

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

2018 SAYI 300





StyleShoots Live'ı Instagram'da keşfedin! @astasjuki



ASTAS JUKI
Teknoloji ve Çözümler Dünyası

 StyleShoots



MADALINE
trendsetter

Dokuma Değil
Örme Değil
**Ezber
Bozan
Kumaş**

WWW.
madalinefabric
.com

MOGUL
Diversity in Nonwovens

İÇİNDEKİLER



24

TÜRKİYE'NİN HALIYA ÖZEL EN BÜYÜK ETKİNLİĞİ



40

İHİB HALIYA YENİ TASARIMCILAR KAZANDIRDI



74

BLOGGER'LAR TASARIMCI SAYILIR MI ?

4 SEKTÖR

Gümrük süreçlerinde yaşanan sorunlar İTKİB'in merceğinde

6 PROJE

Örme Kümelenme Projesi'ne "En İyi Uygulama" ödülü

8 SEKTÖR

Ukrayna'dan Türk firmalarına davet

16 YARIŞMA

Dokuma fabrikasında muhteşem gece: "ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması"

20 BULUŞMA

İHKİB Okullarında sektör öğrenci buluşması

22 ZİYARET

Külliye'ye madalyonlu Uşak halısı hediye edildi

26 FUAR

İSTANBUL RUG SHOW adım adım büyüyor

34 HALI HAFTASI

Türk halısına yakışan etkinlik İstanbul Uluslararası Halı Konferansı

38 YILIN HALICISI

Halıda fark yaratan isim: Burak Aydoğan

52 İHRACAT ÖDÜL TÖRENİ

Halının gurur gecesi

56 SERGİ

Tarihi köşkte kilim sergisi

60 RÖPORTAJ

Türk halısına değer katan kurum; İHİB

66 SERGİ

Tarih kokan kilimler, Tarihi Yarımada'da

78 ANALİZ

Avrupa ev tekstili pazarında tüketicinin tercihleri trendleri belirliyor

84 RÖPORTAJ

"Şanslıyım İMA, bana cesaret verdi"

SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V. Mustafa Bektaş

YAYIN KURULU BAŞKANI

Özkan Karaca

YAYIN KURULU

BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan Tepe
Hikmet Ünal
Bekir Burak Uyguner
İbrahim Geyikoğlu

YAYIN KURULU

HAZİR GİYİM

Bırol Sezer
Aydın Erten
Mithat Samsama

TEKSTİL

M. Fatih Bilici
Ali Sami Aydın
Orhan Aydın

DERİ

Oğuz İner
Tanju Tamer Geçgören

HALI

Bülent Metin
İlker Dodanlı
Hamza Küden
Kadir Sarım

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

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


küçük mucizeler
—yayıncılık ve iletişim—

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Erkan Ersöz
erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Kübra Demir
kubra@kucukmucizeler.com

EDİTÖR

Cenk Saroğlu
cenk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed Akdeniz
muhammed@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF

Fatih Yalçın
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ
Özgür Hasçelik
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

İLETİŞİM

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

BASKI-CİLT

KARAKIŞ BASIM
Maltepe Mahallesi Litros Yolu Cad.
2. Matbaacılar sitesi No: 1BF1
Zeytinburnu/İSTANBUL

DAĞITIM

PTT

Hedef Dergisi İTKİB üyelerine ücretsiz olarak dağıtılır.

Alıntı yapılması yazılı izne tabidir.
Gönderilen yazı ve fotoğraflar iade edilmez. Yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.



Adres: Piyer Loti Cad. Sinanağa Apt. No:9/1-10
Çemberlitaş/Fatih-İSTANBUL 34122
Tel: 0212 458 26 25

Mail: info@knotisse.com

 [instagram.com/Knotisse](https://www.instagram.com/Knotisse)



GÜMRÜK SÜREÇLERİNDE YAŞANAN SORUNLAR İTKİB'in merceğinde





> Ahmet Öksüz
> İTHİB Başkanı



> Özkan Karaca
> İHKİB Başkan Yardımcısı



> Mustafa Şenocak
> İDMİB Başkanı

Firmaların ve sektörlerin gümrüklerde karşı karşıya kaldığı sorunlar İTKİB Genel Sekreterliği ev sahipliğinde gerçekleşen istişare toplantısında mercek altına alındı. Toplantıda iş birliğinin kuvvetlendirilmesi gerektiği sonucuna varıldı.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Genel Sekreterliği ev sahipliğinde 9 Kasım 2018 tarihinde İstanbul Gümrük ve Ticaret Bölge Müdürü Mehmet Hatipoğlu ve Bölge Müdürlüğüne bağlı gümrük müdürleri istişare toplantısı gerçekleşti. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Yönetim Kurulu Üyelerinin katılım sağladığı toplantıda Birlik üyesi firmaların ve sektörlerin gümrüklerde karşı karşıya kaldığı sorunlar ve çözüm önerilerine ilişkin görüş alışverişinde bulunuldu.

“İş birliği güçlendirilmeli”

Bölge Müdürü Hatipoğlu ve beraberindeki Gümrük Müdürlerinin katıldığı ve her yıl düzenlenmesiyle artık geleneksel hale gelen istişare toplantısına İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Özkan Karaca ve Jale Tunçel, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman ve İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak katıldı. İHKİB Başkan Yardımcıları Özkan Karaca ve Jale Tunçel hızlı hareket kabiliyetine sahip hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün gümrüklerde kırmızı hat kaynaklı uygulamalardan olumsuz etkilendiğini ifade ederek bu alanda memur inisiyatifiyle sarı hattan kırmızı hat-ta sevk edilen ürünler için ihracatçı lehine esneklik talebinde bulundular. Toplantıda Birlik temsilcileri ise tekstil sektöründe faaliyet gösteren üye firmaların ihracatta gümrük süreçlerinde yaşadıkları sorunları dile getirdiler. Gümrük iş ve işlemlerinin hızlandırılması ile aksayan yönlerin tespit edilmesini kolaylaştırmak adına görüş

alışverişinde bulunulan toplantıda çözüm önerileri de paylaşıldı. Toplantıda ticaretin kolaylaştırılması, doğru ve hızlı yürütülmesinin ortak amaç olduğu vurgulandı. Ayrıca ülke dış ticaretinin önemli kısmının gerçekleştiği ilimizde bu tür istişarelerin ihracatımızın önemli avantajı olan hızlı teslim sürelerine katkı yapacağı değerlendirildi.



Örme Kümelenme Projesi'ne Ticaret Bakanlığı'ndan "EN İYİ UYGULAMA" ÖDÜLÜ

Örme Kümesi Ticaret Bakanlığı tarafından danışmanlık faaliyetlerinde gösterdiği başarı dolayısı ile **185 URGE projesi** arasından iyi uygulama örneği olarak seçildi. Küme adına sertifikayı İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan aldı.

Ticaret Bakanlığı'nda "5. Kümelenme Konferansı" düzenlendi. Etkinlikte, proje temsilcileri tarafından UR-GE kapsamına alınan 2017-2018 yılı kümelenme faaliyetleri çerçevesindeki iyi uygulama örnekleri tanıtıldı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, konferansın açılışında yaptığı konuşmada, Ticaret Bakanlığı sayesinde UR-GE ile rekabet edebilirliğin önemli bir unsuru olan kümelenmenin kamu politikalarının gündemine girdiğini söyledi. 373 UR-GE projesini destek kapsamına aldıklarına işaret eden Pekcan, amaçlarının firmaları bir araya getirerek rekabet gücü kazanmalarını sağlamak olduğunu bildirdi. Pekcan, projelerin, nükleer enerji sanayisinden mobilyaya, yaş meyve sebze den tekstile, elektrik elektronikten tohum sanayisine ve mücevherata kadar geniş bir sektör yelpazesine sahip olduğunu dile getirdi. İHKİB'in 2016 yılından bu yana 21 ihracatçı firma ile sürdürdüğü Örme Kümelenme Projesi, Ticaret Bakanlığı tarafından danışmanlık faaliyetleri alanında 185 URGE projesi arasında en iyi uygulama olarak seçildi. Küme adına sertifikayı İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan aldı.

Performansı takip edilebilir küme modeli

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği yetkilileri "en iyi uygulama" seçilen Örme Kümelenme Projesi'ni şu sözlerle anlattılar: "İHKİB olarak yürüttüğümüz projelerde 20'ye yakın yurt dışı pazarlama faaliyeti, 40'ı aşkın eğitim ve danışmanlık programı tasarladık ve uyguladık. Her bir projeye ihtiyaç analizi ile başlanması şartına, her bir projenin etki analizi ile tamamlanması prensibini de ekleyerek performansı takip edilebilir küme modeli



kurgulanmıştır. Söz konusu kümelerimiz arasında bu yıl danışmanlık programlarındaki performansı ile iyi uygulama örneği olarak seçilen örme konfeksiyon kümesinde tamamı private label yoğun çalışan imalatçı/ihracatçı yapıdaki firmaların kapasite kullanımlarını iyileştirmeye ve hedef pazarlarında güçlenmelerini sağlayacak

danışmanlık programlarına odaklanıldı. Örme Kümesi'nin URGE yol haritasında üretim öncesi ve üretim süreçleri, tasarım, Ar-Ge & inovasyon, sosyal uygunluk ve satış-pazarlamada nöro-bilim prensipleri gibi teknik eğitim/danışmanlık faaliyetlerine ve yeni pazarlara açılımlarını sağlayan etkinliklere yer verilmiştir."

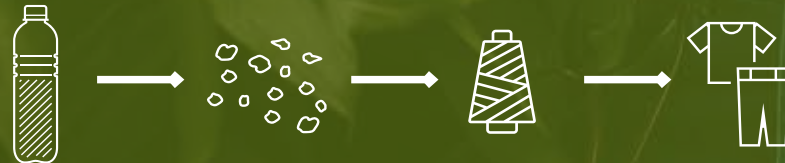
"Danışmanlık faaliyetleri alanında en iyi uygulama; İHKİB'den..."



ecoVerde

Mükemmel bir performans için % 100 geri dönüşümlü polyester

- *% 100 geri dönüşümlü polyesterden yapılmıştır.*
- *Çok amaçlı kullanıma uygun, üst kalite dikiş ipliğidir.*
- *Kalite ve performanstan asla ödün vermez.*



www.Coats.com

Ukrayna'dan TÜRK FİRMALARINA DAVET

Ukrayna'da kurulması planlanan Uluslararası Moda Merkezi'nin tanıtımı için İTHİB yönetimi ile bir araya gelen Ukraynalı yetkililerden Türk firmalarına anlamlı davet.



İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Muhasip Üyesi Mustafa Denizer, Ukrayna'nın tekstil ve hazır giyim endüstrilerinin Ulusal Sanayi Ortaklığı temsilcilerinden "Fashion Globus Ukraine" yetkilileri ile 5 Kasım 2018 tarihinde bir araya geldi. Ukrayna'nın bütün bölgelerinden 190'dan fazla üreticiyi bir araya getiren ve Ukrayna'da Tasarım Sanatları ile Hafif Endüstri'nin ekonomik gelişim stratejisini belirlemeye etki eden kuruluşlardan birisi olan Dernek, Türk üreticilerini Ukrayna pazarında ürünlerini satmaya davet ettiklerini belirttiler.

İlk adımlar atılıyor

Bu kapsamda, Ukrayna'da kurulması planlanan Uluslararası Moda Merkezi'nin de tanıtımını yapan Ukraynalı yetkililer Türk firmalarının bu merkezde yer almalarının nitelikli bir iş birliği geliştirmenin ilk adımı olabileceğini ifade ettiler. Toplantıda, Ukrayna'nın her açıdan son derece önemli bir ülke olduğunu vurgulayan Öksüz, iki ülke

arasındaki ilişkilerin birbirini tamamlayarak devam etmesi gerektiğini sözlerine ekledi.

Ukrayna'ya ticaret heyeti düzenlenecek

Karşılıklı iş birliğini geliştirmek adına önümüzdeki dönemde Ukrayna'ya yönelik bir ticaret heyeti düzenlenmesi kararlaştırılan toplantının sonunda İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Fashion Globus Ukraine Başkanı Golda Vinogradskaya'ya günün anısına bir hediye takdim etti. Gerçekleştirilen toplantı sonrasında İTHİB tarafından Ukrayna'ya tekstil ve hammaddeleri sektöründe bir ticaret heyeti organizasyonu gerçekleştirmek üzere girişimler başlatıldı.



"Buluşmada önümüzdeki dönemlerde Ukrayna'ya bir ticaret heyeti düzenlenmesi kararlaştırıldı."

DOMOTEX 2019

HALI VE ZEMİN KAPLAMALARI DÜNYASI

11–14 Ocak 2019

Hannover • Almanya

domotex.de



CREATE'N'CONNECT

Uluslararası pazarlar hakkında bilgi edinmek, müşterilerinizin ilgisini çekebilecek yeni ürünleri , çeşitli etkinlik ve forumları, iş çevrelerindeki yükselen trendleri ve çok daha fazlasını deneyimlemek için 2019 yılı **CREATE'N'CONNECT** konseptiyle **DOMOTEX** dünyasını keşfedin!



