

İTKİB HEDEF 262

İSTANBUL TEKSTİL KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 KASIM - 15 ARALIK 2015

İHKİB'den ABD ve İngiltere pazarına davet
Hazır giyimin hedefi euro dışı bölge

İTA Tekstil Ar-Ge Merkezi için
Türk Alman işbirliği kuruldu



İTKİB
YENİLENEN
LOGOYLA
YENİ
10 YILLARA



İTKİB
Kumaş Tasarım
Yarışması

10 YAŞINDA

bullmer

cutting room technology

astajans.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

ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

ASTAŞ 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



12 TÜRKİYE HER TÜRLÜ KRİZ ŞOKUNA HAZIR

16 İTKİB'DEN ABD VE İNGİLTERE PAZARINA DAVET



20 KUMAŞI SAĞLAM 10 NUMARALI GENÇLER

42 TEKSTİLDE DEV AR-GE İŞBİRLİĞİ



48 PV İSTANBUL HEDEFLERİ AŞTI

66 ASGARİ ÜCRET ARTIŞI İŞ DÜNYASINI TEDİRGİN EDİYOR



76 ENGELLİ OKULLARINDA ÜRETİM BAŞLADI

46 LINEXPO İSTANBUL İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

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 EGE, Cengiz ÖZMEN, Ramazan ÖZPINAR,
Osman EGE, Cengiz ÖZMEN, Ramazan ÖZPINAR,
Ruken MIZRAKLI, Ersin ÖZGÜMÜŞ, Ferzat ERDEBİL,
Eyüp KESER, Bülent METİN, Haşim GÜRELLİ,
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

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

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

İLETİŞİM

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

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



İHKİB

İSTANBUL HAZIR GİYİM VE
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

pure

LONDON



PURE
LONDON
FUARI
14-16 ŞUBAT 2016



ihkib Sizi

DENİZ AŞIRI

PAZARLARA ÇAĞIRIYOR

Başvuru ve bilgi için

e-mail: konfeksiyon@itkib.org.tr

Tel: 0212 454 04 00

www.ihkib.org.tr



WWD MAGIC

WWD MAGIC &
MAGIC SHOW
LAS VEGAS / ABD
15-18 ŞUBAT 2016



%38

2015-16 sezonunda pamuk rekoltesinde bir önceki sezona göre yüzde 38'lik gerileme öngörüldüğünü açıkladı. Ekim alanlarının 2002 yılına göre yüzde 61 gerilediği, üreticisi sayısının da 62 binlerden 12 binlere düştüğü belirtildi.



Hazırgiyim Sektör Kurulu 2016 yılı hedeflerini ele aldı

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlığında 22 Ekim Perşembe günü yapılan Sektör Kurulu Toplantısı'na EHKİB Başkanı Emre Kızılgüneşler, Akdeniz Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur ve sektör temsilcileri katıldı. Toplantıda hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün güncel durumu hakkında istatistik veriler içeren bir sunum yapıldı. Sunumda yer alan veri-

lerin ışığında son aylardaki durum ve 2016 yılı için beklentiler konusunda görüş alışverişinde bulunuldu. Ayrıca TİM tarafından yürütülen 2023 İnovasyon Stratejisi hakkında bilgi verilerek yapılan çalışmalar kapsamında hazırlanan Hazırgiyim ve Tekstil İnovasyon Strateji Belgesi değerlendirildi. Aynı gün gerçekleştirilecek olan TİM Delegeler Toplantısı'nda hazırgiyim ve konfeksiyon sektörü adına

söz alacak kişilerin gündeme getirmesinde fayda görülen konular dile getirildi. Toplantıda ayrıca Avustralya, Brunei, Kanada, Şili, Japonya, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur, ABD ve Vietnam arasında tamamlanan görüşmeler çerçevesindeki Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması'nın sektöre etkileri hakkında konuşuldu ve kapsamlı etki analizi çalışmalarına ihtiyaç olduğu ifade edildi.

İTHİB ve İTÜ, Bitirme Tasarım Projeleri için bir araya geldi

İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Öğretim Üyeleri 2015 yılı Haziran ayında imzaladıkları İşbirliği Protokolü çerçevesinde 27 Ekim Salı tarihinde Bitirme Tasarım Projeleri (BTP) konulu bir çalıştay gerçekleştirdi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Dekanı Prof.Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy Başkanlığında gerçekleştirilen çalıştayda, İTÜ Tekstil Mühendisliği Lisans öğrencilerinin son eğitim-öğretim yıllarında (8. Yarıyıl) hazırlamakla yükümlü oldukları Bitirme Tasarım Projeleri konusu detaylı olarak irdelendi. Çalıştayda söz konusu BTP'lerin öğrenciler tarafından tekstil sektörünün ihtiyaçlarına cevap oluşturabilecek şekilde hazırlanabilmesi ve Üniversite ile Sanayi arasında ortak çalışma alanlarının hangileri olabileceği konusunda her iki tarafın önerileri değerlendirilerek bir yol haritası oluşturularak, her bir BTP bazında öğrencilerin sektörün içinden sanayicilerle buluşturulması ve çift yönlü faydalanmanın sağlanması hedeflendi.



UĞUR[®]
M A K İ N A



Yamato[®]

“En iyisini satın almak isteyenler için üretildiler...”

%13

Ekonomik güven endeksi Ekim ayında bir önceki aya göre % 13 oranında artarak 72,13 değerinden 81,48 değerine yükseldi. Endeks, Eylül ayında % 16,7 oranında düşüş yaşamıştı.

İstanbul Kültür Üniversitesi öğrencilerinden İTKİB'e ziyaret

İstanbul Kültür Üniversitesi (İKÜ) Uluslararası Ticaret Bölümü öğrencileri 23 Ekim Cuma 2015 günü İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) ziyaret ettiler. İTKİB ziyareti sırasında yapılan toplantıda; İTKİB Genel Sekreteri Bekir Aslaner, Genel Sekreter Yardımcısı Süleyman Çakıroğlu ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İKÜ Öğretim Üyesi Cem Özvardar, Türkiye'nin dış ticaret politikası konusunda öğrencileri bilgilendirdiler. Toplantının gündemini, dış ticaret kültürü, dış ticaret politikası ve dış ülkelerdeki dış ticaret atışeliklelerinin çalışma düzeni oluşturdu. Böylece öğrenciler dış ticaret, İTKİB ve uluslararası ilişkiler alanında yararlı bilgiler edindiler.



İthalata ek vergi ayakkabı ihracatına güç verdi



İthal ayakkabıya Ağustos 2014'te getirilen ek vergi sayesinde yerli ürüne ilginin her geçen gün arttığını söyleyen İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, "Yıllardır açık veren ayakkabı dış ticaretini 2015 ile birlikte artıya geçiriyoruz. Hedefimiz cari açığa bu yıl 434 milyon dolar olan katkısı, 5 yılda 1 milyar dolara çıkarmak" dedi. Başta Çin, ABD ve İran olmak üzere

küresel pazarlarda sektör için çok büyük fırsatlar olduğunu vurgulayan Çetin, "2023 için 1,5 milyar dolar ihracat hedefimizi ithalata ek vergi getirilmesi halinde 2,5 milyar dolara çıkarma sözü vermiştik. Talebimiz yerine getirildi; biz de sözümlüğün gereği olarak 2,5 milyar dolarlık ihracat hedefine odaklandık. 14 aylık sonuçlar ve küresel konjonktür hedefi tutturacağımıza yönelik inancımızı arttırdık" diye konuştu.

İTHİB'in yenilenen logosunun öyküsü



Kurulduğu 1974'ten beri Türkiye'de tekstil ihracatçısını temsil eden çatı kuruluş olan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, logosunu ve kurumsal kimliğini yeniledi. 4 binin üzerinde üyesiyle 5 milyar doların üzerinde ihracata imza atan İTHİB, uluslararası standartlarda bir logoya kavuştu. Dünyayı gören, dün-

yaya hitap eden göz formundan hareketle tasarlanan logoda, Türkiye markası olarak lanse edilen "Turkey: Discovery the potential" logosunda da kullanılan turkuaz rengi tercih edildi. Pamuğun ipliğe, ipliğin kumaşa dönüşmesinden ilham alınarak hazırlanan logoda, tekstilin tüm dünyanın kullandığı en temel hammadde olmasının öyküsü anlatılıyor. İhracatçının dünyaya bakan, küresele hitap etmesinden ötürü, göze vurgu yapıyor. Bugün dünyanın sayılı tekstil ülkelerinden olan Türkiye'nin öncü konumu, yeni logoyla bir kez daha vurgulanıyor. "Göze hitap ediyoruz, dünyaya satıyoruz" sloganıyla desteklenen logonun turkuaz tonları da Türkiye'nin gücüne gönderme yapıyor.

Nebim V3 ERP'yi tercih eden önde gelen 100 marka

ABBATE	altinyatak	ALTYILDIZ CLASSICS	ANT TEKNİK	ARC	ARZU KAPROL	ATALAR	atlas	B&G store	batik
BILSAR	BIRKENSTOCK	BFG	Brooks Brothers	CARLA	Civil	Columbia	Coquet	dagi	DAMAT TWEEN
damat	D'S damat	DSN SHOES & BAGS	ECCO Shoes for Life	EFOR	EMPORIO ARMANI	ender	ERAK	EVKUR	
EVRENSAAT	faik sönmöz	Fakir	FOREVER NEW	GSSTORE	GUCCI	HKN HAKANCANTA	HERRY	Ihlas Holding	imza
INTERSPORT	IPEKYOL	JOURNEY	KARACA	KARACA	KERALTANCI	KERALTANCI	KOMPEDAN	Kristal COLA	Lee Cooper
Lescon	Levi's	Lufian	MACHKA	MADAME COCO	MARATON	marka park	MARCA	MCS SHOES & BAGS	MENDO'S
NAKŞİN	Opakoptik	OpmaR Optik	ÖZCAN aydınlatma	ÖZKAN	az sanal	pAMES	PAMİDOR	PANÇO	Penti
PERSPECTIVE	PICASSU	pierre cardin	POLOGARAGE	ROYAL HALL	SAMSUN carşi	SARAR	SINOFONO	SILK & CASHMERE	Sportime
SPX	STEFANEL	SÜVARI	SUWEN	TANA GROUP	tanttom	TARH EDİZ	TERGAN	THEORIE	Tiffany
Timberland	TUDORS	TWIST	VEKAM	VIB	WHITE STONE	yalıspor	YARGICI	YELSS	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 almaya, üretimden sevkiyata, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamalarda baştan sona entegre, kapsamlı, hızlı ve verimli kurgusuyla Nebim V3 ERP liderliğin yapı taşlarından biri olmayı sürdürüyor.

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

NEBİM

V3

NEBİM



TÜRKİYE HER TÜRLÜ KRİZ SOKUNA HAZIR

26'NCI DÖNEM MİLLETVEKİLİ GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİNDE İSTANBUL'DA İŞ DÜNYASININ TEMSİLCİLERİYLE BİR ARAYA GELEN BAŞBAKAN AHMET DAVUTOĞLU, "TÜRKİYE'NİN DEMOKRASİSİNİN VE EKONOMİSİNİN PERFORMANSI, GELECEKTEKİ BİRTAKIM MEYDAN OKUMALARA ÇOK GÜÇLÜ CEVAP VEREBİLECEK NİTELİKTEDİR" DEDİ.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Başkanları Hikmet Tanrıverdi, İsmail Gülle, Mustafa Şenocak ve Uğur Uysal'ın da katıldığı toplantı, 26 Ekim'de Shangri-La Bosphorus Hotel'de düzenlendi. Ekonomi dünyasının tepe yöneticileri Ali Babacan, Nihat Zeybekci ve Mehmet Şimşek; TİM Başkanı Mehmet Büyükekeşi, DEİK Başkanı Ömer Cihad Vardan, MÜSİAD Başkanı Nail Olpak, TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, TÜSİAD Başkanı Cansen Başaran-Symes; İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş ile Ali Koç, Güler Sabancı, Ferit Şahenk, Turgay Ciner ve Hüsnü Özyeğin'in de aralarında bulunduğu çok sayıda iş insanının yanı sıra B20, C20 ve W20 temsilcilerinin de hazır bulunduğu toplantıda, Başbakan Davutoğlu, gündeme ve Türkiye ekonomisinin geleceğine yönelik bir konuşma gerçekleştirdi. Basına kapalı olarak gerçekleşen toplantıda katılımcılara hitap eden Başbakan Davutoğlu, Türkiye'yi ilgilendiren tüm meseleleri samimi şekilde konuşmak, hem hükümetin perspek-

tifini hem 1 Kasım sonrası için hedefledikleri vizyonu konuklarla paylaştı.

Evrimleşen küresel ekonomik kriz

Türkiye'nin üç büyük meydan okumayla karşı karşıya kaldığını belirten Başbakan Davutoğlu, "İş ve siyaset dünyası bu üç meydan okumayı doğru anlayamazsa ve doğru değerlendiremezse, Türkiye'nin dönüşüm sürecine hakıyla cevap vermesini sağlayacak alt yapıdan yoksun kalırsınız. Birincisi, küresel ekonomik kriz: 2008'den beri içinde yaşıyoruz ama evrimleşerek yine karşımıza çıkıyor. Finansal bir kriz ve arkasından ekonomik bir krize dönüştü; sosyal, siyasal bir krize dönüştü ve Avrupa'yı etkiledi. Şimdi bir başka evrede, özellikle gelişmekte olan ülkeleri etkisi altına alıyor. Biliyorsunuz, 2008 küresel ekonomik krizini dengeleyici tek faktörü, gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik dinamizmi büyüme performansıyla ve başta Çin ve Hindistan olmak üzere bu performansta düşme trendi görüyoruz. Çin ve Hindistan

dışındaki gelişmekte olan ekonomilerin ortalama büyüme rakamları ise yüzde 1.9'da kaldı. Yani bir taraftan Amerikan ekonomisinde, bir taraftan Avrupa ekonomisinde toparlanma var ama Avrupa'da hala riskler söz konusu ve gelişmekte olan ülkelerdeki son yaşananlarla birlikte, kendimizi çok da rahat hissetmeyeceğimiz bir uluslararası ekonomik konjonktürle karşı karşıyayız. Gelir adaletsizliği ve akabinde mülteci akını ile Avrupa kıtası da ekonomik krizle mülteci dalgasını birlikte karşılamının zorluklarını yaşıyor. Dolayısıyla 1990'lı yıllarda değiliz. Herkesin bunun farkında olması lazım" dedi.

Bölgesel riskler ve siyasi istikrar

Davutoğlu, "İkinci meydan okuma, bölgesel meydan okumadır. Yani Türkiye'nin etrafındaki bölge, jeopolitik riskleri beraberinde getiriyor ve etrafımızda en az 6-7 ülkede şu anda fiilen merkezi yönetimden uzak bir süreç yaşıyor. Biz, ihracata genişleme stratejisi yaparken, Avrupa'daki 2008 sonrası durgun-

luğu, komđu ülkelerle açılımla aşmıştığ. şimdi ise komđu ülkelerde iç pazar daralmaları, emtia fiyatlarının düşmesi dolayısıyla ortaya çıkan sıkıntılar ve tabii en önemlisi de büyük iç gerilimler söz konusu” derken, üçüncü meydan okumayı ise iç siyasetteki istikrar arayışı olarak dile getirdi: “Üçüncü meydan okuma ise 7 Haziran’dan bugüne iç siyasette yüzleşmek zorunda olduğumuz, siyasi istikrar meselesidir. İnşallah 1 Kasım’da bu bir sorun olması olmaktan uzaklaşacak ama 7 Haziran’dan bugüne yaşadıklarımız bile, etkin yönetim bağlamında, bu kadar kırılğan bir uluslararası konjonktürde ülke içi istikrarın ne kadar büyük önem taşıdığını hepimize gösterdi. Terör saldırıları ve arkasından yaşanan gerilimler, ülkede istikrarın ne kadar önemli olduğunu hepimize gösterdi.”

Karamsarlığa düşmemeliyiz

Başbakan Davutoğlu, konuşmasında, “Bu üç meydan okuma, bizleri karamsarlığa düşürmemeli. Bunları bilmeliyiz ama bunların karamsarlık kıskacına, labirentine girmemeliyiz. Türkiye’nin demokrasisinin ve ekonomisinin performansı, gelecekteki birtakım meydan okumalara çok güçlü cevap verebilecek niteliktedir. Bizim için gerek geçen yıl öncelik reformlarımızı açıklarken belli önceliklerimiz vardı. Birinci soru şudur; ‘Küresel ekonomideki kırılğanlık karşısında,

Başbakan Ahmet Davutoğlu, Shangri-La Bosphorus Hotel’de düzenlenen, ekonomi dünyasının tepe yöneticileri ve iş dünyasından birçok insanın katıldığı toplantıda, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşı ve Birlik Başkanları Hikmet Tanrıverdi, İsmail Gülle, Mustafa Şenocak ve Uğur Uysal ile ayrı ayrı selamlaştı.



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Başkanı



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Başkanı



UĞUR UYSAL
İHİB Başkanı

dalgalanmalar karşısında acaba ekonomimiz finansal ve mali yapımız yeterince dirençli mi? Şunu size çok açık yüreklilikle ifade edebilirim; bütün bu küresel ve bölgesel risklere rağmen Türkiye, her türlü kriz şokuna hazırdır ve göstergeleri de bu anlamda sağlamdır, dirençlidir. Mali ve finansal yapıda, küresel şokların Türkiye üzerindeki etkilerini absorbe edebilecek pozisyondayız” derken, demokraside istikrarın önemine de değindi ve “Dış şoklara dayanıklı yapımızı korumamız lazım. Ama hamle yapmak istiyorsak, mutlaka demokratik istikrarı sağlayıcı bir atmosferin temin edilmesi lazım ve burada da demokratik reformlar, ekonomik reformlar kadar önemlidir. Yeni ve sivil bir anayasa ile insan hak ve özgürlüklerine dayanan bir anayasaya ihtiyacımız var. Devlete karşı vatandaşların görevini dikte etmektense, vatandaşlara karşı

devletin sorumluluklarının çerçevesini çizen bir anayasa istiyoruz. Düşünce, fikir ve bilimsel özgürlüğü konusundaki sınırlamaları, her türlü vesayete, hangi yönden ve nasıl gelirse gelsin her türlü vesayete karşı demokrasiyi garanti altına alan bir anayasa istiyoruz. Yani yargının bağımsızlığı kadar tarafsızlığını da garanti altına alan bir anayasa istiyoruz. Yürütme ve yasama karşısında yargının bağımsız olması kadar, yargının kendi içinde herhangi bir yapıyla ilişkilendirilerek, bir baskı aracı olarak kullanılmamasını da sağlayacak bir yargı reformu istiyoruz. Yeni bir anayasaya ihtiyacımız var. Bu anayasa getirdiği yetki karmaşasıyla, güçler ayrımı esasına dayanmakla birlikte güçleri birbirine karıştırmasıyla ve en önemlisi de milli iradeye duyduğu güvensizlikle ve insan hak ve özgürlüklerine dayanma sebebiyle Türkiye'nin önündeki en önemli

bariyerdir. İnşallah iktidar olursak, bizim çabamız yetmez, sizlerin ve bütün STK'larımızın katkılarıyla bunu yapabiliriz” dedi.

Seçim, bütçe disiplini etkilemez

Konuşmasında, seçim beyannamesindeki vaatler nedeniyle bütçe disiplini herhangi bir gevşeme olmayacağını, seçim vaatlerinin maliyetinin 19.3 milyar TL olduğunu belirten Başbakan Davutoğlu, genç istihdamının önemine vurgu yaparak, “İşverenlerimiz genç istihdam ederlerse bir yıllık maaşını devlet ödeyecek” dedi. Davutoğlu, toplantıda yaptığı konuşmada, 1 Kasım sonrası vizyonundan da söz etti. “Kısa dönemli bizim en önemli hedefimiz, şimdi ve seçim sonrasında olabilecek dalgalanmalar karşısında ülkenin mali ve finansal makro göstergelerini sağlam bir zeminde tutmak” diyen Başbakan Davutoğlu, bu ilk hedef için hiçbir şekilde popülist politika izlemediklerini ve izlemeyeceklerini dile getirdi.

Ülke itibar kaybederse iş dünyası da itibar kaybeder

Davutoğlu, konuşmasında, iş güvencesinin olduğu, rekabet ortamının sağlandığı, yargının objektif, tarafsızlığı ve bağımsızlığının, her türlü hukuki güvencenin teminat altına alındığı yeni reform hamlesinin yapılabilmesi gerektiğini vurgulayarak, “Yabancı yatırımların Türkiye'ye son 13 yılda gelişinin en önemli sebeplerinden biri, Türkiye'nin hukukuna, ekonomisine, siyasetine duyulan güvendi. Bu güveni sarsmak için uluslararası alanda da içeride de çok yoğun çabalar gösterildiğini görüyoruz. Hepimiz, hangi siyasi görüşe sahip olursak olalım, hangi siyasi partiye destek olursak olalım, hepimizin koruması gereken en öncelikli husus, ülkemizin itibarıdır” değerlendirmesinde bulundu.

Çözüm süreci iradesi sürececek

Konuşmasında, teröre karşı mücadelenin son derece başarılı şekilde yürütüldüğünü de dile getiren Başbakan Davutoğlu, 1 Kasım seçimlerinin etkisi ne olursa olsun bu mücadelenin sürmek zorunda olduğunu ifade etti. Başbakan Davutoğlu, “Biz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'yu ülke ekonomisine entegre edemezsek, ülke ekonomisinin parçası haline getiremezsek, orada gittikçe büyüyen genç nüfusu istihdam edemezsek, Türkiye'nin bütününde de huzuru sağlayamayız. Bu açıdan hepimize düşen görev, Doğu ve Güneydoğu'nun ülke ekonomisine entegre edilmesidir” dedi.



Yenilik *emr*'inizde

EMR FERMUAR SAN. ve TİC LTD. ŞTİ.

www.emrfermuar.com fabrika@emrfermuar.com



**WWD Magic Show
takviminize ekleyin!
15-18 Şubat 2016**



İHKİB'DEN ABD VE İNGİLTERE PAZARINA DAVET

60 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFİYLE EURO BÖLGESİ'NDEN OKYANUS ÖTESİNE YELKEN AÇAN İHKİB, TÜRK FİRMALARINI WWD MAGIC SHOW VE PURE LONDON FUARLARINA DAVET EDİYOR. İHKİB, TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ABD VE İNGİLTERE PAZARLARINDA DAHA ETKİN BİR ROL OYNAMASI İÇİN İMA'DA BİR SEMİNER DÜZENLEDİ.

Türk hazır giyim sektörü, 60 milyar dolar ihracat hedefiyle Euro Bölgesi'nden okyanus ötesine yelken açıyor. Sektöre alternatif pazarlar kazandırmaya çalışan İHKİB, Ekonomi Bakanlığı tarafından hedef ülke olarak seçilen ABD'ye ve İngiltere pazarlarına ilişkin çalışmalarına hız verdi. Daralan pazarlara alternatif, Euro Bölgesi'nin dışına çıkan İHKİB, ABD ve İngiltere pazarlarında Türk hazır giyim sektörünün daha da etkin bir rol oynaması için Türk firmalarını bu pazarlara davet ediyor. Dünya hazır giyim sektörünün en büyük fuarlarından WWD Magic Show ile Pure London fuarlarına Türk firmalarını davet eden İHKİB, konuya ilişkin bilgi vermek üzere İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) bir araya geldi. 4 Kasım Çarşamba günü İMA'da düzenlenen seminere, firmaların yoğun ilgisi oldu. Çatı kuruluş İHKİB'in yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra bölgedeki OTİAD, LASİAD gibi sektör

derneklerinin başkanları da seminere katıldı. WWD Magic Show hakkında İHKİB AB, ABD ve Uzak Doğu Fuarlar ve Dış İlişkiler Komitesi Başkanı Özkan Karaca, Pure London hakkında ise İHKİB AB, ABD Fuarlar Komitesi Üyesi Cem Altan sunumlarıyla detaylı içerik sundular. Sunumların ardından Özkan Karaca ile Cem Altan, firmaların fuarlara ilişkin sorularına yanıt verdi.

ABD pazarında olmamız gerekiyor

İlk önce ABD'nin ekonomik göstergelerine ilişkin bilgi veren İHKİB AB, ABD ve Uzak Doğu Fuarlar ve Dış İlişkiler Komitesi Başkanı Özkan Karaca, 2014 yılı Dünya Bankası verilerine göre ABD'nin gayrisafi yurtiçi hâsılasının 17.42 trilyon dolar, nüfusunun ise yaklaşık 320 milyon olduğunu söyledi. Kişi başı gayrisafi yurtiçi hâsılasının da 56 bin dolar olduğunu söyleyen Özkan Karaca, büyüme oranının

da yüzde 2,4 olduğunu belirtti. Karaca, "Nüfusunun yoğunluğuna rağmen kişi başı geliri oldukça yüksek. Hazır giyim ithalatı ise 96 milyar dolar. Dünya geneli hazır giyim ithalatının yüzde 20'sini yapıyor. Bu yüzden burada kesinlikle olmamız lazım" dedi. ABD'nin hazır giyim tedarikçileri arasında başta Çin olmak üzere Bangladeş, Vietnam, Hindistan, Endonezya, Meksika'nın yanı sıra Ürdün ve Mısır'ın da olduğunu söyleyen Karaca, "ABD'nin en fazla ithalat yaptığı ülkeler arasında 39'uncu sıradayız. Türkiye'ye yaptığı ihracat ise 12,7 milyar dolar. Türkiye 2014 yılında ABD'ye 462 milyon dolar hazır giyim ihracatı yaptı. 2003 yılında parite 1.13 iken Türkiye olarak ABD'ye 1.5 milyar doların üzerinde ihracat yapıyorduk. 2008 yılından itibaren paritenin çok yükselmesi ABD'ye ihracatın düşmesine sebep oldu. 2008'de parite 1,47 olduğunda ihracatımız 549 milyon dolara düştü. 2011'de parite 1,39 iken ihracatımız

Pure London
takviminize ekleyin!
14-16 Şubat 2016

429 milyon dolar oldu. Daha sonra parite tekrar yükselmeye başladı. Zamanla ihracatta tırmanma oldu. 2014 yılını 664 milyon dolarla kapattık. 2015 Ekim ayı sonu itibarıyla da 411 milyon dolar ihracatımız oldu. Parite şu an 1,08. Bizim hedefimiz paritenin 1.13 olduğu ihracat seviyesine gelmek. İHKİB olarak son 2 yıldır bu fuara katılıyoruz. Bangladeş'ten bin 500, Çin'den bin 100 firma katıldı. Türkiye olarak 15'i İHKİB bünyesinde olmak üzere 24 firma ile katıldık. 2008'e kadar fuara minimum 40 firma ile katılıyorduk. Parite 1,47'ye çıktığı andan itibaren doların değer kaybetmesiyle beraber Türk firmaları ABD'de fiyat tutturamamaya başladı. Dolayısıyla bu şansın tekrar doğduğuna inanıyorum" ifadelerini kullandı.

Magic Show prestijli fuarlar listesinde

Kimi ihracatçıların ABD pazarına girme konusunda tereddüt yaşadığını ve çekindiğini belirten Özkan Karaca, bu pazara yönelik aslında bilinmedik bir şey olmadığına ve çekinmemeleri gerektiğine dikkat çekti. ABD'nin Türkiye'nin hazır giyim ihracatında yüzde 2,5 ile 10'uncu sırada yer aldığını söyleyen Karaca, "ABD, Ekonomi Bakanlığı'nın seçtiği hedef pazarlar listesinde yer alıyor. Aynı zamanda Magic Show, prestijli fuarlar listesinde... Devletin destek oranı bu fuara yüzde 70. Ekonomi Bakanlığı'nın vermiş olduğu bu destekler bizim için çok büyük avantaj sunuyor" dedi. Fuarı 120 ülkeden 10 bin katılımcının katıldığını söyleyen Karaca, 85 bin alıcının fuarı ziyaret ettiğini kaydetti. Karaca, ABD'li yetkililerin artık Çin'in yerine Türkleri görmek istediklerini de söylediklerini dile getirdi. Fuarın, üretim alanına, markanın kimliğine ve hitap ettiği kesime göre 10 alandan oluştuğunu ifade eden Karaca, firmaların hangi bölümlerde konumlanması gerektiği noktasında hem İHKİB olarak yardımcı olduklarının hem de fuar idaresi tarafından bilgilendirme yapıldığının altını çizdi. Özkan Karaca, üretim tarzı ve pazarlama şekline göre bölüm seçilmeli dedi, bu konuda da İHKİB olarak firmalara destek olacaklarını söyledi.

Türkiye, İngiltere'nin ithalatında 3'üncü

Pure London Fuarı'na ilişkin bilgi veren İHKİB AB, ABD Fuarlar Komitesi Üyesi Cem Altan da ilk olarak İngiltere'nin ekonomisine değindi. İngiltere'nin 65 milyon-



ÖZKAN KARACA

İHKİB AB, ABD ve Uzak Doğu Fuarlar ve Dış İlişkiler Komitesi Başkanı

"ABD, Ekonomi Bakanlığı'nın seçtiği hedef pazarlar listesinde yer alıyor. Aynı zamanda Magic Show, prestijli fuarlar listesinde... Devletin destek oranı bu fuara yüzde 70 oranında. Ekonomi Bakanlığı'nın vermiş olduğu bu destekler bizim için çok büyük avantajlar sunuyor."



CEM ALTAN

İHKİB AB, ABD Fuarlar Komitesi Üyesi

"12 bin alıcı ve bin 500 satıcı firmanın bir araya geldiği Pure London Fuarı'nda bu yıl Türkiye 'odak ülke' olarak seçildi. Odak ülke seçilmek beraberinde birtakım avantajlar da getiriyor. Bunları iyi değerlendirmemiz gerekiyor."



İLKER KARATAŞ

OTİAD Başkanı

"İki tane önemli fuardan bahsedildi. Kendimize olan öz güvenimiz gelmeli. Bu pazarlarda artık olmamız gerektiğini düşünüyorum. Yeni pazarlara yelken açacağız."



GIYASETTİN EYYÜPKOCA

LASİAD Başkanı

"Firmalarımız çatı kuruluşumuzun yaptığı çalışmalara katılım göstermeli. Çatı kuruluşun yaptığı hazırlıklarla bireysel olarak yapılan çalışmalar arasında farklar oluyor."

luk bir nüfusa sahip olduğunu söyleyen Cem Altan, gayrisafi yurtiçi hâsıla'nın 2.9 trilyon dolar, kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hâsıla'nın ise 39 bin dolar olduğunu belirtti. Büyüme oranının yüzde 2,6 gibi yüksek bir orana sahip olduğunu ifade eden Altan, toplam ithalatının 695 milyar dolar, ihracatının ise 511 milyar dolar olduğunu açıkladı. İthalatında Türkiye'nin 11 milyar dolar ile 16'ncı, ihracatında ise 6 milyar dolar ile 22'nci sırada yer aldığını belirten Altan, "2014 yılında dünya genelinde yapılan hazır giyim ithalatı 480 milyar dolar. Aynı yıl İngiltere'nin toplam hazır giyim ithalatı 30,2 milyar dolar. Türkiye, İngiltere'nin ithalatında Bangladeş'ten sonra 3'üncü sırada yer alıyor. Yine geçen yıl İngiltere'nin hazır giyim ihracatı yüzde 11,5'lik artışla 9,6 milyar dolar olarak gerçekleşirken, Türkiye 126,5 milyon dolar ile İngiltere hazır giyim ihracatında 17'nci sırada yerini aldı" ifadelerini kullandı. İki ülke arasındaki ticarete de değinen Altan, şöyle devam etti: "İngiltere ile Türkiye arasındaki dış ticaret hacmi 16,7 milyar dolar. İngiltere, yüzde 13,3 pay ile hazır giyim sektöründe Türkiye'nin Almanya'dan sonra ikinci büyük pazarı pozisyonunda. 2014 yılı Ocak-Ekim döneminde Türkiye, İngiltere'ye 2,1 milyar dolar değerinde ihracat yaparken, 2015 yılı Ocak-Ekim döneminde Türkiye, İngiltere'ye 1,8 milyar dolar değerinde ihracat yaptı."

Pure London'da 'odak ülke' Türkiye

"Uzun yıllardır butik alıcılar için kadın moda kıyafetleri üreten firmaları İngiltere'deki alıcılar ile buluşturan en seçkin moda fuarlarından Pure London, bu dönem ilk kez erkek giyim üreten firmalara da kapılarını açıyor" diye konuşan Cem Altan, 12 bin alıcısı ve bin 500 satıcı firmanın bir araya geldiği fuarda bu yıl Türkiye'nin 'odak ülke' olarak seçildiğini söyledi. Odak Ülke seçilmenin beraberinde birtakım avantajlar da getirdiğine dikkat çeken Altan, "Firmalarımıza fuarda en iyi lokasyonlar verilecek. Fuar girişinde Türkiye için trend alanı oluşturulacak. 10 firma için fuar alanında defile organize etme imkânı sunulacak. Düzenleyeceğimiz VIP resepsiyonu ile İngiltere'nin en önemli alıcılarını firmalarımızla bir araya getireceğiz. Yine katılımcı firmalarımıza ikili iş görüşmelerinin yanı sıra basın kanadında da destek verilecek. 'Benim Hikayem' filmi Türkiye'nin en dinamik 4 markasının hikayesini anlatacak. Film, en yeni moda



İHKİB, Ekonomi Bakanlığı tarafından prestijli fuarlar listesine alınan WWD Magic Show Fuarı'nın son dönemine toplamda 24 Türk firması ile katıldı.

trendlerini takip eden grup şirketlerimizden WGSN ile birlikte i2i tarafından Türkiye'de çekilecek. Filmde alıcıların ürünleri satın almalarını sağlayacak kültürel ve sosyal hikâyelere yer verilecek. Tüm bahsedilen bu avantajlar İHKİB tarafından karşılanacak ve şirket yetkilisi olan iki kişi için de Ekonomi Bakanlığı ekonomi sınıf bilete yüzde 50 devlet desteği verecek olan fuarın, şubat dönemi katılımının çok avantajlı olduğu görülüyor." İngiltere'nin sosyal sorumluluğa önem veren bir ülke olduğunun altını çizen Altan, Çin ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin sosyal sorumlulukta daha önde olduğunu ve bu yüzden de İngilizlerin Çin'in yerine Türkiye'yi görmek istediklerini ifade etti.

Dünyaya entegre olmuş bir Türkiye

OTİAD Başkanı İlker Karataş ile LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca'nın da bulun-

duğu seminerde sektör liderleri bölgelerinde bulunan firmalara çatı kuruluş İHKİB'in bu tür organizasyonlarına daha fazla ilgi göstermelerine dikkat çektiler. "Türkiye olarak bugün çok büyük sıkıntılarımız içerisinde olsak bile geçmişten çok daha dünyaya entegre olmuş bir ülkede yaşıyoruz" diye konuşan OTİAD Başkanı İlker Karataş, "Birtakım şeylere ulaşma noktasında potansiyelimiz var. Bu potansiyeli iyi kullanmak lazım" dedi. LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca da dört senedir Laleli Fashion Shopping etkinliğini düzenlediklerini, bunu yapmalarındaki sebebin de, İHKİB ile beraber pazar açığını kapatmak olduğunu söyledi. Eyyüpkoca, "Birçok alım heyeti programı düzenliyoruz. İngiltere içinse altın vuruş diyebilirim. ABD'nin potansiyeli yüksek ama Laleli olarak İngiltere bizim için daha uygun" dedi.



Stretching Beyond

Color+

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

ecō-soft

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

Black

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

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

www.creora.co.kr



ITHiB

İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADELERİ
İHRACATILARI BİRLİĞİ



KUMAŞI SAĞLAM





10 NUMARALI GENÇLER

İTHİB KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI 10'UNCU YILINDA KUMAŞI SAĞLAM 10 NUMARALI GENÇLERİ SEKTÖRE KAZANDIRDI. İTHİB, 10'UNCU YILINA ÖZEL SÜRPRİZLERİYLE KONUKLARA UNUTULMAZ BİR GECE YAŞATTI. YARIŞMANIN KAZANANLARI İSE BİRİNCİ KENAN SAATÇIOĞLU, İKİNCİ UFUK AKKAYA, ÜÇÜNCÜ DİDEM TAŞDEMİR OLDU.



İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması Jürisi



Tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesine, özgün tasarımlar yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesine katkı sağlayan İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması, 10'uncu yılını görkemli bir final ile 22 Ekim'de Çırağan'da düzenlendi. İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması Jürisi tarafından belirlenen 10 tasarımcı adayı "Yine Yeni Yeniden Tasarla" yarışma mottosu ile dizayn ettikleri kumaşları sergiledi. Finalde, 10 finalistin üretilen altı tasarımı özel bir sunum ile yerli ve yabancı basın mensupları, akademisyenler ve çalışmaları ile tekstil sektörüne yön veren İTHİB üyelerinden oluşan jüriye ve seçkin davetlilere sunuldu. Finale kalan 10 tasarımcının ürettiği kumaşlar, ünlü modacı Hakan Akkaya'nın düzenlediği bir defilede sergilendi. İş, moda ve sanat dünyasından oluşan jürinin değerlendirmesi sonucunda genç tasarımcı Kenan Saatçioğlu'nun tasarımları ilk sırayı aldı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekçi, İstanbul Sanayi Odası (İSO) Meclis Başkanı Zeynep Bodur Okyay, tekstil sektörünün duayenlerinden Halit Narin de katıldığı ödül töreninde Ufuk Akkaya

ikinci, Didem Taşdemir ise üçüncü oldu. 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,

İTHİB'in yeni logosunu da tanıtan İsmail Gülle, "Tekstil sektörü olarak 'Göze hitap ediyoruz, dünyanın gözbebeğiyiz' dedik ve bunu da logomuza yansıttık. Bitti denilen sektör on numara işler yapıyor" diye konuştu.

