

İTKİB

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİĞİ

HEDEF

1 Nisan 2017 / Sayı: 279

MODA ŞEHİRİ İSTANBUL FASHION WEEK İLE DÜNYA GÜNDEMİNDE

Hazır giyim
Magic Show
ile ABD'ye
odaklandı

Uluslararası
Kumaş Tasarım
Yarışması'nda
geri sayım

Lineapella'da
yüzler
gülüyor



T A B L E T C O N N E C T

PREMIUM AKILLI EKРАНLAR

Bir Tabletten Daha Fazlası
Esneklik ve Akıllı Tasarım



- Esnek ve kolay kullanım sayesinde App uygulamalarınızı perakende mağazalarında, alışveriş merkezlerinde, açık veya kapalı birçok alanda göstermenize olanak sağlayan bir mühendislik harikası
- Akıllı tuşlar sayesinde benzersiz bir kullanılabilirlik ve erişilebilirlik imkanı
- Esnek ve akıllı tasarım, ihtiyaca göre uygun 3 farklı kurulum olanağı

[Twitter](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [Pinterest](#) [YouTube](#) /astasjuki

ASTAS JUKI

Astaş Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

ASTAŞ PLAZA: Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli /İstanbul Tel: (0212) 630 89 00(pbx) Faks: (0212) 630 89 29
Web: www.astas-cadcam.com - www.tableconnect.net - E-mail: cadcam2@astasjuki.net



ron

TEXTILE AUXILIARIES



Deliklikaya Mah. No:43 34867 Hadımköy - Arnavutköy / İstanbul

Tel: +90 212 775 23 50 - 51 - 52 **Fax:** +90 212 775 23 56 **Email:** info@ronkimya.com.tr

www.ronkimya.com.tr

içindekiler

6 AVRUPA

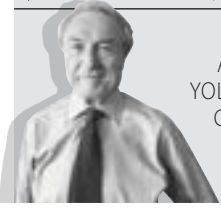
EN AZ İKİ YIL
SÜRECEK BREXIT
DÖNEMİ RESMEN
BAŞLADI

7

MAKALE

Haluk ÖZELÇİ

AB'YE YENİ
YOL HARİTASI
GEREKİYOR



8 RUSYA

2017 BÜYÜME
HEDEFİ YÜZDE 2



10 ABD

ABD VİZE VERME
KRİTERLERİNİ
SERTLEŞTİRİYOR



12 PORTRELER

İHKİB D.K. ÜYESİ
Bırol SEZER

İHİB Y.K. ÜYESİ
Bülent METİN

MODA TASARIMCISI
Nihan PEKER



22 İSTİHDAM

İHRACATÇI
İSTİHDAM SÖZÜNÜ
TUTUYOR



28 FUAR

TÜRK HAZIR GİYİM
SEKTÖRÜ 1 MİLYAR
DOLAR İHRACAT İÇİN
ABD'YE ODAKLANDI



32 FUAR

CPM FUARI'NDA
TÜRKİYE FARKI



26 E-TİCARETTE HEDEF 10 BİN İHRACATÇI



46 12. İTHİB ULUSLARARASI TASARIM YARIŞMASI İÇİN TÜRKİYE VE İTALYA'DA ÇALIŞMALAR START ALDI

AKBARKOD®

✓ YAZILIM

✓ BARKOD DONANIM

✓ SARF MALZEMELER

✓ 7/24 TEKNİK SERVİS



BAY 1
ENTEGRE PRO
YENİ NESİL ÇÖZÜMLER

YENİ NESİL YAZILIM ÇÖZÜMLERİ



EPSON



LL-C
Certification
No: 001224

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



52 MODA ŞEHİRİ İSTANBUL DÜNYA GÜNDEMİNDE

68 HALI

İHİB NEW YORK
TTM FAALİYETE
BAŞLADI



72 HALI

EL HALISI ÜRETİMİ
YENİDEN
CANLANACAK



76 MALİYE

TÜRKİYE EKONOMİSİ
2016'DA YÜZDE 2,9
BÜYÜDÜ

77

MAKALE

Erdoğan KARAHAN

VERGİSİNİ
DÜZENLİ
ÖDEYEN
MÜKELLEFE
İNDİRİM



82 SEKTÖR

GİYİM SANAYİSİ
2030 VİZYONUNU
ÇİZDİ



84 TASARIM

ÇEYREK ASIRLIK
KOZA



85

MAKALE

Melis

KARAPANÇA ÖRÜN

YENİ GERÇEK:
ARTIRILMIŞ
GERÇEKLIK
(AG)



86 RÖPORTAJ

EN BÜYÜK
MOTİVASYONUM
HAYALLERİM

SAHİBİ

İTKİB adına Bekir ASLANER

YAYIN KURULU

Hikmet TANRIVERDİ
İsmail GÜLLE
Mustafa ŞENOCAK
Uğur UYSAL

YÖNETİM YERİ

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

YAPIM



GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Cenk SARIOĞLU
cenk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammed@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

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

İLETİŞİM

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

BASKI-ÇİLT

Belmat Baskı
Oruçreis Mah. Tekstilent Cad. Blok
No: 10-AN A7 Blok No: 51
Kapı No: 308 Esenler/İSTANBUL

DAĞITIM

PTT

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

ÖRME KUMAŞ İNDİGO BOYAMA BİZİM İŞİMİZ

Best Indigo Tekstil San. ve Tic. A.Ş.

OSB Mah. Kazım Karabekir Cad. No:65 Kemalpaşa / İzmir

☎ 0 232 877 05 40 ☎ 0 507 766 51 22 ✉ info@bestindigo.com

www.bestindigo.com



İSPANYA EKONOMİSİ YÜZDE 3,2 BÜYÜDÜ

İspanya Ulusal İstatistik Enstitüsü, ülke ekonomisinin geçtiğimiz yılın son 3 aylık döneminde çeyrek bazda yüzde 0,7 büyüdüğünü açıkladı. Geçtiğimiz yılın tamamındaki büyüme oranı ise 2015 yılında olduğu gibi yüzde 3,2 kaydedildi. Veriler, Avrupa'nın en büyük beşinci ekonomisi İspanya'da hane halkı harcamalarındaki artış ile ihracatın büyüme desteklediğini gösterdi. Ekonominin durgunluktan çıktığı varsayılan 2013 yılını izleyen üçüncü yılda, istihdam oranındaki artışın da harcamaları artırarak büyüme ivmesini hızlandırdığı belirtildi. İstihdam oranının hesaplanmasında kullanılan verilerden sosyal güvenlik sistemine kayıtlı kişi sayısındaki artış, geçen Şubat ayında Ocak ayındaki sayının üzerine çıkarak 74 bin oldu.



FRANSA'DA CUMHURBAŞKANLIĞI İÇİN 11 ADAY YARIŞACAK

Fransa'da 23 Nisan'da gerçekleşilecek cumhurbaşkanlığı seçimine katılacak adaylar açıklandı. Anayasa Konseyi, ikisi kadın 11 adayın yarışa katılabilmek için gerekli şartları taşıdığını duyurdu. Seçimlere katılabilmek için adayların en az 30 farklı bölge veya departmandan en az 500 seçilmiş (milletvekili, belediye veya bölge meclisleri üyesi) imzalı desteğini almaları gerekiyordu. 11 aday toplamda 14 bin 296 seçilmişten destek almayı başardı. Buna göre seçimde, Nicolas Dupont-Aignan, Marine Le Pen, Emmanuel Macron, Benoit Hamon, Nathalie Arthaud, Philippe Pouton, Jacques Cheminade, Jean Lassalle, Jean-Luc Melenchon, François Asselineau ve François Fillon yarışacak.

DÜNYANIN EN MUTLU ÜLKESİ NORVEÇ

Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 2012 yılında başlatılan "Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı"nın (SDSN) hazırladığı 2017 Dünya Mutluluk Raporu'na göre Norveç, Danimarka'yı geride bırakarak dünyanın en mutlu ülkesi oldu. Geçen yılın birincisi Danimarka'nın ikinciliğe gerilediği listede İzlanda üçüncü, İsviçre dördüncü, Finlandiya beşinci olurken ilk 10'daki diğer ülkeler ise Hollanda, Kanada, Yeni Zelanda, Avustralya ve İsveç olarak sıralandı. Raporla ülkelere vatandaşlarının refahını artırmak için toplumsal güven ve eşitliği inşa etmeleri çağırısı yapıldı. 155 ülkenin yer aldığı raporda Türkiye de 12 basamak birden

yükselerek 69'uncu oldu. Listenin en sonunda ise Güney Sudan, Liberya, Gine, Togo, Ruanda, Tanzanya, Burundi ve Orta Afrika Cumhuriyeti yer aldı. Avrupa

ülkelerinden Almanya 16. sırada, İngiltere 19'uncu sırada ve Fransa 31'inci sırada kendilerine yer bulabilirken ABD ise bir sıra gerileyerek 14'üncü oldu.



EN AZ İKİ YIL SÜRECEK BREXIT DÖNEMİ RESMEN BAŞLADI



İngiltere hükümeti, ülkenin Avrupa Birliği'nden (AB) ayrılması sürecini (Brexit) resmen başlatan Lizbon Anlaşmasının 50. maddesini 29 Mart'ta yürürlüğe soktu. İngiltere hükümeti ülkenin Avrupa Birliği Daimi AB temsilcisi Tim Burrow'un zamanlama konusunda Avrupa Konseyi Başkanı Donald Tusk'u bilgilendirdiğini açıkladı. En az iki yıl sürmesi beklenen aylık müzakerelerinin sonunda varılacak anlaşmanın

AB tarafından kabul edilmesi için AB üyesi ülkelerin yüzde 72'sinin onayı gerekecek. Onay veren ülkelerin AB nüfusunun yüzde 65'ini temsil ediyor olması da gerekiyor. Müzakerelerin iki yılda bitirilememesi durumunda tüm AB ülkelerinin rızasıyla müzakereler birer yıllığına uzatılabilecek. İngiltere, İskoçya, Galler ve kuzey İrlanda'dan oluşan Birleşik Krallık'ta 23 Haziran 2016'da yapılan referandumda halkın yüzde

52'si AB'den ayrılmayı onaylamıştı. Öte yandan, İskoçya Başbakanı Nicola Sturgeon, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden (AB) ayrılma şartlarının netleşmesinin ardından 2018 sonu veya 2019 başlarında yeni bir bağımsızlık referandumunun yapılmasını talep edeceğini açıkladı. Sturgeon daha önce İskoçya'nın, Brexit'in tamamlanmasının ardından AB ile kendi anlaşmasını yapmasına izin verilmesi çağrısında bulunmuştu.

İNGİLTERE'DE PERAKENDE SATIŞLAR YAVAŞLADI



İngiltere'de son açıklanan perakende verileri, bu yılın hazirgijim perakendecileri açısından zor geçebileceğini gösterdi. Son dönemde artan enflasyonun perakende fiyatlara yansımaya başlamasıyla zaten kötü etkilenecek olan tüketicilerin daha şimdiden tüketimlerini azaltmaya başladığı belirtildi. Britanya Perakende Konsorsiyumuna (BRC) göre son 3 aylık dönemde gıda

dışı perakende ürünleri satışlarında yaşanan düşüş 2011 yılından bu yana meydana gelen ilk düşüş oldu. Resmi verilere göre İngiltere genelinde enflasyonun perakende fiyatlara yansımaya başlamasıyla zaten kötü etkilenecek olan tüketicilerin daha şimdiden tüketimlerini azaltmaya başladığı belirtildi. Britanya Perakende Konsorsiyumuna (BRC) göre son 3 aylık dönemde gıda

KOSOVA DÜNYA GÜMRÜK ÖRGÜTÜ'NE KABUL EDİLDİ

Kosova Cumhuriyeti Dışişleri Bakanı Enver Hoxhaj, Kosova'nın Dünya Gümrük Örgütü'ne kabul edildiğini bildirdi. Bakan Hoxhaj Facebook sayfasında Kosova'nın Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu'na üyeliklerinden sonra en önemli uluslararası üyeliklerinden biri olan Dünya Gümrük Örgütü'ne kabul edildiğini açıkladı. Hoxhaj, bu vesileyle başta Belçika hükümeti olmak üzere dost ülkelere ve Kosova'nın bu örgüte üye olması için yoğun lobicilik faaliyetlerini yürüten Belçika Dışişleri Bakanı Didier Reynders'e teşekkür ettiğini yazdı.

NEXT 2008'DEN BU YANA İLK KEZ GERİLEDİ

Hazır giyim ve ev eşyaları perakendecisi Next firması, 2008 finansal krizinden bu yana son sekiz yılda karlılıkta ilk kez düşüş yaşadığını bildirdi ve gelecek yılın da zorlu geçeceği hususunda uyarıda bulundu. Firmanın geçen yıl 836,1 milyon Sterlin olan vergi öncesi karı, yüzde 5,5 oranında gerileyerek bu yıl 750,2 milyon Sterlin seviyesinde gerçekleşti. Şirketin karlılığındaki gerilemede İngiltere'de enflasyonun yükseldiği ve gelirlerin daraldığı son dönemde, tüketicilerin giyim harcamalarında kısıntıya gitmesinin neden olduğu belirtiliyor.

HOLLANDA SEÇİMLERİNİN GALİBİ RUTTE

Hollanda genel seçimlerini, 33 milletvekili çıkaran Başbakan Mark Rutte'nin liderliğindeki Özgürlük ve Demokrasi için Halk Partisi (VVD) kazandı, İslam ve yabancı karşıtı aşırı sağcı Özgürlük Partisi (PVV) ise ikinci oldu. PVV'yi on dokuz milletvekili ile AB yanlısı Demokratlar 66 (D66) ve son zamanlarda İslam karşıtı söylemlerde bulunan Hristiyan Demokrat Parti (CDA) takip etti. Önemli bir çıkış yakalayan Yeşil Sol (GL), 2012'de 4 olan milletvekili sayısını 14'e yükseltmeyi başardı. Sosyalist Parti (SP) de bir kayıpla 14 sandalye elde etti.



AB'YE YENİ YOL HARİTASI GEREKİYOR

Haluk ÖZELÇİ

İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

AB gerçekten zor bir dönemden geçmekte. Ortak kaniya göre, seçimler nasıl sonuçlanırsa sonuçlansın, AB için mutlaka yeni bir yol haritası çizilmeli.

Bir süre önce Hollanda'da yapılan seçimlerde, Başbakan Rutte'nin liderliğindeki Halkın Partisi 150 üyeli Parlamente'ye 33 üye sokmayı başardı. Aşırı sağ parti beklendiği gibi oylarını yükseltti ancak 20 üyede kaldı. Hıristiyan Demokratlarla Merkez Parti 19'ar üye kazandılar. Bu tablo, bir önceki dönemde olduğu gibi aşırı sağ dışlayan bir koalisyonun aynen devam edeceğine işaret ediyor. Şimdi sırada, önümüzdeki Nisan/Mayıs aylarında Fransa'da yapılacak başkanlık ve Eylül ayında Almanya'daki genel seçimler var. Hollanda'daki seçimin ana temasını yabancılar, mülteci politikası ve AB'nin geleceği oluşturmuştu. Fransız ve Alman politikacıların da aynı konuya odaklandıkları görülüyor. Sorunlar bununla sınırlı değil. Polonya, Macaristan, Slovakya ve Çek Cumhuriyeti'nin oluşturduğu, "Visegrad dörtlüsü" diye tanımlanan isyankar bir grup daha var. Bu antifederalist gruba İrlanda, İsveç, Danimarka hatta Hollanda'nın da katılabileceği ileri sürülüyor. AB gerçekten zor bir dönemden geçmekte. Bir türlü kontrol altına alınamayan finansal sorunlar, Kanada ile imzalanan CETA anlaşmasının onayı aşamasında yaşanan problemler, mülteci politikası fiyaskosu sadece bunlardan bazıları. Üyelerin her birinin ayrı telden çaldığı böyle bir yapının uzun süre ayakta kalabileceğine ihtimal veren yok. Ortak kaniya göre, seçimler nasıl sonuçlanırsa sonuçlansın, AB için mutlaka yeni bir yol haritası çizilmeli. Yaşamakta olan sorunların öncelikli nedeni, 2004 ve 2007 yıllarında aceleyle üye yapılan 12 ülkeyle Topluluğun 28 üyeye ulaşmış olması. Yeni katılanların bir bölümü hala bünyeye uyum sağlayamadı. Aynı şekilde Komisyon, karar almakta zorlanan hantal idari yapısıyla, bu yeni üyeleri Topluluğa entegre etmekte başarılı olamadı. Topluluğun geleceği ile ilgili çeşitli senaryolar üretiliyor. Bunlardan biri, üye ülkelerin tümünü kapsayacak tam en-

tegrasyonu içeren federal bir yapı. Üye ülkelerin neredeyse yarısı bu öneriye karşı. Bu durumda iki vitesli AB akla daha yakın görünüyor. Nitekim Almanya, Fransa, İtalya, İspanya, Belçika ve Lüksemburg tam entegrasyondan yana olduklarını açıkladılar. Bu senaryoda, politik ve mali yönden tam entegrasyonu sağlamış olan çekirdek ülkeler ilk halkayı oluşturuyor. Çevredeki ikinci gruptakiler, gümrük birliği ve tek pazar içinde yer alabilir ama, Euro'nun yani tek paranın dışında kalabilirler. Bu şekilde bir senaryo gerçekleşirse, üye olmamalarına rağmen İsviçre, Türkiye ve Norveç'in ikinci grupta yer almalarının gündeme gelmesi mümkün olabilir diye düşünüyorum.

AB Komisyonu, 2016 yılında önde gelen ülkelerle olan ticaret verileriyle, tekstil ve hazır giyim dış ticaret istatistiklerini açıkladı. Buna göre AB'nin en büyük ticari ortağı, önceki yıllarda olduğu gibi ABD (608,8 milyar Euro). Ardından Çin (514,7 milyar Euro), İsviçre (264,0 milyar Euro) ve Rusya (191,1 milyar Euro) geliyor. Türkiye, AB'nin en büyük beşinci ticari ortağı (144,7 milyar Euro) konumunu sürdürüyor. Topluluk ülkelerine 2015 yılında 61,7 milyar Euro olan ihracatımızın 2016 da yüzde 8 artarak 66,7 milyar Euro'ya yükselmesi, 2016 yılı ithalatımızın ise önceki yıla kıyasla yüzde 1 gerileyerek 78,0 milyar Euro'ya gerilemesi olumlu bir gelişme. Topluluğun 2016 yılı toplam tekstil ve hazır giyim (T&HG) ithalatı yaklaşık 110 milyar Euro. Bir önceki yıla kıyasla artış sadece yüzde 0,5. İhracat ise önceki yıla göre yüzde 0,6 artışla 44,7 milyar Euro olarak gerçekleşti. AB'nin T&HG ithalatında 2016 yılında da birinci sırayı koruyan Çin'in ardından ikinciliğe Bangladeş yerleşirken, Kamboçya ve Pakistan'dan yapılan alımların önemli artışlara ulaştığı görülüyor. Türkiye'den yapılan toplam T&HG ithalatı 14,4 milyar Euro. Çin'den 2016 yılında gerçekleştirilen ithalat değer bazında yüzde 5 gerilemiş durumda. Topluluk ülkelerinin 2016 yılında üçüncü ülkelerden yaptığı tekstil ithalatında bir önceki yıla göre artış yüzde 1,4. En büyük tedarikçiler, Çin, Türkiye, Hindistan, Pakistan. AB'nin hazır giyim dışalımını bir önceki yıla göre sadece yüzde 0,2 yükseldi. Tekstil mamullerinde ve hazır giyim ürünlerinde Topluluk ithal birim fiyatlarının yüzde 5 gerilediği dikkat çekiyor.

PETROL SEKTÖRÜNDE YATIRIMLAR ARTIYOR



Rusya Enerji Bakanı Aleksandr Novak, 2016'da ülkede petrol sektörüne yapılan yatırımların bir önceki yıla kıyasla yüzde 19 artarak 1 trilyon 210 milyar rubleye (yaklaşık 21 milyar dolar) çıktığını bildirdi. Söz konusu dönemde Rusya'da petrol üretim ve keşif sondajlarında yaklaşık yüzde 13'lük artış yaşandığını kaydeden Novak, 2017'de petrol üretiminin 548 milyon ton seviyesinde gerçekleşmesinin beklendiğini söyledi. Öte yandan Rusya Federal Gümrük Servisinin verilerine göre, ülkenin petrol ihracat gelirleri bu yıl ocakta geçen yılın aynı ayına göre yüzde 68,4 artarak 7,4 milyar dolara çıktı.

TÜRKİYE YENİDEN RUS TURİSTİN GÖZDESİ

Rusya Federal Turizm Ajansı'nın (Rosturizm) ülkenin önde gelen tur operatörlerinden derlediği verilere göre, toplam rezervasyonlar içerisinde yüzde 32'lik payla Türkiye, Rus turistlerin Mayıs ayında açık ara "favori tatil yeri" oldu. Kıbrıs'ın yüzde 8, Yunanistan'ın ise yüzde 7'lik payla Türkiye'nin arkasından tercih edilen diğer tatil yerleri olduğu belirtilirken, Rusların Mayıs ayı tatil talebinin bu yıl 2016'ya göre yüzde 12 daha fazla olduğu kaydedildi.

3 BANKANIN LİSANSI İPTAL EDİLDİ

Rusya Merkez Bankası, aralarında ülkenin en büyük 50 bankası içinde yer alan Tatfondbank'ın da bulunduğu Tataristan Cumhuriyetindeki üç bankanın lisansını iptal etti. Ayrıca Tatfondbank'ın genel müdürü Robert Musin de mahkemece gözetim altına alındı. Tatfondbank dışında lisansı iptal edilen diğer iki banka Intexbank ve Ankor Bank oldu. Lisansları alınan üç banka Tataristan bankacılık sektörünün yüzde 25'ini oluşturuyordu. Rusya Merkez Bankası, Tatfondbanka geçtiğimiz aralık ayında geçici yönetim atamıştı.

RUSYA'DAN TEKSTİL VE KONFEKSİYON YATIRIMLARI İÇİN İSKONTOLU KREDİ



Rusya'da tekstil ve konfeksiyon sektörlerine yönelik faiz indirimli kredi verilecek. Resmî kaynaklardan alınan bilgiye göre Rusya Hükümeti, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinde altyapı ve makine modernizasyonu için düşük faizli ve uzun vadeli kredi kullanıracak. Söz konusu kredi projelerin toplamının en fazla yüzde 80'i kadar olacak. Kredi koşulları arasında her projenin en az 10 istihdam yaratması şartı yer alıyor. Rus Hükümetinin bu yılki bütçeye söz konusu krediler için 1,5 milyar ruble (25 milyon dolar) koyduğu ancak yıl ortasında bu rakamın tekrar gözden geçirilerek artırılacağı belirtiliyor.

Kaynak: Konfeksiyon Arge Şubesi

2017 BÜYÜME HEDEFİ YÜZDE 2 OLARAK AÇIKLANDI

Rusya Ekonomi Bakanlığı, ekonomide büyüme tahminini belirledi. Buna göre ülkenin bu yıl yüzde 2 büyümesi öngörülüyor. Rusya Ekonomik Kalkınma Bakanı Maksim Oreşkin, 2017 sonunda Rus ekonomisinin yüzde 2 oranında büyümesinin beklendiğini açıkladı. Rusya Üreticiler ve Girişimciler Birliği toplantısında konuşan Bakan, "Ekonominin büyüme aşamasına girdiğini söyleyebiliriz. 2017 yılına genel olarak bakacak olursak beklentilerimiz oldukça iyimser, GSYH'nin yüzde 2 oranında artmasını bekliyoruz. Ancak yapısal değişikliklere odaklanmazsak bu olumlu eğilim giderek azalır" dedi. Oreşkin, "Ekonomik büyümenin canlanması, belirlediğimiz enflasyon hedeflerine engel olmuyor, enflasyon azalmaya devam ediyor. 13 Mart itibarıyla bu gösterge yüzde 4,4 seviyesinde bulunuyordu. Aslında bu oran, geçen yılın sonunda tahmin ettiğimiz seviyeden çok daha küçük" şeklinde konuştu. Ayrıca, Ocak ayında Rusya'nın reel gelirinin arttığını da bildiren Oreşkin, "Geçen iki yıldan farklı olarak Ocak ayında halkın reel geliri yüzde 8,1 artış gösterdi, bu



eğilim çok önemlidir" ifadelerini kullandı. Oreşkin, göstergenin artışında emeklilere yapılan tek seferlik maaş ödemesinin etkili

olduğunu, bunun çıkartılması halinde reel gelirlerin artışının yüzde 1 oranında kaldığını da dile getirdi.

S&P, RUSYA'NIN KREDİ NOT GÖRÜNÜMÜNÜ YÜKSELTİ

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard and Poor's (S&P), Rusya'nın yerel ve yabancı para cinsinden kredi not görünümünü 'durağandan' 'pozitif'e yükseltti. Kredi derecelendirme kuruluşundan yapılan açıklamada, Rusya'nın ekonomik büyüme görünümündeki iyileşme, sermaye çıkışlarına ilişkin risk seviyesindeki azalma gerekçe gösterilerek "durağan"

olan yerel ve yabancı para cinsinden kredi not görünümünün "pozitif'e" çevrildiği belirtildi. Ülkenin "BB+" seviyesinde olan yabancı para cinsinden kredi notunun ise teyit edildiği bildirildi. S&P'den yapılan açıklamada, iki yıl devam eden resesyonun ardından Rusya ekonomisinin bu yıl pozitif büyüme göstermesinin beklendiği vurgulandı. Rusya ekonomisinin 2017-2020 döneminde

ortalama büyümesinin yaklaşık yüzde 1,7 seviyesinde olmasının beklendiği ifade edilen açıklamada, "Orta vadede, Rusya'da ekonomik iyileşmenin petrol fiyatlarındaki ılımlı toparlanmanın etkisiyle güçlenmesini bekliyoruz. Öte yandan kısa vadede, ülke ekonomisi yatırımcı güvenini olumsuz etkileyen yaptırımlarla kısıtlanacak" değerlendirilmesine yer verildi.

brother

at your side

S-7300A

YENİ

İPLİK
TEMİZLEMeye
SON!

“brother 'dan yeni nesil düz dikiş makineleri”



NEXIO

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

Türkiye Distribütörü

UĞUR

0212 495 00 00
www.brothertr.com

KREDİ KARTI KULLANIMI YÜZDE 4,6 AZALDI



ABD Merkez Bankası (Fed) verilerine göre, tüketici kredileri tutarı Ocak ayında geçen yılın aynı dönemine kıyasla 8,8 milyar dolar (yüzde 2,8) artarak 3 trilyon 773 milyar dolara ulaştı. Bu artış oranı, tüketici kredileri tutarında Temmuz 2012'den bu yana kaydedilen en düşük artış oranı oldu. Ocak ayı itibarıyla tüketici kredileri tutarına ilişkin piyasa beklentisi, 18,3 milyar dolarlık artış yönündeydi. Tüketici kredileri tutarındaki artışın beklentilerin çok altında kalmasında, kredi kartı ve benzeri devir yapan kredilerde kaydedilen yüzde 4,6'lük gerileme belirleyici oldu. Devir yapan kredilerde Aralık 2012'den bu yana görülen en büyük düşüş olarak kayıtlara geçen bu oran, "ülkedeki siyasi belirsizliğin tüketici harcamalarını etkilediği" şeklinde yorumlandı. Uzmanlar ülkede son aylarda yavaşlayan kredi kartı kullanımının, ABD ekonomisinin yüzde 70 ini oluşturan tüketici harcamalarında zayıflama yaşanabileceğine işaret ettiğini belirtiyor.

ÖZEL SEKTÖR İSTİHDAMI 3 YILIN ZİRVESİNDE

ABD'de özel sektör istihdamı Şubat ayında 298 bin kişi artarak yaklaşık 3 yılın en iyi performansını kaydetti. ADP Araştırma Enstitüsü ve Moody's Analytics işbirliğiyle hazırlanan rapora göre, Amerikan özel sektörü geçen ay 298 bin kişiye yeni iş imkanı sağladı. Nisan 2014'ten bu yana en güçlü artışını kaydeden veriye ilişkin piyasa beklentisi 189 bin olarak öngörülmüştü. Şubat'ta beklentileri aşan istihdam artışının, 104 bininin küçük, 122 bininin orta ve 72 bininin büyük ölçekli firmalar tarafından sağlandığı bildirildi. Bu arada, Ocak ayına dair özel sektör istihdam artışı 246 binden 261 bine revize edildi. Tarım dışı istihdam verisine yakın grafik çizen ADP özel sektör istihdamı, yaklaşık 600 bin işveren ve 20 milyon çalışandan alınan bilgilerle oluşturuluyor.

DÜNYANIN EN ZENGİNLERİ YİNE ABD'LİLER

Amerikan iş dünyası dergisi Forbes son sayısında dünyanın en zenginleri listesini yayımladı. Microsoft'un kurucusu Amerikalı iş adamı Bill Gates, geçen yıl 75 milyar dolar olan kişisel servetini bu yıl 86 milyar dolara çıkararak listede bir kez daha birinci sırada yer aldı. Son dört yıldır zirveyi kimseye kaptırmayan Gates, 1994'ten bu yana bulunduğu listede

18'inci kez en tepede yer aldı. Gates'i 75,6 milyar dolar kişisel varlığıyla Amerikalı yatırımcı Warren Buffet'in izlediği listede, Amazon'un kurucusu ve yöneticisi Jeff Bezos üçüncü sırada yer aldı. İspanyol hazır giyim markasının kurucusu Amancio Ortega dördüncü, Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg beşinci, Meksikalı iş adamı Carlos Slim Helu altıncı sırada yer aldı.



VİZE VERME KRİTERLERİ SERTLEŞİYOR

ABD Dışişleri Bakanı Rex Tillerson, tüm dünyadaki ABD diplomatik misyonlarına yazı göndererek Amerikan vizesi için yapılan başvurularda daha sıkı güvenlik incelemesi yapılması talimatı verdi. Tillerson'ın gönderdiği yazıda ABD'nin Vize Muafiyet Programı kapsamındaki 38 ülke hariç, dünya genelindeki vize başvurularında başvuru sahiplerinin kişisel bilgilerinin "daha detaylı" incelenmesi isteniyor. Bakan Tillerson imzasını taşıyan 15 Mart tarihli belgede, "ülkenin terör tehdidine karşı korunması için yabancı girişlerinin daha sıkı güvenlik tedbirleriyle kontrol altına alınması" amacına vurgu yapılıyor. Buna göre vize başvurusu yapan adayların son 15 yıldaki seyahat geçmişi, ikamet ettiği adresler, çalıştığı işyerleri ile son 5 yıldaki e-posta adresleri ile sosyal medya hesaplarıyla ilgili bilgiler sorulabilecek. Vize başvurusu yapan kişilerin daha kapsamlı şekilde vize mülakatına alınması önerilen belgede, elçilik veya konsolosluklardaki yetkililerin "kimlerin ABD için tehdit olup olmadığına" karar vereceği ifade edildi. Bunun yanı sıra İran, Suriye, Libya, Yemen, Somali ve Sudan'dan ABD'ye yapılacak vize başvurularında ise başvuru sahiplerinin bilgileri daha detaylı incelenirken, "daha önce DEAŞ'ın kontrol



ettiği bir bölgede bulunup bulunmadıkları" da sorulacak. Irak'a ayrı bir parantez açılan belgede, bu ülkenin Trump yönetiminin yeni vize düzenlemesinden muaf tutulduğu ancak özellikle daha önce DEAŞ'ın elinde olan bölgelerde bulunmuş Irak vatandaşlarının da aynı katı güvenlik prosedürlerine tabi olacağı

ve tüm sosyal medya hesaplarının kontrol edileceği kaydedildi. Tillerson'ın konsolosluk görevlilerine, "Güvenlik endişesi duyduğunuz herhangi bir durumda başvuruyu reddetmekte tereddüt etmeyin" diye seslendiği belgedeki adımların, zaten uzun süren Amerikan vizesi prosedürünü daha da uzatacağı ifade ediliyor.

ABD MENKUL KIYMETLER VE BORSA KOMİSYONU'DAN BITCOIN'E RET

ABD Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu (SEC), sanal para birimi Bitcoin'in Borsa Yatırım Fonu olmaya yönelik başvurusunu reddetti. SEC'ten yapılan yazılı açıklamaya göre, Bitcoin'in Borsa Yatırım Fonu başvurusu, hileli ve manipülatif faaliyetlerin önlenmesi için gerekli şartları sağlamadığı gerekçesiyle kabul edilmedi. Birçok Bitcoin kullanıcısı tarafından sabırsızlıkla beklenen SEC kararının olumsuz çıkması, Bitcoin'in ABD borsalarında işlem göremeyeceği anlamına geliyor. Yaklaşık 3,5 yıllık bekleme sürecinin ardından gelen ret kararı, Bitcoin'in değerinde büyük düşüşe neden oldu. Bitcoin, 2009 yılında

toplamda dünya üzerinde 21 milyon adet üretilmesi planlanan dijital bir para birimi olarak kimliği bilinmeyen kişi veya kişiler tarafından tasarlandı. Finansal krizle kullanımı küresel bazda rağbet görse de maddesel, fiziki bir karşılığı bulunmayan Bitcoin, kullanıcıları arasında "kripto para" olarak da adlandırılıyor. Herhangi bir merkezi olmamasının yanı sıra kimlik bilgileri gizli tutulmakla A kişisinden B kişisine ya da kurumuna dijital para transferi sağlanırken, birçok farklı web sitesi üzerinden

komisyon karşılığı farklı para birimlerine dönüştürme işlemi yapılıyor.