Deutsche Messe

The World of Flooring

DOMOTEX



İTHİB, URGE projeleriyle sektöre dinamizm katıyor

İTHİB Yönetim Kurulu Toplantısı; Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güllü'nün tezrifleriyle gerçekleşti. Toplantıda İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz; URGE projeleri ile sektöre yeni bir dinamizm kazandırmayı hedeflediklerini söyledi.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından 8 Kasım 2018 tarihinde gerçekleştirilen Yönetim Kurulu Toplantısı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü'nün tezrifleri ile gerçekleştirildi. TİM Başkanı İsmail Güllü Türkiye'nin yılsonu gerçekleştirilmesi hedeflenen 170 milyar dolar ihracat hedeflerine ilişkin bilgi verdi. Tekstil ve hammaddeleri sektörünün gündemini, sektör projelerini, sektörün sorunlarını ve çözüm önerilerine ilişkin İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile görüş alışverişinde bulunan Güllü, her sektörün Türkiye'nin ihracat hedefleri doğrultusunda üzerine büyük sorumluluklar düştüğünü ifade etti.

Hedef, farklı dinamizmler

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ise konuşmasında, tekstil ve hammaddeleri ihracatının Ekim ayı içerisinde tüm zamanların en yüksek Ekim ayı ihracat rekorunu kırdığını ifade ederek, gerçekleştirilmeyi planladıkları yeni URGE projeleri ile sektöre farklı bir dinamizm kazandırmayı hedeflediklerini belirtti.



İTHİB Yönetim Kurulunun gündem maddelerini ise İTHİB'in hayata geçireceği URGE projeleri; Mısır, Ukrayna ve Meksika'ya gerçekleştirilmesi planlanan Ticaret Heyetleri, Alım Heyetleri ve sektörel problemler ve çözüm önerileri oluşturdu.

"URGE projeleriyle 170 milyar dolar ihracata ilerliyoruz."

DOMOTEX TURKEY

27 - 30 Nisan 2019

Gaziantep

domotexturkey.com



Fuar Alanı:
Ortadoğu Fuar Merkezi

Online Kayıt İçin:
domotexturkey.com



Deutsche Messe

Halı ve Zemin Kaplamalarının Türkiye ve Orta Doğu'daki Merkezi

DOMOTEX
Turkey

Organizator

Hannover Fairs Turkey Fuarçılık A.Ş.
Tel. +90 212 334 69 00
Fax +90 212 230 04 80
info@hf-turkey.com
www.hfturkey.com

Destekleyenler



Türkiye
Güçünü ve
Potansiyelini Keşfet



Resmi
Havayolu



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



İTHİB Yönetim Kurulu'ndan

İSTANBUL SANAYİ ODASI'NA ZİYARET

İTHİB Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri, ISO Başkanı Erdal Bahçivan'ı makamında ziyaret etti. Ziyarete tekstil sektörünün güncel konuları ile ilgili fikir alışverişinde bulunuldu ve sektörün çok daha iyi bir noktaya gelmesi için neler yapılabileceği konuşuldu.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetimi, İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan'ı ziyaret etti. Odakule'deki ziyarette İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz'e Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, aynı zamanda İSO Yönetim Kurulu Üyesi olan İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe ile Vehbi Canpolat ve Şerafettin Demir, Ali Sami Aydın, Denetim Kurulu Üyeleri Fikri Kurt ve Osman Ege de eşlik etti. Genel ekonominin yanı sıra, tekstil sektörünün güncel konularıyla ilgili fikir alışverişinin yapıldığı

görüşmede, İTHİB Yönetimi, bazı tekstil ve konfeksiyon atölyelerinin Doğu ve Güneydoğu'ya taşınması ile ilgili projelerine İSO'nun da destek olmasını istedi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz bu konuda şunları söyledi: "Güneydoğu Anadolu'da birçok kişiye işsizlik parası ödeniyor. Bu insanlarımızın bu projemiz ile aldıkları ücretleri asgari ücrete tamamlamak istiyoruz. Ama aynı zamanda üretime de katılarak bunu yapmalarını sağlamak için bir proje üzerinde çalışıyoruz. Bunun için bölgeye gitmek isteyen tekstil ve konfeksiyon atölyelerinin özendirilmesi ve bu işsiz gençlerin açılacak bu

atölyelerde istihdam edilmesini sağlamaya çalışıyoruz. Konuyla ilgili olan bakanlıklarımızla görüşmelerimiz sürüyor. Özellikle atıl durumdaki kent içindeki kamu binalarının bu proje için tahsis edilmesini istiyoruz. Bu proje için İSO'nun da desteğini bekliyoruz."

"Birlikte hareket etmeliyiz"

İstihdamın bölge ekonomisi için çok önemli bir konu olduğunu söyleyen ve bu projelerinde İSO olarak desteklerinin tam olacağını vurgulayan İSO Başkanı Bahçivan ise "Bu ve benzer temel konularda komiteler kurup birlik te projeler üretmek bölgeye yönelik yatırım ve istihdamın artırılması için birlikte hareket etmeliyiz. Özellikle büyük şirketleri pazarla da buluşturarak bir cazibe yaratmak mümkün. Bunun gibi birçok konuda mümkün olduğu kadar el ele vererek fikirlerimizi katmanlaştırmalıyız" dedi. İSO Başkanı Erdal Bahçivan, ziyaret sırasında tekstilin Türk sanayisinin ve ihracatının ana sektörü olduğunu hatırlattı. Ekonomimiz içindeki ağırlığını ve gücünü her dönemde hissettiren tekstilde ihracat kültürünün yüksek olduğunu dikkat çeken Bahçivan, üç nesli tamamlayan tekstilin Türkiye ekonomisine her anlamda en çok katkı sağlayan sektörlerin başında geldiğinin altını çizdi.



Eğitim şart!

Tekstilde eğitimin öneminin çok büyük olduğuna işaret eden Bahçivan, teknoloji ve modern tekstil kavramlarını öne çıkaran bir eğitim ve sanayi işbirliğinin oluşturulması gerektiğini dile getirdi. Ankara'nın da bu konuya çok pozitif yaklaştığına değinen Bahçivan, bunun bir sonucu ulaşabilmesi için hedeflerini doğru koymaları gerektiğine işaret etti. Eğitimin aynı bir orman gibi çok önem ve ilgi isteyen bir konu olduğunu anlatan Bahçivan, İTKİB üyelerine staj konusunu ciddiyetle

ele almaları gerektiğini belirtti. Yeni neslin artı yönlerini iyi gözlemlemelerini öneren Bahçivan, yeni neslin pozitif yönlerinin doğru kullanılabilmesi halinde ekonomimize büyük bir değer ve fırsat yaratacağını söyledi. Eğitimde en büyük sorunun öğretmen olduğunu vurgulayan Bahçivan, "Önümüzdeki 20 yılda Türkiye'nin en parlak öğrencilerini öğretmen yapma yolunu mutlaka bulmalı. Bu konuda özendirici ne kadar imkân varsa bunun için seferber etmeliyiz" dedi. Yatırımlar ile ilgili sanayi arsalarının yatırımcıya

ait olmasını savunduklarını dile getiren Bahçivan, arsaların 49 yıllığına sanayicilere kiralanması gerektiğini belirterek bu yöndeki söylemlerinin giderek Ankara'da bir "ortak akıl" haline geldiğini ve önümüzdeki günlerde bu alanda olumlu adımların gelmesini beklediklerini dile getirdi.

Tekstil Mühendislerine burs ve iş garantisi

İTKİB Başkanı Ahmet Öksüz ise sektörün en önemli sorununun yetmişmiş kalifiye eleman olduğunu söyledi. Buna karşın tekstil mühendislikleri bölümlerinin öğrenci bulamadığına değinen Öksüz, zor bir dönemden geçtiklerini ve bu konuya sahip çıkmaları gerektiğini anlattı. En azından burs ve iş garantisi altında üniversitelerin tekstil mühendisliği bölümlerine sahip çıkmak istediklerini dile getiren Öksüz, eğitime herkesin sahip çıkması gerektiğini ve bu konuda YÖK ile bir toplantı yapacaklarını aktardı. Öksüz, üniversite-sanayi iş birliğini sektör olarak önemli bir hedef olarak gördüklerini belirtti.

"İTKİB Başkanı Ahmet Öksüz; üniversitelerin tekstil mühendisliği bölümüne burs ve iş garantisi ile sahip çıkılması gerektiğini vurguladı."



İDMİB'DEN

URGE değerlendirme toplantıları

2018-2019 URGE Değerlendirme Toplantıları; 12 Kasım tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. Toplantının ana gündem maddesini, sektörün kazandığı başarıya **URGE projelerinin katkı sağlaması** oluşturdu.



İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin Ticaret Bakanlığı'nın destekleriyle yürüttüğü Ayakkabı, Deri Konfeksiyon ve Saraciye URGE proje çalışmaları sürüyor. 12 Kasım 2018 tarihinde İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları İslam Şeker ve Güven Karaca, İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Tamer Geçgören, Oğuz İner, Saraciye Sanayicileri Derneği Başkanı Cemal Aydın, Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği Başkanı Gürkan

Gözmen, sektör temsilcileri ve çok sayıda küme üyesinin katıldığı 2018-2019 URGE Değerlendirme Toplantıları Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi.

URGE projeleri ile hedeflere emin adımlarla

İDMİB'in ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektörlerine yönelik olarak yürüttüğü projeleri arasında yer alan URGE'ler kapsamında proje takviminde yer

alan 2018 yılı faaliyetleri değerlendirildi. 2019 yılında gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetler ise üyelerin görüş ve önerileri ışığında 2019 yılı URGE faaliyet takvimine alındı. Deri ve deri mamulleri ihracatının yakaladığı başarı doğrultusunda URGE projeleri ile hedeflenen pazarlarda bu başarıya katkı sağlamak ve bu yönde üyelerin ihracat kapasitesini artıracak eğitim ve danışmanlıklar alınması noktasında kararlar alındı.



> İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları İslam Şeker ve Güven Karaca ile İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Tamer Geçgören ve Oğuz İner önderliğinde "URGE Değerlendirme Toplantıları" gerçekleştirildi.



> Gün boyunca gerçekleşen toplantılarda üyelerin görüş ve önerileri ışığında 2019 yılında gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetler URGE faaliyet takvimine alındı.



Dokuma fabrikasında muhteşem gece:

"ATHİB DOKUMA KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI"

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği tarafından 2012 yılından beri düzenlenen "ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması"nın 7'ncisinde dereceye girenler ödülleri kavuştu. Muhteşem final gecesinde davetlileri bekleyen bir de sürpriz vardı.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri çatısı altındaki sekiz İhracatçı Birliği'nden biri olan Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği tarafından, dokuma kumaş üretiminde tasarımcı kimliğinin güçlenmesine yardımcı olacak tasarımcı adayları ve tasarımcılara kendilerini ifade etme şansı vermek amacıyla bu yıl 7'ncisi düzenlenen ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması Ödül Töreni 31 Ekim 2018 tarihinde Adana Müzesi (Eski Milli Mensucat Dokuma Fabrikası)'nde gerçekleşti. Final Gecesine Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güllü, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve sektör temsilcileri ile çok sayıda protokol katıldı.





> **Ruhsar Pekcan**
> Ticaret Bakanı

> "Bugün tasarım alanında kaliteli insan kaynağını sağlamak için yetenekli gençlerimizi desteklemek için bir aradayız."

Dokuma fabrikasında büyüleyici atmosfer

Muhteşem Final Gecesi'ne katılan davetlileri bekleyen ilk sürpriz, Mersin Devlet Opera ve Balesi'nin koreografisi ve orkestrası ile düzenlenen özel sunum oldu. 12 adet eserin seslendirildiği ve 10 finalistin tasarladığı 40 kumaşın sahneye taşındığı gece, Adana Eski Milli Mensucat Dokuma Fabrikası'nın büyüleyici atmosferi ile birleşti. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkan Vekili ve ATHİB Yarışma Yürütme Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, kumaşlara ayrı bir renk, ayrı bir duygu ve ayrı bir coşku katmaları için genç tasarımcıları desteklediklerini kaydederken, "Onlarla beraber büyüyeceğimize inanıyoruz. Bunun için de gençlerimizin önünü açmak, onların fikirlerini ve hayallerini endüstriyel ürüne dönüştürmek için çalışmaya devam edeceğiz" şeklin-

Paris Première Vision ile Design Week Turkey fuarlarında sergileme imkânına kavuştu.

"Her zamanın bir ruhu vardır"

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, 7'nci Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın ödül törenine katılan isimlerden biriydi. Pekcan, her zamanın bir ruhu olduğunu belirterek, 20-25 sene önce üretmenin önemli olduğunu, bugün ise üretimin teknoloji odaklı, tasarım ve markalaşma yolunda, ihracata yönelik yapılması gerektiğini söyledi. Ruhsar Pekcan, ihracatın önemine değinerek şöyle konuştu: "Yüksek gelirli ülkeler sınıfına çıkabilmek için tasarıma dayalı, markalı, katma değeri yüksek, teknoloji odaklı ürünlere yönelmemiz, ihracatımızı bu yönde de artırmamız gerekmektedir. Ticaret Bakanlığı olarak da vizyonumuz budur. Ülkemizin

"Mersin Devlet Opera ve Balesi'nin koreografisi izleyicileri büyüledi."



