” dedi.



Hezarfen İstanbul Projesi nedir?

Sınai mülkiyet hakları kullanılarak Türk Patent Enstitüsü tarafından “Türk KOBİ’lerinin İnovasyon Kapasitelerinin Geliştirilmesi” konulu yürütülen proje kapsamında “Hezarfen Teknoloji ve Tasarım Geliştirme Projesi” adı verilerek geliştirilen proje ile KOBİ’lerin ayakta durabilmesine destek olmak hedefleniyor. Başarılı bir inovasyonun olmazsa olmazları arasında yer alan iyi bir girişimci olmak, teknolojiyi yakından takip etmek, müşteri beklentilerine hakim olmak ve esnek cevap verebilmek, iyi bir marka olmak, yenilikçi ve yaratıcı ürünleri tüketici tarafından tercih edilen ve estetik bir şekilde sunmak, Ar-Ge yapmak, Ar-Ge için sunulan finans kaynaklarını takip etmek ve kullanmak gibi özelliklerin KOBİ’ler tarafından sahiplenilmesi

ve edinilmesi amacıyla yürütülen projede KOBİ’lere teknoloji - inovasyon taramaları gibi bire bir danışmanlık hizmetleri ve eğitimler veriliyor. Danışmanlık hizmeti kapsamında firmalara, ulusal ve uluslararası pazarlarda hedeflere ulaşmak için değişik fikri mülkiyet araçlarının (patent, marka, endüstriyel tasarım, know-how, ticari sır, teknoloji transferi, lisanslama vs.) kullanılması, patent dokümanlarındaki mevcut bilgiler kullanılarak teknik problemlere çözüm bulunması, yeni ürün, teknoloji ve projelerin geliştirilmesi (Ar-Ge ve Ür-Ge Mühendisliği), teknoloji trendleri ve rakiplerin takip edilmesi, firmaların tasarım ihtiyaçlarının belirlenmesi ve tasarımcılar ile buluşmalarının sağlanması konularında bilgiler sunuluyor.



Hezarfen İstanbul Projesi' açılış konuşmalarının ardından Hezarfen Projesi'nin Uygulanmasına Dair İşbirliği Protokolü, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, TPE Başkanı Prof. Dr. Habip Asan, İSO Genel Sekreteri Melek Us ve KOSGEB Başkan Yardımcısı Yusuf Keskin'in katıldığı törenle imzalandı.

Deri sektörü, hak ettiği pazar payına ulaşacak

Törende İSO Genel Sekreteri Melek Us da bir konuşma yaparak, imalatçı sanayici için tasarım ve Ar-Ge'nin öneminden söz etti. Günümüz dünyasında rekabet edebilmek için sanayicilerin katma değeri yüksek ürünlere yönelmeleri gerektiğini, bunun için de tasarımı ne kadar önemli olduğuna değinen Us şöyle konuştu: "Bu proje deri ve deri ürünlerine yönelik. Bizce de deri ve deri ürünlerine yönelik tasarımların teşvik edilmesi gerekiyor. Bazı teşvikler son dönemde verildi ancak bunların uygulanmasında büyük sıkıntılar yaşanmakta. KOBİ'lerin tasarım teşviklerinden yararlanabileceği modelleri geliştirmek zorundayız. Eğer yüksek katma değerli ürünler üreteceksek, bu alanda daha fazla üreticimizin ve sanayicimizin yanında olmak, onları desteklemek zorundayız. Sanayicilerin de kendilerini daha yüksek katma değerli ürün üretimi konusunda yenilemeye ihtiyaçları var. Bütçelerinden daha fazla payı tasarım ve AR-GE'ye ayırmak zorundalar. Ancak o zaman deri ve deri ürünleri sektöründe hak ettiğimiz pazar paylarına ulaşmamız mümkün olacaktır."

Farklılaşma, Ar-Ge ve inovasyonla gelecektir

KOSGEB Başkan Yardımcısı Yusuf Keskin ise KOSGEB'in KOBİ'lerin rekabet gücünü artırmaya yönelik farklı desteklerin yanı sıra girişimcilerin ve inovatif faaliyetlerin desteklenmesine yönelik çalışmalar yürüttüğüne vurgu yaparak, "Rekabetin son derece arttığı dünyada farklılaşma, Ar-Ge ve inovasyonla gelecektir. 'Bu rekabet ortamında Türkiye kendini nasıl ayırtacaktır?' diye sordüğümüz-

Hezarfen İstanbul Projesi'nin İstanbul'da uygulanacak deri sektörüne yönelik bölümü için İDMİB, KOSGEB ve İSO ile beraber proje paydaşı oldu.

da, başarılı olmamızın iki temel aksı mevcuttur. Birincisi niceliksel olarak ülkemizin girişimci potansiyelini artırmak, bir diğeri ise niceliksel olarak artan bu girişimcilerin niteliksel olarak gelişmesini sağlayan Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin artırılmasıdır" dedi.

İDMİB üyesi firmalar ödüllendirildi

Hezarfen İstanbul Projesi' açılış konuşmalarının ardından Hezarfen Projesi'nin Uygulanmasına Dair İşbirliği Protokolü, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, TPE Başkanı Prof. Dr. Habip Asan, İSO Genel Sekreteri Melek Us ve KOSGEB Başkan Yardımcısı Yusuf Keskin'in katıldığı törenle imzalandı. TPE Başkanı Asan'ın gerçekleştirilen işbirliği anısına İSO, KOSGEB ve İDMİB'e plaket takdim etmesinin ardından TPE verilerine göre belirlenen ve patent, faydalı model, marka ve endüstriyel Tasarım dallarında İDMİB'e üye ilk üç içerisinde yer alan firmalar ödüllendirildi. Etkinlikler, Hezarfen Projesi Tanıtımı ve Sınai Mülkiyet Hakları Bilgilendirme Seminerleri ile sona erdi.



PROF. DR. HABİP ASAN
Türk Patent Enstitüsü Başkanı

"KOBİ'ler yeni fikir üretmede, geliştirmede ve adaptasyonda büyük işletmelere kıyasla daha esnekler ve daha hızlı inovasyon yapabilmektedir."



MELEK US
İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreteri

"Bütçelerinden daha fazla payı tasarım ve Ar-Ge'ye ayıran firmalar sayesinde deri ve deri ürünleri sektöründe hak edilen pazar paylarına ulaşmak mümkün olacaktır."



YUSUF KESKİN
KOSGEB Başkan Yardımcısı

"Rekabetin son derece arttığı dünyada farklılaşma, Ar-Ge ve inovasyonla gelecektir."

Stretching Beyond

Color+

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

eco-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.

PowerFit

creora® Power Fit Yüksek dereceli sıkıştırma ve kuvvet için geliştirilmiş 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

creora® is registered trademark of the Hyosung corporation for its brand of premium spandex

www.creora.co.kr

HALI



BREZİLYALI HALIÇILAR İSTANBUL'A GELİYOR

MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRMEK AMACIYLA TÜM DÜNYADAKİ HALI FUARLARINA KATILARAK ARAŞTIRMALARINI SÜRDÜREN İHİB'İN SON DURAĞI BREZİLYA İDİ. KÜÇÜK VE YEREL HALI FUARLARINA EV SAHİPLİĞİ YAPAN BREZİLYA'NIN, ALIM HEYETİ KAPSAMINA ALINMASI KARARLAŞTIRILDI.

Türk halısına tüm dünyada hak ettiği yeri kazandırmak için çalışmalarını sürdüren İHİB'in son durağı Brezilya idi. Domotex ve benzeri, Türk halısının ismini duyurabileceği uluslararası prestije sahip fuarları yerinde gezerek gelecek planlarını belirleyen İHİB, bu kez de Brezilya'da gerçekleştirilen halı ve ev tekstili ve dekorasyon fuarlarına katılım gerçekleştirdi. Bu kapsamda, Brezilya ABUP Show Fuarı ve Sao Paulo House Textile Fair fuarlarını ziyaret eden İHİB Başkanı Uğur Uysal ve Başkan Yardımcısı Ahmet Diler, Brezilyalı halı firmalarıyla da ilişkilerini güçlendirdi. Gerçekleştirilen ziyaretlerin ardından, fuarların küçük ve yerel fuarlar olması nedeniyle milli katılıma uygun olmayacağı değerlendirilirken, Brezilya'nın Alım Heyeti kapsamına alınması kararlaştırıldı. Başta ABD olmak

üzere Japonya'nın yanında Brezilya'yı da Alım Heyeti kapsamına alan İHİB Yönetimi, Brezilya'dan 20 büyük halı firmasının yanı sıra tüm dünyadan 50 büyük halı firmasını İstanbul'da ağırlayacak.

Yerel, küçük ve niş fuarlar

İHİB Başkanı Uğur Uysal ve Başkan Yardımcısı Ahmet Diler'in ziyaret gerçekleştirdiği Brezilya'daki fuarlar, uluslararası fuar olma özelliğinde olmamaları, daha çok küçük ve yerel piyasaya yönelik fuarlar olmaları nedeniyle milli katılıma uygun görülmedi. Daha çok ithalatçıların katıldığı Brezilya ABUP Show Fuarı ve Sao Paulo House Textile Fair gibi fuarlara katılımdan vazgeçilirken, doların Brezilya'da da stabil olmaması nedeniyle bu pazarın Alım Heyeti kapsamına alınması kararlaştırıldı.

Alım Heyeti kapsamına alındı

Küçük ve yerel pazarlara hitap eden fuarlar olmasının yanı sıra bu fuarlara daha çok ithalatçıların katılım gerçekleştirmesi, İHİB'in bu pazarı daha farklı şekilde değerlendirmesine neden oldu. Bu olumsuzlukların yanında, doların Brezilya'da Türkiye piyasalarına nazaran daha çok artması da fuarlara katılımdan vazgeçilmesindeki önemli nedenlerden biri olarak öne çıktı. Bu durum nedeniyle, Brezilyalı halıçıları İstanbul'a getirme kararı alan İHİB, Alım Heyeti kapsamında 20'ye yakın Brezilyalı halıçıyı İstanbul'da ağırlayacak. Başta ABD olmak üzere Japonya'nın yanında Brezilya'yı da Alım Heyeti kapsamına alan İHİB Yönetimi, böylelikle Türk halılarına, alıcıların bulunması noktasında hizmet verirken Türk halısını da tüm dünyada yaygınlaştırma konusunda önemli bir adım atmış oldu.

www.egnatekstil.com.tr


EGNA TEKSTİL

BASKILI
ve DÜZ ÖRME
KUMAŞLARDA
EN İYİYE VE EN YENİYE
bizimle ulaşın

Silahtarağa Mah. Fatih Cad. No: 160/A Çorlu / Tekirdağ
+90 282 673 70 90-91



İTHİB VE İHKİB'DEN BELARUS PAZARINA YAKIN TAKİP

İTHİB BAŞKANI İSMAİL GÜLLE BAŞKANLIĞINDA İTKİB VE İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİNDEN OLUŞAN BİR HEYET BELARUS'TA ÇEŞİTLİ TEMASLARDA BULUNDU. YAPILAN ZİYARET ÇERÇEVESİNDE ÜLKEDEKİ SANAYİ KURULUŞLARI VE FİRMALAR İLE İLİŞKİLER GÜÇLENDİRİLDİ.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı (İTHİB) İsmail Gülle Başkanlığında, İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri Ali Sami Aydın ve Bülent Koçak, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu üyeleri Sabri Sami Yılmaz ve Ercan Hardal'dan oluşan heyetle Belarus'un başkenti Minsk bölgesine yönelik olarak 28 Eylül - 1 Ekim 2015 tarihleri arasında ticaret ziyareti düzenlendi. İki ülke arasındaki ticari ilişkileri geliştirmek, işbirliği olanaklarını değerlendirmek üzere gerçekleştirilen ziyaret kapsamında Belarus'un önde gelen ticari işletmeleri ve kamu kurumları ziyaret edilerek karşılıklı fikir alışverişi yapıldı. Ziyaret esnasında, çeşitli devlet kuruluşları, Beltekslegprom toptan ticaret fuarı, Ulusal Özelleştirme Ajansı, Mal Borsası olmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşlara ziyaretler gerçekleştirildi.

Bu kapsamda Belarus'un petrol ve tekstil alanında faaliyet gösteren konsorsiyumu Belneftekhim yönetimi ve tekstil sanayi için hammadde üretimi yapan işletmelerin yöneticileri ve Belarus Devleti Bakan Yardımcısı ile yapılan görüşmelerde iki ülke arasında tekstil ve konfeksiyon sektörlerindeki işbirliği imkanları değerlendirildi.

Belarus'ta Türk heyetine yoğun ilgi

Minsk Türkiye Ticaret Müşaviri Fatih Turhan'ın da eşlik ettiği, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ali Sami Aydın ve Bülent Koçak ile İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Sabri Sami Yılmaz ve Ercan Hardal'dan oluşan Türk tekstil ve konfeksiyon delegasyonu, Uluslararası toptan ticari 'BelTEKSlegprom Sonbahar 2015' fuarının resmi açılış törenine katılarak fuar alanında ziyaretlerde bulundu.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle tarafından bir açılış konuşması da yapılan fuarda Türk ve yabancı katılımcı firmalar delegasyonumuzca ziyaret edildi. Fuar alanında Belarus pazarı hakkında firmaların değerlendirmeleri alınarak, pazar araştırması gerçekleştirildi. Fuar alanında iki ülke arasındaki işbirliğini geliştirmek amacıyla, TC Minsk Bütükelçisi K. Nilvana Darama'nın da teşrifleriyle İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle ile Belarus Hafif Sanayi Bakanı ve Bellepprom Konsorsiyumu Başkanı Nikolay Efimchik tarafından bir iyi niyet beyanı imzalandı. Bu ziyaretler kapsamında Belarus ile Rusya Federasyonu arasında var olan Gümrük Birliği ve sağladığı avantajlar da detaylıca görüldü.

Belarus firmaları PV İstanbul'a geliyor
İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin daveti ile,

PV İSTANBUL FUARI VE 10. KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI'NA KATILMAK ÜZERE TÜRKİYE'YE DAVET EDİLEN BELARUS FİRMALARI TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ YERİNDE İNCELEME VE B2B GÖRÜŞMELER YAPMA İMKANI DA YAKALAYACAKLAR.



BelExpo'da fuar açılış konuşmasını gerçekleştiren İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Türkiye tekstil sektörünün geldiği yeri aktararak, Belarus ve Türkiye arasında tekstil ticareti konusunda ortaya çıkan fırsatları aktardı.

Minsk'te müzakerelerde bulunan Bellegprom (Ministry of Light Industry) and Belneftkhim (Ministry of Petrochemistry) yetkilileri beraberindeki bazı Belarus tekstil ve hammaddeleri ile hazır giyim firmalarının eşliğinde, PV İstanbul Fuarı'na ve 10. Kumaş Tasarım Yarışmasına katılmak üzere ülkemizi ziyaret edecekler. Böylelikle Türk tekstil sektörünü yerinde inceleme ve B2B görüşmeler yapma imkanının sunulması sağlanacak olup, iki ülke arasındaki ticari ilişkin güçlendirilmesi hedeflenmektedir.

Yakından takip edilmesi gereken bir pazar

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi, Ali Sami Aydın Belarus'a yaptıkları ziyaretin çok önemli olduğuna değinerek, Belarus'un Azerbaycan ve Rusya gibi ülkelerin ortak pazarlarını

içeren bir yapıda olduğuna dikkat çekti. Ülkenin hem altyapı hem de yatırım olarak oldukça uygun olduğuna değinen Aydın, "Son yaşanan siyasi gelişmelerden dolayı Belarus parasında yaşanan aşırı değer kaybı ve alım gücünün düşmesi şu anda ideal bir pazar olmaktan uzaklaştırmış görülmüyor bu pazar. Kesinlikle yakından takip edilmesi ve üzerinde durulması gereken bir ülke konumunda Belarus. Biz ev tekstil firması olarak 2000 yılından itibaren bu ülke ile çalışıyoruz. Bu ülke ile çalışıyor olmaktan oldukça memnun olduğumu söyleyebilirim. Bu son yaşanan krizden sonra oradaki satın alma gücünden dolayı biraz bekleme durumundayız. Yaşanan sıkıntılar geride kaldığında bu pazarda tekrar ticaret yoluna girecek. Rusya ve çevre ülkelerde Belarus'ta üretilen ürünlerin kalitesine yönelik bir hayranlık duyuluyor. Kaliteli

ürün üreten bir ülkenin doğal olarak kaliteli hammaddeye ihtiyacı var. Bu ihtiyacı coğrafi olarak en hızlı olarak temin edebilecekleri yerlerin başında Türkiye bulunuyor. Türkiye bundan dolayı bu pazara ilişkin olarak yüksek potansiyel barından bir konumda bulunuyor. Bizim için de hem mal satabileceğimiz bir ülke olmanın yanında Belarus mal alabileceğimiz bir konuma da sahip. Belarus'ta zincir olarak faaliyet gösteren perakende firmaları için çok yüksek iş potansiyeli bulunuyor. Bireysel olarak o pazara gidip mal satmaya çalışan firmalar için şimdilik işler zor olabilir ancak gelecekte kesinlikle bu pazarda çok olumlu dönüşlerin yaşanacağını söyleyebiliriz" dedi.

Organize perakende firmalarının şansı yüksek

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Sabri Sami Yılmaz'da Belarus'ta organize perakende sektöründe yer alan Türk firmalarının Belarus'ta iyi konumlandıklarına dikkat çekerek, yaptıkları ticaret heyeti ziyaretinin çok olumlu geçtiğini belirtti. Türk perakende firmalarının Belarus'ta bulunan alışveriş merkezlerinde iyi konumlandığına vurgu yapan Yılmaz, "Bu tarz ülkelerde bizim Türk firmalarımız daha hızlı davranabiliyorlar. Coğrafi yakınlığın ve piyasanın yapısı bunda etkili oluyor. Organize perakende firmalarımız oraya giderlerse çok iyi fırsatlar yakalarlar" dedi.

Tekstil ihracatı fırsatlar sunuyor

Belarus 2014 yılı verilerine göre 655,3 milyon dolarlık tekstil ve hammaddeleri ihracatının yüzde 11'lik kısmını Türkiye'den



İTHİB Başkanı İsmail Gülle Bellegprom Konsorsiyumu ile işbirliği protokolü imzaladı.

BELARUS, GEREK COĞRAFI KONUMU, GEREKSE SAHİP OLDUĞU KALİTELİ İŞGÜCÜ AVANTAJLARI İLE BÜYÜK BİR POTANSİYELE SAHİP. BELARUS, AB İLE BAŞTA RUSYA FEDERASYONU OLMAK ÜZERE ESKİ SOVYET CUMHURİYETLERİ ARASINDA BİR NEVİ KÖPRÜ HALİNE GELMİŞ DURUMDA.



ALİ SAMİ AYDIN

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

"Belarus altyapı olarak yatırıma oldukça uygun bir pazar. Kesinlikle yakından takip edilmesi ve üzerinde durulması gereken bir ülke konumunda."

karşılmakta olup, Türkiye Belarus'un tekstil ve hammaddeleri ithalatı yaptığı ülkeler arasında ikinci sırada yer almakta. Belarus'un 2014 yılında tekstil ve hammaddeleri ithalatı yüzde 4 azalmış durumda. Belarus'un 2014 yılında Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı ise yüzde 19 azalmış durumda. Belarus'un 2014 yılı ithalat verilerine göre; 420,6 milyon dolarlık hazır giyim ithalatının yüzde 3,2'lik kısmını Türkiye'den karşılamakta olup, hazır giyim ithalatı yaptığı ülkeler arasında Türkiye 6. sırada yer almakta. Belarus'un 2014 yılında hazır giyim ve kon-



SABRİ SAMİ YILMAZ

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

"Belarus'ta organize perakende sektöründe yer alan Türk firmaların bu pazarda iyi konumlandığını görüyoruz. Bu tarz firmalar için iyi fırsatlar var."

feksiyon ithalatı yüzde 29 artmış durumda. Belarus'un 2014 yılında Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı ise yüzde 0,1 artmış durumda.