Kenan Saatçioğlu, Nilufer Ünay Çubukcu, Reyhan Polat, Serap Aydemir, Ufuk Akkaya oldu. Jüride tekstil sektörünün önde gelen isimlerinden Süleyman Orakçioğlu, Ekrem Akyiğit ve Tamer Pala gibi isimlerin de yer aldığı yarışmada birinci olan tasarımcı 20 bin lira para ödülünün yanı sıra, Ekonomi Bakanlığı desteği ile yurt dışında eğitim imkânı ve altı ay yabancı dil eğitim hakkı kazandı. Yarışmada ikinci ye 10 bin, üçüncüye de 5 bin lira para ödülü verildi. Dereceye giren yarışmacılar ayrıca İTHİB tarafından dünyanın en prestijli fuanı olan Première Vision Paris'e gitme şansına da sahip oldu.

10 numara işler

10 numara insanlarla yapılır

Yarışmanın finalinde konuşan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, ayrı bir heyecan duyduğunu ifade ederek gençlerin tekstil sektörüne katılması adına yarışmaya destek olan tüm isimlere teşekkür etti. Yarışmanın 10'uncu yılına ithafen 10 rakamına vurgu yapan İsmail Gülle, "10 çok önemli bir rakam. Takımlarda 10 numarayı özellikle belirlemeye



İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nın final gecesine BATİAD, OTİAD, MESİAD gibi birçok sektör demeklerinin başkanları katıldı.

Tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesine, özgün tasarımlar yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesine katkı sağlayan İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nda, 10 tasarımcı adayı "Yine Yeni Yeniden Tasarla" yarışma mottosu ile dizayn ettikleri kumaşları sergiledi.

çalışırız, çünkü değerlidir. Bir insan için deriz ki '10 numara adam'. Yapılan iş çok iyiye '10 numara iş' deriz. Değer verdiğimizi belirtmek, yapılan işin kalitesini belirtmek için 10 rakamını kullanırız. Bu yarışmanın 10'uncusunu yapmak bizim için çok önemli. Ama asıl önemli olan bu 10 yıllar içerisinde 10'larca öğrencimizi bu sektöre kazandırmış olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Çok mutluyuz, gururluyuz. Onlar bizim yüzümüzü güldürdü. Çünkü 10 numara işler 10 numara insanlarla yapılır" ifadelerini kullandı.



"Bu yarışmanın 10'uncusunu yapmak bizim için çok önemli. Ama asıl önemli olan bu 10 yıllar içerisinde 10'larca öğrencimizi bu sektöre kazandırmış olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Çok mutluyuz, gururluyuz."

Göze hitap ediyoruz, dünyanın gözbebeğiyiz

Tekstil sektöründe Ar-Ge çalışmalarını artırmak amacıyla Alman Aachen Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi ile İTA arasında gerçekleştirdikleri işbirliği protokolüne ilişkin bilgi veren İsmail Gülle, "Bütün tekstil ihracatçı birliklerinin ortak olduğu merkezin protokolünü imzaladık. Bilgisayarımız vardır, kullanmazsanız bilgi alamazsınız. Akıllı telefonunuz vardır, onu kullanmak için ondan daha akıllı olmanız gerekir. O yüzden

biz bu Ar-Ge merkezini kuruyoruz ki bize geri dönsün diye. 4 yıllık bir çalışmanın sonunda imzaları attık. Bize destek olan Ekonomi Bakanlığımıza ve ihracatçı birliklerimize teşekkür ediyorum" dedi. Gülle, şöyle devam etti: "Belarus ticaret heyetimiz de bugün etkinliğimize katıldı. Première Vision Fuarı'ndan değerli katılımcılarımız var. Kıymetli hocalarımız da burada. Değerli öğrencilerimizi yetiştiren, çocuklarımızı emanet ettiğimiz elleri öptülesi öğretmenlerimize de emekleri için teşekkür ediyorum. Defilede





Yarışmada birinci olan tasarımcı 20 bin lira para ödülünün yanı sıra, Ekonomi Bakanlığı desteği ile yurt dışında eğitim imkânı ve altı ay yabancı dil eğitim hakkı kazandı. Yarışmada ikinciye 10 bin, üçüncüye de 5 bin lira para ödülü verildi. Dereceye giren yarışmacılar ayrıca İTHİB tarafından dünyanın en prestijli fuarı olan *Première Vision Paris'e* gitme şansına da sahip oldu.



İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nda finalistlere sponsor olan isimler de desteklerinden dolayı plaketle onurlandırıldı.

tüm çalışmaların son noktasını görüyorsunuz. Arka tarafta çok ciddi bir çalışma hikâyesi var. Bu yarışma bittiği andan itibaren gelecek dönemi için çalışmaları başlıyor olacak. Koca bir fabrikayı bir öğrencinin hayalini gerçekleştirmek için hizmetine veren sponsorlarımıza da çok teşekkür ediyorum. Bir araya gelmeden ortaya bir şey çıkmıyor.”

İTHİB'in yeni logosunu da tanıtan İsmail Gülle, “Tekstil sektörü olarak ‘Göze hitap ediyoruz, dünyanın gözbebeğiyiz’ dedik ve bunu da logomuzla yansıttık. Bitti denilen sektör on numara işler yapıyor. 10 yıldır gençleri sektöre kazandırıyor, Alman tekstil sektörü ile Ar-Ge de işbirliği anlaşması imzalıyor. On numara insanların çalıştığı,

on numara bir sektörsüz. Bunun gururu bize yeter” dedi.

Daralan dünya ticaretine rağmen ihracat

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi de yaptığı konuşmada katma değeri yüksek ürünler için, Ar-Ge, inovasyon, marka ve modanın önemine bir kez daha dikkat çekti. Geçtiğimiz yıl, tekstil ve hammaddeleri ihracatımızın 8,9 milyar dolar olarak gerçekleştiğini söyleyen Mehmet Büyükekşi, “2015 yılının dokuz ayında ise, ihracatımız 6 milyar dolara yaklaştı. Euro/dolar paritesindeki gerileme tüm sektörlerimizi olduğu gibi tekstil sektörümüzü de etkiliyor. Çünkü tekstil ihracatımızda AB'nin payı yüzde 46. Paritenin gerilemesinin dokuz ayda tüm ihracatımıza maliyeti 10 milyar dolara yaklaştı. Sadece tekstil sektörüne maliyeti ise 600 milyon dolar oldu. Ama geçen sene ile karşılaştığımızda kilogram bazında tekstil ihracatı yüzde 5 arttı. Euro bazından bakıldığında ise sektörün AB'ye ihracatı yüzde 6 artış gösterdi. Dolayısıyla tekstilcilerimiz, tüm dünyaya ve Avrupa'ya daha fazla mal satıyorlar. Dünya ticaretinin daraldığı bu atmosferde pazar payı kazanarak yollarına devam ediyorlar” diye konuştu.

Emek yoğun sektör

Türk tekstil sektörünün dünya ticaretinden aldığı payın geçen sene yüzde 3,1 olduğunu, bu sene de bu oranın daha da yukarılara çekeceklerini söyleyen Mehmet Büyükekşi, “Tekstil sektöründe 2023 hedefimiz 20 milyar dolar ihracat gerçekleştirmek ve dünya ihracatından yüzde 4,4 pay almak” dedi. Bu hedeflere ulaşmanın başında katma değer in yükseltilmesi geldiğini belirten Mehmet Büyükekşi, inovasyonda, Ar-Ge'de, tasarım ve markalaşmada hızlı adımlar atılmasının altını çizdi. “Tüm bu adımlar, en büyük servetimiz olan, nitelikli beşeri sermayemiz sayesinde inanıyoruz ki, başarıya ulaşacak” diye konuşan Mehmet Büyükekşi, konuşmasına şöyle devam etti: “Özgün tasarımları olan, birçok yetenekli genç arkadaşımız ve onlara koçluk eden başarılı modacılarımız bu sermayemize, güzel bir örnek teşkil edecek. Tasarım, buluş ve teknolojiye katkı sağlayacak rol modellerin olması, bu anlamda özel bir öneme sahip. Beceri; ancak eğitim ve çaba ile bir arada olursa, ticarete ve kalkınmaya etki sağlar. Bildiğiniz gibi tekstil, son derece emek yoğun bir sektör. Aynı zamanda, markalaşma ve tasarım ile katma değerini hızlı artırma potansiyeline sahip. Bu potansiyeli



İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile İTHİB YK Üyesi ve İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması Jüri Başkanı Fatih Bilici, 10 finaliste sertifikalarını verdi.



hayata geçirmek için ürün ve süreç tasarımlarını tarihi bir biçimde değiştirebiliriz. Bu şekilde tüketici taleplerini ve dünya trendlerini yakalayabiliriz.”

Teknoloji tabanlı teknik tekstil ürünleri ihracatı artıracak

Önümüzdeki dönemde akıllı kumaşların, akıllı giyilebilir çözümlerin ve fonksiyonel kullanıma elverişli teknik tekstilin öne

Gecenin sürprizi şarkıcı Hande Yener oldu. Sanatçı, konukların alkışlarıyla finalistlerin kumaşlarından oluşan elbiseyi podyumda taşıdı.



Finale kalan 10 finalistin ürettiği kumaşlar, ünlü modacı Hakan Akkaya'nın tasarımlarıyla hayat buldu.

çıkacağını söyleyen Mehmet Büyükekeşi, “Rekabetçi olduğumuz konvansiyonel tekstil ürünlerinin yanı sıra teknoloji tabanlı teknik tekstil ürünlerinin geliştirilmesi ile ihracat potansiyelimizin artacağına inanıyoruz” dedi. Büyükekeşi, “Süreçlerde ise; ‘Hızlı moda’nın önem kazanmasıyla ‘tasarım inovasyonları’

öne çıkacak. ‘Dijital inovasyonlar’ ile son kullanıcıya, katma değeri daha yüksek ürünlerin satışı artacak. Tüm bu trendleri ve öngörülerini yakından takip ederek genç tasarımcılarımızın dinamizmi ve ihracatçılarımızın girişimci azimleriyle uzun vadeli hedeflerimize ulaşacağımıza tüm kalbimizle inanıyoruz” dedi.



10’uncu İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması’nın jürisinde tekstil sektörünün önde gelen isimlerinden Süleyman Orakçioğlu, Ekrem Akyiğit ve Tamer Pala gibi isimlerin yanı sıra Bengü, Ivana Sert, Siren Ertan, Umut Eker ve Helin Avşar gibi sanat ve cemiyet hayatının ünlü simaları da yer aldı.



1'inci Kenan Saatçioğlu

Neon Işıklar

Farklı bir dokunuş, rengini kaybetmemiş ve dinamik bir görüntü için... "Neon Işıklar" adı verilen 6 parçalık kumaş tasarımı koleksiyonuna, günün çeşitli, zaman dilimlerindeki (gündüz ve gece) neon ışık görüntüleri ilham kaynağı olmuştur. Armürlü dokuma tekniği ile oluşturulan kumaş tasarımı koleksiyonu, siyah ve beyaz zeminler üzerinde birbirinden farklı renklerdeki neon iplikler ve çeşitli fantezi malzemelerle kurgulandı. DeneySEL bir bakış açısıyla, birim-biçim öğelerle oluşturulan kumaş koleksiyonunun, özgün giysi tasarımları içerisinde daha da değer kazanacağı düşünülüyor.





2'nci Ufuk Akkaya

Kripto

2015/2016 Sonbahar-Kış trendleri için hazırlanan temalara göz attığında, makro temalar içerisinde dikkatini çeken 'sosyal süper kahramanlar' oldu. Tarz, renk ve doku olarak kendisini yakın hissetti ve çalışmaya karar verdi. Kelime anlamı görünmeyen, gizlilik taşıyan 'kripto' sözcüğü çıkış noktası oldu. Kripto sözcüğünün ondaki karşılığı ise şehir. Şehirler hiç uyumayan her olayı kendi içerisinde yaşayıp gizli tutan yerler. Bir de modern şehir hayatının insana getirdikleri... Yaşanılan sıkışıklık, karmaşa, hız, sürekli iletişim halinde olma hallerini desenlerine yansıtmaya çalıştı. Dijital baskı tekniği uygulanarak hazırlanan kumaşlar, hem örme hem de dokuma yüzeylerde hayat buldu.



3'üncü Didem Taşdemir

Surface Denim

Her zaman stil sahibi bir seçimdir 'denim'... Kendinizi içinde rahat hissedersiniz. Günlük hayatımızda, sıradan veya keyifsiz bir mod içerisinde iken; hepimizin derdi bir an önce evimize gitmektir. Yaşam alanlarımız hepimizin iç dünyasını yansıtmaktadır. Yaptığım tasarımlarda kot kumaşının sert duruşunu ve patina efektli dokuları; günlük hayatımızda vazgeçemediğimiz yaşam alanlarımızda hayal ettim.



Bengü



Süleyman Orakçioğlu



Helin Avşar



İvana Sert



Eda Güngör

Geceye ünlü akını

10'uncu yılına özel sürprizleriyle konuklara unutulmaz bir gece yaşatan İTHİB Kuşak Tasarım Yarışması'na iş, sanat ve cemiyet hayatının ünlü isimleri akın etti. İvana Sert'ten Helin Avşar'a kadar birçok ünlü isim o gece finalistlerin tasarımlarını inceledi.



Siren Ertan



Ekrem Akyiğit



Sibel Arna



Cengiz Abazoğlu



Eylem Şenkal



Umut Eker



"Önemli Olan İç Güzelliği"

LINEXPO İSTANBUL

UNDERWEAR FASHION DAYS

Дни моды нижнего белья в Стамбуле
أيام الموضة للملابس الداخلية

www.tigsad.org

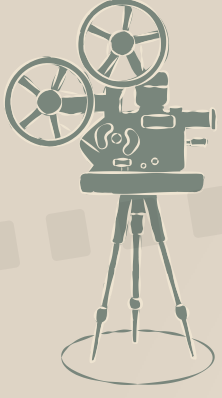
11-13 / 02 / 2016

www.linexpo.net



İstanbul Expo Center
İSTANBUL FUAR MERKEZİ
SALON (Hall) 9-10-11

LINEXPO



ON YILDA ONLARCA

GENÇ TASARIMCI...

İTHİB TARAFINDAN 2005 YILINDA İLKİ "TEX-STYLE KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI" ADIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN İTHİB KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI 10'UNCU YAŞINI GERİDE BIRAKTI. 10 YIL İÇİNDE KUMAŞ TASARIMI KONUSUNDA CİDDİ BİR FARKINDALIK YARATAN ETKİNLİK TEKSTİL SEKTÖRÜNE ONLARCA TASARIMCI KAZANDIRDI.

İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması ilkinin düzenlendiği 2005 yılının Nisan ayından beri ilk günkü heyecanıyla yoluna devam ediyor. Yeni tasarımcılara yön vermek ve onları sektöre kazandırmak amacıyla düzenlenen yarışma sadece finalistler değil, tekstil ve moda sektöründe faaliyet gösteren herkesi heyecanlandırmaya devam ediyor. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak kendi-

sini geliştirmeye ve yenilemeye çalışan tekstil sektörünün ihtiyacı olan yeni ve yaratıcı tasarımcılara yol açmak, onları sektörün birer elemanı haline getirebilmek amacıyla düzenlenen yarışmada 10 yıl boyunca genç tasarımcılara yaratıcılıkta sınırlama getirilmedi.

10 yıl boyunca kumaşa ruh verdiler
10 yıl boyunca kumaşa ruh ve can ve-

ren desenleri, sektörün içinden, üniversitelerden ve tasarıma gönül verenlerin içinden arayarak bulan İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması, Türk kumaşının kalitesi ve tasarımının özgünlüğünü tüm dünya tescilleyen önemli bir araç oldu. Genç beyinlere güvenin bir sembolü haline gelen yarışma ile sektör ve gençler farklı boyutlarda buluşma imkanı yakaladı.



1. Canan Hancıoğlu
2. Sema Tunca
3. Selin Dartar



2.

KUMAŞ TASARIM

YARIŞMASI

1. Gülşah İnan,
2. Fırat Neziroğlu
3. Arzu Genç

3.

KUMAŞ TASARIM

YARIŞMASI

1. Mehmet Kuru
2. Aslıhan Karahan
3. Barış Mavzer



4.

KUMAŞ TASARIM

YARIŞMASI

1. Hicran Kiremitçi
2. Elif Burcu Birinci
3. Zeynep Güntaş



5. KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI

1. Esmâ Çelik
2. Ahmet Ögünmez
3. Burcu Özpeker-Ayhan Yetgin



6. KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI

1. Esra Yazar
2. Mine Beşen
3. Serkan Çağlar

7. KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI



1. Cansu Kasaplar
2. Fatma Ceren Güneş
3. Neriman Özaslan





8.

KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI

1. İlke Usluca
2. Bahar Meydan
3. Merve Ulu

9.

KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI

1. Gökçe Özkulak
2. Uğur Özmiş
3. Seher Süleymanoğlu



10.

KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI

1. Kenan Saatçioğlu.
2. Ufuk Akkaya
3. Didem Taşdemir

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



HAZIR GİYİM İHRACATINDA İBRE YENİDEN YUKARIYA DÖNDÜ. KASIM 2014'TEN BU YANA AYLIK RAKAMLARDA BİR ÖNCEKİ YILIN GERİSİNDE KALAN HAZIR GİYİM İHRACATI, BU YILIN EKİM AYINDA YÜZDE 6,5 YÜKSELEREK YAKLAŞIK 100 MİLYON DOLAR ULAŞTI.



PARİTE ETKİSİNİ KAYBETTİ

HAZIR GİYİM İHRACATI YÜKSELİŞE GEÇTİ

Türkiye'de imalat sanayinin lokomotif sektörü hazır giyim ihracatında 11 ay aradan sonra ibre yeniden yukarıya döndü. Kasım 2014'ten bu yana aylık rakamlarda bir önceki yılın gerisinde kalan hazır giyim ihracatı, bu yılın ekim ayında yüzde 6,5 yükselerek yaklaşık 100 milyon dolar artıya geçti. Son çeyrekle birlikte başlayan sıçramanın sektöre büyük bir moral olduğunu belirten İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 2016 için artık çok daha umutlu olduklarını söyledi. 2015'in Ocak-Eylül döneminde geçen yıla göre tonaj olarak daha çok ürün ihraç etmelerine karşın 1.8 milyar dolar daha az kazandıklarını hatırlatan Hikmet Tanrıverdi, şöyle devam etti: "Kötü gidişi beklentilerimiz doğrultusunda son çeyreğe girerken durdurduk. Parite patinajının zayıflaması ile ekim ayında önceki yılın aynı ayına göre yüzde 6,5 artışla 1.596 milyon dolarlık hazır giyim ihracatı yaptık. 2014'te bu rakam 1.499 milyon dolardı. Yani geçen yılın aynı ayına göre 100 milyon dolar artıya geçmiş olduk. Yılın son iki ayını da artıda kapatacağımıza inanıyorum. Son çeyrek, hazır giyim ihracatımız için toparlanma dönemi olacak ve 2016 ile

birlikte yeniden atağa kalkacağız. En büyük pazarımız Avrupa'da büyüme hızının artışına paralel olarak parasal genişleme bekliyoruz. Haliyle AB ülkelerine ihracatımızda büyük bir canlanma olacak. Diğer taraftan İran ve bölge ülkeleri ile başta Rusya olmak üzere BDT ülkelerine ihracatımızda büyük bir sıçrama öngörüyorum. Bütün bu beklentiler ışığında sektörel olarak 2016'da 20 milyar dolarlık bir ihracat hedefine odaklandık. Böylece bu yılın kaybını da seneye kapatmış olacağız."

Soğuyan çarklar yeniden ısınsın, Türkiye kazansın

1 Kasım'da sandıktan çıkan sonuçla siyasi belirsizliğin sona erdiğini ve istikrar beklentisinin oluştuğunu ifade eden Hikmet Tanrıverdi, güçlü bir ekonomi yönetimiyle yeniden güven ortamının tesis edileceğine ve üretimin canlanacağına inancının tam olduğunu vurguladı. Tanrıverdi, "Bir yıl aradan sonra ilk kez bu kadar umutluyum. Daha fazla zaman kaybetmeden reformlara ve üretime odaklanalım. Soğuyan çarklar yeniden ısınsın, üretim, istihdam, ihracat artsın, Türkiye kazansın" diye konuştu.



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı

"Bir yıl aradan sonra ilk kez bu kadar umutluyum. Daha fazla zaman kaybetmeden reformlara ve üretime odaklanalım. Soğuyan çarklar yeniden ısınsın, üretim, istihdam, ihracat artsın, Türkiye kazansın"

Akademik, Sosyal ve Sportif
Çalışmalarımızla;



ASİL OKULLARI'NDA
TESADÜFLERE YER YOK!



asil okulları
Anasınıfı - İlkokul - Ortaokul

444 61 70

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

www.asilkoleji.com

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



TÜRK HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ İNOVASYONLA HEDEFE KİTLENDİ

AÇILIŞINI CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN'IN YAPTIĞI TÜMEXPO FUARI EKONOMİNİN LİDERLERİNİ AĞIRLADI. ALLINTECH TÜM İNOVASYON TEKNOLOJİLERİ FUARI'NDA KONUŞAN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, "TÜRK HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ SON OTUZ YIL İÇİNDE, AVANTAJLARINI KULLANARAK GÖSTERDİĞİ GELİŞİM VE YÜRÜTTÜĞÜ ÇOK YÖNLÜ ÇABALAR SAYESİNDE, HER TÜRLÜ ÜRÜNDE KENDİNİ DÜNYA PAZARLARINDA KANITLAMIS BİR SEKTÖR HALİNE GELDİ" DEDİ.

İstanbul Kongre Merkezi'nde TÜMSİAD tarafından düzenlenen TÜMEXPO 2015 / İstanbul-TÜMSİAD Sanayi ve Ticaret Fuarı, 22-25 Ekim tarihleri arasında gerçekleşti. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımı ile gerçekleşen etkinliği; Dünya Bankası (World Bank Group) Başkanı Jim Yong Kim, İslam Kalkınma Bankası (IDB) Başkanı Ahmad Mohammad Ali, Pakistan Pencap Eyalet Başbakanı Muhammad Shahbaz Sharief, çok sayıda devlet adamı, yabancı konuklar, Türk girişimciler ve sanayiciler de katılım sağladı. TÜMEXPO ile eş zamanlı gerçekleşen ALLINTECH Tüm İnovasyon Teknolojileri Fuarı'nda da Türkiye'nin potansiyeli, milli teknoloji, milli savunma, milli enerji gibi inovasyon teknolojileri sergilendi. Etkinlikte açıklamalarda bulunan Cumhurbaşkanı Tayyip Erdoğan, projeleri hatırlatarak

"Amacımız 2023'te Türkiye'yi dünyanın 10 ekonomisi arasına dahil etmek" dedi. Savunma Sanayi Müsteşarlığı, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın destek ve katılımları ile gerçekleşen ALLINTECH Tüm İnovasyon Teknolojileri Fuarı, Suudi Arabistan, Pakistan, BAE gibi stratejik ülkelerin Savunma ve İçişleri bakanlıklarının, önemli firma yöneticilerinin katılımı ile üst düzey ziyaretçileri ağırladı.

İnovasyon bir zorunluluk hale geldi
ALLINTECH Tüm İnovasyon Teknolojileri Fuarı'nda konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, günümüzde giderek ağırlaşan küresel rekabet koşullarında, sektörler ve firmalar için katma değerli üretim yapmanın en önemli şartının inovasyon olduğunun altını çizdi. Günümüzün rekabetçi dünyasında şirketlerin rekabet avantajını sürdürebilmesi

ve büyüebilmesi için inovasyonun bir zorunluluk haline geldiğini belirten Hikmet Tanrıverdi, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün kaydettiği aşama ve ülke ekonomisine katkısını değerlendirdi. "1980 yılında 106 milyon dolar olan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatını 1990'lı yılların başında 3 milyar dolara, 2000 yılında 7,5 milyar dolara 2014 yılında ise 18,7 milyar dolara yükselttik. Coğrafi konumumuz, kaliteli üretim yapmamız, hızlı ve zamanında teslimatı önem vermemiz gibi pek çok farklı faktör, sektörümüzün bugünkü gelişiminde bir avantaj oldu. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, son otuz yıl içinde, bu avantajlarını kullanarak gösterdiği gelişim ve yürüttüğü çok yönlü çabalar sayesinde, her türlü üründe kendini dünya pazarlarında kanıtlamış bir sektör haline geldi. Halen dünyanın 7'nci ve Avrupa Birliği'nin 3'üncü büyük hazır giyim

tedarikçisi olarak global oyuncular arasında yer alıyor” diye konuşan Tanrıverdi, “Ancak sektörümüz açısından bugüne gelindiğinde rekabet alanlarının değiştiği, dönüştüğü bir süreç yaşanıyor. Artık uluslararası pazarlarda rekabetçi kalabilmenin ve pazar payımızı korumanın ve artırmanın yolu, her zaman olduğundan daha fazla farklılaşmayı gerektiriyor. Farklılaşmak ise ancak katma değeri yüksek, yenilikçi ürünler geliştirmek, ayrıca tasarım, moda ve markalı ürünlere ağırlık vermekle mümkün olabilir” dedi.

Sektörde marka sayısı artıyor

Hazır giyim sektörünün Türkiye’de 26 sektör arasında en fazla katma değerli ürün ihraç eden üçüncü sektör olduğunu ifade eden Hikmet Tanrıverdi, ihracat büyüklüğü açısından bakıldığında ise en çok ihracat yapılan büyük sektörler arasında katma değer yaratılması bakımından lider sektör olduğunu söyledi. Türkiye’de ortalama birim ihracat fiyatlarının kilogramı 1,5 dolar iken hazır giyim sektörünün 24 dolar ihracat birim fiyatı ile katma değerli ihracatta önemli bir sektör konumunda olduğunu söyleyen Tanrıverdi, sektörün gün geçtikçe artan markalarıyla, trendlere uygun tasarım ve koleksiyonlarıyla, yurtdışı perakendede güçlenen kimliğiyle, hazır giyim üretiminden moda üretimine geçişini sürdürdüğünü belirtti. Sektördeki yerli markaların sayısının bölgesel markalarla birlikte 100’lere ulaştığını söyleyen Tanrıverdi, Turquality programına öncülük eden

sektörün programdaki firma sayısının ise 20’yi aştığını açıkladı. Sektörün hazır giyim üretiminden moda sektörüne dönüşme sürecinin hızlı ve sağlıklı olması için tasarım ve Ar-Ge yönünün desteklenmesi gerektiğine dikkatleri çeken Tanrıverdi, “Çünkü hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için Ar-Ge demek Ür-Ge ve tasarımla eş anlamlı. Söz konusu tanımın sektörümüzün yenilikçilik süreçlerine adapte edilmesi önemli” dedi.

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi: “Ülkemizde inovasyon denilince en büyük ihracat sektörlerinden olan hazır giyim sektörünün ‘düşük teknoloji’ sektörlerden sayılıp dışlanarak desteklerden yararlandırılması yönünde engel oluşturuluyor.”

Sektörümüz inovasyon desteklerinden dışlanıyor

“Sektörün Ar-Ge ve tasarım yönünden desteklenmesi 2023 ihracat stratejisi kapsamında belirlenen ihracat hedeflerine ulaşmak açısından da çok önemli” ifadelerini kullanan Tanrıverdi, şöyle devam etti: “Cumhuriyetimizin 100’üncü yılını kutlayacağımız 2023’te, hazır giyim ve konfeksiyonda 60 milyar dolar değerinde ihracat yapmayı hedeflemekteyiz. 2023 yılı için belirlenen 60 milyar dolarlık ihracatın 30 milyar dolarının organizatör ülke rolüyle ticari katma değer yaratarak oluşturulması, diğer 30 milyar dolarlık bölümünün ise katma değerli üretim ve ihracatla sağlanması hedeflendi. Bunun için hâlihazırda kilogram bazında 24 dolar olan ihracat birim fiyatını 50 dolara yükseltmeyi hedefliyoruz. Bu birim fiyat artışı da ancak inovasyonla sağlayabiliriz. Bu nedenle tasarım ve Ar-Ge odaklı çalışmalarda gidecek uzun bir yolumuz ve bu yolda inovasyon odaklı çalışmaya ihtiyacımız var. Ülkemizde inovasyon denilince, en büyük ihracat sektörlerinden olan hazır giyim sektörünün ‘düşük teknoloji’ sektörlerden sayılıp dışlanarak bu yöndeki desteklerden yararlandırılması yönünde engel oluşturuluyor. AB’nin de tanımladığı gibi, teknolojiye dayanmayan inovasyon faaliyeti yürüten sektörümüzün, bu algısının düzeltilmesi ve Ar-Ge ile tasarım desteklerinden daha fazla yararlandırılması sektör olarak temel amaçlarımızdan birisi.”



İTA TEKSTİL ARAŞTIRMA GELİŞTİRME MERKEZİ TÜRK ALMAN İŞBİRLİĞİ İMZA TÖRENİ

22 Ekim 2015



TEKSTİLDE DEV AR-GE İŞBİRLİĞİ

İTHİB'İN ÖNDERLİĞİNDE AKDENİZ, EGE, ULUDAĞ VE GÜNEYDOĞU ANADOLU TEKSTİL İHRACATÇILARI BİRLİKLERİNİN ORTAK OLDUĞU İSTANBUL TEKSTİL ARAŞTIRMA EĞİTİM VE DANIŞMANLIK PROTOKOLÜNDE İMZALAR ATILDI. İMZA TÖRENİNDE AYRICA, TEKSTİL SEKTÖRÜNDE AR-GE ÇALIŞMALARINI ARTIRMAK AMACIYLA ALMAN AECHEN ÜNİVERSİTESİ VE MARMARA ÜNİVERSİTESİ İLE İTA ARASINDA İŞBİRLİĞİ PROTOKOLÜ DE GERÇEKLEŞTİRİLDİ.

Dört yıl önce çalışmalarına başlanılan ve 22 Ekim Perşembe günü imzalanan protokolle nihayete eren İstanbul Tekstil Araştırma Eğitim ve Danışmanlık A.Ş.'nin kuruluş protokolü, İstanbul, Akdeniz, Ege, Uludağ ve Güneydoğu Anadolu Tekstil ihracatçıları birliklerinin katılımıyla start aldı. İTHİB Başkanı İsmail Gülle önderliğinde ilerleyen proje, diğer birliklerin de katılımıyla yalnızca İstanbul'a değil, Türkiye'nin tüm bölgelerine hizmet sağlayacak bir mekanizmaya döndü. TIM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve birlik başkanlarının katıldığı imza töreninde ayrıca, Tekstil sektöründe Ar-Ge çalışmalarını artırmak amacıyla Alman Aachen Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi ile

İTA arasında işbirliği protokolü de gerçekleştirildi. İmza protokolünde; TIM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zeki Kıvanç, Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Koordinatör Başkanı ve Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Sabri Ünlütürk, Aachen Üniversitesi'nden Öğretim Üyesi Prof. Dr. Thomas Gries, RWTH Aachen Üniversitesi Tekstil Teknik Enstitüsü Türkiye Sorumlusu Bayram Aslan, Marmara Üniversitesi Rektör Yardımcısı & Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Mehmet Akalın, Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti Ekonomik Kalkınma Ajansı Temsilcilik Müdürü Dr.

Adem Akkaya'nın yanı sıra bir çok akademisyen de yer aldı.

Yenilikçi tekstil uygulamalarına ihtiyaç duyan firmalar

Almanya Aachen Üniversitesi Tekstil Teknolojileri Enstitüsü ile 2009 yılından bu yana müzakereleri devam eden teknoloji transferine ilişkin müzakerelerin olumlu şekilde sonuçlanmasıyla Türkiye tekstil sektörüne büyük rekabet gücü katacak olan proje imza aşamasına geldi. Aachen Tekstil Teknolojileri Enstitüsü tarafından 2015 yılı itibarıyla yürütülen Ar-Ge projesi satışlarının toplam değeri 15 milyon Euro'yu buluyor. Bu satışların yüzde 30'u doğrudan sanayi-

cilere yapılan projelerden oluşuyor. Enstitünün Türkiye’de devam etmekte olan Ar-Ge projelerinin satış cirosu 1,3 milyon Euro olup, proje sahipleri arasında ISKO, Kordsa, Spinteks, THY, Tırsan, Arçelik gibi firmalar bulunuyor. Teknoloji transferinin gerçekleşmesiyle yenilikçi tekstil uygulamalarına ihtiyaç duyan Türk firmaları, İstanbul Tekstil Araştırma Merkezi’nde yaptırabilecek.

Proje tüm Türkiye’ye hizmet edecek

Konuşmasında Türkiye’nin yüzyıllara dayanan geleneksel tekstil bilgi ve becerisinin varlığına değinen TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, projenin hem üniversite sanayi iş birliğini barındırması hem de ihracatçı birliklerinin bu proje içinde olmasının Ar-Ge, inovasyon konusunda sektöre fayda sağlayacağı ifade etti. İmza töreninde konuşan İT-HİB Başkanı İsmail Gülle ise “Hepimiz katma değerli ihracat yapma, tasarım ve Ar-Ge’nin önemini her konuşmamızda vurguluyoruz. Bugün bunu gerçekleştirecek merkezi alt yapıyı kurmanın mutluluğunu yaşıyoruz” ifadelerini kullandı. Projenin sadece İstanbul’a değil, tüm birliklere hizmet edeceğini söyleyen İsmail Gülle, çok mücadele ettiklerini belirterek, “Bundan sonraki süreçte, Türkiye’deki tüm tekstil sektörünün bu projeye inanması, sahip çıkması gerekiyor” dedi. Projenin 2023 hedeflerine çok büyük hizmet edeceğini söyleyen İsmail Gülle, Türkiye’yi dünyadaki değişim ve dönüşümü anlayarak hizmet eden bir merkeze dönüştüreceklerini belirtti. Ortak hedefler doğrultusunda bir araya geldiklerini



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

“Türkiye’nin yüzyıllara dayanan geleneksel tekstil bilgi ve becerisi ile projenin hem üniversite sanayi işbirliğini barındırması hem de ihracatçı birliklerinin bu proje içinde olması Ar-Ge ve inovasyon konusunda sektöre fayda sağlayacak.”

söyleyen Aachen Üniversitesi’nden Öğretim Üyesi Prof. Dr. Thomas Gries, “Ortak değerlerimiz saygı, güven ve mükemmeliyet ve tabii ki birbirini tamamlayan güçlerimiz ortak yürüdüğümüz bu yolun temelini oluşturuyor. Bizim iş birliğimiz araştırmayı zenginleştiriyor. Hem tekstil endüstrisi hem tekstil makineleri yapımı için bu işbirliği



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Başkanı

“Hepimiz katma değerli ihracat yapma, tasarım ve Ar-Ge’nin önemini her konuşmamızda vurguluyoruz. Bugün bunu gerçekleştirecek merkezi alt yapıyı kurmanın mutluluğunu yaşıyoruz”

önemli. Bu işbirliğimizin sonucu bir deniz feneri gibi yolumuzu aydınlatacak. İsmail Gülle bu işin başındaki isim. Kendisi olmasaydı tüm birlikleri bir araya getirmemiz mümkün olmayacaktı” dedi.

Sürdürülebilirliğin temel aracı Ar-Ge
Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Koordinatör



İTHİB ÖNDERLİĞİNDE İLERLEYEN PROJE, DİĞER BİRLİKLERİN DE KATILIMIYLA YALNIZCA İSTANBUL'A DEĞİL, TÜM TÜRKİYE'YE HİZMET SAĞLAYACAK BİR MEKANİZMAYA DÖNÜŞTÜ.



Prof. Dr. THOMAS GRIES
Aachen Üniversitesi Öğretim Üyesi

"Ortak değerlerimiz saygı, güven ve mükemmeliyet ve tabii ki birbirini tamamlayan güçlerimiz bu ortak yürüdüğümüz yolun temelini oluşturuyor. Bizim iş birliğimiz araştırmayı zenginleştirecek."

Başkanı, Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Sabri Ünlütürk de konuşmasında böyle bir projede birlikte olmaktan duyduğu mutluluğu belirtti. "Sektörümüzün sürdürülebilir olması için en temel aracımız Ar-Ge" diye konuşan Sabri Ünlütürk, "İzmir'de de biz yaklaşık 1 yıldır Ar-Ge merkezi kurmak için çaba sarf ediyoruz. Bu Ar-Ge merkezlerinin sayısını Türkiye'de bölgesel olarak artırıp belki yine bölgesel görevlerle işbirlikleri yaparak, hep birlikte

tekstil sektörümüzün bir adım daha yukarı çıkmasında, katma değerli ürün üretme yolundaki hedefe ulaşmamızda hızlandırıcı rol oynayacağına büyük bir inancım var. Emegi geçen herkese çok teşekkür ediyorum. Hep beraber bu merkezin başarılı olmasını temenni ediyorum" ifadelerini kullandı.