Nebim V3 ERP'yi tercih eden önde gelen 120 marka

ADILIŞIK	ALFA	ALTYILAGE CLASSICS	ALVINA	APPRIVA	ARC	ARZU KAPROL	AVVA	B&G store	batik
BILAR	BIRKENSTOCK	BIRKENSTOCK	Brooks Brothers	CAMP	Cashmere	CENTRO	Chakra	chicco	CHIMA
Civil	Columbia	Coquet	CRISPINO	DAFFARI	DAGI	DAMAT TWID	derim	DEBAN	derim
DOGAN CANTA	D'S damat	DURY	ECCO	EFOR	EMERSON	ender	ERAK	ilak sömmez	FOREVER NEM
Globe	Giovane Gentile	GÖN	GOSTORE	GUCCI	GUSTO	INAYATI	MASIRICILAR	HATEMOĞLU	HERRY
Home Sweet Home	hummel	idilbaby	ips	inza	INTERSPORT	IPEKYOL	JOURNEY	KANZ	KARACA
KAYRA	KIT	KIFIDIS	KIP	KOTON	Lee Cooper	lescon	Levi's	loya	Lufian
MACHKA	MADAME COCO	mapa	MARATON	marke park	MCS SHOES & BAGS	MENDO'S	MISTING	NoroMaxx	NU
ÖZKAN	PANÇO	PANÇO	Penti	PERSPECTIVE	PICASSU	POLOGARAGE	RAMSEY	ROMAN	carşı
shumix	SINOFONO	Sateen	Sentia	SILK & CASHMERE	SPEEDERS	SU sport wear	Sportime	SPX	STEFANEL
SUVEN	SÜVARİ	TAKA TEKSTİL	TAKA TEKSTİL	TAPAKEDİZ	TERGAN	THEORIE	tkfany	timberland	HİSİRLİ
TÖZÖN	TWIST	VAKAM	VETRINA	WHITE STONE	YDS	yalispor	YARGICI	yesil	ZARA

Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

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

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

Daha fazla bilgi almak için;

<http://www.nebim.com.tr/basarihikayeleri>

<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

 /NebimYazılım

 /NebimYazılım

 /Nebim

NEBİM

NEBİM

V3



Birol SEZER / İHKİB DENETİM KURULU ÜYESİ

Hazır giyim ve tekstil sektörü ekonomiden önemli pay alacak

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi (mülkiye) Maliye Bölümü'nü birincilikle bitiren Birol Sezer, Maliye Bakanlığı'nda 8 yıl Gelirler Kontrolörlüğü yaptıktan sonra özel sektöre transfer oldu. 2000 yılında Doğan Erdem ile birlikte İstanbul Denetim ve YMM'yi, 2004 yılında ise hazır giyim sektöründen imalatçı 10 firma ile birlikte İleri Giyim'i kurdu. 2008 yılından bu yana İHKİB'de denetim kurulu üyeliği görevini üstlenen Birol Sezer, halen hazır giyim ve tekstil sektöründe faaliyet gösteren 30 imalatçı şirkete dış ticarete aracılık faaliyeti hizmeti veriyor. 2016 yılında 146 milyon dolar ihracata başarıyla aracılık ettiğini söyleyen Birol Sezer, "Hazır giyim ve tekstil sektörünün katma değerli ürün üretimini sürekli geliştirerek, markalaşma ve mağazalaşma aşamalarıyla beraber, uzun yıllar boyunca 80 milyon nüfuslu ülkemiz ekonomisinde önemli bir pay alacağına inanıyorum" diyor.

teknoloji ^{technic} hizmet ^{innovation} service teknik
hız ^{inovasyon} kalite ^{technology} yenilik ^{quality}

...emr inizde



www.emrfermuar.com





Bülent METİN / İHİB YK ÜYESİ

Halı sanattır

“Halı sadece halı değildir, sanattır” diyen Bülent Metin, “Anadolu topraklarında binlerce yıllık dokuma kültürü bugüne kadar varlığını sürdürdü. Bütün bu süreçte halı, o dönemin bütün sosyal, kültürel ve ekonomik yapısından etkilenmiş ve bunu da motiflerine ve renklerine işleyerek günümüze kadar taşımıştır. Nasıl diğer sanat dallarında da bunu gözlemliyorsak, halı için de bunu rahatlıkla söyleyebiliriz” diyor. Bülent Metin, iş hayatında başarılı olabilmek için de öncelikle işini çok sevmek gerek diyor ve ekliyor: “Ama bunun yanında çağın gerektirdiği değişime de ayak uydurmak ve çok çalışmak gerekir. Halı sektörü için şunu da eklemek lazım! Hani derler ya ‘Çok okuyan mı çok gezen mi?’ Çok çok gezip görmek ve diğer sektörleri de takip etmek lazım. Tabii ki bütün bunlar parasız olmaz. Yalnız parayı çok harcamak yerine daha efektif harcamak en doğrusu.”

Arachra Performance

SON TEKNOLOJİ GÜNEY KORELİ YENİ ARACHRA VE TEXLON SPANDEX SATIŞTA



yüksek ısıya dayanıklı 

mükemmel esneklik 

yüksek güç ve stabilite 

Nihan PEKER

MODA TASARIMCISI

Şaşırtıcı detaylar eklemeyi seviyorum

Tasarımlarında sade ama güçlü bir tavır olmasına dikkat ettiğini söyleyen moda tasarımcısı Nihan Peker, "Minimal formları kocaman işleme detaylarıyla görebiliyoruz. Genel çizgimin çok dışına çıkmayan yine çok sade ama keskin ve şaşırtıcı detaylar eklemeyi çok seviyorum. Farklı ama giyilebilir ve şık bir kadın olması önceliklerimden" diye belirtiyor. Moda dünyasında kadının varlığına dikkat çeken tasarımcı, "Tasarım dünyasının birçok kolu var ve bazı meslek gruplarına nazaran daha fazla kadın olması çok sevindirici" olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Kadınların zevkini ve çalışkanlığını öne çıkaracak her meslek dalı bence çok değerli. Umarım çalışan kadın sayısı gitgide artar ilerleyen yıllarda çünkü kadınların gücüyle daha ileriye taşınabilecek bir sektör moda."



Stretching Beyond

Black

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

ecō-soft

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

PowerFit

creora® Power Fit spandex yüksek düzeyde kuvvet ve sıkılaştırma için tasarlanmış spandex

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr. Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

www.creora.com

creora® is registered trade mark of the Hyosung Corporation for its brand of premium spandex.


creora®
it's in our every fiber

Rüzgarın
gücüne
kulak ver

G
Garanti ipl





Sevgili Dostlar,

Ülkemizin içinden geçtiği bu zor günlerde, yatırımlarımıza aynı kararlılıkla devam ederken; sanayicilerimizin de yatırımlarına katkı sunmak amacıyla 20. yılımızda yaşadığımız bu gururu sizlerle paylaşmak istedik. Bu gururu yaşamamızda emeği geçen herkese, özellikle de çalışanlarımıza sonsuz teşekkürler ediyoruz.

Sevgi ve Saygılarımızla,
Garanti İplik Ailesi

Garanti

İplik A.Ş.



H&M'İN YETKİLİLERİ İHKİB'TE

İHKİB'i 1 Mart tarihinde ziyaret eden H&M Global Sourcing Direktörü Helena Helmersson, Ekonomi Bakan Yardımcısı Fatih Metin ve İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile bir araya geldi. Toplantıda H&M Türkiye ve Avrupa Direktörü Serkan Tanka da hazır bulundu. Toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Başkan

Yardımcısı Mustafa Gültepe ile Yönetim Kurulu Üyeleri Jale Tuncel, Nilgün Özdemir ve İsmail Kolunsağ da katıldı. Toplantıda dünyanın önde gelen hazır giyim perakende grupları arasında yer alan H&M'in Türkiye'den önemli miktarda alım yapmasından duyulan memnuniyet dile getirilirken, alım hacminin artarak devamı hususunda Türk tarafının

beklentileri iletildi. Son dönemde Batılı ülkelerin medya ve basın organlarında Türkiye'ye yönelik sosyal sorumluluk ve Suriyeli işçi konularında yapılan haksız suçlamalar ile ilgili Helena Helmersson'a bilgi verilirken, Bn. Helmersson Türkiye ile yakından çalıştıkları ve bildikleri için bu haksız suçlama ve karalamalara zaten inanmadıklarını ifade etti. Top-

lantıda yenilenebilir enerji ve sürdürülebilirlik konuları da ele alınırken, Bakan Yardımcısı Fatih Metin, Hükümet olarak temiz ve yenilenebilir enerji ve sürdürülebilirlik konularına son derece önem verdiklerini ve bu alanlarda ciddi teşvik ve destekler verdiklerini hatırlattı. Toplantıda ek olarak Ar-Ge ile ilgili konular da ele alındı.

TÜRK İÇ GİYİM MARKALARI FRANSA'DAN SONRA DUBAİ'DE



Bu yıl 8-10 Nisan tarihleri arasında 6'ncısı düzenlenecek olan Uluslararası Hazır giyim ve Tekstil Fuarı'na (International Apparel and Textile Fair) Türk iç giyim markaları katılacak. Haziran 2015 tarihinden bu yana Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile çeşitli faaliyetlerde bulunan İç Giyim ve Yatak Kıyafetleri Markaları Kümesi, 19 markanın katılımında Dubai'de koleksiyonlarını satın almalarına sergileyecek. İlkbahar/Yaz 2018 sezonlarına ait renklerin, trendlerin ve koleksiyonların sunulacağı fuarda, iç giyim ve yatak kıyafetleri markaları

son hazırlıklarını tamamladı. Hedefledikleri pazarlar arasında en gözde pazarlardan olan Dubai'de Türk markaları, pazar paylarını artırmayı, yeni işbirliklikleri yakalamayı amaçlıyor. Türk Ticaret Merkezi ziyareti ve pazar ziyaretleri ile zenginleştirilen faaliyet kapsamında, Türk markalarının Dubai pazarına ve pazarın fırsatlarına ilişkin kapsamlı bilgi edinmesi de faaliyetin hedefleri arasında yer alıyor. Fuar tarihinden önce Birleşik Arap Emirlikleri ve çevre ülkelerde faaliyetin tanıtımı online ve pazarı ziyaret ederek gerçekleşiyor olacak.

İTKİB AİLESİ ÇALIŞTAYDA BULUŞTU



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)'in organizasyonu ile 9 Mart tarihinde Florya Kaşibeyaz Restoran'da geçici koruma sağlanan yabancıların çalışma izinlerine ilişkin çalıştay düzenlendi. Toplantıya; İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTKİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Güllü, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, Başbakanlık Müşaviri Ömer Kayır, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Uluslararası İş Gücü Genel Müdürü Sadettin Akyıl, Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Ortamlarının ve Öğrenme Süreçlerinin Geliştirilmesi

Daire Başkanı Mehmet Salih Canbal ve sektör temsilcileri iştirak etti. Çalıştayda; geçici koruma sağlanan yabancıların çalışma izinlerine dair çıkarılan yönetmelik, çalışma izin muafiyeti ve çalışma izin başvurularına ilişkin Bakanlık personelleri tarafından bilgi verilmiş, sektör temsilcilerinin soruları cevaplandırıldı. Toplantıda ayrıca Milli Eğitim Bakanlığı Ortamlarının ve Öğrenme Süreçlerinin Geliştirilmesi Daire Başkanı Mehmet Salih Canbal bir sunum yaparak, 6764 sayılı kanunla yapılan değişiklikler, Mesleki Eğitim Merkezleri ve çıraklık eğitimine ilişkin bilgiler verildi.



İTHİB EMEKÇİ KADINLARA DESTEK OLUYOR

Tüm dünya tarafından çeşitli organizasyonlarla kutlanan Dünya Emekçi Kadınlar Günü, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle ev sahipliğinde Dış Ticaret Kompleksi'nde 7 Mart tarihinde özel bir organizasyon

ile kutlandı. İTHİB tarafından düzenlenen Dünya Emekçi Kadınlar Günü Etkinliği'nde ünlü moda tasarımcısı Hakan Akkaya ve Davranış Bilimleri Uzmanı&Yazar Aşkım Kapışmak, kadın çalışanlarla bir araya geldi.

Etkinlik İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle'nin yaptığı açılış konuşmasıyla başladı. İsmail Gülle, "Kadınlarımızın iş hayatında daha fazla yer alması için tekstil sektörü olarak üzerimize düşeni yapmaya ha-

zırız" ifadelerini kullandı. Ünlü moda tasarımcısı Hakan Akkaya, söyleşide kadınlara özel stil tüyoları verirken, Davranış Bilimleri uzmanı ve Yazar Aşkım Kapışmak ise kadın-erkek ilişkileri üzerine yaptığı sohbet ile yer aldı.

ÖRME KÜMESİ ÜRETİMDE VERİMLİLİK İÇİN BİR ARADA



Örme Konfeksiyon İhracatçıları Kümesi, Üretimde Verimlilik Optimizasyonu toplantısı için 16 Mart tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde bir araya geldi. Toplantı İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Örme Konfeksiyon URGE Projesi Komite Üyesi Cem Altan başkanlığında 30 Küme firmasının temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti. Toplantı başlangıcında küme firmalarına kurumsal verim-

lilik yönetimi alanında önemli bir dinamik olan kurumsal performans ve verimlilik yönetimi hakkında bilgi verildi. Kapsayıcı bir girişten sonra küme firmalarına stratejik planlama ve kurumsal karne sisteminin kurumsal verimliliğe olan katkısı üzerinde duruldu. Ayrıca teknik iyileştirme süreçlerinin departmanlar bazlı olarak nasıl yönetilebileceği hakkında detaylı bilgi verildi.

MESİAD YÖNETİMİNDEN İTHİB'E ZİYARET



İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri 17 Mart tarihinde MESİAD'ın yeni yönetimini Dış Ticaret Kompleksinde ağırladı. Merter bölgesinin sorunlarının ana gündem maddesini oluşturduğu toplantıda

sorunlara yönelik olarak geliştirilebilecek ortak çözüm önerileri ele alındı. Toplantıda ayrıca İTHİB ile MESİAD arasındaki işbirliği imkânları değerlendirildi ve ikili işbirliğinin geliştirilmesine yönelik projeler görüşüldü.



İHRACATÇI İSTİHDAM SÖZÜNÜ TUTUYOR

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın başlattığı İstihdam Seferberliğine ihracatçılar olarak 300 bin ek istihdam sözü veren Türkiye İhracatçılar Meclisi, sözünü tutuyor. Sadece iki haftada 127 ihracatçı firma tarafından 3 bin 140 kişi istihdam edildi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı'nda Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu'nu konuk etti. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ile 60 İhracatçı Birliği Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyelerinin katıldığı toplantı, İstihdam Seferberliği, Hükümetin istihdamı artırmaya yönelik verdiği destekler ve istihdama yönelik ihracatçıların sorun ve talepleri ana gündem maddelerinde gerçekleşti. 15 Mart tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen toplantıda konuşan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu, mart sonu

itibarıyla artı istihdamda 500 binli rakamlara ulaşılacağı konusunda bir tereddüdü olmadığını belirtti. "310 binleri Mart'ın 12 itibarıyla yakaladığımızı göre Mart sonu itibarıyla 450-500 bin rakamlarını yakalamış olacağız. İnancım o ki 2017 Aralık sonu itibarıyla işsizlik rakamlarımız yüzde 10'ların altına mutlaka inecek" ifadelerini kullanan Bakan Dr. Mehmet Müezzinoğlu, "Ama hep beraber yüzde 9'un altına indirirsek de ben söz veriyorum bu 300 bin hedefini aştığı gün TİM'e ne istiyorsa uygun bir ödülü vermek de benim boynumun borcudur" dedi.

Güç odakları rahatsız
Konuşmasında üretim ve ihracatın önemine değinen Bakan Müezzinoğlu,

2002'den bugüne nüfusun yüzde 22 oranında artarak 80 milyona ulaştığını ve nüfus yaş ortalamasının 32'lerde olmasının da önemli bir potansiyel güçken diğer taraftan da önemli bir sorumluluk olduğunu söyledi. Türkiye'nin güçlü yolculuğunun, dünyanın ilk 10 ekonomisine girme hedefinin, dünya ile daha güçlü rekabet edebilme iddiasının ve bu potansiyelinin olmasının bazı güç odaklarını rahatsız ettiğine dikkat çeken Müezzinoğlu, siyasi ve ekonomik istikrarın bozulması adına oyunlar ve tuzaklar yaşandığını, siyasi dinamiklerin de bu tuzakları görmesi, bunları aşabilecek gücü, iradeyi ve zekayı göstermesi gerektiğini, siyasetçinin de

en büyük gücünün milletin verdiği destek olduğunu kaydetti. Siyasi ve ekonomik istikrarın önemine değinen Müezzinoğlu, "Özellikle istikrarın ne anlama geldiğini en iyi bilen kitle sizlersiniz. Birilerinin istikrarsızlık üretmesinin ağır bedellerini yine bu kurumlar ve sizler tarihi geçmişte ödediniz" dedi.

1 milyon istihdam

Müezzinoğlu, 2017'de TİM olarak da konulan 155 milyar dolarlık ihracat hedefinden mutlu olduklarını, TİM'in umutlarını ve güvenlerini artıracabilecek bir yapı olduğunu ifade etti. Bu hedefleri aşabilecek bir potansiyeli bulunduğunu vurgulayan Müezzinoğlu, kendilerinin de bu kapsamda SGK ve vergi

primlerinin ertelenmesi gibi destekler verdiklerini hatırlattı. 2017 yılının önemli konuları arasında istihdamın yer aldığını söyleyen Müezzinoğlu, sözlerini şöyle sürdürdü: "2016 Nisan'dan itibaren hızla daralan istihdam ve artan işsizlik oranları, 2016 Aralık rakamları itibarıyla işsizlik oranı 12.7'ye ulaştı. Daha önceleri başardığımız gibi bunu yüzde 8'lere indirebilmek bizim elimizde, milletin elinde. Ekim kasımdan itibaren gördüğümüz bu güçlü daralmaya hızla tedbirler almamız gerektiği için 2017'nin başı itibarıyla çalışma hayatında milli seferberlik projesiyle yolculuğa birlikte çıktık.

Hedeflediğimiz 900 bin artı istihdamın ne yazık ki 400 binini başarabildik. İstihdam sağlamamız gereken 500 bin işsizimizi, 2017'de bu işsizleri de kucağımızda bulduk. 2017'nin hedefi her bir yaşta bir milyonluk kitleye her yıl artı istihdam sağlayamazsak işsizlik oranlarını düşürebilmemiz ne yazık ki mümkün değil. Ne yapıp edip her yıl asgari 1 milyon gencimize, iş arayana, çalışmak isteyen istihdam alanı oluşturmamız lazım. Bunun için güçlü ve istikrarlı bir yönetim, güçlü bir ekonomi politikaları, yatırımı, üretimi, istihdamı, ihracatı teşvik eden, sorunları minimize eden, dünya ile rekabette önümüze gelecek yeni



Dr. Mehmet MÜEZZİNOĞLU
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı



Mehmet BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

Kıdem Tazminatı Fonu

TALEBİ

Toplantıda işçi ve işveren arasında yaşanan sorunlarının çözümüne yönelik olarak Hükümetten beklentilerini paylaşan TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, "Kıdem Tazminatı Fonu'nun kurulmasını arzu ediyoruz. Bu fonun kurulmasında, işverenlerin maliyetininin bir kısmının işsizlik Fonu'ndan karşılanmasını talep ediyoruz" dedi.

Ne yapıp edip her yıl asgari 1 milyon gencimize, iş arayana, çalışmak isteyen istihdam alanı oluşturmamız lazım. Bunun için güçlü ve istikrarlı bir yönetim, güçlü bir ekonomi politikaları, yatırımı, üretimi, istihdamı, ihracatı teşvik eden, sorunları minimize eden, dünya ile rekabette önümüze gelecek yeni sorunları da hızla görüp onları da aşabilecek duyarlılıkla azaltmak, Türkiye'yi yüzde 5'lerin üzerinde istikrarlı büyüyen bir ülke haline taşımak, istikrarlı yolculuğunu başarmamız gerekiyor. 2017'nin hedefi her bir yaşta bir milyonluk kitleye her yıl artı istihdam sağlayamazsak işsizlik oranlarını düşürebilmemiz ne yazık ki mümkün değil.

TİM olarak işsizlik oranını düşürmek için, ülkemize hizmet için bu seferberlikte var gücümüzle biz de varız. Geçen yıl en çok ihracat gerçekleştiren ilk 12 bin firmaya, 60 İhracatçı Birlik Başkanına ve tüm Yönetim Kurulu üyelerine bir mektup gönderdik. Mektupta ihracata ve istihdama yönelik destekler anlatıldı. Yine TİM'in web sitesinde ihracatçılarımızın bu seferberliğe katılım gücünü resmetmek amacıyla bir bölüm açtık. Ayrıca, üyelerimize e-mail ve SMS aracılığıyla da bilgilendirme mailleri gönderdik. İstihdam desteklerini sosyal medya hesaplarımızdan hem ihracat ailesine hem de kamuoyuna duyurduk.



İstihdam seferberliğine BİZ DE VARIZ

Başlatılan istihdam seferberliğinde "Biz de varız" diyen TİM'in önderliğinde, sadece iki haftada 127 ihracatçı firma tarafından 3 bin 140 kişinin istihdamı gerçekleştirildi.

sorunları da hızla görüp onları da aşabilecek duyarlılıkla azaltmak, Türkiye'yi yüzde 5'lerin üzerinde istikrarlı büyüyen bir ülke haline taşımak, istikrarlı yolculuğunu başarmamız gerekiyor."

Bakanlık tarafından karşılanıyor

Müezzinoğlu, 1 milyon istihdam projesinin açıklandığını anımsatarak, 2016'dan gelen 500 binlik yükü de ekleyerek asgari 1,5 milyon kişiyi istihdamla buluşturmak için yeni çalışmalar yaptıklarını söyledi. Bunun yanında işbaşı eğitimi 200 binlerden 500 bine çıkardıklarını söyleyen Müezzinoğlu, bu programda primler ve vergilerden oluşan 773 liranın Bakanlık tarafından üstlenildiğini, gençlerin 3 aylık süreçte işe adapte olacak şekilde gerekli eğitimlerin iş çevrelerince verileceğini belirtti. Bu gençlerin emekliliğine yansıtılması yönündeki düzenlemeye gerek olup olmadığının değerlendirilebileceğini belirten Müezzinoğlu, "Ama burada bir zorluk yok. İsteğe bağlı emeklilik kısmından emeklilik primlerini ödersiniz. Bu anlamda elinizi tutan hiç kimse yok" dedi. Müezzinoğlu, çıraklık ve staj eğitimine de 280 lira kadar harçlık desteği verildiğini belirterek, belirli sayıdaki öğrenciye staj yaptırmakla ilgili bir projeyi işverenlerle birlikte çalışarak şekillendirebileceklerini söyledi.

Yüzde 50 destek

Bakan Müezzinoğlu, işsizlikle mücadelede işverenlerin artı istihdamının büyük öneme sahip

olduğunu ifade ederek, özellikle üniversiteden yeni mezun olanların istihdam edilmesi halinde bir yıl boyunca bu çalışanların ücretinin yüzde 50'sini destekleyeceklerini vurguladı. Türkiye'de her yaştan 1 milyon 250 bin gencin istihdam beklediğini anlatan Müezzinoğlu, şöyle konuştu: "Bugünkü rakamlara baktığımızda işsizlik oranında yine artış var. Oran yüzde 11,8 oldu. Bunu en kısa zamanda bizim yüzde 10'ların altına indirememiş olmamız, hep birlikte bizim eksikimiz veya kendimizi güvene almak düşüncemiz olur. Ülkenin dinamiklerini çok daha güçlü hale getiremezsek kendimizi de güvene almış olamayız. O nedenle çok daha güçlü dinamikler için daha cesur, daha özgüvenli adımlar atmamız, Bakan siyasette de millete inan hep kazandı, kazanmaya da devam ediyor ama millete inanmayan veya milletten korkan kaybediyor, kaybetmeye de devam ediyor. Bu millete daha çok güvenmek ve daha güçlü adımları atmak hem milli ve yerlidir hem de şehitlere borcumuzdur." Üniversite mezunu gençlerin yaklaşık yüzde 30'unun iş aramadığına dikkati çeken Bakan Müezzinoğlu, "Bu grupla ilgili çalışma yapılması talimatını verdim. Neden istihdama girmek istemiyorlar, bunu araştırılmı istedim. Bu gençler, bu milletin okulunda okudular ve bu milletin yararlarına katkı sunabilecek birikim ve yaşta. Onlardan istifade etmek bizim görevimiz. Bu davranışın sebebini bulup, gerekirse buna göre farklı projeler üretmeliyiz. Daha özgür, daha girişimci

ve daha esnek projeler üretmeliyiz" ifadelerini kullandı.

300 bin ek istihdam

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ise atılım yılı ilan ettikleri 2017 yılının ilk iki ayında ihracatı yaklaşık yüzde 10 artırdıklarına dikkat çekerek, mart ayını da yüzde 10'un üzerinde bir artışla kapatmayı hedeflediklerini ve "Hedefimiz 2017 yılını 155 milyar dolarlık ihracatla tamamlamak. İhracatımızda görülen bu artışın istihdama olumlu katkılarını kısa zamanda göreceğimize inancımız tamdır" dedi. Cumhurbaşkanı Recep

Tayyip Erdoğan'ın başlattığı İstihdam Seferberliğine TİM olarak bu yıl 300 bin ek istihdam yaratma hedefiyle katıldıklarını hatırlatan Mehmet Büyükekşi, "İstihdam teşvikleri ciddi oranda yeni iş olanakları sağlayacak. Açıklanan aralık ayı işsizlik rakamları beklentilerimizden daha yüksek geldi. Ancak İstihdam Seferberliği ve Bakanımızın çalışma ve destekleriyle bu oran 2017'de düşecek. TİM olarak bu oranı düşürmek için, ülkemize hizmet için bu seferberlikte var gücümüzle biz de varız. Sadece iki haftada 127 ihracatçımız tarafından 3 bin 140 kişi



Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı'nda İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Güllü ve İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak sorun ve taleplerini Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu'na iletti.



■ TİM Genişletilmiş Başkanlar Toplantısı'nda konuşan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu, ihracatçıların taleplerine de yanıt verdi.

istihdam edildi" ifadelerini kullandı.

12 bin firmaya mektup

İhracatçıların istihdama katkıları için yaptıkları çalışmaları paylaşan Mehmet Büyükekşi, "Geçen yıl en çok ihracat gerçekleştiren ilk 12 bin firmaya, 60 İhracatçı Birlik Başkanına ve tüm Yönetim Kurulu üyelerine bir mektup gönderdik. Mektupta ihracata ve istihdama yönelik destekler anlatıldı. Yine TİM'in web sitesinde ihracatçılarımızın bu seferberliğe katılım gücünü resmetmek amacıyla bir bölüm açtık. Ayrıca, üyelerimize e-mail ve SMS aracılığıyla da bilgilendirme mailleri gönderdik. İstihdam desteklerini sosyal medya hesaplarımızdan hem ihracat ailesine hem de kamuoyuna duyurduk. Yine ihracatçılarımıza istihdam destekleri konusunda danışmanlık yapması

için 5 İŞKUR uzmanı görevlendirildi" şeklinde konuştu.

Kıdem Tazminatı Fonu talebi

Toplantıda işçi ve işveren arasında yaşanan sorunlarının çözümüne yönelik olarak Hükümetten beklentilerini paylaşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, asgari ücret artışından sonra işletmelerin personel giderlerine ek olarak kıdem ve ihbar yüklerinin de önemli oranda arttığına dikkat çekti. Mehmet Büyükekşi, "Bunlar hem işletmelere ciddi bir maddi yük oluşturuyor hem de çalışanlarımızın aklında 'tazminatımı alabilecek miyim' sorusu oluşturuyor. Kıdem Tazminatı Fonu'nun kurulmasını arzu ediyoruz. Bu fonun kurulmasında, işverenlerin maliyetinin bir kısmının İşsizlik Fonu'ndan karşılanmasını talep ediyoruz. Böyle

bir uygulamanın hem çalışanlar hem de işverenler üzerinde rahatlatıcı bir etki yaratacağına inanıyoruz" diye konuştu. Çalışanların işverenlerine açacakları davalarda zaman aşımı sürecinin İş Kanununda 5 ile 10 yıl olarak belirtildiğini hatırlatan Büyükekşi, "Bu sürenin daha da kısalarak, 6 aya indirilmesi ile sorunların daha hızlı çözüleceğine inanıyoruz. Son olarak, yeni yaratılan istihdama verilen prim destekleri bizler için son derece memnuniyet

verici. Ancak bu destekten faydalanabilmek için istihdam ettiğimiz kişinin, son üç ay sigorta kaydının bulunmaması koşulu getirildi. Bu durum, bu destekten faydalanmak isteyen ihracatçı firmalarımızın, çalışan bulmakta zorlanmalarına yol açıyor. İşbaşı eğitim programı ile ilgili destekte de bu süre aynı. Bu sürelerin 1 aya indirilmesi ile firmalarımız çok daha etkin ve hızlı bir şekilde yeni istihdam alanları yaratabilecek" ifadelerini kullandı. sağlayacak.

1,5 milyon kişiye İSTİHDAM

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu, 1 milyon istihdam projesini anımsatarak, 2016 yılından gelen 500 binlik yükü de ekleyerek asgari 1,5 milyon kişiyi istihdamla buluşturmak için yeni çalışmalar yaptıklarını ifade etti.



E-TİCARETTE HEDEF 10 BİN İHRACATÇI

Ekonomi Bakanlığı'nın e-ticaret sitelerine üyelik desteğinde ilk adım TİM'den geldi. E-ticaret platformları AliBaba, Kompass ve Turkish Exporters ile toplu üyelik anlaşmaları imzalayan TİM'in hedefi, 10 bin ihracatçı firmanın e-ticaret sitelerinde yer alması.

Ekonomi Bakanlığı'nın e-ticaret sitelerine üyelik desteğini işbirliği kuruluşları üzerinden verme kararının ardından ilk adımı Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) attı. E-ticaret Sitelerine Üyelik Desteği Lansmanı'nda Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin şahitliğinde TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ile e-ticaret platformları AliBaba, Kompass ve Turkish Exporters genel müdürleri arasında toplu üyelik anlaşmaları imzalandı. Buna göre işbirliği kuruluşlarının üyelerini e-ticaret platformlarına toplu üye yapmaları ve bundan doğan maliyeti ödemeleri halinde, ödemenin yüzde

80'ini Ekonomi Bakanlığı karşılayacak. Projeye, 10 bin şirketin uluslararası e-ticaret platformlarında yer alması amaçlanıyor. 15 Mart tarihinde Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirilen törende konuşan Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, "E-ticaret konusunda Ekonomi Bakanlığı olarak vizyonumuz ihracatçılarımızın bu fırsatı, bu çağı, bu dönemi kaçırmalarına müsaade etmemek. E-ticaret platformlarına toplu üyeliği esas olan bu desteğimiz iş dünyamızın küresel açılımı için itici bir güç olacaktır ve o aradaki mesafeyi Türkiye hızlı bir şekilde kapatacaktır. E-ticarette yüzde 2'lik rakamımız

çok hızlı bir şekilde 3'ler 4'ler 7'ler ve 8'lere doğru çıkacaktır. E-ticaret platformlarına üyelik desteğimiz aslında bundan önce de vardı ama bireysel anlamda bunları yapmaya çalışıyorduk. Şu anda e-ticarete dair farkındalığı artıracak ve internet üzerinden müşteriye ulaşmayı başlı başına bir sebep haline teşkil edecek olan bu mekanizmayı kurguladık. Yeni düzenlememizle on binlerce ihracatçımızın E-ticaret sitelerinden faydalanmasını öngörüyoruz" diye konuştu.

E-ticarette Türk işgali
Nihat Zeybekci, e-ticaret platformlarında tabiri caizse bir Türk işgali yaşanacağını

dile getirerek; "250 firmadan az olmamak kaydıyla işbirliği kuruluşlarımız vasıtasıyla bakanlığın belirlediği e-ticaret platformlarına üye yapan işbirliği kuruluşları bu harcamalarının yüzde 80'inin Ekonomi Bakanlığı'ndan geri alabilecekler. Sonuç olarak öntümüzdeki günlerde dünyadaki tüm e-ticaret sitelerinde şunu göreceksiniz; e-ticaret platformlarında tabiri caizse bir Türk işgali yaşanacak" dedi.

Gurur kaynağı

Etkinlikte konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, artık firmaların birbirlerini rahatlıkla online platformlar üzerinden

Ekonomi Bakanlığı'nın desteği %80

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, "250 firmadan az olmamak kaydıyla işbirliği kuruluşlarımız vasıtasıyla bakanlığın belirlediği e-ticaret platformlarına üye yapan işbirliği kuruluşları bu harcamalarının yüzde 80'ini geri alabilecekler" dedi.

bulabildiğini kaydederek, ihracatçıların bu dönüşüm sürecini yakalamasının hedeflerine ulaşmalarında oldukça önemli olduğunu söyledi. Küresel ekonomide şu an önemli olan meselenin "En iyi ürünü üretmek değil, dünyanın dört bir yanındaki alıcılara o ürünü pazarlayabilmek" olduğunu dile getiren Büyükekeşi, "Bugün bir ticaret heyetinde en fazla 50 firmaya, bir fuarda 500 alıcıya ulaşabilirken, bir e-ticaret sitesi vasıtasıyla milyonlarca potansiyel müşteriye ulaşabiliyoruz. İşte buradan hareketle 67 bin ihracatçının temsilcisi olarak bu projede iş birliği kuruluşu olarak yer almak bizler için gurur kaynağı" dedi. Büyükekeşi, e-ticarete entegre olmuş KOBİ'lerin yüzde 97 sinin ihracat yaptığını ifade ederek, bu oranın diğer KOBİ'lerde yüzde 2 ila yüzde 28 arasında değiştiğini aktardı. KOBİ'lerin e-ticarete ne kadar entegre olursa ihracatlarının o kadar arttığını, daha çok

ürettiğini, daha fazla istihdam sağladığını anlatan Büyükekeşi, bu ölçekteki firmaların yüzde 38'inin dijital teknolojiye ilişkin yeterli bilgiye sahip olmadığını ifade etti.

Hedef 10 bin firma

Uluslararası arenada kabul görmüş üç e-ticaret sitesiyle anlaştıklarını söyleyen Büyükekeşi, "Bunlar, Alibaba, Kompass ve Turkish Exporters. Hedefimiz, kısa bir süre içerisinde toplamda 10 bin firmamızın e-ticaret sitelerinde yer alması. E-ticaret siteleri, sadece ihracatçıların yeni pazarlara ulaşmasını sağlamayacak. Bunun yanında hem mevcut ihracatçılarımızın ihracatında sıçrama göreceğiz hem de yeni firmalarımız ihracat ailesine katılacak. Böylece, sürekli ve kalıcı bir artış yakalayacağız" dedi. Büyükekeşi, Ekonomi Bakanlığının uzun süredir firmalara e-ticaret sitelerine üyelikleri doğrultusunda destek verdiğine değinerek,



Nihat ZEYBEKÇİ / Ekonomi Bakanı

"İhracatçılarımız veya ihracata başlamayı düşünen firmalarımız bu sitelere üye oluyor. Bakanlığımızın bu desteğinden faydalanıyorlar. Ancak veriler, desteğe rağmen e-ticaret bilincinin firmalarımızda henüz tam olarak yerleşmediğini ortaya koyuyor" ifadelerini kullandı. Bu noktada yeni bir çalışma başlatıldığını dile getiren Büyükekeşi, e-ticaret sitelerine üyelikte firmaların bireysel hareket etmeleri yerine iş birliği kuruluşları üzerinden toplu hareket etmelerinin kararlaştırıldığını aktardı. Alibaba.com Türkiye Ülke Müdürü Cüneyt Erpolat, Türk KOBİ'lerin yeni

pazarlara erişimini sağlamak, dijital dönüşümlerine ve geleneksel ihracattan e-ihracata dönüşümlerine katkı vermek amacıyla projenin gerçekleştirildiğini söyledi. Turkish Exporter Genel Müdürü Ali Gazel, desteğe olan ilginin üst düzeyde olduğunu söyleyerek, "Henüz kulaktan kulağa duyulmasına rağmen bizlere çok sayıda telefon geldi. E-ticaretle ihracatçıların yılın tüm gününde ve bütün saatlerinde ihracat yapabilecek" dedi. Kompass.com Türkiye Ülke Müdürü Selim Tezel de anlaşmanın Türk KOBİ'lerin ihracatına büyük katkı sağlayacağını kaydetti.