Belarus'ta tüketim alışkanlığı gelişiyor

Belarus'taki tekstil ve konfeksiyon sektörü genelde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşuyor. Firmaların çoğunluğu, bir devlet kuruluşu olan Bellegprom çatısı altında örgütlenmiş durumda. Bellegprom, Belarus tekstil, örme, dokuma, ayakkabı ve deri işleme sektörlerinden firmaları bünyesinde

bulundurduğundan, aynı zamanda en geniş sektör temsil gücüne sahip kuruluş olma özelliğine de sahip bulunuyor. Belarus'ta tüketim alışkanlıkları her geçen gün gelişmekte. Ülkenin milli gelir büyümesi, özellikle son yıllarda çok yüksek oranlarda gerçekleşmiştir. Son dönemde artan inşaatlar, birbiri ardınca açılan süpermarketler, kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, toplumdaki dönüşüme işaret etmekte. Ülke insanlarının kültürel olarak iyi giyinmeyi ve eğlenmeyi seven insanlar olması bu alanlarda Türkiye için fırsatlar olabileceğini düşünüyor. Özellikle tekstil ve giyim sektöründe ihracat imkanları bulunmaktadır. Giyim sektöründe Türk malı imajının iyi olduğu gözlemleniyor. Son dönemde yaşanan kriz ortamının geçmesinden sonra bu pazarda önemli gelişmelerin olacağı bekleniyor.

Belarus, gerek coğrafi konumu, gerekse sahip olduğu kaliteli işgücü gibi diğer avantajları ile büyük bir potansiyele sahip. Belarus, bir nevi AB ile basta Rusya Federasyonu olmak üzere eski Sovyet Cumhuriyetleri arasında bir köprü haline gelmiş durumda. Bu açıdan bakıldığında Belarus'un Türk firmalarına çeşitli imkanlar sunması söz konusu olabilir. SSCB ülkeleri içinde insan kaynakları, istikrar, gelişmiş altyapı yönlerinden en gelişmiş ülkelerden biri olan Belarus'un günümüzdeki en önemli sorunu Serbest Piyasa Ekonomisi hususundaki deneyimsizliğidir. Kalifiye ve ucuz işgücü yönünden yatırımcılar için büyük önem taşıyan ülkenin işletmeleri deneyimli yöneticilere ihtiyaç duyuyor.



Heyet, Belneftekhim Devlet Konsorsiyumunun Başkan Yardımcısı Vitaly Pavlov'u da ziyaret etti.



YENİ

FIRÇA ZIMPARA MAKİNASI

ALİSA®

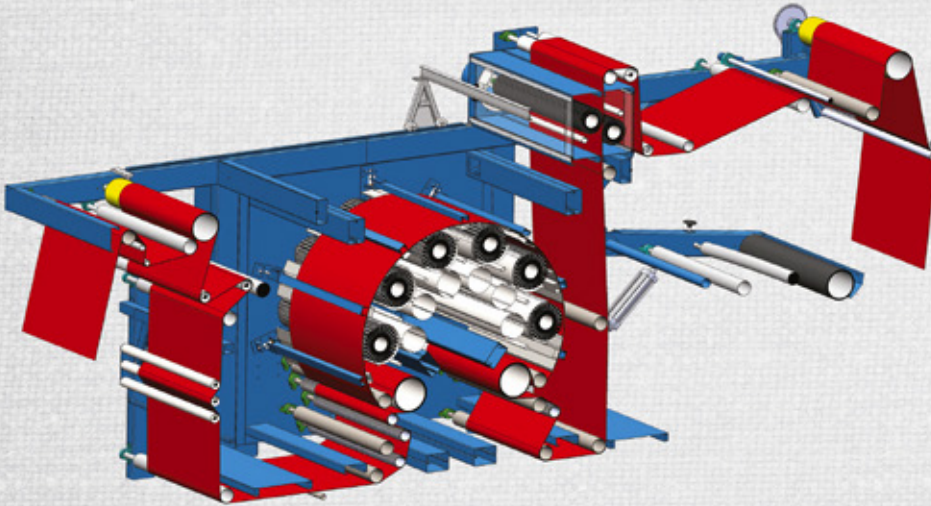
ÖRGÜ VE DOKUMA KUMAŞTA TEK MAKİNA



ITMA 2015
ITALY - MILANO
12-19 KASIM / NOVEMBER 2015
VISIT US AT
HALL 10 STAND NO: H108

EFEKT BİZİM İŞİMİZ...

ARTIK "ALİSA EFEKTİ" VAR



TEKNİK ÖZELLİKLER

- 40 mt/dak. Çalışma Hızı
- 6 adet Zımpara Silindiri 1400 d/dak. (Karbon, Seramik, Diamond)
- Sabit Tambur
- Özel Gerginlik Kontrol Sistemi
- Otomatik Kumaş Baskı Grubu
- Fırçalama Toz Emiş Sistemi
- Optik Dikiş Kontrol Sistemi
- Dokunmatik Ekran

www.memnun.com.tr

detaylı bilgi için bizimle irtibata geçebilirsiniz...



MEMNUN

MEMNUN MAKİNA İML.SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.

Zafer Mahallesi 118. Sokak No:10 34513 Esenyurt / İSTANBUL - TÜRKİYE

Tel: +90 212 620 3620 pbx - Fax: +90 212 620 3626

E-mail: info@memnun.com.tr



TÜRK HALISININ TASARIM GÜCÜ ABD'YE TAŞINIYOR

İHİB, TÜRK HALICILARININ TASARIMCI YÖNÜNÜ FARKLI ÜLKELERDE AÇMAYI PLANLADIĞI SHOWROOMLAR İLE TÜM DÜNYAYA DUYURMAYI PLANLIYOR. İKİ AYRI HEYET İLE ABD'YE GİDEN İHİB YÖNETİMİ MAĞAZA ARAYIŞLARI İÇİN ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜYOR.

Türk halısının tasarım gücünü tüm dünyaya duyurmayı amaçlayan İHİB, bu çerçevede ABD'de yürüttüğü çalışmalarına hız verdi. Türk halısını dünyaya tanıtmayı hedefleyen proje ile firmalar özel tasarım ürünlerini tüm yıl boyunca açık olacak showroomlarda sergileme imkanına sahip olacak. Bu kapsamda, son olarak iki ayrı fuara katılım gerçekleştiren İHİB heyeti, bunun yanında mağaza arayışlarını da sürdürdü. New Jersey ve Manhattan'da ticaret müşavirliğinin yönlendirdiği emlak firması ile devam ettirilen süreçte, kira bedellerinin son 1 yılda ikiye katlandığı tespit edildi. Bu çalışmalarla, İHİB Yönetimi'nin amacı 'Türk halısı' markasının çitasını, tasarım kabiliyeti yüksek yerli firmalar ve ürünlerinin sergilenmesiyle daha da yükseğe çıkarmak.

Pazar etüdü için fuarlara katılım

İHİB Yönetimi, açılacak showroomların yeri konusunda önceliği, Amerika El Halısı

İthalatçıları Birliği (ORIA) ile olan yakın ilişkilerinin avantajından da faydalanarak New York'a veriyor. Tasarım anlamında dünyanın en önemli merkezlerinden New Jersey ve Manhattan'da bir showroom kiralamak için yer arayış çalışmalarına hız veren İHİB Yönetimi, projeyi İHİB'e üye tüm firmalara açık tutmayı planlıyor. Mağaza arayışlarından önce Eylül ayı içerisinde iki ayrı fuara iki ayrı heyet ile katılım gerçekleştiren İHİB, proje öncesi detayları belirlemek için pazara yönelik etütler de yapıyor. Bu kapsamda, İHİB Başkanı Uğur Uysal ve Yönetim Kurulu Üyesi Rıza Alioğlu ve yine İHİB Denetim Kurulu Üyeleri Haşim Güreli ve Fevzi Işıklı fuar katılımlarını gerçekleştirdiler ve pazarın son durumuyla ilgili veri topladılar. Ayrıca, İHİB Denetim Kurulu Üyeleri Haşim Güreli ve Fevzi Işıklı, New York'ta gerçekleştirilen NYCIS Fuarı'nda, özellikle antika halılar konusunda tecrübeye sahip Woven Legends firmasından Neslihan Hanım'ı ziyaret ettiler.

Mağaza arayışı sürüyor

Sektörde, tasarım ürünlerin üretimine yönelik topyekun bir seferberlik hedefleyen İHİB, Türk halısının ancak tasarım ürünlerle tüm dünyaya rekabet edecek güçte olacağına inanıyor. Bu nedenle tüm firmalar, İHİB çatısı altında tüm yıl boyunca açık olacak bir showroomda ürünlerini sergileme fırsatı yakalayacak. Bu kapsamdaki çalışmalarını sürdüren İHİB, New Jersey ve Manhattan'da mağaza arayışlarını da sürdürdü. Uygun mağazaların bulunmasına yönelik çalışmaları Ticaret Müşavirliği tarafından yönlendirilen emlak firması aracılığıyla gerçekleştiren İHİB Yönetimi, New York Ticaret Müşavirliği ile de proje kapsamında bir toplantı yaptı. Toplantıda, showroomların açılması planlanan Manhattan ve New Jersey'de yer alan mağazaların kiralarnın son 1 yıl içerisinde iki katına çıktığı değerlendirildi. İHİB Yönetimi, projenin, edinilecek tecrübelerin ardından, dünyanın başka ülkeleri de merkezlerinde de sürdürmeyi hedefliyor.

KNİNDIGO[®]
knit&indigo

ÖRGÜ KUMAŞLARDA

İNDİGO VE YAĞLI BOYAMA

Kumaş Boyama Fabrikası
Hacı Şeremet 4. Sokak 59850
Yulaflı/ Tekirdağ
T. +90 282 676 41 90

İplik Boyama Fabrikası
Hekimsuyu Caddesi No: 38 34250
Küçükköy-Gaziosmanpaşa/ İstanbul
T. +90 212 538 05 98-99

support@ariteks.com.tr
www.ariteks.com.tr

1975'den beri
ARITEKS
ESNEK MADDELERDE FONKSİYON



HAZIR GIYIM ORTA ASYA PAZARINDA

İHKİB, CENTRAL ASIA FUARI İLE ORTA ASYA PAZARINA AĞIRLIĞINI KOYDU. KATILIMIN YOĞUN OLDUĞU FUARA İKİNCİ KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İHKİB, TÜRK GİYİM SEKTÖRÜNÜN YURTDIŞINDAKİ BİLİNLİRLİĞİNİ VE KALİTE ALGISINI YÜKSELTMEYİ SÜRDÜRDÜ.

Orta Asya'nın en büyük hazır giyim fuarlarının başında gelen Central Asia Fuarı (CATEXPO), bu yıl Kazakistan'ın Almatı kentinde 14-16 Eylül tarihleri arasında ikinci kez gerçekleştirildi. Eylül ayında gerçekleştirilen fuara birlik üyesi 10 ve birlik dışından 6 Türk firması ile katılım gerçekleştiren İHKİB, Türk giyim sektörünün gücünü ve kalitesini bölgeye tanıtarak bilinirliğini de artırdı. 3 gün süren ve Beyaz Rusya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Hindistan, İtalya, Kazakistan, Kırgızistan, Letonya, Moldova, Rusya, İspanya, Türkiye ve Ukrayna'dan olmak üzere toplam 14 farklı ülkeden 153 firmanın en son ürün ve koleksiyonlarını tanıtmak amacıyla katılım sağladığı fuarı 4 binden fazla kişi ziyaret etti. Yüzde 60'ını fir-

ma sahibi ve üst düzey yöneticilerin oluşturduğu fuarda ziyaretçilerin yüzde 70'e yakını yetkili ve ciddi alıcılardan oluştu. Ziyaretçilerin ağırlıklı olarak Kazakistan'dan olmak üzere Özbekistan, Türkmenistan, Tacikistan, Çin ve Rusya gibi bölge ülkelerinden olduğu gözlenirken, fuara katılan Türk katılımcılar, fuara gelen ziyaretçi profilinden oldukça memnun olduklarını ve fuarın kendilerini için son derece başarılı geçtiğini belirttiler. Fuarda, 32 metrekare alanda kurulan İHKİB standında, ziyaretçilere fuar ve Türk hazır giyim sektörü hakkında bilgi verilirken etkili bir tanıtım etkinliği de gerçekleştirilmiş oldu. İHKİB standını ve fuara katılan Türk firmalarını Almatı Başkonsolosu Rıza Kağan Yılmaz ve Almatı Ticaret Ataşesi Osman Elgün



birlikte ziyaret ettiler ve katımcı firmalarla birebir görüşmeler gerçekleştirdiler.

Tüketim alışkanlıkları yerde gözlendi

Rusya pazarında yaşanan ekonomik sıkıntılar ve Çin'de yaşanan devalüasyonun ardından Asya Bölgesi'ndeki pazar payını artırmayı hedefleyen Türkiye, yeni pazar arayışlarını

Central Asia Fashion

İHKİB bünyesinde **10 katılımcı firma**

İHKİB dışından **6 Türk firması**

15 farklı ülkeden **153 firma**

Yüzde 60'ı firma sahibi **4 bini aşkın ziyaretçi**



HİKMET ÜNAL

İHKİB Denetim Kurulu Üyesi

14-16 Eylül 2015 tarihlerinde 16'ncısı düzenlenen Central Asia Fuarı, Kazakistan ve çevre ülkelerde organize edilen en büyük hazır giyim fuarı olma özelliği taşıyor. Almanya, İtalya, Fransa, Rusya ve Ukrayna gibi ülkelerin katıldığı uluslararası bir fuar olan CATEXPO'nun her yıl artan ziyaretçi sayısı ve kalitesinde yaşanan artışı, gerek katılan ülke profillerinin yüksek olması, gerekse sergilenen ürünlerin güncel olmasına bağlamak mümkündür. Bu dönemde yaşanan olumsuz şartlara ki bunların başında doların karşısında oldukça değer yitiren Kazakistan parası 'tenge' geliyor, rağmen yine de bu organizasyonun başarılı geçtiğini söyleyebiliriz. Setre Tekstil olarak bu fuar, bu dönemde düşündüğümüz başarıyı yakalamıştır. Fuarların devamlılığı çok önemlidir. Ziyaretçilerin firmaları tanıması, onlara güvenmesi, onlarla ticari ilişkiye girmesi işte bu devamlı katılım ile sağlanabilir. Bizler, Türk ihracatçıları olarak sadece belirli bir pazara değil mümkün olan tüm pazarlara girmeye çalışmalıyız. Bunun için de Orta Asya bölge ülkelerine giriş yapabilmek için Kazakistan ve CATEXPO fuarı en önemli fırsatlardan biridir.

sürdürüyor. Bu kapsamda, İHKİB tarafından gerçekleştirilen etkinliklerin en önemlilerinden biri olan CATEXPO Hazır giyim ve Deri Fuarı'na ikinci kez milli katılım gerçekleştirilen İHKİB, birlik bünyesinden 10 ve birlik dışında 6 firma ile katıldığı organizasyonda, firmalar aracılığıyla en son ürün ve koleksiyonların sergilenmesine aracı olurken, başarılı bir etkinliğe de imza atmış oldu. Ziyaretçi profilinden oldukça memnun kalan firmalar, Türk hazır giyiminin kalitesini Orta Asya pazarına tanıttı. Fuarda, yetkili ve satın alma karar verebilecek profilde üst düzey yöneticiler ağırlıktaydı. Bununla birlikte, Kazakistan'da, fuardan birkaç gün önce başlayan ve fuarı da etkileyen Kazakistan para birimi tenge'nin yabancı paralar karşısında yaşadığı ani değer kaybı, siparişler üzerinde olumsuz etki yarattı. İHKİB patronajında fuara katılan firma temsilcileri, kriz ortamındaki Rusya pazarına bir alternatif oluşturan CATEXPO fuarında, Orta Asya pazarı ve bu pazarda yer alan müşterilerin tüketim alışkanlıkları ile ilgili detaylı bilgi edinerek pazarı gerçekçi şekilde yorumlama imkanı elde ettiler.

Fuara katılımında süreklilik

Fuardan satış anlamında memnun ayrılan katılımcı firmalar, CATEXPO Fuarı ile başta Kazakistan olmak üzere Orta Asya müşteri profili ve tercihleri hakkında detaylı bilgi edinirken tüketim alışkanlıkları konusunda da tecrübe sahibi oldular. Fuarda, gerek diğer Türk firmaları gerekse yabancı firma ve müşteriler ile görüşme olanağı bulan katılımcı firmalar, sadece CATEXPO Fuarı değil tüm bölge hakkında ileriye dönük bir projeksiyona



İHKİB'in katılım gerçekleştirdiği fuarda düzenli olarak çeşitli tanıtım faaliyetlerine de yer verildi.

sahip oldular. Fuar esnasında değişik ölçek ve şekillerde hazır giyim ticareti ile uğraşan çok sayıda Kazak firma ile tanışma ve iş geliştirme imkanı bulan firmalar, Kazak firmalardan, standların yapısından ziyade fuara düzenli katılıma önem verdikleri bilgisini edindiler. Malın cinsi, kalitesi ve fiyatının yanı sıra düzenli katılmayan firmaların mali yapısıyla ilgili şüpheler oluşması, alıcı firmaların gözünde olumsuz bir imaja neden olduğu öğrenildi. Fuarda, sadece Kazak firmaları değil, bölgenin pek çok farklı ülkesinden ciddi alıcılar bulundu. Taşkent, Aşkabat ve Astana'ya nazaran, büyük firmaların CATEXPO Fuarı'nı tercih etmeleri de fuarın bir başka önemli detayıydı. Diğer bölge fuarlarını daha çok perakende alıcılar ziyaret ederken, CATEXPO Fuarı'nı ciddi alıcıların ziyaret etmesi, bu fuarın bölgenin en ciddi alım merkezi olduğunu gösteriyor.



TÜRKİYE'NİN FARK YARATAN KADINLARI

“WOMEN TO WATCH: FARK YARATAN KADINLAR” ÖDÜL TÖRENİ İLE PAZARLAMA, REKLAMCILIK VE MEDYA DÜNYASI BAŞTA OLMAK ÜZERE İŞ DÜNYASINDAKİ BAŞARILI KADINLARI ONURLANDIRAN MEDIACAT, 2015'İN FARK YARATAN KADINLARINI SEÇTİ. TÜRDEV 9. DÖNEM BAŞKANI RUKEN MIZRAKLI DA “SEKTÖREL TANITIM LİDERİ” ÖDÜLÜNÜN SAHİBİ OLDU.

İlk büyük ölçekli bilgisayar geliştiren Grace Hopper'dan bulaşık makinesini icat eden Josephine Cochrane'e, çelik yeleği bulan Stephanie Kwolek'den uranyumla yaptığı deneyler sonucu radyoaktiviteyi keşfeden ve

Nobel Ödülü kazanan Marie Curie'ye kadar birçok kadın yalnızca hayatımızı değiştirmekle kalmadı. Aynı zamanda onlar tarih yazdı. Tarihteki ilk barış antlaşmasını imzalayan kadın liderden, “Elinin hamuruyla

erkek işine karışma”ya giden süreçte her şeye rağmen kadınlar fark yaratmaya da devam edecek.