Tekstilin olduğu illere Ar-Ge merkezi

Protokol imza toplantısında konuşan Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Zeki Kıvanç, projeyi ilk duyduğu andan itibaren hissettiği heyecamı paylaşarak, tekstil sektörünün ileriye gitmesi için ellerinden ne geliyorsa yapacaklarını belirtti. Ar-Ge merkezlerini yerinde incelediklerini ifade eden Zeki Kıvanç, çok beğendiklerini belirterek, bu merkezlerden İstanbul'da, İzmir'de, Adana'da, Bursa'da olmak üzere Türkiye'de tekstil sektörünün ağırlıkta olduğu illerde, üniversite işbirlikleriyle beraber gerçekleştirme temennisinde bulundu. Kıvanç, "Artık herkes biliyor ki Ar-Ge ve inovasyonun olmadığı hiçbir iş başarılı olmuyor, katma değer üretilemiyor. Umarım tekstil sektöründe Ar-Ge merkezlerimiz çoğalır" dedi. Mehmet Akalın da Türkiye'nin Ar-Ge potansiyeline rağmen bunu kullanmadığına dikkat çekti. Mehmet Akalın, "Bunun birçok sebebi var. En başında da Ar-Ge nedir bilmememiz geliyor. Ar-Ge merkezlerini kullanamıyoruz. Bu birliktelikle sektörümüz daha fazla Ar-Ge yapacak" diye konuştu. Akalın, şöyle devam etti: "Sürekli üniversite sanayi işbirliğinden bahsediyoruz, burada sadece bir tane üniversite yok. Birçok üniversite var. Sadece İstanbul tekstil sektörü yok, bütün Türkiye'deki



MEHMET AKALIN
Marmara Üniversitesi Rektör Yardımcısı & Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı

"Asıl iş bundan sonra başlıyor. Projeye Türkiye projesi olarak başlamıştık. Nihayetinde Türkiye projesi de oldu. Umut ediyorum ki sektörümüze ülkemize hayırlı olur."

tekstil sektörleri var. Dolayısıyla buradan bir şeyler çıkması gerekli. Asıl iş bundan sonra başlıyor. Projeye Türkiye projesi olarak başlamıştık. Nihayetinde Türkiye projesi de oldu. Umut ediyorum ki sektörümüze ve ülkemize hayırlı olur."

Projenin getirileri

Konuşmaların ardından protokol imza aşamasına geçildi. İmzaların atılmasıyla ilk araştırma projelerinin 2016 yılı başından itibaren başlaması hedefleniyor. Bu kapsamda Avrupa Birliği Horizon 2020 Çerçeve Programı kapsamında sunulmak üzere hazırlanmış olan 14 milyon Euro bütçeli, ön çalışması tamamlanmış 3 projede Türk ortakların payı 1,7 milyon Euro'yu buluyor. İşbirliğinin hayata geçmesi durumunda söz konusu projeler İstanbul'daki merkez tarafından gerçekleştirilecek. Enstitü halen faaliyetlerine 5'i Almanya'da yerleşik üçüncü jenerasyon Türk olmak üzere 110 araştırma görevlisi bilim adamı ve yine 15'i Türk olmak üzere 65 teknisyen ve 200 lisans öğrencisi araştırma asistanı ile devam ediyor. Proje ile Almanya'da yetişmiş genç Türk bilim insanlarının Türkiye'ye dönüşleri sağlanacak. Ayrıca bu bilim insanlarının Türk araştırmacılarına ileri teknoloji proje planlama ve uygulama konusunda önderlik edebilecekleri ortam da sağlanmış olacak.



“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



LINEXPO İSTANBUL İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

İHKİB'İN DESTEĞİYLE TİGSAD TARAFINDAN ORGANİZE EDİLEN VE TÜRKİYE'NİN EN ÖNEMLİ İÇ GİYİM FUARLARINDAN LINEXPO'NUN TANITIM TOPLANTISI CEMİLE SULTAN KORUSU'NDA GERÇEKLEŞTİRİLDİ. FUAR YERLEŞİMLERİNİN DE BELİRLENDİĞİ ETKİNLİKTE 131 FİRMA YETKİLİSİ HAZIR BULUNDU.

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) tarafından organize edilen ve 11-13 Şubat 2016 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde (İFM) gerçekleştirilecek olan LINEXPO İstanbul Moda Günleri, Türkiye'nin en önemli iç giyim, plaj-yatak kıyafetleri ve çorap markalarını ve bu ürünlerin yan sanayi ve aksesuar firmalarını bir araya getirecek. Dev organizasyon öncesi Cemile Sultan Korusu'nda, fuarda yer alacak firmaların katılım gerçekleştirdiği kahvaltılı bir toplantı düzenlendi. TİGSAD tarafından

gerçekleştirilen organizasyona 131 firma yetkilisi katıldı. Toplantıda, fuar alanında yer alacak 9 ve 10 numaralı salonlarda yer alacak firmaların yer paylaşımı için bir çekiliş gerçekleştirildi. Bunun yanı sıra, firmalar, LINEXPO İstanbul Moda Günleri Fuarı için özel olarak tasarlanan fuaye alanında yer almak için yarıştılar. Gerçekleştirilen açık artırma ile fuaye alanında yer almaya hak kazanan 5 firmaya yerlerinin satışı sağlandı. Toplantıda bir konuşma yapan TİGSAD Başkanı İrfan Özhamarathı, "10 bin metre-

karenin üstünde bir fuar alanında 150'den fazla firmanın katılımını bekliyoruz. 52 farklı ülkeye yapılacak ziyaretler ile yurtdışından alım heyetleri getirilerek sektörün ihracat hacminin artırılması planlanıyor" şeklinde konuştu. LINEXPO İstanbul Moda Günleri'ne alım heyetleri kapsamında gelecek ülkeler ise şöyle: "Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bahreyn, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Burkina Faso, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Doğu Türkmenistan, Dubai, Estonya, Etiyopya, Fas, Filistin, Fransa, Gana, Güney

ÖZHAMARATLI: “10 BİN METREKARENİN ÜSTÜNDE BİR FUAR ALANINDA 150’DEN FAZLA FİRMANIN KATILIMINI BEKLİYORUZ. 52 FARKLI ÜLKEYE YAPILAN ZİYARETLER İLE YURTDIŞINDAN ALIM HEYETLERİ GETİRİLEREK SEKTÖRÜN İHRACAT HACMİNİ ARTIRMAYI PLANLIYORUZ.”

Afrika, Gürcistan, Hırvatistan, Hollanda, Irak, İngiltere, İran, İsrail, Kamerun, Katar, Kazakistan, Kenya, Kıbrıs, Kırgızistan, Kosova, Kuveyt, Libya, Macaristan, Makedonya, Mısır, Nijer, Nijerya, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya, Senegal, Sırbistan, Slovenya, Suudi Arabistan, Tunus, Ukrayna, Ürdün, Yeni Gine ve Yunanistan.”

Ödüllü tasarım yarışmaları

İç giyim, mayo, pijama, gecelik, sabahlık, çorap, t-shirt, şort, eşofman, tayt ve yan sanayi ve aksesuar ürünlerinin sergileneceği, TİGSAD tarafından düzenlenen, Türkiye'nin en önemli moda buluşmalarından biri olacak LINEXPO İstanbul Moda Günleri'nde, özellikle iç giyim 2016/2017 moda trendleri belirleniyor. Defileler, sergiler ve görsel şovlarla dev bir sektörel buluşma şeklinde, İFM'nin 9-10-11 numaralı salonlarında organize edilecek ve sektöre yön verme amacıyla yola çıkan moda günlerinde, geniş katılımı olması hedeflenen ve önemli para ödülleri verileceği bir tasarım yarışmasının düzenleneceği belirtildi.

Yerleşim alanları belirlendi

İHKİB'in katkılarıyla TİGSAD tarafından organize edilen ve 11-13 Şubat 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilecek olan LINEXPO İstanbul Moda Günleri öncesinde düzenlenen tanıtım toplantısında 131 firma bulundu. Türkiye'nin en önemli iç giyim, plaj-yatak kıyafetleri ve çorap markalarını



TİGSAD tarafından organize edilen LINEXPO İstanbul Moda Günleri, Türkiye'nin en önemli iç giyim, plaj-yatak kıyafetleri ve çorap markalarını ve bu ürünlerin yan sanayi ve aksesuar firmalarını bir araya getirecek.

ve bu ürünlerin yan sanayi ve aksesuar firmalarını bir araya getirecek olan dev organizasyon öncesi Cemile Sultan Korusu'nda düzenlenen etkinlikte söz alan TİGSAD Başkanı İrfan Özhamaratlı, İFM fuar alanında düzenlenecek fuarın 10 bin metrekarenin üzerinde bir alanda gerçekleştirileceğini ve 150'den fazla firmanın organizasyona katılmasını beklediklerini ifade etti. Özhamaratlı, TİGSAD olarak, organizasyon öncesi, 52 farklı ülkeye yapılan ziyaretler ile yurtdışından alım heyetleri getirilerek sektörün ihracat hacmini artırmayı planladıklarını belirtti. Toplantıda, fuar alanının 9 ve 10 numaralı salonları için yapılan çekilişle fuarda

yer alacak 131 firmanın yerleşim düzenleri belirlendi. Ayrıca, TİGSAD tarafından özel olarak tasarlanan fuaye alanında yer alacak firmaların belirlenmesi amacıyla açık artırma usulüyle 5 firma için satış işlemi gerçekleştirildi.

Alım heyetleri kapsamında gelecek ülkeler

Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bahreyn, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Burkina Faso, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Doğu Türkmenistan, Dubai, Estonya, Etiyopya, Fas, Filistin, Fransa, Gana, Güney Afrika, Gürcistan, Hırvatistan, Hollanda, Irak, İngiltere, İran, İsrail, Kamerun, Katar, Kazakistan, Kenya, Kıbrıs, Kırgızistan, Kosova, Kuveyt, Libya, Macaristan, Makedonya, Mısır, Nijer, Nijerya, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya, Senegal, Sırbistan, Slovenya, Suudi Arabistan, Tunus, Ukrayna, Ürdün, Yeni Gine, Yunanistan.



Toplantıda, fuar alanında yer alacak 9 ve 10 numaralı salonlarda yer alacak firmaların yer paylaşımı için bir çekiliş gerçekleştirildi.



PV İSTANBUL HEDEFLERİ AŞTI

PREMIÈRE VISION İSTANBUL FUARI, 15 ÜLKEDEN 161 KATILIMCI İLE DÜZENLENDİĞİ ÜÇÜNCÜ DÖNEMİNDE 8 BİN 407 ZİYARETÇİ İLE ÇOK ÖNEMLİ BİR BAŞARIYI YAKALADI. TEKSTİL FİRMALARI İÇİN ÖNEMLİ BİR TİCARİ PLATFORMA DÖNÜŞEN FUARDA TEKSTİL TRENDLERİ DE BELİRLENDİ.



rak yerini sağlamlaştırdı. Yüzde 18'i yabancı olan 8 bin 407 ziyaretçi ve 14 ülkeden 161 katılımcı firmayla üçüncü dönemini tamamlayan PremiÈre Vision İstanbul, 23-25 Mart 2016 tarihleri arasındaki dördüncü edisyonunda kapılarını yeniliklere açacak. İstanbul'da 23-25 Mart 2016 tarihleri arasında gerçekleştireceği dördüncü edisyonunda kapılarını yeniliklere açmaya hazırlanan dünyanın en önemli tekstil ve moda fuarı PremiÈre Vision, 21-23 Ekim tarihleri arasındaki üçüncü İstanbul edisyonunda kez daha yoğun ziyaretlere ve iş görüşmelerine sahne oldu.

Première Vision İstanbul'da, toplam 161 katılımcı, Sonbahar/Kış 2016-17 sezonu için geliştirdikleri ürünleri sergiledi. PremiÈre Vision İstanbul'un Türkiye'de düzenlendiği ilk tarih olan Ekim 2014 fuarına kıyasla sayıca yüzde 5'lik bir artış gösteren katılımcıların yüzde 69'u Türk ve yüzde 31'i 14 farklı ülkeden gelen uluslararası katılımcılardan oluşuyor. Fuarda temsil edilen ülkeler Almanya, Avusturya, Bulgaristan, Çin, Fas, Fransa, Hindistan, Hollanda (ilk katılım), İngiltere, İtalya, Litvanya, Pakistan, Portekiz ve Romanya oldu.

Première Vision İstanbul, düzenlendiği üçüncü sezonda, Ortadoğu ve Doğu Avrupa'nın tekstil ve moda sektörü profesyonellerinin ajandalarında "kaçırılmaması gereken" uluslararası etkinlik ola-

BİR SONRAKİ PV İSTANBUL, 23-25 MART 2016 TARİHLERİNDE KAPILARINI PEK ÇOK YENİLİKLE BİRLİKTE DÖRDÜNCÜ KEZ AÇACAK. ÜRÜN YELPAZESİNİN KONFEKSİYON ÜRETİCİLERİYLE GENİŞLETİLMESİ BU YENİLİKLERDEN BİRİ OLACAK.

Yabancı ziyaretçi sayısında artış

CNR Expo'da gerçekleştirilen fuarda özellikle yabancı ziyaretçi sayısında önemli bir artış yaşandı. Ekim 2014 tarihinde gerçekleştirilen ilk fuara göre uluslararası ziyaretçi sayısında yüzde 10'luk artış yaşanan Première Vision İstanbul'da bin 530'u uluslararası olmak üzere toplam 8 bin 407 ziyaretçi ağırlandı. Ekim 2014'teki ilk edisyonu ile karşılaştırıldığında Première Vision İstanbul'u ziyaret eden sayısında yaşanan toplam artış ise yüzde 1,3 oldu. Ziyaretçilerin yüzde 18'lik bölümünü yabancıların oluşturduğu Première Vision İstanbul'da özellikle BDT ülkeleri, Ukrayna ve İran'dan gelen ziyaretçilerin yoğunluğu dikkat çekti.

PV İstanbul gücünü kanıtladı

Yabancı ziyaretçilerin ilgisine dikkat çeken Première Vision Uluslararası Fuarlar Direktörü Guglielmo Olearo, bunu, Première Vision'un çekim gücünün bir kez daha kanıtlanması olarak yorumlayarak şunları söyledi: "Première Vision İstanbul, yüzde 18'lik yabancı ziyaretçi oranı ile pazardaki çekim gücünü bir kez daha kanıtladı. Hedef pazarlardaki lokal temsilcilerimiz, sektör temsilcileri ile her daim temas halindedir. Bu, fuarımızın başarısının en önemli yapı taşlarından



SULTAN TEPE
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

"Fuarın Türkiye'de gerçekleştirilmesinin ne kadar doğru bir karar olduğunu gördük. Fuar organizasyonu konusunda da taşları yerine oturmuş durumda."

biri ve bu çalışmaların meyvelerini her fuarda biraz daha fazla topluyoruz. Uluslararası ziyaretçilerimizin yüzde 24'ü BDT ülkeleri ve Ukrayna'dan, yüzde 11,5'i Yunanistan'dan, yüzde 10'u İran'dan geldi. Fuar katılımcılarımız,



OSMAN EGE
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

"Fuar, kasım ayı başında gerçekleştirilirse çok daha faydalı olacağı kanaatindeyim. Böylece İstanbul dışındaki tekstil firmaları da fuara daha fazla katılım gösterebilirler."

ziyaretçi profilinin kalite anlamında da oldukça yükseldiğinin sinyallerini verdi. Geçtiğimiz üç fuarda, Première Vision İstanbul, Ortadoğu ve Doğu Avrupa tekstil pazarlarının merkez üssü olduğunu bir kez daha kanıtladı."



10. İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması finalistleri de fuarı gezerek yeni kumaş trendlerini incelediler.

EKİM 2014 TARİHİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN İLK FUARA GÖRE ULUSLARARASI ZİYARETÇİ SAYISINDA YÜZDE 10'LUK ARTIŞ YAŞANAN PV İSTANBUL'DA 1.530'U ULUSLARARASI OLMAK ÜZERE TOPLAM 8.407 ZİYARETÇİ AĞIRLANDI.

FUAR

50



MURAT ÖZPEHLİVAN
EMR Fermuar Dış Ticaret Müdürü

"Première Vision İstanbul, bir trend fuarı ve gerçekten başarılı. Çevre ülkelerde de çok doğru bir tanıtım yapılmış, doğru bir strateji uygulanmış. Bir sonraki sezona da katılacağız."

Première Vision İstanbul T.C. Ekonomi Bakanlığı başta olmak üzere Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB), Ege İhracatçıları Birliği (EİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) gibi Türkiye'nin önde gelen sektörel kuruluşları tarafından da desteklendi.

Firmalar fuardan memnun

Première Vision İstanbul katılımcılarının yaptığı açıklamalar da fuarın başarılı ve verimli geçtiğine işaret ediyor. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Tepar Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Sultan Tepe, fuarın bir önceki döneme göre çok iyi geçtiğini ifade ederek, özellikle kumaş bölümünde çok iyi sonuçlar aldığına dikkat çekti. PV İstanbul'un üçüncü döneminde çok iyi sonuçlar alındığına dikkat çeken Tepe, "PV İstanbul'da organizasyon açısından da taşların yerine oturduğunu görüyoruz. Fuar idaresi ve CNR Expo'nun da daha önce karşılaştıkları sorunları aşmış görünüyorlar. İyi ki bu fuarı Türkiye'de başlatmışız diyoruz. Tekstil sektörünün bu kadar yoğun olarak bir araya geldiği başka bir fuar yok" dedi.

PV İstanbul Fuarı'nın bu döneminde yurtdışından çok fazla ziyaretçinin ka-



PHILIPPE PASQUET
Première Vision CEO

"Türk ve uluslararası katılımcıların homojen dağılımı, fuarın konumu ve elbette markamızın bilinirlik ve güvenilirliği, fuar başarısının temel öğeleri konumunda."

tıldığını belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Osman Ege, "Fuar İstanbul'daki büyük tekstil firmalarının çoğu ziyaret etti. Ancak, fuarın zamanlaması bakımından işlerin en yoğun olduğu dönemden gelmesinden dolayı İstanbul dışından yeterince ziyaret edilmediğini düşünüyorum. Fuar kasım ayı başında yapılırsa çok daha faydalı olacağını düşünüyorum" dedi.

EMR Fermuar Dış Ticaret Müdürü Murat Özpehlivan, ilk kez katıldıkları Première Vision İstanbul'dan sonra hem Première Vision Paris'e hem de Première Vision İstanbul'un Mart 2016'daki edisyonuna katılma kararı aldıklarını belirterek şöyle konuştu: "Première Vision İstanbul, bir trend fuarı ve gerçekten çok başarılı. Çevre ülkelerde de çok doğru bir tanıtım yapılmış, doğru bir strateji uygulanmış. Bir sonraki sezona da katılacağız."

Yabancı katılımcılardan tam not

İstanbul'da düzenlenen tüm Première Vision fuarlarına katılan Litvanyalı firma 3T Transfer Technologies For Textile'in Proje Müdürü Arvydas Jurevicius ise, fuara üçüncü sezonunda da katılmalarını diğer fuarlardan memnuniyetlerinin bir sonucu olarak değerlendirerek, şu görüşleri dile getirdi: "Première Vision İstanbul'a ilk sezondan itibaren katılıyoruz. Yani, bu, üçüncü katılımımız. Fuardan memnunuz. İlk iki katılımımızdan aldığımız sonuçlar memnuniyet vericiydi. Fuar üçüncü sezonunda da katılmamız, bu memnuniyetin bir sonucu. Bizim açımızdan Bulgaristan, İran ve diğer ülkelere gelen ziyaretçiler ve katılımcılarla tanışmak bir fırsat. Müşteri sayısı konusunda da oldukça memnunuz. Her zaman daha fazlası istenilir, ama biz şu andaki durumdan da memnuniyet duyuyoruz. Bir sonraki sezona da katılacağız." Première Vision İstanbul'a düzenlendiği



ZİYARETÇİLERİN YÜZDE 18'LİK BÖLÜMÜNÜ YABANCILARIN OLUŞTURDUĞU PRÈMIERE VISION İSTANBUL'DA ÖZELLİKLE BDT ÜLKELERİ, UKRAYNA VE İRAN'DAN GELEN ZİYARETÇİLERİN YOĞUNLUĞU DİKKAT ÇEKTE.

ilk sezondan itibaren katılan bir başka katılımcı Kimtex'in Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Seyrek ise, görüşlerini, "İyi ve yoğun geçti. Mevcut müşterilerimizin ziyaretlerinden de potansiyel yeni müşterilerin ziyaretlerinden de oldukça memnunuz" sözleriyle dile getirdi.

PV İstanbul yeni dönemde yeniliklerle gelecek

Guglielmo Olearo, Première Vision'un İstanbul'daki dördüncü edisyonunda gerçekleştirecekleri yenilikleri şu sözlerle ifade etti: "Mart 2016'dan itibaren, fuarın ürün yelpazesini, Türkiye, Fas ve diğer çevre ülkelerden gelen konfeksiyon üreticileri ile genişleteceğiz. Hedefimiz, ziyaretçilerimize anahtar teslim hizmet sunmak. Première Vision'un seçim kriterlerine uygun nitelikteki konfeksiyon üreticilerinin fuarda katılımcı olarak yer alacak olması, görüş aldığımız sektör profesyonelleri tarafından da son derece pozitif bir gelişme olarak nitelendirildi." Tüm bu gelişmelere ek olarak, Première Vision İstanbul, tanıtım kampanyalarında "marka elçileri" ile işbirliklerine devam edecek. Ekim 2015'te Arzu Kaprol ile yapılan başarılı işbirliğinin ardından Mart 2016 Fuarı'nın marka elçisi dünyaca tanınan yetenekli moda tasarımcısı Bora Aksu olacak. Bora Aksu, bu işbirliğini "Première Vision İstanbul'un bir parçası olmak çok heyecan verici. Première Vision, biz moda tasarımcıları



PV İstanbul, tanıtım kampanyalarında "marka elçileri" ile işbirliklerine devam edecek. Ekim 2015'te Arzu Kaprol ile yapılan başarılı işbirliğinin ardından Mart 2016 Fuarı'nın marka elçisi dünyaca tanınan yetenekli moda tasarımcısı Bora Aksu olacak.

için, vizyonumuzu oluştururken kullandığımız en önemli araçları sunan eşsiz bir platform. Bu denli hayati öneme sahip bir etkinliğin marka elçisi olmak gurur verici" sözleriyle ifade ediyor. Première Vision İstanbul'un düzenlediği ilk tarih olan 2014'ten bu yana yakaladığı başarıya dikkat çeken Première Vision CEO'su Philippe Pasquet, düşüncelerini

şu sözlerle açıkladı: "Première Vision İstanbul'u düzenlemeye başladığımız Ekim 2014'den itibaren hedefimiz, bu fuarı, Türkiye, Ortadoğu ve Doğu Avrupa'nın moda platformu haline getirmektir. Bölgenin başlıca tekstil pazarlarına yakınlığı sayesinde, Première Vision İstanbul Bulgaristan, Romanya, Rusya, İran, Yunanistan ve Körfez ülkelerinden 7 bin 500'e yakın seçkin ve kalifiye ziyaretçiyi ağırladı. Fuarda sunulan ürün yelpazesinin çeşitliliği, Türk ve uluslararası katılımcıların homojen dağılımı, fuarın konumu ve elbette markamızın bilinirlik ve güvenilirliği, bu başarının temel öğeleri."

Arzu Kaprol ile "geleceğin modası"

Première Vision, dünyanın dört bir yanında düzenlenen fuarlarında, o bölgenin kültürünü ve yaratıcı yeteneğini en iyi temsil eden isimlerle işbirliği yaptı. David Hart Première Vision New York'u, Arzu Kaprol Première Vision İstanbul'u, dünyanın en önemli moda ve tasarım okullarının öğrencileri ise Première Vision Paris Fuarı'nı temsil eden isimler oldu. Première Vision İstanbul, Ekim 2015 Fuarı'nda Arzu Kaprol ile gerçekleştirdiği işbirliğinin ardından, Mart 2016 Fuarı için, dünyaca tanınan, yetenekli moda



FUARDA ULUSLARARASI ZİYARETÇİLERİN YÜZDE 24'Ü BTD ÜLKELERİ VE UKRAYNA'DAN, YÜZDE 11,5'İ YUNANİSTAN'DAN, YÜZDE 10'U İRAN'DAN GELDİ. FUAR KATILIMCILARIN, ZİYARETÇİ PROFİLİNİN KALİTE ANLAMINDA DA OLDUKÇA YÜKSELDİĞİ GÖRÜLDÜ.

FUAR

52



tasarımcısı Bora Aksu'yu marka elçisi olarak seçti. Première Vision İstanbul'un marka elçisi olarak seçilen Arzu Kaprol, fuarda çarpıcı bir koleksiyonla yer aldı. Bu sezon Première Vision İstanbul'da, Arzu Kaprol'ün, baş döndürücü bir hızda ve çekicilikte gelişen yeni teknolojiler ve bunların geleceğin modası üzerindeki etkilerine ithaf ettiği "Yaşamın Kaynağı" koleksiyonu, "Arzu Kaprol ile Geleceğin Modası" alanında (Hol 3), eşsiz ve orijinal bir sunumla yer aldı. Arzu Kaprol tarafından tasarlanan, mevsimsel hava ve ısı değişimlerine göre farklı özellikler gösteren, yüksek teknoloji ürünü "akıllı ceket" ziyaretçileri büyüledi. Première Vision İstanbul'da marka elçisi ve kampanya yüzü olarak yer almasını değerlendiren Arzu Kaprol, bu işbirliğini "Première Vision, ben ve diğer moda tasarımcıları için her zaman çok önemli bir ilham kaynağı oldu. Uzun yıllardır Première

Vision'u ziyaret eden uluslararası bir moda tasarımcısı olarak, bu projenin bir parçası olmaktan dolayı gurur ve heyecan duyuyorum. Böyle bir işbirliği için seçilmiş ilk tasarımcı olmak gerçekten mutluluk verici" sözleriyle tanımladı.

Uzman ekipten trendler

Première Vision İstanbul'da profesyonellerin merakla beklediği ve Paris'teki uzman moda ekibi tarafından hazırlanan sezona ilişkin trend bilgileri ise fuarın kalbinde yer alan Trend Alanı'nda yer aldı. Trend Alanı (Hol 1) sayesinde, fuar ziyaretçileri, Sonbahar/Kış 2016-17 sezonu, fuar katılımcılarının koleksiyonları arasında özenle seçilen ürün örnekleriyle tanışma fırsatı buldular. Première Vision İstanbul'daki bir diğer çarpıcı yenilik ise sezonun ana renklerinin çok daha büyük bir formatla fuarda yer alması oldu. Sezonun ana renkleri 1 ve 3. holler arasındaki bağlantı noktasında yer alan Color Bar'da satışa sunuldu.

Gelecek dönemin marka elçisi Bora Aksu

Première Vision İstanbul, Ekim 2015 Fuarı'nda Arzu Kaprol ile gerçekleştirdiği işbirliğinin ardından, Mart 2016 Fuarı için, dünyaca tanınan, yetenekli moda tasarımcısı Bora Aksu'yu marka elçisi olarak seçti. Bora Aksu, bu işbirliğini "Première Vision İstanbul'un bir parçası olmak çok heyecan verici. Première

Vision, biz moda tasarımcıları için, vizyonumuzu oluştururken kullandığımız en önemli araçları sunan eşsiz bir platform. Bu denli hayati öneme sahip bir etkinliğin marka elçisi olmak gurur verici" sözleriyle ifade ediyor. Londra'da yaşayan Türk moda tasarımcısı Bora Aksu, Central St Martin's'den mezun olduğu 2002 yılında dikkatleri üzerine çekmeyi başardı. The Daily Telegraph, The Guardian ve The Independent tarafından "şovun yıldızı" olarak nitelendirilen Aksu'nun koleksiyonu Domenico Dolce ve Stefano Gabbana'nın dikkatini öylesine çekti ki koleksiyonun tamamını satın aldılar. Aksu, yakaladığı başarı ve yarattığı güven sayesinde ARG Group tarafından, kendisine Şubat 2003 Londra Moda Haftası'nda, ilk takvim dışı defilesini yapma olanağı sağlayan sponsorlukla ödüllendirildi. Bu ilk defilenin The Guardian tarafından "en iyi beş defile"den biri olarak değerlendirilmesi, Aksu'ya hemen bir sonraki sezonda Londra Moda Haftası'nın resmi takviminde yer almasını sağlayacak olan "New Generation Ödülü"nü getirdi. Halen Londra Moda Haftası'nın resmi takviminde yer almakta olan tasarımcı, bu ödüle üst üste dört kez layık görüldü. Bora Aksu, kariyeri süresince oldukça belirgin bir tarz geliştirdi. Her zaman karanlık bir yönü olan romantik yarı couture parçaların her biri, zerafet, gizem ve cazibe barındırıyor. Bora Aksu, kariyeri boyunca Adidas, Converse, Anthropologies ve People Three gibi uluslararası markalarla işbirlikleri yaptı; Selfridges'de yedi kere vitrinde yer aldı, Clare Maguire, Tori Amos gibi şarkıcıların yanı sıra Cathy Marston Project adlı dans grubunun da kostümlerini tasarladı. Aralarında Keira Knightley, Sienna Miller, Kristen Dunst gibi isimlerin bulunduğu pek çok ünlüyü giydirdi.

ues varak



Sorunsuz 10 yıkama*

Yüksek ısı dayanımı

Üstün kalite
uygun fiyat



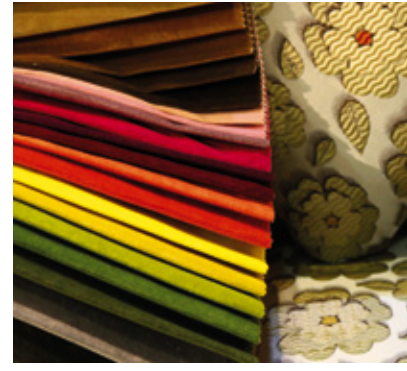
THERMOWASH®

varak baskının en canlı hali...

www.uesvarak.com



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



HOME&TEX'TE EV TEKSTİLİ GÜCÜNÜ ORTAYA KOYUYOR

BU YIL ÜÇÜNCÜSÜ DÜZENLENEN HOME&TEX FUARI BU KISA SÜRE ZARFINDA TÜRKİYE'NİN İKİNCİ, DÜNYANIN İSE DÖRDÜNCÜ BÜYÜK EV TEKSTİL FUARI KONUMUNA GELDİ. YURTİÇİ EV TEKSTİL FİRMALARININ YOĞUN İLGİ GÖSTERDİĞİ FUARDA YABANCI ZİYARETÇİ YOĞUNLUĞU DA DİKKAT ÇEKTİ.

İstanbul Fuarıcılık tarafından Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) işbirliğinde gerçekleştirilen Home&Tex 'Ev Tekstili ve Dekorasyon Fuarı' bu yıl 3'üncü kez düzenlendi. Ev tekstiline ve dekorasyonuna ait tüm ürünlerin bir arada sergilendiği fuarı, yerli ve yabancı 46 bin 61 kişi ziyaret etti. Ev tekstili ve dekorasyonuna dair her türlü ürünün yer aldığı, Home&Tex, Türkiye'nin yanı sıra Rusya, Ortadoğu ve Avrupa başta olmak üzere Bağımsız Devletler Topluluğu, Kuzey Afrika bölgelerinden de toptancıları, perakende noktaları ve dekoratörleri konuk etti. 28 - 31 Ekim tarihleri arasında CNR EXPO'da ziyaretçilerini ağırlayan Home&Tex, 600 katılımcı ile 40 bin metrekare alanda gerçekleşti.

Ev tekstilinin tüm renkleri bir arada Fuarda; tül, perde, brode, döşemelik kumaş, perde aksesuarları, perde mekanizmaları, uyku ve yatak odası ürünleri, mutfak ve yemek odası tekstili, havlu ve

banyo ürünleri, dekorasyon ürünleri, duvar kaplamaları, yer kaplamaları ve iplik türleri ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Home&Tex Fuarı'nın tüm katılımcı firmaları için projelendirilip üretilen stantları, istenilen metre karelerdeki ihtiyaçlara cevap verecek şekilde dizayn edilmesi ile katılımcılara büyük kolaylık sağlıyor. Home&Tex Fuarı, ulusal ve uluslararası satın almacılar ile buluşma, direkt olarak sipariş alma ve sektörel gelişmeleri yakından izleme gibi imkânlar sağlayarak, katılımcı firmaları, genişleyen bu pazarın tüm bileşenleriyle aynı çatı altında buluşturuyor.

Avrupa, Balkanlar ve Ortadoğu'dan ziyaretçi akını

Aralarında Almanya, Fransa, Rusya, Kanada, İran, Çin gibi ev tekstilinde büyük ticaret hacmine sahip ülkelerin de bulunduğu ziyaretçiler, ev tekstili ve dekorasyon dünyasındaki son gelişmeleri ve trendleri takip etmek için "Dünya'nın Ev Tekstili Merkezi"ne dönüşen Türkiye'ye misafir oldu.

Gençlerin kadifede rengi mor ve fuşya

CNR EXPO Yeşilköy'de 600 ev tekstil firmasının katılımı ile düzenlenen Home&Tex'te ev tekstili ve dekorasyonunda kış sezonu trendleri belirlendi. Döşeme kumaş firmaları, 2016 yılında temizliği kolay ve uzun ömürlü olan kadifenin evlerin vazgeçilmezi olacağına dikkat çekerek, genç neslin de artık kadifeye yöneldiğini belirtiyor. Kadifenin Türk kültürünün önemli bir simgesi olduğuna vurgu yapan firmalar, kadife kumaşta gençlerin renk olarak özellikle canlı mor ve fuşya rengine rağbet gösterdiklerinin altını çiziyor.

Fuara hazırlık yapan firmalar kazandı

Home&Tex Fuarı, İran, Ürdün ve Lübnan başta olmak üzere Kuzey Afrika ülkeleri, Rusya, Danimarka, Almanya, Fransa, Türkiye Cumhuriyetleri ve Orta Doğu ülkelerinin de aralarında bulunduğu 67 ülkeden gelen 8 bin 217 alıcıyı ağırladı. Fuarı değerlendiren İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, "Home&Tex Fuarı iç

HOME&TEX, TÜRKİYE’NİN YANI SIRA RUSYA, ORTADOĞU VE AVRUPA BAŞTA OLMAK ÜZERE BAĞIMSIZ DEVLETLER TOPLULUĞU, KUZEY AFRIKA BÖLGELERİNDEN 46 BİN KİŞİ ZİYARET ETTİ.



ŞERAFETTİN DEMİR
İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

“İç piyasada ilgi gören bir fuar olan Home&Tex’e yurtdışından da gelecek yıllarda daha çok ilgi olacağını düşünüyorum.”



ALİ SAMİ AYDIN
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

“Kış koleksiyonlarımızı sergileyeceğimiz bir platforma ihtiyacımız vardı. Home&Tex Fuarı ile sektördeki açığımızı kapattık.”



CENGİZ ÖZMEN
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

“Siyasi belirsizliğin ve ekonominin daha rayında olduğu bir dönemde fuardan çok daha fazla yarar sağlayabiliriz.”

piyasada oldukça ilgi gören bir fuar konumunda. Ortadoğu’da yaşanan olumsuz hadiselerden dolayı yurtdışı katılımını düşük gözlemledim. Fuarla yönelik olarak hazırlık yapan firmalar oldukça iyi sonuçlar yakaladı. Gelecek için önemli bir fuar olduğunu söyleyebilirim. Bu fuarı kesinlikle geliştirmemiz gerekiyor. Önümüzdeki yıl fuarın daha iyi olacağını düşünüyorum” dedi. İTHİB Başkan Yardımcısı Ali Sami Aydın, “Artık ev tekstilinde de koleksiyonları yaz ve kış koleksiyonları diye ikiye ayırıyoruz. Sektör olarak yaz koleksiyonlarımızı EVTEKS Fuarı’nda sergiliyoruz. Kış koleksiyonlarımızı sergileyeceğimiz bir platforma ihtiyacımız vardı. Bu yıl 3’üncüsünü düzenlediğimiz Home&Tex Fuarı ile sektördeki açığımızı kapattık” dedi. Fuar seçiminde asıl kazananlarının ev tekstilcileri olduğunu belirten Aydın, “Dünyanın

dört bir tarafından gelen alıcılar, ev tekstilinde kış koleksiyonlarını ilk kez görmek ve siparişlerini vermek için Home&Tex’i seçti” dedi.

Sektörün cirosuna yüzde 25’lik katkı

Dünyada tekstil sektöründe genel bir düşüş olduğuna dikkat çeken Ali Sami Aydın, fuarın sektörü yükselişe geçirecek önemli bir dinamizm olduğunu ve sektörün toplam cirosuna yüzde 20-25 oranında artı

değer sağlayacağını kaydetti. Home&Tex ile Türkiye’deki fuarcılık sektörüne de büyük katkı sunduklarını belirten Aydın, “Türkiye’de ilk kez hazır stant ile fuar kurulumunu Home&Tex fuarı ile getirdik. 40 bin metrekare alanda hazır stant kurmak gerçekten önemli bir başarı. Diğer sektörlerin fuarlarına da rol model olduk. Burada yaptığımız işle ‘Guinness Rekorlar Kitabına’ bile girebiliriz. Burada dünyada bir ilki gerçekleştirdik” diye konuştu.





Home&Tex sektörün güveni ile büyüyor

Home&Tex Fuarı'nın ev tekstil sektörünün kendine güveninin bir eseri olduğunu belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Cengiz Özmen, "Fuarın bu dönemde komşu ülkelerimizde yaşanan olumsuz gelişmeler, ekonomik çalkantı ve zamanlamasının seçim öncesi olması olumsuz etkileyen etkenler arasında. Fuara katılan firmalarımız iyi koleksiyon hazırlayıp, hazırlıklarını doğru yaparlarsa başarılı olurlar. İyi hazırlanmayan firmaların fuardan sonuç almaları imkansız. Firmalarımızın iş yapma heyecanlarını yüksek tutmaları gerekiyor. Türkiye ev tekstili kaliteli ürün sunduğu gibi yabancı alıcılara finansman konusunda da toleranslı davrandığı için vazgeçilmez bir onumda bulunuyor. Fuarın konsepti ve zamanlaması çok yerinde. Siyasi belirsizliğin ve ekonominin daha rayında olduğu bir dönemde fuardan çok daha fazla yarar sağlayabiliriz. Fuara yabancı ilgisi de oldukça yüksekti" dedi.