TİM Başkanı Mehmet Büyükekeşi ile Alibaba adına anlaşmayı alibaba.com Türkiye Temsilcisi E-Glober Genel Müdürü Orkan Aytulun, Kompass Türkiye Genel Müdürü Selim Tezel, Turkish Exporters Genel Müdürü Ali Gazel imzaladı.

TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ 1 MİLYAR DOLAR İHRACAT İÇİN ABD'YE ODAKLANDI



Ekonomi Bakanlığı'nın "hedef pazar" olarak belirlediği ABD, Türk hazır giyim ihracatçısının akınına uğradı. Magic Show Fuarı'nda İHKİB öncülüğünde milli katılım 33, bireysel 19, toplamda 52 firma ile rekor katılım gösteren Türkiye, 104 milyar dolarlık ABD'nin hazır giyim ithalatından aldığı payı ilk aşamada 500 milyon dolarlardan 1 milyar dolar çitasına çıkarmayı hedefliyor.

ABD'nin 104 milyar dolarlık hazır giyim ithalat pastasından aldığı payı artırmayı hedefleyen İHKİB, Las Vegas'ta düzenlenen, ülkenin en büyük karma hazır giyim fuarı Magic Show'da gövde gösterisi yaptı. 21-23 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilen ve dünyanın en büyük fuar organizasyonları arasında yer alan Magic Show'a katılan Türk firmalarının stantları alıcıların akınına uğradı.

100 bini aşkın ziyaretçi
Magic Show Fuarı, gerek sergilenen ürün çeşitliliği, gerek alan büyüklüğü gerek katılımcı sayısı gerekse de ziyaretçi sayısı açısından ABD'nin ve dünyanın en önde gelen moda fuarlarından birisi olarak önem taşıyor. Fuarda, hazır giyimden deri kürk ürünlerine, aksesuardan ayakkabıya, tekstil, deri ve hazır giyim sektörünün tüm bileşenleri etkin bir potada eritilerek tüm görkemiyle sergileniyor. Fuarın bu dönemini 100 bini aşkın ziyaretçi gezdi. Fuarın bu

döneminde 4 binin üzerinde marka/firma katılımı ile toplamda 32 ülke katılımı gerçekleşti. Özellikle fuarın sourcing bölümüne 15 bin 400'ün üzerinde ziyaretçi, 40 farklı ülkeden 2 binin üzerinde katılımcı firma katılırken, 70 konuşmacı tarafından sunulan 50'nin üzerinde seminer gerçekleştirildi.

Birikim ve üretim gücüne sahibiz

Fuara dair görüşlerini paylaşan İHKİB Başkanvekili Kemalettin Güneş, ABD'nin 104 milyar

doları hazır giyim olmak üzere toplamda 2,3 trilyon dolar ile dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi konumunda bulunduğunu vurgulayarak, Türkiye'nin bu devasa pazardan çok daha fazla pay alması gerektiğini söyledi. Türkiye'nin 2016 yılında ABD'ye toplamda 6,5 milyar dolar civarında ihracat gerçekleştirdiğini ifade eden Kemalettin Güneş, "Dünyanın yedinci büyük hazır giyim tedarikçisi olan Türkiye, ABD'ye 2015 yılındaki 495 milyon dolar olan ihracatını 2016 yılında 536 milyon dolara çıkar-

di. 2005 yılı öncesi bu rakam 1,5 milyarın üzerindeydi. Öncelikli hedefimiz 1 milyar dolar çitasına ulaşip ardından da 2003 yılı rakamlarını yakalamak. ABD'li alıcılardan da Türk hazır giyim ürünlerine karşı giderek artan bir talep var. Bu hedefi gerçekleştirmek için hazır giyim endüstrisi olarak her türlü birikime ve üretim gücüne sahibiz" şeklinde konuştu.

52 firma ile rekor katılım

İHKİB ABD, AB ve Uzakdoğu Fuarlar Komitesi Başkanı Özkan Karaca ise Las Vegas'daki Magic Show Fuarı'nda 52 firma ile rekor kırdıklarını söyledi. Ekonomi Bakanlığı'nın "hedef pazar" olarak belirleyip yüzde 70 katılım desteği verdiği fuarda Türk firmalarının yoğun ilgi gördüğünü ifade eden Özkan Karaca, "Yaklaşık 100 milyar dolarla dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı olan ve Türk hazır giyim ihracatçıları için umut olmaya devam eden Amerika'ya deyim yerindeyse çıkarma yaptık. Her yıl iki kez düzenlenen Magic Show'a 2014 yılından bu yana İHKİB öncülüğünde milli katılım düzenliyoruz. 6'ncı kez milli katılımı buradayız ve bu kez 52 firma ile rekor kırdık. Nihayet meyveleri toplamaya başladık" diye konuştu.

İhracat hedefimize 2018 sonunda ulaşacağız

Geçen yıl başlattıkları ve büyük ilgi gören fuarda katılımcılar için tahsis edilen otobüsleri giydirerek yürüttükleri reklam kampanyasını bu dönemde uyguladıklarını ifade eden Özkan Karaca, "Bu yıl da 25 otobüs Las Vegas sokaklarında 'Turkey discover the potential' reklamları ile dolaştı. Yoğun tanıtım çalışmalarımız ve paritenin do-

lar lehine yükselmesiyle birlikte emeğimizin karşılığını almaya başladık. Firmalarımız büyük siparişlerle döndüler. Amerikalılar özellikle denim, deri konfeksiyon firmalarımızı kendi pazarlarında görmek istediklerini söylediler. Her yıl yoğun katılım sağlayan çorap firmaları 2003 öncesi en fazla ihracat yaptıkları ilk 5 ülke içinde olan ABD'den yüklü siparişler aldılar. Dünyanın en büyük pazarında 2003 yılı öncesi yaptığımız 1,5 milyar dolarlık ihracatı en geç 2018 yılı sonunda yakalayacağımıza inanıyorum" diye konuştu. 2016 itibarı ile Avrupa'da atağa kalkan Türk ayakkabı firmalarının da Magic Show'a bu yıl yoğun katılım sağladığını belirten Özkan Karaca, ayakkabıcıların bu yıl ABD'yi hedef ülkelerden biri olarak seçtiklerini sözlerine ekledi.

Reklam çalışmaları övgü topladı

Fuara aynı zamanda İHKİB info standına ek olarak 19 firma ve İTO Urge projesi kapsamında 14 firma ile toplamda 33 firma katıldı. Firmalar toplamda 405 metrekarelik alanda yer aldılar. Fuara katılım yapan firmalar toplu alanlarda değil, ağırlıklı olarak ürün gruplarına uygun alanlarda sergileme yaptı. Böylece katılımcı Türk firmaları doğru alıcılarda buluşma imkânına erişti. Tanıtım çalışmaları kapsamında, tüm katılımcı firmaların iletişim bilgileri ve ürün gruplarına göre listelerinin yer aldığı fuar kataloğu bastırılıp Turkey Discover The Potential logolu bez çanta, not defteri ve kalem ile birlikte fuar boyunca İTKİB info standından ziyaretçilere dağıtımı yapıldı. Bunların yanı sıra, İHKİB'in sosyal medya hesabı Instagram'da fuar başlamadan 1 gün önce



Kemalettin GÜNEŞ
İHKİB Başkan Vekili

Dünyanın yedinci büyük hazır giyim tedarikçisi olan Türkiye, ABD'ye 2015 yılındaki 495 milyon dolar olan ihracatını 2016 yılında 536 milyon dolara çıkardı. 2005 yılı öncesi bu rakam 1,5 milyarın üzerindeydi. Öncelikli hedefimiz 1 milyar dolar çitasına ulaşip ardından da 2003 yılı rakamlarını yakalamak. ABD'li alıcılardan da Türk hazır giyim ürünlerine karşı giderek artan bir talep var. Bu hedefi gerçekleştirmek için hazır giyim endüstrisi olarak her türlü birikime ve üretim gücüne sahibiz. ABD'nin 104 milyar doları hazır giyim olmak üzere toplamda 2,3 trilyon dolar ile dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi konumunda bulunuyor. Türkiye'nin bu devasa pazardan çok daha fazla pay alması gerekiyor. Türkiye 2016 yılında ABD'ye toplamda 6,5 milyar dolar civarında ihracat gerçekleştirdi. Bu pazarda koyduğumuz ihracat hedefimizi yukarılara taşıyacağımızdan şüphem yok.

ve fuar süresince hedef ülkelere yönelik fuarın tanıtımı yapıldı. Ayrıca, fuar idaresinin sisteminde kayıtlı olan tüketicilerin ve alıcıların e-posta adreslerine milli katılım yapan Türk firmalarının reklamları gönderildi. Bu çalışma ile maili alan kişiler web browserlarında ilgili firmanın logosuna tıkladığında web



Özkan KARACA
İHKİB ABD, AB ve Uzakdoğu Fuarlar Komitesi Başkanı

Yaklaşık 100 milyar dolarla dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı olan ve Türk hazır giyim ihracatçıları için umut olmaya devam eden Amerika'ya deyim yerindeyse çıkarma yaptı. Magic Show'a 2014 yılından bu yana İHKİB öncülüğünde milli katılım düzenliyoruz. 6'ncı kez milli katılımı buradayız ve bu kez 52 firma ile rekor kırdık. Nihayet meyveleri toplamaya başladık. Bu yıl da 25 otobüs Las Vegas sokaklarında 'Turkey discover the potential' reklamları ile dolaştı. Yoğun tanıtım çalışmalarımız ve paritenin dolar lehine yükselmesiyle birlikte emeğimizin karşılığını almaya başladık. Firmalarımız büyük siparişlerle döndüler. Amerikalılar özellikle denim, deri konfeksiyon firmalarımızı kendi pazarlarında görmek istediklerini söylediler. 2003 yılı öncesi yaptığımız 1,5 milyar dolarlık ihracatı en geç 2018 yılı sonunda yakalayacağımıza inanıyorum.

sitesine yönlendirilmiş olacak. Yine fuar alanında kurulan info standta da Türkiye'ye özgü lezzetler ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.

Bir moda ve ticaret şöleni havasında geçen fuar, 100 bin gibi devasa ziyaretçi rakamlarıyla aynı zamanda önemli bir moda ve uluslararası ticaret etkinliği. Fuarda hem Amerika pazarında adını duyurmuş katılımcılar, hem de bu pazara girmek isteyen katılımcılar stant açtı. Fuarın yeni döneminde de ABD pazarında adını duyurmuş katılımcılar, her dönem olduğu gibi bu dönem de pastadan aldıkları payı büyütme için yarışırken, yeni katılımcılar bu önemli pazardan pay almaya çalıştı. Fuarın bu döneminde 4 binin üzerinde marka/

Sektörün TÜM BİLEŞENLERİ burada...

Fuarda, hazır giyimden deri kürk ürünlerine, aksesuardan ayakkabıya, tekstil, deri ve hazır giyim sektörünün tüm bileşenleri etkin bir potada eritilerek tüm görkemiyle sergileniyor.



Türkiye'nin geçen yıl başlattığı ve büyük ilgi gören fuarda katılımcılar için tahsis edilen otobüsleri giydirerek yürüttükleri reklam kampanyası bu dönemde devam etti. 25 otobüs Las Vegas sokaklarında 'Turkey discover the potential' reklamları ile dolaştı.

firma katılımı ile toplamda 32 ülke katılımı gerçekleşti. Bu çerçevede fuar hem mevcut pazarı korumak ve artırmak isteyen, hem de pazara yeni giriş yapacak firmalara uygun bir platform yaratıyor.

Ayrıca, fuar idaresi tarafından yapılan Uzak Doğu ürünleri yerine Türk tasarımlarının öne çıkması talebi de Türkiye'nin bu alanda ne kadar başarılı olduğunu da bir göstergesidir. Bu yüzden Türk firmaları bu talebi iyi değerlendirmeli.

Fuara ZİYARETÇİ AKINI

Fuarın bu dönemini 100 bini aşkın ziyaretçi akın etti. Fuarın bu döneminde 4 binin üzerinde marka/firma katılımı ile toplamda 32 ülke katılımı gerçekleşti. Özellikle fuarın sourcing bölümüne 15 bin 400'ün üzerinde ziyaretçi, 40 farklı ülkeden 2 binin üzerinde katılımcı firma katılırken, 70 konuşmacı tarafından sunulan 50'nin üzerinde seminer gerçekleştirildi.



IHKIB ABD, AB ve Uzakdoğu Fuarlar Komitesi Başkanı Özkan Karaca, IHKIB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, IHKIB Başkanvekili Kemalettin Güneş, IHKIB Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer, Türk firmalarının ihtiyaçlarıyla yakından ilgilendiler.

TÜRK ÜRÜNLERİNE TALEP YÜKSEK

Fuar, ABD'nin yanı sıra dünyanın en önemli fuarlarından biri konumunda... Sektörde faaliyet gösteren tüm taraflar tarafından takip ediliyor. Fuar idaresiyle yapılan görüşmeler sonucu özellikle sourcing kısmında ucuz ve kaliteli Uzak Doğu pazarı yerine Türkiye gibi tasarım yönüyle ön plana çıkan ülkelerin katılımın artması yönünde talep çağrısı ülkemizin hazır giyim ve tasarımda ne kadar ön plana çıktığını gösteriyor. Bu dönem IHKIB patronajında çok başarılı bir katılım ve tanıtım yapan Türk hazır giyim sektörünün fuara bundan sonraki dönemlerde katılım talebi artış gösteriyor.

FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN FİRMALAR

- İpng Tasarım
- Ark Tekstil
- Yüksel Tekstil
- Gck Tekstil
- Garda Deri ve Tekstil
- Nevzat Onay Ayak ve Deri
- Polat Ayakkabı Saraciyeye
- İlhan Esen Ayakkabı Deri
- Eren Keskin Tekstil
- Aybar Dış Ticaret
- Bdz İthalat İhracat
- Aber Çorap
- Ekoteks
- Ultra Çorap
- Paktaş Çorap
- Öztas Çorap
- Duka Tekstil
- Günbatılı Boya Kasar Apre
- İHKİB Info
- Şengül Deri
- Gümüş Saraciyeye
- Güzeliş Çanta
- Harun Özel Deri
- Güler Dericilik
- Gürsel Deri
- Jappa Deri
- Tosato Deri
- Gönülüşen Deri
- Ayvz Deri
- Skala Deri
- Metiş Deri
- Lmç Deri
- Esas Deri
- Hkn Çanta ve Deri

FUARDA YER ALAN BÖLÜMLER

WWD MAGIC: Kadın giyim koleksiyonlarının sergilendiği bölümdür. Kadınlar için spor giyim, dış giyim, bayan gece kıyafetleri, yoga kıyafetleri, aksesuarlar, etnik giyim ve mayolar sektörlerine yöneliktir. Bu bölüme katılan firmaların stantları Central Hall salonunda yer almaktadır.

FN PLATFORM: Ayakkabı ve çorap sektörlerinde gerek gelişmiş markalar gerekse gelişmekte olan markalar için uluslararası ayakkabı sergisidir. Hem erkek, hem kadın hem de çocuk ayakkabı ve çorapları içerir. Bu bölüme katılan firmaların stantları Central Hall salonunda yer almaktadır.

THE COLLECTIVE: Fuarda erkek giyim koleksiyonlarının sergilendiği bölümdür. Katılımcılar, koleksiyonlarını "designer, premiumcontemporary, casual, streetwear, activessportingwear, accessories, youngmen's" bölümlerinde sergilemektedirler. Bu bölüme katılan firmaların stantları Mandalay Bay Convention Center'da yer almaktadır.

SOURCING: Fason üretim yapmak isteyen firmalara yönelik

olan bölümde; konfeksiyon, ayakkabı ve aksesuar sektörlerinde orijinal marka sahipleri ile tedarikçilerin dünyadaki en büyük buluşma alanıdır. Fuarda privatelabel - fason ürün ve kumaş firmalarının yer aldığı bölümdür. Bu bölüme katılan firmaların stantları North Hall'de sergileme yapmaktadırlar. Bu alandaki katılımcılar aynı zamanda konferanslara da katılabilirler.

PROJECT: Kadın ve erkekler için çağdaş denim kıyafetler ve koleksiyonlar bu alanda sunulmaktadır. Bu alana katılım için fuar idaresi ön inceleme yapmaktadır. Bu bölüme katılan firmaların stantları Mandalay Bay Convention Center'da yer almaktadır.

THE TENTS: Gerek tasarımcılar gerekse lüks çağdaş erkek ve unisex markaları için bir buluşma noktasıdır. En etkili markalar, perakendeciler ve basın bu etkinliğe katılmaktadır. Bu sebep ile THE TENTS üst tüketim grubu için oluşturulmuş bir alandır.

PROJECT WOMENS: Sadece kadın denim ve aksesuarlarına odaklanmış tek sergidir. Bu sergi alanında hem bilinen

gelişmiş markalar hem de gelişmekte olan piyasaya yeni girmiş markalar tek bir çatı altında bulunmaktadır. Bu bölüme katılan firmaların stantları Mandalay Bay Convention Center'da yer almaktadır.

WSA @ MAGIC: Global ölçekli hızlı moda ayakkabı sektörüne yönelik sergi alanıdır. Sektör ile ilgili 100'den fazla ülkeden gelen küresel alıcılar bu alanı ziyaret etmektedir. WSA @magic komşu iletişimi içinde olduğu FN PLATFORM'UN etkinliği ve erişimini artıran bir markalı ayakkabı forumudur.

PLAYGROUND: Çocuk giyim ve çocuk modası bölümü.

THE CURVE: Yeni açılan iç giyim, aksesuar ve deniz kıyafetleri bölümü. 250'ye yakın markanın yer alacağı bu bölüm ürünlerin alıcıları için önem taşıyor.

STITCH: Hazır giyim tasarımcılarına özenle odaklanmış bir bölümdür. Markaların dikkatle yerleştirildiği bu bölümde, çağdaş, spor giyim, yaşam tarzı ve uluslararası markaların doğru karışımını sergileniyor.





CPM FUARI'NDA TÜRKİYE FARKI

Kadın-erkek ve çocuk hazır giyim ve aksesuarları üzerine Moskova'nın en önemli fuarlarından olan Collection Première Moscow (CPM), 20-23 Şubat tarihleri arasında ziyaretçilerini ağırladı. 28'incisi düzenlenen fuarda hazır giyim hollerinin yanı sıra Designer Pool, Accesories&Shoes, Premium, Kids ve Handmade adı altında ürüne göre ayrılmış beş ayrı bölüm yer aldı. İHKİB patronajında Türkiye'den 32 firmanın katıldığı fuar, her yıl iki kere düzenleniyor.

Made in Turkey standı Collection Première Moscow Fuarı'nda ülke bazlı olarak Made in Turkey, Made in Spain, Made in France, Made in Germany ve Made in Italy gibi ülke bölümleri de yer aldı. Fuarın bu döneminde 24 bin ziyaretçi fuara giriş yaparken, fuarda yer alan firma sayısı ise bin olarak kayıtlara geçti. İHKİB milli katılımıyla aralarında Bisa, Phardi, Of White ve Climber gibi markaların da yer aldığı 32 Türk firması sektörün kalitesini gözler önüne serdi. İTKİB tarafından 25'inci ulusal katılım organizasyonu gerçekleştirilen, üç Türk firması da bireysel olarak katılım sağladı. Fuara katılım

Başta Rusya olmak üzere Doğu Avrupa pazarının en önemli hazır giyim fuarlarından biri olan Collection Première Moscow (CPM) Fuarı'na bu dönem 32 Türk firması katıldı. Koleksiyonlarında tasarım farklarını sergileyen katılımcı Türk firmaları, ziyaretçilerden tam not aldı.

gerçekleştiren Türk firmaları fuardan son derece memnun ayrıldı.

Ziyaretçi sayısını artırıyor

CPM Fuarı bölgesinde son 15 yılda ziyaretçi ve katılımcı firma sayısını üç kat artırarak sektörün en önemli tanıtım ve satış mecralarından biri haline geldi. 2003 yılında

ziyaretçi sayısı 8 bin, marka sayısı da 350 iken, 2013 yılında 19 bin 800 ziyaretçi ve bin 600 marka sayısına ulaşıldı. Bu dönem yaşanan siyasi ve ekonomik krizlerin etkilerinin azalmasıyla artış göstererek yaklaşık 24 bin ziyaretçinin ağırlandığı CPM Fuarı'na yaklaşık olarak bin firma katıldı. Toplamda 45 bin metrekarelik bir alanda

Fuara 32 TÜRK FİRMASI

25'inci ulusal katılım organizasyonu gerçekleştiren Türkiye, fuarın bu dönemine 32 Türk firması ile katıldı. Buna ek olarak üç Türk firması da bireysel katılım gerçekleştirdi.



■ İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, CPM Fuarı'na katılan firmaları stantlarında ziyaret etti.

FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN FİRMALAR

- Ağdemir Deri
- Ardateks
- Ay-Sel
- Bisa Giyim
- Boy Deri
- Dide Tekstil
- B.O.V.O.N.A Tekstil
- Yıl-ba Tekstil
- Cüno Tekstil
- Darkmen Tekstil
- Eveline Tekstil
- Maretex Tekstil
- Çelik Makas Konfeksiyon
- Güzeller Tekstil
- Berat Tekstil
- Tekin Tekstil
- Kapris Giyim
- Bağiroğlu Tekstil
- Merkür Algore Tekstil
- Ecrinteks
- Menteks
- Kelebek Tekstil
- Aldi Tekstil
- Platin Gömlekleri
- Özbektaş Spor Giyim
- Sami Giyim
- Yelkenci Tekstil
- Seir Örme
- Mimi Tekstil
- Tornado Deri
- Önka Tekstil

gerçekleşen fuarda Türkiye 908 metrekarelik alanda ziyaretçilerle buluştu. Kadın giyim, erkek giyim ve deri ürünleri ve geniş bir alanda sergilenen çocuk giyim alanıyla CPM yeni sezon ürünlerinin de sergilenmesine olanak sağladı.

Collection Première Moscow (CPM) Fuarı, başta Rusya olmak üzere Doğu Avrupa pazarının en önemli hazır giyim fuarlarından biridir. CPM'de Doğu Bloğu Ülkeleri, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinin ziyaretçileri dikkat çekerken, İtalya, Fransa, İspanya gibi ülkelerle birlikte milli katılım yapan Türkiye, bu yıl geçen yıllara oranla yaşanan düşüşün aksine katılım sayısında artış gösteren ülkelerden biri oldu.

TURKEY standı yoğun ilgi gördü

Fuarlarda tanıtım çalışmalarına önem veren Türkiye, yine bu fuarda da tanıtım çalışmalarına devam etti. Bu yıl Ekonomi Bakanlığı talimatı gereği, yurtdışı fuarlarda gerek ülkemizin ve sektörlerimizin etkin tanıtımının yapılabilmesi gerekse Türkiye'nin en iyi şekilde temsil edilmesi amacıyla, CPM Moskova fuarında "Turkey Discover the Potential" logolu 45 metrekare bir "TURKEY" standı kuruldu. Bunun yanı sıra tanıtıcı çeşitli materyallerin yapılması, standın içerisinde çeşitli ekranlarda

Türkiye'yi tanıtıcı görseller gösterilmesi, söz konusu ekranlarda, Türkiye'nin hazır giyim üretim ve satış merkezlerine ait yerler civarındaki açık hava hazır giyim mağazaları, İstanbul'un ve Türkiye'nin turistik yerleri, hazır giyim üretimi yapan dokuma fabrikaları gibi çeşitli görseller gösterilmesi amacıyla kurulan Türkiye standına fuar ziyaretçileri ve katılımcı firmalar oldukça yoğun ilgi gösterdi. Ziyaretçilere "Türkiye Discover The Potential" çeşitli materyaller ile tanıtıcı dergiler hediye edildi. Ferah ve modern görünümlü stant inşaatı ile Türk katılımcılar, son koleksiyonlarını uluslararası alıcılara sunma fırsatı buldu. Bütün firmaların son derece memnun kaldığı CPM Fuarı'nda, en hareketli bölümün Türk pavyonu olduğunu rahatlıkla söylemek mümkün.

Milli katılıma vurgu

Tüm bunlara ek olarak PR çalışmaları arasında da; katılan firmaların bilgilerini içeren özel bir katalog hazırlanmış ve fuar boyunca ziyaretçilere dağıtımı yapıldı. Yine salon 2.2 içinde milli katılım yapılan alan üzerinde tavandan büyük bir banner asılarak Türkiye Milli Katılımının yeri belirtildi. Salon 2.2 girişine firmaların yerini gösteren yer planı kuruldu.



Sabri Sami YILMAZ

Rusya, BDT ve Ortadoğu Ülkeleri Fuarlar Komite Başkanı

Fuarda en fazla ilgi gören bölüm Türk firmalarımızın yer aldığı alanlar oldu. Firmalarımız fuardan oldukça memnun ayrıldılar. Eminim ki fuarın bir sonraki dönemine firma sayımız artmış bir şekilde katılım sağlayacağız.



İHKİB ABD, AB ve Uzakdoğu Fuarlar Komitesi Başkanı Özkan Karaca, fuarın açılışında açılış konuşması gerçekleştirdi ve Türk çorap sektörünü anlattı.



ÇORAP KÜMESİ ABD PAZARINA ÇİN ÜZERİNDEN SIÇRAYACAK

İHKİB Çorap İhracatçıları Kümesi ilk kez katıldığı Şanghay'daki dünyanın en büyük çorap fuarı olan CHPE'de, sadece Çin'den 1,3 milyar dolarlık ithalat yapan ABD'li alıcılardan büyük ilgi gördü. Fuarın bu dönemine 15 Türk firması iştirak etti.

Dünyanın ikinci büyük çorap üreticisi olan Türkiye, en büyük alıcı konumundaki ABD'yi Çin üzerinden fethetmek için harekete geçti. Ekonomi Bakanlığı destekli İHKİB Çorap İhracatçıları Kümesi öncülüğünde alanında dünyanın en büyüğü olan Şanghay Çorap Fuarı'na (Chi-

na International Hosiery Purchasing Expo 2017-CHPE 2017) ilk kez katılan Türk firmaları, Çin'den umutlu döndü. Bu yıl 12'ncisi düzenlenen fuara ilk kez katılım sağlayan Türk çorap üreticileri, Çinliler tarafından oldukça ilgiyle karşılandı. İhracatta dünya devi iki ülke bu fuar vesilesiyle bir araya geldi. Bu yıl toplamda 350 katılımcısı olan CHPE Fuarı; Pa-

kistan, Güney Kore, Sri Lanka, Türkiye gibi pek çok yabancı ülkeden toplamda 29 yabancı katılımcı firmayı ağırlarken, yaklaşık 16 bin ziyaretçi de fuarı ilgiyle takip etti.

Rotamızı ABD'ye çevirdik

Fuara katılan 15 Türk firması, Çin pazarını daha yakından tanıma ve koleksiyonlarını ilk elden tanıma fırsatı buldu. Fuar sonunda katılımcı firmalar ortalama 200 uluslararası satın alımcı firmalar ile görüşme sağladı. İHKİB ABD, AB ve Uzakdoğu Fuarlar Komitesi Başkanı Özkan Karaca, Şanghay'daki fuarda alıcılardan büyük ilgi gördüklerini ifade etti. Fuarın ev sahibi Çin'in dünyanın lider çorap üreticisi konumunda bulunduğunu hatırlatan

Özkan Karaca, hedeflerinin bu fuar üzerinden ABD pazarına ulaşmak olduğunu altını çizdi. ABD'nin yıllık yaklaşık 2,2 milyar dolar ile dünyanın en büyük çorap alıcısı olduğunu söyleyen Özkan Karaca, "Türkiye, Çin'in ardından dünyanın ikinci büyük üreticisi konumunda bulunuyor. 2016'da 1,6 milyar çift çorap ihraç ettik. İhracatımızın yüzde 90'ını AB ülkelerine gerçekleştiriyoruz. 2010'dan sonra her yıl ortalama yüzde 16 büyüyen sektörümüz 2014'te 1 milyar 230 milyon dolar ihracata ulaştı. Ancak, 2015'de euro-dolar paritesindeki gerilemeye paralel olarak ihracatımızda yüzde 15,9 kayıp yaşadık. Paritenin yeniden lehimize dönmesi üzerine pazar çeşitliliği yakalamak ve ihracatımızı artırmak



Yabancı ülkelerden **FUARA YOĞUN KATILIM**

Bu yıl 350 firmanın katıldığı CHPE Fuarı'nda; Pakistan, Güney Kore, Sri Lanka, Türkiye gibi pek çok yabancı ülkeden toplamda 29 yabancı katılımcı firmayı ağırlandı. Ayrıca fuarı bu dönem yaklaşık 16 bin ziyaretçi ilgiyle takip etti.

için rotamızı bir türlü istediğimiz payı alamadığımız ABD'ye çevirdik. Halen yaklaşık 15 milyon dolar olan ABD'ye çorap ihracatımızı artırmak için iki hafta önce Las Vegas'taki Magic Show Fuarı'ndaydık. ABD'li

çorap alıcılarına ulaşmak için en doğru adreslerinden biri de Şanghay'daki CHPE Fuarı. Çünkü hem ABD'li hem Avrupalılar, en büyük alımlarını bu fuarda gerçekleştiriyorlar" diye konuştu.

Fuara ilk kez katıldık

ABD'nin 2,2 milyar dolarlık çorap ithalatının 1,3 milyar dolarlık kısmını Çin'den gerçekleştirdiğini belirten Özkan Karaca, Amerikalılara daha hızlı ulaşabilmek için ilk kez CHPE Fuarına katıldıklarını ifade etti. Özkan Karaca, sözlerini şöyle sürdürdü: "Burada bizi görenler önce durumu anlamakta zorlandılar. Ancak hedefimizi anlattığımızda bize hak verdiler. Çin'in çorap devlerinin yanı sıra fuara katılan 28 yabancı firmanın 15'ini Ekonomi Bakanlığı Destekli İHKİB

Çorap İhracatçıları Kümesi ile katılan firmalarımız oluşturdu. Başta ABD'liler olmak üzere 16 bin alıcının ziyaret ettiği fuarda gördüğümüz ilgi bizi gelecek için son derece umutlandırdı." 2016'da Türkiye'nin çorap ihracatında 252 milyon dolarla ilk sırayı alan İngiltere'yi Almanya, Fransa, İspanya ve Hollanda'nın takip ettiğini söylediğini söyleyen Özkan Karaca, ay bazlı verilere baktığında ise Almanya'nın Şubat 2017'de 34.7 milyon dolar ile 32.4 milyon dolar ihracat yapılan İngiltere'nin önüne geçtiğini sözlerine ekledi.





FUARA KATILAN URGE FİRMALARI

- Tempo Dış Ticaret
- Ro-Yal Çorap
- Or-Al Tekstil
- Öztaş Çorap
- Lateks Çorap
- Erbos Çorap
- Ultra Çorap
- Akın Çorap
- Paktaş Çorap
- Hobi Çorap
- Şerif Çorap
- Eligül Çorap
- Ulaş Çorap
- Bross Tekstil
- Gönültaş Çorap

ÇORAP KÜMESİ

İHKİB koordinatörlüğünde Ekonomi Bakanlığı desteği ile 2015 Haziran ayında faaliyetlerine başlayan Çorap Kümesi, ortak hedefleri için birlikte hareket ederek uluslararası rekabet güçlerini artırmayı planlıyor. Küme, amacına yönelik ilk faaliyetini, bugüne kadar insan kaynaklarını ve kurumsallık düzeylerini nasıl iyileştirebileceklerine ilişkin bir kurumsal kapasite eğitimi ile tamamladı. Danışmanlık faaliyetleri kapsamında Üretimde Verimlilik çalışmaları devam etmekte ve oldukça güzel sonuçlar elde edildi. Bugüne kadar alınan eğitim ve danışmanlıkların yanı sıra, ilk yurtdışı pazarlama faaliyeti olarak yüzünü dünya ticaretinin en büyük tedarikçisi Çin'e çeviren küme, 27 Şubat-3 Mart tarihlerinde, CHPE Fuarı'na (Shanghai International Hosiery Purchasing Expo) katıldı.

texprocess

Uluslararası Tekstil ve Esnek
Malzeme Ürünleri İşleme Fuarı

texprocess.com

TECHNOLOGY CROSSING

9. –12. 5. 2017, Frankfurt, Almanya

Kıyafet endüstrisinin uluslararası erişim noktası

Nereye bakarsanız bakın yenilik daima karşınızda. Tasarımdan lojistik ağına kadar tekstil işlemenin tüm değerlerini keşfedin. Burada Tekstil endüstrisinin geleceğe yönelik yeniliklerini ve sınırsız imkanlarını bulacaksınız. 30 farklı ülke'den tekstil teknolojisi üreticisiyle iletişime geçebileceğiniz, pazarı etkileyen tanınmış sektör uzmanları ile önemli konularda bir araya gelme imkanı elde edeceksiniz. Tüm bunları ve daha fazlasını Uluslararası Tekstil ve Esnek Malzeme Ürünleri İşleme Fuarı Texprocess'de gerçekleştirebileceksiniz.

info@turkey.messefrankfurt.com
Tel. 0212 296 26 26

powered by:



Textile Care,
Fabric and Leather
Technologies

Eş zamanlı
gerçekleştirilecek fuar:

techtexsil



messe frankfurt

TÜRK FİRMALARI CATEXPO'DAN MEMNUN

Çoğunluğunu hazır giyim firmalarının oluşturduğu Türk firmaları İHKİB öncülüğünde CATEXPO Fuarı'na Milli Katılım gerçekleştirdi. 16 firmanın yer aldığı fuar, Türkiye açısından olumlu geçti.