Dünyanın en büyük pazarlama iletişimi yayını Advertising Age tarafından pazarlama, reklamcılık ve medya dünyası başta olmak üzere iş dünyasındaki en başarılı kadınları onurlandırmak üzere düzenlenen ve 2013 yılından itibaren MediaCat tarafından Türkiye’de de gerçekleştirilen “Women to Watch: Fark Yaratan Kadınlar” seremonisinin üçüncüsü, 15 Eylül tarihinde Raffles İstanbul’da gerçekleşti. MediaCat tarafından Türkiye’de ilk kez 2013 yılında düzenlenen “Women to Watch: Fark Yaratan Kadınlar” ödül töreni, 1997’den bu yana ABD’de düzenleniyor. ABD ve Türkiye’nin yanı sıra Çin ve Brezilya’da da gerçekleştirilen Women to Watch, iş dünyasında son bir yılda ortaya koydukları başarılarla adından söz ettiren kadınları ödüllendiriyor. Ad Age’in kriterleri doğrultusunda belirlenen adaylar, Ad Age ve MediaCat’in editoryal standartları çerçevesinde yeniden değerlendirilerek ödül almaya hak kazanıyor. Geride kalan iki yılda, bir onurlandırma seremonisi olarak gerçekleşen Women to Watch, bu yıl itibarıyla ödül töreninden önce gerçekleşen oturum ve panellerle farklı bir boyuta taşındı. Etkinliğe; Leyla Alaton, Türkan Sabancı, Buket Taşdelen gibi cemiyet hayatının ünlü isimleri de büyük ilgi gösterdi. MediaCat Genel Yayın

Yönetmeni Pelin Özkan'ın ev sahipliği yaptığı ve sunuculuğunu Simge Fıstıkoğlu'nun üstlendiği Women to Watch, bu yıl 15 Eylül Salı günü, Raffles İstanbul'da düzenlendi. Ödül takdimi öncesinde, Havas Kuzey Amerika CEO'su ve futurist Marian Salzman'ın "Trends for the Near Future" konulu keynote sunumu ile etkinliğin startı verildi. İlk oturumların ardından 2015'te imza attıkları başarılar ve kendi alanlarında yarattıkları fark göz önüne alınarak belirlenen; Reklam-Yaratıcılık, İletişim – İtibar Yönetimi, Pazarlama, Medya, Global, Marka ve Sektörel Tanıtım, Tasarım ve Sanat kategorilerinde ödüle layık görülen fark yaratan kadınların katıldığı iki aşamalı panel gerçekleştirildi. Öncesinde Boyner Grup Yönetim Kurulu Üyesi, TÜSİAD Eski Başkanı Ümit Boyner'e "Yaşam Boyu Onur Ödülü" Pelin Özkan tarafından takdim edildi.

Gupse Özey'dan Dilek Hanif'e...

2015 yılında Women To Watch ünvanı ile ödüllendirilen kadınların katılımı ile yapılan ilk panel; "Sanat Lideri" Oyuncu, Yazar Gupse Özey'in moderatörlüğünde, "Yaratıcı Lider" Y&R Team Red Kreatif Direktörü Ayşe Aydın, "İletişim Lideri" TAV Kurumsal İletişim Direktörü Bengi Vargül, "Pazarlama Lideri" Hürriyet İcra Kurulu Üyesi ve Pazarlama Direktörü Birim Gönülşen Özyürekli, "Yaratıcı Lider" TBWAİSTANBUL Genel Müdürü Burcu Özdemir Kayımtu, "Pazarlama Lideri" Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Pazarlama Başkan Yardımcısı Deniz Aktürk Erdem'in katılımı ile "Sınırları Aşanlar" konu başlığı altında gerçekleşti. İkinci panel ise "Yarını Tasarlayanlar" başlığı ile "Medya Lideri" Ece Üner'in moderatörlüğünde, "Tasarım Lideri" Moda Tasarımcısı-Girişimci Dilek Hanif, "Marka Lideri" İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Perihan İnci, "Sektörel Tanıtım Lideri" Türkiye Deri Vakfı 9.Dönem Başkanı Ruken Mızraklı, "Medya Lideri" Doğuş Medya Yayın Grubu Dergiler Grup Başkanı, Vogue Türkiye Genel Yayın Yönetmeni Seda Domaniç'in katılımı ile yapıldı.

Dünya Liginde ilk 500'e girebilmek için...

"Sektörel Tanıtım Lideri" ödülü alan TÜRDEV 9. Dönem Başkanı, İDMİB ve DTG Yönetim Kurulu Üyesi ve Gündüz Kürk Başkan Vekili Ruken Mızraklı 'Yarını Tasarlayanlar' panelinde konuştu. Kendisine yöneltilen "Deri sektörünün tüm bileşenleriyle, dünya



SANEM OKTAR
KAGİDER Başkanı

RUKEN MIZRAKLI
TÜRDEV 9. Dönem Başkanı

Ruken Mızraklı,
"Tasarımı geliştirmeyi ülke hedefi olarak koymalı ve bunu bir 'Tasarım Seferberliği' ile gerçekleştirmeliyiz" dedi.

markaları yaratmak için nasıl bir yol izlemesi gerektiğini düşünüyorsunuz? Yarınını nasıl tasarlayacağız Türk derisinin?" sorusunu yanıtlarken sözlerine, dünyada marka değerlemesi ve stratejik danışmanlığı anlamında akla gelen en saygın ve önemli kurumlardan olan Brand Finance'in her yıl açıkladığı Brand Finance ilk 500 marka listesine dikkat çekerek başlayan Ruken Mızraklı, listenin en tepesindeki markanın hiç de şaşırtıcı olmadığını söyledi. "120 Milyar dolarlık bir marka değeri ile Apple yer alıyor. Arkasından hepimizin tahmin edebileceği gibi Google, Samsung, Coca Cola, Microsoft gibi dünya markaları geliyor. İlk 500'de yer alan markaların yüzde 90'ı gelişmiş G7 ülkeleri orijinli" diye belirten Ruken Mızraklı, "Maalesef ilk 500'de hiç Türk markası yok. Listeyi incelediğimizde İspanya'dan 11, Hindistan'dan 10, Brezilya'dan 6, Malezya'dan 2 firmanın markalarını görebiliyoruz. Bu listenin en sonundaki markanın değeri ise 3,1 milyar dolar" dedi. Brand Finance'in Türkiye için de hazırladığı bir liste olduğunu belirten Ru-

ken Mızraklı, "Türkiye'nin en değerli ilk 100 markası 2015 yılı listesine baktığımızda ilk sıralarda Akbank, Türk Telekom, İş Bankası, Türk Havayolları, Garanti gibi markalarımızı görüyoruz. Marka değeri olarak listemizin birinci sırasındaki firmanın değeri ancak 2,5 milyar dolar seviyelerinde. Gördüğümüz gibi maalesef bizim birinci sırada olan firmamız marka değeri kriterleri ile Dünya Liginde ilk 500'e giremiyor" dedi.

2000'lerde markalaşma yerine gayrimenkule yoğunlaşma

Dünyada isim yapan Türk markalarının milli gururumuz THY dışında, İngiltere piyasasının yüzde 16'sına sahip olan Beko ve Galatasaray, Efes Pilsen gibi isimlere rastladığımızı ifade eden Ruken Mızraklı, tekstil sektöründe de Mavi'nin bir dönem isminin sıkça geçtiğini ama yine de markalaşma anlamında arzu edilen noktaların bir hayli uzağında olduğumuzu söyledi. Mızraklı, konuşmasına şöyle devam etti: "Marka demek yüksek kâr marjı demek. Bu da her şeyin kaynağı. Kârlı iseniz, reklam yaparsınız. Ar-Ge, müşteri hizmetlerine daha çok para ayırırsınız. Öyle ki, markalaşma kapitalizmin en gelişmiş stratejik ürünüdür diyebiliriz. Bunu tasarlamak teknik bilgi, kültürel birikim ve üst düzey zihinsel faaliyet gerektirir. Bugün itibarıyla birçok alanda teknik ve kültürel birikime sahibiz. Ancak yola geç çıkmış olmanın dezavantajlarını yaşıyoruz. Çünkü markalaşmadaki geri kalmışlığımızın başlıca nedeni, ülkemizde sanayileşmenin geç başlaması. Türkiye'de 1950-60'larda sanayileşme ve üretim, 70'lerde satış, dağıtım ve hizmet, 80'lerde ihracat, finansman ve

yönetim, 90'larda insan kaynakları ve bilgi teknolojilerinin öne çıktığını görüyoruz. 2000'lerde ise tam markalaşmaya sıra gelmişken, gayrimenkul sektörü öne çıktı ve markalaşma serüvenimiz bir müddet daha ertelenmiş oldu."

Prada'nın hikâyesi bize ilham verecek nitelikte..

Deri sektörü özelinde markalaşmaya değinen Ruken Mızraklı, lüks ve perakendede deri ve tekstil kullanan markalar olarak Louis Vuitton'un marka değeri 22,6 milyar dolar, onu takip eden markalardan Gucci'nin 10 milyar dolar, Prada'nın ise 6 milyar dolar marka değerine sahip olduğunu belirtti. Prada'ya özellikle dikkat çeken Mızraklı, "Prada başlangıç noktası olarak Türk deri sektöründeki işletmelere çok benzeyen bir hikâyeye sahip ve tam anlamıyla bize ilham verecek nitelikte... Prada'nın temelleri 1913 yılında Mario Prada tarafından atılmış ve Galleria Vittoria Emmanuelle'de bir mağaza ile uzun yıllar faaliyetlerine devam ediyor. 1977 senesinde ise bir kadın olan, bunun altını özellikle çizmek isterim, torunu Miuccia Prada işin başına geçiyor. 1983'de Milano'da Via della Spiga mağazalarını açıyorlar ki bu mağaza markanın yeni imajını sergileyen, geleneksel detayları modern mimari ile birleştiren ve tüm dünyada Prada mağazalarının sembolü haline gelen soluk-yeşil rengin ilk defa kullanıldığı mağaza oluyor. Bu hikâyede bir kadının kendi zevki, kültürü, birikimi, tasarım kabiliyeti ve kurduğu ekibi ile bir markayı şahlandırdı nasıl başarıdan başarıya koştuğunu görüyoruz. Bugün Prada 9 milyar Euro cirosu ile Hong Kong Borsası'nda kote olan dev bir firma" ifadelerini kullandı.

"Marka, siz odada yokken sizin hakkınızda söylenenlerdir." Jeff Bezos (Amazon CEO)

"Prada'nın hikâyesi çok etkileyici olmakla birlikte, bu 'Prada'nın geçtiği yolu birebir izleyelim' demek değil elbette" diyen Ruken Mızraklı, "Onların stratejileri içinde buldukları dönem için uygundu, günümüzde dinamiklerin çok daha hızlı olduğu bu ortamda yapılacak çok daha farklı şeyler olabilir" dedi. Markalaşmada tasarımın önemine yüzde yüz inandığının altını çizen Mızraklı, tasarım eğitimi alan gençlerin çok daha fazla desteklenmesi gerektiğine vurgu yaptı. Mızraklı, şöyle devam etti: "Tasarım yarışmalarımızda birinci olan öğrencileri Deri İh-



"Yaşam Boyu Onur Ödülü" alan Boyner Grup Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Boyner, "Kadın problemi sadece kadın problemi değil, bir demokrasi sorunudur" dedi.

ABD ve Türkiye'nin yanı sıra Çin ve Brezilya'da da gerçekleştirilen Women to Watch, iş dünyasında son bir yılda ortaya koydukları başarılarla adından söz ettiren kadınları ödüllendiriyor.

racatçıları Birliği olarak Marangoni, London College of Fashion, Parsons gibi yurtdışında kayda değer üniversitelerde tasarım eğitime gönderdiğimizde, bunun kayda değer bir maliyeti oluyor. Ben, stratejik olarak beş yıllık konsantre bir dönem için ve bütçeyi denkleştirmek adına diğer tanıtım faaliyetlerini gerekirse azaltıp, tamamen bu konuya odaklanıp; her yıl yarışmalarda derece almış 100 kabiliyetli öğrenciyi yurtdışında tasarım eğitimi aldırmanın ve üzerine en az iki yıl o ülkede kalıp çalıştıktan sonra Türkiye'ye gelip ilgili sektöre girmelerinin ülkeye önemli bir değer katacağına inanıyorum. Bunun sadece deri ve tekstil sektörünü değil, tasarımla ilişkili olabilecek tüm sektörleri kapsayan bir çalışma olması gerektiğini düşünüyorum. Bütçesi çoktur, doğru; ama ülke hedefi koyar, buna yürekten inanır ve tasarım seferberliği vizyonu koyarsanız, bulunmayacak bir rakam değil."

Kadın problemi demokrasi sorunudur

"Yaşam Boyu Onur Ödülü" alan Boyner

Grup Yönetim Kurulu Üyesi, TÜSİAD Eski Başkanı Ümit Boyner de yapmış olduğu konuşmada, "Kadın problemi sadece kadın problemi değil, bir demokrasi sorunudur. Hepimiz cinsiyet eşitliği için daha çok fazla çalışmalıyız" diye belirtti. Konuşmasına Yunus Emre'nin "Dünyayı dert edenin dünya kadar derdi olur" sözünü hatırlatarak devam eden Boyner, "Ben 52 senelik yaşamımda daha çok fazla şey yapabilme isterdim fakat olmuyor, vakit çok fazla hızlı geçiyor. 'Ama onun için çok fazla şey ayırmıyordum' diyebileceğimiz denizyıldızını suya bırakıp başımı yastığa rahat koyanlardan değilim. Daha suya atılacak pek çok fazla denizyıldızı var. Hayatımızı inandıklarımız için ve çevremiz ile vatandaşlar için kıymet yaratarak yaşamalıyız" dedi. Boyner, şöyle devam etti: "Biz Boyner Grup'ta sosyal projeler oluştururken niçin kadın konusuna yoğunlaştık, onu anlatmak ve kısaca gerçekleştirdiğimiz projelerden bahsetmek istiyorum. Kadın çalışan sayımız 4 bin 915. Bu da toplamda yüzde 47'ye tekabül ediyor. Mavi yaka kadın çalışan sayımız yüzde 45 ile 625, merkez ofiste kadın çalışan sayımız yüzde 48 ile 604, mağazalardaki kadın çalışan sayımız ise yüzde 47 ile 3 bin 641. Fakat kadınların yönetiminde ve terfide temsiline de bakmak gerekiyor. Kadın yönetici oranımız yüzde 41. Ayrıca yedi grup şirketimizin üçü kadın CEO'lara emanet. 'Nar Taneleri' projesi ile hayal ettiğimiz ötesi gerçekleşti. Biz önümüzdeki dönemde yenilikçilik ve inovasyonun ülkemizin insani gelişmişliği açısından çok önemli olduğuna inanıyoruz. Türkiye'nin hem ekonomik olarak sıçraması ve daha fazla katma değer üreten bir ülke haline gelmesi ve hem de sosyal refahın da buna paralel gelişmesi için insana ve insanımızın yenilik geliştirme kapasitesine yatırım yapmamız şart."

BAZI HARCAMALAR
#OlmasadaOlur
AMA EĞİTİM OLMAZSA OLMAZ.

*Bu bayram siz de
Darüŝŝafaka'ya bađıŝ yapın,
annesi ya da babası hayatta olmayan
çocuklarımızın geleceğini aydınlatın.*

Bayram Bađıŝı İçin:
0850 222 1863

www.darussafaka.org



Darüŝŝafaka
1863
CEMİYET



**“Kaliteli Çözüm ve Yeni Fiyatlarımız ile
Şimdi Çok Daha REKABETÇİSİNİZ...”**



“BTC'nin yeni fiyatları sizleri çok ŞAŞIRTACAK!”

Roland®

AVA
PARTNERS FOR ALL TIME

Cham Paper Group

ElvaJet®
SENSIENT™

ergosoft
rip solutions

KONICA MINOLTA

Designed by



Ders : Dijital Baskı Teknolojileri
Konu : Dijital Baskıda Kazanç



Dijital baskıda
kafanızı fazla karıştırmayın

BİC

Roland®

AVA
PARTNERS FOR ALL TIME

Cham Paper Group

ElvaJet®
SENSIENT

ergosoft
rip solutions

KONICA MINOLTA

Gülbahar Cad. Şehit Doğan Öztürk Sk No-5 Güneşli - ISTANBUL
Telefon : +90 (212) 438 6506 - Fax : +90 (212) 438 6509
dijital@dijitalteknolojiler.com - www.dijitalteknolojiler.com



İSTİHDAMDA İSTİKRAR TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE

KARİYER.NET PORTALININ AÇIKLADIĞI EYLÜL AYI İSTİHDAM ENDEKSİ VERİLERİNE GÖRE, TÜM SEKTÖRLERDE İLAN SAYILARI OLUMSUZ ETKİLENİRKEN, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRLERİ İSTİKRARINI KORUYOR. İŞSİZLİĞİN ARTTIĞI, İŞ OLANAKLARININ DARALDIĞI ORTAMDA, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ÜLKENİN UMUDU OLMAYA DEVAM EDİYOR.

Türkiye'nin en büyük insan kaynakları internet sitesi Kariyer.net'in yayımlanmış olduğu Eylül ayı İstihdam Endeksi verilerine göre, seçim ve sıcak gündem tüm lo-komotif sektörlerde ilan sayılarını olumsuz etkiledi. Buna karşın tekstil ve hazır giyim alanı, bir önceki aya göre istikrarını koruyan tek sektör oldu. Eylülde Kariyer.net'te yayınlanan 12 bin 817 yeni iş ilanı yaklaşık 45 bin kişiye iş fırsatı doğdu. Yeni iş ilanı sayısı Ağustos ayına oranla yüzde 15; 2014'ün aynı ayına göre ise yüzde 18 düştü. Toplam iş ilanı sayısı 51 bin 501 olarak gerçekleşirken; Ağustos'a göre yüzde 6; 2014'ün aynı ayına göre ise yüzde 7 azalma görüldü.

Tekstil ve hazır giyim lider

İstihdam Endeksi verilerine göre Eylül ayında 5.945 başvuru yapılan ilan ile tekstil ve hazır giyim sektörü liderliğini korudu. Onu, yapı, üretim, hizmet, bilişim, sağlık, ticaret ve otomotiv takip etti. Endekse göre, İstanbul genelinde toplam 35 bin 24 ilan yayınlandı. İstanbul'u sırasıyla 5 bin 952 ile Ankara, 3 bin 825 ile İzmir ve 3 bin 464 ile Bursa izledi. Tekstil sektö-

rü bir önceki yıla göre Afyon'da yüzde 35, Bolu'da yüzde 26, Kırklareli'nde yüzde 23 göre artış gösterdi.

Satış temsilcisi aranıyor

Eylül ayında en çok ihtiyaç duyulan pozisyon 7 bin 442 ilan ile satış temsilcisi oldu. Bu pozisyonu sırasıyla mühendis, muhasebe elemanı, teknisyen, mağaza müdürü, satış müdürü ve tekniker ilanları takip etti. Teknisyen yüzde 1'lik, mağaza müdürü pozisyonu yüzde 4'lük oranla artış gösterdi. Tekstil sektöründe Ağustos ayına göre yüzde 1; 2014'ün Eylül ayına göre yüzde 13'lük düşüş yaşandı.

En büyük düşüş ise yapı sektöründe görüldü. Yapı sektörü ilanlarında Ağustos ayına göre yüzde 10, 2014'ün Eylül ayına göre yüzde 21 azalma kaydedildi. Üretim sektöründe Ağustos'a göre yüzde 6, 2014 yılının Eylül ayına göre yüzde 5 düşüş gözlemlendi. Ağustos ayına göre, hizmet sektöründe yüzde 5, bilişim sektöründe yüzde 6, sağlık sektöründe yüzde 7, ticaret sektöründe yüzde 3, otomotiv sektöründe yüzde 7, elektrik & elektronik sektöründe yüzde 6 düşüş gözlemlendi.