Perdeler Türk halkının vazgeçilmezi

Perdeciler ise bir dönem ev ve iş yerlerinde yaygın olarak kullanılan store perdelerle de ilginin azaldığını belirttiler. Perdenin Türk halkının vazgeçilmezi olduğunu belirten Aydın Örme Pazarlama sorumlusu Tuğba Kayalar, "Bu yıl perdelerde pudra, mint tarzı renkler tercih edilecek. Türkiye'nin bölgelerine göre renkleri değişiyor. Doğu illeri perdelerde daha avangard renkler seçerken, Ege ve Akdeniz illerinde daha natürel renkler tercih ediliyor" dedi.



Fuarda; tül, perde, brode, döşemelik kumaş, perde aksesuarları, perde mekanizmaları, uyku ve yatak odası ürünleri, mutfak ve yemek odası tekstili, havlu ve banyo ürünleri, dekorasyon ürünleri, duvar kaplamaları, yer kaplamaları ve iplik türleri ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.



NİZAMMETTİN KÜÇÜKOĞLU
Plasmen Satış Müdürü

Home&Tex Fuarı yurtiçine yönelik olarak konumlanmış bir fuar olarak üçüncü dönemini gerçekleştirdi. Sektörün bu fuarın önemini kavradığını ancak daha da alınacak çok yolun olduğunu düşünüyorum. Fuarın ekim ayı sonu kasım başında düzenlenmesi de Türkiye'de perakende sektörü için iyi bir zamanlama. Perakende sektörü Mayıs ayında düzenlenen Evtex Fuarı'na odaklandıkları için buranın önemini halen tam olarak oturtamadıklarını söyleyebilirim. Sektörün bu tarz bir ezberden çıkması gerekiyor. Fuarın daha fazla tanıtımının yapılması ve sektör tarafından bilinirliğinin de artırılması gerekiyor. Fuarın stant yapısında da ürünlerin daha kolay teşhir edilmesine dönük düzenlemeler yapılması gerekiyor.

İhracatçının gözü fuarın üzerinde

Fuar hakkında konuşan Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği Başkanı Yaşar Küçükçalık, fuarların sektör için büyük önem taşıdığına dikkat çekerek "Home&Tex Fuarı, Türkiye'nin ikinci, dünyanın ise dördüncü büyük ev tekstili fuarı olarak bizler için çok değerli. Sadece üç yıl içerisinde gelinen noktaya bakıldığında, ülkemiz için ev tekstili sektörünün ne kadar büyük önem taşıdığına görmek mümkün" dedi. TETSİAD Yönetimi ve üyeleri tarafından büyük önem verilen, yurtiçi ve yurtdışında çeşitli organizasyonlar ve yayınlarla duyurusu yapılan Home&Tex Fuarı, Türk ev tekstili sektörü ihracatının büyümesinde önemli bir rol oynuyor. İhracat ve dış ilişkilerin yanı sıra, iç piyasaların gelişmesinin de sektör için büyük önem taşıdığı savunan TETSİAD, Home&Tex Fuarı ile ülke içi piyasaların da hareketlenmesine katkı sağlıyor" dedi.



HAKAN PAMUK
Pamuklar Tekstil Şirket Ortağı

Ev tekstil sektöründe ürünlerin hedef kitlesine ulaşması açısından fuarlar oldukça önemli etkinlikler arasında bulunuyor. Bu anlamda Türkiye ev tekstilinde sahip olduğu gücü düzenlenen fuarlar aracılığıyla sergiliyor. Home&Tex Fuarı'nda genç bir fuar olmasına rağmen önemsenen bir konuma gelmiş bulunuyor. Fuarın bu döneminde beklenmeyen olumsuzlukların yaşanmasından dolayı beklenen verimin alınmadığını görüyoruz. İç piyasaya yönelik bir fuar olarak zamanlama konusunda daha fazla üzerinde düşünülmesi gerekiyor görüşümdedir. Fuar ağustos sonu ya da şubat ayında düzenlenirse belki daha iyi sonuçlar alabiliriz. Fuarın daha fazla geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum.



ÖNDER İŞİK
Işıksar Tekstil Paz. Sorumlusu

Home&Tex Fuarı'nın Türkiye ev tekstil sektörü için önemli bir etkinlik olduğunu belirtmeliyim. Özellikle koltuk üreticilerine ulaşmamız açısından zamanlamasının çok doğru olan bir fuar konumunda. Bu yıl fuarın 1 Kasım'da düzenlenen genel seçim öncesine gelmesi ve konjunktörel bazı olumsuzluktan dolayı beklenen etkiyi yakalayamadığını söyleyebilirim. Ancak fuarın önümüzde ki yıllarda geliştirilerek daha güçlü sürdürülmesi şart. Bu yıl geçen sene ile karşılaştığımızda stand renklerinin daha iyi olduğunu söyleyebiliriz. Standlarda beyaz rengin kullanılması çok iyi olmuş. Stand içlerine dair bir şikayetimiz yok ancak fuarın dış yapısına yönelik olarak daha estetik çalışma yapılabilir.



HASAN KÜRŞAT BAYRAM
Bayramlar Tekstil YK Başkan Yard.

Home&Tex Fuarı, Türkiye ev tekstil sektörü için her dönem daha fazla artıran bir konumda bulunuyor. Ancak bu dönem beklenmedik bir şekilde tarihinin seçim öncesine gelmesini bir olumsuzluk olarak ele alabiliriz. Firmaların fuarlarda başarılı olmaları için etkinliğe iyi hazırlanmaları şart. Biz de 300 personel ile ayda yarım milyon metre üretim yapan bir ev tekstil firması olarak fuara çok iyi hazırlanıyoruz. Mayıs ayında düzenlenen Evteks Fuarı yurtdışına odaklanan bir yapısı varken, bu fuar ise yurtiçi alıcılara hitap ediyor. Ev tekstili konusunda faaliyet yapan bütün firmaların bu fuarı takip etmeleri gerekiyor. Fuarın gelecek dönem daha titizlikle ele alınması gerekiyor.





TEKSTİLİN GÖZÜ JAPON PAZARINDA

İTHİB ÖNCÜLÜĞÜNDE TÜRKİYE'DEN 8 TEKSTİL FİRMASI JAPONYA'NIN EN ÖNEMLİ TEKSTİL ETKİNLİĞİ OLAN JITAC EUROPEAN FUARI'NA KATILDI. ÖZELLİKLE EV TEKSTİL İHRACATI YAPAN TÜRK FİRMALARI, BU PAZARDA DAHA ETKİN OLMA ARAYIŞINDA.

Japon İthal Tekstiller Ajansı Konseyi (The Japan Imported Textiles Agency Council - JITAC) tarafından 6-8 Ekim 2015 tarihleri arasında 31'inci dönemi düzenlenen JITAC European Textile Fair Fuarı, Tokyo International Forum dahilinde 300'ün üzerinde Avrupalı hazır giyim kumaşı üreticisini 3 bin profesyonel alım grubu temsilcisi ve tasarımcı ile buluşturdu.

Türkiye'den Japonya'ya yoğun ilgi İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından üçüncü kez

info stand katılımı gerçekleştirilen fuara Türkiye'den bireysel düzeyde 8 tekstil firması katıldı. Akın Tesktil, Bahariye Mensucat, Mert İpek ve Kipaş kendi standlarında, kendi temsilcileri ile temaslarda bulunurken; Almodo, Yünsa, Söktaş ve Tan Tekstil acenteleri ile birlikte fuarda ticari görüşmelerini gerçekleştirdiler. Fuarın son dönemlerinde düzenli olarak koleksiyonları sergilenmekte olan İpeker Tekstil'in yanı sıra, İTHİB tarafından Haziran 2015 döneminde gerçekleştirilen JITAC Alım Heyeti çerçevesinde Japon acentelerle irtibat

kuran Nuryıldız Tekstil ve Özlem Kumaş firmalarının da ürün numuneleri fuarda sergilendi. JITAC European Textile Fair Fuarı kapsamında İTHİB'e tahsis edilen 18 metrekare büyüklüğündeki info stand dahilinde, fuara Türkiye'den katılan ve temsil edilen firmaların Japonca ve İngilizce ürün ve irtibat bilgilerini içeren özel fuar katalogları da dağıtıldı.

Ev tekstilcileri fırsatları araştırdı Türkiye Ev Tekstili ve Sanayici İş Adamları Derneği (TETSİAD) işbirliği ile bu dönem

Neden Japonya'ya ihracat yapmalıyız?

1. Japonya ekonomisi dünyanın ilk 5 ekonomisi arasında.
2. Japonya'nın toplam ithalatı dünya genelinde uzun yıllardır ilk beşte yer almakta.
3. Japonya kısıtlı doğal kaynaklara sahip bir ülke. Gıda ve tekstil sektöründe önemli ithalatı var.
4. Japonya'nın kişi başına düşen milli geliri yüksek. Bu Japon tüketicilerinin kaliteli ürünlere hak ettiği bedeli ödeyebileceği anlamına geliyor. Bu durum Türk firmaları için özellikle organik gıda ve tekstil konusunda önemli avantajlar oluşturabilir.

ilk kez olarak ev tekstili üreticisi firmaların ürünleri ve tanıtım broşürleri de ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Bu güncel uygulama ile alım gruplarının gerek Türk ev tekstili ürünlerine ilgisi ölçülmüş ve fuarda bir ev tekstili bölümü açılması, Türk firmaların bu bölümde öncülük etmesi imkanları da değerlendirildi.

JITAC temsilcilerinin aracılığı ile öncelikle Japonya'da güçlü bir dağıtım kanalına sahip olan ev ve yaşam biçimi ürünleri mağazalar zinciri Nitori yetkililerine, fuar öncesinde ön numune gösterim yaptırılarak, fuar esnasında da bu görüşmeler sürdürüldü. Ev tekstili ürünlerinin sergisine ayrılan İTHİB İfo Stand alanında, Ankara Tekstil,

İTHİB TARAFINDAN ÜÇÜNCÜ KEZ İFO STAND KATILIMI GERÇEKLEŞTİRİLEN JITAC FUARI'NA TÜRKİYE'DEN BİREYSEL DÜZEYDE AKIN TEKSTİL, BAHARİYE MENSUCAT, MERT İPEK, KİPAŞ, ALMODO, YÜNSA, SÖKTAŞ VE TAN TEKSTİL KATILDI.

Aydın Tekstil, Plasmen, Koçaklar Tekstil ve Zorlu Tekstil gibi önde gelen firmalarımızın ürünleri ve tanıtım malzemeleri ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Anılan firmalarımızdan Zorlu Tekstil ile TETSİAD temsilcileri info stand dahilinde ziyaretçilerle görüşmek üzere hazır bulundu.

Ziyaretçi sayısı düşük, nitelik yüksek

Ziyaretçi sayılarına bakıldığında fuarın önceki döneme kıyasla daha az ziyaretçi çektiği katılımcılar ve İTHİB temsilcileri tarafından belirtildi. Fuar idaresinden yapılan açıklamada, JITAC Fuarı'nın mevcut Tokyo International Forum Kongre Merkezi'nin takvimine göre belirlendiği; bu nedenle 15-17 Eylül tarihinde düzenlenen Premiere Vision Paris Fuarı'ndan bir ay sonra düzenlemeyi planladıkları fuarı, daha erken düzenlemek zorunda kaldığı; böylelikle de ziyaretçi sayısının 2015 Mart dönemine kıyasla daha az sayıda gerçekleştiği fuar müdürü ve JITAC yetkilisi Takaharu Uchinuma tarafından ifade edildi.

Diğer taraftan Türkiye'den fuara katılan tekstil firmaları tarafından belirtildiği üzere alıcı kalitesi yüksek nitelik seviyesini bu dönemde de korumuş, fuarda varlık göstermeye başlayan yeni katılımcılar için önemli alım grupları ile tanışma fırsatı yakalandığı kaydedildi.

Türk üreticilere genel olarak, Japonya pazarının ticari ilişkilerin, aracılık ve dağıtım



AHMET ÖKSÜZ
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Japonya dünyanın çok büyük bir ekonomisi olduğu için önemli bir pazar. JITAC Fuarı'ndan sonuç almak için sürekliliği sağlamak gerekiyor. Japonya'ya ihracatımız çok düşük, bu pazarda ihracatımızı artırmamız lazım. Bundan dolayı bu fuara bundan sonrada devam etmek gerekiyor. Geçen yıl fuarı düzenleyen acenta ile bir iş birliği yapmıştık. Firmalarımız ihracat yapmaya başladılar bu pazara. Firmalarımızın bu ülkede iyi bir temsilcilerinin olması gerekiyor. Uzaktan iş yapmak çok zor. İtalya, İngiltere'den aldıkları kumaşlardan alternatif kumaşlar almak istiyorlar Türkiye'den. Genel olarak alıcı kitlenin bulunduğu bir alan olan JITAC Fuarı en doğru adres konumunda.

kanallarının etkin kurulabilmesi için uzun soluklu gayret gerektiren; ilk birkaç yıl zarfında düşük asgari sipariş miktarlarına ve özellikle Japon alıcıların özel tasarım taleplerine yanıt verebilecek bir yaklaşımın edinilmesi öneriliyor.

Pazar koşulları ve alıcı tutumları açısından, Japonya'nın ve dünya ekonomisinin son bir yıl zarfındaki seyrine paralel olarak yüksek fiyat grubunda hazır giyim alımı konusunda yerel alıcıların daha çekimser davrandığı; ancak özellikle genç alıcı kitlesinin geleneksel ev dekorasyonu tarzlarından uzaklaşarak batılı yaşam tarzı ürünleri-



İTHİB İfo Standında, Türk tekstil firmaları, Japon alıcılar ile bir araya gelerek görüşmeler yaptı.



EMEL ÖZUSLU
Bahariye Mensucat İhracat
Bölge Satış Şefi

Japonya, bizim en önemli pazarlarımız arasında olup ihracat yaptığımız ülkeler arasında ilk üçte yer alıyor. Bu pazar payımıza uzun yıllar süren birebir görüşmeler sayesinde; Japon kültürünü anlayıp gerekli çalışma şartlarını sağlayıp uygun ürünler geliştirerek ulaştık. Pazarı girdikten sonra, büyük bir hata yapmadığımız sürece, Japon firmalarının çok sadık ve etik olduklarını gözlemledik. Dil ve saat farkından dolayı kesinlikle yerel bir acente ile çalışılması gerekiyor. JITAC Fuarı'na katılmanın portföyümüze yeni müşteriler kazandırmak için gerekli olduğunu düşünüyoruz.

ne yönelmesiyle ev tekstili konusunda pazarda önemli fırsatların mevcut bulunduğu JITAC temsilcileri tarafından iletildi. Diğer taraftan fuar kapsamında özel bir ev tekstili bölümü oluşturulmasının yakın dönemde mümkün bulunmadığı, ancak Japonya'da temsilcilik ilişkileri kurmak isteyen tekstil firmalarına JITAC temsilcilerinin destek verebileceği bilgisi alındı. Uluslararası fuarlar takvimine daha uygun olarak, gelecek dönemde 26-28 Nisan tarihleri arasında düzenlenmesi planlanan ve ziyaretçi sayısı, niteliği açısından daha da başarılı olması beklenen fuarda Türkiye'den üreticilerin artan sayıda varlık göstermeleri bekleniyor.



Fuara katılan Türk tekstil firmaları fuarın bu döneminde de önemli Alım Grupları ile tanışma fırsatı yakalayıp, Japonya'nın niteliği yüksek ürün arayışında olan firmalar ile buluşma şansı yakaladı.

Japon pazarını büyük şirketler yönlendiriyor

Japon tüketiciler kalite ve tasarım konusunda oldukça geniş bilgi sahibi olduklarından, kaliteli ve katma değeri yüksek ürünleri tercih ediyorlar. Bundan dolayı, Japon pazarı dünyaca ünlü pek çok markanın ve firmaların ana hedef seçtiği pazarlardan birisi konumunda. Bu durumun temel sonucu olarak da, firmalar arasında hem pazara girme hem de pazarda tutunma ve fiyat tutturma konusunda yoğun rekabet yaşanıyor. Japonya'ya yapılan tekstil ve konfeksiyon ithalatı genel olarak çok büyük "ticaret şirketleri" tarafından yönlendiriliyor. Yıllık karı 1 milyar doları geçen çok sayıda ticaret şirketi bulunmakta. Bu şirketler, dünya geneline yayılmış aracı şirketleri ve kadrolarıyla her türlü malın ticaretini gerçekleştirmekte ve ithal etiketleri ürünleri, Japonya'daki dağıtım kanalları aracılığıyla pazarlamakta. Dolayısıyla Japonya piyasasında oligopolistik bir yapı mevcut ve bu yapının aşılması doğrudan



ticari ilişkilere girilmesi çok yoğun ve uzun vadeli çabalar gerektirmekte. Öte yandan, piyasada yoğun bir rekabet ortamı bulunduğu da göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu rekabet, düşük fiyatlı mallar arasında olduğu kadar, yüksek fiyatlı markalı ürünlerde de mevcut. Özellikle büyük mağazalar, markaları tekellerine almak için yoğun çaba gösteriyor.

Japonya'da satın alma hacmi yüksek

Japon aile bütçesi geleneksel olarak gıda, barınma, giyim ve diğer gereksinimlere odaklı. Ancak son zamanlarda zorunlu olmayan maddelerin tüketimi toplam tüketim harcamalarının yaklaşık yarısına tekabül ediyor. Bu eğilimin gelecekte de sürmesi bekleniyor. Ekonomik ve sosyal şartların değişmesi, bunun yanı sıra nüfusun giderek yaşlanması kişilere hobilerini gerçekleştirmek için daha fazla boş vakit sağlıyor. Kadınların sosyal durumundaki gelişmeler çok daha çeşitli ve özel tercihlerin ortaya çıkmasına yol açıyor. Sağlık

Japonya'ya ihracat yaparken dikkat edilmesi gereken noktalar!

1. Dil Bariyeri: Japonya'da dil bariyeri önemli bir engel. İngilizce kullanımı konusunda bazı sıkıntılar yaşanıyor. Bu yüzden iş görüşmelerinde çoğu zaman bir tercüman kullanılması gerektiği hatırlanmalı.

2. Dakiklik: Japonya için dakiklik iş hayatının vazgeçilmezi. Çoğu zaman iş görüşmelerine Japon firmalar toplantı saatinden 10-15 dakika önce geliyorlar. Bu yüzden Japonya ile çalışmak için ilk önce Türk tipi zaman anlayışını bir kenara bırakmak gerekiyor.

3. Kartvizitler: Japonya'daki iş görüşmeleri kartvizitlerin değiştirilmesi ile başlıyor. Japon iş kültürü formal ilişkilere çok büyük önem atfettiği için kartvizit kullanımına özen gösterilmeli. Ayrıca Japonya'da kullanılacak kartvizitlerin İngilizce ve Japonca olarak düzenlenmesi düşünülmeli.

4. Problemlerin Çözümü: Japon iş kültüründe ortaya çıkan problemlerin açıkça tartışılmasından kaçınma eğilimi gözlenmektedir. Dolayısı ile eğer bir sorun çözülmek isteniyor ise o problem ile ilgili olarak bir sunum hazırlanması yoluna gidilmesinde fayda var. Bu hazırlanacak olan sunumda problemin tanımı yapılmalı ve her iki tarafın sorumlulukları ayrıntılı olarak ele alınmalı. Böylece Japon tarafın problem ile ilgili olarak görüş beyan etmesi sağlanmaya çalışılmalı.

5. Formaliteler: Japon iş hayatı geleneksel formal düzen üzerine kurulmuştur. Japonya ile iş yaparken karşı tarafa yeterli zamanı vermenizdir. Unutmayın Amerikalılar ne kadar pragmatik karar vericiler ise Japonlar da o kadar ince eleyip sık dokuyan bir iş kültürüne sahip. Bu formal düzeni her adımda hissetmeye hazır olun.

hizmetlerine yapılan harcamalar, özel pansiyonlar, emeklilere sağlanan kolaylıklar, sosyal ve eğitsel hizmetler, günlük bakım merkezleri giderek artıyor. Sonuç olarak Japon tüketicisi mal ve hizmet seçiminde giderek daha seçici olmakta. Japonya piyasası çok iyi eğitilmiş ve bilinçli bir tüketici kitlesine hitap ediyor. Japonya'da yaşam standardı çok yüksek ve tüketiciler kaliteli ürünleri satın alabilme ve seçme şansına sahip. Japon piyasası toplam satın alma hacmi itibarıyla dünyadaki ikinci en büyük pazar. Tüketim ve gelir, yaş ilerledikçe artıyor. Hemen bütün Japon çalışanları

yıldan en az iki kere maaşlarına ek olarak ikramiye alıyor. Bu ikramiyeler, yaz ortası ve aralık aylarına rastlıyor. Bu dönemler aynı zamanda Japonya'nın iki büyük "hediye verme" dönemine rastlıyor. İkramiye dönemleri tüketimin arttığı dönemler, dolayısıyla pazarlamanın en yoğun olması gereken zamanlar. Uluslararası standartlara göre Japonlar gelirlerinin yaklaşık yüzde 24'ü gibi önemli bir kısmını tasarrufa ayırabilmekte. Bu eğilim arazi ve konut fiyatlarının çok pahalı olmasından kaynaklanıyor. Japon tüketiciler ürün kalitesinin yanı sıra satış sonrası hizmetlere de çok önem vermekte. Moda ve marka, Japon tekstil ve konfeksiyon tüketicisi için giderek daha fazla öneme sahip olmakta. Ayrıca belli gruplara ait insanların bir örnek giyinmesi ya da belli bir takıyı takmaları oldukça yaygın bir durum.



Fuarın bu döneminde Türk ev tekstil üretici firmaları ürünlerinin tanıtım broşürlerini ziyaretçilere sunarak, fuarda bir ev tekstil bölümü açılması ve Türk firmalarının bu bölümde öncülük etmesi imkânları değerlendirildi.



10 YILINA İDDİALİ GELİYOR

DOSSO DOSSI FASHION SHOW 10'UNCU YILINA İDDİALİ ORGANİZASYONLARIYLA GELİYOR. ETKİNLİĞİN 10'UNCU YILINA ÖZEL HAZIRLANAN KAMPANYANIN STARTI UKRAYNA'NIN BAŞKENTİ KİEV'DEN VERİLDİ. HER ORGANİZASYONDA PODYUMA BİR TOP MODEL ÇIKARMA GELENEĞİNİ BU YIL DA DEVAM ETTİREN DOSSO DOSSI, VICTORIA SECRET'İN GÜZEL MANKENİ CANDICE SWANEPOEL'İ TÜRKİYE'YE GETİRİYOR.

İş ve tatil birleştirdiği özgün konsepti Dosso Dossi Fashion Show 10'uncu yılına özel tanıtım ataklarına startı verdi. Dosso Dossi Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan'ın mucidi olduğu Dosso Dossi Fashion Show, geleneksel fuar anlayışına farklı bir soluk getirme iddiasıyla 10 yıl önce 11 üretici firma ve 45 alıcı ile çıktığı bu yolda 10 yıl içinde Türkiye'nin en büyük fuar organizasyonu haline geldi. Haziran ve aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen Dosso Dossi Fashion Show yıllar içerisinde edindiği tecrübe ile

30 ülkeden 120 üretici firmayı 5 bin alıcı ile buluşturarak 50 milyon dolar ciro elde ediyor. Hazır giyim sektörünün durgun olduğu dönemlerde 30 bin kişiye istihdam imkânı sağlayan Dosso Dossi Fashion Show, İstanbul'daki lojistik üssünden 30 ülkede 200 şehre ürün sevkiyatı gerçekleştiriyor. Güçlü lojistik altyapısı sayesinde siparişler en geç 45 gün içinde alıcıya teslim ediliyor. Dosso Dossi Fashion Show her organizasyonda podyuma bir top model çıkarma geleneğini bu yıl da devam ettiriyor. Antalya'da 16-21 Aralık tarihleri arasında düzenlenecek et-

kinlikte bu kez Victoria Secret mankenlerinden Candice Swanepoel podyuma çıkacak. Etkinlikte ayrıca Mustafa Sandal'ın yanı sıra Rusya'nın en ünlü pop müziği sanatçısı Gregory Leps, Rumen şarkıcılar Inna ve Otilia ile Akcent Grubu sahne alacak.

Krizi fırsata çeviriyoruz

Dosso Dossi Fashion Show ile Türkiye ve dünyada adından söz ettiren Hikmet Eraslan, Rusya'nın da aralarında bulunduğu BDT ülkelerinde tanıtım atağı başlattı. Hikmet Eraslan, Dosso Dossi Fashion Show'un



10'uncü yılı için hazırlanan kampanyanın startını Ukrayna'nın başkenti Kiev'den verdi. Kampanyanın sadece Dosso Dossi Fashion Show'un değil hazır giyim sektörünün ve Türkiye'nin tanıtımı anlamına geldiğini vurgulayan Eraslan, "Sancılı dönemlerde firmalar önce tanıtım bütçelerinden tasarruf etmeyi gündemlerine alırlar. Ben tam aksini düşünüyorum. Krizi fırsata çevirme hedefiyle çok iddialı bir tanıtım atağı başlatıyoruz. Kampanya için 3 milyon dolarlık bir bütçe ayırdık. Hazır giyimde firma bazında devletten bir kuruş destek almadan yurtdışında en büyük tanıtım bütçesini kullanıyoruz. Bu yönüyle Dosso Dossi olarak yine bir ilke imza atıyoruz. Bölge ülkelerinde en çok izlenen moda ve müzik kanallarının yanı sıra gazetelerde, internet medyasında ve billboardlarda iki ay boyunca Dosso Dossi Fashion Show'un tanıtımları olacak. Ukrayna'nın ardından Rusya, Kazakistan, Kırgızistan ve Azerbaycan'da özel etkinlikler düzenleyeceğiz. İki ayın sonunda bölge ülkelerinde yaşayan 350 milyonluk nüfusun tamamına mesajımızı ulaştıracağız" ifadelerini kullandı.

Dosso Dossi Fashion Show iddialı geliyor

Dosso Dossi Fashion Show'un müşteri kitlesinin ağırlıklı bölümünü oluşturan BDT ülkelerinde yüzde 100'e varan devalüasyonlar olduğunu hatırlatan Hikmet Eraslan, "Böyle dönemlerde eldeki pazarı

korumak bile büyük başarı. Biz bir yandan mevcut müşterilerimizle bağımlı canlı tutup, potansiyel müşterilerimizde merak uyandırırken diğer yandan ülkemizin ve hazır giyim sektörünün imajının korunmasına katkı sunacağız" dedi. "Ukrayna'dan startını verdiğimiz tanıtım projesi ile geçen yıl 18,7 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşmak için büyük çaba harcayan sektörümüz için itici güç olacağız. Bir başka ifadeyle kriz döneminde ekip vakti gelince biçeceğiz" diye konuşan Eraslan, Antalya'da 10 yılda 19 organizasyonda toplam 65 bin kişi ağırladıklarını ve 600 milyon dolar ciroya ulaştıklarını söyledi. 16 Aralık'ta başlayacak Dosso Dossi Fashion Show'a çok iddialı hazırladıklarını altını çizen Eraslan, şöyle devam etti: "120 yerli üretici firmada çalışan binlerce kişi, Dosso Dossi Fashion Show için haftalardır fazla mesai yapıyor. Antalya'da bu kez 30 ülkeden 6 bin kişiyi misafir edeceğiz. Diğer ziyaretçiler ve teknik ekiplerle birlikte kış ortasında en az 10 bin kişilik insan trafiği yaratarak Antalya turizmine canlılık getireceğiz. Sıkıntılı dönemlerinde müşterilerimizin yanında olduğumuzu göstermek için en az 15 bin dolarlık alışveriş yapma zorunluluğunu kaldırdık. Misafirlerimiz, limit kaygısı gütmeden alışverişlerini yapabilecekler. Limit koymadığımız halde ciromuzun yüzde 20 artışıyla 55 milyon dolara çıkmasını bekliyorum."



HİKMET ERASLAN
Dosso Dossi Holding YK Başkanı

"Ukrayna'dan startını verdiğimiz tanıtım projesi ile geçen yıl 18,7 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşmak için büyük çaba harcayan sektörümüz için itici güç olacağız."





TİCARİ BAĞLAR ALIM HEYETLERİ İLE GÜÇLENİYOR

İTHİB, SIRBİSTAN VE BELARUS'TAN GELEN HEYET YETKİLİLERİNİ AĞIRLADI. İTHİB'İN ORGANİZASYONUNDA TÜRK FİRMALAR İLE YABANCI ALICILAR İKİLİ GÖRÜŞMELER KAPSAMINDA BİR ARAYA GELDİ.

İTHİB, düzenlediği alım heyeti programlarıyla tekstil sektörüne ivme kazandırıyor. İTHİB, 19 Ekim Pazartesi günü Sırbistan Alım Heyeti ile 21-23 Ekim tarihleri arasında Belarus Heyeti Dış Ticaret Kompleksi'nde Türk firmalar ile yurtdışından gelen alıcıları bir araya getirdi. İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Şerafettin Demir, Vehbi Canpolat, Cengiz Özmen ile Sırbistan Heyeti FACTS Yetkilisi Sladjana Milojevic ve Beba Kids firması yetkilileri sektörel işbirlikleri için bir araya geldi. Sırbistan İş Kümesi firmalarının, tekstil ve hammaddeleri tedarikinin büyük bir kısmını Türkiye'den yapmaları sebebiyle, heyetten ve katılımdan çok memnun olduklarını, gelecek dönemde de katılmak istediklerini aktardılar. Sırp Heyet, Türk firmaların en önemli tedarikçileri olduğunu ve gelecekte iş hacmini artırmak istediklerini belirtti. İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, gerek iki ülke arasındaki ticaret hacminin artırılması, gerek Türk firmaları tarafından yatırım olanaklarının araştırılması açısından, Sırbistan'ın istihdam, enerji maliyetleri ve diğer anahtar istatistikleri gibi sorularını FACTS yetkilisi Sladjana Milojevic'e yöneltti. Toplantıda ayrıca iki ülke arasında

yeni yılda ticaret heyeti düzenlenmesine ilişkin fikir alışverişini de yapıldı.

Heyet memnun ayrıldı

Belarus'tan tekstil ve hazır giyim sektörlerinde faaliyet gösteren 9 firmanın dâhil olduğu bir heyet, beraberlerinde Belarus Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği Müsteşarı Evgeny Lipen ile İTHİB yetkilileri bir araya geldi. Ayrıca söz

konusu heyete Belarus Cumhuriyeti Belneftekhim Devlet Konsorsiyumu bünyesinde yer alan çeşitli sentetik lif ve iplik alıcı ve satıcılarından oluşan 6 firma da Konsorsiyum Dış İlişkiler Direktörü eşliğinde katılım sağladı. Bunun yanı sıra Belarus Cumhuriyeti Bellegprom Devlet Konsorsiyumu bünyesinde yer alan 3 firma da katıldı. Belarus Heyeti ile ikili görüşmeler kapsamında, 14 Türk firması bir araya geldi. Ziyaret programı kapsamında ikili görüşmelerin yanı sıra Türk tekstil sanayinin tasarım gücünü ve kapasitesini Belarus firmalarına birinci ağızdan aktarabilmek amacıyla Belarus Heyetinin İTHİB tarafından düzenlenen 10'uncu Kumaş Tasarım Yarışması'na katılımları organize edildi. Heyet, İstanbul'da üçüncüsü düzenlenen Première Vision İstanbul Fuarı'm da ziyaret etti. Heyet daha sonra İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin de katıldığı bir akşam yemeğinde bir araya geldi. Toplantıda Belarus Heyeti ve Belarus Büyükelçiliği İstanbul ziyaretlerinden büyük memnuniyet duyduklarını belirterek İsmail Gülle'ye bu organizasyona desteklerinden dolayı teşekkür etti. Ayrıca iki ülke arasındaki ticari bağı güçlendirmek adına İTHİB ile bir Memorandum of Understanding imzalamak istedikleri Belarus Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği Müsteşarı Evgeny Lipen tarafından beyan edildi.



STOLL

WWW.GKS.STOLL.COM

WWW.MAYERMUMESSILLIK.COM.TR

GKS

Hızlı, basit ve verimli - GKS programı, tamamiyle boyutlandırılmış ve fonksiyonlar atanmış kalıp parçalarını, tüm farklı desen varyasyonları için uygulayabilir. GKS'yi kullanarak ilk prototip kalıbı hızlıca oluşturabilir, sonrasında üzerinde istendiği miktarda değişiklik uygulayabilirsiniz.

Sezgisel, modern, kullanıcı dostu - kalıpları hazırlama, değiştirme ve sınıflandırma işlemi artık hiç problem değil! Size sunulan sayısız araç çubuğu yardımıyla, kalıplarınızı verimli bir biçimde zamanında oluşturmanın zevkini çıkarın.





ASGARI ÜCRET ARTIŞI İŞ DÜNYASINI TEDİRGİN EDİYOR

SEÇİMLER SONUÇLANDI VE TÜM TELAŞE YERİNİ GELECEK ÖNGÖRÜLERİNE BIRAKTI. KUTUPLAŞMA ODAKLI KAMPANYA SÜRECİNİN BELKİ DE EN BİRLEŞTİRİCİ UNSURLARINDAN BİRİ OLAN ASGARI ÜCRET ARTIŞI VAADI İSE BU ÖNGÖRÜLERİN EN TARTIŞILANLARININ BAŞINDA GELDİ. PEKİ, GENİŞ KESİMLERİ MEMNUN EDEN BU VAAT, EKONOMİK ANLAMDA GERÇEKÇİ VE DOĞRU MUYDU?

Yoğun geçen seçim süreci sonucunda Türkiye tercihini yaptı. Sonuçlar, ülkedeki siyasi tansiyonu düşürürken, geleceğe yönelik öngörülerin konuşulmaya başlanması için ise çok beklemek gerekmedi. Siyasi rejimde yaşanacak değişiklikler de başta olmak üzere, özellikle ekonomik anlamda cevaplanması gereken birçok soru hiç vakit kaybetmeden masaya yatırıldı. Belki seçimin kaybedenleri değil, ancak kazananının kampanya süreci boyunca bulunduğu vaatlerin ne ölçüde arkasında duracağı en yetkili ağızlardan gelen açıklamalarla birtakım kanaatlerin oluşmasının da önünü açtı. Bu vaatlerin arasında belki de en dikkat çekici olanı ve seçime giren hemen hemen tüm partilerin programlarında yer alan 'asgari ücret artış' vaadi, bir yandan hükümetin

metin samimiyet testine tabii tutulmasına, bir yandan da vadin kendisinin tartışmaya açılmasına imkan verdi. Asgari ücretler üzerinde sağlanacak yüzde 30 oranında bir iyileştirmenin büyük ekonomik sonuçlar doğuracağı endişesinin hakim olduğu seçim sonrası şu günlerde, hükümetin, seçim öncesi 'siyaseten doğru' sayılabilecek ancak seçim sonrası 'akılcı' kabul edilmesi zor bu vadinin altından nasıl ve ne ölçüde kalkacağına yönelik endişe, özellikle iş dünyasının, geniş ölçüde paylaşıyor. İş dünyasının, günümüz evrensel işçi-işveren ilişkisine uygun olmadığı görüşünde birleştiği bir diğer husus ise İş Mahkemeleri. İş dünyası, çağın bir gereği olarak, daha demokratik ve hukuki bir zeminde çözülmesi amacıyla kurulan İş Mahkemelerinin, modern devletler-

de görülen bir işleyişe sahip olduğu fikrini paylaşıyor. Özellikle, her türlü işçi hakları uyuşmazlığında İş Mahkemelerinin bilirkişi müessesesini çalıştırması ve bilirkişiden gelen rapor doğrultusunda karar vermesi, ilişkileri, işverenler açısından sürdürülmesi zor bir noktaya getirmiş gözüktüyor. İş dünyasının önerisi ise bilirkişiye müracaat hususunun sınırlandırılması ya da yürürlükten kaldırılması.