IHKİB, 12-14 Mart tarihleri arasında Kazakistan'ın Almatı şehrinde düzenlenen Central Asia Fashion-CATEXPO Fuarı'na Milli Katılım gerçekleştirdi. Çoğunluğunu hazır giyim firmalarının oluşturduğu Türk firmaları başta Kazakistan olmak üzere Orta Asya'da yer alan Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan gibi çeşitli ülkelerden gelen alıcılarla

görüşme ve ürünlerini gösterme fırsatı buldu. Fuarın bu dönemine Türkiye'den 16 firma iştirak etti.

Fuar başarılı geçti

CATEXPO Fuarı, bölgenin en önemli hazır giyim fuarı konumunda yer alıyor. Bu sebeple Kazakistan ve çevre ülkeleri hazır giyim sektörü için büyük önem taşıyor. Fuarda ağırlıklı olarak kadın hazır giyim ürünleri bulunmasına rağmen; ayakkabı, deri hazır giyim ve iç çamaşır ürünleri de sergileniyor. Kazakistan pazarında adını duyurmuş ve pazara yeni girmek isteyen Türk firmalarının stant açtığı organizasyonun, gelecek dönemlerinde katılımcı firmaların hedefi, pazar paylarını büyüterek ilerlemek olduğu belirtildi. Doğru ürün grubu ile gelen yeni katılımcıların daha ilk katılımlarında yüksek sipariş miktarlarına ulaştıkları

ifade edildi. Ayrıca katılımcı firmalar fuara gelen ziyaretçi profilinden memnun olduklarını ve fuarın kendileri için başarılı geçtiğini ifade ettiler.

Stantlara farklı tasarım

Milli katılım gerçekleştiren Türk firmalarının stantları fark yaratabilmek için farklı tasarlandı. Firmaların yer aldığı alanlar diğer alanlara göre daha güçlü bir şekilde ışıklandırıldı. Yine stantların olduğu bölgenin tavanına büyük ölçekli İHKİB'in flaması ve "Turkey Discover The Potential" asıldı. Türk katılımcıların yer aldığı katılımcı broşürü geçen dönemlerden farklı olarak, ziyaretçilere olarak tek başına değil, İHKİB'i tanıtan tanıtıcı doküman, özel tasarlanmış not defteri, kurşun kalem ve çanta ile birlikte dağıtımı gerçekleştirildi.



Sabri Sami YILMAZ

Rusya, BTD ve Ortadoğu Ülkeleri Fuarlar Komite Başkanı

Bölgenin en önemli hazır giyim fuarı konumunda yer alan CATEXPO'yu, Türk firmalarının yakından takip etmesi gerekiyor. Fuara gelen ziyaretçilerin firmalarımızdan memnun olduklarını gözlemledik. Pazarda istikrar sağlamak isteyen firmalarımızın bu fuara aralıksız katılım sağlaması gerekiyor.

FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN FİRMALAR

- Aldi Tekstil
- Bağiroğlu Tekstil
- Baraca Tekstil
- Beggi Tekstil
- Dosso Dossi Tekstil
- Ecrinteks Giyim
- Karma Konfeksiyon

- Özbektaş Spor Giyim
- Parlak Tekstil
- Seir Örme
- Setre Giyim
- Şe-Ma Tekstil
- Önka Teksti

TEKNOLOJİNİN MODASI

Tekstil **ERP** Çözümlerimiz ile , pamuktan ipliğe, iplikten kumaşa, kumaştan boya, terbiye ve konfeksiyona kadar tüm karmaşık iş süreçlerinizi kontrol edin.



Live ERP

İş Çözümleri Platformu



Live e-Defter

Sentez Live e-Defter



Live e-Fatura

Sentez Live e-Fatura



Live e-Arşiv

Sentez Live e-Arşiv



Live VOGUE

Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



Live DYE

Tekstil Terbiye Takip Sistemi



Live WEAVE

Dokuma Üretim Takip Sistemi



Live KNIT

Kumaş Üretim Takip Sistemi



Live YARN

İplik Üretim Takip Sistemi



Live POSITIVE

Satış Yönetim Sistemi



Live SHOP

Satış Noktası Yönetimi



www.sentez.com



www.twitter.com/SentezYazilim



www.facebook.com/SentezYazilim





**VICTORIA
LOPYREVA**

**AYŞE
HATUN
ÖNAL**



**VIKI
ODINTCOVA**



**DIMA
BILAN**



**NIKOLAY
BASKOV**

08-13
ИЮНЬ
2017

ЭТО БУДЕТ
САМОЕ ЛУЧШЕЕ И
НЕЗАБЫВАЕМОЕ ШОУ
ЗА ВСЕ ВРЕМЯ



www.dossodossi.com.tr



PREMIÈRE VISION İSTANBUL TRENDLERE YÖN VERDİ

Première Vision, İstanbul'da tekstil ve moda sektörünün iddialı isimlerini altıncı defa bir araya getirdi. CNR Expo Fuar Merkezi'nde kapılarını açan etkinlikte tekstil ve moda sektöründeki yeni trendler paylaşıldı.

Moda ve tekstil dünyasının kendi alanında en önemli ve etkili organizasyonu olarak nitelendirilen Première Vision, İstanbul durağında 22-24 Mart tarihleri arasında CNR Expo Fuar Merkezi'nde alanının en iddialı kuruluşlarını bir kez daha bir araya getirdi. Kapılarını 6'ncı defa yeniliklerle açan Première Vision İstanbul'a 104 uluslararası firma katıldı.

İlkbahar/Yaz 2018 koleksiyonlarını sergileyen katılımcı firmalar arasında; yenilikçi çalışmalarıyla her yıl 400'den fazla yeni ürün geliştiren Melek Dantel, kadın giyime yönelik kumaş koleksiyonlarıyla Avrupa'daki Zara, Escada ve Marks&Spencer gibi moda'nın büyük isimlerine ihracat gerçekleştiren Dilek Tekstil, yeni nesil inovatif fermuarlarıyla son derece iddialı bir isim olarak değerlendirilen EMR Fermuar gibi kuruluş-

ların yanı sıra 90 milyon metrelik üretim kapasitesiyle dokuma kumaş ve denimde Pakistan'ın en önemli isimlerinden biri olarak nitelendirilen Diamond Denim by Sapphire dikkat çeken isimler arasında yer aldı.

Fuarın yenilikleri

Première Vision Uluslararası Fuarlar Direktörü Guglielmo Olearo, İstanbul'da hiç aramadan 6. defa moda ve tekstil sektörünün iddialı

isimlerini bir araya getirmekten büyük bir memnuniyet duyduklarını vurgulayarak, "İstanbul için planladığımız şekilde ilerliyoruz. Planlamalarımız dâhilinde ilerlememizde Türkiye'de bize gösterilen ilgiyi en önemli etkenlerden biri olarak ifade etmek mümkün. Bu ilgi doğrultusunda gelecek sezonlarda düzenleyeceğimiz fuarları yeni projelerle destekleyip geliştireceğiz" dedi. Première Vision İstanbul Fuar-

6'ncı sezonda 104 FİRMA

Kapılarını 6'ncı defa yeniliklerle açan *Première Vision İstanbul'a 104 uluslararası firma katıldı. Firmalar, İlkbahar/Yaz 2018 koleksiyonlarını sergiledi.*

rındaki en önemli yeniliklerden biri de gündelik hayatta havalı ve atletik giyimi konu alan "Athleisure Trendi" için düzenlenen seminerler oldu. Türkiye'nin global hazır giyim markası Koton ve Men's Health Türkiye dergisi işbirliğiyle 22 ve 23 Mart tarihlerinde gerçekleştirilen bir dizi söyleşi ile sportif aktiviteler için tasarlanan kıyafetlerin işyerinde, günlük ve sosyal yaşamda; daha açık bir deyişle esas amacının dışında kullanılmasındaki tüm yenilikler de anlatıldı. "Trend Alanı"nda ise, *Première Vision İstanbul'un* düzenlediği her sezonda olduğu gibi katılımcıların kumaş örnekleri sergilendi. Katılımcıların İlkbahar/Yaz 2018 Sezonu'ndan kumaş örnekleri "hafif ve sportif", "neşeli grafikler", "gündelik enerji" ve "primitif şıklık" olmak üzere dört ana tema altında ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. *Première Vision İstanbul'daki* bir baş-

ka yenilik ise yaratıcı çalışmalarlarıyla tanınan Harmancı Etiket'in dijital dokuma alanındaki yeniliklerini konu alıyor. Ziyaretçiler, dijital dokuma prosesi için yüksek çözünürlüklü görüntüleri gerçeğe dönüştüren "Digicolor" sistemini, rehber eşliğindeki özel turla fuarın düzenlendiği üç gün boyunca tanıma fırsatını buldular.

Marka elçisi Gülçin Çengel

Diğer yandan, "marka elçiliği" projesini dünyadaki tüm fuarlarıyla eş zamanlı olarak İstanbul'da Ekim 2015'te hayata geçiren *Première Vision İstanbul'da* Mart 2017 Fuarı'nda işbirliği yapılan isim moda tasarımcısı Gülçin Çengel oldu. Çengel, yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımıyla alanında lider konumda olan *Première Vision İstanbul'un* marka elçisi olmayı son derece heyecan verici bulduğunu ifade ederek, şöyle konuştu:



Première Vision İstanbul'da Mart 2017 Fuarı'nda marka elçisi moda tasarımcısı Gülçin Çengel oldu.

"Özellikle sektörün bugünkü duruma gelmesindeki katkıları ve tasarımcılarla yaptığı işbirlikleri sayesinde durumun sürdürülebilirliğini sağlaması göz önüne alındığında *Première Vision* ile ça-

lışacak olmaktan mutluyum." *Première Vision İstanbul'un* Ekim 2015'te Arzu Kaprol, Mart 2016'da Bora Aksu ve Ekim 2016'da ise Zeynep Tosun ile başarılı işbirlikleri geliştirmişti.



LINEAPELLE'DE TÜRK DERİ SEKTÖRÜNÜN YÜZÜ GÜLÜYOR

Deri, aksesuar ve bileşenleri grubunda İtalya'nın prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Fuarı'na Türkiye'den 20 Türk firması milli katılım dâhilinde iştirak etti. Tanıtım çalışmalarına ağırlık veren İDMİB, fuardan memnun ayrıldı.



siyon girişindeki dış duvara 10 adet cam blok yer aldı. Bu tanıtımların haricinde fuar katılımcıların tamamının yer aldığı ziyaretçi rehberi (visitors guide) 1 ilan sayfası ve fuar resmi kataloğuna 1 sayfa ilan verildi. Ek olarak milli katılım organizasyonu içerisinde yer alan Türk firmalarının bilgilerinin yer aldığı bir katalog hazırlanarak resepsiyon girişlerinde ziyaretçilere dağıtıldı.

Dünya deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Fuarı, 21-23 Şubat tarihleri arasında düzenlendi. Yılda iki kere organize edilen fuar, geçmiş senelerde İtalya'nın Bologna şehrinde düzenlenmekteyken, 5 dönemdir Milano şehrinde, Fiera Milano Rho fuar alanında düzenleniyor. İDMİB tarafından Türkiye milli katılım organizasyonu gerçekleştirilen fuara, 2017'nin ilk döneminde 11 deri ve 9 aksesuar-bileşen üreticisi firma olmak üzere toplamda 20 firma, 512 metre-kare alanda yer aldı.

44 farklı ülkeden katılım

Şubat 2016 dönemi ile benzer şekilde yaz sezonuna yönelik olan Lineapelle Fuarı'nda, katılımcı firma sayısında yüzde 4'lük bir artış oldu. 21-23 Şubat tarihleri arasında gerçekleşen dönemde, 1198 katılımcı firmanın yer aldığı bilgisi paylaşıldı. Bu firmalardan 770'i İtalyan firmaları iken, 428 firma ise 44 farklı ülkeden gelerek fuara uluslararası bir boyut kazandırdı. Ziyaretçi sayısının ise 21 bin 800'den fazla olduğu aktarıldı.

Tanıtım çalışmalarına ağırlık verildi

Lineapelle Fuarı için 6 farklı salon tahsis edildi. Bu salonlar 9, 11, 13, 15, 22 ve 24 olarak belirlendi. Fuar alanında milli katılım dâhil olan Türk firmaları 3 farklı salonda yer aldı. Bu salonlar ve ürün grupları şu şekilde ayrıldı: Salon 11: Tabakhane, Salon 22: Aksesuar-Bileşen, Salon 24: Aksesuar-Bileşen. Türk deri

sektörünün yurtdışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi için Lineapelle Fuarı esnasında birtakım tanıtım faaliyetlerine yer verildi. Fuar alanında yer alan ilanlarda; Micam Rho Metro istasyonu çıkışında üç adet ışıklı billboard, Salon 13-15 ve Salon 22-24 girişlerine yakın 4x3 banner, Salon 9-11'in önüne 7.70x2.30 ebatlarında banner, Salon 9-11'in resepsiyon girişindeki dış duvara



FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN FİRMALAR

- 3Gen Taban ve Ayakkabı
- Cevahir Deri
- Denizler Deri Giyim
- Durak Tekstil
- Ensar Deri
- Etik Taban Ayakkabıcılık
- Fatih Ökçe San.
- Göryakınlar Deri
- Kord Endüstriyel İp ve İplik
- Lifli Rulo ve Levha San.
- Mader Deri San.
- Mayderi San.
- Özen İplik San.
- Pelle Deri
- Rota Kimya
- Selina Kürk Deri
- Sepici Grubu Deri
- Turgut Kardeşler Deri
- Usta-San. Ayakkabı
- Uyguner Deri

MODA
KUMAŞLA BAŞLAR


İPEKİŞ®
ESTABLISHED 1925

ipekisonline.com 



12. İTHİB ULUSLARARASI KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI İÇİN TÜRKİYE VE İTALYA'DA ÇALIŞMALAR BAŞLADI

İTHİB İstanbul Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması, 12'nci yılında sektöre taze kan kazandırmak için kolları sıvadı. Yarışmanın hem yurtiçindeki çalışmalarını sürdüren İTHİB hem de yurtdışında tanıtım gezilerini organize ediyor.

Ülke sınırlarını aşarak tasarımda evrensel normlara ulaşan İTHİB İstanbul Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması, aynı zamanda gençlerin iş dünyasına adım atmadan evvel dünya ile rekabet edebilme tecrübesini de bir nevi sunmuş oldu. Dünyaca ünlü moda okullarından gelen başvurular, bu yarışma için yapılan çalışmaların ne kadar doğru olduğunu gösteriyor. Yarışmanın geçen yıl 11'incisini tertip eden İTHİB, bu sene düzenlenecek 12'ncisi için çalışmalarına başladı. Yarışmanın mükemmel bir konuma gelmesi için komite isimleri bir araya geldi. 13 Mart tarihinde Park Fora'da

Toplantıya, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle'nin başkanlığında İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması Komite Başkanı Fatih Bilici, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat'ın yanı sıra ünlü moda tasarımcısı Hakan Akkaya, üniversitelerin değerli öğretim üyeleri ve öğrenci temsilcileri iştirak etti.

Yarışmanın detayları konuşuldu

İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nın Park Fora'da gerçekleşen toplantısında yarışmanın üniversitelerde duyurusunun en üst düzeyde yapılması için

fikir alışverişinde bulunuldu. İTHİB Başkanı İsmail Gülle başkanlığında gerçekleştirilen İTÜ, Mimar Sinan Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi, Aydın Üniversitesi Bölüm Başkanlarının yer aldığı yemekli toplantıya ayrıca okullarımızın öğrenci temsilcileri de yer aldı. Finalistlerin tasarımlarını final gecesine hazırlayan dünyaca ünlü Moda Tasarımcısı Hakan Akkaya da toplantıya katılan isimler arasında yer aldı. Organizasyonda, bu yıl 12'ncisi düzenlenecek olan yarışma hakkında genel bilgiler verildi. Yarışmanın katılım şartlarında öğretim üyelerinin talepleri doğrultusunda bazı değişikliklere gidilerek, bu değişikliklerin hayata



İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, toplantıya katılan öğretim üyelerinden ve öğrenci temsilcilerinden görüş ve taleplerini dinledi.

geçirilmesi adına çalışmaların başlatılması kararlaştırıldı.

Ödüller cazibedici

Yarışmanın ödülleri genç tasarımcıları cazibedici nitelikte... Yarışmada birinci olan yarışmacıya 10 bin Euro, ikinciyeye 5 bin Euro, üçüncüye 2 bin 500 Euro para ödülü verilecek.

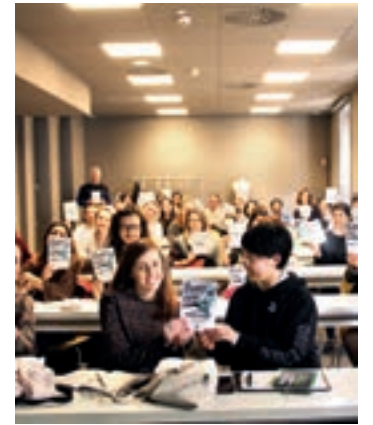
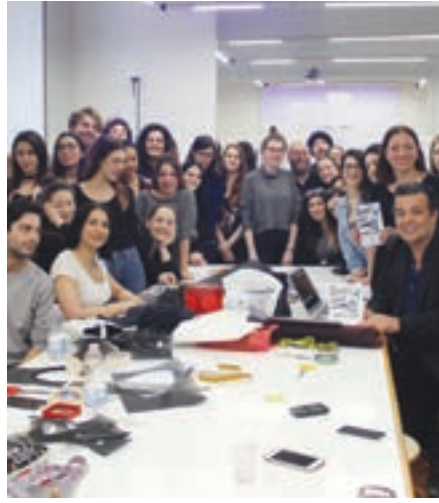
Para ödülllerinin yanı sıra yarışmanın birincisine Ekonomi Bakanlığı destek ve onaylarıyla İTHİB tarafından belirlenecek tasarımla ilgili bir eğitim kurumunda yüzde 90 devamlılık ve başarı şartı aranarak yurt dışı eğitim hakkı tanınacak. İlk üçe giren yarışmacılara ayrıca, Première Vision Paris Fuarı'nı ziyaret, 6 ay yabancı dil eğitimi ve endüstriyel tecrübe kazandırılması amacıyla İTHİB tarafından belirlenecek olan kurumlarda bir aylık staj imkanı sağlanacak.

İtalya'da tanıtım atağı

12'nci İstanbul Uluslararası Kumaş Tasarım yarışması yurtdışı tanıtımı kapsamında 12-18 Mart tarihleri arasında İtalya'nın Como, Milano, Floransa ve Roma şehirlerine bir gezi düzenlendi. Dünyaca ünlü İtalya'nın en köklü moda ve tasarım okulları ziyaret edilerek Firenze yurtdışı eğitim yetkililerince okulların moda bölüm başkanları, koordinatörler, moda ve tasarım öğrencilerine yarışma hakkında bilgi verildi. Katılım şartları anlatılarak yarışmanın briefi hakkında açıklamalarda bulunuldu. Bazı okulların yarışmayı öğrencilerine kredi notu olarak sunmaları İTHİB'in uluslararası kumaş tasarım yarışmasının kısa sürede yurtdışında geldiği prestiji işaret ediyor. Bazı okullarda toplu olarak bazılarında ise tek tek sınıflar dolaşarak yarışma anlatıldı. Öğrencilere bir önceki yarışma görüntüleri izletildi. Yurtdışında okuyan Türk tasarım ve moda öğrencileri de İTHİB'in yarışması ile yakından ilgilendiler ve İTHİB'in ve Türk tekstilinin kendileri için gurur kaynağı olduğunu belirttiler.



İTHİB'in işbirliği ortağı Firenze Yurtdışı Eğitim'den yetkililer İtalya'nın en önemli moda okullarını ziyaret ederek, İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması hakkında hem öğrencileri hem de okulların temsilcilerini bilgilendirdiler.



ZİYARET EDİLEN OKULLAR

- IEDCOMO
- NABA MILANO
- DOMUSACADEMY
- IED MILANO
- ISTITUTO MARANGONI MILANO
- ACCADEMIA ITALIANA FLORANSA

- LORENZO DE MEDICI FLORANSA
- POLIMODA
- IED FLORANSA
- ACCADEMIA KOEFIA
- ACCADEMIA ITALIANA ROMA

NEW YORK'TA TÜRKİYE'NİN GURURU HAKAN AKKAYA

New York Fashion Week'de yer alan ilk Türk tasarımcı olarak tarihe geçen Hakan Akkaya, "Bir Türk modacı olarak ülkem adına çok gururluyum" diyor.

Türkiye'nin uluslararası üne sahip moda tasarımcılarından Hakan Akkaya, dünyanın en önemli moda organizasyonu New York Fashion Week'de yer aldığı defilesiyle moda haftasının en görkemli şovuna imza attı. 50 kadın, 58 erkek toplamda 108 parçalık koleksiyonu 46 yabancı model ve Türkiye'den ise ünlü top model Çağla Şikel baş manken olarak podyumda taşıdı. Aynı zamanda ünlü modacı Hakan Akkaya, New York Fashion Week takviminde ismi yayımlanan ilk Türk modacı olarak bir ilke imza atarak milli gururumuz oldu. "Freedom - Özgürlük" adlı koleksiyonu ile beğenileri toplayan Hakan Akkaya ile hem New York'taki defilesini hem de İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nı konuştuk.

New York Fashion Week etkinliğinde büyük ses getirdiniz. Böyle bir ilgiyi bekliyor muydunuz?

Açıkçası bu kadar büyük bir ilgiyi beklemiyordum. Daha önce yaptığım işler New York Fashion Week'in web sayfasına yüklendiği için bir merak uyandıracamı biliyordum ama bu kadar büyük olacağını beklemiyordum.

New York Fashion Week'e nasıl hazırlandınız? Koleksiyonunuz hakkında bilgi verir misiniz?

Bugüne kadar hiç yapmadığım bir koleksiyon yaptım. Hazır giyim daha önce yaptım fakat bu şekilde yorumlamamıştım. Tamamen oyu-

nu kuralına göre oynamaya çalıştım. Hakan Akkaya'nın çizgisini New York ta olması gereken tarz ile birleştirdim.

Türban modelleriniz ile "İslamofobi"ya çok güzel eleştirdiniz. Bu fikir nasıl ortaya çıktı?

İtalya'da trikolarımı yaptırdığım fabrikayı ziyaretim sırasında bir Fransız markasının yetkilileri de oradaydı. Kendileri ile tanışmamın ardından sohbet esnasında Türk olduğumu öğrendiklerinde, düşüncelerindeki İslamofobiyi hissetmem ile başladı bu duruma tepki verme isteğim. Müslüman bir Türk olarak dünyadaki bu Müslüman ve Türk karşıtlığı benim için çok üzücü, bunun için de kendi imkânlarım ile bu durumu protesto etmek istedim.

Türkiye'nin en önemli top modeli Çağla Şikel, yurtdışı defilenizde de baş manken olarak podyuma çıktı. Tasarımlarınız Çağla'nın üzerinde bir başka duruyor. Büyüleyici biri. Siz ne düşünüyorsunuz?

Çağla Türkiye'nin en önemli top modeli, hatta onun mesleğe başladığı günden bu yana podyumda devam edebilen kimse kalmadı. Dünyada da zaten örneği çok yok, Heidi Klum, Gisele Bündchen, Naomi Campbell gibi birkaç kadın podyumda başladığı günden beri aynı efektle devam edebiliyor. Çağla da onlardan biri. Benim koleksiyonumla bu kadar uyuşmasının



New York'taki İLK TÜRK

Ünlü modacı Hakan Akkaya, New York Fashion Week takviminde ismi yayımlanan ilk Türk modacı olarak tarihe geçti. Hakan Akkaya, "Bir Türk modacı olarak ülkem adına çok gururluyum" dedi.

nedeni öncelikle ruhlarımız birbirine çok benziyor, çok yakın arkadaşız, dostuz. Bir-birimiz için aynı heyecanı duyuyoruz ve en önemlisi ikimiz de işimize aşığız. İki-mizde de bu benzer heyecanın oluşu bizi ortak noktada buluşturuyor.

İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması'ndan biraz bahsetmek istiyorum. 11 yıldır sektöre tasarımcı kazandıran yarışmanın ilk uluslararası ayağı geçen yıl yapıldı. Bu değişiklik ne gibi farklılıkları beraberinde getirdi?

Bu yarışmanın uluslararası olması Türkiye'nin adının bir kez daha dünyada tasarım anlamında duyulmasını sağladı. Yurtdışından çok önemli tasarım okullarından başvurular alıyoruz. Yarışmada uluslararası başvuruların ve finalistlerin olması Türk yarış-

macılarında vizyonel gelişimine katkı sağlıyor.

Yarışmanın uluslararası olmasıyla birlikte aslında genç tasarımcılara sadece Türkiye ile değil dünya ile yarışacak yeteneklerinin olduğu gösteriliyor. Katılıyor musunuz, sizin düşünceniz nedir? Bu fırsat gençlerde korkuya da dönüşebilir mi?

İster istemez yarışmacılarda bir tedirginlik oluyor. Bazı öğrenciler üniversite ziyaretlerinde bu çekinmelerini paylaşıyorlar. Bizim tasarımcılarımızın da tüm dünya ile yarışabilecek kadar yetenekli olduklarını dile getiriyorum. Ayrıca rekabeti çok seven biri olarak rekabetin daha büyük başarıları getireceğini düşünüyorum. Bu anlamda yabancı yarışmacıların da olması Türk yarışmacıların da daha özenli ve dikkatli olmalarını, dolayısıyla daha başarılı işler ortaya çıkmasını sağlıyor.

Yarışmanın bu sene teması nedir? Yarışmaya katılacak genç arkadaşlara tavsiyeleriniz neler olacaktır?

Yarışmaya katılacak genç arkadaşlara tavsiyem, teknik donanımlarını geliştiriyor olmaları; bir de en önemli nokta, her zaman bir kumaş tasarlarken onun büyük metrajlarda üretileceğini hayal edip tasarımlarını üretilbilirlik doğrultusunda ortaya koymaları.



12 İSTANBUL
İTHİB ULUSLARARASI
KUMAŞ
TASARIM
YARIŞMASI

Online başvuru için
www.kumastasarimyarismasi.org
Tasarımlarımız İYKVNKKYVY ile şekilleniyor.

SON BAŞVURU TARİHİ
30 Mayıs 2017

Turkey
Discover
the potential

İTHİB
İSTANBUL
KUMAŞ
TASARIM YARIŞMASI

12 İSTANBUL
İTHİB
KUMAŞ
TASARIM YARIŞMASI

60 YILLIK Tecrübemizle Dünyayı Saran Kaliteyi
Metal Düğmeye de Yansıtıyoruz.



www.polsanbutton.com.tr

444 1 POL

0216 488 87 87

Fabrika - Genel Merkez:

Topselvi Mah. Kubilay Cad.
5. Sokak No:77 Kartal / İstanbul

Metal Fabrika - Showrom:

Halkalı Merkez Mah. Tokel Sok. No:3/1
Küçükçekmece / İstanbul

**DOĞAYA
DOKUN !**

**Doğal Düğmelerimiz İle
Her Gün Milyonlarca Kişi
DOĞAYA DOKUNUYOR !**



MODA ŞEHİRİ İSTANBUL FASHİON WEEK İLE DÜNYA GÜNDEMİNDE

Moda dünyasının tüm önemli aktörleri tarafından heyecanla beklenen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, bu sezon ilk defa Beyoğlu'nda bulunan yeni nesil yaşam merkezi Grand Pera'da gerçekleşti.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, Sonbahar/Kış 2017 sezonu 20-24 Mart 2017 tarihleri arasında Grand Pera'da gerçekleştirildi. Moda dünyasının tüm önemli aktörleri tarafından heyecanla beklenen etkinlik kapsamında moda endüstrisinin oyuncuları defile ve sunumlara katılıp, trendleri takip ederek, satın alma seçeneklerini değerlendirdiler. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul bu sezon ilk defa Beyoğlu'nda bulunan yeni nesil yaşam merkezi Grand Pera'da gerçekleşti. Tarihi Cerclé D'Orient binasında gerçekleşen defilelerin her biri 364, sunumların her biri ise yaklaşık 500 davetliyi ağırladı. Etkinlik kapsamında İHKİB'in öncülüğünde sektör profesyonellerine 18 ay sonrasının akım, renk, kalıp ve stillerini veren dünyanın en prestijli trend tahmini ajanslarından Nelly Rodi, Sonbahar/Kış 2018 ve İlkbahar/Yaz 2018 sezonlarına seminerleriyle Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul resmi programında yer aldı. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) tarafından desteklenen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da geçen senelerden farklı olarak "Fashion in Motion" film gösterimleri gerçekleşti.

KÜRESEL MARKALARLA REKABET ARTIYOR



Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un açılışı düzenlenen basın toplantısı ile gerçekleşti. İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Tasarımcılarımızın birbirinden iddialı koleksiyonlarını görücüye çıkardıkları ve ellerimizde büyüyen MBFWI bu süreçte sektörümüze kaldıraç görevi görecek" dedi.

Türk moda endüstrisinin dünyaya tanıtılmasında en önemli uluslararası etkinlik olarak kabul edilen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un (MBFWI) açılışı düzenlenen basın toplantısı ile gerçekleşti. 20 Mart Pazartesi günü Beyoğlu Grand Pera'da düzenlenen basın toplantısında İstanbul Hazırgiyim ve Konfek-

siyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve MBFWI Komite Başkanı Volkan Atik, Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi, Hazırgiyim Sektör Kurulu eski Başkanı Ahmet Akbalık ile İstanbul Moda Akademisi

(İMA) Direktörü Seda Lafçı, Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Misbah Demircan yer aldı.

İddialı koleksiyonlar görücüye çıkıyor

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 10 yıl önce İstanbul'u bölgenin moda merkezi yapma stratejisiyle göreve başladıklarını hatırlatarak, MBFWI'yi bu anlayışla dizayn

ettiklerini söyledi. Etkinlik için bugüne kadar ciddi yatırım yaptıklarının altını çizen Hikmet Tanrıverdi, küresel hazır giyim devlerinin gözünün bir hafta boyunca Türkiye'nin üzerinde olacağını bildirdi. Hikmet Tanrıverdi, şöyle devam etti: "Hazır giyim ve konfeksiyon üretimde, istihdamda, ihracatta, katma değerde yıllardır ülke ekonomimizin gurur kaynağı olmaya

Toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, BMD Başkanı Sinan Öncel, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve MBFWI Komite Başkanı Volkan Atik, MTD Başkanı Mehtap Elaidi, Hazırgiyim Sektör Kurulu eski Başkanı Ahmet Akbalık ile İMA Direktörü Seda Lafçı, Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Misbah Demircan katıldı.



Ahmet Misbah DEMİRCAN
Beyoğlu Belediye Başkanı



Hikmet TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı



Sinan ÖNCEL
BMD Başkanı

racatımızı orta vadede 30 milyar doların üzerine çıkarmak istiyoruz. Hedefimize ulaşmak için MBFWI'yı kaldıraç olarak kullanacağız. Tasarıma odaklanarak, diğer sektörlerin ulaşamayacağı bir hızda kg başına ihracatımızı yüzde 100 artırıp 40 dolarlara çıkarabiliriz. Bunun için ellerimizde büyüyen MBFWI çok önemli bir misyon üstlenmiş durumda. Katma değerli üretimde bizi Fransa ve İtalya seviyesine çıkaracak sihirli kelime tasarımdır. Tasarımcılarımızın birbirinden iddialı koleksiyonlarını görücüye çıkardıkları MBFWI bu süreçte sektörümüze kaldıraç görevi görecek."

İstanbul moda için önemli bir merkez

BMD Başkanı Sinan Öncel de büyük bölümü hazır giyim olmak üzere 99 Türk markasının 110 ülkede yaklaşık 2 bin 500 mağazası ve 12 bin satış noktasının bulunduğu hatırlattı. Son 10 yılda Türk markalarının kendini dünya pazarlarına kabul ettirmesinde tasarıma verilen önemin büyük payının olduğunu vurgulayan Öncel, şöyle devam etti: "Bilindiği gibi markalarımızın yurtdışında büyümeleri, 'Türk Malı' yerine 'Türk Markası' kavramının yaygınlaşması ve global düzeyde başarısı BMD vizyonunun temel taşlarından birini oluşturuyor. Aslında bu hedefler hazır giyim stratejisinin de önemli bir parçası. Bu stratejiyle, global markaların fason üreticisi kimliğini üzerinden atan Türkiye, markalı ekonomiye yöneliyor. İstanbul ise artık moda ve markalar açısından önemli bir merkez

olarak algılanıyor. BMD olarak geçmişte olduğu gibi önümüzdeki dönemde de moda tasarımına özel önem vereceğiz. Amacımız, markalarımızı tasarımcılarımızla daha fazla bir araya getirebilmek, bu işbirliğinden ekonomimiz için bir sinerji yaratmak. Türkiye gibi Türk markaları da büyük düşünüyor, rekabetçi yapılarıyla ülke dışında büyüyor."

Dünya ile boy ölçüşecek seviyeye ulaşıldı

İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve MBFWI Organizasyon Komitesi Başkanı Volkan Atik de günümüzde birbirlerinden ayrı düşünülmemeyen hazır giyim, moda endüstrisi ve perakendenin büyük bir ekosistemi oluşturduğunu söyledi. Volkan Atik, şöyle devam etti: "Üretim, tasarım ve mağazacılık tarafıyla birlikte 2 milyondan fazla insanımızın istihdam edildiği devasa bir ordudan söz ediyoruz. MBFWI sadece hazır giyimi değil bu büyük ekosistemi besliyor. Gelecek 6-7 yılda başta gençlerimiz olmak üzere en az 1 milyon insanımızı bu yapı içinde istihdama katacağız. Diğer taraftan, sektörde tasarım odaklı, katma değeri yüksek markalı üretimin payını arttıracacağız. Bu doğrultuda, dünyanın en prestijli trend tahmini ajanslarından Nelly Rodi, moda haftasında sektör profesyonellerine 18 ay sonrasının akım, renk, kalıp ve stillerini anlatacak. Türkiye, ancak tasarıma yönelerek, ihracat gelirlerini artırıp, arzu ettiği noktaya ulaşabilir. Dünya moda arenasında rüştünü ispat eden MBFWI, sektörümüzün dün-

yaya tanıtılmasında ve ekosistemin büyüüp gelişmesinde manivela işlevi üstlenmeyi sürdürecektir." MTD Başkanı Mehtap Elaidi ise Türkiye'nin hazır giyimde olduğu gibi tasarımda da önemli bir kadroya ve bilgi birikimine sahip olduğunu söyledi. Hazırgiyim Sektör Kurulu eski Başkanı Ahmet Akbalık ise Türkiye'den çok yetenekli tasarımcıların çıktığını, bunun bir sonucu olarak da İstanbul'un dünya moda markalarıyla boy ölçüşecek bir seviyeye ulaştığını aktardı. İMA Direktörü Seda Lafçı da MBFWI'nın genç ve yetenekli tasarımcıların sektöre kazandırılması açısından çok önemli bir platform olduğuna dikkat çekti.