WEEKENDERS

Meeting of relaxed minds...

A/W 16-17



kilimdenim

KILİM GRUBU KARTALTEPE MENSUCAT FABRİKASI Muratpaşa Mah. Demirhisar Cad. No: 3 Bayrampaşa - İSTANBUL

T+ 90 (212) 543 63 40 F+ 90 (212) 572 08 47 www.kilimdenim.com



KILIM GROUP



İHİB, SEKTÖRÜ YERİNDE DİNLEMeye DEVAM EDİYOR

İHİB, EYLÜL AYI YÖNETİM KURULU VE SEKTÖR TOPLANTILARI'NI KAPADOKYA VE GÜZELYURT'TA GERÇEKLEŞTİRDİ. YOĞUN KATILIMIN OLDUĞU TOPLANTILARDA, KATILIMCILARIN YAŞADIKLARI SIKINTILAR İLK AĞIZDAN DİNLENDİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ PAYLAŞILDI.

İHİB Yönetim Kurulu, İHİB tarihinde ilkleri gerçekleştirmeye devam ediyor. Sektörün ayağına giderek sıkıntılarını yerinde dinleyen İHİB, Yönetim Kurulu toplantılarını Anadolu'da yapma kararı doğrultusunda Eylül ayında Kapadokya ve Güzelyurt'taydı. Halı sektörünün tüm paydaşlarıyla yüz yüze olma ve onların derinlerini dinleme ve çözüm önerileri getirme noktasında hassasiyet gösteren İHİB'in İstanbul dışında 3'üncüsünü gerçekleştirdiği toplantıya Kayseri, Konya, Nevşehir ve Aksaray başta olmak üzere tüm bölgelerden katılım gerçekleşti. Otel Karballa'da yapılan toplantıda aynı zamanda, İç Anadolu Halı İhracatçıları, üreticileri ve diğer alt sektör grupları da yer aldı. Sektör olarak yaşanan sıkıntıların dile getirildiği toplantıda Orta Anadolu lu halı üreticilerinin özelikle üretimde ve halı tamircisi yetiştirme konusunda yaşanan eleman eksikliği üzerinde durulurken devletin bu hususlarda

gerekli desteği vermesi noktasında hemfikir kalındı. İHİB Başkanı Uğur Uysal toplantıda yaptığı konuşmada, sorunları yerinde tespit edebilmenin, sektör temsilcileriyle bilgi alışverişinde bulunmanın önemini vurguladı ve birlikteliğin ilerleme kaydetmek ve seslerini duyurmak için kaçınılmaz olduğunu söyledi. Öte yandan, gerçekleştirilen yönetim kurulu toplantısında iki görev değişikliği de yaşandı. İHİB Başkan Yardımcısı olarak seçilen Ahmet Diler, bu görevi, halen Başkan Yardımcılığı görevini yürüten İbrahim Geyikoğlu ile paylaşacak. İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Rıza Alioğlu da, aynı zamanda Muhasip Üye görevini yürütecek.

Toplantılara yüksek katılım

Yönetim Kurulu ve Sektör Toplantılarının İstanbul dışında, Malatya ve Ankara'nın ardından 3'üncüsünü gerçekleştiren İHİB'in Kapadokya ve Güzelyurt Otel Karballa'daki toplantısına katılım yoğundu. Malatya ve

Ankara toplantılarının devamı niteliğinde olan ve İHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Diler'in ev sahipliğinde gerçekleştirilen sektör toplantısına Kayseri, Konya, Nevşehir ve Aksaray'dan gelen İHİB üyeleri ve meslektaşlar, Orta Anadolu'yu temsil eden sektörün sıkıntılarını dile getirdiler. Oldukça canlı geçen toplantıda yaptığı konuşmada İHİB Başkanı Uğur Uysal, sorunları yerinde tespit edebilmenin, sektör temsilcileriyle bilgi alışverişinde bulunmanın önemini vurgularken birlikteliğin ilerleme kaydetmek ve seslerini duyurmak için kaçınılmaz olduğunu ifade etti. Toplantıya katılan sektör temsilcileriyle imalatta karşılaşılan sorunlar masaya yatırıldı. Türkiye'nin refah seviyesinin yükselmelerinden kaynaklanan imalat maliyetlerinin artmasının rakip ülkelere karşı rekabet gücünü zayıflattığı vurgulandı. Ayrıca, artık yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalan halı ve kilim üretiminin yeniden canlandı-

ılması çabalarının devlet desteği olmadan gerçekleştirilmesinin mümkün olmadığı ifade edildi. Başkan Uysal, katılımcılara, katma değeri yüksek tasarım ürünlerine yönelmenin ve dünyadaki trendlerin takip edilmesinin önemini hatırlattı.

Dokuyucu yaş ortalaması yükseliyor, gençler imalata yönelmiyor

Kayseri'den toplantıya katılan Nurullah Özçilsal ile Konya'dan gelen Hüseyin Kaplan ve Muammer Uçar imalatta karşılaştıkları sorunları Yönetim Kurulu Üyeleri ve



Başkan Uysal: "Sorunları yerinde tespit edebilmek ve sektör temsilcileriyle bilgi alışverişinde bulunmak bizler için çok önemli. Sektörümüz için bu birliktelik, ilerleme kaydetmek ve sesimizi duyurmak için olmazsa olmaz."

Halı sektörünün tüm paydaşlarıyla yüz yüze olma ve onların dertlerini dinleme ve çözüm önerileri getirme noktasında hassasiyet gösteren İHİB'in İstanbul dışında 3'üncüsünü gerçekleştirdiği Sektör Toplantısı'na Kayseri, Konya, Nevşehir ve Aksaray başta olmak üzere tüm bölgelerden katılım gerçekleşti.

diğer meslektaşlarıyla samimi bir ortamda paylaştılar. Sorunların başında, dokuyucu yaş ortalamasının yükseldiği ve gençleri imalata yönlendirmenin zorluklarını öne çıkaran katılımcılar, imalatın yeniden canlandırılması için dokuyucuların sosyal güvenlik sorunlarının devletin katılımıyla çözülmesi gerektiğini ve evlerde bulunan tezgahlarda yapılan imalatın yanı sıra katma değeri yüksek tasarım ürünleri dokumak için de atölyeler kurulması gerektiğini ifade ettiler. Toplantıda ayrıca, yüzlerce yıldır süregelen dokuma geleneğinin kaybolmaması için sektör temsilcileri, devletin ilgili birimleri ve imalatçılardan oluşan üçgenin sıkı bir işbirliği içinde çalışmasının gerekliliği vurgulandı. Aksaray Sultanhanı'ndan toplantıya iştirak eden Mesut Kara ise eski halı ve kilim tamirinde karşılaşılan sorunlardan söz etti. Geleneksel olarak Sultanhanı kasabasında bulunan tamir atölyelerine yeni kuşak gençlerin ilgisinin azalmasından

dert yanan Kara, bunu yanında, yurt dışından eski halı ve kilimlerin ithalatının serbest bırakılması gerektiğini ve bunun ekonomimize yaptığı önemli katkıyı hatırlattı. Konuyla ilgili İthalat Genel Müdürlüğü nezdinde İHİB tarafından yapılan girişimleri salonda bulunan sektör temsilcileriyle paylaşan Başkan Uysal, Aksaray Üniversitesi Rektörlüğü'yle Sultanhanı'nda açılması planlanan Halı Tamirciliği Meslek Yüksek Okulu'na İHİB'in yapmak istediği katkıyı ve bu süreçte karşılaşılan sorunları anlattı. Güzelyurtlu Dürdane Özmel ise yaptığı konuşmada ekonomimizi ilerletmek için kadınlara güvenmenin önemli olduğunu ve kendilerinin katılımları olmadan ilerleme sağlanamayacağını söyledi. Sektör temsilcileri ve değişik yörelerden katılımcıların yer aldığı İHİB buluşmaları, karşılaşılan sorunların masaya yatırılması, imalat, pazarlama ve diğer ülkelerle rekabet konularında bilgi alışverişiyle sonlandı.



Toplantıda söz alan ve sektörün sıkıntılarını açıklıkla ifade eden katılımcılar, dokuma geleneğinin kaybolmaması için devletin ilgili birimleri ve imalatçılardan oluşan üçgenin sıkı bir işbirliği içinde çalışması gerektiğini vurguladılar.

İHİB'DEN TURİSTİK HALI MAĞAZALARINA ZİYARET

İHİB YÖNETİM KURULU TARİHİNDE BİR İLKE İMZA ATARAK TURİSTİK HALI SATIŞI YAPAN MAĞAZALARI YERİNDE ZİYARET ETTİ. AVANOS VE ÜRGÜP'TE GERÇEKLEŞEN ZİYARETLERDE ORTAK GÖRÜŞ, SEKTÖRÜN BİRLİKTE HAREKET ETMESİ OLDU.

İHİB Yönetim Kurulu tarihinde bir ilke imza atarak turistik halı mağazalarını ziyaret etti. Güzelyurt ilçesinden gerçekleştirilen Yönetim Kurulu ve Sektör Toplantılarının ardından Kapadokya'ya geçen İHİB Yönetimi, turistik satış yapan firmaların önde gelen temsilcileri Sentez Turizm ve Bazaar 54'ü Avanos ilçesinde, Hadosan firmasını ise Ürgüp ilçesinde yerinde ziyaret ederek sorunlarını ve taleplerini dinledi. İHİB Başkanı Uğur Uysal ve Yönetim Kurulu Üyelerini ağırlamaktan son derece memnun olan firma yöneticileri, yapılan görüşmede, Türkiye'de yeterli üretimin olmamasından dolayı ithalata koyulan yüksek ek vergilerin ithal ürünlerin satışlarını olumsuz yönde etkilediğini ve rekabet etmekte zorlandıklarını ifade ettiler. Bunun dışında, Türkiye'ye gelen turist profilinde radikal değişiklikler olduğunu da ifade eden firma yetkilileri gelen turistlerin gelir seviyelerinin oldukça düşük olduğunu belirttiler. Görüşmede, daha çok Çin ve Balkan ülkelerinden gelen turistlerin turistik halılara rağbet etmediği ve işlerin yavaşladığı konuşuldu. Başkan Uğur Uysal ve Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu ise ek vergilerle ilgili

İHİB'in Ekonomi Bakanlığı, İthalat Genel Müdürlüğü ve Gümrük Müsteşarlığı nezdinde yaptığı girişimlerden bahsederek ithal ürünlerden elde edilen katma değerlerin önemine ve uğranılan zararın yüksek

olduğuna değindi. Görüşmede, sorunların çözüme kavuşabilmesi için sektör temsilcilerinin İHİB ile sıkı işbirliği yapması ve tüm sektörün birlikte hareket etmesi gerektiği vurgulandı.



KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

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



CONVERSE



İMA'DA MERCHANDISING EĞİTİMİ

HER AY MODAYA DOKUNAN BİR MESLEĞİ MERCEK ALTINA ALAN İMA BLOG, BU AY MERCHANDISING'İ ELE ALIYOR.

Modanın alternatif yollarında, bu dünyanın sadece tasarlamak ve yaratmaktan çok daha fazlası olduğu malumunuz. Buz dağının görünmeyen kısmında bu çarkın işlemesini sağlayan en önemli dişlilerden biri de Merchandising. Moda dünyasını daha matematiksel bir algıyla deneyimleyen Merchandising yine de stil ve trend takibi olgusunun zaruri olduğu ürünlerin gireceğini belirlemek. Bu noktada satın almacı güncel ve gelecek trendlere hakın olmalı, markası dahilinde hangi trendlerin, hangi kıyafetlerin satıp satmayacağını saptamalı ve satın alımını bu doğrultuda yapmalı. Merchandiser ise, bu seçki dahilinde müşterilerine en iyi alışveriş deneyimini sunmakla yükümlü. Zaman zaman mağazaya hangi ürünlerin girip giremeyeceğine de karar veren merchandiser, aynı zamanda bu seçenler hem mağaza müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamakla, hem de en yüksek satışta nemde moda perakendesindeki firmalar verimliliklerini artırabilmek için, global rekabeti anlayabilen, değişen tüketici davranışlarına hızlı cevap verebilen donanımlı yöneticilere ihtiyaç duyuyor. Tam da bu noktada eğitimlerini sektörün ihtiyaçlarına göre güncelleyen İMA devreye giriyor. 10 Ekim 2015'te başlayacak olan Moda Perakendesinde Merchandising programı perakende yönetiminin temel bölümlerinden olan 'Merchandising, Satın Alma ve Ürün Yönetimi' konularının püf noktalarını uluslararası gelişmelerin ve güncel uygulamaların odağında katılımcılara aktarmayı hedefliyor. Katılımcılar 3 ay sürecek programın ardından moda perakende sektöründeki son uygulamalar ve trendlerine hakim olup, iş hayatınızda kullanabilecekleri global vizyon ve güncel bilgiler hakkında fikir sahibi olacaklar. Bu alanda kendini daha kısa sürede geliştirmek isteyen geleceğin Merchandiser'ları için de İMA 24 Ekim 2015'te başlayacak bir kapsül eğitim olanağı sunuyor. Toplamda 3 gün sürecek olan kısa eğitim, moda ve tekstil sektöründe satın alanlarda kariyer yapmak isteyenler için hazırlandı.

*The Alternate-Moda Meslekleri yazı dizisi için takip edilecek adres: blog.istanbulmoda-akademisi.com





go natural

*all natural
buttons* 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

www.formdis.com

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

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

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

DOKUMACA



İHİB TASARIMCILARA DESTEĞİNİ SÜRDÜRÜYOR

TASARIMA VE TASARIMCILARA VERDİĞİ DESTEK İLE HALI SEKTÖRÜNÜN ÇEHRESİNİ DEĞİŞTİREN YENİ İHİB YÖNETİMİ, AKADEMİSYENLERİN DE YER ALDIĞI 14 TASARIMCIDAN OLUŞAN ANADOLU DOKUMACILARI'NIN 'DOKUMACA' İSİMLİ SERGİSİNİN 5'İNCİSİNE SPONSOR OLARAK BU DESTEĞİNİ SÜRDÜRDÜ.



Dokumaca Açılış Töreni'ne, Koleksiyon Mobilya'nın kurucusu Faruk Malhan da katılımıyla destek verdi.

Halı sektörünün yeniliklere ayak uydurması, kendini yenilemesi ve daha rekabetçi bir konuma yükselmesi için tasarıma ve tasarımcılara verdiği destek ile adından söz ettiren İHİB, bu kez, daha evvel TETSİAD tarafından desteklenen Anadolu Dokumacıları Sergisi 'Dokumaca'ya sponsor oldu. Kapadokya'nın el sanatları merkezi Avanos ilçesinde Osmanlı Dönemi'nden kalma Hacı Nuri Bey Konağı'nda gerçekleştirilen ve 5'inci düzenlenen etkinliğin açılış törenine, tasarım denince ilk akla gelen isimlerden Koleksiyon Mobilya'nın kurucusu Faruk Malhan da katılımıyla destek verdi. İHİB Başkanı Uğur Uysal törende yaptığı konuşmada bu tür projelerin desteklenmesinin yanı sıra akademi ve sektör işbirliğinin önemine vurgu yaptı. Uysal, "Anadolu, halı ve kilimin yani dokumanın en önemli anavatanı. Bizler ne şanslıyız ki bu mirası paylaşıyor ve onunla yaşıyoruz. Halı ve kilim sektörünün en önemli temsilcisi İHİB bu mirası bir adım öteye taşıyabilmek için tasarıma ve tasarımcı kavramlarının toplumumuzca kavranması ve hayatımızın parçası haline getirilebilmesi için her türlü çabayı gösteriyor. Özellikle akademi ve sektör işbirliğine önem vererek,

yeni yeteneklerin keşfi ve yeniliklerin sektöre kanalize edilmesinde öncü bir görev üstleniyor" şeklinde konuştu.

Anadolu dokuma kültürü günümüze taşıyor

Avanos Kaymakamlığı ve Kirkit Turizm firmasının da sponsorlar arasında yer aldığı serginin hazırlanmasına Prof. Günay Atalayer öncülük etti. Tarihin en eski sanatlarından dokumacılık tekniklerinin Anadolu mitleriyle bütünleştiği sergide içlerinde akademisyenlerin de yer aldığı Şafak Akalın, Salimeh Amanjani, Günay Aykaç Atalayer, Gül Bolulu, Esat Destanoğlu, Işıl Eraslan, Gülhan Güleçer, Feriha İşildar, Yasemin Özbek, Başak Özdemir, Buket Pekel, Şenay Takuş, Özge Usluca, Nurten Yüksel olmak üzere 14 tasarımcının eserleri sergileniyor. Anadolu mitlerinden esinlenen sergide Nuh'un Gemisi (Büyük Tufan), Anatanrıça Kibele, Endymion-Selene (Ay Tanrıçası), Telepinu'nun Dönüşü, Humbaba (Huvava), Tufandan Kalanlar, Zafer Tanrıçası (Nikea), Kumarbi Efsanesi, İmduğut (Kuş Adam Anzu ya da Zümrüdü Anka), yılan Saçlı Medusa, Hayat Ağacı, İO'nun Aşkı (Haliç

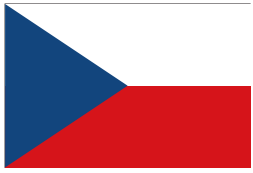
Efsanesi), Yaratılış: Evrensel Akış isimli eserler sergileniyor. "Dokumaca" adı altında yapılan ve bir ay boyunca Kapadokya'nın en önemli dokuma geçmişi olan Avanos'ta görülmeye çıkan serginin açılış töreninde, yöre halkı, İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, yöneticiler ve misafirler bulundu. Kendilerini dokumacı atalarının devamı olarak gören Anadolu Dokumacıları, esin kaynaklarını, Anadolu'da her adımda her an karşılaşılan yaşama dair izler, yazılı ve sözlü öyküler, bilimsel araştırmalara konu olmuş heykeller, kabartmalar ve görsel anlatımlara kaynak olmuş yaşanmış öyküler olarak betimliyor. Anadolu dokuma kültürünü günümüze taşımayı amaçlayan Anadolu Dokumacıları, gelişmiş bir sanatsal yaratıcılık düzleminin ve farklı açılardan yaratıcılık ortamına yön verecek özgün sanatçı kimliklerin belirginleşmesini ve böylece sektörel zincirin halkalarının tamamlanmasını hedefliyor. Tarih, kültür ve teknikle birleşen çok boyutlu "Dokumaca" yaratılmış estetik nesnelere, doğanın kendi yaratıcılığının üstünü Kapadokya'da, doğanın yarattığı doğal oluşumlarla birlikte, Hacı Nuri Bey Konağı'nda 21. yüzyılın yeni bir efsanesini oluşturuyor ve izleyicilerini bekliyor.