Tüm maaş dengeleri yükseliyor

Asgari ücret, işçilere bir çalışma günü karşılığı olarak işverence ödenen ve işçinin gıda, konut, giyim, sağlık, ulaşım gibi ihtiyaçlarını günün fiyatları üzerinden en az düzeyde karşılamaya yetecek ücret olarak tanımlanıyor. Asgari ücret ekonomik olduğu kadar



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

AK Parti seçim öncesi asgari ücreti 1.300 liraya çıkarmayı vaat etti. Yılbaşında bu sözün yerine getirileceğini tahmin ediyorum. Keşke çalışmamızın eline daha fazla para geçse, keşke asgari ücret 1300 lira değil de daha fazla olabilse. İşçimizin refah düzeyinin yükselmesini biz de çok arzu ediyoruz. Bizim için önemli olan asgari ücret üzerindeki vergi yükü. İşveren 1000 lira asgari ücret için devlete 510 lira ödüyor. Dünyanın hiçbir yerinde böyle bir maliyet göremezsiniz. Beklentimiz, asgari ücret üzerindeki ağır vergi yükünün tamamen kaldırılması ya da en azından hafifletilmesi. Seçimden önce yaptığımız görüşmelerde bizlere asgari ücrete yapılacak zammın işverene ek bir yansımalarının olmayacağı söylenmişti. Hükümetimizin bu hassasiyeti dikkate alacağını umuyorum. Asgari ücrete yapılacak artışın doğrudan maliyetlere yansımaları olacak. Özellikle istihdam deposu olarak bilenen hazır giyim endüstrisi bu süreçten en çok etkilenen sektör. Bu da ister istemez uluslararası pazarlarda rekabet şansımızı zorlayacak. Ben, asgari ücret artışının, istihdam üzerindeki etkisinden çok bu boyutuyla değerlendirilmesinin doğru olacağını düşünüyorum. İşçilerin işveren aleyhine açtıkları davalarda iş mahkemeleri hemen her dosyayı bilirkişiye sevk ediyor ve yargılama çoğu zaman işveren aleyhine sonuçlanıyor. Bu konuya acil çözüm bulunmalı, vergi mahkemelerinde olduğu gibi iş mahkemelerinde de bilirkişi kullanımına ya sınır getirilmeli ya da tamamen kaldırılmalı.

sosyal bir unsur olarak öne çıkıyor; ücreti kazananın yaşam standardını ve tüketim eğilimlerini de belirleme niteliğine sahip bulunuyor. Asgari ücret, usul olarak, her sene toplanan 'Asgari Ücret Tespit Komisyonu' tarafından yeniden belirleniyor ve yıllık enflasyona paralel bir artış yapıyor. Seçim kampanyaları esnasında sunulan vaatler bu kapsamda değerlendirildiğinde, işin vahameti daha net anlaşılıyor. Enflasyonun yıllık yüzde 7 civarında olduğu Türkiye'de, Ocak 2016'dan itibaren net asgari ücretin seçim taahhüdü olarak yüzde 30 zam ile 1.000 TL'den 1.300 TL'ye çıkarılması, başta emek yoğun sektör olan konfeksiyon ve tekstil sanayinin ve işçi çalıştıran tüm işletmelerin üretim maliyetlerini yılbaşından itibaren en az yüzde 30 oranında artıracak anlamına geliyor. Asgari ücretler üzerinde gerçekleşecek yüzde 30 oranında bir artışın, tüm maaş dengelerini yükselteceği ise kaçınılmaz gözüküyor. Halihazırda, maaş ve SGK primleri üzerindeki kamu yükünde şikayetlerini dile getiren iş dünyası için böyle yüksek oranlı ani bir ücret artışı kolaylıkla telafi edilecek bir maliyet olarak değerlendirilmiyor. Küçük bir hesapla, kamu yükünün de hesaba katılmasıyla ortaya çıkacak rakamın işverenin omuzlarına nasıl bir yük bindireceğini görmek mümkün: Şöyle ki, yaşanacak artışın ardından, asgari ücret üzerinden alınacak 682 TL SGK prim kesintisi ve 245 TL gelir vergisi stopajı ile birlikte işçiye ödenecek net 1.300 TL'lik ücretin işverene

maliyeti 2.227 TL'yi buluyor. Yaklaşık olarak 800 dolara tekabül eden bu rakamın birçok yan etkisinin olması ise kaçınılmaz gözüküyor.

Büyüme yavaşlıyor, enflasyon ve işsizlik artıyor

Asgari ücrette yaşanacak yukarı yönlü bir artışın istihdama etkisi ve işveren üzerinde oluşturacağı yük ile ilgili genel bir değerlendirme yapmak gerekirse; serbest piyasa ekonomisinin geçerli olduğu ekonomilerde emeğin birim fiyatının hesaplanarak işçinin ücretini belirlenmesi çok eski bir sorun olarak biliniyor. Ücret, işçi açısından gelir iken, işveren açısından bir maliyet unsuru. Bu bakımdan işveren en düşük ücreti verme isteğindeyken işçi en yüksek ücreti alma isteğinde oluyor, bu da haliyle, iki taraf için de yadırganacak bir durum değil. Ancak emeğin arzı talebe göre çok daha fazla olduğu için bu çatışmada avantajlı tarafın ve çoğunlukla çatışmayı kazananın işveren olduğu kabul ediliyor. Asgari ücret, işçilere normal bir çalışma günü karşılığı olarak ödenen ve işçinin gıda, konut, giyim, sağlık, ulaşım gibi zorunlu ihtiyaçlarını günün fiyatları üzerinden asgari düzeyde karşılamaya yetecek ücret olarak tanımlanıyor demistik. Asgari ücret, yapısı gereği düşük gelirler için bir ücret koruması olması nedeniyle sosyal politika güdenlerin, ücretlerden alınan vergiler için önemli bir taban oluşturması nedeniyle maliye politi-



Asgari ücret artışının önemli ekonomik sonuçlar doğuracağı endişesinin hakim olduğu seçim sonrası şu günlerde, hükümetin, seçim öncesi 'siyaseten doğru' sayılabilecek, seçim sonrası 'akılcı' kabul edilmesi zor vaadinin altından ne ölçüde kalkacağı özellikle iş dünyasının takip ediliyor.



BİROL SEZER

İHKİB Denetim Kurulu Üyesi

Asgari ücret artışı başta emek yoğun sektör olan konfeksiyon ve tekstil sanayinin maliyetlerini yılbaşından itibaren en az yüzde 30 oranında artıracaktır. Böyle yüksek oranlı ani bir ücret artışı sanayi bakımından kolaylıkla telafi edilecek bir maliyet değildir ve işveren üzerinde daha az sayıda işçi çalıştırmanın veya kayıt dışı işçi-mülteci işçi çalıştırmanın yollarını aramaya sevk edebilir. İşveren üzerindeki bu baskının azaltılması için asgari ücrete kadar olan ücret gelirlerinin yıllık tutarının gelir vergisinden istisna edilmesi en uygun çözüm olacaktır. Devlet buradan kaybedeceği gelir vergisi stopajını, daha fazla işçinin kayıt altına alınıp sigortalı olmasından ve ödenecek SGK primi artışından fazlasıyla telafi edecektir. Yoğun işçi istihdam eden firmalar hem asgari ücretten kaynaklanan maliyet artışını karşılayamayacak hem de bu durum yurt içi milli hasılanın büyümesine ve kayıtlı istihdama negatif etki yapacaktır. Bu nedenle, gelir vergisi stopajının da istisna kapsamına alınması ve işveren üzerindeki maliyet baskısının azaltılması mutlaka gereklidir. İşçi davalarına bakan yetkili ve ihtisas mahkemesi olan İş Mahkemeleri'nin her türlü işçi hakları uyuşmazlığında konuyu bilirkişiye havale etmesi ve bilirkişiden gelen rapor doğrultusunda karar vermeleri işverenler bakımından kabul edilemez bir noktaya ulaşmıştır. Bunun için, Vergi Mahkemeleri örneğinde olduğu gibi İş Mahkemeleri de ihtisas mahkemeleridir ve önlerine gelecek davalarda istisnai durumlar hariç olmak üzere bilirkişiye müracaat hususu yürürlükten kaldırılmalıdır.



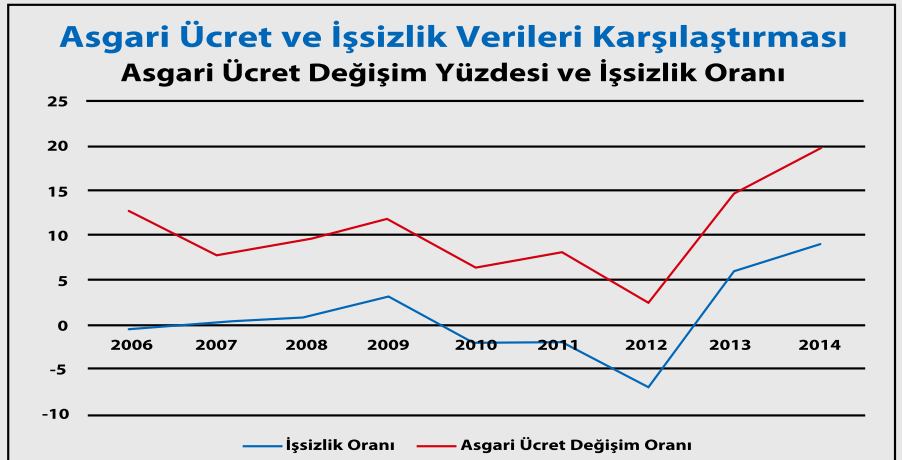
Asgari ücrete yapılacak artışın doğrudan maliyetlere yansımaları olacağı biliniyor. Özellikle istihdam deposu olarak bilenen hazır giyim endüstrisi ise bu süreçten en çok etkilenecek sektörlerin başında geliyor.

kalarının konusunu oluşturuyor ve sosyal açıdan toplumun büyük bir bölümünü etkiliyor. Bunların yanı sıra işveren açısından işçi ücreti en önemli maliyetlerden birisi olarak da öne çıkıyor. Ücretlerin yükselmesi karşısında işveren, bunu kârından karşılamaktansa maliyetlere yansıtarak malın satış fiyatını yükseltmeyi tercih edebiliyor. Bu da fiyatların genel seviyesini yükselterek enflasyona sebep olabiliyor. İşçinin yükselen ücretleri enflasyon karşısında tekrar değer kaybediyor ve alım gücünde tabiatıyla bir yükseliş meydana gelmiyor. Bu kısır döngüde, alım gücü zayıf olan işçi talebi artıramıyor ve nihayetinde ekonomik büyüme gerçekleşmemiş oluyor. Bu durum da yeni yatırımların ve işgücü istihdamının artmasına engel oluyor. Asgari ücret artışı, özellikle ihracat endüstrisi ile ithalata rakip endüstrilerdeki maliyetleri yükselttiği ölçüde firmaların ihracatını ve dış piyasalardaki rekabet gücünü de olumsuz etkileyebiliyor. Bu durum ülkelerin ödemeler bilançosunun da aynı şekilde olumsuz etkilenmesine neden olabiliyor. Türkiye'de 2006-2014 yılları işsizlik oranı ve asgari ücret değişim oranına bakıldığında grafiğin hemen hemen birbiri-

ne paralel olduğu görülüyor. TÜİK rakamlarına göre Türkiye'de işsizlik 2006 yılında yüzde 9, 2009 yılında yüzde 13,1, 2014 yılında ise yüzde 9,9 seviyesinde gerçekleşti. Aynı yıllarda asgari ücret değişim oranı ise sırasıyla yüzde 13,12 yüzde 8,64 ve yüzde 10,82 oldu. Grafikte görünen eş yönlü hareket, Türkiye'de 2006-2014 yıllarında asgari ücret ve işsizlik arasında önemli bir korelasyon olduğunu gösteriyor. Buna göre ücretler yükseldiği zaman işverenin üzerindeki maliyet baskısının arttığı ve iş gücü maliyetini azalttığı görülüyor. Asgari ücret ile belli bir ücretin altında işçi çalıştıramayan işverenin de dolayısıyla işçi çıkarma (kayıt dışı istihdam olmadığı varsayımıyla) yoluna gitmesi bekleniyor. Bu durum işsizliğe yol açıyor ve istihdamı düşürüyor.

İşveren, yüksek işçi maliyetlerine katlanmak istemiyor

Ekonomide ücretler en fazla öneme sahip gelir tipi ve en önemli sosyal politika araçlarından biri olarak görülüyor. Ücretlerde düzenleme yapılırken dikkat edilecek hususların başında, piyasa dengesinin iyi hesaplanarak dengenin üstüne çok çıkılmadan





BÜLENT İYİKÜLAH ÇSD Başkanı

Çorap sektörümüz bugünlere üretimin her aşamasında bilfiil içinde olan aile firmalarının fedakârlığı ile sıfırdan geldi. Bütün bunlarla mücadele edip, ayakta durmaya çalışırken devlet desteği olmaksızın tamamen işverenin sırtına mali yük konularak asgari ücret artırılırsa bunu işletmelerimizin kaldırması çok zor olur. Sektör olarak zaten asgari ücretle çalıştırdığımız eleman sayısı çok düşük orandadır. Ancak asgari ücretlerdeki artış, tsunami etkisiyle bu marjın üzerinde ücretle çalışanların maaşlarını da etkileyeceğinden giderlerimiz artacaktır. Devletin tamamen ya da kısmi hibe, beş yılı aşkın uzun vadeli faizsiz veya düşük faizli sermaye kredileri gibi destekleri olmaksızın bunu yapmamızın teknik olarak imkanı bulunmuyor. Öte yandan iş mahkemelerinde işveren lehine karar yok denecek düzeyde. Hep işverenin suçlu olduğu yönünde bir kanaat var. Çalışan mağdur olabilir ancak mahkemelerin hakkı gözeterek, işveren ya da çalışan gözetmeksiz haklının, doğrunun yanında olmasını istiyoruz. Türkiye'nin, üreticinin cezalandırıldığı değil, dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi teşvik edilip, ödüllendirildiği bir ülke olmasını istiyoruz. Bu çerçevede üretim ve ihracat yapan, yoğun istihdam sağlayan sektörlerin desteklenmesi, teşvik edilmesi ve önündeki engellerin kaldırılması gerektiğini düşünüyorum. Üretimin ve ihracatın artırılması için mevcut fabrikaların sermaye yönünden, hibelerle, düşük faizli kredilerle desteklenmesi, her fırsatta vurguladığımız gibi teşviklerin bölgesel değil sektörel olması en büyük arzumuz.

Enflasyonun yıllık yüzde 7 civarında olduğu Türkiye'de, asgari ücretin yüzde 30 zam ile 1.000 TL'den 1.300 TL'ye çıkarılmasının, başta emek yoğun sektör olan konfeksiyon ve tekstil sanayinin maliyetlerini en az yüzde 30 oranında artıracığı öngörülmüyor.

bir ücret tabanı belirlemek geliyor. Düşük asgari ücret işçiyi yoksullaştırarak yaşama standardını düşürüyor. Öte yandan yüksek asgari ücretin üretim maliyetlerini çok yükselterek işvereni mağdur ettiği ve işsizliğe yol açtığı görülüyor. Türkiye'de asgari ücretle çalışan bir işçinin brüt kazancından daha fazla işverene maliyeti bulunuyor ve bu durum istihdam üzerinde olumsuz etki yaratıyor. Bu durum gösteriyor ki niteliksiz iş gücünün istihdam edildiği işlerde işveren yüksek işçi maliyetlerine katlanmak istemiyor. Maliyetlerin yükseldiği dönemlerde işten çıkarmalar ve istihdam düzeyini düşük tutma eğilimleri görülüyor. Ücretlerle ilgili bütün maliyeti işverene yüklemek, istihdamda hiçbir olumlu katkı sağlamamasının yanında, aksine istihdamı düşürüyor ve ekonomik büyümeyi engelliyor.



İş dünyasının ortak talebi, mahkemelerin hakkı gözeterek, işveren ya da çalışan gözetmeksiz haklının, doğrunun yanında olması ve Vergi Mahkemelerinde olduğu gibi İş Mahkemelerinde de bilirkışı kullanımına sınır getirilmesi ya da tamamen kaldırılması.

Kayıt dışılığı özendireceği endişesi

Klasik liberal teoriye göre, asgari ücretin işsizlik oluşturduğu görüşü benimseniyor. Bu görüşe göre, asgari ücretler ne kadar yükselirse, bu ücretleri karşılayamayacak küçük işletme sahiplerinin sayısının da bir o kadar artacağı öngörülmüyor. Bunun sonucunda küçük işletmeler daha az işçi çalıştırmak zorunda kalıyor ve bu durum işsizliğin oluşmasına neden oluyor. Bu durum, öte tarafta, büyük işletmeler nezdinde ise kayıt dışı işçi çalıştırmaya yönelmelerine neden olabiliyor. Türkiye'nin özellikle son 30 yıllık ekonomi stratejisi göz önünde bulundurulduğunda, liberal ekonomi teorisine güvenmek pek de hatalı bir davranış olmaz. Sonuç olarak, rahatlıkla söylenebilir ki, asgari ücretlere getirilecek bu ani ve yüksek maliyet artışı işverenin daha az sayıda işçi çalıştırmanın veya kayıt dışı işçi ya da mülteci işçi çalıştırmanın yollarını aramaya sevk edebilir. Bunun da iş piyasasında kayıt dışılığı artırıcı-özendirici etki yapacağını söylemek yanlış olmaz.

Kayıtlı istihdama negatif etki

Türkiye ekonomisinin üretim çarklarının yavaş döndüğü ve büyümenin yıllık yüzde 2,7 gibi düşük bir oranda seyrettiği bu ortamda, eğer asgari ücret üzerindeki gelir vergisi istisna edilmeden, yüzde 30 gibi yüksek oranlı bir zam yapılmasıyla, işletmelerin, üretim maliyetlerindeki artışı ürün fiyatlarına yansıtmak isteyecekleri düşünülüyor. Ancak küreselleşen ve rekabetin her alanda çok yoğun olduğu günümüz mal ve hizmet piyasalarında bu fiyat artışının hemen mümkün olması yine de mümkün gözüküyor. Dolayısıyla, yoğun işçi istihdam eden firmaların hem asgari ücretten kaynaklanan maliyet artışını karşılayamaması hem de bu durumun yurt içi milli hasılanın büyümesine ve kayıtlı istihdama negatif etki yapacağı kesin gözüküyor. Yine de, geri dönüşü zor gözükene asgari ücret artışı taahhüdünün iş dünyası ve ülke ekonomisinde yaratacağı sarsıntının önüne geçmek için ise, başta yapısal olmak üzere, alınacak önlemlerle en aza indirilmesi

elbette mümkün. Bunların başında ise bu ücreti ödeyecek olan işverenlerin katlandığı gelir vergisi stopajının da istisna kapsamına alınması ve işveren üzerindeki maliyet baskısının azaltılması yoluna gidilmesi geliyor. İşveren üzerindeki bu baskının azaltılması için asgari ücrete kadar olan ücret gelirlerinin yıllık tutarının gelir vergisinden istisna edilmesi en uygun çözüm olarak öne çıkıyor. Bu durumda işverenlerin işçilerini kayıt altına almaktan kaçınmayacağı ve bunun bir sonucu olarak da kayıtlı-sigortalı işçi sayısının daha fazla artacağını öngörmek zor değil. Devlet açısından bakılacak olursa, devletin buradan kaybedeceği gelir vergisi stopajını, daha fazla işçinin kayıt altına alınıp sigortalı olmasından ve ödenecek SGK primi artışından fazlasıyla telafi etme imkanı olacağını söyleyebiliriz; rakamlar da bunu kanıtıyor: 2014 yılı vergi gelirlerinin 50,5 milyar TL'lik kısmı SGK bütçe açığının kapatılmasında kullanıldı.

Bilirkişi kullanımı sınırlanmalı ya da kaldırılmalı

Öte yandan, işçi davalarına bakan yetkili ve ihtisas mahkemesi olan İş Mahkemeleri'nin her türlü işçi hakları uyuşmazlığında konuyu bilirkişiye havale etmesi ve bilirkişiden gelen rapor doğrultusunda karar vermeleri de işverenler bakımından kabul edilemez bir diğer husus olarak öne çıkıyor. Çünkü bu süreçte ilerleyen işçi alacak davalarında bilirkişiler, sadece işçilerin öne sürdükleri ve çoğu zaman mesnetsiz iddialarına dayanarak teknik hesaplar yapıyor ve işçi haklarını kanunda yazılı maksimum tutar ve oranlardan hesaplayarak mahkemeye sunuyor. Ancak bu tutarların işverence ödenip ödenmediği, öne sürülen işçi iddialarının ticari, teknik, ekonomik icaplara uygun olup olmadığı araştırılmıyor. Maalesef hakimler de çoğu zaman bilirkişi raporlarına aynen uyuyor ve işveren aleyhine ağır kararlar verebiliyor. Halbuki Vergi Mahkemeleri örneğinde olduğu gibi İş Mahkemeleri'nin de ihtisas mahkemeleri olarak, istisnai durumlar hariç olmak üzere bilirkişiye müracaat etmemeleri gerekiyor. İş Mahkemeleri'nde, işveren lehine kararın yok denecek düzeyde olması, iş dünyasının tepkisinin temelini oluşturuyor. Genel talep ise, mahkemelerin hakkı gözeterek, işveren ya da çalışan gözetmeksizin haklının, doğrunun yanında olması ve Vergi Mahkemelerinde olduğu gibi İş Mahkemelerinde de bilirkişi kullanımına ya da sınır getirilmesi ya da tamamen kaldırılması.



İRFAN ÖZHAMARATLI
TİGSAD Başkanı


Genel seçimlerin ardından, sunulan vaatlerin arasında en belirginini ve genel ekonominin dışında toplumun çok geniş bir bölümünü de en çok ilgilendireni, asgari ücretler üzerinde yapılması planlanan artış oldu. İş gücü piyasasında ücretlerin tabanını, bazını oluşturan asgari ücret, toplumun geniş bir çalışan kesimini ilgilendirmekte, sosyal açıdan yoksulluk ve gelir dağılımının iyileştirilmesinde korumaya ve kalkan görevi görmektedir. Ancak, tüm bu olumlu etkilerine rağmen, istihdam üzerindeki vergi yükünün yüksek oluşu gerek çalışanı gerekse işvereni olumsuz etkiliyor. Çalışan asgari ücretin netine odaklanırken işveren de doğal olarak maliyetini esas alıyor. Asgari ücretlerde yaşanacak olan olası artış, ekonomiyi ve büyüme hedeflerini baskı altına almamalı, enflasyon artışına sebebiyet vermeyecek, sanayinin rekabet gücünü riske atmayacak bir denge temeline oturmalıdır. Aksi takdirde asgari ücretin baz ücret olma özelliği dikkate alındığında işletmelerin kaldıramayacakları ücret talepleri ile karşılaşmaları yüksek bir ihtimal olacaktır. Tüm bunların önüne geçmek için, asgari ücretin bölgesel, sektörel bazda ve yapılan işin tehlike sınıfına göre farklılaştırılmasının ve vergi yüklerinin azaltılmasının iş dünyası üzerinde oluşacak olan baskıyı bir nebze de olsa azaltacağı görüşündeyim. Bunun mümkün olmaması durumunda bu artışın istihdam ve genel ekonomi üzerinde oldukça olumsuz etkileri olması kaçınılmazdır. İşverenin istihdam isteğinin azalması ve kayıt dışılığın artması riski ise göz ardı edilmemelidir.



MUSTAFA BALKUV
TRİSAD Başkanı

Tekstil ve hazır giyim sektörü olarak yılda 30 milyar dolara yakın ihracat gerçekleştiriyoruz. Dolayısıyla Türkiye'nin açık ara en fazla ihracatını bu sektör gerçekleştiriyor. Son yıllarda uygulanan rant politikaları heves ve heyecanımızı erozyona uğratmış olsa da bizler hep işimizin başında olduk. Devletimize inanmaktan hiç vazgeçmedik. Yeni bir dönem başlıyor. Bundan sonra yapılması gereken, üretim yanlısı politikaların bir an önce hiç vakit geçirmeden hayata geçirilmesidir. Eğer asgari ücret 1.300 TL'ye çıkarılacaksa en fazla işçi çalıştıran sektör oluşumuz bunun yarısının da kadın olduğu dikkate alındığında asgari ücretle alınan SGK primlerinin devlet tarafından karşılanması, maliyetlerimizin azaltılması çalışmalarının yapılması, 6. Bölge teşviklerinin ülke genelinde tüm şehirlerde uygulanması önceliklerimiz olacaktır. Aksi takdirde, asgari ücretin 1.300 TL'ye çıkması, kıdem tazminatları, cezalar ve benzeri kriterler nedeniyle bizleri son derece olumsuz etkileyecektir. Ayrıca kıdem tazminatlarının tüm iş mahkemelerinde işveren aleyhine sonuçlanması haksız bir uygulamayla karşı karşıya kalmamızın en önemli göstergesidir. Dolayısıyla bu konuda yapılacakların acilen gözden geçirilmesi bilirkişi sisteminin uygulanacağı uzlaşma müesseselerinin olacağı örnekler uygulanmalı. Tüm bu örnekler ve daha fazlası hayata geçirildiğinde hem ihracatta hem istihdamda daha fazla potansiyel yaratacağımız ortadadır. Hükümetimizin sanayicinin peşinde değil yanımızda olması gerektiğini düşünüyorum.

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

İHRACAT ALACAKLARINA ALTERNATİF ÇÖZÜM ARABULUCULUK



YILLARCA SÜREN DAVALAR... UZAYIP GİDEN CELSELER... ADLİYELERDE KAYBEDİLEN ZAMAN... TÜM BUNLAR ARABULUCUK UYGULAMASI İLE SONA EREBİLİR. ALTERNATİF BİR HUKUK ÇÖZÜMÜ SUNAN ARABULUCULUK, TÜRKİYE'DEKİ YARGI SİSTEMİNİN TIKANAN KANALLARININ AÇILMASI VE YARGI YÜKÜNÜN HAFİFLEMESİ İÇİN ÖNEMLİ BİR FIRSAT. İHKİB EĞİTİM VAKFI DA İHRACATTA YAŞANAN ALACAK SORUNLARINA KARŞI ARABULUCULUĞA DAİR BİR SEMİNER DÜZENLEDİ.

Geç gelen adalet, adalet midir? Ülkemizde tıkanan yargı sisteminin kanalları hak arayan insanları bezdirmiş durumda. Üstelik Türkiye dünyanın en büyük yargı sarayına sahip ve yanına ek bina çalışmaları yapılıyor... Buna rağmen mahkemeler neden hızlı sonuçlanmıyor? Yargı kanadından yapılan açıklamalara göre önümüzdeki yıllarda yargı sistemi ucuzlamayacak, aksine daha da pahalılaşacak ve dava süreleri uzayacak. Adalet Bakanlığı'nın verileri ışığında 2014 yılında Cumhuriyet Savcılıklarına gelen toplam dosya sayısı 6 milyon 985 bin. Yani yaklaşık 7 milyon dosya... Adli yargıda Türkiye geneli mahkemelere dağılmış dosya sayısı ise 5 milyon 916 bin. Her sene bu sayı birikerek artıyor. Üstelik yaklaşık 13 milyon dosyaya idari mahkemelerde bekleyen dosyaları eklenmiş bile... İngiltere'de yılda 50 bin dosya mahkemeye intikal ederken bu durum Türkiye'de 5 milyon dosya olarak

karşımıza çıkıyor. Yargıtay'da sıra bekleyen 1 milyon 600 bin dosya ile dünya rekoru Türkiye'de iken mahkemeleri mi büyütmeli, yoksa sistemi mi düzeltmeli? Bu durumun çözümüne alternatif çözümler üretmek elbette mümkün. Bunlardan biri de arabuluculuk. Bugün 160 ülkede alternatif bir çözüm yöntemi olarak arabuluculuk kullanılıyor. Ülkemizde Adalet Bakanlığı tarafından iki yıldır uygulanan dava öncesi tarafların uzlaşmasını sağlayan 'arabuluculuk sistemi' ile 1 milyona yakın davanın çözülmesinde zaman kaybının önüne geçilmesi öngörülmüyor. Adalet sisteminin yükünün hafifletmesi amacıyla büyük bir önem kazanan 'arabuluculuk sistemi', alternatif bir çözüm yolu olarak ortaya çıktı ve Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde çıkarılan Yargı Reformu paketi içerisinde yer aldı.

3 saatte davada sonuca varılıyor
İngiltere'de yılda 1,5 milyon yargı konusu

olabilecek uyuşmazlıklar meydana geliyor, bunların yalnızca 50 bin tanesi mahkemeye taşınıyor. Yargıya intikal etmeyen 1 milyon 450 bin uyuşmazlıkların yüzde 98,5'i ise arabuluculuk ile sonuca varıyor. Böyle bir avantajı varken neden Türkiye'de bu sistem yaygınlaşmıyor dersiniz, ülke olarak sisteme dahil olan 165'inci ülkemiz; yani sisteme geçmede biraz geç kaldık ama uygulama hızla yayılıyor. Halka dönük sosyal bir uygulama olan arabuluculuk, şu anda Devlet tarafından mecburi hale getiriliyor. 'Mecburiyet' arabuluculuk ruhuna uygun değil ama yargı sisteminin tıkanan kanallarının açılması ve yargı yükünün hafifletmesi için bu uygulama şart. Arabuluculuk, taraflar arasındaki hukuki uyuşmazlığın mahkemeye başvurmadan önce veya mahkeme sırasında, tarafsız, bağımsız ve arabuluculuk eğitimi almış üçüncü kişi ile çözülmesi yöntemi. Birçok avantajı olan uygulamanın dikkat

çeken en önemlisi ise zaman... Normalde uyuşmazlıkların çözüm süresi ortalama üç saat. yedi yıl sürecek bir uyuşmazlığı üç saatte çözüme kavuşturmayı kim istemez ki? Bir başka avantajı ise gizlilik unsuru. Bu durum özellikle iş adamlarının ilgisini çekiyor. Müşterilerle, çalışanlarla, ürün satın alınan tedarikçilerle uyuşmazlıklar yaşanabiliyor. Yaşanılan uyuşmazlıkların hiçbirinin dışarıya yansımamasını istiyorsak bu sistem uygun. Piyasada böyle bir şeyin konuşulması haklı da olsanız ister istemez bu durum size zarar verecek. “Şuyuu vukuundan beterdir” derler. Mahkemelik olduğunuzda kimse niçin mahkemelik olduğunuzu bilmez. Ve haliyle toplum nezdinde yargı sistemine ve mahkemelere soğukluk oluyor. Arabuluculuk sürecinde ise yaptığımız her türlü söz, eylem, anlaşma gizli kalıyor. Aykırı hareket eden taraf veya arabulucu için altı aya kadar hapis cezası öngörülüyor.

Maliyeti daha uygun

Arabuluculuğun bir başka avantajı ise maliyet olarak daha uygun olması. ‘Avukatlık ücretlerinin yanı sıra arabuluculuk ücreti de ödeyeceğiz, nerede bu ucuzluk’ diye sorarsanız; burada vergi avantajları devreye giriyor. Taraflar arasında yapılan adli sözleşmeler damga vergisine tabii olduğu için bu durum size binde 7,5 oranında yansıyor ve hazırlanan nüsha sayısına göre de artış gösteriyor. Kısaca Devlet sizden taraf sayınca vergi alır. İhracatçıların yaptıkları işlemlere baktığımızda bin dolar, milyon dolar gibi rakamlar görürüz. 100 bin dolar için sırf



METE SERDENGEÇTİ
İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri

damga vergisi iki taraf olduğunda yaklaşık bin 500 dolar devlete vergi ödeniyor. Davayı kazansanız bile devlet sizden yargılama harcı alıyor. Yaklaşık yüzde 10'lara kadar da çıkıyor bu harç. Devlet, “eğer arabuluculuk ile bu uyuşmazlığı çözersen senden bu vergiyi istemiyorum” diyor. Bedeli ne olursa olsun sadece 45 lira istiyor.

Yurtdışı alacakların hukuki takibi

Bu çerçevede, arabuluculuk uygulamasına açıklık getirmek ve firmalar arasında kullanımı yaygınlaştırmak isteyen İHKİB Eğitim Vakfı, konuya dair bir seminer düzenledi. Dış Ticaret Kompleksi'nde 21 Ekim



OZAN ÖĞÜT
İHKİB Hukuk Müşaviri ve Avukat

Çarşamba günü düzenlenen “Hukuki Arabuluculuk Bilgilendirme ve Tanıtım Toplantısı” seminerine İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Mete Serdengeçti moderatörlük yaparken, seminerin konuk isimleri arasında İHKİB Hukuk Müşaviri ve Avukat Ozan Öğüt, Adalet Bakanlığı Arabulucu Kurul Üyesi Avukat Nihat Şimşek ve Yeditepe Arabuluculuk Derneği Başkanı ve Avukat Tufan Uz yer aldı. İHKİB Eğitim Vakfı ve çalışanları hakkında seminere gelen konuklara bilgi veren İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Mete Serdengeçti, ihracat alacaklarının tahsili zorlaştıran hususlara ilişkin konuştu. İlk olarak “Yurtdışı Alacakların Hukuki



Arabuluculuğun avantajları

- İş mahkemelerinde geçen **yargılama süresi 3-5 yıl**
- İş uyuşmazlıklarının arabuluculukta **özümleme süresi 1-10 gün**
- Uyuşmazlıkların ortalama **çözüm süresi 3 saat**
- Türkiye’de en fazla süren **uyuşmazlık 1 hafta**
- Maliyet açısından **daha ucuz**, gizlilik esas, **ilam niteliğinde** bir belgeye sahip

**NİHAT ŞİMŞEK**

Adalet Bakanlığı Arabulucu Kurul Üyesi, Av.

Tahsilinde Hukuki Yöntemler” programı olarak yola çıktıklarını belirten Mete Serdengeçti, fark ettikleri birtakım eksikliklerden dolayı bunu bir eğitim programı haline getirdiklerini ifade etti. “Yurtdışı alacakların hukuki takibi programını, bir süre sonra alacakların tahsilini zorlaştıran unsurlar ve çözüm önerileri şeklinde bir eğitim paketi haline getirdik. 2006 yılından itibaren bu programı uyguluyoruz” diyen Mete Serdengeçti, arabuluculuk sisteminin bu alanda da uygulanabileceği bilgisini aktardı.

Arabuluculuk sistemine ilişkin bilgi veren Yeditepe Arabuluculuk Derneği Başkanı Tufan Uz ise toplumda sürekli olarak uyuşmazlıklar yaşadığımızı dikkat çekti. Yargı yükünün de inanılmaz derecede şişmiş durumda olduğuna vurgu yapan Tufan Uz, Yargıtay’da sıra bekleyen 1 milyon 600 bin dosya ile dünya rekorunun Türkiye’de olduğunu söyledi. Tufan Uz, şöyle devam etti: “Adalet Bakanlığı’ndan aldığımız veriler ışığında 2014 yılında Cumhuriyet Savcılıklarına gelen toplam dosya sayısı 6 milyon 985 bin. Yaklaşık 7 milyon dosya. Adli yargıda 2014 yılı verilerine göre Türkiye geneli mahkemelere dağılmış dosya sayısı 5 milyon 916 bin. Her sene birikerek artıyor. Mahkemeleri mi büyütme lazım yoksa sistemi mi düzeltmek lazım? İdari mahkemelerin verilerini eklemedik bile. Bu durumun çözümüne alternatif çözümler üretmek elbette mümkün. Bunlardan biri de arabuluculuk. Bugün 160 ülkede alternatif bir çözüm yöntemi olarak arabuluculuk kullanılıyor.”

**TUFAN UZ**

Yeditepe Arabuluculuk Der. Başkanı, Av.

“Uzlaşma Kültürü” en önemli faktör

Arabuluculuk sisteminin, sosyal bir proje olarak başlatıldığını söyleyen Adalet Bakanlığı Arabulucu Kurul Üyesi, Avukat Nihat Şimşek de bu konu ile ilgili olarak birçok sivil toplum kuruluşuna bilgilendirme çalışmaları yaptıklarını kaydetti. Türkiye’nin bu sisteme geç dâhil olduğunu ifade eden Nihat Şimşek, 165’inci ülke olmamıza rağmen hızlı bir gelişme kaydettiğimizin de altını çizdi. Şimşek, “İngiltere’de anlaşmazlıkların

Bugün 160 ülkede alternatif bir çözüm yöntemi olarak arabuluculuk kullanılıyor. Ülkemizde Adalet Bakanlığı tarafından iki yıldır uygulanan dava öncesi tarafların uzlaşmasını sağlayan ‘arbuluculuk sistemi’ ile 1 milyona yakın davanın çözülmesinde zaman kaybının önüne geçilmesi öngörülüyor.

yüzde 98,5’i arabuluculuk ile sonuçlanıyor. Yılda 1,5 milyon yargı konusu olabilecek uyuşmazlıklar meydana geliyor, bunların 50 bin tanesi mahkemeye taşınıyor. 1 milyon 450 bin uyuşmazlık alternatif çözüm yollarıyla hallediliyor. Almanya’daki uyuşmazlıkların yüzde 80’i arabuluculuk ile hallediliyor. Amerika Birleşik Devletleri’ne baktığımızda artık bizim olmaz dediğimiz birçok konuyu bile arabuluculuk ile halledebilir seviyeye gelmişler” dedi. Şu anda Türkiye’de bin 200 civarında uyuşmazlığın arabuluculuk ile halledildiğini söyleyen Şimşek, “Bu yılsonu hedefimiz 3 bin uyuşmazlığı arabuluculuk ile halletmek” dedi. Şu ana kadar en fazla süren uyuşmazlığın bir hafta sürdüğünü belirten Şimşek, “Normalde toplantı masasına oturan insanlar kavga etmek için otursalar bile arabulucu varsa yüzde 90 oranında anlaşılıyorlar. Şu andaki uyuşmazlıkların çözüm süresi ortalama üç saat. Yedi yıl sürecek bir uyuşmazlığı üç saatte çözüme kavuşturuyoruz ve ilam niteliğinde de bir belgeye sahip oluyorlar” dedi.

İşveren-işçi uyuşmazlıklarında arabuluculuk

İHKİB Hukuk Müşaviri ve Avukat Ozan Öğüt ise “2006 yılında dış ticaret danışmanlık iktisadi işletmesini Vakfımızın bünyesinde faaliyete geçirdik. Sektörün sadece yurtdışıyla problemi yok. Kendi içerisinde de ciddi problemleri var. İşçisinden tedarikçisine kadar her aşamada bir ihracatçı dört, beş farklı birimle imalat işlerinde muhatap olabiliyor. Bizim açımızdan bakıldığında arabuluculuk sistemi, ihracatçının kendi işçisiyle ve imalatçılarıyla olan ilişkilerini piyasadaki itibarını korumak suretiyle kısa zamanda ve en ekonomik şekilde çözmesi için uygun. Her iki açıdan da ihracatçının işine gelen bir yöntem” dedi. Özellikle şirket içi ilişkilerinde işverenlerin işçilerini bu sisteme kanalize edebilmeleri gerektiğini belirten Öğüt, “İşçinin güven içerisinde hareket edebiliyor olması lazım. İşçi mahkemelerine gitmeden işçiler arabuluculuk yöntemine ikna edilebilir. Arabuluculuk merkezleri oluşturulabilir, Beşiktaş Belediyesi bu uygulamayı yapıyor. Ekonomi Bakanlığı’na bağlı olan bir kurum olarak sektördeki bütün oluşumlara eşit mesafede olmamız gerekiyor. Kendi bünyemizde böyle bir oluşumun şu an için mümkün olmamakla birlikte yönlendirme, bilgilendirme gibi çalışmalarda bizim de katkımızın azami derecede olması gerektiği inancını taşıyoruz” dedi.