Beyoğlu'nun 5'lisi

Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Misbah Demircan ise Beyoğlu ekonomisinin, 5 ana sektör; moda, turizm, kültür, sanat, sinema üstüne kurulu olduğunu söyledi. Demircan, şöyle devam etti: "13 yıl önce; bu sektörlerin her birinin endüstrileşmesi için stratejik çalışmalar başlattık. Beyoğlu'nun geleceğini bunlar üstüne inşa etmeliyiz dedik. Hedeflerimizi, yol haritamızı belirledik. İçinde kültür sanat olan, bütün etkinlikleri ya doğrudan destekliyor, ya da himaye ediyoruz. Beyoğlu 5'lisinin en önemli endüstrilerinden biri moda. Burada da önemli mesafeler aldık. Moda, Beyoğlu'nda nostalji olmaktan çıktı. Galata ve hinterlandı, moda ve tasarım üssüne dönüştü. Orada yeni yetenekler, yeni tasarımcılar yetişiyor. Sektöre taze kan akışı sağlıyoruz. Sağlamaya devam edeceğiz."

devam ediyor. Sadece üretim tarafında 500 bine yakın istihdamımız, yıllık 17 milyar dolara ulaşan ihracatımız var. Bu rakamın yüzde 15'ini, yani 2,5 milyar doların üzerinde bir kısmını markalı ürünler oluşturuyor. Dünyanın yedinci büyük hazır giyim tedarikçisi olarak elbette hem toplam ihracatımızı hem de markalı ürünlerin payını yeterli görmüyoruz. Hedefi tutturabilmek için markalı ürün ihracatımızı en az 2 katına çıkarmalıyız. Bunun da yolu tasarıma odaklanmaktan, katma değerli üretimi artırmaktan geçiyor. Halen 17 milyar dolar olan ih-



Cihan Nacar



Cihan Nacar



Cihan Nacar



Özlem Süer



Özlem Süer



Özlem Süer



Özlem Süer



Cihan Nacar

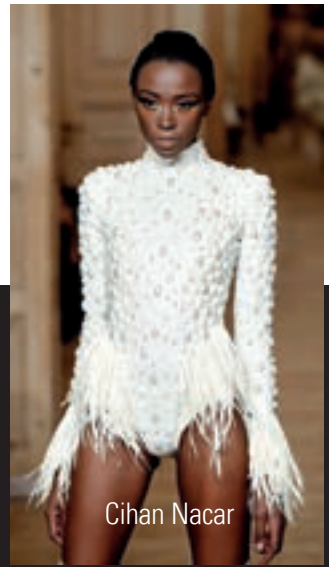
1. gün

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul'un birinci günü, Cihan Nacar'ın defilesi ile başladı. Glam ve feminen çizgileri üstün bir el işçiliğiyle birleştiren tasarımcı Cihan Nacar, Sonbahar/Kış 2017 koleksiyonunun ilhamını 7 gün 24 saat yaşayan, hiç uyumayan şehirlerin kozmopolit ve hareketli kültüründen alarak kendine güvenen kadınlar için plaj giyimini kodlarını yeniden tanımladı. Gün boyunca davetliler, Burçe Bekrek ile Özlem Süer'in koleksiyonlarını keşfettiler.



Cihan Nacar



Cihan Nacar



Brand Who



Can Yunus Çetinkaya



Ceren Ocak

2.gün

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul'un üçüncü günü Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Mehtap Elaidi'nin "Fotoğrafhane" koleksiyonunun sunumuyla başladı.

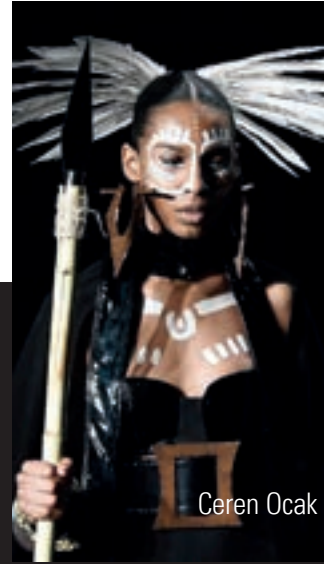
Davetliler gün boyunca sırasıyla Ceren Ocak, Nihan Peker, Can Yunus Çetinkaya, T.A.G.G. ve Brand Who'nun Sonbahar/ Kış 2017 koleksiyonlarını keşfetme fırsatı buldular. Etkinliğin yenilikleri arasında bu sezon "Fashion in Motion" başlığı altında moda sektörünün öncü isimlerinin seçtikleri filmleri MBFWI davetileriyle buluşturdu.



Brand Who



Can Yunus Çetinkaya



Ceren Ocak



Mehtap Elaidi



Nihan Peker



Nihan Peker



Mehtap Elaidi



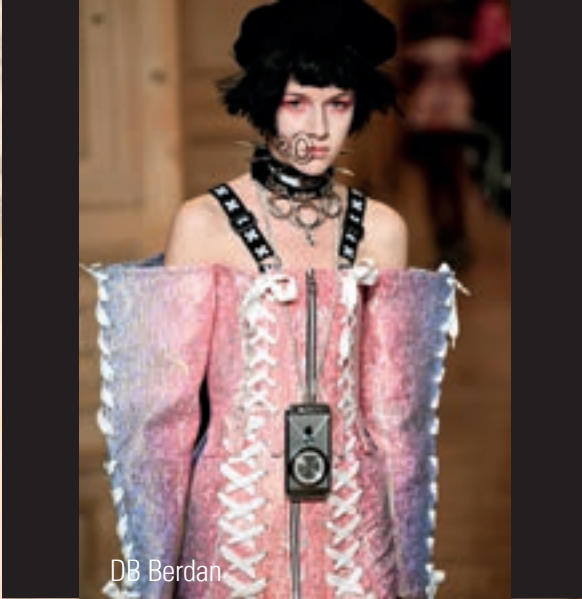
Nihan Peker



Tagg



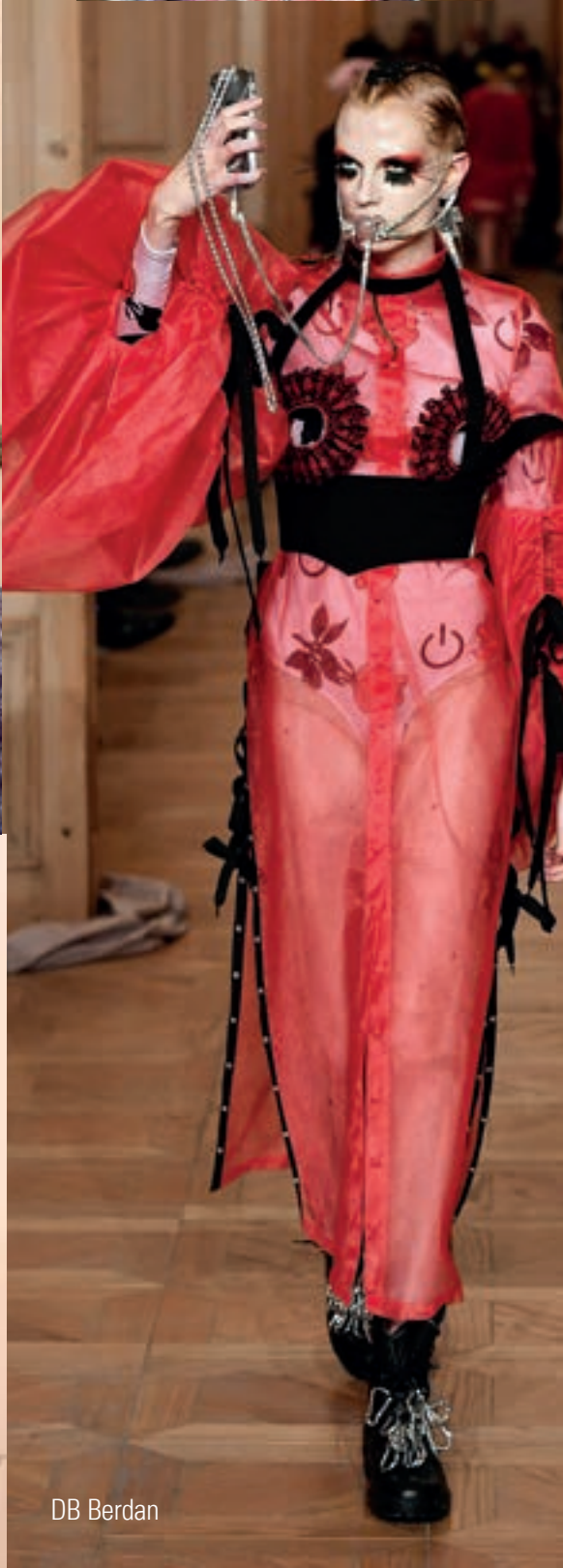
Bashaques



DB Berdan



Gökhan Yavas



DB Berdan



Bashaques



Tuvanam



Selen Akyüz



Şebnem Günay



Niyazi Erdoğan

3. gün

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul'un dördüncü günü İstanbul Moda Akademisi öğrencilerinin koleksiyonlarının sergilendiği New Gen defilesi ile başladı. Davetliler gün boyunca sırasıyla Mert Erkan, Mercedes-Benz presents DB Berdan, Tuvanam, Niyazi Erdoğan ve Bashaques'in Sonbahar/Kış 2017 koleksiyonlarını keşfetme fırsatı buldular. Günün "Fashion in Motion" gösteriminde ise, Türkiye'nin stil ikonlarından Derin Mermerci'nin seçtiği "Bir Erkek 10 Günde Nasıl Kaybedilir?" ve "Muhteşem Gatsby" filmleri izleyicilerle buluştu.

Tuvanam



Şebnem Günay



Niyazi Erdoğan



Çiğdem Akın



Gülçin Çengel



Murat Aytulum

4.gün

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul

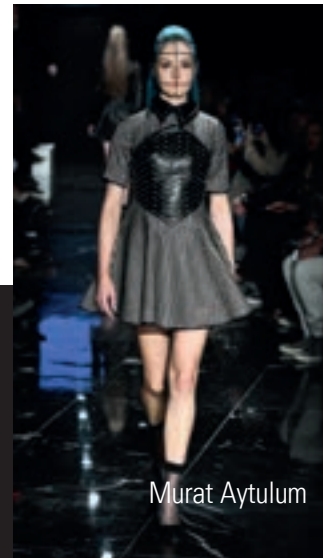
Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un beşinci günü Zeynep Tosun'un seçtiği filmlerin gösterildiği "Fashion in Motion" ile başladı. Sudi Etüz'un Grand Pera dışında sergilediği koleksiyonunun ardından davetliler MBFWI alanında sırasıyla Çiğdem Akın, Murat Aytulum ve Tuba Ergin'in koleksiyonlarını keşfettiler. MBFWI'nin 9. sezonu, Gülçin Çengel'in kapanış defilesini takip eden kapanış partisi ile sona erdi.



Çiğdem Akın



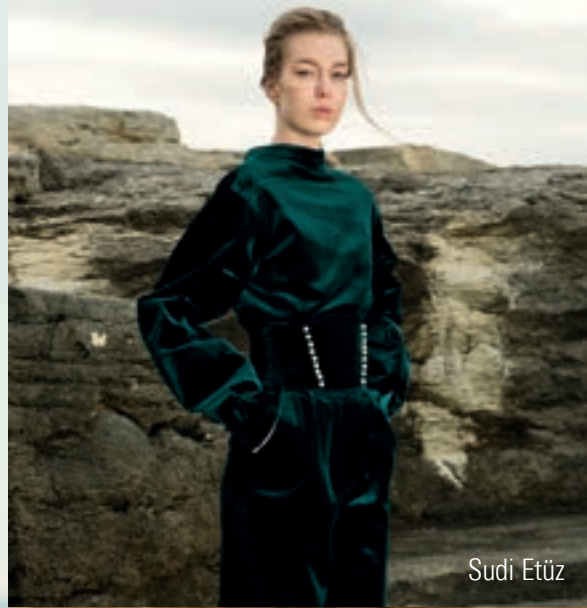
Gülçin Çengel



Murat Aytulum



Sudi Etüz



Sudi Etüz



Tuba Ergin



Sudi Etüz



Tuba Ergin



Tuba Ergin

TRENDLER SEMİNERLERİ EMEK SİNEMASINDA...



İHKİB tarafından düzenlenen trend seminerleri bu sene Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un takvimine dahil edildi. İlkbahar/Yaz 2018 trendlerinin paylaşıldığı seminere ilgi yoğun oldu.

Sektör profesyonellerine 18 ay sonrasının akım, renk, kalıp ve stillerini veren dünyanın en prestijli trend tahmini ajanslarından Nelly Rodi, İlkbahar/Yaz 2018

sezonu semineri, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul resmi programında yer aldı. Her sene İHKİB'in ev sahipliğinde gerçekleşen trend seminerleri bu sene yine İHKİB'in sponsorluğunda fashion week

takvimine dahil edilerek moda ile iç içe bir organizasyon olarak gerçekleştirildi. Emek Sinemasında gösterimi gerçekleşen etkinliğe sektör temsilcileri ve moda tasarım öğrencileri yoğun ilgi gösterdi. Nelly

Rodi Kreatif Direktörü Laurent Le Mouel tarafından verilen seminerde; İlkbahar / Yaz 2018 sezon trendleri, Booster, Horizon, Puzzle, Neodalisque temalarında katılımcılar ile paylaşıldı.

İLKBAHAR / YAZ 2018



BOOSTER

Bu temada pembe rengi öne çıkıyor. Pembenin yanı sıra bebek mavisi ve gökyüzü mavisi de dikkat çekiyor. Desenlerde grafik çizimlerin yanında atletik görünümler birleşiyor. Pembenin erkeklerde de kullanımını bu temada görüyoruz. Nehir yeşili bu temada pembe ile yazı vuracak renk olacaklar.



HORIZON

Pastel renkler bu temanın ana karakterini oluştururken, gri maviler ve haki yeşiller aradan sızıyor. Büyük ve çok sayıda cepli ceketler, gömlekler öne çıkarken, erkeklerde denizci görünümü dikkat çekiyor. Pastel renkler hakim olmasına rağmen turkuvazın tonları şaşırtıcı etken olarak karşımıza çıkıyor. Fular önemli bir aksesuar bu temada.

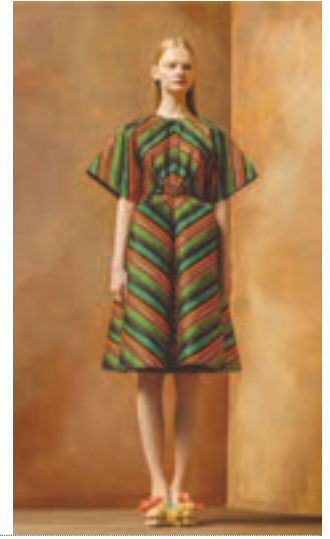


PUZZLE

Renk teması rengarenk olan bir grup. Sarı, mor, mavi, yeşil, koyu pembe bu grubu renklendiren renk skalası. Pantolonlarda, eteklerde, gömlelerde bol kesim dikkat çekiyor. Bu temada da fuları görüyoruz yine. Bu tema ismi gibi tüm renkleri bir arada bulunduruyor. Yaz renginin tüm renkleri bu tema ile elbiselerimize sızacak.

NEODALISQUE

Mavinin hâkim olduğu bir renk skalası ile karşı karşıyayız. Ek olarak sarı, pembenin koyudan açığa tonları dikkat çekiyor. Bu temada doğunun mistik havası hâkim. Özellikle desenlerde ve kesimlerde göze çarpan unsurlar olacak.



SONBAHAR / KIŞ 2017

SOUL

İlk ilham kaynağı hip hop-soul revival. Bu temada göze çarpan parlak renkler var; turuncu, mavi, mor, inci rengiyle karışmış pastel renkler... Kadınlarda artırılmış asit renkler, erkeklerde ise mavi, bordo renkler dikkat çekiyor. Mini etek bu temada geri dönüyor. Erkekler de ise klasik bir yaklaşım söz konusu. Kadınlarda göreceğimiz panter, leopar desenlerini erkeklerde de göreceğiz. Hip hop-soul revival, kış renklendiren ruh oluyor.

BLURRED

İngiliz stiline öne çıktığı bu temada kadınsı ve erkeksi çizgilerin birbirine karıştığını görüyoruz. Erotik ve feminen çizgiler bunlara eşlik ediyor. Renk skalasında; gri, mavi, mürdüm, pembe ve lila dikkat çekiyor. Bu temanın en dikkat çeken kombini pijama-takım elbise stili... Erkeklerde kalıbın dışına çıkan dikimler söz konusu. Çift düğmeli ceketlerin yanı sıra gömleler de ve fularlarda antik Japon desenleri göreceğiz. Ekoseler bu temanın vazgeçilmezi.

AUSTERITY

Az ama öz anlayışının öne çıktığı bu temada renk skalası da bu anlayışa göre şekilleniyor; bordo, kahve, mavi, koyu ve Japon felsefi renkleri... İndigo renkleri de dikkat çekiyor. Kadınlarda saten kullanımı öne çıkıyor. Yün trench coatlar, kemer ve omuz detayları görüyoruz. Erkeklerde patchwork, kazak, ve yakasız gömlekler öne çıkıyor. Bu temada mat ve parlak siyah birlikte kullanılıyor. Bilek üstü ve bol kesim pantolonlar bu temada dikkat çekiyor.

EAST SIDE

Avrupa'nın doğusundan etkilenen bu temanın kodları, sokak giyiminden oluşuyor. Renk skalasında; mavi, kırmızı, kahverengi, bordo, turuncu, bej ve günlük renkler hakim. Kadınlarda kare çizimler ve kısa pantolonlar hakim. Kırmızıyı öne çıkan bir renk olarak görüyoruz. Uzun örmeler, pileli etekler, düz ayakkabılar ile kombinleniyor. Erkeklerde ise futbolculardan etkilenme söz konusu... Spor kıyafetler klasik ile birlikte kullanılıyor.

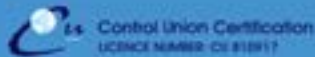
HER BOY

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



Makina Parkuru

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



özme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

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





İHİB NEW YORK TTM FAALİYETE BAŞLADI

İHİB, Türkiye halı sektörünün önemli ihrac pazarlarından ABD'nin New York şehrinde Türkiye Ticaret Merkezi'nin (TTM) faaliyetini başlattı. İlk etapta TTM'de Norm Halı, Kirkit Turizm ve Erdemoğlu firmaları yer alacak ancak bu sayı ilerleyen günlerde artış gösterecek.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), Türkiye halı sektörünün en önemli ihrac pazarlarından olan ABD'ye yönelik yatırımlarını sürdürüyor. Geçtiğimiz yıl içerisinde Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin (TİM) öncülüğünde ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB) işbirliğinde çalışmalarına başlanan New York Türkiye Ticaret Merkezi (TTM) faaliyete başladı. Bu vesileyle, 16 Mart tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen imza töreninde, Türkiye Ticaret Merkezi'nde yer alacak firmalar ile İHİB arasında düzenlenen ve firmalara 5 yıllık bir süre için yer kullanım hakkı sağlayacak olan sözleşmelere imzalar atıldı. İlk etapta New York Türkiye Ticaret Merkezi'nde Norm Halı, Kirkit Turizm

ve Erdemoğlu firmaları yer alacak ancak anılan Ticaret Merkezinde İHİB, daha fazla üyenin yer alması için çalışmalarını sürdürüyor.

ABD'li alıcılar ile bir araya geldi

Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletleri pazarına gerçekleştirdiği halı ihracatını yeni bir faza taşıyarak etkin pazarlama ve pazar geliştirme faaliyetleri yapılmasına imkân tanıyacak bu projeye iştirak eden halı ihracatçıları, faaliyetin başlatılmasının onuruna 27 Mart tarihinde New York'ta 10 East 34th Street 9th Floor adresinde yer alan Türkiye Ticaret Merkezi'nde Amerikalı alıcılar ile bir araya geldi. Türkiye Ticaret Merkezi'nin açılışında İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, İHİB Yönetim



Bürokrasi yükü **AZALIYOR**

Ekonomi Bakanlığı'nın 2023 ihracat stratejisi hedefleri doğrultusunda, ihracatçıların hizmetine sunduğu Türkiye Ticaret Merkezlerinde yer alan firmaların ürünlerinin tanıtımında ve pazarlanmasında etkinlik sağlanarak bürokrasi yükünün azaltılması hedefleniyor.

Kurulu Üyesi Ahmet Diler iştirak etti.

Etkin tanıtım

2023 ihracat stratejisi hedefleri doğrultusunda, değişen rekabet koşullarına ve ihtiyaca uygun olarak ihracat desteklerine sürekli bir yenisini ekleyen Ekonomi Bakanlığı, Türkiye Ticaret Merkezlerini de bu doğrultuda ihracatçıların hizmetine sundu. Bu kapsamda pazara girişte dağıtım kanallarına doğrudan girmeye imkan sağlayacak bir enstrüman olan Türk Ticaret Merkezleri'nde yer alan şirketlerin, ürünlerinin tanıtımında ve pazarlanmasında etkinlik sağlanarak bürokrasi yükü azaltılmış olacak. İHİB'in de hedefi dünyanın en büyük alıcısı konumunda olan ABD'den Türkiye halı sektörü olarak daha büyük bir pay almak, Türk halısını ABD'de daha etkin tanıtıma devam etmek, alıcıların ulaşımını kolaylaştırmak.

TTM'lerin avantajları

Türk Ticaret Merkezleri ofisleri ve teşhir salonlarıyla Türkiye'nin, ihracatçı firmalarının ve Türk ürünlerinin tanıtım üssü, depo/antrepo hizmetleri ile lojistik merkezi, hukuki/mali danışmanlık hizmetleri ve pazara giriş hizmeti ile aktif hukuki ve mali danışmanlık birimi olarak önemli görevler icra edecek, yeni ve süreklilik arz eden bir yapı olacak. Bu destek mekanizması ile yurtdışında tek başına birim açma imkânı olmayan şirketlere sunulan ofis/depo/showroom alanlarıyla firmaların yurtdışı pazarlara girişine yardımcı olduğu gibi bürokrasi, yüksek maliyetler, güvenlik sorunları gibi nedenlerle pazara girişin zor olduğu coğrafyalara ulaşma imkânı sağlıyor. Ayrıca, Türk Ticaret Merkezleri Ticaret Müşavirliklerinin yakın koordinasyonu ve denetiminde olacağından ihracatçılara sunulan hizmetlerin etkinleştirilmesi sağlanacak.



TTM'de yer alacak firmalar ile İHİB arasında düzenlenen ve firmalara 5 yıllık bir süre için yer kullanım hakkı sağlayacak olan sözleşmelere imzalar atıldı.



HALI İHRACATÇILARINA DEVLET DESTEKLERİ ANLATILDI

Geleneksel sektör buluşmalarından bir yenisini daha gerçekleştiren İHİB, Türk Eximbank ve Kredi Garanti Fonu temsilcileriyle beraber halı ihracatçılarına devlet destekleri hakkında bilgi verdi.

IHİB sektör buluşması 8 Mart tarihinde, geniş bir katılımımla The Best Western President Otel'de gerçekleşti.

İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal'ın ve İHİB Yönetim Kurulu'nun ev sahipliğinde gerçekleşen buluşmada Türk Eximbank, Kredi Garanti Fonu, İTKİB Devlet Yardımları Şubesi ve TDH Ar-Ge Şubesi yetkilileri sunumları ile halı ihracatçılarına destekler konusunda bilgilendirdi. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal'ın konuşması ile başlayan toplantıda, İHİB'in 2016 yılında gerçekleştirdiği faaliyetler anlatıldı. Faaliyetlerin ardından Uğur

Uysal, ABD'de faaliyete geçen New York TTM, milli katılım sağlanan fuarlar, Halı Haftası etkinlikleri ve İstanbul Kalkınma Ajansı "Yenilikçi ve Yaratıcı Mali Destek Programı" kapsamında yürütülen HARE projesi ile ilgili bilgileri de halı ihracatçıları ile paylaştı.

Finansmana erişim artık daha kolay

İhracatçıların öncelikli sorunu olan finansmana erişim için çözümler sunan Türk Eximbank ve Kredi Garanti Fonu temsilcileri de hem krediler ve sigortalar başta olmak üzere sunulan hizmetlerin içeriği ile ilgili hem de başvuru sürecine ilişkin önemli bilgiler verdi. Sektör temsilcilerinden



gelen sorular da uzmanlar tarafından ayrıntılı olarak cevaplandırıldı. Toplantıda ayrıca İTKİB Devlet Yardımları Şubesi Birim Amiri Fatih Zengin tarafından devlet destekleri aktarılırken, TDH Ar-Ge Şube Müdürü Çağrı Öztürk tarafından

ise Ekonomi Bakanlığı desteği ile yürütülecek URGE projesi ile ilgili bir sunum gerçekleştirildi. URGE projeleri sektörde ilgi yaratmış, toplantının sonunda firmalar tarafından URGE projesi için ön başvurular iletildi.



İHİB YÖNETİMİ SEKTÖREL TALEPLER İÇİN BİR ARADA

Duvardan duvara halı, yapay çim halı ve zemin kaplamalarının önde gelen ihracatçılarıyla buluşan İHİB Yönetimi, ihracatçıların sorunlarını dinledi ve devlet destekleri hakkında bilgilendirme gerçekleştirdi.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), üyeleri ile bir araya gelmeye, sorunları çözmeye devam ediyor. İHİB tarafından artık geleneksel hale gelen sektör buluşmaları 16 Mart tarihinde duvardan duvara ve çim halı ihracatçıları ile buluştu. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen toplantıya İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal başkanlığında başladı. Sektör temsilcilerinin sorunlarının birinci elden aktarılmasına olanak sağlanan buluşmalarda İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal; yönetim kurulu olarak yaptıkları etkinlik ve faaliyetler hakkında ayrıntılı bilgi sundu. Bu tür sektör toplantılarının Birlik iştiğal sahasına giren tüm halı alt sektörleri ile yapıldığı bilgisini veren İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, her bir alt sektörün kendine özgü sorunları olduğu, bu sorunların çözümüne yönelik yönetim

kurulu ile birlikte yoğun çalışmalar yapıldığını ifade etti. Birlik üyelerinin katma değerli ürün yaparak ihracatlarını artırmaları gerektiğine vurgu yapan İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, bunun için Ekonomi Bakanlığının birçok teşvik enstrümanı olduğunu ihracatçıları ile paylaştı.

Sorunlar titizlikle ele alınıyor

İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, başta tasarım desteği olmak üzere, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (URGE), Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım, Yurt Dışı Birim Marka gibi destekler hakkında ayrıntılı bilgi sundu. İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, halı sektörü olarak en önemli konularının ihracatta birim fiyatların artırılması olduğunun da altını çizdi. Yönetim kurulu olarak halı ihracatını ve ihracatçısını olumsuz etkileyen

unsurların iyi bilindiğini ifade eden İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, her fırsatta başta Ekonomi Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlarla temas halinde olduklarını belirtti. Birlik faaliyetleri hakkında da bilgi verilen toplantılarda, sektörün Dahilde İşleme Rejimi kapsamında karşı karşıya olduğu sorunlar, yurtiçi ve uluslararası piyasalarda yaşanan güncel gelişmeler ve konular da ele alınmış ve çözüm için gerekli girişimler başlatıldı.

Türk Eximbank fırsatları

Son olarak Türk Eximbank ve Kredi Garanti Fonu (KGF) ile gerçekleştirdikleri toplantıya dair üyelere bilgi veren İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, halı sektörü olarak taleplerini ilettiklerini ifade etti. Türk Eximbank'ın 2016 yılında 22 milyar doları kredi, 11 milyar doları sigorta olmak

üzere 33 milyar dolarlık destek sağladığını belirten İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, Türk Eximbank'ın geçen yıl Türkiye ihracatının yüzde 22,7'sine katkı sunduğunu, bu yıl ise kredi ve sigortayı 40 milyar dolara çıkararak Türkiye ihracatının yüzde 26'sını desteklemeyi planladıklarını paylaştı. İhracatçılara Türk Eximbank'ın 28 farklı kredi programlarının olduğunu söyleyen İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, üyelere bu programlardan faydalanmalarını belirtti. Kredi Garanti Fonu ile de bilgi veren İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, kurumun 250 milyar dolara kadar imkân sunduğunu ifade etti. Kredi Garanti Fonu'nun teminat başvurularında 24 saatte nihayete vardıklarını söyleyen İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, "Tüm ihracatçılarımızın bu desteklerden yararlanması lazım" dedi.

EL HALISI ÜRETİMİ YENİDEN CANLANACAK

"El Dokuma Halıların İmalatını Yeniden Canlandırma Projesi"yle sektörü ayağa kaldıracak çalışmanın tohumlarını filizlendiren İHİB, aynı zamanda kadınları iş dünyasına kazandıracak çalışmaların da destekçisi.



İzmir'de 4 Mart tarihinde İzmir Halıcılar ve Yer Döşemecileri Dernek Başkanı ve İzmir Ticaret Odası Meclis Üyesi Abdullah Naci Ölçen'in ev sahipliğinde gerçekleşen toplantıya İHİB Yönetim Kurulu adına İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Metin iştirak etti. Toplantıya katılım sağlayan isimler arasında Kadınlar Eğitim Kültür Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği Başkanı Ravdet Ercik de yer aldı. Bitlis Tatvan'da yaşayan Kadınlar Eğitim Kültür Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği Başkanı Ravdet Ercik, bundan kısa bir zaman önce tek başına bir dernek kurarak, bölgedeki kadınların iş hayatına dâhil olmaları için hareket başlatıyor. Bu derneğin şu anda

10 bin kadın üyesi var. Ravdet Ercik, doğu coğrafyasında bir kadının evinden uzak çalışmasının çeşitli nedenlerden dolayı zor olduğunu, bu yüzden de hem kendi evinde çalışabileceği hem de Türk kültürünü yaşatmak adına halı ve kilim dokuyucu yetiştirmeye karar veriyor.

200 kadına halı ve kilim dokuma

Devletten 150 bin Türk Lirası hibe aldığını söyleyen Ravdet Ercik, aldığı bu hibe ile dernek binası kurduğunu ve halı dokumasını öğretmek için usta öğretici getirdiğini ifade ediyor. Ravdet Ercik, çok kısa bir zamanda sayı olarak 200 kadına halı ve kilim dokumasının öğretildiğini belirterek, doğuda sadece

bir derneğin bile bu kadar kapasitesinin ve bunların tamamının lise ve üniversite mezunu kadınların olmasının mutluluk verici olduğunu belirtiyor.

Terörün çaresi; halıcılık

İHİB Yönetim Kurulu adına toplantıya katılan İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Metin öncelikle böyle bir toplantıyı düzenlediği için İzmir Halıcılar ve Yer Döşemecileri Dernek Başkanı ve İzmir Ticaret Odası Meclis Üyesi Abdullah Naci Ölçen'e çok teşekkür ediyor. "Teröre çare olabilecek, bacasız sanayi ve çevre dostu olan halıcılık aynı zamanda tarım ve hayvancılığa da direkt olarak pozitif etkisi olan bir sektör" diyerek halı sektörünün ekonominin yanı

sıra toplumsal ve çevreci önemine de vurgu yapan Bülent Metin, "Yüz binlerce insana iş sağlayabilecek potansiyelimiz var. Bu kültürü yaşatma zorunluluğumuz hem tarihsel, hem sektörel hem de sosyal bir görevdir" şeklinde konuşuyor. Kadınlar Eğitim Kültür Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği Başkanı Ravdet Ercik'i de kadınları iş dünyasına kazandıran böylesine önemli bir çalışmaya imza attığı için de tebrik ediyor. Bülent Metin, bu çalışma için de "Şu an da İHİB'in Ekonomi Bakanlığına sunmuş olduğu "El Dokuma Halıların İmalatını Yeniden Canlandırma Projesi" kapsamında da değerlendirilebilecek önemli bir gelişme" diye de ekliyor.

SU GEÇİRMEZ YENİ KOLEKSİYON

NEW WATERPROOF COLLECTION



Kamufraj

Camouflage

İHİB, SECCADE VE KADİFE HALI İHRACATÇILARINI DİNLEDİ

İHİB tarafından geleneksel hale gelen sektör buluşmalarına devam ediyor. Seccade ve kadife halı ihracatçıları ile buluşan İHİB Yönetimi, birlik çalışmalarından ve devlet desteklerinden üyelerini bilgilendirdi.



Istanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), üyeleri ile bir araya gelmeye, sorunları çözmeye devam ediyor. İHİB tarafından artık geleneksel hale gelen sektör buluşmaları 17 Mart tarihinde seccade ve kadife halı ihracatçıları ile buluştu. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen toplantı, İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal başkanlığında gerçekleşti. Sektör temsilcilerinin sorunlarının birinci elden aktarılmasına olanak sağlanan buluşmalarda İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal; yönetim kurulu olarak yaptıkları etkinlik ve faaliyetler hakkında ayrıntılı bilgi sundu. Toplantıda sorunları dinleyen İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, devlet destekleri hakkında vererek, ihracatçıların her an İHİB personeline ve yönetim kurulu üyelerine ulaşabilecekleri hatırlatıldı. Bu tür sektör toplantılarının

Birlik işteğal sahasına giren tüm halı alt sektörleri ile yapıldığı bilgisini veren Uğur Uysal, her bir alt sektörün kendine özgü sorunları olduğu, bu sorunların çözümüne yönelik yönetim kurulu ile birlikte yoğun çalışmalar yapıldığını ifade etti. Birlik üyelerinin katma değerli ürün yaparak ihracatlarını artırmaları gerektiğine vurgu yapan Uğur Uysal, bunun için Ekonomi Bakanlığının birçok teşvik enstrümanı olduğunu ihracatçıları ile paylaştı.

Destekler hakkında bilgi

İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, başta tasarım desteği olmak üzere, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (URGE), Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım, Yurt Dışı Birim Marka gibi destekler hakkında ayrıntılı bilgi sundu. Uğur Uysal, halı sektörü olarak en önemli konularının ihracatta birim fiyatların artırılması olduğunun da altını çizdi. Yönetim kurulu

olarak halı ihracatını ve ihracatçısını olumsuz etkileyen unsurların iyi bilindiğini ifade eden Uğur Uysal, her fırsatta başta Ekonomi Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlarla temas halinde olduklarını belirtti. Birlik faaliyetleri hakkında da bilgi verilen toplantılarda, sektörün Dahilde İşleme Rejimi kapsamında karşı karşıya olduğu sorunlar, yurtiçi ve uluslararası piyasalarda yaşanan güncel gelişmeler ve konular da ele alınmış ve çözüm için gerekli girişimler başlatıldı.