> **İsmail Gülle**
> TİM Başkanı

"Türkiye bu sene 170 milyar dolar ihracata gidiyor. Önünde de büyük hedefleri var."

de konuştu. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması kapsamında dereceye giren ve eğitimlerini İtalya'da tamamlayan Arif Kara ve Şenay Aslan ise gecenin bir başka sürprizi oldu. Tasarımcıların lansmanlarının da yapıldığı gecede, dokunan 40 kumaş bu tasarımcıların imzaları ile sahnelendi. Yarışmada birinciliği Düzlem (Bauhaus) teması ile Berna Süslü, ikinciliği Blue Butterfly teması ile Şansım Televi Boğa ve üçüncülüğü de Mutual Core teması ile Gizem Nur Bağ kazandı. Finalistler arasında dereceye layık görülen tasarımcılardan, 1'inciye 15 bin TL, 2'nciye 12 bin TL, 3'üncüye ise 9 bin TL para ödülü verildi. İlk 3'e girenler Ticaret Bakanlığı'nın uygun gördüğü kontenjan çerçevesinde yurt dışında eğitim imkânına da kavuştu. Gecede dereceye giren ilk 10 finaliste dokuma tezgâhı hediye edildi ve finalistler tasarımlarını

bulduğu konuma yakışacak şekilde tasarım konusuna eğildiğimizi sizler de biliyorsunuz. ATHİB'e de katkıları ve çabaları için teşekkür ediyoruz."

"Tasarımcılarımızı destekliyoruz"

Türkiye'de tasarım kültürünün yaygınlaştırılması amacıyla, tasarımcılara, şirketlere destek sağladıklarını ifade eden Pekcan, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Çabalarımız neticesinde, tasarım dünyasında Türkiye'nin yeri vurgulanmaya başlanmıştır ama daha gidecek çok yolumuz var. Kaliteli tasarım sürecinde, kaliteli insan kaynağı gerekmektedir. Bu çerçevede, tasarımcılarımıza bu ve benzeri yarışmalar aracılığıyla hayallerini gerçekleştirme fırsatları sunuyoruz. Tasarım yarışmalarımızda derece alan tasarımlarımızın, yarışmacıla-

rimızın yurt dışında dünyanın en iyi okullarında eğitim almalarını sağlıyoruz. Bu doğrultuda 143 tasarımcımızı destekledik." Pekcan, 397 tasarım ve ürün geliştirme projesine de destek verdiklerini anlatarak, "Bugün tasarım alanında kaliteli insan kaynağını sağlamak için yetenekli gençlerimizi desteklemek için bir aradayız" diye konuştu.

"Türkiye 170 milyar dolar ihracata gidiyor"

TİM Başkanı İsmail Gülle ise; Türkiye'nin önünde hedefleri olduğunu vurgulayarak şöyle konuştu: "Türkiye bu sene 170 milyar dolar ihracata gidiyor. Önünde de büyük hedefleri var. Bu ihracat hedeflerini, ya milyonlarca ton üretimle yapacak ya da değerli ürünlerle yapacak. İkisinden birisini tercih edecek. Biz aslında yolumuzu seçtik. Katma değerli, birim fiyatı yüksek ürünleri üretmek ve satmak durumundayız. Bunu nasıl sağlayacağız? İşte bu akşam olduğu gibi gençlerimizi, gençlerimizin hayallerini bizim endüstrimizin deneyimiyle birleştirerek ortaya çıkan bu değerlerle yapacağız. Biz 3-5 dolara satılan malları, ne zaman 10-15 dolara satarız, bunları konfeksiyon haline getirir ne zaman 30-40-50 dolarlara gider, işte bizim aradığımız yol bu. Bu yolu yapmak için gerekiyorsa biz bu yola



gideceğiz, bunun geri dönüşü yok. Bunu yapan ihracatçı birliklerimiz var. 30 senedir bu yarışmaları yapan, Türkiye'nin moda ve tasarımcısı olan arkadaşlar var." Gülle, sözlerini şöyle tamamladı:

"Bu ülkenin büyümesi, kalkınması, yolu ihracatla olacak. Üreteceğiz ve satacağız. Daha fazla satarak biz bu ülkeyi gelişmiş 10 büyük ülke ekonomisi içerisine sokacaksak yolumuz ve hedefimiz belli. O yüzden gençlerimizi bu işlerin içerisinde koşturmanız lazım. Onların dinamizmi bizim için önemli."

ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda

BİRİNCİYE

15 BİN TL

İKİNCİYE

12 BİN TL

ÜÇÜNCÜYE

9 BİN TL

10 FİNALİSTE

DOKUMA TEZGAHI

İLK ÜÇE

YURT DIŞI

EĞİTİM HAKKI

10 FİNALİSTE

Tasarımlarını PARIS PV ile

DESİGN WEEK TURKEY

Fuarları'nda sergileme imkânı



> Muhteşem geceye katılan isimler arasında İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz de vardı.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'den ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz; güncel ekonomik gelişmelerin değerlendirildiği toplantıda üretici ve ihracatçıların sorunlarını Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'a ileterek, çözüm önerilerini paylaştı.



Adana'da 1 Kasım 2018 tarihinde Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, TİM Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, EXİMBANK Genel Müdürü Adnan Yıldırım, Adana Valisi Mahmut Demirtaş, Adana Büyükşehir Belediye Başkanı Hüseyin Sözlü ve tekstil ve hammaddeleri sektörünün sektör temsilcilerinin çok yoğun katılımları ile güncel ekonomik gelişmelerin değerlendirildiği bir toplantı gerçekleştirildi.

toplantıda, Adana ve çevre illerden gelen sektör yetkilileri, tekstil ve hammaddeleri sektörünün temel problemlerini dile getirerek görüş alışverişinde bulundular

Cumhuriyet tarihinin en yüksek Ekim ayı

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz gerçekleştirilen toplantıda, tekstil ve hammaddeleri sektörünün genel ihracatından ve Türkiye ekonomisindeki konumundan bahsederek; Ekim ayı ihracatı içerisinde hem Türkiye geneli hem tekstil ve hammaddeleri sektörünün Cumhuriyet tarihinin en yüksek Ekim ayı ihracatının ortaya çıkmasından duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Başkan Ahmet Öksüz, konuşmasının devamında üretici ve ihracatçıların sorunlarını Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'a arz ederek, çözüm önerilerini paylaştı. Sektör temsilcilerinin çok yoğun bir ilgi ile takip ettiği





İHKİB OKULLARINDA SEKTÖR ÖĞRENCİ BULUŞMASI

İHKİB Eğitim Komitesi, İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde sektör öğrenci buluşmalarını düzenledi. Başta İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, Başkan Yardımcısı Jale Tunçel olmak üzere yönetim kurulu üyeleri etkinliklere katılarak öğrencilerin sektöre ilişkin pek çok sorusuna yanıt verdiler.

İstanbul Hazır Giyim Konfeksiyon ve İhracatçılar Birliği Yönetim Kurulu; her geçen yıl mesleki ve teknik eğitime verdiği önemi ve desteği artırıyor. Bu kapsamda belirli aralıklarla Eğitim Komitesi koordinasyonunda düzenlenmesi planlanan

sektör öğrenci buluşmalarının son ayağı geçtiğimiz günlerde gerçekleşti. Buluşmanın hedefi; mesleki ve teknik eğitimin ilk ayağını alan öğrencilerin beceri sahibi olduktan sonra mesleklerine yönelmelerine katkı sunmak olarak açıklandı.

Başkan Mustafa Gültepe'den gençlere tavsiyeler

İlk olarak; 1 Kasım 2018 tarihinde İHKİB Yönetim Kurulu ve İHKİB Eğitim Komitesi Üyesi Müge Hepyüksel Keçik; İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu

Lisesi'ni ziyaret ederek öğrencilerle kısa bir söyleşi gerçekleştirdi. Okul Müdürü Mehmet Küçük tavaşlı'nın da katılım sağladığı buluşmada öğrencilerin akıllarındaki pek çok soru da cevaplanmış oldu. 2 Kasım 2018 tarihinde ise İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı Timur Bozdemir, İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret ederek öğrencilerle buluştu. Öğrencilere kendi başarılarından da bahseden Timur Bozdemir, bir işe başlamadan önce niyet etmenin ve çok çalışmanın önemine değindi. Buluşmaya İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin Müdürü Kadir Taşdelen de katılım sağladı. Aynı gün; İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe ziyaret etti. Öğrencilerle bir araya gelen ve gençlerin sorularını yanıtlayan Gültepe; öğrencilere sektör için ne kadar önemli olduklarını anlattı ve taleplerini dinledi. 6 Kasım 2018 tarihinde ise İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret etti. Tunçel, öğretim hayatında bir yandan okurken, bir yandan çalıştığını ve şimdi ise büyük bir holdingin CEO'su olduğunu gençlerle paylaştı. Tunçel'in başarı hikayesini gençler dikkatle dinlediler. Bu buluşmaya; İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin Müdürü Canan Ertekin de eşlik etti. Mesleki teknik eğitim alan öğrencilere yönetim



> İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

kurulunun ve özellikle ihracatçı firmaların desteğinin aratarak devam edeceği, doğru staj ile öğrencilerin mesleğe yönelecekleri vurgulandı.

Akıllardaki sorular cevap buldu
İHKİB'e bağlı okulları ziyaret ederek, öğrencilerle bir araya gelen İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, böylelikle anlamlı bir dizi ziyareti de gerçekleştirmiş oldular. Okulların derslik ve atölyelerini gezerek mesleki eğitimin verildiği mekanları, kullanılan makine ve ekipmanlar ile yazılımları yerinde inceleme fırsatı bulan Yö-

netim Kurulu Üyeleri; tüm bu geziler esnasında aynı zamanda okul idarecilerine İHKİB Eğitim Komitesi'nin yapmış olduğu çalışmalarını ve Yönetim Kurulu'nun verdiği imkanlar ve mevzuat çerçevesinde yapılabileceklerle ilişkin bilgi verdiler. Aynı zamanda tüm bu çalışmaların İHKİB Eğitim Vakfı koordinasyonunca yürütüleceğinin bilgisini de paylaştılar. Öğrencilerle yapılan söyleşiler ise interaktif bir şekilde gerçekleşti. Akıllarındaki pek çok sorunun cevabını bulan öğrencilerin mutluluğu ve heyecanı ise görülmeye değerdi.

"İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, öğrencilere seslendi: Bizim için önemlisiniz."



> İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi



> İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi



KÜLLİYE'YE MADALYONLU UŞAK HALISI HEDİYE EDİLDİ

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güle ve beraberindeki heyeti, Çankaya Köşkü'nde kabul etti. İHİB tarafından özel olarak dokutulan yerli imalat madalyonlu Uşak halısı TİM, GAİB ve İHİB ortaklığında Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'ne hediye edildi.



CUMHURBAŞKANLIĞI KÜLLİYESİ'NE HEDİYE EDİLEN HALI HAKKINDA:

- 17.yüzyılda Anadolu'da dokunan madalyonlu Uşak halılarından esinlendi.
- Halının ölçüsü 26 metrekare.
- Halıya 2 milyon 600 bin düğüm atıldı.
- Halıyı 4 kadın 5 ayda dokudu,
- Yünü ise 4 farklı kadın 1 ayda çekti.
- Yüzde 100 kök boyası kullanıldı.
- 160 kilo yün kullanıldı.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, TİM Başkanı İsmail Güllü ve beraberindeki heyeti 25 Ekim tarihinde Çankaya Köşkü'nde kabul etti. Toplantıda, son dönemlerde Türkiye'ye yönelik döviz kurları üzerinden oynanan ekonomik tuzakların bozulmasında kritik öneme sahip ihracatın güçlendirilmesi için atılacak adımlar masaya yatırıldı. Görüşmede Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Cumhurbaşkanlığı Ekonomi Politikaları Kurulu Üyesi Nihat Zeybekci, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun ile AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Lütfi Elvan da hazır bulundu.

Dünyanın en büyük halı müzesi için destek

4 yıl aradan sonra Çankaya Köşkü'nde ilk kez kabul gerçekleştiren Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın TİM Heyeti ile arasındaki görüşme 1 saat 20 dakika sürdü. Ziyarette TİM, GAİB, İHİB ortaklığında Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'ne madalyonlu Uşak halısı hediye edildi. Heyette yer alan İHİB Başkanı Uğur Uysal, turistik halı ihracatına yönelik geliştirdiği proje teklifini de Cumhurbaşkanı Erdoğan'a sundu. Uğur Uysal, dünyanın en büyük halı müzesi için de Erdoğan'ın desteğini istedi.

İhracat kayıtlarına resmi olarak girmeyen turistik halı ihracatı hakkında Erdoğan'a bilgi veren Uğur Uysal, ihracatı 2 milyar doları bulan bu sektörün satacak el halısı bulmakta zorlandığını belirtti. Detayları paylaşan Uğur Uysal, şöyle devam etti: "Ülkemizin zenginleşmesinden dolayı el halısı imalatı yok denebilecek kadar az.