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



ENGELLİ OKULLARINDA ÜRETİM BAŞLADI

SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ KAPSAMINDA BAŞLATILAN 'İŞ OKULLARINDA EL DOKUMA VE KİLİM DOKUMA UYGULAMALARI PROJESİ' İLE HAFİF DÜZEYDE ZİHİNSEL ENGELLİ ÖĞRENCİLERE DESTEK VERMEYİ VE SEKTÖRE ARTI DEĞER SAĞLAMAYI HEDEFLEYEN İHİB, AMACINA ULAŞIYOR. İLK YILINI DOLDURAN PROJE, ERAM FATİH ÖZEL EĞİTİM VE MESLEKİ EĞİTİM MERKEZİ - İŞ OKULU'NDA İLK ÜRÜNLERİNİ VERMEYE BAŞLADI.

Göreve başladığı günden bu yana, sosyal sorumluluk projelerine büyük önem veren ve bu kapsamda yoğun çalışmalar yürüten İHİB Yönetimi, ihtiyacı olan kesimlerin gereksinimlerine yanıt vermeyi sürdürüyor. Birçok sosyal sorumluluk projesine imza atan İHİB Yönetimi, başlattığı 'İş Okullarında El Dokuma ve Kilim Dokuma Uygulamaları Projesi' ile hafif düzeyde zihinsel engelli öğrencilere destek vermeyi hedefliyor. Projenin koordinasyonunu sağlayan İHİB Denetim Kurulu Üyesi Nihat Yıldız, proje kapsamında destek verilen okullardan ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi - İş Okulu'na bir ziyaret gerçekleştirdi. Verilen emeklerin meyvelerinin toplandığını gören Yıldız, ziyaretten oldukça memnun ayrıldı. ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki

Eğitim Merkezi - İş Okulu Müdürü Muhlis Ekinci ve Tekstil Atölye Öğretmenleriyle bir araya gelen Yıldız, üretimi tamamlanan halı ve kilimleri yerinde gördü. Tekstil Atölye Öğretmenleri Erdal Yurtsever, Şeyma Karagüllüoğlu, Gül Özden, Songül Kılıç ve Huriye Arslan'ın yanı sıra, projenin Usta Eğitmeni Şükrü Burhanlı'nın da katıldığı ziyarette, proje kapsamında bundan sonra neler yapılabileceği de görüldü. İki adet tezgah ile ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi - İş Okulu'na destek veren İHİB, bu desteğini, tezgah sayısını altıya çıkararak en kısa zamanda artırmayı planlıyor. ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi - İş Okulu ve Yeşilköy Özel Eğitim Mesleki Eğitim Okulu olmak üzere iki pilot okul ile başlayan projenin İstanbul

genelinde bulunan 26 engelli okulunda da uygulanması planlanıyor. Bu okullarda eğitim gören ve topluma adapte olmakta güçlükler çeken öğrencilere bir iş sahası açmak ve aileleri üzerinde yükü hafifletmek isteyen İHİB, öğrencileri bir nevi rehabilite etme misyonu üstleniyor. Öğretmenlerin yardımı ile kilim dokumasını öğrenen öğrenciler, okul bittikten sonra da eğer kilim dokumaya devam etmek isterlerse bu imkana, İHİB tarafından evlerine kurulacak tezgah ile sahip olabiliyor. Her türlü malzemesi İHİB tarafından tedarik edilen öğrencilerin dokuduğu ürünler, İHİB üyesi bir firma tarafından satın alınıyor ve destekleniyor. Bunun yanında, model ve malzeme desteği verilerek öğrencilerin dokuduğu ürünün sürekliliği ve satılabilirliği sağlanıyor.

İnsan olmanın sorumluluğu

İHİB Yönetimi olarak işbaşına geldikleri günden itibaren hem halı ve kilim piyasasının ihtiyaçlarına cevap verebilecek hem de sosyal sorumluluk açısından ihtiyacı olan kesimlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek projeleri hep takip ettiklerini söyleyen, projenin koordinasyonundan sorumlu İHİB Denetim Kurulu Üyesi Nihat Yıldız, İş Okullarında El Dokuma ve Kilim Dokuma Uygulamaları Projesi'nin bunların en önemlisi olduğunu ifade etti. Bazı öğrencilerin okulu bitirdikten sonra topluma entegre olamadıkları bilgisini edindiklerini ve bu kapsamda bir çalışma yürütmek istediklerini belirten Yıldız, proje sayesinde öğrencilerin okul eğitimi boyunca elde ettikleri kilim dokuma becerisini kullanarak, mezun olduktan sonra da hem kendilerine iş olarak görebilecekleri bir uğraş kazanma, hem de aile bütçelerine katkı sağlama imkanı sağlıyor olmaktan son derece mutlu olduklarını söyledi. Öğrencilerin dokudukları ürün bittikten sonra İHİB üyesi bir firma tarafından satın alınıp, dokuyucuya maddi bir kazanç sağlandığının altını çizen Yıldız, İHİB olarak bu projeyi ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi – İş Okulu ve Yeşilköy Özel Eğitim Mesleki Eğitim Okulu dışında, İstanbul'da bulunan 26 engelli okulunda da hayata geçirmek istediklerini belirtti. Yıldız, "Usta öğreticimiz Şükrü Burhanlı eğitim faaliyetini verecek öğretmenleri eğitime işini üstlendi ve her okulda en az iki usta öğretmen yetiştirebilecek dokuma dersleri verdi. Okullarda tezgaha çözgü nasıl gerilir, kilimin kalitesine göre nasıl bir çözgü hangi sıklıkta kullanılır (kilimcilikte tel sayısı olarak adlandırılır), kirkit nasıl kullanılır, dokuma esnasında model nasıl çıkarılır gibi

konularda çocuklarımıza eğitim veriliyor. Ne mutlu ki artık dokumalar somut hale gelmeye başladı ve ilk ürünlerimizi aldık. Elbette ki benzer sosyal sorumluluk projelerimiz İHİB çatısı altında devam edecek. Bu görev, kanımca toplum olmanın da insan olmanın da bize yüklediği bir sorumluluktur" şeklinde konuştu.

Mesleki eğitim ön planda

İş Okullarında El Dokuma ve Kilim Dokuma Uygulamaları Projesi ve okulda verilen eğitim ile ilgili olarak konuşan ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi – İş Okulu Müdürü Muhlis Ekinci ise okullarında 'Kültür dersleri' ve 'Meslek dersleri' olmak üzere iki tür ders verildiğini ancak okul olarak asıl önceliklerinin çocuklara bir iş kazandırmak olduğunu söyledi. Okullarında ilkokul, ortaokul ve lise seviyesinde iş okulları bulunduğunu ve toplam 207 öğrenciye

Öğretmenlerin yardımı ile kilim dokumasını öğrenen öğrenciler, okul bittikten sonra da eğer kilim dokumaya devam etmek isterlerse bu imkana, İHİB tarafından evlerine kurulacak tezgah ile sahip olabiliyor.



NİHAT YILDIZ
İHİB Denetim Kurulu Üyesi

Bu proje İHİB'in bir tür sosyal sorumluluk projesidir. İstanbul içinde 26 civarı bu tarz engelli okulları bulunuyor. Bu okullarda eğitim gören çocuklar hiçbir şekilde topluma adapte olamıyorlar. Bu proje ile hem engelli çocuklara bir iş sahası açmayı ve onların aileleri üzerinde yarattığı maddi ve manevi yükü azaltmayı hem de onları rehabilite etmeyi amaçladık. Usta öğreticimiz ve öğretmenlerin yardımı ile kilim dokumasını öğrenen öğrenciler, okul bittikten sonra da eğer kilim dokumaya devam etmek isterlerse bu imkana, İHİB tarafından evlerine kurulacak tezgah ile sahip olabiliyor. Her türlü malzemesi İHİB tarafından verilecek olan öğrencilerin dokuduğu ürünler, bir İHİB üyesi firma tarafından satın alınıyor ve destekleniyor. Bunun yanında, model ve malzeme desteği verilerek öğrencilerin dokuduğu ürünün sürekliliği ve satılabilirliği sağlanıyor. Proje kapsamında, ilk aşamada başarıya ulaşırlarken ilk ürünler de elde edilmeye başlandı. İHİB olarak, bu yıl yaygınlaştırma ve fiziki koşulları uygun olan okullarda atölyeleşme sürecini başlattık. Atölyeleşme aşamasında ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi – İş Okulu'nda şu an kilim dokunan kısmın fiziki koşulları İHİB tarafından düzeltilerek atölye haline getiriliyor ve Altı tezgahlık bir alan oluşturuluyor.

İHİB İş Okullarında El Dokuma ve Kilim Dokuma Uygulamaları Projesi kapsamında verilen destekler

- Seçilen okullara, kurulumları da yapılarak ikişer adet kilim dokuma tezgahı teslim edilmesi
- Profesyonel bir tasarımcı ile bilgi alışverişi yapılarak dokumada kullanılacak iplik renklerinin tespit edilmesi ve bu ipliklerin boyanarak okullara dağıtılması
- Kilim dokuma için gerekli olan, makas, kirkit gibi malzemelerin temini
- Profesyonel tasarımcı desteğiyle basit ama satılabilir bir üretimin hedeflenmesi
- 8. Halı Yarışması 3'üncüsü Şükrü Burhanlı'nın projenin usta öğreticisi olarak atanması

eğitim verdiklerini ifade eden Ekinci, “Biz 48 kişilik bir öğretmen kadromuzla çocuklarımıza mesleki bir eğitim veriyoruz. Çeşitli atölyelerimiz var. Bu atölyelerde çocuklarımızı geliştirmeye, onları hayata hazırlamaya gayret ediyoruz. Tabii İHİB’in de bu konudaki desteğini teşekkürle karşılıyoruz. Ayrıca, bunun dışında okulumuzda birçok sosyal faaliyetimiz bulunuyor” dedi. Okul olarak birçok aktiviteye de katıldıklarını belirten Ekinci, bu aktivitelerin başında ise fuarların geldiğini söyledi. Ekinci, MÜSİAD’ın düzenlediği CNR ve Kuyumkent Fuarlarına katıldıklarını ve Milli Eğitim Bakanlığı standında ürünlerini sergilediklerini belirtti. Öğrencileri hayata hazırlamak ve onlara iş olanakları yaratmak amacıyla 50’nin üzerinde stajyer öğrenciye eğitim verdiklerini söyleyen Ekinci, böylece öğrencilerin hem sosyalleşip hem de küçük de olsa aileleri için ekonomik girdi sağladıklarını, en önemlisi de özgüven kazandııklarını söylüyor.

İHİB sayesinde proje ilk ürünlerini verdi

İHİB’in kendilerine sağladığı iki adet halı tezgahı ile çalışmalara başladığını belirten Ekinci, “Çalışmalarda belli bir mesafe alındı ve kilimler dokunmaya başladı. Proje kapsamında altı öğretmenimize eğitim verildi. Bu eğitimi alan öğretmenlerimiz öğrencilere gereken bilgileri aktararak kilim üretimine başladılar” dedi. İHİB’in, proje sonunda üretilen ürünleri alacağını taahhüt etmesinin de son



Okullarda eğitim gören ve topluma adapte olmakta güçlükler çeken hafif düzeyde zihinsel engelli öğrencilere bir iş sahası açmak ve aileler üzerindeki yükü hafifletmek isteyen İHİB, öğrencileri bir nevi rehabilite etme misyonu üstleniyor.

derece sevindirici olduğunu ifade eden Ekinci, bu sayede çocuklara bir geri dönüş sağlanacak olmasından dolayı memnuniyetini belirtti. Haftalık olarak devam eden eğitimlerle Ekinci, özel bir dokuma sistemiyle dokunan kilimlerin uzun süre isteyen bir teknikle dokunduğunu ifade etti. Ekinci, tüm iplik ve yün ihtiyaçlarıyla boyama ipliklerini tedarik eden İHİB’e ayrıca teşekkürlerini ilettili.

Manevi değeri yüksek halı ve kilimler

Projenin, engelli öğrencileri hayata hazırlama misyonunu son derece başarılı bir şekilde gerçekleştireceğine inandığını ve bunun için çalıştıklarını söyleyen Tekstil Atölye Öğretmeni Erdal Yurtsever de yaptıkları işi el dokuması kilim olarak tanımlıyor. İHİB Kilim Uygulama Atölyesi’nde el emeğiyle dokunmuş, manevi değeri yüksek halı ve

kilimler dokuduklarını belirten Yurtsever, yaptıkları işe sevece ve büyük bir saygıyla yaklaştıklarını ifade ediyor. Dokuma teknikleriyle ilgili de bilgi veren Yurtsever, “Kilim tekniğiyle dokuduğumuz yöntemde ipliklerin ve atkılarının çaprazlama geçirilmesi söz konusu. Halıdaki gibi ilmek yok, kirkitleme var. Bu teknik düz bir yüzeyin elde edilmesini sağlıyor. Desen açısından da basit, sade ve Türk kültürünü yansıtan motifler üzerinde çalışıyoruz” dedi. Öğrenme aşamasında bir proje olmanın ötesine geçtiklerinin altını çizen Yurtsever, bu başarılı projenin bir parçası olduğu için tüm öğretmenler olarak çok mutlu olduklarını ifade etti. Yurtsever, İHİB’in çalışmaları doğrultusunda, projenin devamında, daha büyük ölçekli bir eğitim kurumuna ihtiyaç duyacaklarını ve bunun için ellerinden gelen katkıyı sunmaya hazır olduklarını da sözlerine ekledi.



İki adet tezgah ile ERAM Fatih Özel Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezi - İş Okulu'na destek veren İHİB, tezgah sayısını en kısa zamanda artırmayı ve altıya çıkarmayı planlıyor.

Projenin, engelli öğrencileri hayata hazırlama misyonunu son derece başarılı bir şekilde gerçekleştireceğine inandığını söyleyen Tekstil Atölye Öğretmeni Erdal Yurtsever, bu amaç için şevkle çalıştıklarını söylüyor.

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

İTKİB İTA'DAN TASARIM VE KOLEKSİYONDA SÜREÇ YÖNETİMİ

İTKİB İTA, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN İHTİYAÇLARINI GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURARAK EĞİTİMLERİNE DEVAM EDİYOR. BU KAPSAMDA MARMARA ÜNİVERSİTESİ VE NEBİM YAZILIM İŞBİRLİĞİ İLE 15 VE 17 EKİM TARİHLERİNDE "TASARIM VE KOLEKSİYONDA SÜREÇ YÖNETİMİ" EĞİTİMİ DÜZENLEDİ.

Tekstil sektörünün ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak eğitimler gerçekleştiren İTKİB İTA, 15 Ekim tarihinde Marmara Üniversitesi ve Nebim Yazılım işbirliği ile "Tasarım ve Koleksiyonda Süreç Yönetimi" eğitimini gerçekleştirdi. Eğitimin ilk bölümünde Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Doç.Dr. Vedat Dal'ın konuşmacılığını yaptığı "Hazır Giyim Sanayinde Tasarım ve Koleksiyonda Süreç Yönetimi" başlıklı seminerde katılımcılara bir hazır giyim firmasında tasarım ve koleksiyon bölümü nasıl kurulur ve yönetilir, tasarım süreçlerinin belirlenmesi ve planlanması, tasarım ve koleksiyon bölümünde maliyet yönetimi konularında bilgi verildi. Seminerin öğleden sonraki bölümünde ise Nebim Yazılım Üretim Proje Müdürü Yılmaz Akgül, Nebim V3 ile Hazır giyim sanayinde koleksiyon hazırlama, numune takip süreçleri ve üretimde süreç yönetimi ile ilgili uygulamalı sunumunu gerçekleştirdi. Eğitimde, özellikle firmalara Tasarım ve Koleksiyon Yönetimi bölümünün yapılandırılması ve süreç takibi ile firmaya özgü iş akışları oluşturulabilmenin, ilgili tüm bu süreçlere ait hedef tarihlerinin girilmesinin ve bu tarihlerin yetki dâhilinde yönetilmesi ve gerçekleşen takiplerinin yapılmasının önemi vurgulandı.

Tasarım firmalarının şansları artacak Türkiye'de yaşanan çeşitli krizler ve bölgesel entegrasyonlar sonucu Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün önemli ölçüde rekabet gücü kaybına uğradığını söyleyen Doç. Dr. Vedat Dal, sunumuna hazır giyim işletmelerinin faaliyetlerini sürdürdükleri ulusal ve uluslararası pazarlarda yaşanan ekonomik, sosyal, yasal değişimler, rekabet şartlarının giderek ağırlaşması gibi değişimler işletmelerin planlama, üretim ve yönetim faaliyetlerini sürekli olarak değerlendirmelerine ve müşteri odaklı düzenlemeler

yapmalarını zorunlu hale getirdiğini belirterek devam etti. Eğitimde özellikle; hazır giyim firmalarının gerek iç pazarda gerekse dış pazarlarda sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü elde edebilmelerinde en önemli unsur tasarım ve koleksiyon yönetimine verdikleri değer olacağı vurgulandı. Müşteri beklentileri doğrultusunda tasarım ve koleksiyon hizmeti sunan firmaların başarılı olma şansları daha da artacağı belirtildi. Kurum içi eğitimlere de önem veren İTKİB İTA, aynı eğitimi 17 Ekim tarihinde Camp tekstil firması çalışanlarına da verdi.





go natural

*all natural
buttons* 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

www.formdis.com

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

SHOWROOM MERTER M.Nesih Özmen Mah. Fatih Cad.
Ceviz sk. Nazmi İş Hanı No: 22/3
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

**“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



Ders : Dijital Baskı Teknolojileri
Konu : Dijital Baskıda Kazanç



Dijital baskıda
kafanızı fazla karıştırmayın

= BİC

 Roland®


PARTNERS FOR ALL TIME


Cham Paper Group


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

'BETTER COTTON' İLE PAMUK PAHADADA DAHA AĞIR

TÜRKİYE'DEKİ PAMUK ÜRETİMİNİ ÇEVRESEL VE EKONOMİK ALANDA SÜRDÜRÜLEBİLİR KILMAK İÇİN ÇABALAYAN İYİ PAMUK UYGULAMALARI DERNEĞİ, TÜRKİYE GENELİNDEKİ PAMUK ÜRETİMİNİ DAHA İYİ YÖNDE DÖNÜŞTÜRÜYOR. DERNEK BU AMAÇLA, 'BETTER COTTON' LİSANSLI PAMUĞU TÜRKİYE'DE ÜRETMEK ÜZERE BCI İLE STRATEJİK ORTAKLIK ANLAŞMASI İMZALADI.

İyi Pamuk Uygulamaları

Derneği (IPUD), Türkiye'de pamuk üretimini, pamuğu üreten kesimler için, pamuğun yetiştirildiği çevre için ve sektörün geleceği için daha iyi bir hale getirmek amacıyla Eylül 2013'te kuruldu. 10 Mart 2014 yılında ilk genel kurulunu gerçekleştiren derneğin yönetim kurulunda İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, İzmir Ticaret Borsası, Çukobirlik, Sanko Tekstil, Spot Tekstil, Tariş, Tariş Pamuk ve Yağlı Tohumlar, Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Tanmanlar Ziraat, Ulusal Pamuk Konseyi gibi pamuk ve tekstil sektörünün farklı paydaşları ve lider kuruluşları yer alıyor. Türkiye'deki pamuk üretimini çevresel, ekonomik ve sosyal anlamda sürdürülebilir kılmak ve sürdürülebilir pamuğu ana ticari ürün haline getirerek Türkiye genelindeki pamuk üretimini daha iyi yönde dönüştürmek amacıyla IPUD, 'Better Cotton' yani İyi Pamuk lisanslı pamuğu Türkiye'de üretmek üzere 2014 yılında Better Cotton Initiative (BCI) ile Stratejik Ortaklık Anlaşması imzaladı.

BETTER COTTON INITIATIVE...

BCI, üreticiden perakendeye kadar birçok farklı paydaşın bir araya gelip, ortak hareket ederek pamuk üretiminin olumsuz çevresel ve sosyal etkilerini azaltmayı ve sektörün geleceğini daha güvenli hale getirmeyi hedefleyen çok paydaşlı, uluslararası bir inisiyatifdir. Küresel pamuk üretimini, pamuk üreticileri için, içinde yetiştiği çevre için ve sektörün geleceği için daha iyi hale getirme misyonu



Mustafa Kemal Üniversitesi Biyosistem Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Berkant Ödemiş'in desteği ile Hatay, Melekli'de pamuk sulaması ve kullanılan suyun efektif kullanımı ile ilgili arazi tespiti yapılıyor.

ile 2009 yılında Cenevre'de kurulmuş. Better Cotton üretim standardını geliştirmiş. Better Cotton beş kıta ve 20 ülkede üretiliyor. BCI'nın amacı Better Cotton'un sürdürülebilir, genel geçer bir emtia olarak geliştirilmesi yoluyla dünya çapındaki pamuk üretimini dönüştürmek. BCI'nın 2020 yılına ilişkin hedefi, dünya pamuğunun yüzde 30'unun Better Cotton lisanslı pamuk olarak üretilmesi. BCI; H&M, IKEA,

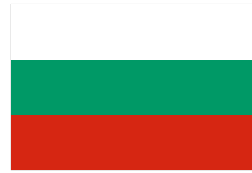
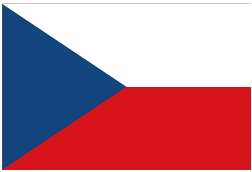
Marks&Spencer, Levi's, Adidas, Nike gibi tekstil sektörünün önde gelen markalarınca destekleniyor ve bu markalarca tedarik ediliyor. BCI'ya üye olan yaklaşık 50 uluslararası marka sürdürülebilir pamuk olan Better Cotton tedariginde Türk üreticilerle çalışma hacmini her geçen gün artırıyor. Şu an Türkiye'de 70 tekstil tedarik zinciri firma BCI üyesi ve bu sayı her geçen gün artırıyor.



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



FOTOĞRAFSIZ BİR MODA DÜŞÜNMEK İMKANSIZ

İMA'DA ALDIĞI FOTOĞRAFÇILIK EĞİTİMİNİN ÜZERİNE TECRÜBELERİNİ BİRİKTİREN NAZLI ERDEN, KENDİ KURDUĞU NZL STÜDYO EKİBİYLE GELECEK YIL İSTANBUL'DA DA OFİS AÇMAYA HAZIRLANIYOR.

Gazetecilik eğitiminin ardından fotoğrafçılığa merak salan Nazlı Erden, bu yolda başarı merdivenlerini emin adımlarla çıkıyor. İMA'da aldığı fotoğrafçılık eğitiminin üzerine tecrübelerini biriktiren Nazlı Erden, kendi çizdiği moda illüstrasyonları ile de dikkatleri üzerine çekiyor. Toronto Yükselen Sanatçılar'da birincilik ile teknik mükemmellik dalında ikincilik olmak üzere iki ödülün sahibi olan Nazlı Erden ile keyifli bir röportaj gerçekleştirdik.

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

Üniversitede aldığım gazetecilik eğiti-

minden sonra bir süre basın fotoğrafçılığı dalında kendimi denedim. Fakat bu sırada evimin alt katında kurduğum stüdyomda portre çalışmaları yapıyordum. Zamanla çeşitli moda bloggerları ve butiklerle çalışmaya başladım ve anladım ki moda fotoğrafçılığı estetik anlayışımı en iyi yansıtabileceğim alandı. İMA'ya girdiğim dönemde ve sonrasında hem kişisel hem ticari işlerde yer aldım. Bu sırada Vogue-İMA iş birliğiyle iki kez Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'a katıldım. Sektöre yeni giren bir moda fotoğrafçısı olarak Vogue'da fotoğraflarımın yayınlanmış olması tabii ki de inanılmaz bir motivasyon ve referans kaynağı oldu benim için. 2013 yılı sonunda Amerika'ya, ardından da Kanada'ya

taşındım ve bir süre ara verdiğim fotoğraf çalışmalarına bir başka tutkumu daha ekledim. Çizmeye başladığım moda illüstrasyonları çeşitli mecralarda yayımlandı ve bana Toronto Yükselen Sanatçılar'da birincilik ile teknik mükemmellik dalında ikincilik olmak üzere iki ödül birden getirdi. İki yıl ara verdiğim moda fotoğrafçılığına bu yıl Toronto Moda Haftası'yla tekrar başladım ve artık modayı hem çiziyor hem de çekiyorum.

İMA'da aldığınız eğitim süreci nasıl başladı? Eğitim öncesi ve sonrası süreçte ne tür değişimler yaşadınız?

Kendimi moda fotoğrafçılığı alanında geliştirmek istediğimde, uzun süren bir

araştırma yaptım ve İMA'nın benim için en iyi seçenek olduğuna karar verdim. Sadece moda fotoğrafçılığı dalında uygulamalı eğitim veren bir okul bulmuş olmak benim için çok sevindiriciydi. Kursa başlamadan önce yeni ışık ve retouch teknikleri öğrenmeyi hayal ederken, derslere girmeye başladıktan sonra sektörle ilgili çok daha farklı bir bakış açısına sahip olmaya başladığımı fark ettim. Sadece teknik anlamda değil, sektörün işleyişi, yaratım süreçleri ve takım çalışması konularında da bilgi ve deneyim sahibi olmaya başladım.

Moda fotoğrafçılığında ilham oluşturan unsurlar var mı?

Moda fotoğrafçılığı benim için fotoğrafın en zevkli unsurlarının bir araya toplandığı bir alan. Çekim öncesi hazırlıkları, çekim günü ve çekim sonrası süreçleri ile birlikte yaratıcılığın, estetiğin, takım çalışmasının birleştiği heyecan verici bir serüven. Kendi estetik görüşünüzü ekibinizin yaratıcılığıyla birleştirebileceğiniz, belli teknik sınırlara bağlı kalmadan sürekli yeni şeyler deneyebileceğiniz bir oyun alanı gibi... Bana göre bu sınırsız hayal gücü imkânı moda fotoğrafçılığının en ilham veren unsuru.

Türkiye'de moda fotoğrafçılığının gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kanada'da bulunduğum süre boyunca, sürekli yerel fotoğrafçıları ve işlerini takip etme fırsatı buluyorum. İster istemez Türkiye ile kıyaslarken buluyorum kendimi ve her zaman aynı şeyi düşünüyorum. Türkiye gerek moda fotoğrafçılığı gerekse düğün fotoğrafçılığı gibi fotoğrafın diğer alanlarında oldukça ileride diyebilirim. Hem teknik hem yaratıcılık anlamında Türkiye'den çok güzel işler çıkıyor, kesinlikle dünya standartlarında işler yapıldığını gönül rahatlığıyla söyleyebilirim.

En beğendiğiniz yerli ve yabancı moda fotoğrafçıları kimler?

O kadar çok ki ilk aklıma gelenleri söyleyecek olursam; Türkiye'den en beğendiğim Koray Parlak ve son zamanlarda Aytekin Yalçın, yurtdışından ise bu aralar en çok takip ettiğim Luigi&Tango, Rankin, Camilla Akrens ve tabii ki efsane Tim Walker.

Moda fotoğrafçılığında her çekimde bir konsept oluşturmak ve kendi tarzınızı oturtup bunu kabul ettirmek

ayrı bir süreç. Bu kıvama gelebilmek ne kadar süre alıyor?

Çekimler için konsept oluşturma süreci belki de işin en keyifli yanı. Gerek kişisel projelerde tek başıma, gerekse profesyonel işlerde ekip olarak oluşturduğumuz bu beyin fırtınası, yaratım sürecinin en önemli halkası. Bu sırada edinilen deneyimler ise her işin bir öncekinden daha iyi olmasını sağlayan en büyük etken. Kendi tarzını oluşturmak ise bu süreçte ortaya çıkan ama gerçekleşmesi zaman alan bir olgu. Bazı fotoğrafçılar için yıllar alan bu süreçte, ben de sanırım henüz yolun başındayım. Çünkü hâlâ yeni şeyler denemeye ve öğrenmeye aç hissediyorum.

Stüdyo çekimlerini mi yoksa dış mekân çekimlerini mi tercih ediyorsunuz?

Stüdyo kontrolün bende olduğu ve ken-



NAZLI ERDEM
Moda Fotoğrafçısı

dimi çok rahat hissettiğim bir alan. Ancak dış çekimlerin verdiği heyecan bambaşka. Örneğin ormanda ışığın dalların arasından gelişinin bir anda değişmesi ve yarattığı efekt ile çekilen fotoğrafın bir anda çok farklı bir duyguya bürünmesini görmek gerçekten inanılmaz.

Şu anda profesyonel anlamda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Şu anda Toronto'da hem moda illüstrasyonlarıyla çeşitli etkinliklere katılıyor hem de ürünler tasarlıyorum. Bir yandan da çeşitli firmalar ve online dergilerle freelance moda fotoğrafçılığına devam ediyorum. Ayrıca kurmuş olduğum NZL Studio ekibiyle, profesyonel stilist ve asistanlar eşliğinde moda sayfalarını aratmayan düğün çekimleri yapıyoruz. Önümüzdeki sene İstanbul ayağını da açmış olacağız.

Son olarak sizce "fotoğraf" moda için neden bu kadar önemli?

Fotoğrafsız bir moda sektörü düşünmek gerçekten imkânsız. Modanın tamamen görsel duylara hitap ediyor olması, kuşkusuz fotoğrafı modanın takipçilerine ve tüketicilerine ulaşmadaki en önemli aracı yapıyor. Sosyal medyanın günümüzdeki gelişimini de düşünecek olursak görseelliğin gücünü yadsınamamız imkânsız.

Türkiye gerek moda fotoğrafçılığı gerekse düğün fotoğrafçılığı gibi fotoğrafın diğer alanlarında oldukça ileride diyebilirim. Hem teknik hem yaratıcılık anlamında Türkiye'den çok güzel işler çıkıyor, kesinlikle dünya standartlarında işler yapıldığını gönül rahatlığıyla söyleyebilirim.

İMA'DA KOLEKSİYON Planlama ve Oluşturma

HER AY MODAYA DOKUNAN BİR MESLEĞİ MERCEK
ALTINA ALAN İMA BLOG, KOLEKSİYON PLANLAMA
VE OLUŞTURMA KONUSUNA IŞIK TUTUYOR.

Modanın yeniliğe aç ve değişime mahkum ortamında her sezon ve tabii ki her ara sezonda yeni bir koleksiyon oluşturabilmek, trendleri yakından takip etmek, geleceğin neler getireceğini ön görebilmek ve koleksiyonunun tutarlılığını sağlamak adına hikaye anlatıcılığına sahip olabilmekten geçiyor. Güncel bağlamında H&M Balmain işbirliğinin başarısı koleksiyon planlaması tarafındaki başarının en yakın örneklerinden sayılabilir. Tüm bunların yanında hedef kitleyi tanımak ve koleksiyonun gidişatını bu minvalde belirlemek de modanın işbu alternatif yolunda başarıya giden yollardan bir diğeri. Bahsi geçen tüm yaratıcı süreçlerin yanında koleksiyon planlamasında finansal açı da elzem önem taşıyor. Tüketici alışkanlarına hakim olmak, rakiplerin analizini yapmak, bütçe çıkarmak ve aynı anda bir tasarımcı, merchandiser ve buyer gibi düşünebilmek mesleğin olmazsa olmazlarından. Bu noktada işin eğitim kısmını devralan İMA kapılarını yeniden sektörün ihtiyaçları dahilinde aralıyor. Detaylar için takipte kalın.

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



YENİ

FIRÇA ZIMPARA MAKİNASI

ALISA®

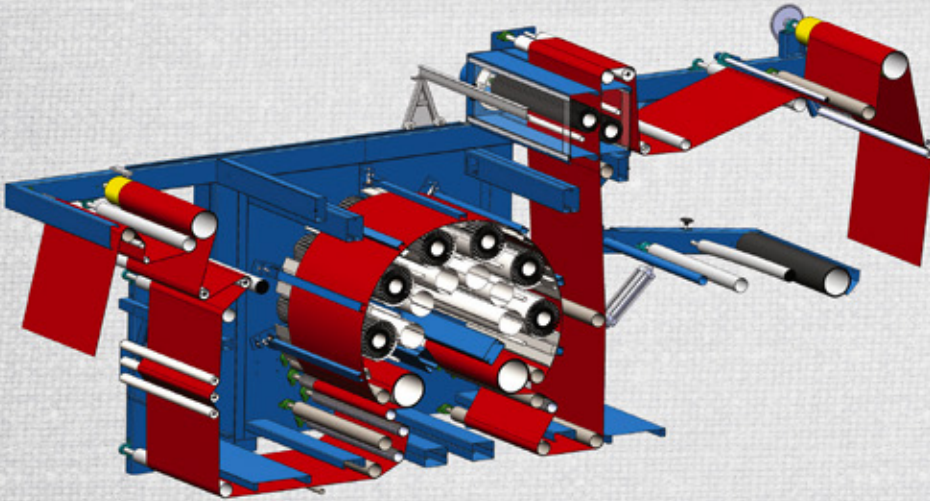
ÖRGÜ VE DOKUMA KUMAŞTA TEK MAKİNA



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

EFEKT BİZİM İŞİMİZ...

ARTIK "ALISA 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 iletişime 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



ERDOĞ AN KARAHAN
Yeminli Mali Müş avir

E- TEBLİGAT DÖNEMİ BAŞ LIYOR

Tebliğ nedir?

Tebliğ hüküm ifade eden bir bildirim, ilgisine iletilmesidir. Vergi Usul Kanunu'nun "Tebliğ Esasları" başlığını taşıyan 93. Maddesinde "Tahakkuk fişinden gayri, vergilendirme ile ilgili olup, hüküm ifade eden bilumum vesikalar ve yazılar adresleri bilinen gerçek ve tüzelkişilere posta vasıtasıyla ilmuhaberli taahhütlü olarak, adresleri bilinmeyenlere ilan yolu ile tebliğ edilir. Şu kadar ki, ilgilinin kabul etmesi şartıyla, tebliğin daire veya komisyonda yapılması caizdir" ifadesiyle, tebliğin hangi usulde yapılacağı hüküm altına alınmıştır.

Tebliğ yapılacak kimseler

VUK'un "Tebliğ yapılacak kimseler" başlığını taşıyan 94. Maddesinde "Tebliğ mükelleflere, bunların kanuni temsilcilerine, umumi vekillerine veya vergi cezası kesilenlere yapılır. Tüzel kişilere yapılacak tebliğ, bunların başkan, müdür veya kanuni temsilcilerine, vakıflar ve cemaatler gibi tüzel kişiliği olmayan teşekküllerde bunları idare edenlere veya temsilcilerine yapılır. Tüzel kişilerin müteaddit müdür veya temsilcisi varsa tebliğin bunlardan birine yapılması kafidir" hükmü yer almaktadır. Bunun yanı sıra aynı Kanun'da diğer tebliğ hükümlerine de yer verilmiştir.

Yine VUK'un "Elektronik ortamda tebliğ" başlığını taşıyan 107/A Maddesinde "Bu Kanun hükümlerine göre tebliğ yapılacak kimselere, 93'üncü Maddede sayılan usullerle bağlı kalınmaksızın, tebliğe elverişli elektronik bir adres vasıtasıyla elektronik ortamda tebliğ yapılabilir. Elektronik ortamda tebligat, muhatabın elektronik adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda yapılmış sayılır. Maliye Bakanlığı, elektronik ortamda yapılacak tebliğle ilgili her türlü altyapıyı kurmaya veya kurulmuş olanları kullanmaya, tebliğe elverişli elektronik adres kullanma zorunluluğu getirmeye ve kendisine elektronik ortamda tebliğ yapılacakları ve elektronik tebliğe ilişkin diğer usul ve esasları belirlemeye yetkilidir" hükmüyle, VUK'ta yer alan tebliğ hükümlerinden bağımsız olarak elektronik ortamda tebliğ yapılabileceği, bu tebliğin nasıl yapılacağına dair usul ve esasların ise Maliye Bakanlığı'nca belirlenebileceği ifade edilmiştir.

Maliye Bakanlığı yayımlamış olduğu 456 sıra numaralı VUK Genel Tebliği ile elektronik ortamda tebligatın ayrıntılarını düzenlemiştir.

Düzenlemenin yürürlük ve en son başvuru tarihi

Tebliğün yürürlük tarihi 27.08.2015'dir. Bu kapsamda gerekli hazırlıkların yapılarak 01.01.2016 tarihine kadar başvurunun yapılması gerekmektedir. Yani 01.01.2016 tarihi itibarıyla e-Tebliğat Sistemi fiilen kullanılmaya başlanacaktır. Ancak gerekli başvuruları yapan mükellefler için 01.10.2015 tarihinden itibaren e-Tebliğat yapılabilecektir.

e-Tebliğat Sistemi'ne başvurmak zorunda olanlar

Tebliğe elverişli elektronik adres kullanma zorunluluğu getirilen ve kendisine elektronik ortamda tebliğ yapılabilecek olanlar aşağıda belirtilmiştir.

- a)** Kurumlar vergisi mükellefleri,
 - b)** Ticari, zirai ve mesleki kazanç yönünden gelir vergisi mükellefiyeti bulunanlar (Kazançları basit usulde tespit edilenlerle gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçiler hariç),
 - c)** İsteğe bağlı olarak kendilerine elektronik tebligat yapılmasını talep edenler.
- Kendisine elektronik ortamda tebliğ yapılabilecek olanlar, Tebliğle belirlenen sürelerde bildirimde bulunarak elektronik tebligat adresi almak ve elektronik tebligat sistemini kullanmak zorundadır. Bu mükelleflerin dışında kendilerine elektronik tebligat yapılmasını talep eden kişiler de sistemden isteğe bağlı olarak yararlanabileceklerdir.