BALKAN VE
DOĞU AVRUPA ÜLKELERİNDE;
NAKLIYE VE LOJİSTİKTE
**UZMAN
KURULUŞ!**



www.seraytrans.com



**ÇEK CUMHURİYETİ - POLONYA - SLOVAKYA - MACARİSTAN - ROMANYA
YUNANİSTAN - MAKEDONYA - ARNAVUTLUK - BULGARİSTAN VE KOSOVA'YA
GÜNLÜK PARSİYEL VE KOMPLE ÇIKIŞLAR**

Şirinevler Mh. Adnan Kahveci Bulvarı Haydar Akın İş Merkezi No: 206 K:2/9 Bahçelievler / İstanbul

Tel: +90 (212) 451 51 01 **Pbx Fax:** +90 (212) 451 19 95 **E-mail:** info@seraytrans.com

SEKTÖR

1. Elektronik Beyanname uygulamaları,
2. KDVİRA sistemi ve ilgili KDV listelerinin elektronik ortamda kontrolü,
3. Elektronik Fatura (e-Fatura)
4. Elektronik Defter (e-Defter)
5. Elektronik Arşiv (e-Arşiv Faturası)
6. Elektronik Bilet (e-Bilet)
7. Elektronik Yoklama (e- Yoklama)
8. Yeni Nesil Ödeme Kaydedici Cihaz Uygulaması



İHRACATTA E-FATURA DÖNEMİ

ELEKTRONİK TİCARETİN TEMEL UNSURLARINDAN BİRİSİ OLAN E-FATURA, TİCARİ HAYATA GETİRİLEN EN ÖNEMLİ YENİLİK. İHRACAT İŞLEMLERİNE HIZ KAZANDIRILACAĞI DÜŞÜNÜLEN UYGULAMANIN KOLAY İŞLEYEBİLMESİ İÇİN YENİ FATURA TİPİ-İHRACAT FATURASI- GELİŞTİRİLİYOR. İHKİB, BU KONUYA DAİR “HER YÖNÜYLE E-FATURA – E-DEFTER UYGULAMALARI” SEMİNERİ DÜZENLEDİ.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, gerek özel gerekse kamu sektöründeki iş süreçlerinin daha ucuz, daha hızlı, daha kaliteli ve kesintisiz bir yapıya kavuşmasında önemli katkılar sağlıyor. Elektronik ticaretin temel unsurlarından birisi olan elektronik fatura (e-fatura), ticari hayata getirilen en önemli yenilikler arasında yer alıyor. Bugün e-fatura kayıtlı kullanıcı sayısı 20 bin 76 olarak biliniyor. Bunların yüzde 53’ü 10 bin 550 ile özel entegratör, yüzde 34’ü 6 bin 881 ile portal, yüzde 13’ü 2 bin 645 entegrasyon kullanıyor. 2016

itibarıyla e-fatura kullanıcı sayısının 50 bine yükselmesi tahmin ediliyor. E-fatura beraberinde e-arşiv, e-bilet, e-defter, EFKS uygulamaları ise firmaların işlerini kolaylaştıran ama kullanım açısından pek de bilinmeyen sistemler. Firmaların hem iş yükünü hafifletme hem de maliyetlerini düşürmek için bu uygulamaların kullanımının yaygınlaştırılması için bir seminer düzenlendi. İHKİB, 13 Ekim Salı günü Dış Ticaret Kompleksi’nde bu konuya ilişkin bir konferans düzenledi. “Her Yönüyle E-Fatura – E-Defter Uygulamaları” seminerine firmaların ilgisi yoğundu. Gelir İdaresi

Başkanlığı Şube Müdürü Şahin Engin Uysal, Gelir İdaresi Başkanlığı Grup Başkanı Abdullah Kiraz ile CRS Soft CEO’su Özcan Değirmenci’nin konuşmacı olarak katıldığı seminere Yeminli Mali Müşavir Erdoğan Karahan moderatörlük etti. Uygulamalara dair firmalara bilgi veren yetkililer, konuya dair firmaların da sorularını yanıtladı. Bu uygulamalar nedir, avantajları nelerdir yazımızda inceleyeceğiz.

Kağıt israfına son

E-fatura, bilindiği üzere Türkiye’de 397 sıra no.lu Vergi Usul Kanunu (VUK) tebli-

ğine ile hayata geçirilen ve 5 Mart 2010 tarihinden itibaren de uygulanıyor. E-fatura, Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) tarafından yönetilen, kanun ve mevzuatlara göre tutulması zorunlu olan faturaların, elektronik ortamda oluşturulmasını, kaydedilmesini, gönderilmesini, saklanmasını ve gerektiğinde ibraz edilmesini sağlayan yazılım çözüdür. Birçok avantajı olan uygulamada; saniyeler içinde hazırlanan faturalar ile maliyetleri düşüyor. Fiziksel arşiv alanından ve dosyalama maliyetinden kurtarıyor. Fatura basım, gönderim ve kurye süreçlerini ortadan kaldırarak maliyetleri düşürüyor. Fatura bilgilerini 10 yıl boyunca güvenle saklama imkanı sunuyor. Çevreci tarafı da olan bu uygulama ile kağıt israfını ortadan kaldırarak doğayı da korumuş oluyorsunuz. Avantajlarıyla beraber birtakım yenilikler de söz konusu. 433 Sıra No'lu VUK Genel Tebliği ile; düzenleme tarihi yanında düzenleme zamanının da saat ve dakika olarak gösterilmesi halinde elektronik faturanın kâğıt çıktısı irsaliye yerine geçer. Söz konusu kâğıt çıktıya "İrsaliye yerine geçer." ifadesinin yazılması ve kâğıt çıktının satıcı veya yetkilisi tarafından imzalanması zorunludur. Bu imkan; e-faturanın malın teslim anında düzenlenmesi durumunda geçerlidir. 454 Sıra Nolu VUK Genel Tebliği ile; ÖTV Kanununa ekli I Sayılı Listede



E-Fatura'nın birçok avantajı var; saniyeler içinde hazırlanan faturalar ile maliyetler düşüyor, fatura bilgilerini 10 yıl boyunca güvenle saklama imkanı sunuyor ve kağıt israfını ortadan kaldırıyor.

yer alan malların imali, inşası ve ithali nedeniyle EPDK'dan lisans alanlar, ÖTV Kanununa ekli III Sayılı listedeki malların imal, inşa ve ithal eden mükellefler, 2014 hesap dönemi brüt satış hasılatı 10 Milyon TL ve üzeri olan mükellefler, 1 Ocak 2016 tarihinden itibaren e-Fatura düzenlemeye ve e-Defter tutmaya başlayacak. E-Fatura düzenleyen mükelleflerden, KDV Kanununun 11 nci maddesi kapsamında mal ihraç edenler, E-Fatura düzenleyen mükelleflerden, KDV Kanununa göre Taxfree (Yolcu Beraberi Eşya) Faturası düzenleyenler, 1 Ocak 2016 tarihinden itibaren bu faaliyetleri nedeniyle düzenleyecekleri faturalarını da e-Fatura olarak düzenlemeye başlayacaklar.



Uygulamalara dair firmalara bilgi veren yetkililer, konuya dair firmaların da sorularını yanıtladı.



ABDULLAH KIRAZ
Gelir İdaresi Başkanlığı Grup Başkanı

İhracatta e-fatura dönemi

İhracat işlemlerine hız kazandırılacağı düşünülen uygulamanın kolay işleyebilmesi için yeni fatura tipi-İhracat Faturası- geliştiriliyor. Bu kapsamda fatura içinde, AccountingCustomerParty elemanı içindeki alanlar Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na ait bilgiler (VKN-Unvan - Adres) girilecek. Alıcı mükellefe ait bilgiler BuyerCustomerParty alanına girilecek. Söz konusu fatura tipinin kullanımı ile ilgili olarak hazırlanan "e-Fatura Uygulaması Gümrük İşlemleri Kılavuzu" Gümrük ve Ti-



ŞAHİN ENGİN UYSAL
Gelir İdaresi Başkanlığı Şube Müdürü

caret Bakanlığı'nın görüşüne sunulmuş olup, kısa süre içinde yayımlanması planlanıyor.

E-arşiv'in farkları

E-Arşiv Uygulaması da 433 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği 30 Aralık 2013 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak hayata geçti. E-arşiv, kağıt formatta düzenlenen ve muhafaza edilen bütün faturaların elektronik ortama taşınması, elektronik ortamda muhafaza edilmesi ve gerektiğinde ibraz edilebilmesidir. E-arşiv kullanabilmek

için e-fatura kullanıcısı olmak zorunluluğu vardır. E -arşiv çözümü, hazırlanan faturaların alıcı ve gönderici arasında güvenilir bir şekilde ulaştırılması için geliştirilmiştir. E-faturada yalnızca sisteme kayıtlı kullanıcılar arasında elektronik fatura düzenlenmesine olanak sağlanırken, e-arşiv'de nihai tüketicilere ve e-fatura sistemine kayıtlı olmayan müşterilere de elektronik ortamda fatura düzenlenebilmesine olanak veriyor. Sistemin avantajları ise firmaları kağıt nüsha saklama yükünden kurtarıyor, saklama maliyetlerini düşürüyor ve firmaların, belgelerine hızlı erişimine kolaylık sağlıyor. Uygulama kapsamında; daha önce Başkanlıktan EFKS izni alan mükellefler 1 Nisan 2015 tarihine kadar uygulamaya geçişlerini tamamlamış bulunuyor. Ayrıca, internet üzerinden de satış yapan mükelleflerden 2014 hesap dönemi brüt satış hasılatı 5 Milyon TL ve üzeri olan mükelleflerin ise 1 Ocak 2016 tarihine kadar uygulamaya zorunlu olarak geçmeleri gerekiyor. E-defter, vergi usul kanunu ve Türk Ticaret Kanunu Hükümleri gereğince tutulması

Elektronik ticaretin temel unsurlarından birisi olan elektronik fatura (e-fatura), ticari hayata getirilen en önemli yenilikler arasında yer alıyor. Bugün e-fatura kayıtlı kullanıcı sayısı 20 bin 76 olarak biliniyor. Bunların yüzde 53'ü 10 bin 550 ile özel entegratör, yüzde 34'ü 6 bin 881 ile portal, yüzde 13'ü 2 bin 645 entegrasyon kullanıyor. 2016 itibarıyla e-fatura kullanıcı sayısının 50 bine yükselmesi tahmin ediliyor.

Aralarındaki fark ne?

Özel Entegrasyon

- Özel Entegratör, sistemini GİB'e bağlayarak başka firmaların kullanımına açmaktadır.
- Faturanın iletimini ve muhafazasını sizin adınıza yapar.
- İş sürekliliğini sağlar.
- Mükellefe bilgi işlem sistemi yatırımı ve teknik personel istihdamı gerektirmez.
- Mali mührü elinde olan mükellefi e-Fatura sistemine hızlıca dahil eder.
- Müşterilerinin faturalarını kendine ait mali mühür ile imzalayabilir.

Entegrasyon

- Entegrasyon oluşturan firma ise sistemini doğrudan GİB'e bağlamaktadır.
- Faturanın iletimini ve muhafazasını kendi bilgi işlem sisteminde yapar.
- 7/24 iş sürekliliğini kendi sağlamak zorundadır.
- Bilgi işlem sistemi yatırımı ve teknik personel istihdamı gerektirir.
- E-Fatura Sistemine dâhil olmak isteyen mükellef GİB'in testlerini başarı ile tamamlamak zorundadır.

zorunlu olan defterlerin, standartlara uygun olarak elektronik ortamda oluşturulmasını, kaydedilmesini ve ibraz edilmesini sağlayan sistemin genel adı. E-defter sistemi, kaynağın doğruluğunu, içeriğin bütünlüğünü ve değişmezliğini dijital imzalı olarak garanti altına alıyor. Uygulama beraberinde birçok avantajı getiriyor. Maliye Bakanlığı e-defter standartları ile tamamen uyumlu olmakla beraber, gereksiz kaynak kullanımını e faturalama işlem giderlerini azaltıyor. Kağıt ortamında defter tutmaya gerek kalmadığı gibi kağıt ortamındaki defterlerin noterde tasdik ettirme işlemine, arşivlenmesine de gerek kalmaz. Aynı zamanda GİB'e yapılacak yasal bildirim sürecini hızlandır ve iş süreçlerinde performans artışı sağlayıp, hata payını azaltır.

Mükelleflere kolaylık; özel entegrasyon

Yeni bir uygulama olan e-bilet, kullanıcıyı şimdilik az olsa da son derece memnun kalınan bir sistem. Taşımacılık yapan firmaların, Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından zorunlu tutulan bilet ve yolcu bilgilerinin dijital olarak raporlanmasını sağlayan sistemdir. Bu verilerin doğruluğu, içeriğin bütünlüğü ve değişmezliği e-imza ve mali mühür ile imzalanarak garanti altına alınıyor. Kağıt bilet ile aynı hukuki geçerliliği sağlayan uygulama, gizlilik politikası ile bilgilerinizi güvenli şekilde muhafaza ediyor. Dilediğiniz zaman dilediğinizde şekilde erişim sağlamanın yanı sıra az masraflı ve hızlı çözümler sunuyor. Kullanıcılar tüm bu uygulamaları, GİB'in Portal, Entegrasyon, Özel entegrasyon yöntemleriyle başvurabilirsiniz.



ERDOĞAN KARAHAN
Yeminli Mali Müşavir

Portal Yöntemini kullanan mükellefler uygulamadan iki şekilde yararlanabilirler. İlk olarak e-Fatura kapsamında oluşturacakları faturaları, Portal uygulaması ile manuel olarak oluşturabilirler ya da Portal yükleme aracını kullanabilirler. E-fatura yükleme ise harici programlar tarafından UBL-TR standardında üretilen çok sayıda faturanın mali mühürle onaylanması ve e-fatura portalına yüklenerek alıcıya gönderilmesi mümkün hale geldi. Bilgi işlem sistemleri yeterli olan kullanıcıların, gerekli entegrasyonu sağlamaları koşulu ile e-Fatura Uygulamasını doğrudan kendilerine ait bilgi işlem sistemleri aracılığı ile kullanmaları mümkün. Özel Entegrasyon da ise elektronik faturalamada



ÖZCAN DEĞİRMENÇİ
CRS Soft CEO'su

uzmanlaşmış bir kurumun, başka mükelleflerin faturalarını göndermek ve almak amacıyla kendi sistemini Başkanlık sistemine entegre etmesidir. Gelir İdaresi Başkanlığı'nın sitesinde özel entegratör listesi güncelleniyor. Firma bu listeden istediği kurum ile irtibata geçebilir. Bu uygulamanın manuel olarak fatura oluşturma yükünü ortadan kaldırıyor. Herhangi bir sistem altyapısı yatırımı gerektirmediğinden maliyet ve zaman tasarrufu sağlıyor. Diğer şekilde sistemin altyapısını oluşturmak için ciddi bir yatırım söz konusu. E-defter uygulamasında dikkat edilmesi gereken bazı hususlar var. Mükelleflerin e-Defterlerinde kullanacakları unvan, ticaret sicil gazetesinde yer aldığı biçimde kısaltma yapılmaksızın eksiksiz biçimde yazılmalı. Birçok firma burada yanlışlığa düşüyor. Defterde herhangi bir şekilde tarih üzerinde değişiklik yapılmamalı ya da zaman damgası kullanılmalı.

“İnternet üzerinden satış yapan mükellefler 2014 hesap dönemi brüt satış hâsılatı 5 milyon TL ve üzeri olan mükelleflerin ise 1 Ocak 2016 tarihine kadar uygulamaya zorunlu olarak geçmeleri gerekiyor.”



OYUNCAKLAR DA EKOTEKS'E EMANET

İHKİB TARAFINDAN KURULAN EKOTEKS LABORATUVARI, HAZIR GİYİM, TEKSTİL VE FARKLI SEKTÖRLERDEKİ KALİTE KONTROL VE TESTLERİNİ GERÇEKLEŞTİRİYOR. OYUNCAK SEKTÖRÜNE DE HİZMET SUNAN EKOTEKS'İN BU ALANDAKİ FAALİYETLERİNİ EKOTEKS TEKNİK MÜDÜRÜ SEVİM ATMACA RAZAK AKTARDI.

Ekoteks'i kısaca tanıtır mısınız? Laboratuvarınızda hangi sektörler ne tür hizmetler verilmekte?

Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri A.Ş., 1998 yılında İHKİB (İstanbul Hazır Giyim Konfeksiyon ve İhracatçılar Birliği)'nin yatırımıyla kurulmuştur. Alanında deneyimli ve dinamik kadrosuyla kumaş, dikili ürün, aksesuarları, oyuncak, kırtasiye, çanta, ayakkabı, bebek ve çocuk bakım ürünleri ile kişisel bakım ürünlerini hassasiyetle test etmekle birlikte, dünya çapında 3 bin üzerinde uluslararası ve lokal kuruluşlara hizmet ver-

mektedir. Ülkemizde, tekstil mikrobiyolojisi alanında faaliyet gösteren ilk ve tek akredite kuruluş olan laboratuvarımız dünyada ise sayılı akredite laboratuvarlar arasında yer almaktadır. Ekoteks, anti-mikrobiyal test alanında plastik, kırtasiye, oyuncak ve kozmetik ürünlerde akredite olarak hizmet veriyor. 2013 yılında Ekoteks Laboratuvarı ve Global Modern Testing Services (MTS) laboratuvarları arasında işbirliği sözleşmesi imzalanmıştır. Bu iş birliği çerçevesinde Global MTS tüketici ürünleri testlerinde, Ekoteks'inglobal stratejik ortağıdır. Başta Hong Kong, Çin,

Tayvan olmak üzere birçok farklı lokasyonda Uzakdoğu'da ve Avrupa, Amerika'daki şubeleri ile yurtdışı tedarikçilerimizin testlerinde Ekoteks-MTS işbirliği, müşterilere sunduğumuz hizmetlerin içerisinde yer almaktadır. Global bilgi ağı ile farklı ülkelerdeki yeni yasal düzenlemeler, yeni yaptırımlara ilişkin güncel test uygulamaları takip edilmektedir.

Oyuncak ürünleri ile ilgili olarak ne tür hizmetler sunmaktasınız?

Ekoteks, uluslararası standartlara uygun olarak oyuncak testlerini gerçekleştirerek

Ekoteks bünyesinde test edilen başlıca oyuncaklar

- Oyuncak bebekler
- Peluş oyuncaklar
- Oyuncak kitaplar
- Yapbozlar
- Su oyuncakları
- Oyuncak bebek arabaları
- Taşıtlar
- Toplar
- Elektrikli oyuncaklar
- Diş kaşıyıcılar
- Çocuk bakım ürünleri
- Emzik, biberon, alıştırma bardağı
- Oyuncak kapsamına giren kırtasiye ürünleri
- Parmak ve yüz boyları



test raporlarını müşterilerine sunmanın yanı sıra, uzman teknik kadrosuyla müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda, verdiği teknik eğitimlerle oyuncak sektörünün çözüm ortağı olarak her zaman yanınızdadır. Ekoteks, sektörün uluslararası rekabetçi gelişimine katkıda bulunmak adına, uygulama ve kontrol denetimlerinde öncülük etmeği hedeflemektedir.

Oyuncaklarda ürün güvenliği neden önemlidir? Ekoteks olarak bu konuda hangi çalışmalarınız bulunmaktadır?

Ürün tasarımındaki yenilikler ve çeşitliliğin her geçen gün artması ile oyuncak ürünlerinde, ürün güvenliği hem tüketiciler, hem ülkelerin denetim otoriteleri, hem de satın alım yapan markalar, ithalatçı ve imalatçı firmalar başta olmak üzere tedarik zincirindeki tüm firmalar için en kritik konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Deneyim ve uzmanlığın ön plana çıktığı bu noktada, Ekoteks ürün güvenliği testleri, risk değerlendirmesi ve yaş grubuna uygun etiketleme kuralları konusunda sektöre önemli katkılarda bulunuyor.

2016 yılında Türkiye oyuncak sektöründeki üreticileri ve ithalatçıları hangi yasal değişiklikler ve yeni düzenlemeler bekliyor?

Gümrük Ve Ticaret Bakanlığının 14 Ocak 2015'de yayınladığı 29236 Sayılı tebliğinde (ek-1) yer alan kullanımı yasaklı ve/veya kısıtlı kimyasal parametrelere ilave olarak, yeni düzenlemelerin geleceği yönünde çalışmaların devam ettiğini biliyoruz. Oyuncak ve oyuncak ürünleri kapsamında değerlendirilecek ürünlerde Benzen, Toluen, Poliaromatik hidrokarbonlar da kontrol edilebilir.