Dokuyucu yaşı 60'ın üzerinde. Yakında bu kültürümüzü kaybetmek üzereyiz. Bu konuda Nihat Bakanımızla daha önce bir çalışma başlattık. Ruhsar Bakanımızla inşallah devam etmeyi diliyoruz. Devletin ve sektörün dokuyucu maliyetini beraber yüklediği bir sistem öneriyoruz. Bu ülkede dokumacılık devam etsin, bu konuda desteğinizi rica ediyoruz. Sultanahmet'teki eski adliye binasının sektörümüze tahsis edilmesini rica ediyoruz, dünyanın en büyük halı müzesini yapmak istiyoruz. Böylelikle turistik satışların artışı sağlayalım. Çok ciddi bir döviz girişi sağlayalım. İstanbul Halı Haftası'nda da yurt dışından ABD'den 150'ye yakın alıcı getiriyoruz. Fuarlarımız, uluslararası konferanslarımız var. Bu haftamıza da teşekkürlerinizi ve desteklerinizi bekliyorum."

26 metrekarelik halı

Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'ne hediye edilen 26 metrekarelik halı İzmir'in Selçuk ilçesinde faaliyet gösteren Osman Can'ın firması Can Halı'nın atölyesinde dokundu. Dört genç kadının 5 ayda dokuduğu halıya

160 kilo yün hazırlandı. Anadolu yünleri yüzde 100 kök boya ile boyandı. 17.yüzyılda Anadolu'da dokunmuş Uşak halılarından esinlenilerek yapılan halının orijinallerinden biri New York Metropolitan Müzesi'nde, bir diğeri ise Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde sergileniyor. Külliye hediye edilen halının yünü el eğirmesi ve kirman olarak çekildi. Yünün hazırlanmasında 4 ayrı kadın daha 1 ay boyunca çalıştı. Yüzde 100 el dokuması olan halının, yünü çeken kadınların ikisi 85 yaşında iken diğerleri de 70 ve 68 yaşındalar. Metrekaresinde 100 bin düğüm olan halıya toplamda 2 milyon 600 bin düğüm atıldı.



A Medallion Ushak carpet,
West Anatolia
late 16th century

26 October, 2017, lot 307



Turkey



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI



TÜRKİYE'NİN HALIYA ÖZEL EN BÜYÜK ETKİNLİĞİ

İHİB tarafından Türkiye'ye kazandırılan ve Türkiye'nin haliya dair tek etkinliği olan İstanbul Hali Haftası, "Türk Halısı" markasına değer katma noktasında çok önemli bir konuma sahip. Hele ki dünyanın en eski halısı Türklere ait çıkıyorsa elbette bu etkinlik çok önemli.

Türk halısının yaşatılması, korunması ve değerlerinin artırılması anlamında önemli bir etkinlik olan İstanbul Hali Haftası, beraberinde konferanslar, sergiler, tasarım yarışması ve atölye çalışmalarıyla adeta bir festival havasında geçiyor. İstanbul Hali İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından bu yıl 3'üncüsü düzenlenen İstanbul Hali Haftası, "Türk Halısı" markasına değer katma manasında çok önemli bir yerde konumlanıyor. Dünyanın en eski halısı araştırmalarda Türklere ait çıkıyorsa, bu ürünü sadece ticarete indirgemek çok büyük bir yanlış olur.

İHİB, İstanbul Hali Haftası ile Türklerin kadim tarihine ve kültürüne sahip çıkıyor.

İSTANBUL RUG SHOW

ADIM ADIM BÜYÜYÖR



İstanbul Rug Show, 100'ü aşkın Alım Heyeti ile gerçekleşti. 5 bin metrekare alanda 3 gün süren etkinliğe 60 yerli firma katılım sağladı. İHİB Başkanı Uğur Uysal, 3 yıl öncesine göre gelişim kaydeden organizasyonun yeni hedefinin 10 bin metrekare alana yayılması olduğunu söyledi.

İstanbul Halı Haftası kapsamında dünya genelinde yerleşik makine ve el halısı ithal eden firmaları, İHİB üyesi ihracatçı firmalar ile bir araya getiren İstanbul Rug Show-Alım Heyeti, İTA Ar-Ge Merkezi'nde gerçekleştirildi. 100'ü aşkın yabancı halı ithalatçısına ev sahipliği yapan etkinlikte birçok halı ihracatçısı özel ürünlerini sergiledi. Renkli görüntülere sahne olan İstanbul Rug Show-Alım Heyeti için İHİB Başkanı Uğur Uysal, "Türk halısı sadece bu sektör ile ilgilenen insanların değil, bu topraklarda yaşayan herkesin mirasıdır. Bu zengin miras, bir adım öteye taşıyabilmek için 'tasarım' ve 'tasarımcı' kavramlarının ön plana çıkarılması gerekiyor. Düzenlediğimiz İstanbul Halı Haftası, zengin halı mirasımıza dikkat çekerken, aynı zamanda günümüz Türkiye'sinin tasarım potansiyeline uluslararası bir kimlik kazandırmayı amaçlıyor" vurgusunda bulundu.

Yoğun bir hafta

İstanbul Halı Haftası boyunca gerçekleştirilen etkinliklere de değinen Uğur Uysal, "Yoğun katılımı gerçekleştirdiğimiz İstanbul Halı Haftası boyunca halıya dair birçok çalışmamız oldu. 12.Ulusal Halı Tasarım Yarışması, İstanbul Rug Show-Alım Heyeti, 3. İstanbul Uluslararası Halı Konferansı, Vakıflar İstanbul Halı Müzesi'nde Tarihi Kilim Sergisi ve Vehbi Koç Josephine Powell Sergisi çalışmalarından başlıcaları" dedi. İstanbul Halı Haftası etkinlikleri kapsamında Ticaret Bakanlığı ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin destekleriyle, başta Amerika, Kanada ve İngiltere olmak üzere birçok ülkeden 100'ün üzerinde yabancı alıcının ağırlandığını belirten Uğur Uysal; "İhracat yapan üretici firmalarımız ile Alım Heyeti kapsamında ülkemize getirdiğimiz bu alıcıları bir araya getirerek B2B görüşmeler gerçekleştirmelerini sağlıyoruz. Sektörümüz katma değeri yüksek bir ihracat birim fiyatına sahip. Biz de pazarlarımızı çeşitlendirmek ve mevcut pazarlardaki payımızı büyütme için alım heyetlerini ne kadar önemli olduğunu biliyoruz" ifadelerini kullandı.

Bir masa bir sandalyeden 5 bin metrekareye...

Bir masa bir sandalye ile başlayan ve ardından 5 bin metrekarelik bir alana yayılan İstanbul Rug Show'un daha da büyüerek 10 bin metrekare alana yayılması için çalışmalar yürüteceklerini belirten Uğur Uysal, fuardaki stantları tek tek ziyaret ederek katılımcı firmalar ile fikir alışverişinde bulundu. Uğur Uysal, genel olarak firmaların gayet güzel hazırlanmış olduklarını belirterek farklı ürünleri görmekten gurur duyduğunu dile getirdi.

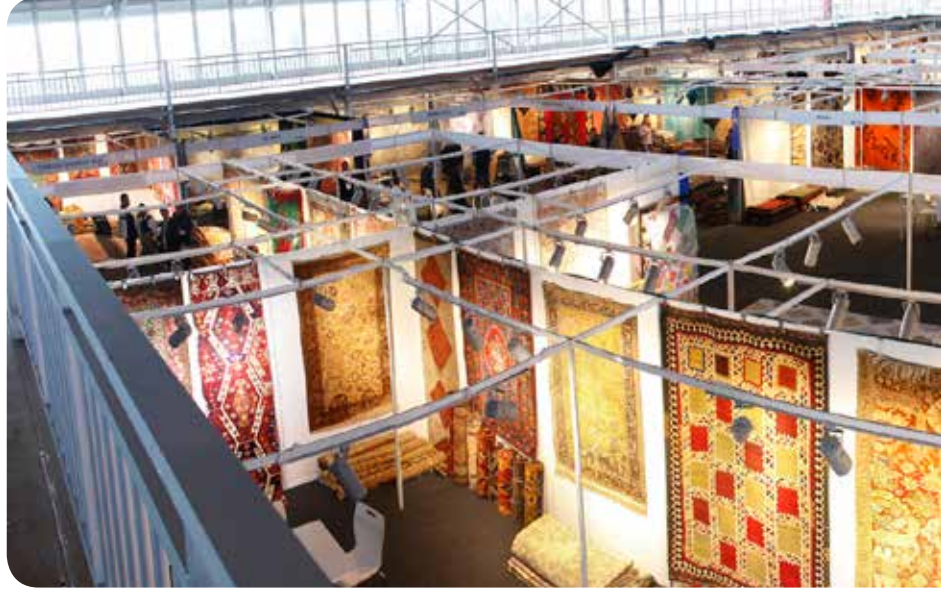


Uğur Uysal, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu çalışma son 3 yılda bir masa bir sandalye ile başladı, bugünlere geldi. Bu da gurur verici bir şey. Sektörün bizi destekliyor olması da önemli. Projelerimize inanıyorlar, bize inanıyorlar. Dolayısıyla beraber çok daha büyüteceğiz. Bu organizasyonu çok daha büyük bir fuar alanına doğru götüreceğiz. Alt sektörlerimizin de oldukça faydalanacağı bir organizasyon olduğu inancındayım." 100'ü aşkın yabancı ziyaretçinin Türk firmaları ile bulunduğu İstanbul Rug Show'da birçok halı görücüye çıktı. Firmalar ürünlerini özenle sergilediği fuarda, ziyaretçiler Türk halı ve kilimlerine yoğun ilgi gösterdi.

Organizasyondan büyük bir memnuniyet duyduklarını belirten ziyaretçiler, firmaların ürünlerini detaylı inceleyerek, ürünler hakkında bilgi aldı. Potansiyel müşteriler ile bir arada olmaktan mutluluk duyduklarını belirten firmalar, bu tür organizasyonların devam etmesi gerektiğini dile getirerek sektörün tanıtımına ihtiyacı olduğunu altını çizdiler. 2 ayrı holden oluşan fuar alanında stantlarıyla yer alan firmalar, ziyaretçilerle yüz yüze görüşmenin çok daha etkili olduğuna değindi. El dokuma ürünlerini gün yüzüne çıkaran firmalar ise, sıkıntılı zamanlar geçiren dokuma sektörü için bu etkinliğin bir umut olduğunu belirtti.

"Bu çalışma son 3 yılda bir masa bir sandalye ile başladı, bugünlere geldi. Bu da gurur verici bir şey. Sektörün bizi destekliyor olması da önemli."

> İHİB Başkanı Uğur Uysal



Egeli
Halıcılardan
İHİB'e
Destek



> İzmir Halıcılar ve Yer Döşemecileri Derneği (Halimder) Başkanı, İzmir Ticaret Odası 23. Halı, Zemin ve Duvar Kaplamaları Meslek Gr. Meclis Üyesi Abdullah Naci Ölçen, İstanbul Rug Show'u İzmir'den 50 iş insanı ile ziyaret etti. Naci Ölçen; "TİM'e bağlı İHİB'in İzmir'e olan ilgisinden memnunuz. Geçen yıl şahsımda kentimizi onurlandırdılar. Bu yıl da İHİB Başkanı Uğur Uysal'ın özel daveti ile böyle bir ihtisas fuarına katılma imkânını yakaladık" dedi.

Ülkemizin dokuma potansiyelinin en iyi halılarını sunan üreticiler, üç gün boyunca tek bir çatı altında sergilendi.



> **Ahmet Diler**
> İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

3 yıl önce düzenlenen küçük çaplı bir alım heyetinden uluslararası bir fuara yönelik önemli bir mesafe kateden İstanbul Halı Fuarı gelecek yıllarda önemli bir etkinliğe doğru gelişimin habercisi. Uluslararası Halı Konferansı, tarihî mekanlarda gerçekleştirilen sergiler, Ulusal Halı Tasarım Yarışması gibi etkinliklerin, dünyada dokumacılığın en önemli merkezi olan Anadolu'nun şanına yakışır bir biçimde büyümeye devam etmesi, İstanbul Halı Haftası'nın zaman içinde Halı üzerine en önemli uluslararası faaliyet haline dönüşmesi yönünde çalışmalarımıza devam edeceğiz.



> **İbrahim Geyikoğlu**
> İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

İstanbul Halı Haftası'nın bu sene 3'üncünü gerçekleştirdik. Başarı ivmemiz her sene yukarıya doğru gidiyor. Türkiye madem halı ülkesi diyoruz buna yakışan bir etkinlik yapmamız gerekiyor. Türk halısını iyi tanıtırsak, turizm artar, halı ülkesi olduğumuzu tekrar hatırlatmış oluruz, müzelerimizde hâlâ zengin bir halı-kilim envanteri olduğunu göstermiş oluruz. Yaptığımız bu etkinlikle de pek çok şeyi aynı anda gerçekleştiriyoruz. Hem kültürel, hem ticari bir etkinlikle Türkiye'nin tanıtımını yapıyoruz. Bu etkinlik gelecekte daha iyi ne yapabiliriz diye bizleri de düşünmeye sevk ediyor. Atalarımız Orta Asya'dan dokudukları halıları gittikleri her yere taşımışlar. Anlayacağınız bizim soyumuzda var bu meslek.