Yapılan düzenlemeye göre limited şirketler, anonim şirketler ve eshamlı komandit şirketler e- Tebliğat sistemini kullanmak zorundadırlar. Yine b fıkrasına göre gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf, doktor, muhasebeci, avukat gibi serbest meslek erbabı da sisteme kaydolarak e-Tebliğat sistemine dâhil olmak zorundadır.

e- Tebliğat sistemini kullanmak zorunda olan kurumlar vergisi mükelleflerinin, 01.01.2016 tarihine kadar örneği Tebliğ ekinde yer alan "Elektronik Tebligat Talep Bildirimi (Şirketler ve Diğer Tüzel Kişiler İçin)"ni (EK:1) kurumlar vergisi yönünden bağlı buldukları vergi dairesine vermeleri gerekmektedir. Bu mükellefler, söz konusu bildirim kanuni temsilcileri veya e-Tebliğat Sistemi ile ilgili işlemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noterde verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler aracılığıyla bizzat teslim edeceklerdir.

Bu Tebliğde getirilen zorunlulukların başladığı tarihten sonra mükellefiyet tesis ettiren

2014 hesap döneminde belirli kriterlere uyan mükellefler için faturalarını elektronik ortamda düzenleme zorunluluğu (e-Fatura) getirilmiş, ardından 2015 hesap dönemi itibarıyla bu mükellefler için e-Defter Sistemi'ne geçiş zorunluluğu getirilmiş ve eş zamanlı olarak, e-Arşiv düzenlemesi Maliye Bakanlığı'nca yürürlüğe sokulmuştur.

kurumlar vergisi mükellefleri ise işe başlama tarihini takip eden 15 gün içerisinde Elektronik Tebligat Talep Bildirimi'nde bulunmak zorundadır.

Yapılan başvurunun değerlendirilmesi sonucu, gerekli şartları taşıyan mükelleflere İnternet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresi verilecektir. Böylece bu mükellefler e-Tebligat adresi edinmiş olacaklardır. e-Tebligat Sistemi'ni kullanmak zorunda olan gelir vergisi mükelleflerinin, 01.01.2016 tarihine kadar örneği Tebliğ ekinde yer alan "Elektronik Tebligat Talep Bildirimi (Gerçek Kişiler İçin)"ni (EK:2) İnternet vergi dairesinde elektronik ortamda doldurmaları ve e-Tebligat Sistemi'ni kullanmaya başlamaları gerekmektedir.

Bu mükelleflerin, söz konusu bildirim kendileri veya e-Tebligat Sistemi ile ilgili işlemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noterde verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler aracılığıyla gelir vergisi yönünden bağlı buldukları vergi dairesine bizzat vermeleri de mümkündür.

İnternet vergi dairesini kullanarak elektronik ortamda bildirimde bulunan gelir vergisi mükelleflerine İnternet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresi verilmeyecek olup, bu mükellefler sisteme her girişlerinde sistem tarafından kimlik doğrulaması yapılmak suretiyle e-Tebligat Sistemi'ni kullanabileceklerdir.

Vergi dairesine bizzat veya vekili aracılığıyla başvuran gerçek kişi mükelleflerin başvuruları değerlendirilecek ve gerekli şartları taşıyan mükelleflere İnternet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresi verilecektir. İnternet vergi dairesini kullanarak elektronik ortamda veya vergi dairesine bizzat başvurarak sistemi kullanacak olan gelir vergisi mükellefleri, e-Tebligat adresi edinmiş olacaklardır.

Tebliğde getirilen zorunlulukların başladığı tarihten sonra mükellefiyet tesis ettiren gelir vergisi mükellefleri, mükellefiyet tesis sırasında bizzat veya e-Tebligat Sistemi ile ilgili işlemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noterde verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler aracılığıyla, örneği Tebliğin ekinde (EK: 2) yer alan bildirim doldurarak ilgili vergi dairesine vermek zorundadır.

İsteğe bağlı olarak kendilerine e-Tebligat yapılmasını talep edenlerin bildirim ve e-Tebligat adresi edinmesi

Tebliğ ile getirilen zorunluluk kapsamına girmeyen ancak isteğe bağlı olarak kendilerine e-Tebligat yapılmasını talep eden tüzel kişiler ile tüzel kişiliği olmayan teşekküller

Tebliğ'in (5.1) bölümünde açıklandığı şekilde, katma değer vergisi veya gelir (stopaj) vergisi yönünden bağlı buldukları vergi dairesine başvuruda bulunarak sistemi kullanabileceklerdir.

Benzer şekilde, Tebliğ ile getirilen zorunluluk kapsamına girmeyen gerçek kişi muhatapların, Tebliğin (5.2) bölümünde açıklandığı şekilde, İnternet vergi dairesi aracılığıyla başvurarak veya ikametgahlarının bulunduğu yer vergi dairesine bizzat veya e-Tebligat Sistemi ile ilgili işlemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noterde verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler aracılığıyla başvuruda bulunarak sistemi kullanmaları mümkündür.

213 sayılı Kanun hükümlerine göre tebliği gereken evrak, e-İmza ile imzalanacak ve vergi dairesi adına Başkanlık tarafından tebliğ yapılacak muhatabın e-Tebligat adresine iletilecektir.

e-Tebligat sistemine İnternet vergi dairesi üzerinden erişilecektir. İnternet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresine sahip olan gerçek ve tüzel kişiler, şifreleriyle e-Tebligat adreslerine ulaşacaklardır. İnternet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresi olmayan gerçek kişiler ise sisteme her girişte yapılan kimlik doğrulaması ile e-Tebligat adreslerine erişeceklerdir.

Kanunun 107/A Maddesi gereğince, e-İmzalı tebliğ evrakı, muhatabın elektronik ortamdaki adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda tebliğ edilmiş sayılacaktır.

Olay kayıtları, İşlem Zaman Bilgisi eklenecek, erişilebilir şekilde arşivlerde otuz yıl süreyle saklanacaktır. Hesaba erişim bilgilerinin iletimi ile sisteme erişimin güvenli bir şekilde yapılması için gerekli tedbirler Başkanlık tarafından alınacak olup talep, halinde e-Tebligata ilişkin delil kayıtları ilgisine veya yetkili mercilere sunulacaktır.

e-Tebligat Sistemi'nden çıkış

Zorunlu veya ihtiyari olarak e-Tebligat Sistemi'ne dâhil olanların aşağıdaki durumlar dışında sistemden çıkmaları mümkün değildir.

Tüzel kişilerde ticaret sicil kaydının silindiği (nevi değişikliği ve birleşme halleri dâhil) tarih itibarıyla, e-Tebligat adresi kapatılır. Gerçek kişilerde ise ilgilinin ölümü veya gaipliğine karar verildiğinin idare tarafından tespit edildiği durumlarda, ölüm/karar tarihi itibarıyla ilgilinin e-Tebligat adresi re'sen kapatılır. Mirasçıların bağlı olunan vergi dairesine başvurması halinde de müteveffanın e-Tebligat adresi kullanıma kapatılır.

Ceza hükümleri

e-Tebligat Sistemi'ne dahil olması zorunlu olanlardan bu Tebliğ ile getirilen yükümlülüklere uymayanlar için Kanun'un 148, 149 ve mükerrer 257'nci Maddeleri uyarınca, Kanun'un mükerrer 355 inci Maddesindeki cezaî müeyyide uygulanır.

Ceza uygulaması sonrasında re'sen oluşturulan İnternet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresi, gerçek kişilerde mükellefe, tüzel kişiler ile tüzel kişiliği olmayan teşekküllerde doğrudan kanuni temsilcisine tebliğ edilir ve e-Tebligat adreslerine tebligat gönderimine başlanılır.

Daha önce KEP sistemine başvuranlar da e-Tebligat Sistemi'ne başvuracaklardır. E-Tebligat Sistemi, Maliye Bakanlığı tarafından kullanılacak vergi kanunlarına yönelik bir uygulamadır. Ancak KEP ise tebligat kanunu ve Türk Ticaret Kanunu kapsamında kullanılmaya devam edilecektir.

Sonuç

Tüzel kişiler için müracaatın bizzat vergi dairesine yapılması, İnternette müracaatın yapılamaması düzenlemenin mantığıyla uyumsuzdur. Şimdi on binlerce mükellef bizzat belgelerle vergi dairesine müracaat edecek, bu durum vergi dairesinde muazzam bir iş yükü oluşturacak; mükelleflerin zaman ve para kaybı olacak, bunun yanı sıra yüz binlerce sayfa evrak kirliliği ve kâğıt israfına sebep olacaktır. Oysa bu olumsuzluklar, İnternette yapılacak güvenli bir başvuru ile kolayca bertaraf edilebilirdi.

Düzenlemenin diğer bir olumsuz tarafı ise bizzat başvuramayan kanuni temsilcilerin verecekleri vekâletin özel bir vekâlet olması zorunluluğunun getirilmesidir. Bir çok şirketin kanuni temsilcisi, zaten güvendiği kimselere vergi dairesinde tüm iş ve işlemlerini yapması ve takip etmesi için vekâletler vermiştir. Şimdi hali hazırda bu kadar geniş yetki içeren vekâletler varken, verilmişken; sırf bu işlem için özel vekâlet talep etmek, Maliye Bakanlığı'nın kırtasiyecilik bakış açısının devamıdır. Bunun yanı sıra noterlere gereksiz yere ödenecek vekâlet ücretleri de iş dünyası için ayrı bir yük olacaktır.

Her ne kadar tebligat adresine gönderilen bildirimler, mükellefin bildirdiği bir cep telefonuna uyarı olarak kısa mesaj şeklinde gönderilecek olsa da her hangi bir tebligatın görünmemesi veya fark edilmemesi riskine karşılık 01.01.2016 tarihinden sonra bu mailler aktif olarak her gün kontrol edilmelidir.



Bisse, 40 yaşına yeni marka ile giriyor

Yılı 1 milyon adetlik gömlek üretimiyle tamamlamaya hazırlanan gömlek markası Bisse, 40'inci yılına yeni markası 'B76' ile giriyor. Firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Kefeli markanın 40'inci yılı şerefine B76 diye bir de yeni marka çıkardıklarını söyleyerek, "Bu marka gençler için. Tabii ki bu Bisse'nin yaşlandığı anlamına gelmiyor. Bisse markasının müşteri kitlesi 30 yaş ve üzeri. B76'yla bunu 18 yaşa kadar indirmek istedik ve genç ve spor bir marka tasarladık. Bisse klasik ve ağır segment. B76'ya büyük ilgi oldu ve açıkçası şaşır-dık. 2015 için ciro hedefimizde, malum nedenlerle zor bir yıl olduğu için artış öngörmüyorduk. 2014'ü tekrarlarsak yeter diyorduk. Fakat B76 ile ciromuz 2014'ü yüzde 15 aşmış durumda. Gömlek ihracatımız yüzde 70'i Bisse olarak satılıyor" dedi.



Beymen'in yılsonu hedefi 930 milyon dolar



Beymen'in 2 yıl önce açtığı Zorlu Center'daki mağazası, 82 mağaza içinde ciroda ilk sıraya oturdu. Bu yılı 930 milyon lira ciroyla kapatmaya hazırlanan Beymen'in cirosunun 200 milyon TL'si Zorlu'dan gelecek. Beymen'in amiral gemisi İstinyePark mağazası ikinci sırayı alırken Nişantaşı üçüncü oldu. En büyük sürprizi ise beymen.com yaptı. Yılı 50 milyon TL ciroyla kapatmaya hazırlanan beymen.com, en çok satış yapılan 4'üncü mağaza konumuna geldi. İnternette satışlar, seneye hedeflenen 90 milyon TL ciro ile 3'üncü sıraya yükselecek. Beymen Genel Müdürü Elif Çapçı, "Beymen.com, 2010 yılında hayatımıza girdi. İlk yıl 3 milyon TL olan cirosu geçen yıl 25 milyon oldu. Bu yıl 50 milyon TL'ye doğru gidiyor ve 4'üncü büyük mağazamız haline geldi. Seneye 90 milyon TL ciro hedefi koyuyoruz. Bu rakamla Nişantaşı mağazamızı geçip 3'üncü sıraya oturacak. 2016 yılında 1 milyar 170 milyon TL olarak bütçelendireceğimiz Beymen'in toplam cirosunun yüzde 8'i beymen.com'dan gelecek" dedi.

AVM'lerde kira krizine çözüm

AVM dolar ve eurodaki yükselişten kaynaklanan kira problemi artık kur sabitlemenin ötesine geçti. Özellikle 3 TL'nin üzerine çıkan dolar yüzünden alışveriş merkezleri sıkıntılı olan perakendecilere özel çözümler üretmeye başladı.



Son 1 ayda birçok alışveriş merkezi doları 2,2-2,8 TL, euroyu ise 2.7-3 TL'de sabitlerken kirası cirosuna oranla yüksek kalan perakendecilere daha yüksek indirim veya ödeme kolaylığı gibi imkanlar sunuyor. Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı ve Multi Türkiye CEO'su Hulusi Belgü, her markanın sıkıntı yaşamadığını, bu nedenle alışveriş merkezlerinin ciro-kira endeksine bakarak kiracılarına özel çözümler üretme yoluna gittiğini anlattı. Dolar-daki son artışla bazı alışveriş merkezleri ve kiracıları için endeksin bozulduğunu kaydeden Hulusi Belgü, "Örneğin biz Multi olarak alışveriş merkezlerimizde firma performanslarını takip ediyoruz. Ciro-kira endeksi üzerinden değerlendirme yapıyoruz. Kiralar cirolardan daha yüksek kaldıysa veya limitleri aştıysa elimizden geldikçe en uygun çözümü bulup destek olmaya çalışıyoruz" dedi.

EYLÜL AYI HAZIR GIYİM İHRACATI (1000 dolar)

	2014	2015	Değişim (%)
	1,664,539	1,392,239	-16.36

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İHRACAT (dolar)

Ürün Grubu	2014	2015	Değişim (%)
Dış giyim	1,121,311,925	950,006,288	-15.3
Ev tekstili	155,486,379	123,537,618	-20.5
Giyim aksesuarları	162,202,507	121,096,283	-25.3
Yatak kıyafetleri	62,019,414	58,156,763	-6.2
Diğer hazır eşya	42,964,480	33,229,706	-22.7
İç giyim	33,007,337	25,711,896	-22.1
Bebek giyimi ve eşyası	23,492,493	19,588,431	-16.6
Spor kıyafetleri	15,679,343	13,845,879	-11.7

İHRACATTA İLK BEŞ ÜLKE (1000 dolar)

Ülke	2014	2015	Değişim (%)
ALMANYA	304,900	245,735	-19.4
BİRLEŞİK KRALLIK	224,536	173,990	-22.5
İSPANYA	155,828	144,003	-7.6
ROMANYA	99,307	65,662	-33.9
FRANSA	81,764	64,635	-20.9



Kordsa Global Türkiye'nin Ar-Ge şampiyonu oldu

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından düzenlenen Özel Sektör Ar-Ge Merkezleri Zirvesi ve Fuarı'nda en iyi Ar-Ge çalışmaları ödüllendirildi. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Özel Sektör Ar-Ge Merkezleri Zirvesi ve Fuarı'nı bu yıl dördüncü kez düzenledi. 14 Ekim'de yapılan fuara birçok sektörden Ar-Ge faaliyetleri yürüten öncü şirketler katıldı. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık'ın katılımıyla Sheraton Ankara Hotel & Convention Center'da gerçekleşen törende, sektörler arasında en iyi Ar-Ge çalışmaları da ödüllendirildi. Dünyanın lider naylon ve polyester iplik, kord bezi ve tek kord üreticisi Kordsa Global; zirvede açıklanan verilere göre, tüm sektörler ve tekstil sektörü birinciliği olmak üzere 2 ödüle birden layık görüldü. Zirvede, Kordsa Global CEO'su Cenk Alper, ödülü Bakan Fikri Işık'tan aldı. Işık, 2015 yılının Ar-Ge şampiyonu olan Kordsa Global'ın bu alandaki çalışmalarını takdir etti. Bakanlığın sunduğu ödül, yıl içinde Ar-Ge merkezlerinde yapılan çalışmalar sonucu ortaya çıkan yeni teknolojilerin ve çıktılarının başarısını kamuoyuyla paylaşmayı hedefliyor. Bu ödülle birlikte Ar-Ge alanında tüm sektörler arasında ve tekstil sektörü özelinde üçer ödül olmak üzere Kordsa Global altıncı ödülü kucakladı.



Fikri Işık

Cenk Alper

EYLÜL AYI TEKSTİL İHRACATI (1000 dolar)

	2014	2015	Değişim (%)
	819,590	650,266	-20.66
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İHRACAT (dolar)			
Ürün Grubu	2014	2015	Değişim (%)
Kumaşlar	547,910,595	386,438,530	-29.5
İplikler	180,024,830	109,085,081	-39.4
Elyaf	57,835,316	49,355,713	-14.7
İHRACATTA İLK BEŞ ÜLKE (1000 dolar)			
Ülke	2014	2015	Değişim (%)
İTALYA	85,811	66,122	-22.9
RUSYA	74,592	43,604	-41.5
ALMANYA	40,127	30,717	-23.5
İRAN	32,913	27,629	-16.1
BİRLEŞİK DEVLETLER	27,960	25,187	-9.9

Çalık Holding denimde atağa kalkıyor

Çalık Holding, gelecek beş yıla yayılacak şekilde denim kumaş üretimi için 60 milyon dolarlık yatırım yapacak. Bu yatırımlarla şirketin denim kumaş üretim kapasitesi 40 milyon metreden 60 milyon metreye çıkarken 500 kişiye de istihdam sağlanacak. Yeni yatırımlarla artacak üretim ile Uzakdoğu pazarı hedef alınacak.

Ahmet Çalık'ın 1981 yılında temellerini attığı holding, son yıllarda enerji, telekom, inşaat, finans ve madencilik sektörleriyle ön plana çıksa da, tekstilin farklı alanlarında da büyümeye devam ediyor. Grubun tekstilde en güçlü olduğu alanlardan biri ise denim sektörü.

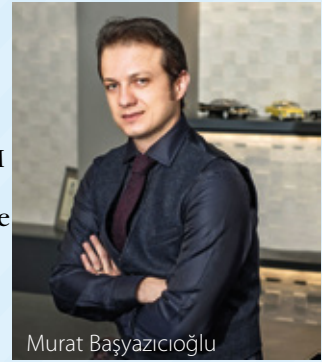
Malatya'da 1987 yılında 111 milyon dolarlık bir yatırım ile kurulan Çalık Denim, dünyada premium denim üretiminde ilk 10 arasında yer alıyor. Çalık Denim Genel Müdürü Hamit Yenici, iplik, dokuma gibi farklı üretim kategorilerinde yatırımlar yapacaklarını söylüyor. Yenici, "İlk aşamada 2016'da 20 milyon dolarlık yatırım yapacağız.

Malatya'da 144 bin metrekaRELİK alana kurulu bir fabrikamız var. Yeni yatırımlarımızı fabrikamızın bulunduğu alandaki boş sahada yapacağız. Önümüzdeki beş yılda 60-80 bin metrekaRELİK yeni tesis yatırımımız olacak" diyor.



Bamen İplik, inovasyon ile yürüyor

Üretim sahasında teknolojinin payına önem veren Bamen, özellikle denim sektöründe kullanılan duo-core, hard core ve core spun teknolojisi ile üretilen iplikler sunuyor. EFQM çalışmalarını şirket prensipleri ile özdeşleştirerek, dünyanın ilk ve tek devlet destekli marka geliştirme programı olan Turquality çalışmalarına start verdiklerini söyleyen Başyazıcıoğlu Tekstil Genel Müdürü Murat Başyazıcıoğlu, "Dünyanın en büyük kumaş üreticileri tarafından tercih edilen, doğal çevre ve toplumla barışık üretim anlayışıyla çalışıyoruz. Tüm paydaşlarımız için en yüksek değeri yaratarak ,sürdürülebilir büyümeyi sağlayan bir iplik üreticisi olma vizyonumuza uygun şekilde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Planlı ve kararlı adımlarla ilerleyerek sektörümüzdeki maratonda ilkler arasında yer almayı hedefliyoruz" dedi.



Murat Başyazıcıoğlu



Rusya için "Muhteşem" tanıtım



Her ülke için farklı tanıtım modelleri ve reklam çalışmaları planlayan Deri Tanıtım Grubu(DTG), Ocak ayı ile birlikte deri ihracatının en önemli alıcısı konumunda olan Rusya'da tanıtım çalışmalarına başlıyor. DTG analizlerine ve araştırma sonuçlarına göre Rus halkının televizyon dizilerine ve özellikle Türkiye'den Muhteşem Yüzyıl dizisine olan ilgisi, bu alanda TİMS Productions ile DTG'nin ortak çalışmasına altyapı oluşturdu. Rusya'nın Moskova, Kazan ve St. Petersburg şehirlerinde 3'er ay gösterime girecek olan Muhteşem Yüzyıl Sergisi için DTG özel bir proje geliştirdi. Ünlü Tasarımcı Ceyda Balaban'ın Deri Tanıtım Grubu için yaptığı projede, teknoloji ve deri her yönü ile kullanılacak. Rusya projesinin ilk gösterimi 3-5 Aralık tarihleri arasında İnovasyon Haftası'nda olması bekleniyor.

Ayakkabı yan sanayi, AYSAF'ı bekliyor

Ayakkabı yan sanayisinin Türkiye'deki potansiyelinin dış pazarlara tanıtılması amacıyla düzenlenen "Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı" (AYSAF), 11-14 Kasım tarihleri arasında gerçekleştirilecek. Fuara bu yılda 20 ülkeden 420 firmanın katılımı bekleniyor. CNR Holding organizasyonunda düzenlenecek AYSAF, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma ve Geliştirme Eğitim Vakfı (TASEV), Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AY-SAD), KOSGEB ve Ekonomi Bakanlığı'nın desteğinde gerçekleştirilecek.



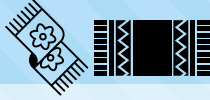
Uluslararası Deriyi Keşfet Projesi Tokat'ta gerçekleşti

Tokat'ta "Deriyi Keşfet" projesi kapsamında bir araya gelen 5 ülkeden 25 genç, aynalı çarık ve deri çanta üzerine atölye çalışması yaptı. Tokat Gençlik Merkezi tarafından Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Bakanlığı, AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığına Ulusal Ajansla yürütülen Erasmus + Ana Eylem 1: Bireylerin Öğrenme Hareketliliği Gençlik Değişimleri programı kapsamında "Deriyi Keşfet" isimli proje hayata geçirildi. Makedonya, Romanya, Bulgaristan ve Slovakya'dan gelen 20 katılımcı ve Türkiye'den 5 katılımcı olmak üzere toplamda 25 gencin katılımcıya dericilikle ilgili bilgiler verildi. Gençlik merkezinde bir araya gelen farklı dil, din ve kültüre sahip gençler aynalı çarık ve deri çanta üzerine atölye çalışmasını yaparken aralarında kültürel diyalog oluşturuldu. Atölye çalışmaları sonunda katılımcılara her insanda farklı duygular uyandıran ebru ve hüsn-ü hat sanatı hakkında bilgiler verilerek kendi ebru çalışmalarını yapmalarına olanak sağlandı.



EYLÜL AYI DERİ İHRACATI (1000 dolar)

	2014	2015	Değişim (%)
	183,072	117,311	-35,92
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İHRACAT (dolar)			
Ürün Grubu	2014	2015	Değişim (%)
Ayakkabılar	63,863,683	51,650,656	-19,1
Deri ve kürk giyim eşyası	65,313,634	32,485,514	-50,3
Deriler postlar	31,092,404	18,272,190	-41,2
Saracıye eşyası	23,242,971	14,902,285	-35,9
İHRACATTA İLK BEŞ ÜLKE (1000 dolar)			
Ülke	2014	2015	Değişim (%)
RUSYA	53,282	21,313	-60,0
IRAK	12,450	9,820	-21,1
ALMANYA	10,019	7,344	-26,7
İTALYA	9,112	6,442	-29,3
BİRLEŞİK KRALLIK	7,629	5,058	-33,7



Celaleddin Vardarsuyu
Bereket Halı

Dünya halı sektörüne yön veriyor

Türkiye’de halı sektörünün öncü firmalarından Bereket Halı’nın sahibi Celaleddin Vardarsuyu, sadece Türk halı sektörünü değil dünya halı piyasasını da şekillendiren isimlerin başında geliyor. Tüm dünyaya Türkiye’den yayılan ve başta Avrupa olmak üzere ABD ve diğer coğrafyalarda halı sektörüne canlılık getiren patchwork’ün yaratıcısı ve 2015 Yılı ‘Yılın Halıcısı Ödülü’nün sahibi Celaleddin Vardarsuyu, Hedef Dergisi’ne başarı hikayesini ve tecrübelerini aktardı. Vardarsuyu, kendini bildi bileli el işlerine meraklı biri. Hafızasında, ablalarının eve getirdiği gripin kutularını kesip yapıştırmak yer alıyor. 4-5 yaşlarında başlayan başarılı serüven, birçok deneyimle sürmüş ve kendisini dünyanın en değerli halıcılarından biri haline getirmiş. Vardarsuyu, her ne kadar kendi deneyimlerinin önemine vurgu yapsa da, gençlere bir usta yanında çalışmadan, o işi tek başlarına yapmamalarını öğütlemekten de geri durmuyor. “Usta icazeti şarttır” diyen Vardarsuyu, ‘Ben yaptım oldu’ anlayışıyla ortaya faydalı işin çıkmadığını söylüyor.

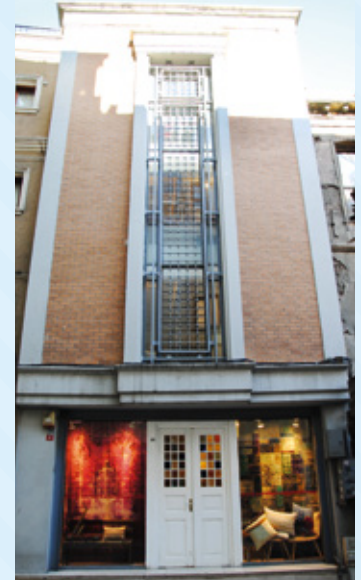
Kara sevda

Elle yapılmış ve fayda içeren her şeye karşı büyük bir aşk beslediğini ifade eden Vardarsuyu, halı, kilim ve

Anadolu dokumalarının yanında bir tahta kaşığa da aynı aşkla yaklaştığını belirtiyor. Hayatı boyunca karşılaştığı herkeste bu özelliği gördüğünün altını çizen Vardarsuyu, bu özelliğinin 94 yılında bir kara sevdaya dönüştüğünü söylüyor. Tüm başarılarına rağmen mütevazılığını koruyan Vardarsuyu kendisine öncü denilmesinden pek hoşnut değil. Aldığı ağır eğitim süresince, öğrendiklerinin faydalı işlere dönüşmesi kaydıyla öğretildiğini belirten Vardarsuyu, meslek hayatında bir parça müşterilerini dinlediğini bir parça da kendi bildiklerini kullandığını belirtiyor. Vardarsuyu, “Cenab-ı Allah da bu potadan bunların çıkmasını nasip etti” diyor.

Patchwork’ün yaratıcısı

Kilim ve halı patchwork ile tüm dünyada yeni bir trendin doğmasını sağlayan isim olan Vardarsuyu, bunun bir trend olmadığı görüşünde. Parçaların bütünü teşkil etmesinin insanlarca fark edilmesinin kanaatinde bir klasik olduğunun altını çizen Vardarsuyu, bunun daha işin başlangıcı olduğunu ifade ediyor. Özellikle New York halı piyasasında bu klasiğin bir domine etkisi ile başka örnekleri ve görüntüleri de tetiklediğini söyleyen Vardarsuyu, elinde satamadığı stokları bir kolaylığa dönüştürdüğünü ve bunun bütün dünyada bir karşılık bulmasından da son derece memnun olduğunu belirtti. Bir hocasının “Hırsızlık yapmayınız ama tabiatın çalışınız” sözünü hiç unutmadığını söyleyen Vardarsuyu, ilham kaynağının bu cümle olduğu görüşünde. Halı ve kilim imalatında uygulanacak teknik yöntemlerin ‘sabır, tabiat ve aşk’ın yanında çok sönük olduğunu söyleyen Vardarsuyu, “Aşk olmadan meşk olmaz. İnsanın varlık nedeninin Allaha itaat ve yaratılana hizmet olduğuna teslim olmuşum” diyor. Dokuma teknikleri hakkında ise, kilim, atkı ve çözüye aşık olduğunu söyleyen Vardarsuyu şöyle konuşuyor: “Kara sevdalıyım. Bu bilginin doğuştan getirdiğimiz ana bilgilerden olduğuna inanıyorum. İnsan cinsinin bu ana bilginin pek azını hatırlayabildiğini görüyorum. Her çeşit düz dokuma, hele de elle yapılırsa, bu ana bilgiye bir parça yaklaşma fırsatını vereceğine inanıyorum. Nasibimizde varsa.” Bereket Halı’nın tamamen ihracatçı bir firma olduğunu söyleyen Vardarsuyu, Türkiye pazarı hakkında bir bilgisi olmadığını da dürüstlikle itiraf ediyor. Halı sektöründe tasarımın en önemli konuların başında geldiğini söyleyen Vardarsuyu, yurtdışında Anadolu dokumalarına ilginin süratle arttığını ve bunun devamının da geleceğini belirtiyor. Türkiye’de dokuma geleneğinin sürekliliğini sağlamak için, sanatın ve bilimin gelişmesi, fakirliğin giderilmesi ve bölünmüşlüğü son bulması gerektiğinin altını çizen Vardarsuyu, bunların, tüm insanlığın aşması gereken sorunlar olduğu görüşünde. Vardarsuyu, sorunlara rağmen insana güveniyor ve insan cinsinin kendini aşmak için daha faydalı adımlar atacağına inanıyor.



EYLÜL AYI HALI İHRACATI (1000 dolar)

	2014	2015	Değişim (%)
	221,743	165,511	-25.36

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İHRACAT (dolar)

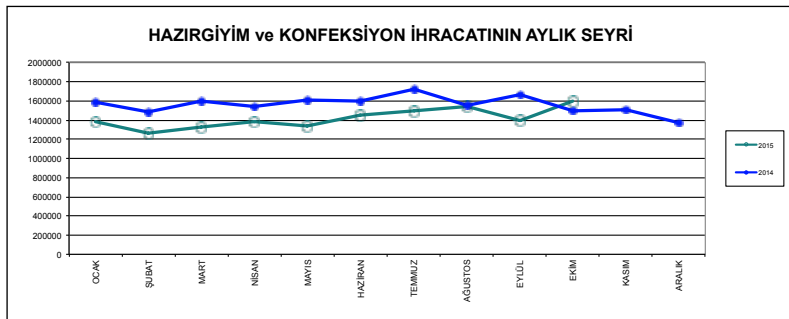
Ürün Grubu	2014	2015	Değişim (%)
Makina halıları	192,806,822	139,845,110	-27.5
Tuften halılar	19,154,004	17,991,328	-6.1
El halıları	9,346,599	6,983,118	-25.3
Kilimler	1,082,405	691,187	-36.1

İHRACATTA İLK BEŞ ÜLKE (1000 dolar)

Ülke	2014	2015	Değişim (%)
IRAK	30,891	24,883	-19.4
BİRLEŞİK DEVLETLER	24,978	24,028	-3.8
SUUDİ ARABİSTAN	30,394	21,226	-30.2
ALMANYA	12,116	10,601	-12.5
MISIR	7,542	6,814	-9.7

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

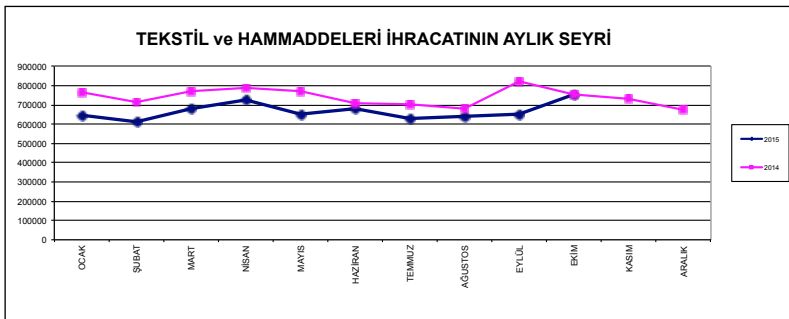
	2014 EKİM 1000 \$	2015 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2015 OCAK EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	DEĞİŞİM %
ALMANYA	274,823	283,051	3.0	3,334,351	21.0	2,673,497	18.9	-19.8
İNGİLTERE	222,438	209,539	-5.8	2,081,686	13.1	1,807,830	12.7	-13.2
İSPANYA	135,744	189,298	39.5	1,396,157	8.8	1,391,298	9.8	-0.3
FRANSA	79,965	75,413	-5.7	961,958	6.1	728,467	5.1	-24.3
HOLLANDA	64,365	63,401	-1.5	807,370	5.1	672,032	4.7	-16.8
IRAK	76,548	87,377	14.1	543,263	3.4	622,261	4.4	14.5
İTALYA	44,092	49,617	12.5	582,520	3.7	491,662	3.5	-15.6
ROMANYA	52,094	58,687	12.7	391,618	2.5	417,721	2.9	6.7
ABD	41,391	49,078	18.6	395,511	2.5	411,025	2.9	3.9
POLONYA	35,753	36,441	1.9	380,728	2.4	394,117	2.8	3.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,027,214	1,101,903	7.3	10,875,163	68.6	9,609,911	67.8	-11.6
DANİMARKA	31,836	34,100	7.1	427,892	2.7	331,616	2.3	-22.5
BELÇİKA	23,686	21,756	-8.1	342,840	2.2	258,443	1.8	-24.6
UKRAYNA	54,567	34,469	-36.8	255,440	1.6	252,847	1.8	-1.0
SUUDİ ARABİSTAN	15,069	19,968	32.5	253,551	1.6	248,365	1.8	-2.0
İSRAİL	17,461	18,447	5.6	197,228	1.2	215,151	1.5	9.1
SLOVAKYA	6,538	31,060	375.1	153,894	1.0	195,150	1.4	26.8
RUSYA FEDERASYONU	22,406	18,872	-15.8	316,172	2.0	187,282	1.3	-40.8
İSVEÇ	20,392	17,691	-13.2	250,094	1.6	185,990	1.3	-25.6
CEZAYİR	15,426	24,762	60.5	131,574	0.8	167,671	1.2	27.4
LİBYA	14,061	11,600	-17.5	121,103	0.8	138,930	1.0	14.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,248,654	1,334,627	6.9	13,324,951	84.0	11,791,356	83.2	-11.5
AB (28) TOPLAMI	1,067,224	1,145,610	7.3	11,887,056	75.0	10,234,642	72.2	-13.9
TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,498,983	1,595,901	6.5	15,858,923	100.0	14,180,325	100.0	-10.6



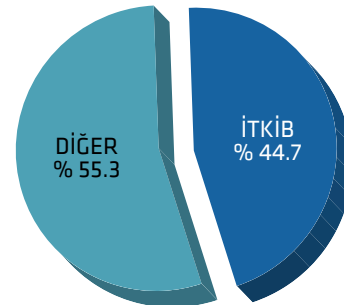
Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ihracatı, Ekim ayında, geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 6,5 artış yaşadı. En çok ihracat yaptığımız ilk 10 ülke içerisinde İngiltere, Fransa ve Hollanda haricindeki tüm ülkelerde ihracatımız artı değere ulaşırken, ilk 20 ülke içerisindeki Slovakya'ya ihracatın yüzde 375, Cezayir'e ise yüzde 60 artması dikkat çekiyor.

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2014 EKİM 1000 \$	2015 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EKİM 1000 \$	PAY %	2015 OCAK EKİM 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
İTALYA	67,287	74,194	10.3	764,315	10.2	645,982	9.7	-15.5
RUSYA FEDERASYONU	65,154	50,185	-23.0	668,000	8.9	428,849	6.4	-35.8
ALMANYA	42,112	39,866	-5.3	378,302	5.1	320,826	4.8	-15.2
İRAN	28,859	29,564	2.4	274,825	3.7	316,189	4.7	15.1
ABD	28,278	29,154	3.1	264,843	3.5	286,703	4.3	8.3
İNGİLTERE	31,742	34,714	9.4	308,951	4.1	271,795	4.1	-12.0
BULGARİSTAN	27,548	28,481	3.4	253,050	3.4	257,186	3.9	1.6
ROMANYA	27,249	26,562	-2.5	286,381	3.8	240,830	3.6	-15.9
POLONYA	26,109	31,075	19.0	241,673	3.2	224,244	3.4	-7.2
MISIR	25,606	20,051	-21.7	232,602	3.1	208,859	3.1	-10.2
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	369,943	363,846	-1.6	3,672,942	49.1	3,201,462	48.0	-12.8
İSPANYA	20,695	25,584	23.6	215,574	2.9	208,251	3.1	-3.4
FAS	16,904	19,191	13.5	182,663	2.4	176,292	2.6	-3.5
UKRAYNA	31,739	21,648	-31.8	279,552	3.7	174,091	2.6	-37.7
IRAK	18,101	17,722	-2.1	178,150	2.4	141,619	2.1	-20.5
HOLLANDA	16,518	15,420	-6.6	151,803	2.0	139,933	2.1	-7.8
BELÇİKA	14,537	13,343	-8.2	140,321	1.9	139,588	2.1	-0.5
TUNUS	12,985	14,448	11.3	153,974	2.1	136,892	2.1	-11.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	10,657	15,384	44.4	121,290	1.6	133,328	2.0	9.9
PORTEKİZ	13,275	12,625	-4.9	107,117	1.4	118,891	1.8	11.0
FRANSA	11,714	12,730	8.7	126,591	1.7	108,142	1.6	-14.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	537,067	531,940	-1.0	5,329,976	71.3	4,678,490	70.1	-12.2
AB (28) TOPLAMI	348,940	369,913	6.0	3,460,230	46.3	3,090,867	46.3	-10.7
TOPLAM	756,774	756,423	0.0	7,480,013	100.0	6,669,914	100.0	-10.8
TEKSTİL İHRACATI								



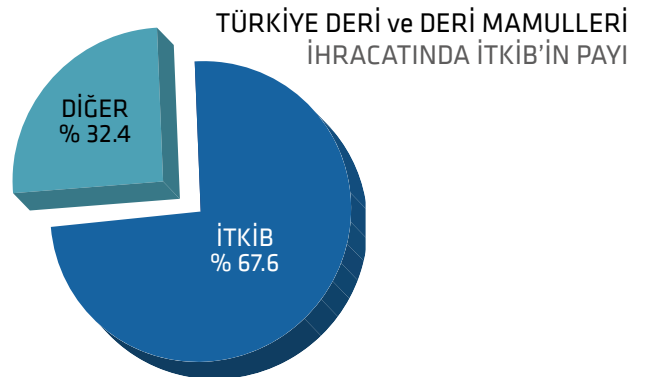
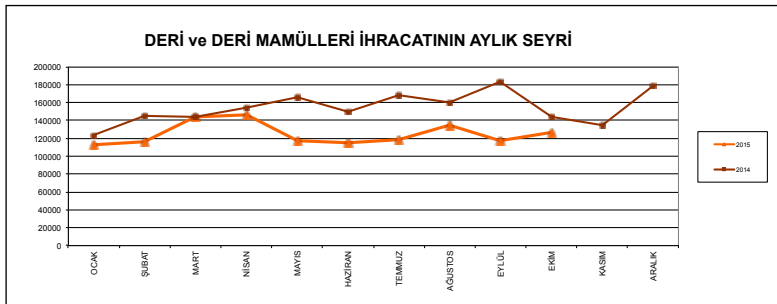
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



Ekim ayında, tekstil ve hammaddeleri ihracatında, geçen yılın aynı dönemine kıyasla aynı seyir izlendi. İhracatımızda ilk 10 ülke içerisindeki Rusya ve Mısır'ın yüzde 20'lik dilimde azalış yaşamaması dikkat çekerken, ilk 20 ülke içerisinde Polonya ihracatının yüzde 19, İspanya ihracatının yüzde 24 ve Çin ihracatının yüzde 44,4 oranında artması, sektörün gelecek beklentilerini pozitive çeviriyor.