2016 yılında Ekoteks'in hedeflerinden bahsedebilir misiniz?

Giysi, ev tekstili, çanta, ayakkabı başta olmak üzere tüketici ürünleri kapsamında yer alan tüm ürün kategorilerinde, akredite laboratuvar olarak hizmet veren Ekoteks, kozmetik, oyuncak ve kişisel bakım ürünlerinde yeni testler ve uygulamalarla test hizmetleri alanındaki faaliyetlerini her geçen gün genişletmektedir. Oyuncak, Kırtasiye, Bebek bakım ürünleri, Kişisel bakım ürünlerinde başladığımız test faaliyetlerinin kapsamını genişleterek akredite test kapsamımızı arttırmak ve bu alanlarda da sektörün ihtiyacı olan hızlı, güvenilir test sonuçları ihtiyacını karşılayacak. Düzenlediğimiz eğitim programları ile daha fazla müşterimize ulaşarak, uluslararası ve Türkiye'de geçerli olan mevzuat ve uygulamaları hakkında bilgi vererek, bilinçlendirmefaaliyetlerine devam edecektir.

Test ve güvenlik pazarı konusunda önümüzdeki yıllardaki öngörülerinizden bahsedebilir misiniz?

Oyuncağın satıldığı her ülkede, ilgili kurumlar/otoriteler tarafından farklı şekillerde denetimler yapılmaktadır. Avrupa, Amerika ve Kanada gibi yurtdışında satışa sunulan

14 yaşından küçük çocuklarının oyunlarında kullanılmak üzere tasarlanan ve üretilen tüm ürünlerde, alevlenebilirlik, kimyasal özellikler, yasaklı azo boyarmaddeler ve fitalat tayini olmak üzere, uzman ve akredite bir laboratuvar tarafından ilgili testler uygulatılıp güvenli ürün olduğu test raporları ile onaylanarak, tüketicinin güvenli kullanımının sağlanması gerekiyor.



SEVİM ATMACA RAZAK
Ekoteks Teknik Müdürü

"Ekoteks, uluslararası standartlara uygun olarak oyuncak test raporlarını müşterilerine sunmanın yanı sıra, teknik eğitimlerle oyuncak sektörünün çözüm ortağı konumunda."

ürünlerde de yine ürün denetimleri yapılmakta, uygunsuz veya riskli bulunan oyuncak ürünleri geri çağrılarak satışı durdurulabilmekte. Ticari anlamda firmanın zararının yanı sıra, bu ürünler kamuoyuna duyurularak markanın saygınlığı da zedelenmektedir. Ekoteks, güvenli ürün üretiminde, en güncel standartlara ve gerekliliklere uygun gerçekleştirdiği akredite testler ile tüm müşterilerine destek olmaktadır. Önümüzdeki dönemlerde, denetimlerin farklı ürün kategorilerini de kapsayacak şekilde arttırılacağı ve bu nedenle uluslararası standartlara ve yasal mevzuatlara uygun olarak, satın alım yapan markalar, ithalatçı ve imalatçı firmalar başta olmak üzere tedarik zincirindeki firmaların, denetimler öncesinde, ön kontrol amacıyla ilgili testlerin akredite laboratuvarlarda yaptırılmalarının gerekli bir önlem olduğu kanaatindeyiz. 14 yaşından küçük çocuklarının oyunlarında kullanılmak üzere tasarlanan ve üretilen tüm ürünlerde, başta mekanik ve fiziksel özellikler (EN 71-1), alevlenebilirlik (EN 71-2), kimyasal özelliklerinin (EN 71-3-Bazı Elementlerin Göçü), yasaklı azo boyarmaddeler ve fitalat tayini olmak üzere, uzman ve akredite bir laboratuvar tarafından ilgili testler uygulatılıp güvenli ürün olduğu test raporları ile onaylanarak, tüketicinin güvenli kullanımının sağlanması gerekmektedir.



İHKİB OKULLARINDA

İHKİB OKULLARINDA YENİ DÖNEM HEYECANI BAŞLADI. İSTANBUL'UN FARKLI NOKTALARINDA KONUMLANAN OKULLARIYLA SEKTÖRE NİTELİKLİ ELEMAN YETİŞTİREN İHKİB OKULLARI, ÖĞRENCİLERDEN VE AİLELERDEN GÖRDÜĞÜ İLGIYİ HER DÖNEM YUKARILARA TAŞIYARAK, 2015-2016 YENİ EĞİTİM ÖĞRETİM YILINDA DA TOPLAMDA 682 YENİ ÖĞRENCİ KAYDI İLE START VERDİ.

DERS ZİLİ ÇALDI

Mesleki eğitimde yeni bir dönem açan İHKİB, İstanbul'un farklı noktalarında yapılandığı okullarla endüstrinin nitelikli eleman ihtiyacı ile iş ve gelecek kaygısı taşıyan gençleri aynı noktada buluşturuyor. Türkiye'de 2015-2016 eğitim öğretim yılı 28 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 160, Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne 204, Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Ana-

dolu Lisesi'ne 318 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 hazırlıyor. İHKİB okulları arasında ilk olarak 1995 yılında eğitim hayatına başlayan İHKİB Avcılar Kız Teknik ve Meslek Lisesi, her sene sektöre 100 ila 110 arasında donanımlı eleman kazandırıyor. Tasarım ve pazarlama odaklı bir anlayışla öğrencilerine eğitim



sunan İTKİB Okulları, teorik ve uygulamalı eğitimlerin yanı sıra öğrencileri moda ve tekstil fuarları, yurt dışı gezileri, konferanslara ve firma gezilerine götürerek donanımlı bir şekilde sektöre hazırlıyor.

İHKİB okulları geleceği yaratıyor

Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde düzenlenen törende konuşan İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Nilgün 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. 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 ülkenin aşamayacağı sorun yoktur. Gelir sahibi olmak önce umut sahibi yapar insanı. Umudu olan insansa 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. 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 yüklediğiniz sorumlulukla bizler için çok değerlisiniz. 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 istiyorum. Mesleki eğitime verdiğiniz değer çocuklarımızın, eğitimcilerimizin ve sektörümüzün desteğiyle hayırlı bir sonuç yaratacak. İTKİB'in eğitim alanındaki bu çalışmalarını organize eden Eğitim Şubemize, bu okullara maddi manevi her türlü desteği veren sektörümüz ve bu okullara çocuklarını yollayan veli-



NİLGÜN ÖZDEMİR
İHKİB Denetim Kurulu Üyesi

"Sektörümüzün gururu ve gözbebeği olan okullarımızın, geleceğimiz olan gençlerle dolup taşması bizi son derece mutlu ediyor."

lerimize sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Gördüğüm tablo ne kadar doğru bir iş yaptığımızı bir kez daha gösteriyor" dedi.

Yeni dönem heyecanla başladı

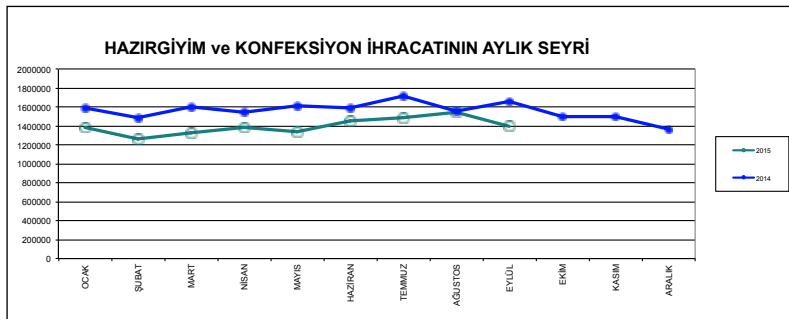
Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Okul Müdürü Canan Ertekin de konuşmasında, öğrencilere, öğretmen ve velilere seslenerek, "Yeni kayıt olan öğrencilerimize ve yeni gelen öğretmenlerimize hoş geldiniz der, yeni eğitim ve öğretim yılının huzurlu, güvenli ve kardeşlik ortamında geçmesini temenni ediyorum. Sevgili gençler; biz öğretmenlerimizin en büyük amacı Atatürk ilke ve inkılaplarına bağlı, yurdu-na ve milletine faydalı, kültürel değerleri benimseyen Türkiye Cumhuriyeti'ne karşı görev ve sorumluluklarını bilen, bunları davranış haline getirmiş yurttaşlar olarak yetiştirmektir" dedi.

Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Okul Müdürü Nebahat Ataç, açılış töreninde yaptığı konuşma velilere seslenerek, "Bizim çalışmalarımızın başarıya ulaşması sizlerin bizimle beraber hareket etmemizle mümkün olacaktır. Öğrencilerinizi devamlı kontrol etmenizi, öğretmen ve idareyle görüşmenizi, öğrencilerinizin başarısını artırmak için yapılması gerekenleri zamanında yaparak okulumuzun başarısını artırmada sizlerin de büyük katkıları olacağına inanıyorum" dedi.

Yeni dönemde Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne 160, Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne 204, Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne 318 öğrenci kayıt yaptırdı.

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

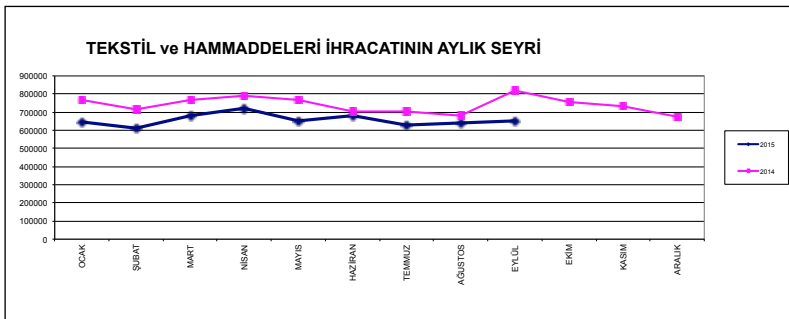
	2014 EYLÜL 1000 \$	2015 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EYLÜL 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK EYLÜL 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	DEĞİŞİM %
ALMANYA	304,900	245,735	-19.4	3,059,528	21.3	2,391,734	19.0	-21.8
İNGİLTERE	224,536	173,990	-22.5	1,859,248	12.9	1,598,936	12.7	-14.0
İSPANYA	155,828	144,003	-7.6	1,260,413	8.8	1,202,435	9.6	-4.6
FRANSA	81,764	64,635	-20.9	881,993	6.1	653,178	5.2	-25.9
HOLLANDA	71,445	64,467	-9.8	743,005	5.2	608,895	4.8	-18.0
IRAK	72,827	57,299	-21.3	466,715	3.3	534,897	4.2	14.6
İTALYA	44,464	35,411	-20.4	538,429	3.7	442,356	3.5	-17.8
ABD	49,685	44,055	-11.3	354,120	2.5	362,055	2.9	2.2
ROMANYA	56,441	65,662	16.3	339,524	2.4	359,034	2.9	5.7
POLONYA	43,562	41,537	-4.6	344,976	2.4	357,677	2.8	3.7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,105,452	936,794	-15.3	9,847,950	68.6	8,511,196	67.6	-13.6
DANİMARKA	34,789	29,522	-15.1	396,056	2.8	297,596	2.4	-24.9
BELÇİKA	29,956	22,538	-24.8	319,154	2.2	236,749	1.9	-25.8
SUUDİ ARABİSTAN	25,856	21,659	-16.2	238,482	1.7	228,910	1.8	-4.0
UKRAYNA	47,080	28,662	-39.1	200,873	1.4	218,399	1.7	8.7
İSRAİL	26,599	19,363	-27.2	179,767	1.3	196,707	1.6	9.4
İSVEÇ	21,929	15,934	-27.3	229,702	1.6	168,431	1.3	-26.7
RUSYA FEDERASYONU	29,759	18,544	-37.7	293,766	2.0	168,411	1.3	-42.7
SLOVAK CUMHURİYETİ	8,153	29,341	259.9	147,356	1.0	164,091	1.3	11.4
CEZAYİR	17,135	15,629	-8.8	116,148	0.8	142,910	1.1	23.0
LİBYA	7,668	9,059	18.1	107,043	0.7	127,115	1.0	18.8
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,354,377	1,147,045	-15.3	12,076,296	84.1	10,460,514	83.1	-13.4
AB (28) TOPLAMI	1,171,867	1,002,788	-14.4	10,819,831	75.3	9,092,605	72.2	-16.0
TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,664,539	1,392,239	-16.4	14,359,950	100.0	12,588,510	100.0	-12.3



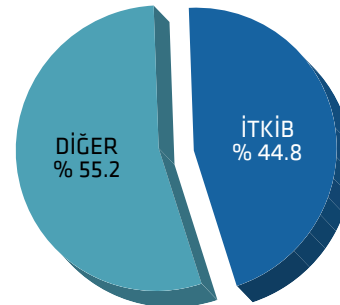
Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ihracatı, Eylül ayında, geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 16'ya varan bir düşüş yaşadı. En çok ihracat yaptığımız ilk 20 ülke içerisinde sadece Slovak Cumhuriyeti ve Libya ihracatları artı değere ulaşırken, AB28 ülkelerinde yüzde 20'ye varan kayıplar izlendi.

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2014 EYLÜL 1000 \$	2015 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EYLÜL 1000 \$	PAY %	2015 OCAK EYLÜL 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
İTALYA	85,811	66,122	-22.9	697,028	10.4	571,858	9.7	-18.0
RUSYA FEDERASYONU	74,592	43,604	-41.5	602,846	9.0	378,975	6.4	-37.1
İRAN	32,913	27,629	-16.1	245,871	3.7	286,945	4.9	16.7
ALMANYA	40,127	30,717	-23.5	336,190	5.0	280,986	4.7	-16.4
ABD	27,960	25,187	-9.9	236,564	3.5	257,548	4.4	8.9
İNGİLTERE	30,972	24,965	-19.4	277,208	4.1	237,097	4.0	-14.5
BULGARİSTAN	28,029	24,113	-14.0	225,502	3.4	228,689	3.9	1.4
ROMANYA	29,743	23,457	-21.1	259,132	3.9	214,265	3.6	-17.3
POLONYA	27,631	23,331	-15.6	215,565	3.2	193,300	3.3	-10.3
MISIR	23,228	17,192	-26.0	206,996	3.1	189,034	3.2	-8.7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	401,006	306,316	-23.6	3,302,903	49.1	2,838,697	48.0	-14.1
İSPANYA	22,571	18,915	-16.2	194,879	2.9	182,697	3.1	-6.3
FAS	19,376	14,905	-23.1	165,759	2.5	157,101	2.7	-5.2
UKRAYNA	39,016	19,794	-49.3	247,814	3.7	152,443	2.6	-38.5
BELÇİKA	15,174	12,955	-14.6	125,784	1.9	126,248	2.1	0.4
HOLLANDA	15,595	13,795	-11.5	135,284	2.0	124,513	2.1	-8.0
IRAK	21,999	16,511	-24.9	160,049	2.4	123,934	2.1	-22.6
TUNUS	17,711	13,547	-23.5	140,989	2.1	122,443	2.1	-13.2
ÇİN	14,106	17,928	27.1	110,633	1.6	117,877	2.0	6.5
PORTEKİZ	11,971	10,636	-11.2	93,842	1.4	106,276	1.8	13.2
FRANSA	11,815	9,738	-17.6	114,877	1.7	95,435	1.6	-16.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	590,340	455,039	-22.9	4,792,814	71.3	4,147,665	70.1	-13.5
AB (28) TOPLAMI	367,840	300,547	-18.3	3,111,297	46.3	2,721,363	46.0	-12.5
TOPLAM	819,590	650,266	-20.7	6,723,110	100.0	5,915,676	100.0	-12.0
TEKSTİL İHRACATI								



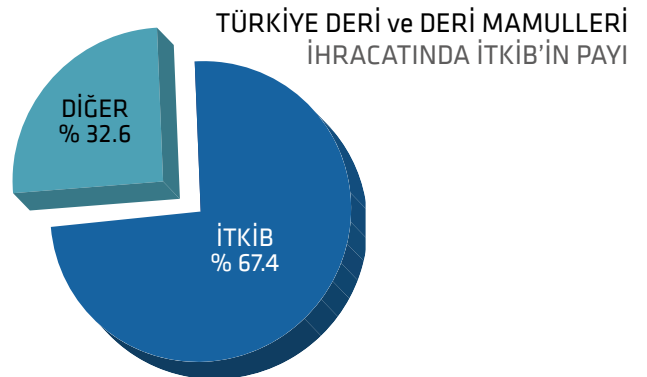
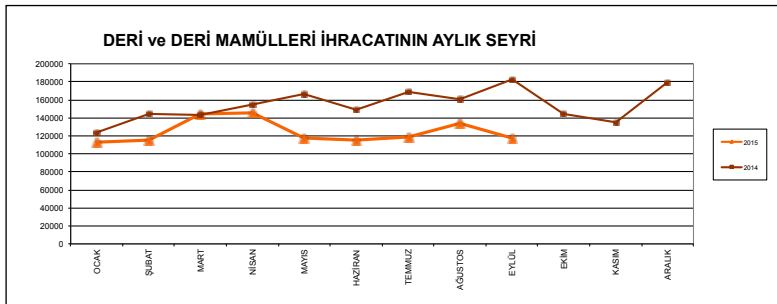
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



Eylül ayında, tekstil ve hammaddeleri ihracatında yüzde 20 kayıp izlenirken, ilk 20 ülke içerisinde bir tek Çin ihracatının artı değer yaratması dikkat çekiyor. Ocak-Eylül döneminde ise kayıplar yüzde 12 seviyesinde seyrediyor. Aynı dönemde İran ve ABD pazarındaki iyileşmeler ise ilgi çekici.