> **Bülent Metin**
> İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

İstanbul Halı Haftası, yaklaşık 30 sene önce kurulan İHİB tarihinde yapılan en büyük ve önemli etkinlik. Kısıtlı bütçemizle bu çapta organizasyon yapmak aslında şunu da gösteriyor; vizyonunuzu ve projelerinizi, gayretinizle birleştirdiğinizde sektöre ciddi katma değer sağlayabilirsiniz. Tabii bu etkinliklerimizi sektörümüzün tüm bileşenlerinin desteği ile yapıyoruz. Açıkçası çitayı da oldukça yükseğe çıkardığımızı düşünüyorum. Mutlaka eksiklerimiz de olmuyor değil. Ama biz tüm eleştirilerden de ders çıkartmayı bilen bir yönetimiz. Bu da ileriye gitmemiz konusunda bize büyük katkı sağlıyor.



> **Nihat Yıldız**
> İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Hani bir slogan vardır "Hayaldi gerçek oldu" İstanbul'da uluslararası bir fuar gerçekleştirmek, bir halı ülkesi olan Türkiye'yi dünyanın halı merkezi haline getirmek, hayalimizdi, gerçekleştirme yolunda hızla ilerliyoruz. İTKİB binasının zemin katında ikişer metrekarelik alanda alım heyeti ile bir masa bir sandalyede yüz yüze görüşme yaptığımız toplamda 50-60 metrekare bir alandan, bugün beş bin metrekare alanı dolduracak kadar katılımcı ve 150'nin üzerinde yabancı alıcının geldiği alım heyetine. Şimdilik alım heyeti, ama hedef fuar hem de büyük bir fuar.



> **Mustafa Kayhan**
> İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Emek verildi ve başarılı olacağı biliniyordu. Son birkaç senedir her yaptığımız bir öncekinden daha iyi oldu. Bu sene de bambaşka bir tecrübe oldu. Bu senenin bize en önemli mesajı; büyük bir fuar aşamasına gelinmesi için daha büyük düşünmek. Çünkü yolumuz ve çizgimiz doğru. Tahmin ediyorum ki katılan firmalar da olumlu sonuç aldılar. Dolayısıyla bunun devamının olacağını gösterir. Bu sene fuara katılımları daha da zorlaştırmıştık. Artık halı bir moda ürünü oldu. Ürün çeşitliliği konusunda da geniş bir yelpaze vardı. Beklentilerimizi karşıladı.

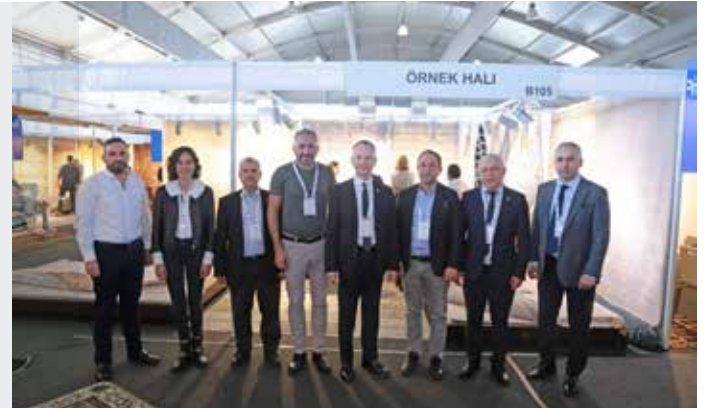


Karavan Halıcılık-Hüseyin Kaplan

Böyle bir işin başlatılıp devam etmesi çok önemliydi. Fuarla dair ufak tefek sıkıntılar yaşandı. Ben bu işlerin zamanla daha da iyi olacağına inancı olan biriyim. Bunların hepsinin ötesinde memnunuz. Önümüzdeki yıllarda daha da geliştirilmesini temenni ediyorum.

Örnek Halı - Murat Güzel

İHİB'in yapmış olduğu organizasyondan memnunuz, gayet kaliteli, düzgün, hiçbir aksaklık çıkmayan bir organizasyon oldu. Fuarla belli ülkelerden alıcı geliyor. Daha geniş bir kitleye hitap etmeli gerektiğine inanıyorum. Büyümesini umut ediyorum. Katılımcı firma sayısının da artması gerekiyor. Bu kadar üst kalitede bir organizasyon ve katılımcıların olduğu bir fuar daha da büyümeli. Temennimiz en iyisi olması.



Subaşı Halı - Mustafa Subaşı

Fuardan biz memnunuz ayrıldık. Alıcıların çeşitliliği artırılabilir. Herkes kendi müşterilerinden de davet etse daha güzel olabilirdi. Tabii müşteri kaybı endişesiyle bunu yapmak istemeyenler olabilir, onları da anlıyorum. Fuarın yerinde ufak tefek sıkıntılar vardı. Onun haricinde memnunuz ayrıldık.

Şarkköy Halı Kilim Mehmet Aydın

Böyle bir fuarın yapıyor olması iyi bir şey. Birkaç iş bağlantısı kurduk, henüz sonuçlanmadı. Uğraşılıyor ve ortada bir emek var. Aksaklıklar her zaman olur. Bu aksaklıklar giderilir. Etkinliğin ileride daha iyi olmasını temenni ediyorum.





Damla Halı - Mustafa Demiröz

Fuar bizim için çok iyi geçti. Beklentimizi fazlasıyla karşıladı. Götürdüğümüz malın yüzde 90'ını sattık. Fuara dair tek sıkıntımız stantlarla ilgiliydi. Onun haricinde memnun ayrıldık.

Doğa Halı - İsmail Neşeli

Fuardan memnundum. Tabii insanın istekleri de bitmez. Organizasyon güzeldi, şikâyetim yok. Ben hiç halı satmasam dahi yine memnum olurum, çünkü böyle bir etkinliğin Türkiye'ye kazandırılmış olmasından dolayı memnunum. Ben bu sene ilk defa katıldım ama bundan sonra eksiklerimizi görerek etkinliği güzelleştirebiliriz.



3K Halı - Yağız Yılmaz

Fuar grubundan farklı bir grupla geldiğimiz için beklentimizi düşük tutmuştuk fakat Artisan koleksiyonumuz beklentimizden fazla ilgi gördü. O konuda mutluyuz. Henüz biten bir iş yok ama fuarda 6 tane iş ilişkisi geliştirdik.

Samur Halı -Serra Oruç

Fuarda iş bağlantısı kurduğumuz birkaç alıcı oldu. Numune yapma aşamasındayız. Biz makine halısı grubunda katıldık. Fuarda doğal olarak el halısına ilgi daha ağırlıktaydı. Fuarda makine halısına ilgi gösterecek alıcıların da gelmesiyle trafik daha artar diye düşünüyorum.



PLASTİK POŞETTE ARANAN GÜVEN VE İSTİKRAR

Ürünlerimiz:

Elbise Poşeti (Perforeli ve Perforesiz)

Halı Poşeti

Kumaş Poşeti

Taşıma Torbası

El Geçme Mağaza Poşeti

Yumuşak Saplı Mağaza Poşeti

Shrink Ambalaj

OPP, CPP ve JELATİN (Bantlı ve Bantsız)

EPRATI

PLASTİK VE AMB. SAN. TİC. A.Ş.

www.eprati.com

Beylikdüzü OSB Mah. Mermerciler San. Sitesi

8. Cad. 10/5 Beylikdüzü/İSTANBUL

Tel : 0212 651 66 69-651 17 99

Mail : info@eprati.com - satis@eprati.com



BEREKETLİ



HIJYENİK



ORJİNAL



SAĞLAM



ŞEFFAF



GERÇEK GRAMAJ



FABRİKA



TÜRK HALISINA YAKIŞAN ETKİNLİK

İstanbul Uluslararası Halı Konferansı

Desen, renk ve toplum tarihimiz olan halıya yakışır bir organizasyonla 3 yıldır İHİB tarafından düzenlenen İstanbul Halı Haftası, 4 gün boyunca hem konferanslarıyla hem de sergileriyle dolu dolu geçti.



Kimi sevdasını dokudu, kimi de mestur hislerini... Kimi kızgınlığını işlemiş, kimi de hayallerini... Türkülerimizi, şiirlerimizi, masallarımızı süsleyen halı-kilim, sadece bir eşya olarak yer edinmedi insanlık tarihinde, aynı zamanda insanlığın kadim tarihine de yön verdi. Bu topraklarda yaşayan ve azıcık da olsa ilgisi olan herkes iyi bilir ki halı ve kilim alelade, basit bir ürün olmanın dışında öz kültürümüzdür. Desen, renk ve toplum tarihimiz olan halıya yakışan bir etkinlik 3 yıldır İstanbul'da düzenleniyor. İHİB'in çalışmalarıyla Türkiye'ye kazandırılan İstanbul Halı Haftası, 4 gün boyunca hem etkinlikleriyle hem de halıya dair konferanslarıyla dolu dolu geçti.

100'ü aşkın Alım Heyeti

İHİB tarafından Türkiye'ye kazandırılan İstanbul Halı Haftası etkinliği, 25-28 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirildi. Birçok etkinliği içinde barındıran hafta, 100'ü aşkın davetliyi ağırladı. Halıya gönül verenler, 12. Ulusal Halı Tasarım Yarışması, İstanbul Rug Show-Alım Heyeti, 3. Uluslararası İstanbul Halı Konferansı, kalıcı sergi haline getirilen Vehbi Koç Josephine Powell Kilim Sergisi, Vakıflar Kilim Sergisi ve atölye çalışmalarıyla dolu dolu bir dört gün geçirdi.

Konferansın konuşmacıları arasında; Tekstil Sanatçısı ve Küratör Belkıs Balpınar, Vakıflar Müzeleri Müdürü Suzan Bayraktaroğlu, ICOC Komite Başkanı ve Bağımsız Araştırmacı Alberto Boralevi, Koleksiyoncu ve Araştırmacı Ali Rıza Tuna, Cover Dergisi Editörü Lucy Upward ve New Moon Rugs'ın sahiplerinden Erika Kurtz gibi değerli isimler yer aldı.

İstanbul Uluslararası Halı Konferansı'nda; Türk halı ve kilimlerinin özellikleri ekseninde Divriği Ulu Camii'nin halıları konuşulurken, Rönesans tablolarında ve minyatürlerde kullanılan ve sanat tarihine damga vurmuş Türk halıları haftaya gelen ziyaretçileri hem şaşırttı hem de heyecanlandırdı. Mimari şekillerin Türk halı ve kiliminde nasıl yer bulduğuna dair sunumlar yapılan etkinlikte aynı zamanda halıda yeni dönem trendlerine de değinildi.



Zengin mirasımıza sahip çıkıyoruz

Bu yıl 3'üncüsü düzenlenen İstanbul Uluslararası Halı Konferansı'nda konuşan İHİB Başkanı Uğur Uysal, kurum olarak Türk halı ve kilim endüstrisinin en önemli temsilcisi olduklarını ifade ederek, "Türk halısı sadece bu sektör ile ilgilenen insanların değil, bu topraklarda yaşayan herkesin mirasıdır. Bu yüzden hepimiz bu kültürümüze sahip çıkmalıyız" diyen Uğur Uysal, şöyle devam etti: "Bu bilinçle konferansımıza yurt dışından ve içinden değerli isimleri davet ediyoruz. Gerçekleştirmekte

olduğumuz millî projelerin yanı sıra İstanbul Halı Haftası ile zengin halı mirasımıza dikkat çekerken, aynı zamanda günümüz Türkiye'sinin tasarım potansiyeline uluslararası bir kimlik kazandırmayı amaçlıyoruz."

Etkinlikler kapsamında Ticaret Bakanlığı ve İHİB'in destekleriyle 100'ün üzerinde yabancı alıcının ağırlandığını söyleyen Uğur Uysal, ihracat yapan üretici Türk firmalar ile Alım Heyeti kapsamında Türkiye'ye getirdikleri bu alıcıları İstanbul Rug Show ile buluşturduklarını söyledi.

"Türk halısı sadece bu sektör ile ilgilenen insanların değil, bu topraklarda yaşayan herkesin mirasıdır. Bu yüzden hepimiz bu kültürümüze sahip çıkmalıyız."



BELKİS BALPINAR / TEKSTİL
SANATÇISI VE KÜRATÖR

Bir müze küratörü ve araştırmacısı, öğretim görevlisi ve Anadolu halıları ve kilimleri üzerine birçok kitabın yazarı olan Belkis Balpınar, kilim dokusunun eski yapısını kullanarak, 1980'lerde çağdaş/modern kilim ya da 'artkilim' adlı yeni bir sanat formunun öncülüğünü yaptı. İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi Tekstil Bölümü'nü bitirdikten sonra Balpınar, Türk ve İslam Eserleri Müzesi halı bölümünün küratörü ve İstanbul Vakıflar Halı ve Kilim Müzesi Müdürü olarak görev yaptı. Balpınar, İstanbul, Ankara, New York, Princeton, Washington DC, Stockholm, Caracas, Milano, Tokyo, Ljubljana, Moskova ve Bahreyn gibi şehirlerde kişisel sergiler düzenledi.

DİVRİĞİ ULU CAMİİ HALILARI

Divriği Ulu Camii Halılarını anlatan Belkis Balpınar, halıların motiflerinin caminin mimarisinden ve oymalarından esinlendiğini söyledi. Balpınar, Ahlat mezar taşlarında da aynı motiflere rastlandığına dikkat çekti. Yine bu motiflerin Sivas Gök Medrese, Sivas Çifte Minareli Camii ve Azerbaycan'daki Mümine Hatun Kümbeti'nde de yer aldığını ifade etti.