Desteklerden yararlanın

Son olarak Türk Eximbank ve Kredi Garanti Fonu (KGF) ile gerçekleştirdikleri toplantıya dair üyelere bilgi veren İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, halı sektörü olarak taleplerini ilettiklerini ifade etti. Türk Eximbank'ın 2016 yılında 22 milyar doları kredi,

11 milyar doları sigorta olmak üzere 33 milyar dolarlık destek sağladığını belirten Uğur Uysal, Türk Eximbank'ın geçen yıl Türkiye ihracatının yüzde 22,7'sine katkı sunduğunu, bu yıl ise kredi ve sigortayı 40 milyar dolara çıkararak Türkiye ihracatının yüzde 26'sını desteklemeyi planladıklarını paylaştı. İhracatçılara Türk Eximbank'ın 28 farklı kredi programlarının olduğunu söyleyen İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, üyelerden bu programlardan faydalanmalarını belirtti. Kredi Garanti Fonu ile de bilgi veren İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, kurumun 250 milyar dolara kadar imkân sunduğunu ifade etti. Kredi Garanti Fonu'nun teminat başvurularında 24 saatte nihayete vardıklarını söyleyen İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, "Tüm ihracatçılarımızın bu desteklerden yararlanması lazım" dedi.

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

"TÜRKUAZ KART" YÖNETMELİĞİ YAYIMLANDI



Yabancılar Türkiye'de süresiz çalışma ve ikamet hakkı veren Turkuaz Kart için yeni adım atıldı. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın konu ile ilgili Yönetmeliği Resmi Gazete'de yayımlandı. Kart sahibinin Türkiye'deki ikamet, seyahat, yatırım, ticari faaliyet, miras, taşınır ve taşınmaz iktisabı ile ferah gibi konulara yönelik işlemleri, Türk vatandaşlarına uygulanmakta olan mevzuata göre yürütülecek. Kart sahibi ve yakını, geçiş süresi kaldırılması şartıyla Bakanlıkça teklif edilmesi halinde Türk vatandaşlığı kazanabilecek. Turkuaz Kart eğitim düzeyi, ücreti, mesleki bilgisi ve deneyimi, bilim ve teknolojiye katkısı ve benzeri nitelikleri itibarıyla yüksek nitelikli işgücü olarak değerlendirilen yabancılar verilecek.

KARŞILIKSIZ ÇEK TUTARINDA YÜZDE 16 AZALMA



Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi, "Şubat Ayı Çek Raporu"nu açıkladı. Rapora göre, yılın ilk 2 ayında bankalara ibraz edilen çeklerin sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,8 artarak 3,6 milyon adet oldu. Söz konusu çeklerin parasal tutarı yüzde 12,8 artışla toplam 126 milyar liraya ulaştı. Aynı dönemde, parasal tutarı 1,6 milyar lira olan 42 bin adet çek için karşılıksız işlemi yapıldı. Bir önceki yıla göre karşılıksız çeklerin adedinde yüzde 14, tutarında yüzde 16 azalış yaşandı. Öte yandan aynı dönemde karşılıksız işlemi yapılan 129 milyon lira tutarındaki 3,6 bin adet çek daha sonra ödendi.

CAZİBE MERKEZLERİNE 100 MİLYAR LİRALIK YATIRIM BAŞVURUSU

Başbakan Binali Yıldırım, Türkiye İşkadınları Derneği'nin (TİKAD) etkinliğindeki konuşmasında cazibe merkezleri programına dair değerlendirmelerde bulundu. Cazibe programlarına 23 ilde 100 milyar liralık teklif geldiğini belirten Başbakan Yıldırım, Cazibe Merkezleri Projesi ile ilgili yaptığı ilk açıklamada, "Doğu ve Güneydoğu Yatırım Destek Hamlesi" paketi kapsamında kamu ve özel sektörün dört yılda 140 milyar TL'lik yatırım yapacağını, bu yatırımlarla 800 bin istihdam yaratılacağını kaydetmişti. Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan da, katıldığı bir televizyon programında Cazibe Merkezlerine çok



yoğun bir ilgi olduğunu belirterek "Çok farklı sektörlerde talepler var. Tekstil ve konfeksiyon ürünleri, metalik olmayan mineral ürünleri ön planda. 1 milyar lira üstü yatırım yapmak isteyen 5 firma

var. Ağırlıklı olarak Erzurum, Malatya, Elazığ, Şanlıurfa ve Diyarbakır illeri ön planda. 120'nin üzerinde yatırımcı 100 milyon liranın üzerinde yatırım yapmak istiyor" dedi.

TÜRKİYE EKONOMİSİ 2016'DA YÜZDE 2,9 BÜYÜDÜ

Türkiye ekonomisi, 2016 yılının son çeyreğinde yüzde 3,5 büyüdü. Böylece, 2016 yılı yüzde 2,9 büyüme oranı ile tamamlanmış oldu. Bu arada üçüncü çeyrek küçülme oranı da yüzde 1,8'den yüzde 1,3'e revize edildi. Büyümede özellikle son çeyrekteki hane halkı harcamalarındaki artış etkili oldu. İç tüketimin bu denli artmasında, devletin belli başlı teşvikleri ve vergi indirimleri gibi talebi artırıcı önlemleri önemli rol oynamış görünüyor. Hanehalkı nihai tüketim harcamaları 2016 yılında bir önceki yıl zincirlemiş hacim endeksine göre yüzde 2,3 arttı. Hanehalkı tüketim harcamalarının GSYH içindeki payı yüzde 59,5 oldu. 2016 yılında devletin nihai tüketim harcamalarının GSYH içindeki payı yüzde 14,7 olurken, sabit sermaye oluşumunun payı yüzde 29,8 oldu. Bir önceki yıl



zincirlenmiş hacim endeksine göre, devletin nihai tüketim harcamaları yüzde 7,3, gayrisafi sabit sermaye oluşumu ise yüzde 3 artış gösterdi. Kişi başına gelir, 2016'da 10 bin 807 dolara geriledi. 2015'te kişi başına gelir 9 bin 261 dolar olarak açıklanmış, daha sonra endeks hesaplama

yöntemi değişikliğiyle 11 bin 14 dolar olarak revize edilmişti. 2016 yılında kişi başına GSYH cari fiyatlarla 32 bin 676 TL oldu. Üretim yöntemine göre cari fiyatlarla GSYH, 2016 yılında bir önceki yıla göre yüzde 10,8 artarak 2 trilyon 590 milyar 517 milyon TL oldu.

DOĞRUDAN YATIRIMLAR OCAK'TA 279 MİLYON DOLAR

Ocak ayında hem Türk şirketlerinin yurtdışında yaptığı doğrudan yatırımlar, hem de yabancı sermayeli



şirketlerin Türkiye'de yaptığı doğrudan yatırımlar geriledi. Bu dönemde yabancıların Türkiye'de yaptığı doğrudan yatırımlar yüzde 38,8 oranında azalarak 456 milyon dolardan 279 milyon dolara indi. Türk şirketlerinin yurtdışında yaptığı doğrudan yatırımlar ise yüzde 25,8 düşüşle 233 milyon dolar oldu. Avrupa'ya yapılan yatırım 192 milyon dolardan 112 milyon dolara inerken, Hollanda'ya yapılan yatırım 169 milyon dolardan 53 milyon dolara gerilese de yine en çok yatırım bu ülkeye gerçekleşti. Türk şirketlerinin Amerika kıtasında yaptığı

yatırımlar neredeyse hiç değişmedi ve 85 milyon dolardan, 84 milyon dolara indi. Asya'ya yatırımlar 18 milyon dolardan 26 milyon dolara çıkarken, Afrika'ya yönelik yatırımlar 19 milyon dolardan 11 milyon dolara düştü. Avrupa ülkelerinden Türkiye'ye gelen yatırımların 364 milyon dolardan 162 milyon dolara inmesi dikkat çekti. Bu dönemde, Asya ülkelerinden gelen yatırım 78 milyon dolardan 97 milyon dolara, Amerika kıtasından gelen yatırımlar da 14 milyon dolardan 20 milyon dolara yükselirken, Afrika ülkelerinden hiç yatırım gelmedi.

“SÜPER TEŞVİK”TE İLK YATIRIM PAKETİ HAZIR

Önemli yatırımların Bakanlar Kurulu kararıyla özel olarak desteklenebilmesini sağlayan düzenleme sonrası ilk yatırım paketi çalışmaları tamamlandı. Dünya Gazetesi'nin haberine göre gelir ve kurumlar vergisi istisnası başta olmak üzere elektrik bedeli ödemesi, arsa tahsisi ve kilit çalışanların maaşlarına kadar bütün yatırım ve işletme dönemi giderlerinde teşviklerin uygulanabildiği “süper teşvik” kapsamında ilk yatırım paketi hazırlandı. Ekonomi Bakanlığı bu kapsamda gelen başvurulardan bir kısmını Bakanlar Kurulu'na sunmak için hazırlıklarını tamamladı. Rusya ile özel bir ikili anlaşma çerçevesinde yürütülen Akkuyu Nükleer Santrali yatırımının da bu kapsamda değerlendirilmek amacıyla başvuru yaptığı belirtildi. Bu kapsamda izin verilecek yatırımların Bakanlar Kurulunda kabul edilmesinin ardından yapılacağı belirtilirken ilk pakette yer alan yatırımların daha çok bilişim sektöründe olacağı vurgulandı. Türkiye'nin büyük projelerinden olan elektrikli otomobil, Kanal İstanbul ve uzun süredir gündemde olan Ceyhan petrol rafinerisinin bu teşvik kapsamında olabileceği vurgulandı.

REEL SEKTÖRÜN DÖVİZ RİSKİ İZLENECEK

Finansal İstikrar Komitesi'nin uzun süredir üzerinde çalıştığı, reel sektörün döviz kuru riskinin hafifletilmesi ve yönetilmesine yönelik çalışmalarında son aşamaya geldi. Dünya Gazetesi'nin haberine göre Merkez Bankası'nın üzerinde çalıştığı sistem, reel sektörün döviz kuru riskinin izlenmesi yanında sınıflanması ve şirketlerin eğer yönetilmesi gereken bir riski oluşmuşsa, bu riskin büyüklüğüne göre karşılık ayırmasını da içeriyor. Kur riskinin izlenmesine yönelik model Merkez Bankası bünyesinde kurulacak ve izleme sistemi ilk etapta 2 bin şirketi kapsayacak. Bunun ardından gerekli görülürse, Merkez Bankası'nın tıpkı finansal kuruluşlarda olduğu gibi reel sektöre de karşılık ayırma zorunluluğu getirebileceği kaydedildi. Böylece şirketler finansal kuruluşlar gibi karşılık ayırmak zorunda kalacak ya da döviz kuru riski-açık pozisyonu taşımamaya zorlanmış olacak. Merkez Bankası, daha önce yaptığı analizlerde, Türkiye'de çok sayıda şirketin kur riski taşıdığı görülse de toplam tutarın çok büyük bir kısmının az sayıda şirket tarafından yürütüldüğünü belirlemiştir.



VERGİSİNİ DÜZENLİ ÖDEYEN MÜKELLEFE İNDİRİM

Erdoğan KARAHAAN

Yeminli Mali Müşavir

erdogankarahan@istanbulymm.com

Vergi görevini eksiksiz yerine getiren mükelleflere getirilen vergi indirimini ile hem vergiye gönüllü uyum sağlanacak hem de mükelleflerin vergilerini zamanında ödeme alışkanlığı kazandırılacak. Getirilen düzenleme yıllardır dile getirilen ancak bir türlü yürürlüğe konulamayan bir düzenleme olması sebebiyle önem arz ediyor.

TBMM'de kabul edilerek, 8 Mart 2017 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan 6824 sayılı Torba Kanun'un 4'üncü maddesi ile Gelir Vergisi Kanunu'nun mülga mükerrer 121'inci maddesi “Vergiye uyumlu mükelleflere vergi indirimi” başlığıyla yeniden düzenlenmiştir. Uygulama, 2017 yılına ilişkin kazançların beyanı ile başlıyor. Dolayısıyla, 1 Ocak 2018 tarihinden itibaren verilmesi gereken yıllık gelir ve kurumlar vergisi beyannamelerinde uygulanmak üzere yayımı tarihinde yürürlüğe girmiş bulunuyor.

Buna göre; ticari, zirai veya mesleki faaliyeti nedeniyle gelir vergisi mükellefi olanlar ile finans ve bankacılık sektörlerinde faaliyet gösterenler, sigorta ve reasürans şirketleri ile emeklilik şirketleri ve emeklilik yatırım fonları hariç olmak üzere, kurumlar vergisi mükelleflerinden belirlenen şartları taşıyanların yıllık gelir veya kurumlar vergisi beyannameleri üzerinden hesaplanan verginin yüzde 5'i, ödenmesi gereken gelir veya kurumlar vergisinden indirilecektir.

Gelir vergisi mükelleflerinin yararlanacağı indirim tutarı, ticari, zirai veya mesleki faaliyet nedeniyle beyan edilen kazançların toplam gelir vergisi matrahı içerisindeki oranı dikkate alınarak suretiyle hesaplanan gelir vergisi esas alınarak tespit edilecektir. Bir başka deyimle ticari, zirai veya mesleki kazancın yanı sıra yıllık beyannameye ücret, menkul sermaye iradi, kira geliri, değer artış kazancı ve arzi kazanç da yer alıyor ise beyan edilen bu tutarlar indirim hesabında dikkate alınmayor.

Yukarıda belirtilen mükelleflerin yıllık beyanları üzerinden hesaplanan verginin yüzde 5'i ödenecek vergilerinden mahsup edilecek. Şu kadar ki, hesaplanan indirim tutarı, her hâl ve takdirde 1 milyon TL'den fazla olmayacak. İndirilecek tutarın ödenmesi gereken vergiden fazla olması durumunda kalan tutar, yıllık gelir veya kurumlar vergisi beyannamesinin verilmesi gereken tarihi izleyen bir tam yıl içinde mü-

kelleflin beyanı üzerine tahakkuk eden diğer vergilerinden mahsup edilebilecek. Bu süre içinde mahsup edilemeyen tutarlar ret ve iade edilemeyecek.

Örnek 1: (Y) A.Ş.'nin 2017 kurumlar vergisi matrahının 500.000-TL olduğunu kabul edelim.

Bu durumda;

Hesaplanan kurumlar vergisi (500.000-TL x %20)

..... : 100.000-TL

Hesaplanan indirim tutarı (100.000-TL x %5)

..... : 5.000-TL

İndirim sonrası ödenecek K.V (100.000-TL – 5.000 TL) : 95.000-TL

Yararlanma koşulları

İndirimin hesaplanacağı beyannamenin ait olduğu yıl ile bu yıldan önceki son iki yıla ait vergi beyannamelerinin kanuni süresinde verilmiş olması gerekiyor. (Kanuni süresinde verilen bir beyannameye ilişkin olarak kanuni süresinden sonra düzeltme amacıyla veya pişmanlıkla verilen beyannameler bu şartın ihlali sayılmıyor.) Bu beyannameler üzerine tahakkuk eden vergilerin de kanuni süresinde ödenmiş olması gerekiyor.

Yukarıda belirtilen süre (yıllar) içerisinde mükellefler hakkında beyana tabi vergi türleri itibarıyla ikmalen, re'sen veya idarece yapılmış bir tarhiyat bulunmaması gerekiyor. Bu durumda olanlar, yararlanılan indirimleri cezasız olarak, ancak gecikme zammı veya gecikme faizi uygulanarak geri ödeyecekler.

Mükellefin, indirimin hesaplanacağı beyannamenin verildiği tarih itibarıyla vergi aslı (vergi cezaları dâhil) 1.000-TL'nin üzerinde vadesi geçmiş borcunun bulunmaması gerekiyor. İndirimin hesaplanacağı beyannamenin ait olduğu yıl ile önceki dört takvim yılında 213 sayılı Vergi Usul Kanununun 359'uncu maddesinde sayılan (kaçakçılık suçları ve cezalarına ilişkin) fiilleri işlediği tespit edilenler, bu madde hükümlerinden yararlanamayacaklar. Bu madde kapsamında vergi indiriminden yararlanan mükelleflerin, öngörülen şartları taşımadığının sonradan tespiti hâlinde ilgili vergilendirme döneminde indirim uygulaması dolayısıyla ödenmeyen vergiler, vergi ziyaı cezası uygulanmaksızın tarh edilecek.

Sonuç:

Getirilen düzenleme yıllardır dile getirilen ancak bir türlü yürürlüğe konulamayan bir düzenleme olması sebebiyle önem arz etmektedir. Vergi görevini eksiksiz yerine getiren mükelleflerin ödüllendirilmesi ve vergiye gönüllü uyumun sağlanması adına da son derece olumlu bir adımdır. Düzenleme mükelleflerin vergilerini zamanında ödeme alışkanlığı kazanmaları bakımından da önemlidir.



AYİNESİ İŞ OLAN BİR ŞİRKET GARANTİ İPLİK

Garanti İplik, melanj ve fantezi iplikte bir dünya markası olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Firma bir yandan enerji ihtiyacının yüzde 30'unu kendi tesisinin içerisindeki rüzgârgülünden temin ederken, diğer yandan National Geographic'in belgeselini çektiği Türkiye'deki üç tesisten birisi olmanın gururunu yaşıyor. Bünyesindeki 400 çalışanı ile birlikte, unvanlardan muaf, kolektif bir üretimi benimseyen firmanın mottosu da belli: İnovasyon ve farklılık!

A racınızla Çorlu sınırlarından içeriye girdiğiniz andan itibaren devasa bir rüzgârgülünün gözünüze çarpmana ihtimali yok. Çok yakın bir gelecekte Veli Meşe Bölgesi'nin belki de simgesi haline gelebilecek bu haşmetli yapı Garanti İplik'e ait. Melanj iplikte Avrupa'nın en elit müşterilerine geniş ürün yelpazesıyla hızlı çözümler sunan firma,

Türkiye'nin kilo başına iplik ihracatı ortalamasının oldukça üzerinde bir bedelle ihracat yapıyor. Tesisin içerisinde yer alan rüzgârgülü sayesinde kullandığı 'temiz enerji' ise daha şimdiden Avrupalı alıcıların dikkatini çekmiş durumda. Garanti İplik, patent başvurusunu tamamladığı 'Wind Yard' logosuyla Avrupalı alıcıları cezbetmeyi ve sattığı ürüne katma değer katmayı başarmış görünüyor. Garanti İplik gerçekten farklı

bir firma. Firmanın sahibi Ersin Koç, ortalarda görünmeyi çok seven biri değil. Hatta röportaj teklifimizi nezaketle geri çevirerek, üretim ve ihracat sorumlularıyla röportajın yapılmasının daha doğru olacağını belirtti. Bir diğer farklılık, tüm beyaz ve mavi yakalılıkların faydalanabileceği muhteşem bir bahçeye sahip olması. Kurum, çalışanlarının mutluluğunu samimiyetle önemsiyor. Fabrika içerisini fotoğraflarken konuştuğumuz

çalışanlar ise, gerçekten de mutlu! Kurumun 400 çalışanının çok önemli bir kısmı uzun yıllardır orada. Son detay ise şu: Tüm çalışanlar unvanlardan muaf. Ortada bir müdür yok mesela. Sadece işi bilen ve sahiplenilen kenetlenmiş bir ekip var. Yani bu firmanın ayinesi, işi. Garanti İplik İhracat ve Pazarlama Bölümü'nden Erdem Cever ve Fabrika Sorumlusu Salih Tosun sorularımızı yanıtladı.



Garanti İplik'i kısaca tanıtır mısınız bize?

E.C.: Burası bir patron şirketi, ancak başka patron şirketlerinde olduğu gibi bizim şirket sahibi Ersin Koç'un başka bir işi yok. Sadece kendi işi olan iplik işine odaklanmış. Herhalde uykusunda bile işini görüyordur. 24 saat akli fikri kendi işinde. Bizde hiyerarşi yoktur. Burada bir patron vardır, bir de çalışanlar. Bu çalışanlarımız, pazarlamanın asıl unsuru olarak kartelalarımızı da ilave etmek isterim. Büyük bir özenle hazırladığımız bu kartelalar gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında tanıtımımızı yapan ana unsurlar.

Çok rağbet gören rüzgârgülünüzden bahsedebilir misiniz?

E.C.: Bizim hayallerimizden biriydi. Üretim için ihtiyaç duyduğumuz enerjinin yüzde 35'ini artık rüzgârgülümüzden sağlıyoruz. Ve herkesten farklı olarak bizim rüzgârgülümüz fabrikanın içinde, temeli fabrikanın binasında. Rüzgârdan elde edilen enerji herhangi bir hatta verilmiyor, satılmıyor, sadece kendi ihtiyacımız için yani öztüketimimiz için kullanılıyor. Bu aşağı yukarı 3 milyon Euro'ya mal oldu. Buradaki amacımız tabii ki enerjiyi daha uygun fiyata mal etmektir. Ama asıl üzerinde durduğumuz konu ipliğin doğal yollarla, doğayı kirletmeden elde ediliyor olması. Bunun için de zaten bir sertifika aldık. Müşterilerimiz geldiklerinde muhakkak rüzgârgülünü görmek istiyorlar ve gördüklerinden çok etkileniyorlar.

Rüzgârgülünüz National Geographic'in de ilgisini çekti. Biraz belgeselden bahsedebilir misiniz?

E.C.: Reklam vermiyoruz, tanıyan ne kadar tanıyor bilmiyoruz. Ama prestiji tartışılmaz bir kurumun bizim belgesel filmimizi çekmesi iyi olur diye düşündük ve onlarla temas kurmayı denedik. Kendimizi onlara anlatma imkânını bize verdiklerinde yaptığımız işten etkilendiler. Amerika'daki merkezlerine danıştılar. Doğal hayata önem verdiklerinden, bizim de temel üretimimiz doğal elyaflardan oluştuğu, enerjimizi doğdan kazandığımız için geniş bir paydada buluştuk. Ardından rakipleri olan bir kanaldan fabrikamızı konu alan bir film çekimi için talep geldi. Reklam veriyormuşuz algısı oluşmaması için refüz etmek zorunda kaldık.

Yurtdışındaki müşterilerden filmle ilgili geri dönüşler oldu mu?

E.C.: Yurtdışında, en son olarak fuar standımızda da gösterdik. Geri dönüşlerin hepsi çok pozitif. National Geographic Türkiye'de şimdiye kadar sadece 2 firmanın filmini çekmiş. Üçüncü film bizimki oldu. Kullandığımız tüm hammaddelerin doğal olması ve bilhassa doğal enerji konusu insanlara enterasan geliyor.

Konsantrasyonunuzu katma değer üzerine yoğunlaştırmış bir firmasınız. İplikleriniz

daha pahalı olmasına rağmen nasıl rağbet görüyor?

E.C.: İki ayrı şekilde anlatayım. İlki işin ticari olmayan boyutu... Türkiye'de ana kalemimiz olan melanj ipliğe fantezi iplik derler. Türkiye'deki fabrikaların çoğu hâlâ ham pamuk ipliği üretir. Ya da karışımli ham iplik üretir. Sadece melanj üreten çok azdır. Biz ise melanja standart gözü ile bakıyoruz. Bunun üzerine çıkarak bizim yaptığımız çok nitelikli iplikler var. Çok farklı ve sadece doğal hammaddeler kullanarak üretiyoruz. Dolayısıyla bu durumun fiyata yansımaları oluyor. 8 yıl önce ortalama 5 Euro olan kilo fiyatı bugün 8 Euro'lara çıktı. Daha çok mu kâr ediyoruz? Bundan çok emin değilim. Ama emin olduğum şey kazandığımız her şeyi insana ve teknolojiye yatırıyoruz. Makine yatırımını çok yüksek. Çünkü biz makineleri sürekli yeniliyoruz. Yenilemenin ötesinde kaliteyi de artırıcı makineler satın alarak onlarla değiştiriyoruz. Sürekli bir devir daim var. Sürekli yeniyeye doğru olan bir yatırım var. Böyle olunca tabii ki maliyetler çok yükseliyor.

Toplam üretim içerisinde ihracatın payı ne kadar?

S.T.: Yarı yarıya yaklaşık... Bizim dört tip müşterimiz var. Bunlar dokuma, yuvarlak örmeciler, çorapçılar ve düz trikocular dediğimiz düz örmeciler. Onlar ipliklerimizi alıp mamul haline getirip ihraç ederler. Bizim iplikler yurtdışına ya mamul olarak gidiyor ya da yurtdışındaki üreticilere

iplik olarak gidiyor. Günde 12 ton mal üretiyoruz. Bize sipariş geldiği zaman 24 saat içinde temrini ve fiyatı yazılı olarak bildiriyoruz. Onun teyidi beklenir öyle üretime geçilir. Her aldığımız sipariş eğer stok malı değilse üretimi yapılır. Fabrikada her an 20-30 çeşit mal üretiliyor. Bu çok zor bir iş. Her gün 15-20 farklı adrese mal teslim edilir. Bu başlı başına bir organizasyondur. Malı yolladıktan sonra bir hata çıkarsa o hatanın da arkasında duruyoruz. Terminleri biz haftalık veririz. Ve muhakkak teslim edilir. Kesinlikle sapma olmaz. Erken verilir ama asla geç teslim etmeyiz. Malı verdiğimiz zaman üretici olarak malımızın arkasında olduğumuzu müşteri bilir.

Bildiğim kadarıyla bir de İtalya'da ofisiniz var.

E.C.: Bundan 6 sene önce İtalya'da bir depo tuttuk. Orada sürekli 60 ton ipliğimiz bulunuyor. Orada bizim üretimimiz yok ama bizi orada temsil eden ipliklerimiz var. Hızlı bir teslimat çok önemli. Burada nerede baksanız 15 günde müşteriye ulaşıyor. Orada bir gün içerisinde temin etmiş oluyor. Sadece İtalya'ya hitap etmiyor oradaki depomuz. Avrupa'daki diğer ülkelere de ulaşıyor. Oralara da çok hızlı bir şekilde sevkiyat oluyor. Bu bakımdan büyük bir avantajımız oluyor. Rakiplerimize karşı bizi güçlü kılıyor.





İSO'DAN KUZEY REN-VESTFALYA'DA YATIRIM FIRSATLARI

ISO, Avrupa İşletmeler Ağı ve NRW. INVEST Türkiye işbirliği ile düzenlenen Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti Tanıtım Toplantısı'nda Almanya'nın bir numaralı üretim ve ticaret merkezi olan eyaletteki yatırım fırsatları konuşuldu.

İstanbul Sanayi Odası (İSO), Avrupa İşletmeler Ağı ve NRW.INVEST Türkiye işbirliği ile Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti Tanıtım Toplantısı, 8 Mart tarihinde İstanbul Intercontinental Anadolu Toplantı Salonunda düzenlendi. Düzenlenen tanıtım ve bilgilendirme toplantısına NRW.INVEST Türkiye Temsilciliği, Almanya'dan konusunda uzman konuklar ile Kuzey Ren Vestfalya'da yatırım yapan bazı şirketlerin temsilcileri ve 120'nin üzerinde ISO üyesi katıldı. Açılış konuşmasını İstanbul Sanayi Odası (İSO) Avrupa İşletmeler ağı proje uzmanı Osman Gör'ün yaptığı toplantıya, NRW.INVEST Türkiye Temsilcilik Müdürü Dr. Adem Akkaya, Komutax Yeminli Mali Müşaviri ve Uluslararası Vergi Hukuku Uzmanı YMM Cevdet Kocaş ve Emili Rechtsanwältin Avukatlık Bürosu'ndan Av. Dr. Abdullah

Emili, Almanya-Krefeld'den Norm GmbH Genel Müdürü Bora Öztelcan ve Almanya-Düsseldorf'tan Zamate Tekstil Müdürü Dilek Aydın Ekincioglu konuşmacı olarak katıldılar.

800 bin kişiye istihdam

"Avrupa'daki Bir Numaralı Yatırım Merkezimiz" başlıklı sunumunda Dr. Adem Akkaya, bölgenin ekonomik ve demografik yapısı hakkında bilgiler verip, doğrudan dış yatırımlar (FDI) açısından Eyaletin Almanya ve Avrupa'nın merkezi olduğunu belirtti. Almanya'ya yapılan toplam doğrudan yabancı yatırımların yüzde 23'ünün (434 Milyar Euro) bölgeye yapıldığını yaklaşık 18 bin yabancı sermayeli şirketin Avrupa operasyonlarını Kuzey Ren-Vestfalya'dan yürüttüklerini ve 800 bin kişiye istihdam sağladıklarını ifade etti. Bu bağlamda 2015 yılı sonu itibarıyla, aralarında

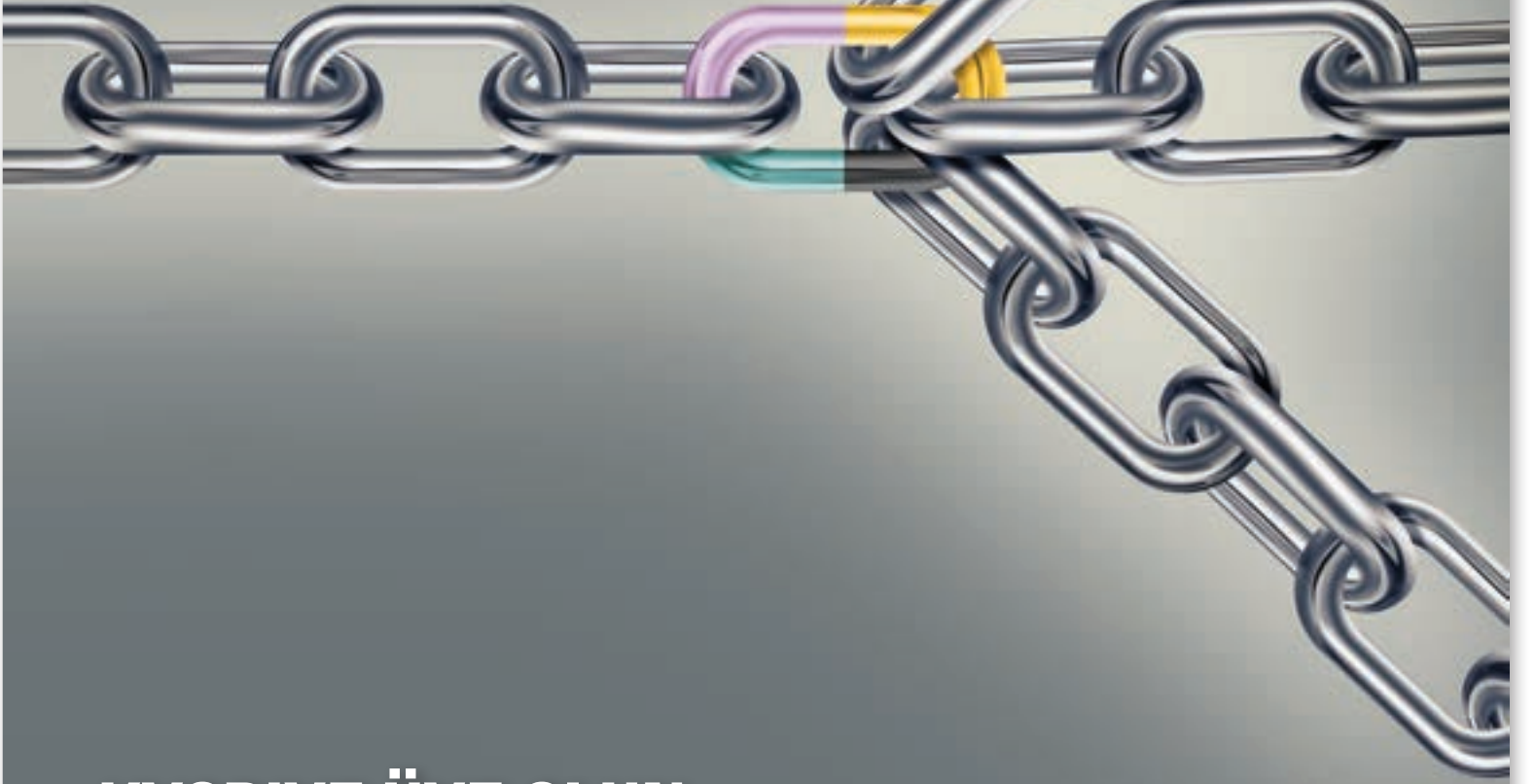
Anka Grup Tekstil, Zamate Tekstil, İsmont, On-At, Yünsa, Jeel, Reha, Cipo, Saray Halı ve Saldo Tekstilin de bulunduğu, sermayesinin yansından fazlası Türkiye'den gelen 400 firmanın bölgeye yerleşerek Avrupa pazarında faaliyetlerini devam ettirdiklerini ifade eden Dr. Adem Akkaya, bölgeye yatırım düşünen firmalar için NRW. INVEST'in verdiği destekleri tanıttı.

Avrupa'da şirketleşmenin avantajları

Toplantıya Almanya'nın Köln şehrinde katılan Komutax Yeminli Mali Müşaviri ve Uluslararası Vergi Hukuku Uzmanı Cevdet Kocaş. Kuzey Ren-Vestfalya'da şirketleşmenin avantajları, vergisel çerçevesi ve uygulamalar konulu sunumunda, dış pazarlara açılma stratejileri ve orta-uzun vadede hedeflere ulaşmada dikkat edilmesi gereken hususlar hakkında

bilgilendirmeler yaptı. Ayrıca Almanya'da şirket kurma ve emlak alımı hakkında katılımcılara detaylı bilgiler veren Cevdet Kocaş, kurulan şirketlerin başarılı olabilmesi için önem arz eden faktörleri ve vergi hukuku uygulamalarında Almanya ve Türkiye arasındaki farklılıkları belirtti. "Kuzey Ren-Vestfalya'da Yatırım ve Şirketleşmenin Hukuki Çerçevesi, Süreç, İşleyiş" konulu sunumuyla Avukat Dr. Abdullah Emili, bölgeye yatırım planlaması yapan girişimcilere oturum izni alma koşulları hakkında bilgiler vererek şirket kurulması halinde iş hukuku ve sosyal hukuk alanındaki yükümlülüklerine değindi. İstanbullu işadamlarının yoğun ilgi gösterdiği tanıtım toplantısı, konuşmacıların soruları yanıtlamalarının ardından sona erdi. NRW.INVEST tarafından katılımcılara sunulan öğle yemeği ikramının ardından etkinlik sona erdi.

Siz de katılın,
**GÜCÜMÜZE
GÜÇ KATIN!**



KYSD'YE ÜYE OLUN...