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

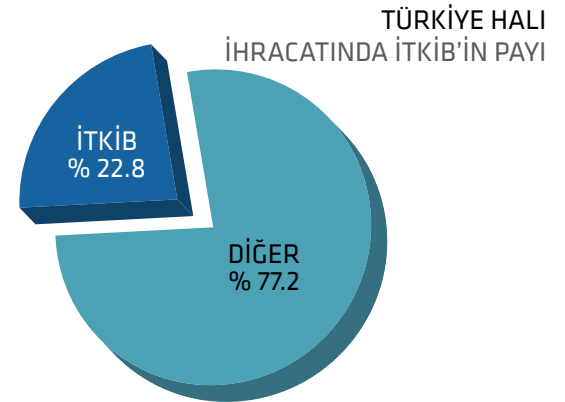
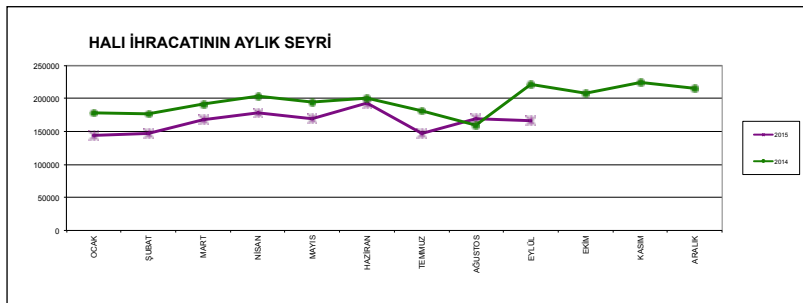
	2014 EYLÜL 1000 \$	2015 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EYLÜL 1000 \$	PAY %	2015 OCAK EYLÜL 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	53,282	21,313	-60.0	297,068	21.3	178,569	15.9	-39.9
IRAK	12,450	9,820	-21.1	93,880	6.7	98,960	8.8	5.4
İTALYA	9,112	6,442	-29.3	119,852	8.6	88,655	7.9	-26.0
ALMANYA	10,019	7,344	-26.7	98,372	7.1	79,028	7.0	-19.7
İNGİLTERE	7,629	5,058	-33.7	65,604	4.7	52,065	4.6	-20.6
FRANSA	6,885	5,013	-27.2	57,103	4.1	43,079	3.8	-24.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	7,614	4,836	-36.5	48,505	3.5	35,952	3.2	-25.9
SUUDİ ARABİSTAN	3,682	2,189	-40.5	33,797	2.4	27,360	2.4	-19.0
ABD	4,528	3,791	-16.3	27,873	2.0	25,847	2.3	-7.3
İSPANYA	3,141	3,232	2.9	20,630	1.5	25,243	2.2	22.4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	118,342	69,039	-41.7	862,684	61.8	654,759	58.3	-24.1
HOLLANDA	1,539	1,698	10.3	14,643	1.0	23,230	2.1	58.6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,011	1,897	87.7	13,185	0.9	20,360	1.8	54.4
UKRAYNA	6,162	931	-84.9	48,427	3.5	18,547	1.7	-61.7
HONG KONG	2,941	1,298	-55.9	31,918	2.3	16,789	1.5	-47.4
ROMANYA	1,873	1,936	3.4	15,838	1.1	16,574	1.5	4.6
CEZAYİR	904	521	-42.4	13,981	1.0	16,014	1.4	14.5
İRAN (İSLAM CUM.)	936	1,441	54.0	6,964	0.5	15,686	1.4	125.2
LİBYA	572	1,294	126.3	12,626	0.9	15,360	1.4	21.7
BULGARİSTAN	2,741	2,273	-17.1	17,623	1.3	15,057	1.3	-14.6
İSRAİL	1,815	1,681	-7.3	11,994	0.9	13,433	1.2	12.0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	138,836	84,009	-39.5	1,049,884	75.3	825,808	73.6	-21.3
AB (28) TOPLAMI	54,983	41,737	-24.1	507,915	36.4	426,007	38.0	-16.1
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	183,072	117,311	-35.9	1,394,962	100.0	1,122,176	100.0	-19.6



Geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 36'ya ulaşan ihracat kaybı, ihracatımızdaki ilk 10 ülkede yüzde 40'a dayanmış durumda. Bununla birlikte, Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarındaki güçlü alımlar, Ocak-Eylül dönemi ihracatındaki kayıpları yüzde 20 seviyesinde dengeliyor.

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2014 EYLÜL 1000 \$	2015 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EYLÜL 1000 \$	PAY %	2015 OCAK EYLÜL 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	30,393.8	21,225.9	-30.2	297,730	17.4	322,277	21.8	8.2
ABD	24,978.5	24,027.9	-3.8	193,361	11.3	193,675	13.1	0.2
IRAK	30,890.7	24,883.1	-19.4	105,227	6.2	110,066	7.4	4.6
ALMANYA	12,115.6	10,601.0	-12.5	88,227	5.2	77,421	5.2	-12.2
LİBYA	4,377.4	3,344.2	-23.6	96,616	5.7	59,380	4.0	-38.5
İNGİLTERE	6,233.4	6,585.6	5.6	57,505	3.4	58,225	3.9	1.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7,397.5	5,042.5	-31.8	58,635	3.4	57,890	3.9	-1.3
MISIR	7,541.7	6,813.9	-9.7	49,902	2.9	55,548	3.8	11.3
İSRAİL	3,610.3	3,410.6	-5.5	21,355	1.3	21,972	1.5	2.9
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,280.7	2,455.6	-25.2	41,374	2.4	21,205	1.4	-48.7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	130,819.6	108,390.3	-17.1	1,009,932	59.2	977,657	66.1	-3.2
CEZAYİR	3,377.5	1,776.7	-47.4	24,114	1.4	19,415	1.3	-19.5
TÜRKMENİSTAN	3,836.0	2,610.9	-31.9	27,091	1.6	18,765	1.3	-30.7
POLONYA	3,917.2	2,004.7	-48.8	27,732	1.6	18,442	1.2	-33.5
İTALYA	2,393.2	1,725.7	-27.9	21,219	1.2	17,918	1.2	-15.6
KUVEYT	2,414.9	1,557.9	-35.5	19,771	1.2	17,320	1.2	-12.4
AFGANİSTAN	2,619.0	1,952.9	-25.4	16,144	0.9	17,053	1.2	5.6
BELÇİKA	2,726.8	2,169.3	-20.4	20,579	1.2	16,801	1.1	-18.4
RUSYA FEDERASYONU	6,442.2	2,975.2	-53.8	37,615	2.2	16,695	1.1	-55.6
FAS	1,816.9	1,532.6	-15.6	16,280	1.0	16,308	1.1	0.2
MALEZYA	1,163.6	1,229.4	5.7	17,188	1.0	16,229	1.1	-5.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	161,527.0	127,925.5	-20.8	1,237,665	72.5	1,152,603	77.9	-6.9
AB (28) TOPLAMI	43,671.7	36,296.7	-16.9	352,862	20.7	287,083	19.4	-18.6
TOPLAM	221,742.8	165,510.7	-25.4	1,707,396	100.0	1,479,358	100.0	-13.4
HALI İHRACATI								

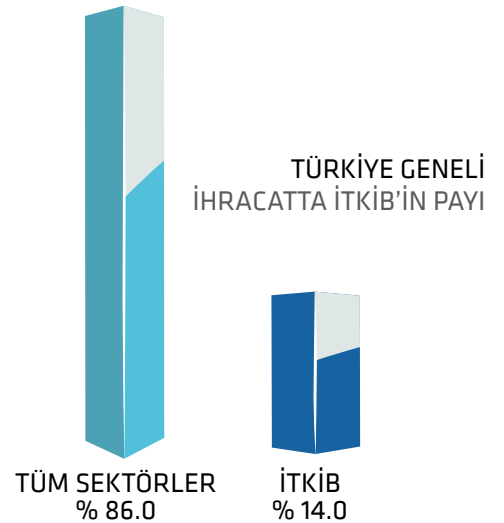
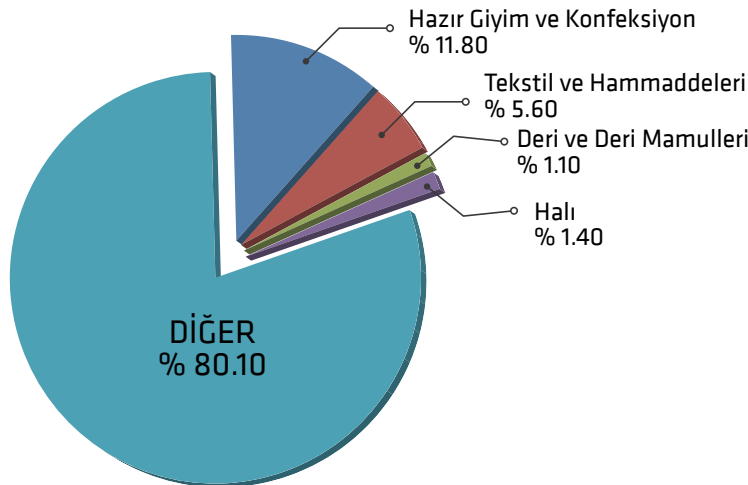


Halı ihracatında Eylül ayı, geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 25 kayıp yaşadı. İhracatımızdaki ilk 10 ülke içerisinde sadece İngiltere'nin artı değerinde yer aldığı Eylül ayında, ilk 20 ülke ihracatındaki kayıp yüzde 20 olarak gerçekleşti.

GÖSTERGELER SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$								
SEKTÖRLER	EYLÜL				SON 12 AYLIK			
	2014	2015	Değişim ('15/'14)	Pay(15) (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim ('15/'14)	Pay (15) (%)
I. TARIM	1,901,081	1,563,727	-17.7	14.7	22,246,332	21,211,456	-4.7	14.6
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,319,809	1,123,404	-14.9	10.6	15,370,405	15,127,285	-1.6	10.4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	552,496	439,965	-20.4	4.1	6,777,402	6,209,187	-8.4	4.3
Yaş Meyve ve Sebze	162,033	111,557	-31.2	1.1	2,423,027	2,160,704	-10.8	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	134,477	114,325	-15.0	1.1	1,429,950	1,316,509	-7.9	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	132,059	115,860	-12.3	1.1	1,418,201	1,351,815	-4.7	0.9
Fındık ve Mamulleri	216,014	265,995	23.1	2.5	1,986,962	2,875,770	44.7	2.0
Zeytin ve Zeytinyağı	15,408	11,140	-27.7	0.1	248,951	197,783	-20.6	0.1
Tütün ve Mamulleri	101,496	58,906	-42.0	0.6	1,001,154	938,872	-6.2	0.6
Süs Bitkileri	5,825	5,657	-2.9	0.1	84,759	76,645	-9.6	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	192,427	127,376	-33.8	1.2	2,241,785	1,923,683	-14.2	1.3
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	192,427	127,376	-33.8	1.2	2,241,785	1,923,683	-14.2	1.3
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	388,845	312,947	-19.5	2.9	4,634,142	4,160,488	-10.2	2.9
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	388,845	312,947	-19.5	2.9	4,634,142	4,160,488	-10.2	2.9
II. SANAYİ	10,952,232	8,764,163	-20.0	82.6	124,249,685	111,665,776	-10.1	76.7
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,224,404	933,088	-23.8	8.8	13,193,626	11,784,302	-10.7	8.1
Tekstil ve Hammaddeleri	819,590	650,266	-20.7	6.1	8,906,017	8,077,476	-9.3	5.6
Deri ve Deri Mamulleri	183,072	117,311	-35.9	1.1	1,954,188	1,580,305	-19.1	1.1
Halı	221,743	165,511	-25.4	1.6	2,333,421	2,126,520	-8.9	1.5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,504,039	1,096,789	-27.1	10.3	17,943,705	15,948,988	-11.1	11.0
Kıymevi Maddeler ve Mamulleri	1,504,039	1,096,789	-27.1	10.3	17,943,705	15,948,988	-11.1	11.0
C. SANAYİ MAMULLERİ	8,223,789	6,734,286	-18.1	63.4	93,112,354	83,932,486	-9.9	57.7
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1,664,539	1,392,239	-16.4	13.1	18,772,797	16,957,799	-9.7	11.7
Otomotiv Endüstrisi	1,958,553	1,875,320	-4.2	17.7	22,504,614	20,724,703	-7.9	14.2
Gemi ve Yat	82,221	75,751	-7.9	0.7	1,079,355	1,185,837	9.9	0.8
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	1,086,116	862,507	-20.6	8.1	12,210,268	10,781,121	-11.7	7.4
Makine ve Aksamlar	531,189	439,632	-17.2	4.1	6,078,294	5,598,446	-7.9	3.8
Demir ve Demir Dışı Metaller	609,431	482,547	-20.8	4.5	7,145,356	6,371,162	-10.8	4.4
Çelik	1,084,684	762,290	-29.7	7.2	13,450,629	10,817,326	-19.6	7.4
Çimento Cam Seramik ve Toprak	259,554	214,709	-17.3	2.0	3,159,381	2,832,916	-10.3	1.9
Mücevher	402,740	150,097	-62.7	1.4	2,489,230	3,201,233	28.6	2.2
Savunma Sanayii	154,825	195,587	26.3	1.8	1,608,535	1,609,386	0.1	1.1
İklimlendirme Sanayii	381,069	275,869	-27.6	2.6	4,506,020	3,752,443	-16.7	2.6
Diğer Sanayi Ürünleri	8,866	7,738	-12.7	0.1	107,875	100,113	-7.2	0.1
III. MADENCİLİK	386,344	285,661	-26.1	2.7	4,789,384	4,080,888	-14.8	2.8
Madencilik Ürünleri	386,344	285,661	-26.1	2.7	4,789,384	4,080,888	-14.8	2.8
T O P L A M (TİM)	13,239,656	10,613,551	-19.8	100.0	151,285,401	136,958,120	-9.5	94.1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					6,182,832	8,557,643	38.4	5.9
TOPLAM (TİM+TÜİK)	13,239,656	10,613,551	-19.8	100.0	157,468,233	145,515,763	-7.6	100.0

* Ocak-Eylül dönemi için ilk 8 ay TÜİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.
Son 12 aylık dönem için ilk 11 ay TÜİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.



TÜRKİYE GENELİ
İHRACATTA İTKİB'İN PAYI

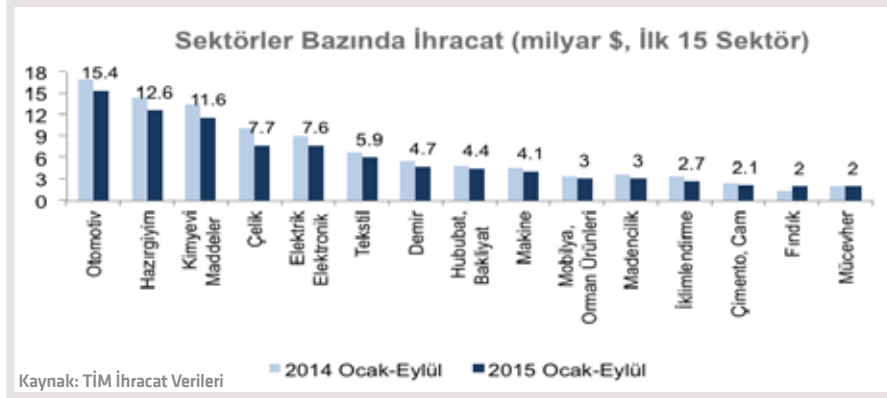
MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

İHRACATTAKİ GELİŞMELER

TİM verilerine göre, Eylül ayında ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 19,8 oranında düşerek 10,6 milyar dolar oldu. Eylül ayında en çok ihracat yapan sektör 1,9 milyar dolarla otomotiv olurken, bunu sırasıyla 1,4 ve 1,1 milyar dolarlık ihracatla, hazır giyim ve konfeksiyon ile kimyevi maddeler sektörleri takip etti. Bu dönemde otomotiv ihracatı yüzde 4,2 oranında yıllık düşüş yaşarken, hazır giyim ve kimyevi maddeler sektörleri ise sırasıyla yüzde 16,4 ve yüzde 27,1 gerileme sergiledi. Eylül ihracat sıralamasında dördüncü sırada yer alan elektronik grubunda da yüzde 20,6'lık düşüş gerçekleşti. Bu dönemde sektörler genelinde

en güçlü performans, yıllık yüzde 26,3 artış ile savunma ve havacılık sanayisinde; en keskin düşüş ise ihracatı yüzde 62,7 oranında gerileyen mücevher sektöründe görüldü.

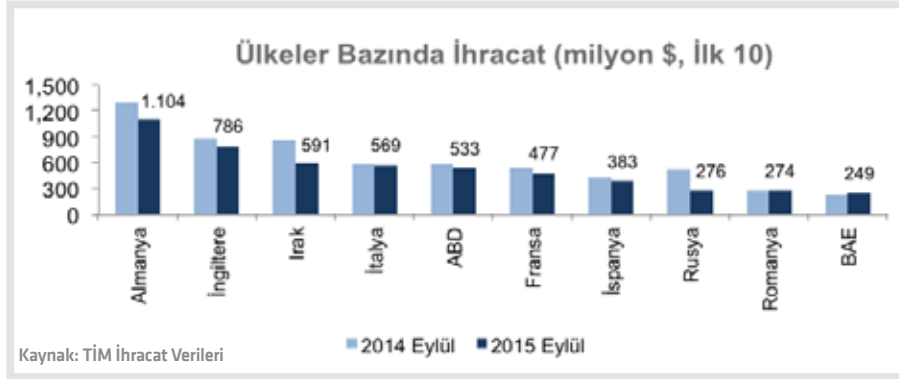
Bu doğrultuda, Eylül ayında yıllık ihracat gelişim hızına en olumlu katkısı 0,4 yüzde puanla fındık sektörü yaptı. İlgili dönemde ihracat gelişim oranını aşağı yönlü etkileyen sektörlerin başında ise kimyevi maddeler ve çelik geldi. Bu iki sektör, Eylül ayında Türkiye'nin toplam ihracat hızını sırasıyla -3,1 ve -2,4 puan etkiledi. Eylül ayındaki ihracat düşüşünde, bayram tatilindeki üç iş günü kaybının ve bayram sonrasında yaşanan yavaşlamanın olumsuz etkileri görüldü.



İhracat Düşüşü Bayram Nedeniyle Hızlandı

Savunma Sanayi Eylül'de de Dikkat Çekti

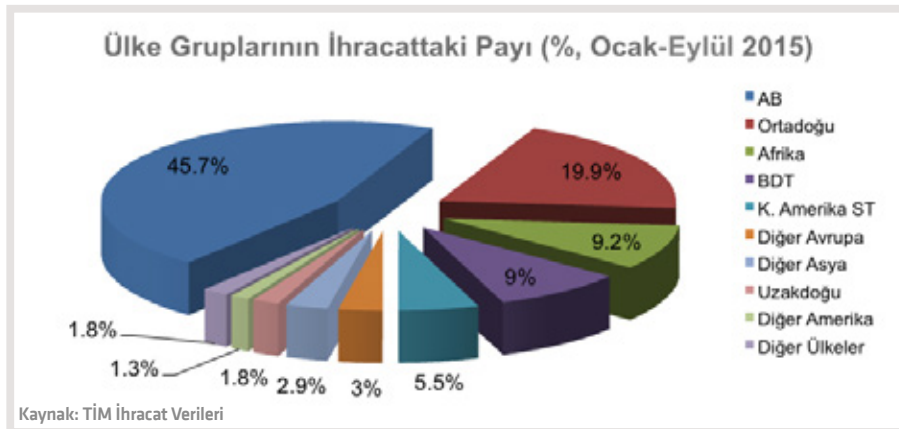
ÜLKELER VE İLLER BAZINDA İHRACAT



TİM verilerine göre, Eylül ayında en çok ihracat yapılan ilk beş ülke, Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve ABD oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan mal ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 14,4 oranında gerilerken, İngiltere pazarında da yüzde 11,2'lik bir daralma görüldü. Aynı dönemde Irak'a yapılan ihracat ise yeniden gerileyerek yüzde 32,3 düşüş kaydetti. ABD'ye ihracat Eylül ayında yüzde 8,1'lik bir düşüş yaşarken, İtalya pazarındaki değişim oranı negatif yönlü yüzde 2,1 oldu. Rusya'ya yapılan ihracat ise yüzde 48 oranında ciddi bir daralma sergiledi. Bu dönemde BAE pazarı, yüzde 10,5 büyüme ile dikkat çekti.

Ülke grupları bağlamında, 2015 yılının ilk dokuz ayında AB ülkeleri, Türkiye'nin ihracatında yüzde 45,7'lik bir paya sahip oldu. Bu dönemde ülke grupları arasında ikinci sırada gelen Orta Doğu da, geçen yılın aynı dönemine göre payını 1 puan artışla yüzde 19,9'a yükseltti. Afrika pazarında ise 0,2 puanlık bir artış yaşandı. Buna karşılık, Bağımsız Devletler Topluluğu'nun (BDT) pastadaki payı 2,3 puan daralma kaydetti. Kuzey Amerika ve Uzak Doğu ülkelerine yapılan ihracatın payı, bir önceki yılın aynı dönemine göre sırasıyla 0,8 ve 0,3 puanlık artışlar kaydederken, diğer Amerika pazarında ise dilim daralması yaşandı.

En çok ihracat yapan iller arasında ise Eylül ayında ilk sırayı yine İstanbul alırken, onu Bursa ve Kocaeli izledi. İstanbul ve Bursa bu dönemde sırasıyla 4,7 milyar ve 970 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, Kocaeli'nin ihracatı 860 milyon dolar oldu. Sıralamada dördüncülüğü 610 milyon dolarla İzmir, beşinciliği ise 530 milyon dolarla Ankara aldı.