SUZAN BAYRAKTAROĞLU /
VAKIFLAR MÜZELERİ MÜDÜRÜ

Suzan Bayraktaroğlu, yüksek lisansını da tamamladığı Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü'nü bitirdi. Yüksek lisans tezi halı ve kilim sanatı alanındaydı. Vakıflar Genel Müdürlüğü'nde sanat tarihçisi ve halı uzmanı olarak çalışmaya başladı. Türkiye ve Lefkoşa'da sekiz vakıf müzesi kurdu. Halı, kilim ve kültürle ilgili konularda birçok ulusal ve uluslararası sempozyumda sunum yaptı.

VAKIFLAR MÜZESİ KOLEKSİYONU KİLİMLERİ

Tek başına bir müzeji dolduracak kadar halı ve kilimlere sahip camilerimizin olduğunu söyleyen Suzan Bayraktaroğlu, Ankara'dan Aydın'a, Balıkesir'den Gaziantep'e kadar birçok halı ve üzerlerindeki motifleri anlamlarıyla beraber ziyaretçilerle paylaştı.



ALBERTO BORALEVI / ICOC
KOMİTE BAŞKANI VE BAĞIMSIZ
ARAŞTIRMACI

Alberto Boralevi, Floransa'daki Pitti Sarayı'nda iki adet Kahire başyapıtı keşfettiği 1983'ten beri, uluslararası bir antik halı uzmanı olarak görülmüştür. 1999 yılında 9. ICOC'nin konferans programını düzenledi ve Bardini koleksiyon sergisinin küratörlüğünü yaptı. 2003 yılından beri ICOC İcra Komitesi ve Akademik Komite Başkanı olarak görev yapmaktadır. 2011 yılında Joseph V. McMullan Ödülü'nü aldı. Bakü 2017'de düzenlenen Azerbaycan Halıları Uluslararası Sempozyumu'nun (ISAC) eş başkanlığını yaptı ve "İpek Hazinesi: 16. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar Azerbaycan Nakışları" Sergisinin eş-küratörlüğünü yaptı.

İTALYA'DA TÜRK HALILARI

Alberto Boralevi, İtalya'daki Türk halılarını ve koleksiyonlarını anlattı. Türkiye'den İtalya'ya gelen halıların birçok tabloya konu olduğunu söyleyen Boralevi, bu eserlerin dünyaca ünlü İtalyan ressamın olduğuna dikkat çekti. Selçuklu desenli halılardan madalyonlu Uşak halılarına kadar birçok Türk halısının varlığından söz etti. Yalnızca İtalyanların değil, özellikle İngiltere Kralı 8'nci Henry'nin bir halı tutkunu olduğunu ve tablolarında Türk halılarıyla resmedildiğini gösterdi.



ALİ RIZA TUNA / KOLEKSİYONCU
VE ARAŞTIRMACI

Ali Rıza Tuna, Anadolu tekstilleri hakkında tutkulu bir koleksiyoncu, bağımsız araştırmacı ve öğretim görevlisidir. Birçok konferans vermiş, uluslararası konferans ve seminerlerde makaleler sunmuş, koleksiyonlarından çeşitli sergilere ödünç vermiştir. Anadolu kilimleri ve diğer dokumalar üzerinde yapılan çalışmalara ek olarak, araştırma odağı İB-İÖ. Yüzyıllarda Türk halılarının estetik ve tasarım gelişimidir. Rönesans resimlerinde tasvir edilen kayıp Anadolu halılarından tasarımların yeniden inşasına sponsorluk yaparak, Türkiye’de yüksek kaliteli halı dokumacılığının devam etmesini desteklemektedir.

BATI DÜNYASINDA ANADOLU HALILARI: ÇAĞLAR BOYUNCA KARŞILIKLI ETKİLEŞİMİN HİKÂYESİ

Rönesans tablolarındaki ve minyatürlerdeki Türk halılarını anlatan Ali Rıza Tuna, Anadolu halılarının birer zenginlik belirtisi olarak kullanıldığını söyledi. Türklere de bu özelliğın olduğuna dikkat çeken Tuna, Dede Korkut kitabında da şenliklerde halının kullanıldığını, en son olarak da Atatürk tarafından kullanıldığını fakat günümüzde bu kültürün artık yaşatılmadığını belirtti.



LUCY UPWARD / COVER DERGİSİ
EDİTÖRÜ

Güzel Sanatlar Bölümü mezunu: Londra’daki Central Saint Martins’de resime başladıktan sonra, Lucy Upward, Halı Publications Ltd.’ye katıldı ve 2005’te COVER dergisinin editör ekibinin bir parçası oldu. Üst düzey halılara olan ilgi büyüdükçe, COVER’ın iç mekândaki önemi de arttı. Şimdi, derginin editörü olan Lucy, çağdaş halı ve tekstil dünyalarının merkezinde çalışmakta, uluslararası pazarlardaki önemli kişilerle görüşmeler yapmakta, trendler ve küresel olayların yanı sıra en yeni marka ve gelişmeler hakkında raporlar hazırlamaktadır.

GELECEĞİ DÜŞÜNMEK: TASARIM VE İÇ MEKÂNLAR

Halıda iç mekân tasarımında nelerin trend olduğunu anlatan Lucy Upward, günümüzde Türk ve İran halılarının iç mekânlarda hâlâ kullanıldığını dikkat çekti. Halıda renk seçimi ve kullanımına da değinen Upward, Türk pazarında renk sıkıntısı yaşanmadığını belirtti.



ERİKA KURTZ / NEW MOON RUGS

John Kurtz’ın kızı Erika Kurtz, 2004’ten beri üretime öncülük etti ve tasarım yeteneklerini giderek daha fazla ABD şirketi New Moon için kullandı. O, babasıyla birlikte dünyayı keşfederek büyüdü ve şimdi, antik halılar ve güzel sanatlara olan tutkusunu izleyerek, New Moon’a yeni ve heyecan verici yönlere doğru ilerlemek için uluslararası seyahat deneyimini halı yapımına ilişkin pratik bilgisiyle birleştiriyor. Tibet halı endüstrisinde geniş deneyime sahip olan Erika, tüm üretim ve özgünleştirme alanları hakkında bilgi sahibidir. New Moon’un özgün yapımlarının tümüne öncülük gururunu taşıyor.

DİJİTAL ÇAĞDA TASARIM SANATINI DEVAM ETTİRMEK

Erika Kurtz, ilk başlarda halı tasarımında her şeyin elle yapılırken günümüzde dijitalleşmesinin organik duygunun dışına çıktığını belirtiyor ve ekliyor: “Bu halı değil!”

Köklerine bağlı modern tasarımlar

İHİB tarafından Yılın Halıcısı ödülüne layık görülen Knotisse Halı'nın sahibi ve tasarımcısı Burak Aydoğan, "Yenilikçi işler risk içerir ama başarı getirir" diyor.

Mesleği ailesinden miras kalan bir tasarımcı; Burak Aydoğan. İmalata başlamadan önce antika halı işiyle bir süre uğraşan Burak Aydoğan, 2007 yılından bu yana butik halı ve kilimler üstüne imalat gerçekleştireyor. Knotisse markasını rakiplerinden ayırtıran özelliği ise hem çizgide hem de maddede fark yaratıyor olması. Eski kilimleri Anadolu'dan topladıktan sonra bütün ipliklerini tek tek söküyorlar. Bu ipliklerden ise yeni baştan halı ve kilimler üretiliyor. Yani geri dönüştürülmüş malzemeler kullanıyorlar. Böylece hem köklerine bağlı hem de modern tasarımlı ürünler ortaya koyuyorlar.

Yenilikçi işler risk içerir ama başarı getirir
Yılın Halıcısı Ödülüne dair değerlendirme yapan Burak Aydoğan, "Ödülü bize getiren unsurların başında halıcılık sektörüne uzun yıllardır verdiğim emekler geliyor. Yaptığım işlerin ise referanslarım olduğuna inanıyorum" diyor ve bu ödülü kazanma etkenlerini açıklıyor:

"Birincisi sektörün genelinden farklı, yenilikçi işler yapmaya özen gösteriyorum. Daha doğrusu biraz risk içeriyor ama yeni bir tasarım yapıp başarılı olduğunu görmek beni daha mutlu ediyor. İkincisi disiplinli çalışırım, verdiğim sözlere her zaman uymaya çalışırım. Bunlar uzun vadeli bir başarıda bence olmazsa olmaz etkenler. Bir diğeri ise halıdaki bilgi ve evrensel görgü birikiminin katkısı çok önemli. Hem sanatsal hem de koratif bir göze sahip olmak gerekiyor."

Tasarımlarıyla fark yaratan tasarımcı, halının ev testilindeki rolüne ve moda ile ilişkisine de değiniyor: "Halı ev tekstiliyle uyum içinde olmak zorunda. Dünyadaki modayı genelde High Point Show ile Amerika belirler ve birkaç çok iyi iç mimarın o sene kullandıkları renkler-desenler belirleyici etken olur. Henüz pek kimse kullanmıyorken bu doneleri erken kullanmak da başarıda etken oluşturuyor. Çünkü dünyaya yayılması 2-3 sene sürüyor ve her geçen sene pazar payının küçülmesine yol açıyor."

Özgünlüğü getiren bilgi!

Tasarımlarında antika halılardan, doğadan, eski mimari dokulardan ve detaylarından esinlendiğini ifade eden Burak Aydoğan, "Bence antika halıları, tekstilleri çok iyi bilmek gerekiyor, insanın gerçekten ufkunu açıyor belli kalıplara bağlı kalarak çalışmaktan kurtarıyor. Bu da sonuç olarak yeniliği, özgünlüğü getiriyor" diyor.

"Ödülü bize getiren unsurların başında halıcılık sektörüne uzun yıllardır verdiğim emekler geliyor."

> Knotisse Halı'nın sahibi ve tasarımcısı Burak Aydoğan



İHİB HALIYA YENİ TASARIMCILAR KAZANDIRDI

İHİB'in haliya değer katan etkinliği Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın 12'ncisi görkemli bir törenle gerçekleştirildi. Yarışmanın birincisi Gülbahar Gümüştan, ikincisi Büşra Akçay, üçüncüsü ise Fatma Büyüksofuoğlu oldu.



İHİB'in Türkiye'ye kazandırdığı bir diğer önemli etkinlik olan Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın 12'ncisi 27 Ekim tarihinde Renaissance Polat İstanbul Hotel'de gerçekleştirildi. Türk Halı sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesi, özgün tasarımlarını yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesi, bu kurumlardaki öğrencilerin sektöre hızla kazandırılması ve yetenekli gençlerin ve özgün tasarımların teşvik edilmesi amacı ile her yıl düzenlenen Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın kazananları muhteşem bir gece ile ödüllere kavuştu. 2007'den bu yana, her yıl düzenlenen İHİB 12. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın birincisi Gülbahar Gümüşten, ikincisi Büşra Akçay, üçüncüsü ise Fatma Büyüksöfoğlu oldu.

Halı sektöründe başarılı ihracatçıların da ödüllendirildiği gecede firmalar

ödülleri İHİB Başkanı Uğur Uysal ile TİM Başkanı İsmail Gülle'nin elinden aldı. 4 kategoride verilen ödüller, şöyle sıralandı: Dokuma Makine Halı kategorisinin birincisi Merinos Halı, Tufting ve Sentetik Çim Halı kategorisinin birincisi Dinarsu İmalat, Seccade kategorisinin birincisi Nazar Kadife Dokuma, El Halısının kategori birincisi ise I.C.I. Uluslararası Halı oldu. Yılın Halıcısı ödülünü ise Knotisse Halı'dan Burak Aydoğan aldı.

Gecenin sürpriz isimlerinden biri de şarkıcı Fatih Erkoç oldu. Davetliler Fatih Erkoç'un şarkılarıyla keyifli anlar yaşadı. Bir diğer sürpriz ise Sting'in "Englishman In New York" şarkısını seslendiren Fatih Erkoç'a İHİB Başkanı Uğur Uysal'ın bas gitarıyla eşlik etmesi oldu.

Görkemli geceye TİM Başkanı İsmail Gülle'nin yanı sıra birçok iş insanı da katılım sağladı. Başarılı ihracatçıların ödülleri takdim eden TİM Başkanı İsmail Gülle, ekonomiye katkılarından dolayı ihracatçıları tebrik etti. Halı ihracatının önemine değinen İsmail Gülle, gençlerin dinamizmini ve kreatifliği sektörlerin içerisine çekilerek, onların tasarım kabiliyetini artırmanın sektöre önemli sinerji kazandıracağını ifade etti.

İHİB kendini adadı

"Türk halısı ve kilim sektörünün en önemli temsilcisi olan İHİB, tasarım ve tasarımcıları hayatımızın ve toplumumuzun ayrılmaz bir parçası haline getirerek kendisini bu zengin mirası bir adım ileriye taşımaya adanmıştır" diyen İHİB Başkanı Uğur Uysal, "Dünyaca ünlü 'Türk Halısı' markasını korurken, bir sonraki hedefimiz de 'Türk Tasarımı' kavramına aynı saygınlığı kazandırmaktır" dedi.