Sektörümüzün sorunlarına çözüm bulmak, gücüne güç katmak, temsil kabiliyetini arttırmak ve sektörümüzü el ele verip daha yukarılara taşımak için siz de KYSD ailesine katılın.



GİYİM SANAYİSİ 2030 VİZYONUNU ÇİZDİ

TGSD, istihdamda, net ihracatta ve katma değerde ülke ekonomisinin öncülüğünü yapan hazır giyim sektörünün yeni yol haritasını "Ufuk 2030" çalışması ile açıkladı. Buna göre; olağan koşullarda Türkiye'de hazır giyim harcamaları 2023'e kadar her yıl ortalama yüzde 4 büyüyerek, 26,4 milyar dolara ulaşacak. Yüzde 6'lık bir büyümeyi yakalamamız durumunda ise rakam 30 milyar doların üzerine çıkacak.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), istihdamda, net ihracatta ve katma değerde ülke ekonomisinin öncülüğünü yapan hazır giyim sektörünün yeni yol haritasını çıkardı. TGSD Başkanı Şeref Fayat, Dr. Can Fuat Gürlesel ve TGSD Yönetim Kurulunca hazırlanan "Ufuk 2030" başlıklı çalışmanın tanıtımı için 3 Mart tarihinde Grant Hyatt Otel'de bir tanıtım toplantısı düzenlendi. TGSD Başkanı Şeref Fayat'ın Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye sunulmak üzere hazırladığı, istihdama ve ihracata daha fazla katkı için sektörün beklenti, görüş ve önerilerini içeren raporun ayrıntılarını da paylaştığı basın toplandı.

Türkiye'deki sanayi kolları arasında ufkunu 2030'lara taşıyan ilk sektör olduklarına dikkat çekti. Küresel hazır giyim pazarının her geçen yıl daha da büyüdüğü altını çizen Şeref Fayat, yüzde 2 büyümeye beklentisiyle dünya hazır giyim harcamalarının 2030'da 2,3 trilyon dolara, hazır giyim ihracatının da 607 milyar dolara ulaşmasının öngörülmesini açıkladı.

2 farklı projeksiyon
Sektörün geleceği konusunda iyimserliğini koruduğunu vurgulayan Şeref Fayat, Türkiye'de hazır giyim harcamalarının yıllık yüzde 4 ve yüzde 6 büyümeye öngörüsü üzerinden iki farklı projeksiyon yaptıklarını



belirtti. İyimser senaryoyu gerçekleştirme hedefiyle yola devam edeceklerini söyleyen Fayat, sözlerini şöyle sürdürdü: "Olağan koşullarda Türkiye'de hazır giyim harcamaları 2023'e kadar her yıl ortalama yüzde 4 büyüyerek, 26,4 milyar dolara ulaşacak. Yüzde 6'lık bir büyümeyi yakalamamız durumunda ise rakam 30 milyar doların üzerine çıkacak. Referans senaryoyu esas alırsak ihracatımız 2023'te 25 milyar dolar civarında olacak. İyimser senaryoya göre ise dünya hazır giyim ticareti yılda yüzde 4 büyüyecek, Türkiye'nin bu ticaretten aldığı pay yüzde 5'e çıkacak. Bu projeksiyonun gerçekleşmesi halinde hazır giyim ihracatımız 30,8 milyar dolara ulaşacak. Biz

hem iç tüketimde hem ihracatta 30 milyar dolar çitasını geçmek için sektörün yol haritasını yeniden çizdik. Tüm olumsuzluklara rağmen hedefe ulaşabilmek için imkânlarımızı seferber edeceğiz."

4 başlıkta stratejik hedefler

Hazırladıkları çalışmayla gelecek stratejisini yeniden belirledikleri sektörün ufkunu 2030'a taşıdıklarını ifade eden Şeref Fayat, 4 başlıkta topladıkları stratejik hedefleri şöyle sıraladı: Akıllı, sürdürülebilir, yenilikçi, hızlı moda tedarikçiliği; İnovatif, özgün tasarım ve koleksiyonlara dayalı erişilebilir bölgesel markalar ile ihracat; Yenilikçi ürünler ile müş-

teri ihtiyaçlarını karşılayan organizasyon ve pazarlama hizmetleri; Bölgesel ve yerel markaları, gelişmiş organize perakende pazarı ve moda etkinlikleri ile Türkiye'nin bölgesel moda alışveriş merkezi haline getirilmesi. Hazır giyim sektöründe dönüşümün başladığını, ürün âdetini artırmak yerine katma değeri yükseltmeye odaklandıklarını söyleyen Şeref Fayat, stratejik hedeflere ulaşabilmek için 10 ayrı destek programı geliştirdiklerini ve özellikle 'Nitelikli Üretici Sertifika Programı'nın sektör için hayati önem taşıdığını vurguladı.

Ufuk çalışmaları 2003'te başladı

Hazır giyim sektörünün aynı anda birçok sorunla karşı karşıya kaldığını hatırlatan Şeref Fayat, kârlılığın neredeyse sıfırlanacak noktaya gelmesinin işletmelerin sürdürülebilirliğini tehdit ettiğinin altını çizdi. Kârlılık probleminin yıllardır sektörü olumsuz etkilediğini belirten Fayat, "Örneğin 2007-2015 döneminde kârlılık endeksinin yüzde 16 gerilediğini görüyoruz. Yani 2007'yi 100 al-



TGSD Başkanı Şeref Fayat, "Olağan koşullarda Türkiye'de hazır giyim harcamaları 2023'e kadar her yıl ortalama yüzde 4 büyüyerek, 26,4 milyar dolara ulaşacak. Yüzde 6'lık bir büyümeyi yakalamamız durumunda ise rakam 30 milyar doların üzerine çıkacak" dedi.

dığımızda 2015'te bu rakam 84'e düşmüş bulunuyor. Sonuç olarak firmalarımız bugün ortalama yüzde 2-3 kârla üretim yapmaya çalışır hale düştü. Finansman maliyetlerini göz önünde bulundurduğumuzda bu oranda bir kârlılıkla nakit akışını yönetmek çok zor hale geldi" diye konuştu.

TGSD'nin "Ufuk" çalışmalarını 2003'te başlattığını hatırlatan Fayat, 2003'te yayınlanan "Ufuk 2010" başlıklı çalışmanın hazır giyim sektörünün kotasız serbest ticarete hazırlanması hedefiyle hazırlandığını ve 2007'de hazırlanan "Ufuk 2015" in ise sektörün dönüşümüne odaklandığını belirtti.

Slow fashion tekrar yükseliyor

Hazırlanan rapora göre; dünya hazır giyim ihracatında payını yüzde 38,6'ya yükselten Çin üretimini başka ülkelere kaydırıyor. Bangladeş, Pakistan ve Vietnam hazır giyimde küresel pazarın yeni önemli üç oyuncusu haline geliyorlar. Dünya hazır giyim ticaretinde en büyük pazarı AB oluşturuyor. AB'yi ABD izliyor. Türk hazır giyim sektörü adet üretmekten katma değer üretmeye yöneliyor. Katma değerli imalat sanayi içindeki payı yüzde 6,8'e yükseliyor. Hazır giyim Türkiye'nin en yüksek net ihracat yapan sektörü olma özelliğini koruyor. Dönüşebilir ve akıllı çok fonksiyonlu ürünlerin kullanımı artıyor. İnovasyon tasarım kadar önemli hale geliyor. Gelişen ülkelerde yerel ve bölgesel marka sayısı artıyor. Gelişen ülke pazarlarının tercihleri ürünleri daha çok şekillendiriyor. Organize perakende pazarın payı artmaya devam ediyor. Fast fashion karşısında slow fashion eğilimi güçleniyor. Moda merkezlerinde çeşitlenme ve bölgeselleşme yaşanıyor. Dünya hazır giyim sektöründe öngörülen 22 eğilimden 10'u Türk hazır giyim sektörünü olumlu etkiliyor. Tedarikte yakınlığın önem kazanması Türkiye'yi olumlu etkiliyor.

2015

Dünya hazır giyim ihracatı	451 milyar \$
Dünya hazır giyim harcamaları	1,7 trilyon \$
Hazır giyim modern perakende harcamaları	1,3 trilyon \$
Türkiye hazır giyim ihracatı	15,1 milyar \$
Türkiye hazır giyim harcamaları	19,3 milyar \$
Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı	%3,4

2023

Dünya hazır giyim ihracatı	571 milyar \$*
Dünya hazır giyim harcamaları	2,2 trilyon \$*
Türkiye hazır giyim ihracatı	22,9 milyar \$**
Türkiye hazır giyim harcamaları	26,4 milyar \$***

2030

Dünya hazır giyim harcamaları	2,7 trilyon \$*
-------------------------------	-----------------

*Her yıl ortalama % 3 büyüme olursa.

**Dünya ihracatı % 3 büyür, Türkiye'nin payı % 4'e çıkarsa.

*** Hazır giyim harcamaları her yıl ortalama % 4 artarsa.

MAVİ'DE YENİDEN
KIVANÇ DÖNEMİ

2016 yazında reklam yüzü Kerem Bursin ile yollarını ayırmasının ardından iletişim kampanyalarına İlker Kaleli'yle devam etme kararı alan Mavi, Twitter hesabından paylaştığı bir mesajla eski reklam yüzü Kıvanç Tatlıtuğ ile yeniden anlaştı. Twitter hesabından "Efsaneler bir gün geri döner; Mavi'de Kıvanç Tatlıtuğ efsanesi kaldığı yerden devam ediyor" mesajını yayınlayan marka, Kıvanç'lı reklam filmini ve fotoğrafları paylaştı. Kıvanç Tatlıtuğ'a Mavi reklamlarında Brezilyalı Model Cindy Mello eşlik ediyor.

JONATHAN ANDERSON
PITTI'YE GELİYOR

J. W. Anderson'un Londra merkezli moda evi, 14 Haziran tarihinde Floransa'nın ünlü erkek giyim fuarı Pitti Uomo'nun gelecek buluşmasında bir gala podyum şovu gerçekleştirecek. Jonathan Anderson Instagram sayfasında yaptığı açıklamada #Pittiuomo'nun gelecek özel konuyu olmaktan heyecan duyduğunu ifade etti. Pitti Uomo'da gerçekleştireceği defile Anderson'un Birleşik Krallık dışında gerçekleştireceği ilk gerçek defilesi olacak.

ÇEYREK ASIRLIK KOZA



Türk moda dünyasına genç yetenekler kazandırarak sektör sürdürülebilirliğine önemli katkı sağlayan KOZA Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın bu sene 25'ncisi düzenlenecek. 1992 yılından beri moda dünyasına genç yetenekler kazandırmak amacıyla düzenlenen KOZA Genç Moda Tasarımcıları Yarışması bu yıl da kariyerini moda tasarımı alanında sürdürmek isteyenleri sektör ile buluşturuyor. Düzenlendiği 24 yıl süresince Türkiye'nin en etkileyici moda arşivini yaratan KOZA bu yıl ayrıca 25'inci yaşını kutlamanın da coşkusunu yaşıyor. Bu yönüyle Türkiye'deki moda endüstrisinin gelişimini ve tarihini de temsil eden KOZA Genç Moda

Tasarımcıları Yarışması'nda bugüne kadar seçilen tüm finalistlere baktığımızda ise gurur verici bir tabloyla karşılaşıyoruz. Zira bu isimleri günümüzde Türkiye'nin en tanınmış tasarımcı markalarını kurmuş olarak ya da önde gelen moda markalarının tasarım departmanlarının başında görüyoruz. 25'nci yılında finale kalan 10 genç moda tasarımcısına yarışma koleksiyonlarını hazırlama sürecinde yol gösterecek moda tasarımcıları; Başak Koç için Gül Ağış, Begüm Kıran için Belma Özdemir, Berk Gümüşterazili için Niyazi Erdoğan, Candan Tulga için Mehtap Elaidi, Emre Pakel için Erol Albayrak, Mehmet Emiroğlu için Özlem Kaya, Mert-

can Öztekin için Arzu Kaprol, Muhammed loğlu için Bahar Korçan, Nazlıcan Karahan için Nihan Peker, Tuğçe Pekin için ise Gamze Saraçoğlu oldu. Yarışmanın birincisine 20 bin TL para ödülü ve Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle yurtdışında 1 yıllık eğitim hakkı, ikincisine 15 bin TL ve üçüncüsüne 10 bin TL para ödülünün yanı sıra kazananlara 1 yıllık İngilizce dil eğitimi imkânı tanınacak. Finale kalan tüm yarışmacılara ise Moda Tasarımcıları Derneği'ne 1 yıllık üyelik; IMA'da Moda Tasarımı ve Yönetimi Lisansüstü Diploma Programı'na ücretsiz katılım ve sektörle ilgili uluslararası bir moda fuarını ziyaret imkânı sunulacak.

MODA FESTİVALLERİ BAŞLIYOR

Ticaret fuarı organizatörü Messe Frankfurt 3-6 Ekim 2017 tarihlerinde Etiyopya'da gerçekleştirilecek Africa Sourcing & Fashion Week ile işbirliği yaparak, üç ticaret fuarı markası Texprocess, Apparel Sourcing ve Texworld'ü Africa Sourcing & Fashion Week ile birlikte başlatıyor. Katılımını doğrulamış olan sergiciler arasında Almeda Textile, Atraco, Baykar Tekstil, Else Textile, Indochina Textile, Maa Garment, MNS, Özkan Textile, Tür Ip Tekstil, Velocity ve YKK yer alıyor. Ticaret fuarları ile eş zamanlı gerçekleştirilecek Ekim buluşması moda şovları, konferanslar, trend alanı ve eşleştirme platformunu içeren kapsamlı bir programa sahip olacak.



LES BENJAMINS NIKE İÇİN TASARLADI



Nike; bu sene ilk defa Air Max'ın geleceğini Nike Tasarım ekibiyle yan yana yeniden geliştirmek için dünyanın farklı yerlerinden 12 tasarımcıyı Beaverton, Oregon'daki Nike Dünya Genel Merkezi'ne davet etti. Air Max Day "Vote Forward" projesi kapsamında biraraya gelen 12 tasarımcıya "Revolutionairs" adı verildi. Bu sanatçılar, tasarımcılar ve DJ'ler Nike Air Max stillerini yeniden tasarlamak için görevlendirildi. Les Benjamins markasının kurucusu ve kreatif direktörü Bünyamin Aydın, Türkiye'den davet edilen ilk tasarımcı olarak bu proje kapsamında Portland'daki Nike'in Dünya Genel Merkezi'nde Airmax'i kendi tasarım anlayışına göre yorumladı.



BILLABONG - ANDY WARHOL İŞBİRLİĞİ

Billabong Andy Warhol işbirliğiyle bir sörf giysileri ve aksesuarları koleksiyonu lanse edeceğini açıkladı. Billabong'un Kürsel Marka Yöneticisi Shannan North, yaptığı basın açıklamasında Warhol'un ilerici sanata olan tutkusu ve sörf kültürüne duyduğu sevginin markaları için güçlü bir bağ ortaya koyduğunu ve bu koleksiyonu oluşturmaları için ilham verdiğini belirtti.



YENİ GERÇEK: ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK (AG)

Melis KARAPANÇA ÖRÜN

İMA Akademik Prog. Sor. melis.karapanca@istanbulmodaakademisi.com

Son yıllarda mobil cihaz kullanımının da artmasıyla akıllı telefonlara ve tablet bilgisayarlara entegre edilebilen Artırılmış Gerçeklik (AG) uygulamaları tasarım ve perakende dünyasında farklılık yaratarak medya platformlarını yeniden şekillendirdi.

Dijital teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, yeni iletişim ve medya ortamlarının da gelişmesini ve yaygınlaşmasını sağladı. Dijitallik, etkileşimsellik, yayılım ve sanallık özellikleriyle geleneksel medya ortamlarından farklılaşan yeni medya ortamları bireyler ve markalar için farklı deneyimler sunmaya başladı. Birey-araç etkileşiminin giderek arttığı bu süreçte, özellikle son yıllarda mobil cihaz kullanımının da artmasıyla akıllı telefonlara ve tablet bilgisayarlara entegre edilebilen Artırılmış Gerçeklik (AG) uygulamaları tasarım ve perakende dünyasında farklılık yaratarak medya platformlarını yeniden şekillendirdi. AG teknolojisiyle gerçekleştirilen deneyimsel pazarlama uygulamaları da tüketicilere

farklı deneyimsel değerler sağlamaktadır. Zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde gerçekleştirilen bu deneyimde, tüketiciler ürünü satın almadan önce o ürünün kendisi, ilanı ya da ürünle bağlantılı başka bir platform üzerinde bu teknolojiyi kullanarak ürünle ilgili bilgi alabilir, ürünü deneyimleyebilir, uygulamanın sunduğu eğlence unsurlarıyla keyifli zaman geçirebilir, bu aktivitesini sosyal medya gibi platformlarda paylaşabilir ve satın alabilir. Tasarımcılar ve perakendeciler, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik tasarım trendlerini desteklemek ve herkesin kendine en uygun stili bulmasına yardımcı olmak, ve tüketicilerin satın alma deneyimlerini yeniden şekillendirmek için farklı yeni teknolojiler kullanmaya başlamıştır. Özellikle güzellik ve tekstil markalarının tercihi olan simülasyon bazlı uygulamalar tasarımcıları tarafından tasarlanan stiller ve severek takip ettikleri ünlülerin kırmızı halıdaki stillerini anında kendi yüzlerinde görebilme şansı tanımaktadır. 2016 yılında 6,1 milyar dolar seviyesinde olan sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik harcamalarının, bu yıl yüzde 130,5 oranında artarak 13,9 milyar dolara ulaşması planlanmaktadır.



EN BÜYÜK MOTİVASYONUM HAYALLERİM

IMA'nın Blog Yazarlığı ve Sosyal Medya programından mezun olan Mısra Çer, İtalya'da Lüks Markalar ve Moda Yönetimi üzerine yüksek lisans eğitimini tamamladıktan sonra Türkiye'nin önde gelen e-ticaret firmalarında satın alma yöneticiliğine başladı. Bir yandan da sezon trendlerini takip ederek tasarladığı kadın giyim parçalarını e-ticaret firmalarının özel markalarına sunuyor. Kendisiyle İMA ile kesişen yollarının hikayesini konuştuk.

Moda alanında bir kariyer planı yapmaya giden süreci paylaşır mısınız?

İtalya'da Lüks Markalar ve Moda Yönetimi üzerine yüksek lisans eğitimini tamamladıktan sonra Türkiye'nin önde gelen e-ticaret firmalarında satın alma yöneticiliği yaptım. Bu esnada markalarla yaptığım işbirlikleri, styling ve moda fotoğrafçılığı alanlarında kendimi daha fazla geliştirmemi sağladı.

Şöz konusu süreçte İMA sizin için ne tür bir vizyon yarattı?

İMA, Türkiye'deki moda sektörünü, özellikle modada pazarlama çalışmalarını yakından incelememe olanak verdi. Alanında uzman eğitmenlerin çalışma disiplinlerine yakından şahitlik ederek, hedefime nasıl ulaşmam gerektiği konusunda daha fazla bilgi sahibi oldum. Moda sektöründe bir iş yapmanın tüm dinamiklerini İMA'da deneyimlemeniz mümkün. İMA, kendi alanımda müthiş bir bakış açısı sunduğu gibi sektörün başka iş kolları ile ilgili de birçok bilgi

edinebildiğim bir yuva haline geldi benim için.

Modada Blog Yazarlığı ve Sosyal Medya Programı'na katılmaya nasıl karar verdiniz?

Dijital dünyanın moda etkisi günümüzde göz ardı edilemeyecek kadar büyük. Üretimden tüketiciye uzanan süreçteki yaratıcılık, dijital dünyadan aldığımız ilhamlar üzerine kuruluyor. Modada Blog yazarlığı ve Sosyal Medya Programı'nın içeriğini incelediğimde planladığım gelecekte bana çok yardımcı olabileceğini düşündüm, öyle de oldu.

Modada Blog Yazarlığı ve Sosyal Medya programlarına hangi gelecek planlarıyla katıldınız?

Ben modanın her zaman yaratıcı tarafında olmak istedim. Yaşam stilimin önemli bir kısmını oluşturan modayı kişisel deneyimlerimle birleştirip kaliteli ve yaratıcı içerikler üreterek keyifli işler çıkarmak planım.

Aldığınız eğitimde teorik eğitimlerin yanı sıra derslerde yapılan uygulamalar da önemli olsa gerek?

Daha önce başka bir eğitime katılan bir arkadaşımın bahsetmesi üzerine İMA'nın uygulamalı dersleriyle ilgili büyük beklentilerim vardı. Derslerde en keyif aldığım anlar, sektörün önde gelen isimleriyle yeni içerikler yaratmak üzerine yaptığımız beyin fırtınalarıydı. Teknik anlamda bir blog açmayı öğrenirken, blog tasarımı ve hukuki süreçler, içerik üretmenin inceliklerini

İMA'nın Blog Yazarlığı ve Sosyal Medya programından mezun olan Mısra Çer, "Türkiye'de ve dünyada moda alanında söz sahibi olma hayalim ise çalışkanlığımın arkasındaki en büyük motivasyonum" diyor.

de yaptığımız projelerle deneyimledik.

Şu anda ne yapmaktasınız sektörde?

Markalarla iş birliği yaparak ürettiğim içerikler üzerinden kendi blog ve sosyal medya yönetimimi yapıyorum. Bir yandan da sezon trendlerini takip ederek tasarladığım kadın giyim parçalarını e-ticaret firmalarının özel markalarına sunuyorum.

Türkiye'de moda tasarımını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ülkemizdeki tüm sektörler arasında tasarım süreçlerinin arasında dünya standartlarına en yakın olanı moda sektörü hiç kuşkusuz. Her gün üretim anlamında daha fazla gelişen, kendi kendine çözümlenebilen ve uygulayabilen bir ülkeyiz. Fırsatları doğru değerlendirdikten sonra yaratıcı ve istikrarlı olan herkes çok güzel yerlere gelebilir.

Moda dünyasından kendinize örnek aldığınız isimler kimler?

Dünya çapında konuşacak olursak Jennifer Grace'in modaya editoryal bakış açısını çok beğeniyorum. Chriselle Lim'in ürettiği içerik kalitesi, modada pazarlama süreçlerine katkısı takdir edilesi. Türkiye'de geniş vizyonu ve çalışmalarına yansıttığı sofistike duruşuyla Ece Sükan'ı çok beğenmişimdir hep.

Uzun vadede düşündüğünüzde, moda endüstrisi yönetiminde kendinizi nerede görmek istiyorsunuz?

Bu yola çıkış amacım aslında moda tüketiminde fark yaratmak. İnsanların modayı daha bilinçli tüketmesi ve kendilerini giydiklerinin içinde nasıl daha iyi ifade edebilecekleri konusunda yol göstermek. Türkiye'de ve dünyada moda alanında söz sahibi olma hayalim ise çalışkanlığımın arkasındaki en büyük motivasyonum.



Mısra ÇER

İHKİB' KARIYER

Hazırgiyim sektöründe iş ya da eleman arıyorsanız buluşma noktanız ***“ihkibkariyer.com”*** hizmetinizde.

İHKİB Kariyer, mavi yakadan beyaz yakaya iş arayan herkesi en uygun şirketlerde ve en uygun pozisyonlarda kariyer edinme imkanı sunuyor.

Eleman bulma,
İş bulma,
Eğitim.

Sahip olabileceğiniz staj imkanları ve daha fazlası için....

ihkibkariyer.com

İHKİB'KARİYER

A K A D E M İ

NİSAN 2017
KISA EĞİTİMLER

Sektörle iç içe ilerleyen İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile profesyonel dünyaya güvenli adımlar atın!

GÜNDÜZ SEMİNERLERİ

<p>3 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Tasarımcı, Müşteri Temsilcisi ve Satın Almacılar için Temel Tekstil</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SEDEF TÖRE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>4 NİSAN SALI</p> <p>Nerden Başlasak, Neler Yapsak, Nasıl Anlatsak (3N - Bir İK Departmanı Hikayesi)</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: ÖZLEM EROL</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>5 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Perakende Metrikleri ve KPI'lar</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: MUHİTTİN TÜREL</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>5 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Stres Yönetimi ve Anda Kal</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: MURAT GÜLER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>6 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>İK Yöneticisi Olmayanlar için İK Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HÜLYA MUTLU</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>7 NİSAN CUMA</p> <p>Kişisel İmaj</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: FATOŞ ÖZEN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>10 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Modada E-Ticaret</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: ERSAN ERTÜRK</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>12 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Moda Perakendesinde Merchandising ve Satın Alma</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: AYCAN AKSUNGUR</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>13 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>Kadın Yöneticisi Olmak</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: PINAR KONYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>14 NİSAN CUMA</p> <p>Dokuma Kumaş Gramajı ve Maliyet Hesaplama</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: KASIM UZUNÖZ</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>17 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Satış Becerileri Geliştirme ve Satışta Liderlik</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BÜLENT BAŞAR</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>18 NİSAN SALI</p> <p>İleri Düzey Satış Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HAKAN OKAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>19 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Yaratıcı Düşünme ve İnovasyon Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: YEKTA ÖZÖZER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>26 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Modada Stratejik Pazarlama</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BİLCEN COŞKUN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>27 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>Zaman Yönetimi ve Psikolojisi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: PINAR KONYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>İstanbul Moda Akademisi ve İHKİB Kariyer Akademi işbirliğiyle her ayın farklı günlerinde, birbirinden bağımsız olarak açılan "Kısa Eğitimler"de her program İTKİB üyelerine %50 İNDİRİMLİ!</p>		

AKŞAM SEMİNERLERİ

<p>4 NİSAN SALI</p> <p>Stil Danışmanlığına Giriş</p> <p>Süre: 12 Saat (6 saat x 2 gün) Eğitmen: TÜLİN KERMEN</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>5 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>İçten Dışa Markalaşma</p> <p>Süre: 3 Saat (3 saat x 1 gün) Eğitmen: SELDA SUSAL</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>10 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Moda PR'ına Giriş</p> <p>Süre: 24 Saat (3 saat x 8 gün) Eğitmen: FERİDE TANSUÇ</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>15 NİSAN CUMARTESİ</p> <p>Fotoğrafçılıkta Yüksek Hız ve Sıvı Teknikleri</p> <p>Süre: 12 Saat (6 saat x 2 gün) Eğitmen: KENAN SUNAR</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>17 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Stratejik Kurumsal İletişim</p> <p>Süre: 3 Saat (3 saat x 1 gün) Eğitmen: SELDA SUSAL</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>
---	---	--	--	---

İHKİB'KARIYER

A K A D E M İ

MAYIS 2017
KISA EĞİTİMLER

Sektörle iç içe ilerleyen İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile profesyonel dünyaya güvenli adımlar atın!

GÜNDÜZ SEMİNERLERİ

<p>2 MAYIS SALI</p> <p>Etkili ve Etkin Teknik Föy Hazırlama Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SELİN SARIKAYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>3 MAYIS ÇARŞAMBA</p> <p>Görsel Mağazacılıkta Showroom Düzenleme</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: OĞUZHAN COŞKUN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>4 MAYIS PERŞEMBE</p> <p>Online Alışverişte Başarının Anahtarı: E-Pazarlama</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: ENGİN AKÇACÖN ABDURRAHİM YILMAZ</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>5 MAYIS CUMA</p> <p>İş Yaşamında Kuşaklar (X,Y,Z)</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BAHAR ÇAMLIDERE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>8 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Tasarım Sürecinde Moodboard, Storyboard Hazırlama</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: GÜLİN GİRİŞMEN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>9 MAYIS SALI</p> <p>İş Hayatında Tiyatro ve İletişim</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: PINAR KONYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>10 MAYIS ÇARŞAMBA</p> <p>Tekstilde İkna Mühendisliği</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SEDEF TÖRE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>11 MAYIS PERŞEMBE</p> <p>Kalite Kontrol</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: ÜLKÜ KARAHANLAR</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>12 MAYIS CUMA</p> <p>Satış Yönetiminde Verimlilik ve Karlılık Yaratın Yeni İş Modelleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BÜLENT BAŞAR</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>16 MAYIS SALI</p> <p>Numune ve Üretim Süreçlerinde Takvim Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SELİN SARIKAYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>17 MAYIS ÇARŞAMBA</p> <p>Etkili İletişim ve Kişilik Envanteri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: TAMER DEMİRDELEN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>18 MAYIS PERŞEMBE</p> <p>Çatışma Yönetimi ve İkna</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: YEKTA ÖZÖZER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>22 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Etkili Sunum Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BAHAR ÇAMLIDERE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>23 MAYIS SALI</p> <p>Pazarlama Planı</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BELMA YÖN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>24 MAYIS ÇARŞAMBA</p> <p>Hazır Giyimde Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Takibi</p> <p>Süre: 2 Gün (12 saat) Eğitmen: UFUĞ ENGİN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>26 MAYIS CUMA</p> <p>İplik Cinsi Tespiti, İplik ve Dokuma Kumaş Kriterleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: KASIM UZUNÖZ</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>29 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Depo ve Stok Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: NESLİHAN ALBAYRAK</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	

AKŞAM SEMİNERLERİ

<p>9 MAYIS SALI</p> <p>Moda Dergisinin Anatomisi</p> <p>Süre: 12 Saat (3 saat x 4 gün) Eğitmen: ELİF TUNCEL</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>15 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Moda Çizim Teknikleri Orta Düzey</p> <p>Süre: 18 Saat (3 saat x 6 gün) Eğitmen: BÜLENT GÜRCİHAN</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>15 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Range Planing</p> <p>Süre: 12 Saat (3 saat x 4 gün) Eğitmen: BEGÜM GÜLFİDANLI</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>	<p>17 MAYIS SALI</p> <p>Fotoğrafçılar ve Stylistler için İngilizce</p> <p>Süre: 12 Saat (3 saat x 4 gün) Eğitmen: ALİ ERDOĞAN</p> <p>İSTANBUL MODA AKADEMİSİ</p>
--	---	---	--

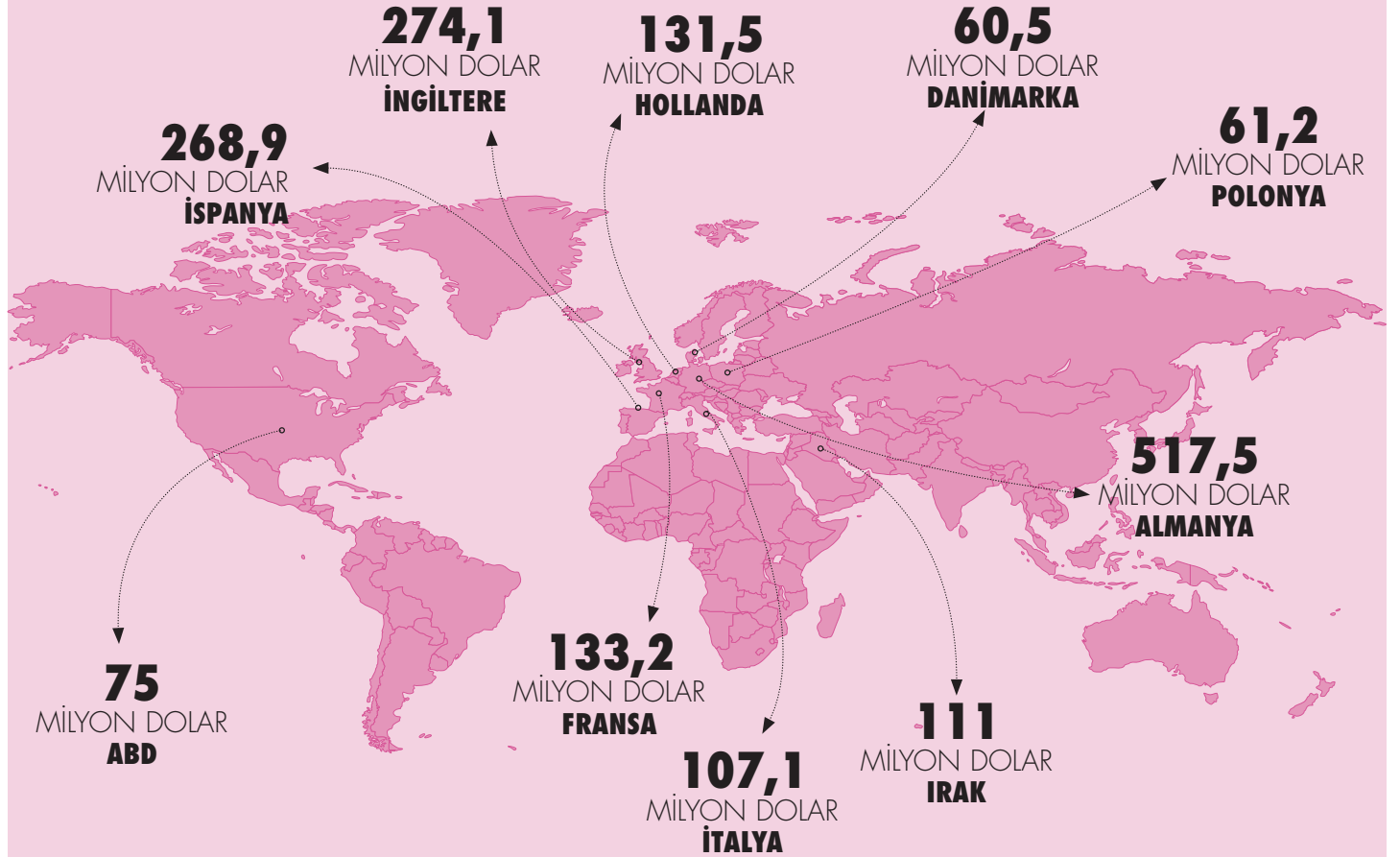
İstanbul Moda Akademisi ve İHKİB Kariyer Akademi işbirliğiyle her ayın farklı günlerinde, birbirinden bağımsız olarak açılan "Kısa Eğitimler"de her program İTKİB üyelerine **%50 İNDİRİMLİ!**

HAZIR GIYİM İHRACATI

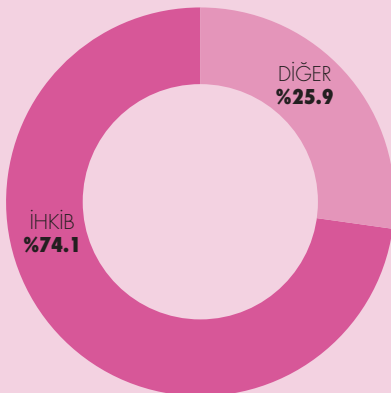
- Şubat 2017 döneminde AB28 ihracatı yüzde 12,2 azalarak 882 milyon 281 bin dolar oldu.
- Şubat 2017 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 680 milyon dolarla örme giyim eşyaları gerçekleştirdi.
- Şubat 2017 döneminde, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 11,4 oldu.