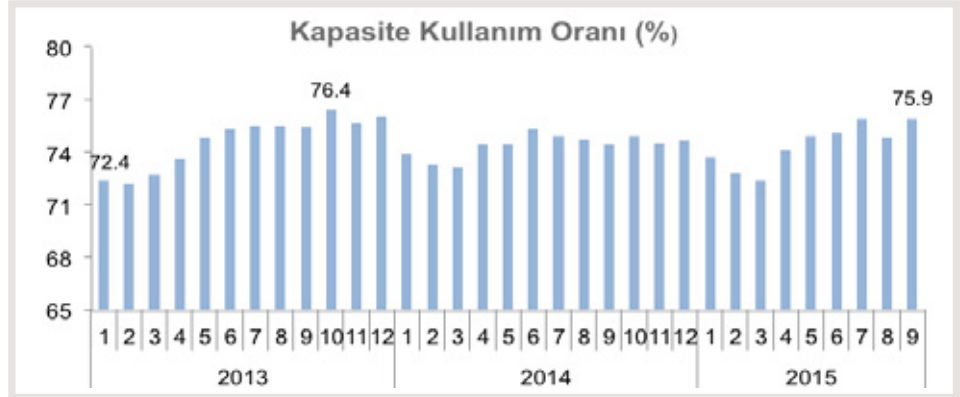
Rusya'ya İhracatta Ciddi Daralma Yaşandı

BAE Pazarındaki Artış Dikkat Çekti

GÖSTERGELER MAKRO EKONOMİK VERİLER

SANAYİ SEKTÖRÜ

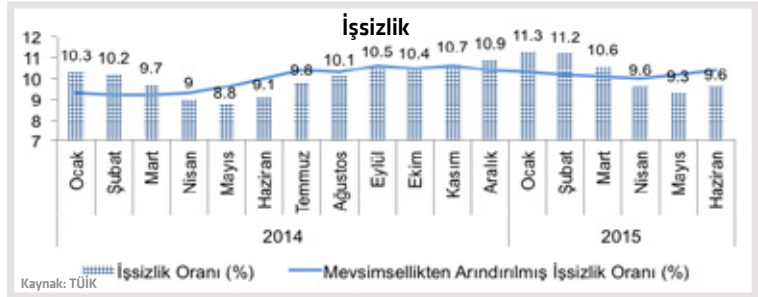
İktisadi aktivitenin öncü göstergelerinden İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (KKO), Ağustos ayında gerçekleştirdiği yüzde 74,8'lük seviyesinden 1,1 puanlık artış kaydederek Eylül ayında yüzde 75,9 düzeyine yükseldi. Bu dönemde, KKO kapasimindeki tüm mal gruplarında yukarı yönlü hareketler gözlenirken, mevsimsel etkilerden arındırılmış kapasite kullanım oranı da bir önceki aya göre 1 puan arttı. Bu doğrultuda yılın üçüncü çeyreğinde KKO, ortalama yüzde 75,5 seviyesinde gerçekleşerek önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1,2 artış gösterdi.



Kapasite Kullanım Oranı | Eylül'de Tüm Mal Gruplarında Artış Görüldü
Üçüncü Çeyrekte Yükseldi

İŞGÜCÜ PİYASALARI

Mayıs döneminde yüzde 9,3 olarak gerçekleşen işsizlik oranı, Haziran döneminde yüzde 9,6'ya yükseldi. Oran erkeklerde yüzde 8,6, kadınlarda ise yüzde 11,6 olarak kaydedildi. Mevsimsellikten arındırılmış işsizlik oranı ise yüzde 10,4 seviyesine yükseldi. Öte yandan veriler, Haziran döneminde istihdam oranının geçen yılın aynı dönemine göre 0,4 puan artışla yüzde 47,1, işgücüne katılım oranının ise 0,8 puan artışla yüzde 52,1 seviyesinde gerçekleştiğini gösterdi. İşgücüne katılım erkeklerde yüzde 72,4 olurken, kadınlarda ise yüzde 32,3 ile yeni rekor seviyeye yükseldi. Haziran döneminde ayrıca, genç işsizlik oranının yüzde 17,7, tarım dışı işsizlik oranının ise yüzde 11,7 düzeyinde gerçekleştiği gözlemlendi.

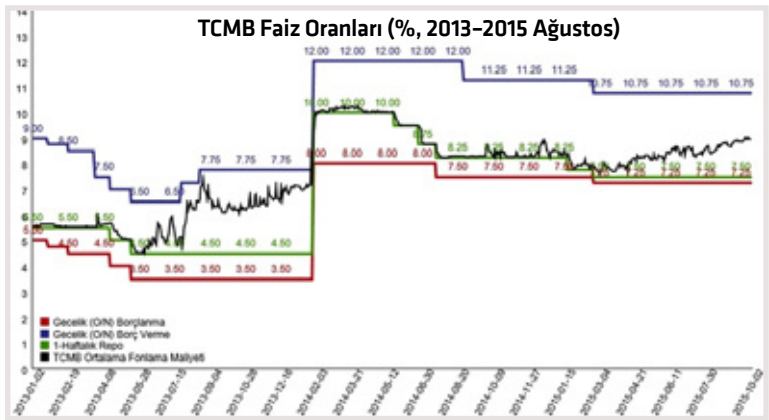


İşsizlik Oranı | Kadınlar İşgücüne Katılımda Yeni Rekor Kırdı
Yüzde 9,6 Oldu

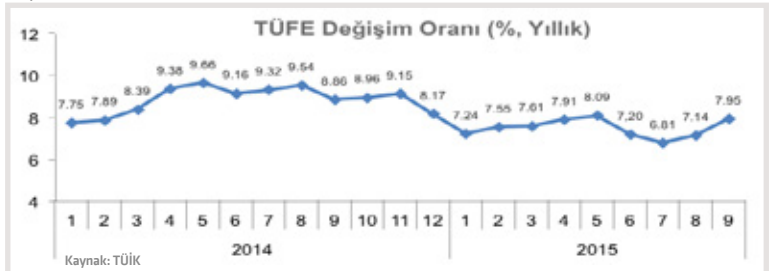
PARA POLİTİKASI ve ENFLASYON

Para Politikası Kurulu (PPK), 22 Eylül 2015 tarihli toplantı sonrasında enerji fiyatlarındaki gelişmelerin enflasyonu olumlu etkilediğini, bununla birlikte, döviz kuru hareketlerinin çekirdek enflasyon eğilimindeki iyileşmeyi geciktirdiğini bildirdi. Bu çerçevede PPK, yurt içi ve küresel piyasalardaki belirsizliklerin enflasyon beklentileri üzerindeki etkileri ile enerji ve gıda fiyatlarındaki oynaklıkları dikkate alarak, gerekli görülen süre boyunca likidite politikasındaki sıkı duruşun korunmasına karar verdi. Faizlerde bir değişikliğe gitmeyen Kurul, önümüzdeki dönemde para politikası kararlarının enflasyon görünümündeki iyileşmenin hızına bağlı olacağını da belirtti. Bu doğrultuda PPK, enflasyon beklentileri, fiyatlama davranışları ve enflasyonu etkileyen diğer unsurların yakından izleneceğini ve enflasyon görünümünde belirgin bir iyileşme sağlanana kadar getiri eğrisini yataya yakın tutmak suretiyle para politikasındaki temkinli duruşun sürdürüleceğini açıkladı.

Enflasyon ise Eylül ayında yükselişini sürdürdü. Bu dönemde bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 7,95 artan Tüketici Fiyatları Endeksi'nin (TÜFE) yıllık gelişiminde, gıda fiyatları güçlü etkisini sürdürdü. Yıllık bazda sırasıyla yüzde 10,73 ve yüzde 13,99 oranlarında yükselen gıda ve alkolsüz içecekler ile lokanta ve oteller fiyatlarının yanı sıra yüzde 8,28 artan konut fiyatları bir arada, yıllık enflasyonun 4,9 puanını açıkladı. Öte yandan TÜFE, Ağustos ayına göre yüzde 0,89 oranında artış kaydetti.



Kaynak: Turkish Data Monitor

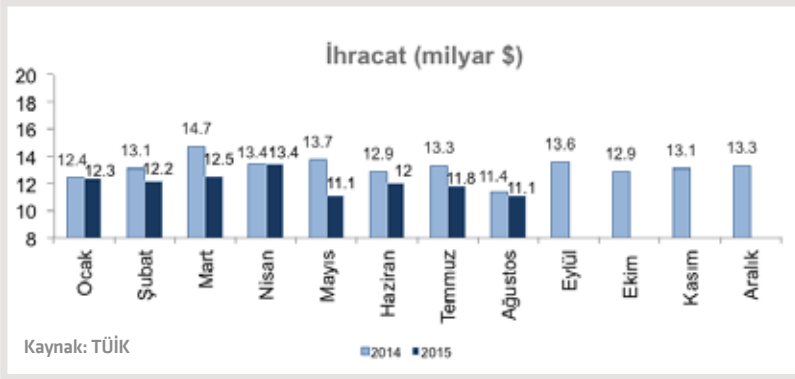


Faizler Eylül'de de Sabit Kaldı | Enflasyon Yükselişini Sürdürdü

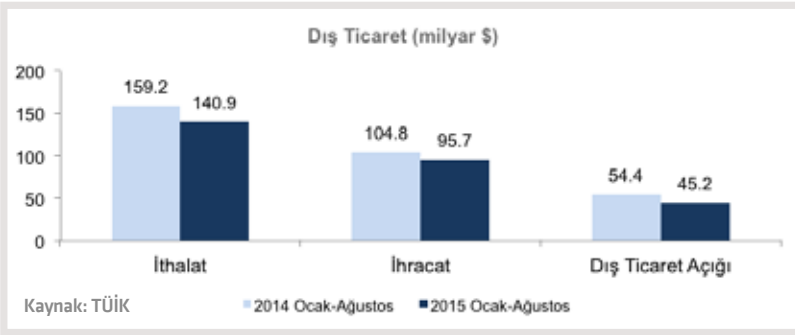
MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

DIŞ TİCARET DENGESİ

TÜİK verilerine göre, Ağustos ayında ihracat geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,8 oranında düşerek 11,1 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerinde ihracat gerçekleştiren fasıl, dolar bazında yüzde 10,6 yıllık artış kaydeden motorlu kara taşıtları olurken, onu sırasıyla yüzde 7 ve yüzde 3 ihracat daralması gerçekleştiren makineler ve örme giyim izledi. Ağustos ayında dördüncülüğü ise yüzde 0,9 artış kaydeden elektronik aldı. Bu dönemde toplam ihracat yıllık gelişimine en olumlu katkıyı 2,6 puanla kıymetli taşlar ve metaller fası yaparken, en olumsuz katkı -1,5 puanla mineral yakıtlar ve yağlar grubundan geldi. İthalat ise Ağustos ayında yıllık bazda yüzde 18,2 oranında bir düşüş sergileyerek, 16 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerinde ithalat yapan fasıllar, sırasıyla mineral yakıtlar ve yağlar, makineler ve motorlu kara taşıtları oldu. İthalat, mineral yakıtlar ve yağlar ile makineler gruplarında sırasıyla yıllık yüzde 40,7 ve yüzde 11,6 oranında azalırken, motorlu kara taşıtlarında ise yüzde 19,3 arttı. Ağustos ayında ithalatın gelişim hızına en büyük pozitif katkı kıymetli metaller ve taşlar faslından gelirken, aşağı yönlü destek veren grupların başında ise mineral yakıtlar ve yağlar yer aldı. Bu veriler doğrultusunda, dış ticaret açığı Ağustos ayında yıllık yüzde 39,8 oranında bir düşüşle 4,9 milyar dolar oldu. Ocak-Ağustos döneminde ise açık yüzde 16,9 geriledi ve 45,2 milyar dolar olarak kaydedildi. Yılın ilk sekiz ayında ihracatın ithalata karşılama oranı da, önceki yılın aynı dönemine göre 2,1 puan artarak yüzde 67,9 seviyesinde gerçekleşti.



Kaynak: TÜİK

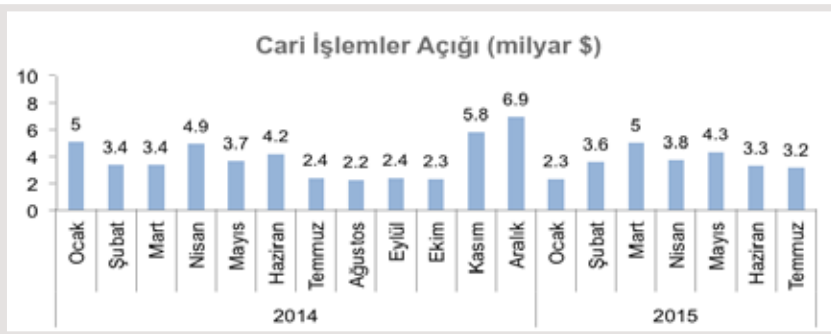


Kaynak: TÜİK

İthalat Ağustos Ayında Yüzde 18,2 Düştü İlk Sekiz Ayda Açık Yüzde 16,9 Geriledi

ÖDEMELER DENGESİ

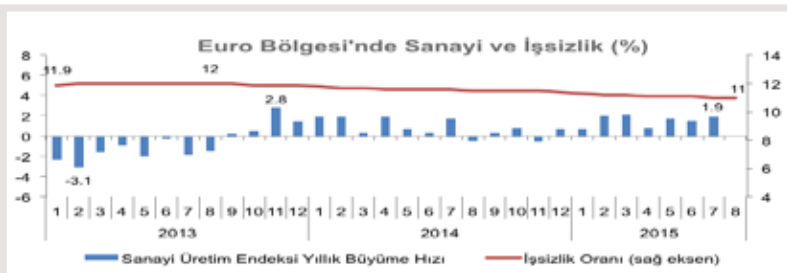
Cari işlemler açığı Temmuz ayında 3,2 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu dönemde cari işlemler hesabı, mal ve birincil gelirler dengelerindeki sırasıyla 5,8 ve 0,5 milyar dolarlık açıklarla aşağı yönlü hareket ederken, hizmetler dengesindeki 3 milyar dolarlık fazladan olumlu etkilendi. Bu veriler doğrultusunda açık, yılın ilk yedi ayında, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 5,6 oranında bir düşüş kaydederken, altın hariç açık yüzde 8,8 arttı. Yıllıklandırılmış cari açık ise 45 milyar dolar oldu. Öte yandan finans hesapları, Temmuz ayında önemli ölçüde diğer yatırımlar kaleminden destek alan bir güçlenme sergilerken, portföy yatırımlarındaki çıkışlar dikkat çekti. Bu bağlamda finans hesapları 5,1 milyar dolar net giriş kaydederken, resmi rezervler ise 2 milyar dolar arttı.



Cari Açık İlk Yedi Ayda Yüzde 5,6 Geriledi Resmi Rezervler Temmuz'da Arttı

AVRUPA EKONOMİSİ

Haziran ayı yıllık gelişim oranı yüzde 1,5'e revize edilen Avro Bölgesi sanayi üretimi, Temmuz ayında hızını yüzde 1,9'a yükseltti. Bunun yanı sıra bölge işsizlik oranı Ağustos ayında yüzde 11 düzeyinde gerçekleşti. Yıllık tüketici enflasyonu ise Ağustos ayındaki yüzde 0,2 seviyesinden, Eylül ayında negatif yönlü yüzde 0,1'e geriledi. Son altı ayın ilk fiyat düşüşüne işaret eden ve enerji fiyatlarının etkilerini barındıran söz konusu gelişme, bölgedeki deflasyon endişelerini yeniden artırdı. Öte yandan bölgede reel kesim güveni Eylül ayında bir miktar toparlanırken, tüketici güven endeksinde ise aşağı yönlü hareket görüldü.



Avro Bölgesinde Deflasyon Endişeleri Arttı İşsizlik Oranı Yüzde 11 Olarak Gerçekleşti

ADRESLER

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi B-Blok
Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.
Yenibosna-Bahçelievler/ İstanbul
Telefon: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01
e-mail: info@itkib.org.tr
Web: www.itkib.org.tr



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

Ekonomi Bakanlığı

Adres: T.C.Ekonomi Bakanlığı İnönü Bulvarı
No:36 P.K 06510 Emek-ANKARA
Telefon: 0 312 204 75 00
e-mail: info@ekonomi.gov.tr
Web: www.ekonomi.gov.tr

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii
Sanayi Cd. B Blok Kat:9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul
Tel: 0212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0212 454 04 13 / 454 04 83
e-mail: tim@tim.org.tr
Internet: www.tim.org.tr



BİRLİKLER

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

Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (AİB)
Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: baib@baib.gov.tr
Web: www.baib.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
Web: 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
Web: 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
Web: 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
Web: www.egebirlik.org.tr

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

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

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

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)
Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05
e-posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web: www.oaib.org.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UIB)
Tel: 0 224 219 10 00
Faks: 0 224 219 10 90
e-posta: uludag@uib.org.tr
Web: www.uib.org.tr

DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)
Tel: 0 322 453 53 21
Web: 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
Web: www.agsd.org.tr

Ayakbabi Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)
Tel: 0 212 549 36 12
Faks: 0 212 549 36 22
e-posta: info@aysad.org
Web: 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
Web: 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
Web: www.csd.org.tr

Türkiye Denim Sanayici ve İşadamları Derneği (DENİMDER)
Tel: 0 212 474 75 30
Faks: 0 212 550 39 92
e-posta: info@denimder.com
Web: www.denimder.org.tr

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
Tel: 0 232 446 46 93
Fax: 0232 441 10 43
e-posta: info@egsd.org.tr
Web: 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
Web: 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
Web: 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 (KYSYD)
Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Faks: 0 212 438 12 98
e-posta: kysd@kysd.org.tr
Web: 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
Fax: 0 212 553 80 80
e-posta: mesiad@mesiad.org.tr
Web: www.mesiad.org.tr

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

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

Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)
Tel: 0212 557 07 07
Tel: 0212 557 29 64
e-posta: tasiad@tasiadaksesuar.org
Web: www.tasiadaksesuar.org

Tekstil Etiketçileri Derneği
Tel: 0212 565 32 06
Faks: 0212 565 32 06
e-posta: info@etider.org
Web: 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
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

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

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Fax: 0212 438 65 16
e-posta: info@tigsad.org
Web: www.tigsad.org

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

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

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13
e-posta: tgsd@tgsd.org.tr
Web: www.tgsd.org.tr

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

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

KURUMLAR

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
Tel: 0 312 4100410
www.tuik.gov.tr
KOSGEB
Tel: 0 312 595 28 00
Faks: 0 312 368 07 15
e-posta: kos@kosgeb.gov.tr
Web: www.kosgeb.gov.tr

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

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 01 65-66
Faks: 0212 454 03 92
e-posta: vakif@itkib.org.tr
Web: 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
Web: 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: targev@targev.org.tr
Web: www.targev.org.tr

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

Türk Dış Ticaret Vakfı (TDV)
Tel: 0 312 235 65 10
Faks: 0 312 235 65 15
e-posta: info@tdv.org.tr
Web: 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: 0212 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 is dedicated in
the best linen yarn*



KINGDOM HOLDINGS LIMITED

+86-573-86781000

www.kingdom-china.com

kingdom@kingdom-china.com

FILOFİBRA PAZARLAMA A.S.

Levent Caddesi Sülün Sok. NO:34 1.Levent 34330 istanbul

Tel: 90 212 283 38 60 (8 Lines) - Telefax: 90 212 283 38 59

email: filofibra@filofibra.com.tr - web: www.filofibra.com.tr

KINGDOM®

UNIVERSAL



İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Eski Turgut Özal Cad. No: 22 / D
Başakşehir / İstanbul - TURKEY
Tel: +90 212 671 03 74 (pbx) Fax: +90 212 671 03 75
www.polarflc.com