Uğur Uysal, şöyle devam etti: "İHİB, öğrencileri dokuma üretimine teşvik ederek ve toplumla bütünleşmelerine yardımcı olarak, Anadolu'nun farklı bölgelerinde dokumacılığı yeniden canlandırmayı amaçlayan projelerden, engelli okullarına yönelik eğitim projelerine, birçok projeyi desteklemektedir. Halen devam etmekte olan bu ulusal projelerin yanı sıra, İstanbul Halı Haftası, hem kültürel mirasımıza hem de günümüz Türkiye'sindeki tasarım potansiyeline uluslararası ilgiyi çekmeyi amaçlıyor. İstanbul Halı Haftası 2018'in yoğun programı kapsamında; İstanbul Uluslararası



> İsmail Gülle
> TİM Başkanı

> "Tasarımcıların kabiliyeti artık ça sektör sinerji kazanıyor. Tasarım anlayışı yükseldikçe katma değerli ihracatın kapıları aralanıyor."



> Uğur Uysal
> İHİB Başkanı

> "Türkiye'deki tasarım potansiyeline uluslararası ilgi çekmeyi amaçlıyoruz. İHİB Yönetimi olarak bugüne kadar yaptıklarımızla bunu başardığımızı düşünüyorum."

12.HALI TASARIM YARIŞMASI ÖDÜLLERİ

• Yurt Dışındaki Önemli Fuarları Ziyaret Hakkı

Finalistlere Almanya Frankfurt Heimtextil ile Hannover Domotex ziyaret hakkı.

• Para Ödülleri

Birincilik Ödülü: 10.000 TL

İkincilik Ödülü: 7.500 TL

Üçüncülük Ödülü: 5.000 TL

Final gecesi ilk 3'e giremeyen yarışmacılara 2.000'er TL para ödülü verilecektir.

• Eğitim Ödülü

İlk 8'a kalan finalistlerimizin 2018-2019 yılları içerisinde 6 aylık yabancı dil kurs bedelinin tamamı

• Bilgisayar Ödülü

İlk 3'e kalan finalistlerimize tasarım programının ihtiyaç duyduğu özelliklerde birer dizüstü bilgisayar hediye edilecektir. İlk 3'e kalan finalistlerimize Texcelle Licence Komple Halı Desen çizim programı, kurulum ve 1 günlük eğitimi hediye edilecektir.

• Çizim Tableti ve Kalem Ödülü

İlk 8 finalistte dijital çizim tableti ve kalem hediye edilecektir.



> Nihat Yıldız

> İHİB Ulusal Halı Tasarım Yarışması Jüri Başkanı

> İstanbul Halı İhracatçıları Birliği Halı Tasarım Yarışması'nın 12'ncisini geride bıraktık. Yarışma ilk başladığında, koyduğumuz hedeflere ulaşmış olmanın haklı bir gururu içerisindeyiz. Yarışmamız, birbirlerinden habersiz olan üç ana unsur; üniversiteler, sektör ve tasarımcıları aynı amaç etrafında toplayarak birbirlerini anlama ve birbirlerinden faydalanma ortamı yaratmıştır. Tasarım odaklı olmayan ve tasarımcılar ile çalışmayan bir firmanın geleceği olamaz. Biz üzerimize düşeni yapıyoruz, tasarımcıları keşfediyoruz, ya siz...

Halı Konferansı, İstanbul Rug Show, 12.İHİB Ulusal Halı Tasarım Yarışması, Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni ve Kilim Sergileri yer alıyor. Bu etkinliklerin Türk halısının popülaritesinin artmaya devam etmesini sağlayacağını ümit ediyor ve sizi İstanbul'da ağırlamaktan büyük memnuniyet duyuyoruz."

Titiz değerlendirme

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ev sahipliğinde, Ticaret Bakanlığı desteğiyle gerçekleştirilen 12.Uluslararası Halı Tasarım Yarışması'na çeşitli okullardan toplamda 87 nitelikli başvuru alındı. Yarışmanın ilk ön elemesi 4 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşti. Ön değerlendirme sonucunda 15 dosya jüri elemesini geçerek 2'nci jüri değerlendirmesine katılma hakkı kazandı. 5 Haziran 2018 tarihinde yapılan ikinci jüri değerlendirmesinde ise ilk jüriyi başarıyla geçen 15 dosyanın sahibi mülakata davet edildi. Yarışmacılardan kendilerini, dosya-

larını ve tasarımlarını jüriye tanıtılmaları istendi. Dosyalar tasarımcının yaratıcılık düzeyi, tasarımın özgünlüğü ve yeniliği, malzeme tasarım ve uyumu, tasarımların haliye dönüştürülebilir olması, tasarımların nihai tüketici tarafından kullanılabilir olması gibi kriterlere göre incelenerek 100 puan üzerinden puanlandırılarak değerlendirildi. 2'nci jüri tarafından gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda ise 15 yarışmacının dosyaları değerlendirilerek ilk 8 tasarımcı belirlendi. Yapılan elemeler sonrasında seçilen 8 finalistin tasarımları, her bir yarışmacı masrafları İHİB bütçesinden karşılanmak koşulu ile kendileri tarafından üretildi. Üretim aşamasında yarışmacıların üreticiler ile buluşturulması ve gerekli malzemelerin sağlanması hususunda İHİB, yarışmacılara maddi manevi destek oldu. 27 Ekim tarihinde yapılan, ilk 3 finalistin belirlendiği final jürisi çok geniş katılımlı yapılmış olup jüride sektörün önemli temsilcilerine, yerli-yabancı tasarımcılara ve üniversite öğretim görevlilerine yer verildi.

Final jüri değerlendirmesinde 8 finalistin halılarının üretim öncesi pafta hali ve üretilmiş halı hali incelenerek 100 üzerinden puanlandırıldı. Final değerlendirmesinde tasarımcının yaratıcılık düzeyi, tasarımın özgünlüğü ve yeniliği, malzeme tasarım ve uyumu, tasarımların haliye dönüştürülebilir olması, tasarımların nihai tüketici tarafından kullanılabilir olması gibi kriterlere bakılarak puanlama yapıldı. Final sonuçları ise, 2'nci jüri puanının yüzde 40'ı, final jüri puanının yüzde 60'ı toplanarak elde edildi.

"İstanbul Halı Haftası, hem kültürel mirasımıza hem de günümüz Türkiye'sindeki tasarım potansiyeline uluslararası ilgiyi çekmeyi amaçlıyor."

> İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal



> Gecenin sürpriz isimlerinden biri de şarkıcı Fatih Erkoç oldu. Davetliler Fatih Erkoç'un şarkılarıyla keyifli anlar yaşadı. Bir diğer sürpriz ise Sting'in "Englishman In New York" şarkısını seslendiren Fatih Erkoç'a İHİB Başkanı Uğur Uysal'ın bas gitar ile eşlik etmesi oldu.



BİRİNCİ

Gülbahar Gümüştan

31 Aralık 1997 tarihinde İstanbul'da doğdu. 2010 yılında "Kahramanmaraş'ın İşgali" konulu Türkiye genelindeki resim yarışmasında mansiyon ödülü aldı. Aynı yıl "Çalışan İnsanlar" konulu resim yarışmasında İstanbul genelinde 1'inci oldu. 2011 yılında Okyanus Koleji Güzel Sanatlar Lisesi'nin düzenlediği aktif resim yarışmasında 1'inci olup yüzde 100 burs ödülü ile lise eğitimini tamamladı. 2013 yılında ABD'nin New York eyaletinde Oswego Üniversitesi'nde düzenlenen "Genius Olympiads" proje

yarışmasında, "Loading Annihilation...?" isimli çalışmasıyla dünya 3'üncüsü oldu. 2014 yılında Türkiye genelinde düzenlenen "Hayalimdeki Türkiye" konulu resim yarışmasında "Genç Beyinlerle Filizlenen Türkiye" isimli çalışması ile 2'nci oldu. Birçok proje ve sergiye gönüllü olarak katılan Gülbahar Gümüştan, kilim restorasyonu yapıyor. Şu an Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi - Geleneksel Türk Sanatları - Halı, Kilim & Kumaş Desenleri Anasanat Dalında 3. sınıf öğrencisi olarak öğrenimine devam ediyor.

Tema: SURFACE

İPLİK KAZANINI SEYRE DALARKEN...

İplik kazanında bazen birbirini takip eden, bazen de suyun altında gezinip bize varlığını hissettiren onlarca ip...

Kimi yüzeyde köpüğüyle dans eder, kimi dipte...

Kimi aprajlı kimi tek düze...

Surface; dipte kaybolup suyun başka bir ucunda yükselen, birbirlerinin üstüne çıkıp kendilerini hissettirmek isteyen, iplerin hareketlerinden ilham alınıp o iplerden dokunan halılardır.



İKİNCİ

Büşra Akçay

17 Mayıs 1991 tarihinde Kocaeli’de doğdu. 2009 yılında Kocaeli Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi Resim bölümünü resim sergisine katılarak noktaladı ve Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü’nü kazandı. Lisans öğrenimini 2014 yılında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü Giyim Ana Dalı’nda

mezun olan Akçay, takiben M.Ü.G.S.E. Tekstil Ana Sanat Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı’na devam ediyor.

Büşra Akçay, tekstil tasarımında estetik, sanatsal yorumlamalar ve yenilikçi yaklaşımlar üzerine bilimsel ve sanatsal çalışmalarını sürdürüyor. Akçay, birçok fuar ve sergilere katıldı.

Tema: ERİŞİLEBİLİRLİK

“Engellerimizi hissettirmeyecek, engelsiz bir yaşam dileği ile...” sözü ve hissedilebilir zeminlerden ilham alınarak oluşturulan dokunsal bir tasarımdır. Herkes için fırsat eşitliği, bağımsızlık ve özgürlük ilkesinin dikkate alınması gerektiği inancıyla başlanılan tasarım, tüm yaşamı eşit, erişilebilir, engelsiz kılınması umuduyla noktalanmıştır.

“Göremeyen engelli arkadaşlarımız; biz size geliyor, siz bize yürüabiliyorsunuz, engelsiz! Nasıl sıcak baktığımızı hissedebiliyorsunuz değil mi? Sizleri de aramızda görmekten çok mutluyuz.”



ÜÇÜNCÜ

Fatma Büyüksofuoğlu

2009 yılında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü Baskı Ana Sanat Dalında lisans eğitimini tamamladı. Mezun olduktan sonra tekstil sektörünün çeşitli alanlarında giysi tasarımı, başörtü desen tasarımı ve ev tekstili kumaş desen tasarımında çalıştı. Tekstil sanatına olan ilgisinin yanı sıra sanat yönetmenliği ve kostüm tasarımı ile de ilgileniyor. Çeşitli sinema ve kısa film projelerinde dekor tasarım uygulaması, mask

tasarımı ve kostüm tasarımı yaptı. Tekstil sektöründeki çalışmalarından sonra Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü Yüksek Lisans programına başladı. Ekolojik baskı çalışmaları ile doğal bir baskı yöntemi olan ecoprint tekniği ile tasarımlar üretiyor. "Sanatsal Tekstilde Zanaatin Yeri" adlı tez çalışması üzerine çalışmalarına devam ediyor. Aynı zamanda çeşitli sanatsal tekstil sergilerine katılıyor.

Tema: PAS

Yaşam veren su, demiri ölüme götürür.

Demir ölüme giderken, pas aksine can bulur.

Doğal bir oluşum olan pas, tasarım aşamasında malzeme, uygulama ve tekniğinde doğal yöntemler ile oluşmasında yönetici olmuştur.

Zemin olarak keçe malzemesinin seçimi geleneksel olan bu zanaate başka bir boyut kazandırabilme çabasının yanı sıra keçeleşmiş yüzeyin de pas gibi sudan oluşmasıdır. Desen tasarımında da yapay boya kullanmadan, doğal baskı tekniği olan ecoprint tekniği kullanılmıştır. Keçe yüzeyinde oluşturulan havlar ise, keçenin genellikle farklı renklerde yünler ile yoğrularak desenlendirilmesine yeni bir söylem arayışıdır ve boyut kazandırmak amaçlanmıştır.



1995'te İzmir'de doğdu. İlkokul, ortaokul ve lise çağında TED Koleji'nde okudu. 2014 AFS öğrenci değişim programına katılarak, Budapeşte'de güzel sanatlar eğitimi aldı. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Geleneksel Türk Sanatları Bölümü, Halı-Kilim Eski Kumaş Desenleri

Ece Yüksel

Tasarımı Anasanat Dalında 4. sınıf öğrencisi olarak eğitimine devam ediyor. Üniversite eğitimi sırasında BEYMEN Mağazacılık A.Ş.'de tasarım departmanında, stajyer olarak çalıştı. Önümüzdeki eğitim yılında Cardiff Metropolitan Üniversitesi, İngiltere'de Erasmus+ Programı ile eğitim görmeye hak kazandı.