ŞUBAT AYINDA İHRACAT, YÜZDE 9,1 DÜŞÜŞLE 1 MİLYAR 288 MİLYON DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ

ÜLKELERE GÖRE OCAK - ŞUBAT İHRACATI



HAZIR GIYİM İHRACATINDA İHKİB'İN PAYI



ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI İHRACATINDAN ALDIĞI PAY

ÖRME GIYİM VE AKSESUARLARI

458,8 MİLYON DOLAR



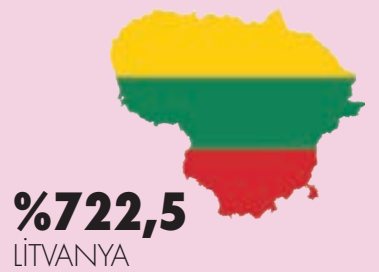
HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

670 MİLYON DOLAR

DOKUMA GIYİM VE AKSESUARLARI

146,9 MİLYON DOLAR

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Şubat ayında ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 722,5 ile Litvanya olurken, bu ülkeyi yüzde 446,5 ile Macaristan, yüzde 145,5 ile Lübnan izledi.

ŞUBAT AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 3,4 ARTIŞLA
785,6 MİLYON
DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ



- Şubat 2017 döneminde AB28 ihracatı yüzde 1,7 artarak 429,1 milyon dolar oldu.
- Şubat 2017 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 186 milyon dolar dokuma kumaş ürünleri gerçekleştirdi.
- Şubat 2017 döneminde, tekstil ve hammaddeleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 5,7 oldu. Şubat 2017 döneminde, tekstil ve hammaddeleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 5,7 oldu.

İHRACATIN EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE



%140,1
BREZİLYA

Şubat ayında ihracatını en fazla artıran ülke yüzde 140,1 ile Brezilya olurken, bu ülkeyi yüzde 112,7 ile Kazakistan, yüzde 75,6 ile Çin izledi.



ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI
İHRACATINDAN ALDIĞI PAY

186
MİLYON DOLAR



48,8
MİLYON DOLAR

DOKUMA KUMAŞLAR

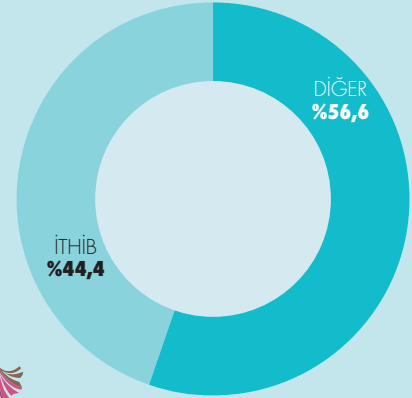


147,2
MİLYON DOLAR

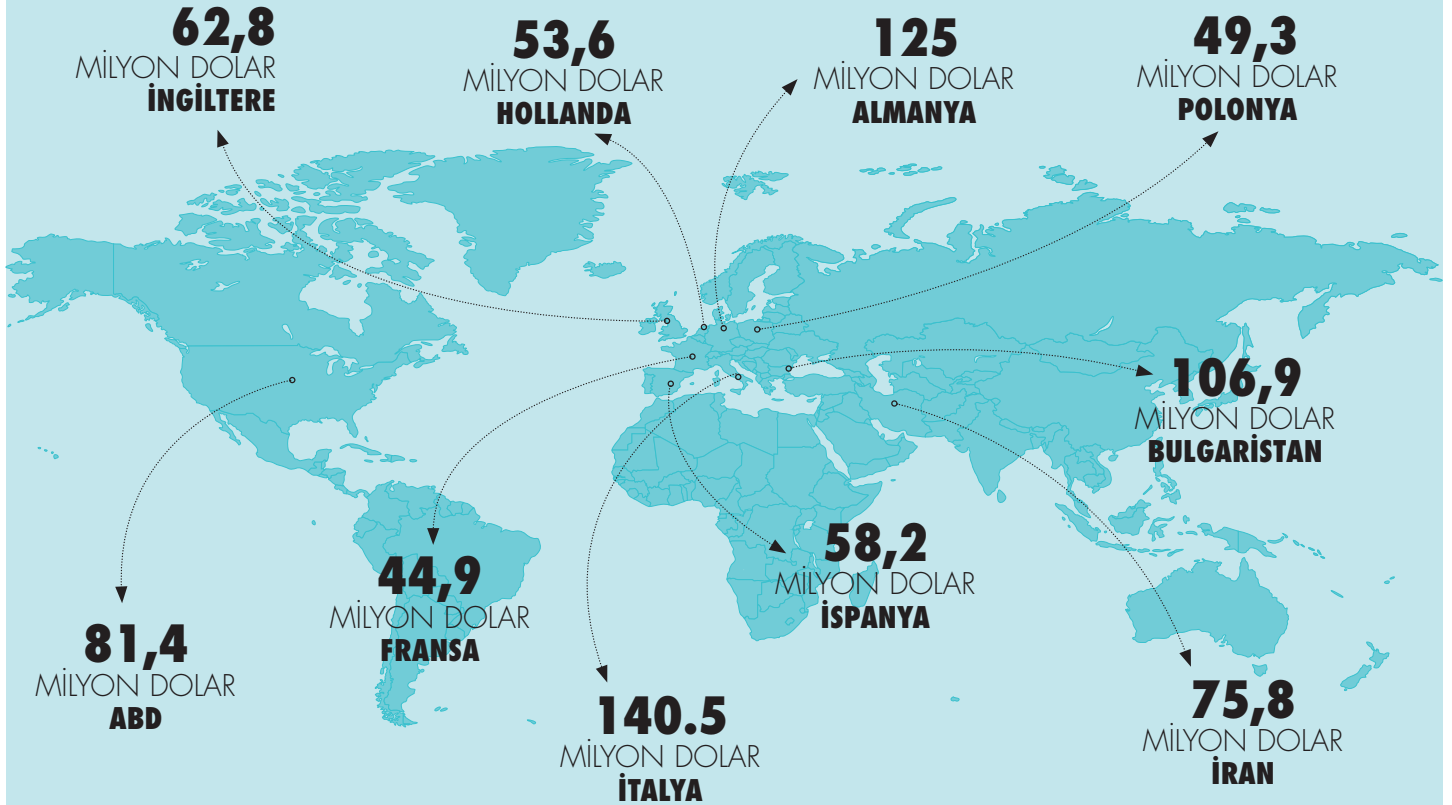


ELYAFLAR

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ
İHRACATINDA İTHİB'İN PAYI



ÜLKELERE GÖRE OCAK - ŞUBAT İHRACATI

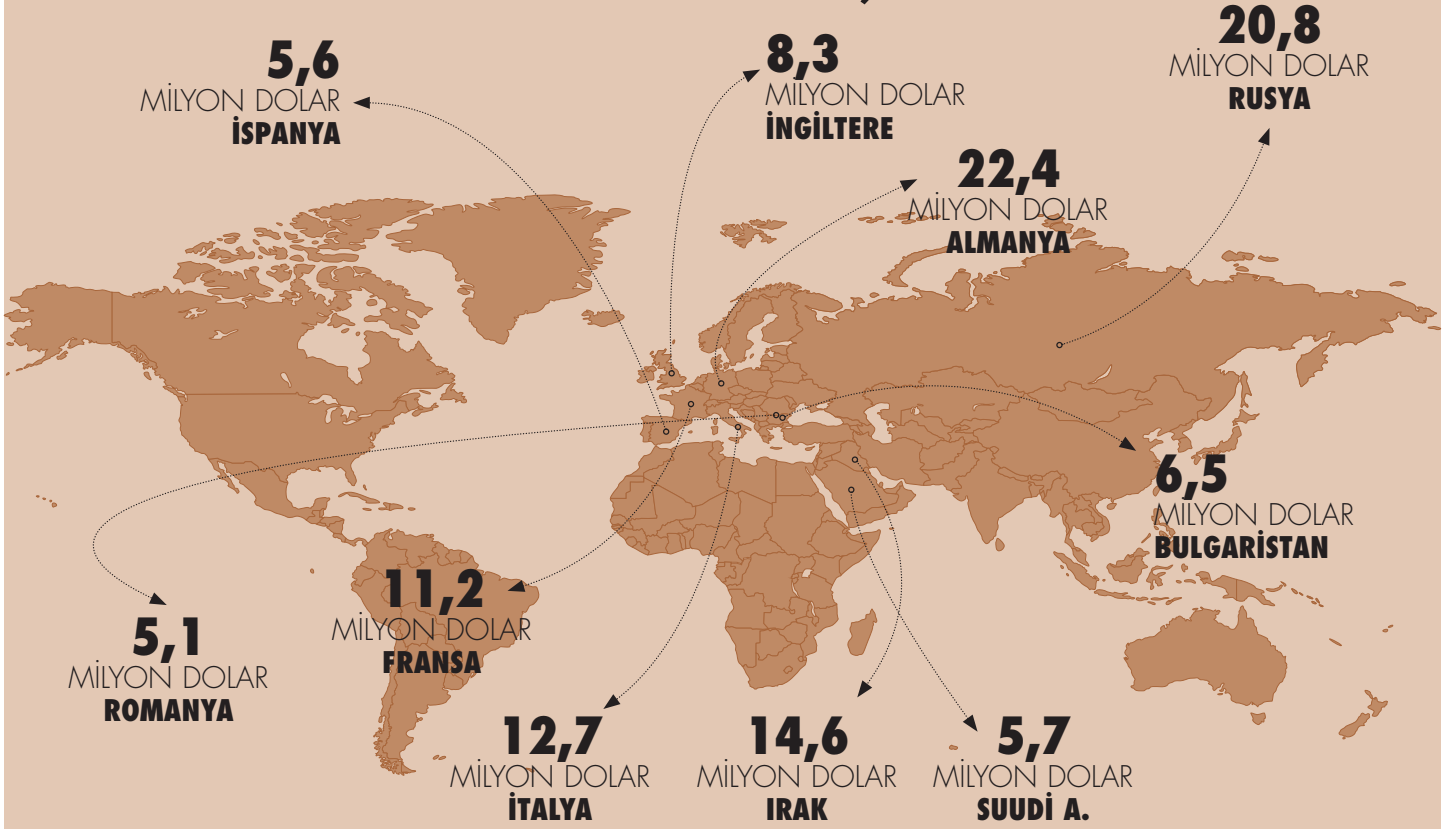


DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

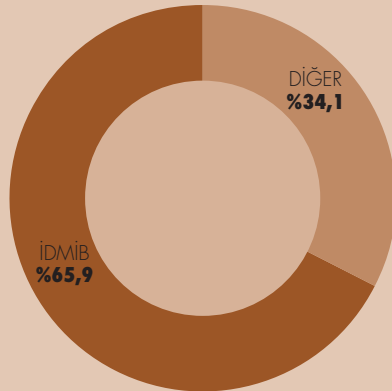
- > Şubat 2017 döneminde AB28 ihracatı yüzde 6,3 artarak 49,9 milyon dolar oldu.
- > Şubat 2017 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 71,7 milyon dolar ile ayakkabılar yaptı.
- > Şubat 2017 döneminde, deri ve deri ürünleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1 oldu.

ŞUBAT AYINDA İHRACAT YÜZDE 7,8 ARTIŞLA **116 MİLYON 797** BİN DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ

ÜLKELERE GÖRE 2017 OCAK-ŞUBAT İHRACATI



DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATINDA İDMİB'İN PAYI



ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



%220,3
ESTONYA

Şubat ayında ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 220,3 ile Estonya olurken, bu ülkeyi yüzde 195,2 ile Polonya, yüzde 149,7 ile Sudan ve yüzde 111,3 ile Tunus izledi.

ŞUBAT AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 0,6 DÜŞÜŞLE,
155 MİLYON 900 BİN
DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ



- Şubat 2017 döneminde AB28 ihracatı yüzde 1,1 düşüşle 36 milyon dolar oldu.
- Şubat 2017 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 134,7 milyon dolar ile makine halıları gerçekleştirdi.
- Şubat 2017 döneminde, halı ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1,4 oldu.



İHRACATIN EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE

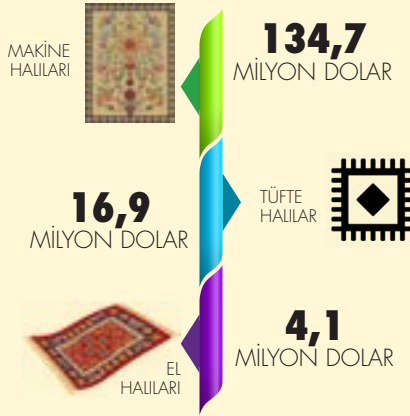


%610,9
İRAN

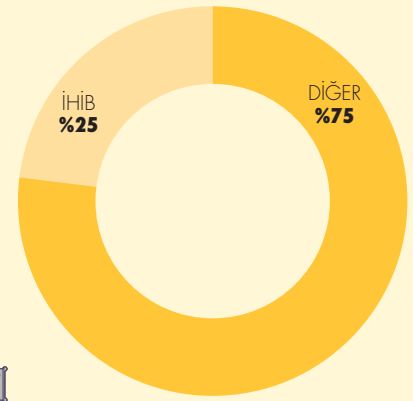
Şubat ayında ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 610,9 ile İran olurken, bu ülkeyi yüzde 326,9 ile Azerbaycan-Nahçıvan, yüzde 191,7 ile Nijerya izledi.



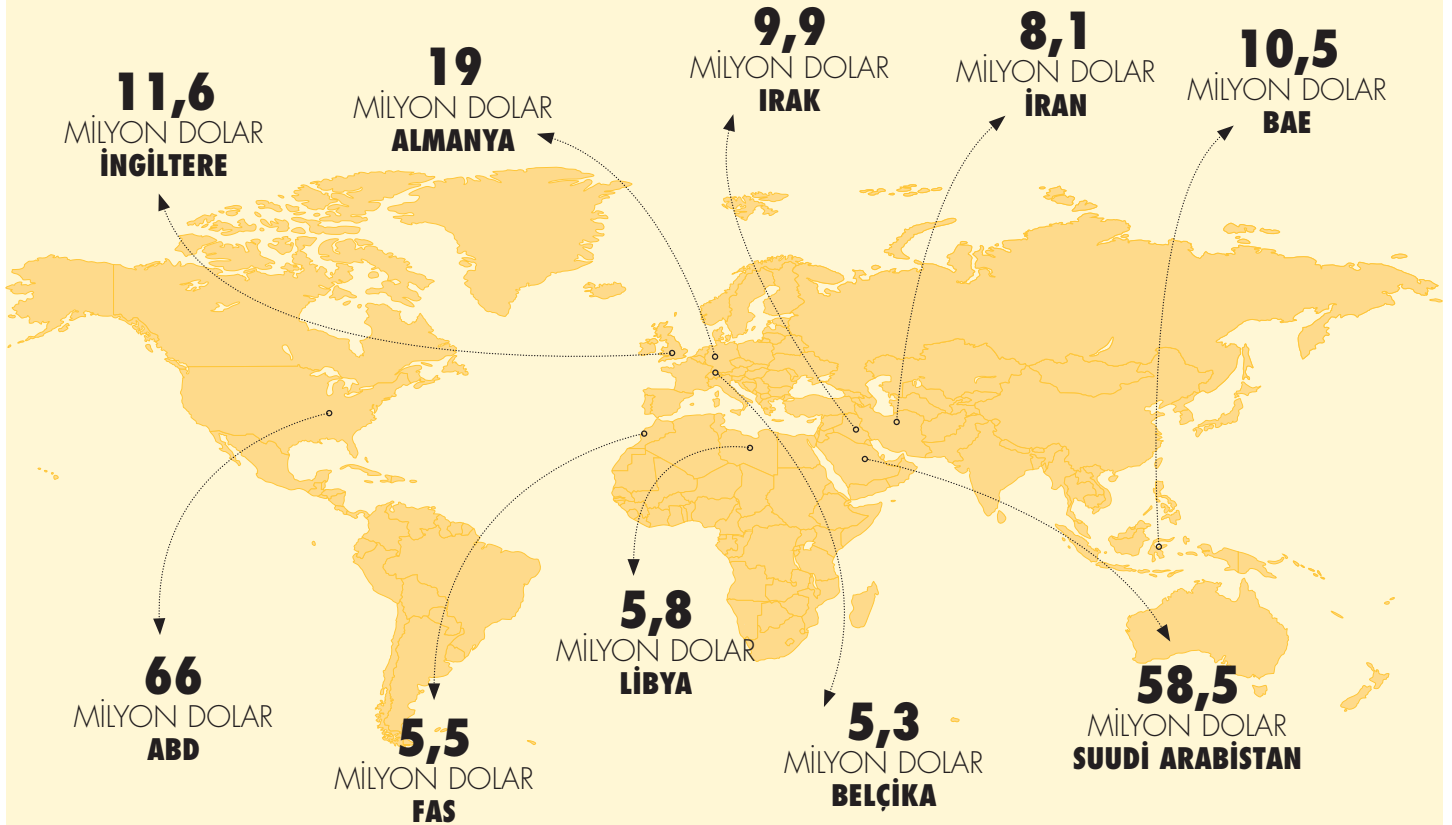
ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI
İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



HALI İHRACATINDA
İHİB'İN PAYI



ÜLKELERE GÖRE 2017 OCAK - ŞUBAT İHRACATI



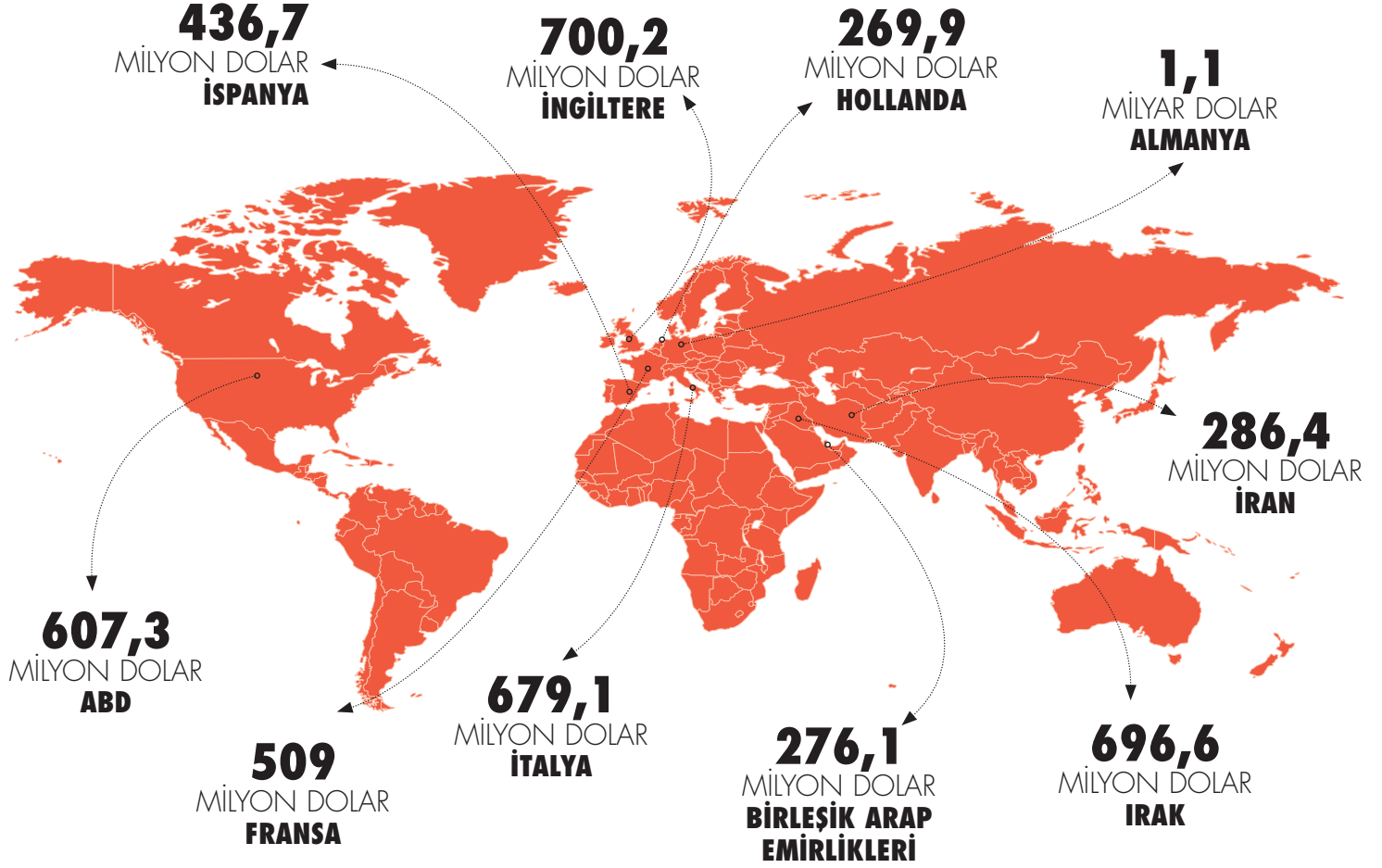
TÜRKİYE İHRACATI

> Şubat ayında en çok ihracat yapan sektör otomotiv sektörü olurken onu kimyevi maddeler takip etti.
> İhracatçı birlikler içerisinde İTKİB, Şubat'ta yüzde 12,7 payla en fazla ihracat gerçekleştiren üçüncü birlik konumunu koruyor.

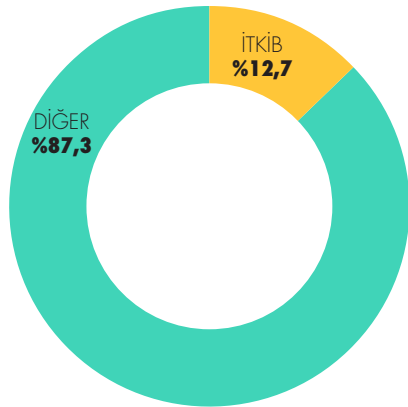


ŞUBAT AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 15 ARTIŞLA
11 MİLYAR 296 MİLYON
DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ

ÜLKELERE GÖRE ŞUBAT İHRACATI



TÜRKİYE TOPLAM İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



ŞUBAT AYINDA SEKTÖRLERİN İHRACATTAN ALDIĞI PAY



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



%40532
İNGİLİZ VİRJİN ADALARI

Şubat ayında ihracatın en fazla arttığı ülkeler, yüzde 1595,8 ile İzlanda, yüzde 213,8 ile Angola, yüzde 139,3 ile Malta oldu.



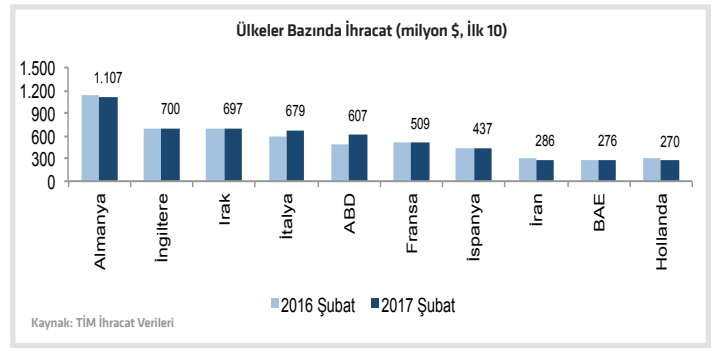
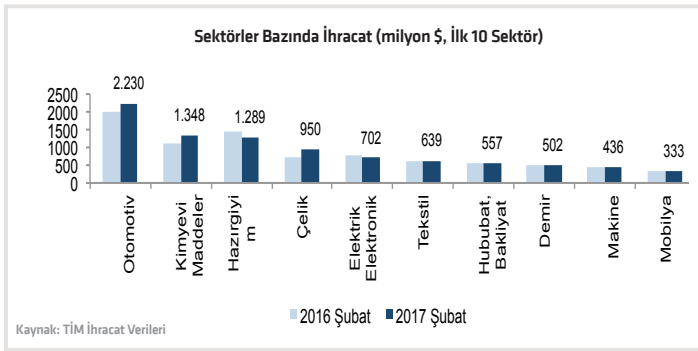
İHRACATTAKİ GELİŞMELER, ÜLKELER VE İLLER BAZINDA İHRACAT

TİM verilerine göre, Şubat ayında ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre %5,1 oranında artarak 11,3 milyar dolar oldu. Bu dönemde en çok ihracat yapan sektör 2,2 milyar dolarla otomotiv olurken, bunu sırasıyla 1,4 ve 1,3 milyar dolarla, kimyevi maddeler ve mamuller ile hazır giyim ve konfeksiyon takip etti. Şubat ayında otomotiv ve kimyevi maddeler ihracatı sırasıyla %12,5 ve %18,6 oranlarında yıllık artış, hazır giyim sektörü ise %9,1

oranında düşüş gerçekleşti. Şubat ihracat sıralamasında 4. olan çelik grubunda da %27,5'lik bir yıllık artış kaydedildi. Bu dönemde sektörler genelinde, zeytin ve zeytinyağı sektörü %82,3 artış ile dikkat çekerken, en keskin düşüş ise, ihracatı %40,4 oranında gerileyen tütün sektöründe görüldü. Şubat ayında yıllık ihracat gelişim hızına en olumlu katkısı otomotiv sanayi yaparken, en olumsuz etki ise hazır giyim sektöründen geldi. TİM verilerine göre, Şubat

ayında en çok ihracat yapılan ilk 5 ülke, Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve ABD oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre %2,9 azalırken, İngiltere pazarında da %0,5 oranında bir aşağı yönlü gelişim görüldü. Öte yandan Irak'ın yapılan ihracat yıllık bazda %1,2 oranında artış kaydederken, İtalya ve ABD pazarlarındaki çift haneli büyümeler de dikkat çekti. Şubat döneminde Avrupa pazarında

genel itibarıyla keyifsiz bir gelişim gözlenirken, Çin, Rusya ve İsrail gibi belli başlı pazarlarda ise çift haneli toparlanmalar yaşandı. Ocak ayında en çok ihracat yapan iller arasında, lider İstanbul'u, Bursa ve Kocaeli izledi. İstanbul bu dönemde 4,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirenken, Bursa ve Kocaeli'nin ihracatı sırasıyla 1,15 ve 1,04 milyar dolar oldu. Sıralamada 4.lüğü 0,66 milyar dolarla İzmir, 5.lüğü ise 0,52 milyar dolarla Gaziantep aldı.



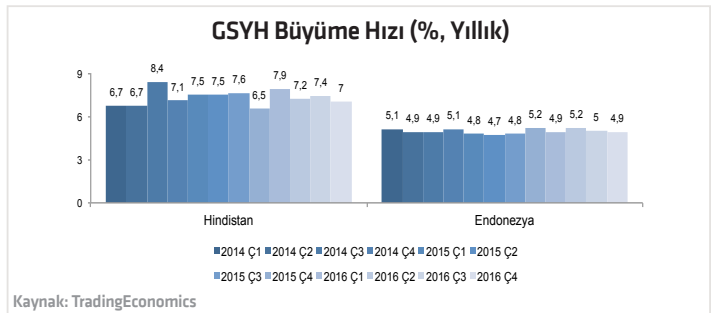
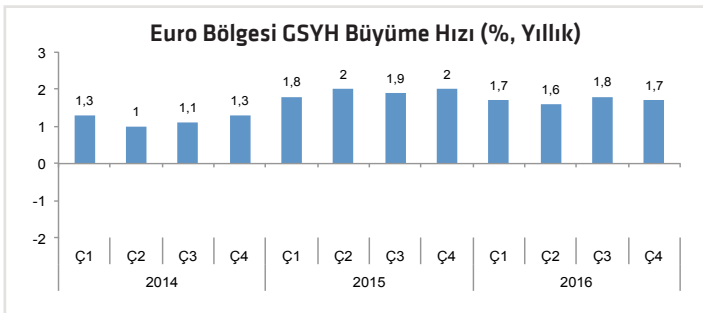
AVRUPA, ABD VE YÜKSELEN EKONOMİLER

Euro Bölgesi'nde 2016 Kasım ayında %3,2 olan sanayi üretimi yıllık değişim hızı, Aralık'ta %2 oldu. İlk tahminlere göre %1,8 olarak açıklanan 2016 yılının son çeyrek GSYH gelişim hızı da, %1,7 olarak revize edildi. Bununla beraber, bölgede 2017 Şubat ayında reel kesim güven endeksi 0,05 puan toparlanmayla 0,82 seviyesine yükselerek Haziran 2011 sonrası en yüksek düzeye ulaştı. Aynı dönemde tüketici güveninin, 1,5 puan bozulmayla -6,2 düzeyine gerilediği görüldü. Ocak işgücü ista-

tistikleri ise, bölgede işsizlik oranının %9,6 olduğunu gösterdi. Öte yandan Ocak ayında %1,8 olan yıllık tüketici enflasyonu, Şubat döneminde %2'ye yükselerek 2013 Ocak ayından sonraki en yüksek seviyeye ulaştı. Bu dönemde çekirdek enflasyonun ise %0,9 oranında kaldığı gözlemlendi. Yılın ilk çeyreğinde bölgede siyasi gündem yoğunlaşırken, ilk etapta 15 Mart tarihindeki Hollanda seçimlerinden çıkacak sonuç bekleniyor. Yıllık bazda düşüş eğilimini 2016 Aralık ayında geride bırakarak %0,7 oranında artış

kaydeden ABD sanayi üretimi, yeni yılın ilk ayında değişim göstermedi. ABD'de imalat PMI ise, Şubat ayında 0,7 puan düşüşle 54,3 oldu. Ocak döneminde 98,5 düzeyine yükselen 13 yılın zirvesine tırmanmış olan tüketici güven endeksinin de, Şubat'ta 96,3'e gerilediği gözlemlendi. PMI ise aynı dönemde 1,6 puan artışla 57,7 oldu. Öte yandan ABD'de işsizlik oranı Ocak döneminde %4,8'e çıkarken, yıllık tüketici enflasyonu yılın ilk ayında %2,5'e yükseldi. FED yetkililerinden gelen yoğun söylemler

çerçevesinde, piyasalarda Mart ayında yapılacak FOMC toplantısında bir faiz artışı gelmesi beklentisinin önemli ölçüde yükseldiği gözleniyor. Yükselen ekonomilere dair 2016 son çeyrek büyüme verileri açıklanmaya devam ediyor. Buna göre Hindistan ekonomisi bu dönemde yıllık bazda %7 oranında ve beklentilerin üzerinde bir gelişim hızı sergiledi. Hindistan'ın son çeyrekteki performansında, hızlanan özel tüketim ve kamu harcamalarının yanı sıra, yukarı yönlü gelişim sergileyen yatırımlar da etkili oldu.



Euro Bölgesi Ekonomisi %1,7 Büyüdü

Bölgede Enflasyon %2'yi Gördü



Ortalama Fonlama Maliyeti Yükseldi



Tarım Dışı İşsizlik Oranı %14,3 Oldu



İşsizlik Oranı %12,1'e Yükseldi





İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)

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

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 İhracatçılar 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



İHRACATÇI BİRLİKLERİ

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

Doğu Anadolu İhracatçı 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

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

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

Batı Akdeniz İhracatçı Birliği (BAİB)

Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: baib@baib.gov.tr
Web: www.baib.gov.tr

Doğu Karadeniz İhracatçı 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

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

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

Denizli İhracatçı 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

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

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

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

İLGİLİ KURUMLAR

Ayakbaki Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 549 36 12
e-posta: info@aysad.org
Web: www.aysad.org

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
e-posta: mesiad@mesiad.org.tr
Web: www.mesiad.org.tr

Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30
e-posta: info@denimder.com
Web: www.denimder.org.tr

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

Tel: 0 212 470 51 53
Web: www.tasev.org.tr

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

Tel: 0 212 320 82 00
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

Tel: 0212 296 90 45
Web: www.mtd.org.tr

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15
e-posta: info@tigsad.org
Web: www.tigsad.org

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56
e-posta: tgsd@tgsd.org.tr
Web: www.tgsd.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08
e-posta: csd@csd.org.tr
Web: www.csd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)

Tel: 0 212 231 92 85
e-posta: otiad@otiad.org.tr
Web: www.otiad.org.tr

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71
e-posta: info@tasd.com.tr
Web: www.tasd.com.tr

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02
e-posta: info@turdev.org
Web: www.turdev.org

İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66
e-posta: vakif@itkib.org.tr
Web: www.ihkibev.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05
e-posta: orsad@orsad.org.tr
Web: www.orsad.org.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47
e-posta: info@tdkd.org.tr
Web: www.tdkd.org.tr

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60
e-posta: info@trisad.org
Web: www.trisad.org

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 – 97
e-posta: kysd@kysd.org.tr
Web: www.kysd.org.tr

Tescilli Markalar Derneği (TMD)

Tel: 0 212 245 69 29
e-posta: info@tescillimarkalar.org.tr
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)

Tel: 0 232 488 61 23
e-posta: targdev@targev.org.tr
Web: www.targev.org.tr

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTSD)

Tel: 0 282 758 35 64
e-posta: info@tttsd.org.tr
Web: www.tttsd.org.tr

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 – 53
e-posta: lasiad@lasiad.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05
e-posta: info@turktekstilvakfi.com
Web: www.turktekstilvakfi.com

*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®


ÇMS® | **BALSUYU**®
TEKSTİL MENSUCAT

En değerli ikili!

Ring ve open-end iplik, örme kumaş ve örme boya işletmelerimizdeki yüksek üretim kapasitesi ve modern teknolojimizle, Türk hazır giyim sektörünün güçlü bir tedarikçisi olmaktan gurur duyuyoruz.

BCI

Better
Cotton
Initiative



Ring Compact Penye
Ring Compact Karde

Ring Ekru Pamuk/Polyester
Ring Melanj Pamuk/Polyester

Slub İplikler

Open-End Pamuk
Open-End Ekru Pamuk/Polyester
Open-End Melanj Pamuk/Polyester

Örme Kumaş



FABRİKA & MERKEZ OFİS : Eyüp Sultan Mh. Recep Tayyip Erdoğan Blv. No: 150/A 46080 • Dulkadiroğlu/Kahramanmaraş/TÜRKİYE • T:+90 (344) 236 12 02 • F:+90 (344) 236 08 13

FABRİKA II : Kılılı Mh. Balsuyu Bulvarı No: 24/1 46800 • Türkoğlu/Kahramanmaraş/TÜRKİYE • T:+90 (344) 629 22 00 • F:+90 (344) 629 22 04

İSTANBUL OFİS : Çobançeşme Mh. Mithat Paşa Cd. No: 37/2 • Yenibosna/Bahçelievler/İstanbul/TÜRKİYE • T:+90 (212) 639 21 20 • F:+90 (212) 639 37 07