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

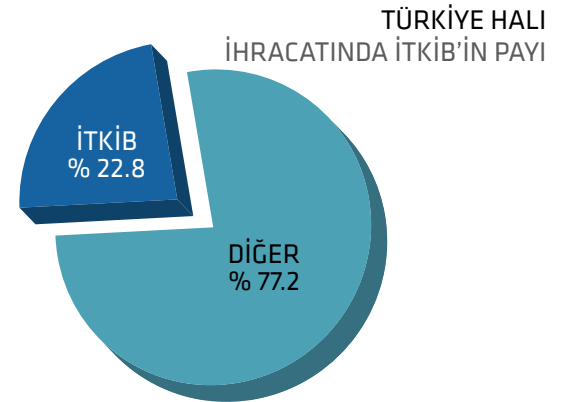
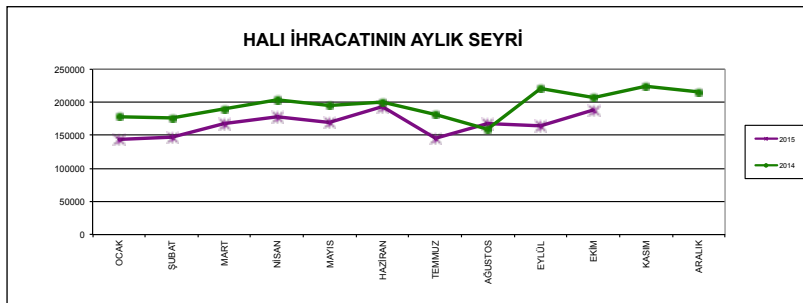
	2014 EKİM 1000 \$	2015 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EKİM 1000 \$	PAY %	2015 OCAK EKİM 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	40,063	25,805	-35.6	337,131	21.9	204,374	16.4	-39.4
IRAK	8,449	13,559	60.5	102,328	6.6	112,519	9.0	10.0
İTALYA	10,462	8,252	-21.1	130,313	8.5	96,907	7.8	-25.6
ALMANYA	10,397	8,314	-20.0	108,769	7.1	87,342	7.0	-19.7
İNGİLTERE	6,433	5,703	-11.4	72,037	4.7	57,767	4.6	-19.8
FRANSA	4,870	4,946	1.6	61,973	4.0	48,025	3.8	-22.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,901	4,650	-5.1	53,406	3.5	40,602	3.3	-24.0
SUUDİ ARABİSTAN	2,285	3,503	53.3	30,158	2.0	29,345	2.3	-2.7
ABD	1,793	1,881	4.9	35,590	2.3	29,241	2.3	-17.8
İSPANYA	2,222	3,410	53.5	22,852	1.5	28,653	2.3	25.4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	91,873	80,023	-12.9	954,557	62.0	734,777	58.8	-23.0
HOLLANDA	853	1,201	40.8	15,497	1.0	24,431	2.0	57.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,186	1,754	47.9	14,371	0.9	22,114	1.8	53.9
UKRAYNA	3,386	1,030	-69.6	51,813	3.4	19,574	1.6	-62.2
HONG KONG	1,216	2,211	81.8	17,054	1.1	18,785	1.5	10.1
ROMANYA	2,068	1,213	-41.3	33,986	2.2	18,003	1.4	-47.0
CEZAYİR	1,864	1,958	5.0	19,488	1.3	17,076	1.4	-12.4
İRAN (İSLAM CUM.)	1,135	1,228	8.1	8,100	0.5	16,913	1.4	108.8
LİBYA	1,166	831	-28.7	15,146	1.0	16,845	1.3	11.2
BULGARİSTAN	973	708	-27.2	13,599	0.9	16,068	1.3	18.2
İSRAİL	2,406	1,829	-24.0	17,731	1.2	14,856	1.2	-16.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	108,127	93,987	-13.1	1,161,341	75.5	919,440	73.6	-20.8
AB (28) TOPLAMI	47,501	45,318	-4.6	555,416	36.1	471,387	37.7	-15.1
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	144,130	126,819	-12.0	1,539,092	100.0	1,248,980	100.0	-18.8



Deri ve deri ürünleri ihracatında Ekim ayı da negatif görünümle tamamlandı. Geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 12'ye ulaşan ihracat kaybı, ihracatımızdaki ilk 10 ülkede görülen artışlara rağmen özellikle Rusya ve Ukrayna ihracatındaki yüzde 40'lara ulaşan kayıplar nedeniyle pozitif görünüme geçemiyor.

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2014 EKİM 1000 \$	2015 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK EKİM 1000 \$	PAY %	2015 OCAK EKİM 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	18,880	16,995	-10.0	316,610	16.5	339,272	20.3	7.2
ABD	25,171	25,034	-0.5	218,532	11.4	218,708	13.1	0.1
JAPONYA	35,674	35,678	0.0	140,901	7.4	145,744	8.7	3.4
ALMANYA	13,226	12,975	-1.9	101,453	5.3	90,396	5.4	-10.9
SLOVAKYA	8,158	7,566	-7.3	65,663	3.4	65,791	3.9	0.2
ÇEK CUMHURİYETİ	6,507	6,133	-5.7	103,123	5.4	65,513	3.9	-36.5
İTALYA	5,381	5,060	-6.0	64,017	3.3	62,950	3.8	-1.7
ŞİLİ	5,887	7,168	21.8	55,789	2.9	62,716	3.8	12.4
HOLLANDA	4,582	4,116	-10.2	25,937	1.4	26,087	1.6	0.6
MACARİSTAN	3,150	2,460	-21.9	44,524	2.3	23,665	1.4	-46.8
KANADA	126,616	123,185	-2.7	1,136,548	59.3	1,100,842	66.0	-3.1
İSVİÇRE	3,567	3,511	-1.6	31,299	1.6	21,953	1.3	-29.9
FRANSA	1,450	2,181	50.4	25,564	1.3	21,596	1.3	-15.5
İSRAİL	2,140	3,863	80.5	22,719	1.2	20,664	1.2	-9.0
AVUSTRALYA	3,558	1,672	-53.0	30,649	1.6	20,437	1.2	-33.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,147	2,152	0.2	23,366	1.2	20,070	1.2	-14.1
FAS	6,751	2,697	-60.1	44,366	2.3	19,392	1.2	-56.3
İSVEÇ	1,739	1,755	0.9	21,510	1.1	19,074	1.1	-11.3
SİNGAPUR	2,045	1,550	-24.2	18,189	0.9	18,603	1.1	2.3
AHL SERBEST BÖLGE	2,746	1,925	-29.9	19,382	1.0	17,817	1.1	-8.1
İNGLTERE	2,849	2,695	-5.4	24,031	1.3	17,458	1.0	-27.4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	155,609	147,185	-5.4	1,397,623	73.0	1,297,907	77.8	-7.1
AB (28) TOPLAMI	48,259	46,208	-4.3	401,121	20.9	333,257	20.0	-16.9
TOPLAM	207,599	188,988	-9.0	1,914,995	100.0	1,668,003	100.0	-12.9
HALI İHRACATI								

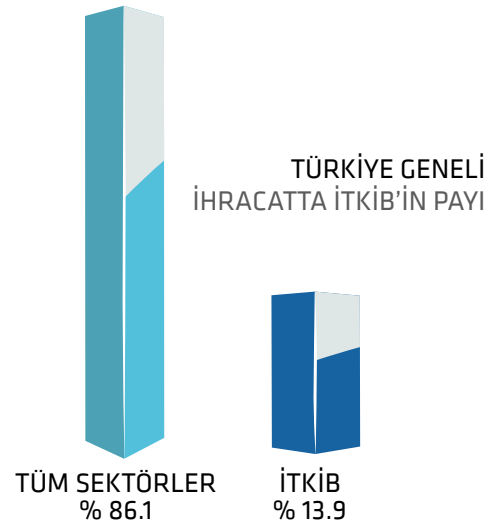
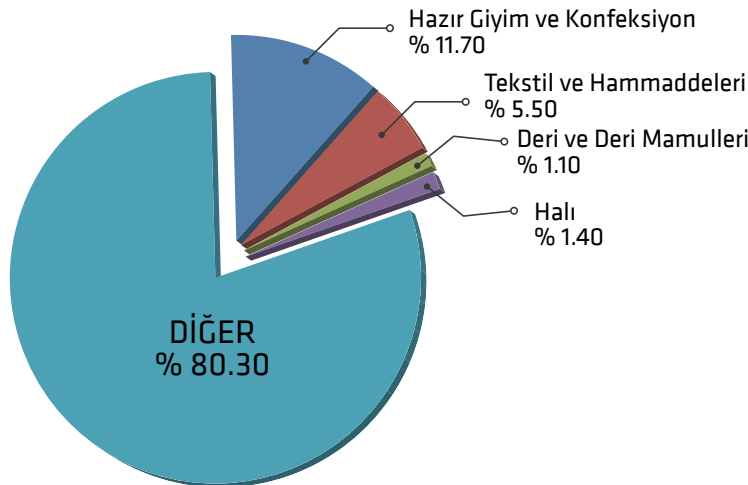


Halı ihracatında Ekim ayı, geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 9 kayıp yaşadı. İhracatımızdaki ilk 10 ülke içerisinde sadece Hollanda'nın artı değerinde yer aldığı Ekim ayında, ilk 20 ülke ihracatında İsrail ve Fransa'nın yüzde 80 ve yüzde 50 ihracat artışı göstermesi dikkat çekiyor.

GÖSTERGELER SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$								
SEKTÖRLER	EKİM				SON 12 AYLIK			
	2014	2015	Değişim ('15/'14)	Pay(15) (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim ('15/'14)	Pay (15) (%)
I. TARIM	2,006,040	2,116,684	5.5	17.1	22,431,638	21,314,959	-5.0	14.6
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,476,475	1,587,439	7.5	12.9	15,562,261	15,231,790	-2.1	10.4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	564,233	588,559	4.3	4.8	6,807,888	6,232,283	-8.5	4.3
Yaş Meyve ve Sebze	212,300	238,549	12.4	1.9	2,417,747	2,186,805	-9.6	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	125,615	145,299	15.7	1.2	1,433,359	1,335,714	-6.8	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	194,232	202,707	4.4	1.6	1,459,571	1,359,844	-6.8	0.9
Fındık ve Mamulleri	264,887	312,879	18.1	2.5	2,070,444	2,919,795	41.0	2.0
Zeytin ve Zeytinyağı	14,896	13,072	-12.2	0.1	240,775	195,788	-18.7	0.1
Tütün ve Mamulleri	95,957	80,952	-15.6	0.7	1,048,001	923,868	-11.8	0.6
Süs Bitkileri	4,354	5,423	24.5	0.0	84,476	77,693	-8.0	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	180,877	162,901	-9.9	1.3	2,250,337	1,905,538	-15.3	1.3
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	180,877	162,901	-9.9	1.3	2,250,337	1,905,538	-15.3	1.3
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	348,688	366,343	5.1	3.0	4,619,041	4,177,631	-9.6	2.9
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	348,688	366,343	5.1	3.0	4,619,041	4,177,631	-9.6	2.9
II. SANAYİ	10,188,370	9,918,204	-2.7	80.3	124,831,481	111,329,307	-10.8	76.3
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,108,504	1,072,229	-3.3	8.7	13,238,963	11,745,454	-11.3	8.0
Tekstil ve Hammaddeleri	756,774	756,423	0.0	6.1	8,955,086	8,074,926	-9.8	5.5
Deri ve Deri Mamulleri	144,130	126,819	-12.0	1.0	1,936,411	1,562,979	-19.3	1.1
Halı	207,599	188,988	-9.0	1.5	2,347,466	2,107,550	-10.2	1.4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,493,412	1,308,444	-12.4	10.6	18,043,055	15,755,974	-12.7	10.8
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,493,412	1,308,444	-12.4	10.6	18,043,055	15,755,974	-12.7	10.8
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,586,454	7,537,531	-0.6	61.0	93,549,463	83,827,879	-10.4	57.4
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1,498,983	1,595,901	6.5	12.9	18,937,676	17,050,658	-10.0	11.7
Otomotiv Endüstrisi	1,712,962	2,030,820	18.6	16.4	22,468,055	21,041,004	-6.4	14.4
Gemi ve Yat	175,947	75,633	-57.0	0.6	1,207,369	1,085,495	-10.1	0.7
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	1,046,417	1,050,302	0.4	8.5	12,202,571	10,779,716	-11.7	7.4
Makine ve Aksamları	495,849	460,431	-7.1	3.7	6,123,238	5,561,058	-9.2	3.8
Demir ve Demir Dışı Metaller	562,723	570,524	1.4	4.6	7,173,172	6,377,280	-11.1	4.4
Çelik	1,041,111	771,978	-25.9	6.3	13,447,457	10,543,204	-21.6	7.2
Çimento Cam Seramik ve Toprak	245,504	241,235	-1.7	2.0	3,163,617	2,827,278	-10.6	1.9
Mücevher	328,614	271,880	-17.3	2.2	2,623,961	3,143,986	19.8	2.2
Savunma Sanayii	118,880	129,595	9.0	1.0	1,597,572	1,586,564	-0.7	1.1
İklimlendirme Sanayii	350,153	333,728	-4.7	2.7	4,494,136	3,735,364	-16.9	2.6
Diğer Sanayi Ürünleri	9,312	5,505	-40.9	0.0	110,639	96,272	-13.0	0.1
III. MADENCİLİK	340,423	316,401	-7.1	2.6	4,745,063	4,055,321	-14.5	2.8
Madencilik Ürünleri	340,423	316,401	-7.1	2.6	4,745,063	4,055,321	-14.5	2.8
T O P L A M (TİM)	12,534,832	12,351,289	-1.5	100.0	152,008,182	136,699,587	-10.1	93.6
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					6,284,643	9,281,635	47.7	6.4
TOPLAM (TİM+TÜİK)	12,534,832	12,351,289	-1.5	100.0	158,292,825	145,981,222	-7.8	100.0

* Ocak-Ekim 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.



MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

İHRACATTAKİ GELİŞMELER

TİM verilerine göre, Ekim ayında ihracat, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 1,5 oranında düşerek 12,4 milyar dolar oldu. Ekim ayında en çok ihracat yapan sektör 2 milyar dolarla otomotiv olurken, bunu sırasıyla 1,6 ve 1,3 milyar dolarlık ihracatla hazır giyim ve konfeksiyon ile kimyevi maddeler sektörleri takip etti. Bu dönemde otomotiv ve hazır giyim ihracatı sırasıyla yüzde 18,6 ve yüzde 6,5 oranlarında yıllık artış yaşarken, kimyevi maddeler sektörleri ise yüzde 12,4 gerileme sergiledi. Ekim ihracat sıralamasında dördüncü sırada yer alan elektronik grubunda da yüzde

0,4'lük artış gerçekleşti. Bu dönemde sektörler genelinde en güçlü performans, yıllık yüzde 24,5 artış ile süs bitkileri ve mamullerinde, en keskin düşüş ise ihracatı yüzde 50,7 oranında gerileyen gemi ve yat sektöründe görüldü.

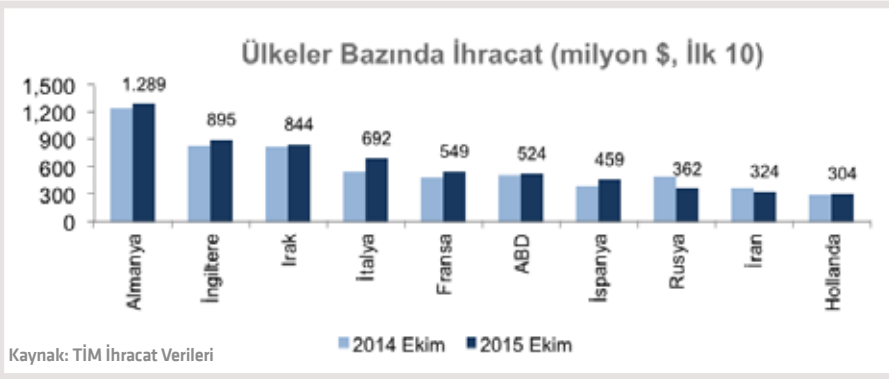
Bu doğrultuda, Ekim ayında yıllık ihracat gelişim hızına en olumlu katkısı 2,5 yüzde puanla otomotiv sektörü yaptı. İlgili dönemde ihracat gelişim oranını aşağı yönlü etkileyen sektörlerin başında ise yine çelik ile kimyevi maddeler geldi. Bu iki sektör, Ekim ayında Türkiye'nin toplam ihracat hızını sırasıyla -2,1 ve -1,5 puan etkiledi. Öte yandan, Ekim ayında ihracat gelişim hızındaki toparlanmada, önceki yılın aynı dönemine göre işgünü sayısındaki artış da olumlu bir etki yaptı.



İhracattaki Düşüş Ekim'de Hız Kesti

İhracat Hızına En Büyük Destek Otomotivden Geldi

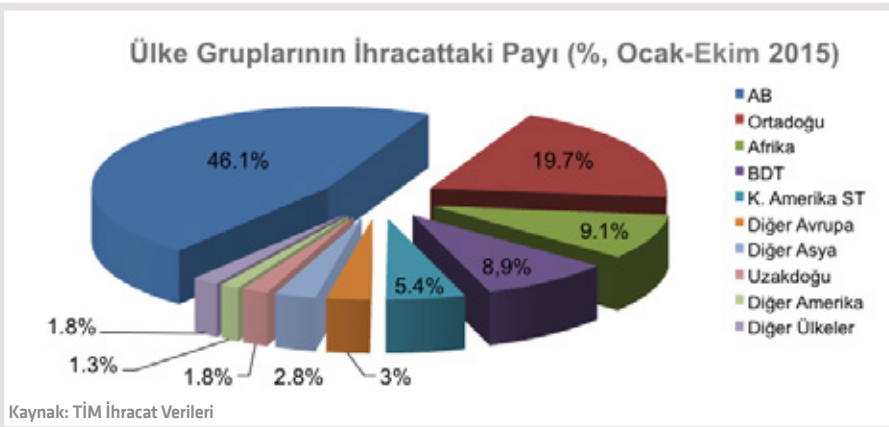
ÜLKELER VE İLLER BAZINDA İHRACAT



TİM verilerine göre, Ekim ayında en çok ihracat yapılan ilk beş ülke, Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve Fransa oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan mal ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 3,7 oranında artarken, İngiltere ve Irak pazarlarında da sırasıyla yüzde 7,7 ve yüzde 3,5 oranlarında büyüme görüldü. İtalya, Fransa ve İspanya'ya ihracat Ekim ayında çift haneli artış sergilerken, ABD pazarındaki değişim oranı yüzde 4,1 oldu. Rusya'ya yapılan ihracat ise yüzde 26,6 oranında bir daralma sergileyerek, Türkiye'nin ihracat hızını aşağı yönlü etkilemeye devam etti.

Ülke grupları bağlamında, 2015 yılının Ocak-Ekim döneminde AB ülkeleri, Türkiye'nin ihracatındaki payını yüzde 46,1'e yükseltirken, ikinci sırada gelen Orta Doğu da geçen yılın aynı dönemine göre payını 0,9 puan artışla yüzde 19,7'ye yükseltti. Bu dönemde Afrika pazarında ise 0,1 puanlık bir artış yaşanırken, Bağımsız Devletler Topluluğu'nun (BDT) pastadaki payı 2,4 puan daralma kaydetti. Öte yandan, Kuzey Amerika ve Uzak Doğu ülkelerine yapılan ihracatın payı, bir önceki yılın aynı dönemine göre sırasıyla 0,7 ve 0,2 puanlık artışlar kaydetti. Diğer Amerika pazarında ise dilim daralması yaşandı.

En çok ihracat yapan iller arasında ise Ekim ayında ilk sırayı yine İstanbul alırken, onu Bursa ve Kocaeli izledi. İstanbul ve Bursa bu dönemde sırasıyla 5,3 ve 1,1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken, Kocaeli'nin ihracatı 980 milyon dolar oldu. Sıralamada dördüncülüğü 750 milyon dolarla İzmir, beşinciliği ise 600 milyon dolarla Gaziantep aldı.



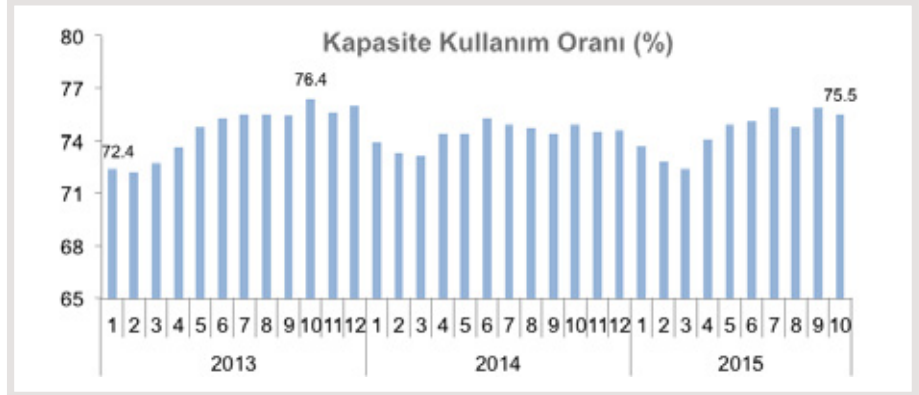
Ekim Ayında Avrupa Pazarı Güçlü Büyüdü

AB'nin İhracattaki Payı Yüzde 46,1'e Yükseldi

GÖSTERGELER MAKRO EKONOMİK VERİLER

SANAYİ SEKTÖRÜ

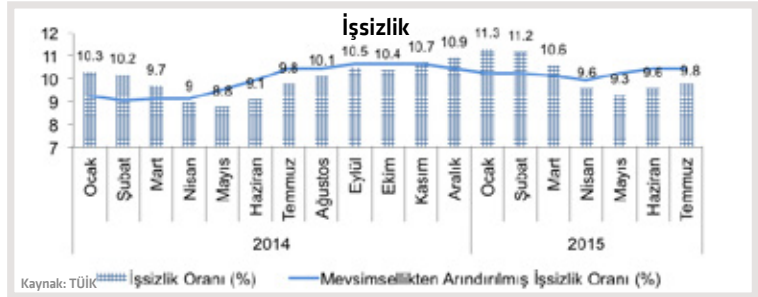
Temmuz ayında 119,2 olarak kaydedilen Sanayi Üretim Endeksi, Ağustos ayında bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 8,4 artarak 124,7 seviyesinde kaydedildi. Endeks, mevsimsel etkilerden arındırılmış seriye göre de önceki aya göre yüzde 2,9 artış gösterdi. İktisadi aktivitenin öncü göstergelerinden İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (KKO) ise Eylül ayında gerçekleştiği yüzde 75,9'luk seviyesinden 0,4 puanlık düşüş kaydederek, Ekim ayında yüzde 75,5 düzeyine geriledi. Bu dönemde, KKO kapsamındaki tüketim malları ve gıda gruplarında artışlar gözlenirken, ara malları ve yatırım mallarında düşüş kaydedildi. Ekim ayında mevsimsellikten arındırılmış KKO da önceki aya göre 0,8 puan düşüşle yüzde 74,6 oldu.



Kapasite Kullanım Oranı Ekim'de Yüzde 75,5 Oldu | Sanayi Üretimi Ağustos'ta Yükseldi

İŞGÜCÜ PİYASALARI

Haziran döneminde yüzde 9,6 olarak gerçekleşen işsizlik oranı, Temmuz döneminde yüzde 9,8'e yükseldi. Oran, erkeklerde yüzde 8,6, kadınlarda ise yüzde 12,5 olarak kaydedildi. Mevsimsellikten arındırılmış işsizlik oranı ise yüzde 10,4 seviyesinde gerçekleşti. Öte yandan veriler, Temmuz döneminde istihdam oranının geçen yılın aynı dönemine göre 0,9 puan artışla yüzde 47,2, işgücüne katılım oranının ise 1,1 puan artışla yüzde 52,4 düzeyinde kaydedildiğini gösterdi. İşgücüne katılım erkeklerde yüzde 72,8 olurken, kadınlarda ise yüzde 32,4 ile yeni rekor seviyeye yükseldi. Temmuz döneminde ayrıca, genç işsizlik oranı yüzde 18,3, tarım dışı işsizlik oranı ise yüzde 12 düzeyinde kaydedildi.

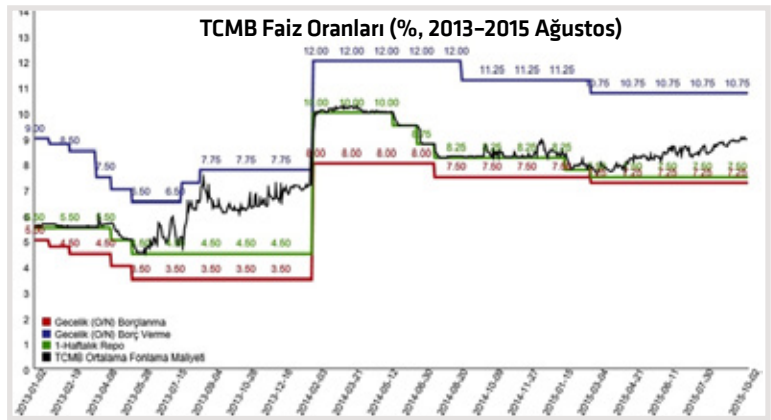


İşsizlik Oranı Yüzde 9,8'e Yükseldi | İşgücüne Katılım Oranı Yüzde 52,4 Oldu

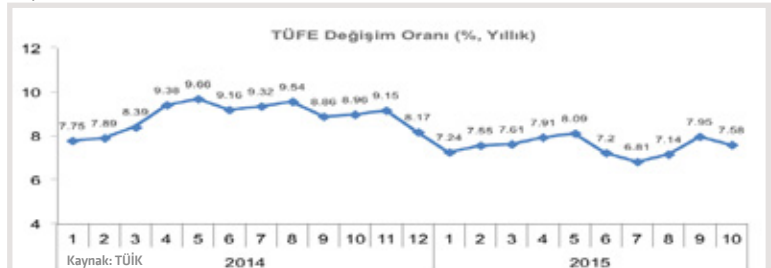
PARA POLİTİKASI ve ENFLASYON

Para Politikası Kurulu (PPK), 21 Ekim 2015 tarihli toplantı sonrasında enerji fiyatlarındaki gelişmelerin enflasyonu olumlu etkilemeye devam ettiğini, 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 bu dönemde de bir değişikliğe gitmeyen Kurul, önümüzdeki dönemde para politikası kararlarının enflasyon görünümüne bağlı olacağını yinelerken, açıklanacak her türlü yeni verinin ve haberin, geleceğe yönelik politika duruşunun değiştirilmesine neden olabileceğini de önemle vurguladı.

Öte yandan enflasyon ise Ekim ayında yavaşlama kaydetti. Bu dönemde bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 7,58 artan Tüketici Fiyatları Endeksi'nin (TÜFE) yıllık gelişiminde, gıda fiyatlarının güçlü baskısını sürdürmekle birlikte bir miktar yavaşladığı gözlemlendi. Yıllık bazda sırasıyla yüzde 8,69 ve yüzde 13,77 oranlarında yükselen gıda ve alkolsüz içecekler ile lokanta ve oteller fiyatlarının yanı sıra yüzde 6,04 artan konut fiyatları bir arada, yıllık enflasyonun 4 puanını açıkladı. Öte yandan TÜFE, Eylül ayına göre yüzde 1,55 oranında artış kaydetti.



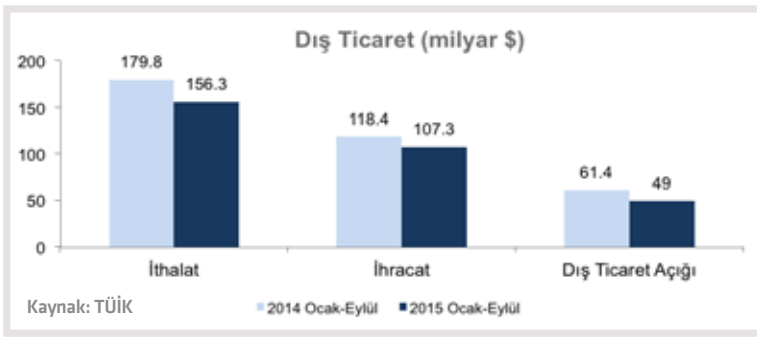
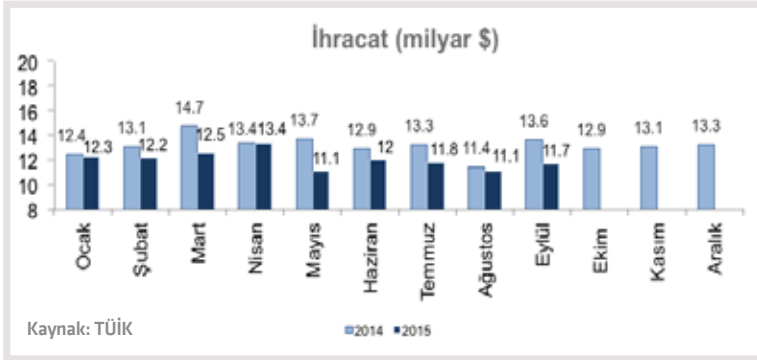
Kaynak: Turkish Data Monitor



Faizler Ekim'de Değişmedi | Enflasyon Ekim Ayında Geriledi

MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

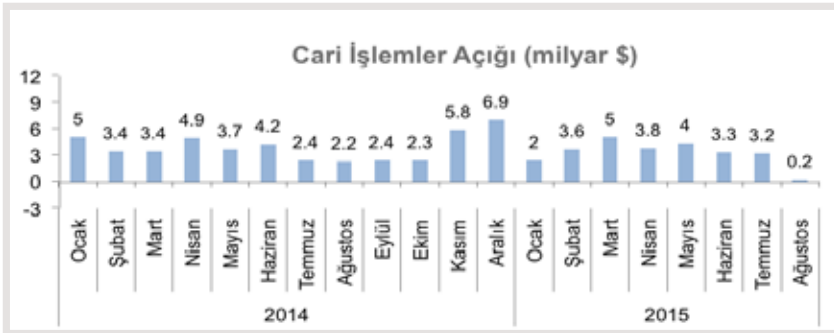
DIŞ TİCARET DENGESİ



Dış Ticaret Eylül Ayında Bayramdan Etkilendi | İlk Üç Çeyrekte Açık Yüzde 20,2 Geriledi

TÜİK verilerine göre, Eylül ayında ihracat geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14,2 oranında düşerek 11,7 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerinde ihracat gerçekleştiren fasıl, dolar bazında yüzde 1,2 yıllık ihracat düşüşü kaydeden motorlu kara taşıtları olurken, onu sırasıyla yüzde 62,7 artış ve yüzde 17,2 daralma gerçekleştiren kıymetli metaller ve taşlar ile makineler izledi. Eylül ayında dördüncülüğü ise yüzde 17,9 düşüş kaydeden örme giyim aldı. Bu dönemde toplam ihracat yıllık gelişimine en olumlu katkıyı 2,8 puanla kıymetli taşlar ve metaller faslı yaparken, en olumsuz katkı -2 puanla mineral yakıtlar ve yağlar grubundan geldi. İthalat ise Eylül ayında yıllık bazda yüzde 25,2 oranında bir düşüş sergileyerek, 15,4 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerinde ithalat yapan fasıllar, sırasıyla mineral yakıtlar ve yağlar, makineler ve elektronik oldu. İthalat, mineral yakıtlar ve yağlar ile makineler gruplarında sırasıyla yıllık yüzde 38,6 ve yüzde 17,3 oranında azalırken, elektronikte ise yüzde 15,2 geriledi. Eylül ayında ithalatın gelişim hızına en büyük pozitif katkı hava taşıtları ve aksesuarları faslından gelirken, aşağı yönlü destek veren grupların başında ise mineral yakıtlar ve yağlar yer aldı. Bu veriler doğrultusunda, dış ticaret açığı Eylül ayında yıllık yüzde 46,6 oranında bir düşüşle 3,7 milyar dolar oldu. Ocak-Eylül döneminde ise açık yüzde 20,2 geriledi ve 49 milyar dolar olarak kaydedildi. Yılın ilk üç çeyreğinde ihracatın ithalatı karşılama oranı da, önceki yılın aynı dönemine göre 2,8 puan artarak yüzde 68,6 seviyesinde gerçekleşti. Eylül ayında ihracat ve ithalatın düşüş hızında artış yaşanmasında, bayram tatilinin yaratmış olduğu takvimsel etki gözlemlendi.

ÖDEMELER DENGESİ



Cari Açık Rekor Düşük Seviyede Gerçekleşti | Finans Hesapları Zayıf Görünüm Sergiledi

Cari işlemler açığı, Ağustos ayında 163 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu dönemde cari işlemler hesabı, mal ve birincil gelirler dengelerindeki sırasıyla 3,6 ve 0,6 milyar dolarlık açıklarla aşağı yönlü hareket ederken, hizmetler dengesindeki 3,9 milyar dolarlık fazladan olumlu etkilendi. Bu veriler doğrultusunda açık, Ocak-Ağustos döneminde, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 11,9 oranında bir düşüş kaydederken, altın hariç açık yüzde 0,9 arttı. Yıllıklandırılmış cari açık ise 43,1 milyar dolara geriledi. Öte yandan açığın finansmanı, Ağustos ayında zayıf bir görünüm sergiledi. Bu dönemde finans hesapları 1,7 milyar dolar net giriş kaydederken, resmi rezervler ise 399 milyon dolar azaldı.

AVRUPA EKONOMİSİ



İspanya Ekonomisi Hızlandı | Avro Bölgesi'nde Enflasyon Yüzde 0

Temmuz ayı yıllık gelişim oranı yüzde 1,7'ye revize edilen Avro Bölgesi sanayi üretimi, Ağustos ayında hızını yüzde 0,9'a düşürdü. Bölgedeki işsizlik oranı ise Eylül ayında yüzde 10,8 düzeyine gerileyerek, 2012 başından bu yana en düşük seviyeyi kaydetti. Veriler, Eylül ayında eksi kanada geçen yıllık tüketici enflasyonunun Ekim ayında yüzde 0 olarak kaydedildiğini gösterirken, aynı dönemde reel kesim güveninde toparlanma gözlemlendi. Tüketici güveni ise Ekim ayında aşağı yönlü hareketine devam etti. Öte yandan bölgedeki ekonomilerin üçüncü çeyrek büyüme rakamları da açıklanmaya başladı. Buna göre; İngiltere bu dönemde yıllık bazda yüzde 2,3 büyürken, İspanya ekonomisi ise yüzde 3,4 olarak kaydettiği GSYİH artışıyla temposunu yükseltti.

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
Faks: 0 232 441 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
Faks: 0 212 249 45 00
e-posta: info@egsd.org.tr
Web: www.egsd.org.tr

İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği
Tel: 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 (KYSD)
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
Faks: 0 212 553 80 80
e-posta: mesiad@mesiad.org.tr
Web: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)
Tel: 0 212 296 90 45
Faks: 0 212 296 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: 0 007 495 514 13 74
Faks: 0 007 495 514 13 75
e-posta: info@rtib.com
Web: www.rtib.com

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

Tekstil Etiketçileri Derneği
Tel: 0 212 565 32 06
Faks: 0 212 565 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
Faks: 0 212 438 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 7
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: 0 212 454 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: 0 212 678 48 08

Ambarlı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 875 70 71
Faks: 0 212 875 28 08

A.H.L. Kargo Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 44
Faks: 0 212 465 53 77

A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 49
Faks: 0 212 465 52 54

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

Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 243 21 39
Faks: 0 212 243 21 79

Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 585 55 31
Faks: 0 212 585 55 36

*Kingdom 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