3 Temmuz 1996 yılında İstanbul'da doğdu. İlkokulu ve liseyi Sarıyer'de tamamladı. Kadıköy'de İstanbul Sanat Akademisi'nin burs sınavına girdi ve birinci oldu. Liseden mezun olduktan sonra bir yıl bu kursta eğitim aldı. Mimar Sinan başta olmak üzere Marmara Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi

Kübra Coşkun

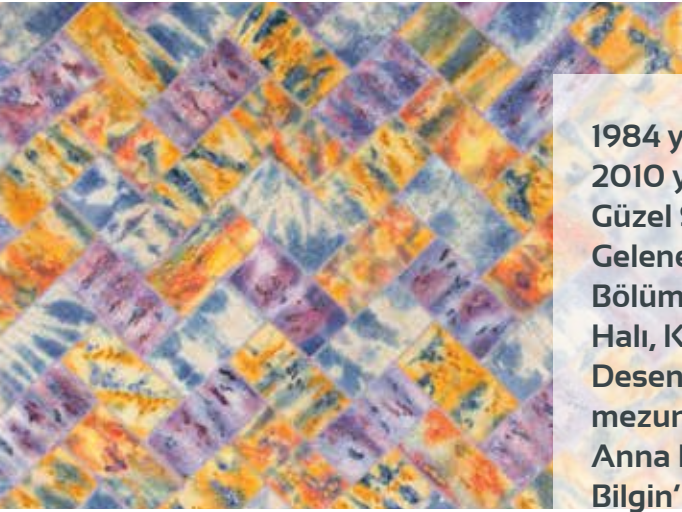
gibi çeşitli üniversitelerde dereceler alarak girmeye hak kazandı. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünü seçerek eğitimine başlamış oldu. E-Bebek projesinde yer alarak E-Bebek firmasına giysi koleksiyonu verdi. Şu anda 3. sınıf öğrencisi olarak eğitimine devam ediyor.



Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Tasarımı 3. sınıf öğrencisi olan Sultan Beyazıt, 1997 Mardin doğumludur. Lise eğitimini Bakırköy Kız Meslek Lisesi'nde giyim dalında tamamladı. Lise staj programı kapsamında, Zeynep Tosun Moda Evi'nde 5

Sultan Beyazıt

ay, Argento Beachwear'da 4 ay olmak üzere firmalarda bulundu. 2014 Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında görev aldı. Üniversitenin yaz stajı programı kapsamında Aydın Tekstil'de dokuma-örme-baskı alanlarında staj eğitimi aldı.



Şenay Subaşı Avar

1984 yılında İstanbul'da doğdu. 2010 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi - Geleneksel Türk Sanatları Bölümünü kazandı. 2015 yılında Halı, Kilim ve Eski Kumaş Desenleri Ana Sanat Dalından mezun oldu. Aynı yıl iç mimar Anna Fresco ve ressam Yalçın Bilgin'in oluşturduğu Dubai

Projesi'nde dört ay süre ile 'iç mekân duvar ve kubbe tasarımı' üzerine kalem işi çalışmalarında bulundu. 2017 yılında başladığı MSGSÜ Geleneksel Türk Sanatları Halı, Kilim ve Eski Kumaş Desenleri Ana Sanat Dalı Yüksek Lisans Programında eğitimini sürdürmekte.



Yasemin Öztoprak

İlkokul, Ortaokul, Lise ve Ön Lisans eğitimini Almanya'da tamamladı. 2007 yılından beri İstanbul'da yaşıyor. Farklı sektörlerde iş tecrübesi kazandıktan sonra tekstil ve moda ile ilgisi nedeniyle 2014 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünde lisans eğitimine başladı. Öğrenimine son sınıf öğrencisi olarak devam ediyor. Dokuma stajını Kıvanç Tekstil'de, baskı stajını Cimflok'da ve giysi stajını Dagi Giyim ve Karahasans'da tamamladı.

"Yarışmada finale kalan diğer finalistlerin tasarımları da beğeni topladı."



**Yarışmacılar alfabetik sıraya göre düzenlenmiştir.*



KNOTISSE
HALICILIK
Burak Aydoğan

HALININ GURUR GECESESİ

İHİB, halı ihracatına yön veren başarılı ihracatçıları ödüllendirdi. Görkemli gecede firmalara ödülleri İHİB Başkanı Uğur Uysal ile TİM Başkanı İsmail Gülle verdi. Görkemli gecede ödüller 4 ayrı kategoride verildi.





Dokuma Makine Halısı Kategorisi

1. Merinos Halı
2. Sofiteks Tekst.
3. Norm Halı
4. Step Halıcılık
5. Saray Halı
6. Grand Halı
7. Bahariye Mens.
8. Karadeniz Mens.
9. Ottoman Halı
10. Angora Halıcılık

Tufting ve Sentetik Çim Halı Kategorisi



1. Dinarsu İmalat
2. Nurteks Halı
3. Pakteks Dış Tic.
4. Reform Spor Sist.
5. Confetti Halı
6. Samur Halıları
7. Hatko Ulusal Spor
8. Banyolin Halı
9. Beka Spor Zem.
10. Hedef Sent. Spor



Seccade Kategorisi

1. Nazar Kadife Dokuma
2. Gözde Kadife
3. Miraç Kadife
4. Kale Kadife
5. Özakbulut
6. Gökkuşuğu 2000
7. Aydın Tekstil
8. Safateks Mens.
9. İslamoğlu Tekst.
10. Asr Tekst.

El Halısı Kategorisi



1. I.C.I.Ulusl.Hali
2. Aga Can Halı Kilim
3. Form Halı
4. Çınar Halıcılık
5. Söylemezler Halı
6. Sentez Turz.
7. Elif Su Turz.
8. Vadi Halı
9. Hedef Int.
10. Kirkit Turizm



Messe München

Connecting Global Competence

ISPO Munich. Home of sports.



**Early Bird ticket until
December 17, 2018**

**Experience tomorrow's
trends and products.
At the biggest multi-
segment trade show in
sports business.**

**Save the date:
ISPO Munich
February 3–6, 2019**



**Get your ticket now:
ispo.com/munich/ticket**

Agora Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.
Tel. +90 212 241 8171
info@messe-muenchen.com.tr



TARİHİ KÖŞKTE kilim sergisi

İHİB tarafından düzenlenen İstanbul Halı Haftası kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerin ilk durağı Vehbi Koç'un Sarıyer'deki "Büyükdere Evi" oldu. Kalıcı sergi olarak ziyarete açılan Josephine Powell'in kilim koleksiyonu, Türklerin yerleşik ve göçebe hayatına ilişkin keyifli tarihi bir yolculuğa çıkarıyor.

İHİB tarafından Türkiye'ye kazandırılan "İstanbul Halı Haftası" kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerin ilk durağı Vehbi Koç'un Sarıyer'deki "Büyükdere Evi" Josephine Powell'in kilim koleksiyonu sergisi ile başladı. Aşk-ı Memnu evi olarak da bilinen köşk, diziden dolayı turistlerin akınına uğruyor. Yurt dışından gelen turist ve Türk vatandaşların sırf bu dizinin çekildiği yeri görmek için ziyaret ettikleri bu mekânın aynı zamanda sergi alanı olarak seçilmesi ve bu Halı Haftası'na dâhil edilmesi de İHİB'in başarısı. Vehbi Koç'un, yaz aylarında ailesiyle birlikte ikamet ettiği Sarıyer'deki Büyükdere Evi bir sergi ile ilk kez ziyarete açıldı. Anadolu'nun son gezginlerinden Josephine Powell'in 1970-1990 yılları arasında oluşturduğu ve 2007 yılında Vehbi Koç Vakfı'na bağışladığı kilim koleksiyonundan oluşan sergi Büyükdere Evi'nde kalıcı sergi olarak gezilebilir.

36 kilim ile zamanda yolculuk

İstanbul Halı Haftası kapsamında İHİB tarafından yurt dışından getirilen Alım Heyeti, İHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Diler eşliğinde 25 Ekim tarihinde sergiyi gezdi. Vehbi Koç Büyükdere Evi'nde süresiz olarak sergilenecek Josephine Powell koleksiyonunda, Osmanlı döneminde 18. yüzyıl ile 20. yüzyılın başı arasında dokunmuş olan ve günümüze ulaşabilen seçkin örneklerden oluşan otuz altı adet kilimin yanı sıra altı adet çuval, bir adet dokuma tezgâhi

Vehbi Koç Büyükdere Evi'ndeki Josephine Powell kalıcı kilim sergisi, çarşamba günleri dışında haftanın her günü 10:00-17:00 saatleri arasında ücretsiz olarak ziyaret edilebilir.



> Vehbi Koç'un, yaz aylarında ailesiyle birlikte ikamet ettiği Sarıyer'deki Büyükdere Evi, ilk kez bir halı sergisi ile ziyarete açıldı. İHİB Yönetimi ve beraberindeki Alım Heyeti sergiden sonra hatıra fotoğrafı çekti.

ve yetmiş üç adet dokuma aleti yer alıyor. Heyet, serginin ardından hatıra fotoğrafı da çekti. Yer yaygısı, çuval, heybe, çadır, beşikörtüsü, duvar örtüsü, deve yükü örtüsü, cenaze sargısı, çeyiz dokumaları gibi kullanım alanlarıyla Türklerin yerleşik ve göçebe yaşamının önemli parçası olan kilimler; yüzyıllarca pek çok araştırmacı ve koleksiyoneri etkileyen eli belinde, mihrap, hayat ağacı, çengel, koçboy-nuzu, başak, yıldız, göz, su yolu, pıtrak gibi motifleriyle, ziyaretçileri keyifli bir gezintiye çıkarıyor.

Sergiye özel ışıklandırma

Sadberk Hanım Müzesi Müdürü Hülya Bilgi, müze ekibi ile yaklaşık bir yıl süren detaylı hazırlık sürecinin ardından bu özel koleksiyonu Vehbi Koç Evi'nde ziyaretçilerle buluşturmak tan duydukları memnuniyeti dile getirdi. Koleksiyondaki nadide kilimleri ve dokuma aletlerini en uygun koşullarda sergilemek üzere tasarımcı Metin Deniz'in projelendirdiği serginin öncesinde tarihi evde iklimlendirme ve ışıklandırma dâhil pek çok tadilat çalışması yapıldığını belirtti.



> Ahmet Diler

> İHİB Başkan Yardımcısı

> Kadınlarımızın bu kadim zanaati, Anadolu kültürünün derinliklerinden günümüze kadar varlığını sürdürülmüştür. Binlerce yıllık kilim motiflerini incelemek, anlamını çözmek Anadolu insanının hayal dünyasında efsanevi bir yolculuğa çıkmak anlamına gelir. Cumhuriyet tarihimizin ilk yabancı gezgini Josephine Powell'in seçkin parçalardan oluşan koleksiyonu üzerinde dünyanın dört bir yanından gelen misafirlerimiz ve halıcı esnaflarımızla bilgi alış verişinde bulduk. Koç ailesine ait Büyükdere'de bulunan bu güzel mekânda nadide düz dokumalarla titizlikle bezenmiş odalardaki sergiyi incelemek oldukça heyecan vericiydi.

Josephine Powell kimdir ve koleksiyonu nedir?

Cumhuriyet'in kuruluşundan sonra Türkiye'nin dört bir yanını dolaşmasına izin verilen ilk yabancı gezgin olan Josephine Powell'in (1919-2007), Anadolu'ya pek çok kez seyahat ettiği, göçebe obalarında konaklayarak, halı ve kilim satıcılarının dükkanlarını ziyaret ederek çok sayıda fotoğraf çektiği biliniyor. Josephine Powell kilim koleksiyonunu ise 1970-1990 yılları arasında oluşturdu. Vehbi Koç Evi'nde yer alan sergide Josephine Powell'in Vehbi Koç Vakfı'na bağışladığı koleksiyonundan seçilmiş otuz altı adet kilim ile muhtelif iğ, kirman, kırkit, yün makası, mekik, kılınç gibi dokumacılık aleti yer aldı. Josephine Powell kilimleri Türkiye'nin Batı Anadolu, İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerine ait cicim, zili, sumak teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmiş desenli düz dokumalar olup doğal boya kullanılarak yapılmış kilimlerdir. Bu kilimler Osmanlı döneminde 18.yüzyıl ile 20.yüzyılın başı arasında yapılmış günümüze ulaşabilen seçkin örneklerdir.





“Türklerin yerleşik ve göçebe hayatına dair Josephine Powell Kilim sergisi kalıcı olarak düzenlendi.”



TÜRK HALISINA DEĞER KATAN KURUM İHİB

Türkiye'nin halıya dair özel bir etkinliği yokken İstanbul Halı Haftası'nı kazandıran ve yalnızca sektörde değil, ülke çapında da ilklere imza atan bir kurum; İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB).



“Halı artık sadece anneannemizden kalan bir çeyiz ürünü değil, modanın bir parçası. Perdenin ve mobilyanın değişmesiyle beraber halının da değiştirilebilir noktaya gelmesi satın almada kolay olması ve çeşitliliğin de artması ile beraber paralel yürüyor. Bu nedenle artık bir çeyiz ürününden güncel bir tüketim ürününe dönmüş durumda.”

“Tasarımcılarımızı keşfetmek, onları sektöre kanalize etmek aslında bana göre vatani bir görev.”

> İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal

Türklerin hayatında çok önemli bir yere sahip olan halı-kilim artık günümüzde yaşamsal ihtiyaçtan çıkıp modanın birer ürünü haline geldi. Makine halısında başarılı bir grafik izleyen Türkiye, el halısı dokumacılığında maalesef kan kaybediyor. Yeniden canlanması adına birçok çalışmaya imza atan İHİB, hem sosyal sorumluluk projeleriyle hem özel sektörde farkındalık yaratarak hem de devlet kanadında ilgi uyandırarak yalnızca bir ticari ürün değil aynı zamanda Türk kültürünün değerli bir parçası olan halıya itibarını geri kazandırmak için dikkat çeken çalışmalar gerçekleştiriyor. İHİB’in yönetimine başkan olduğu günden itibaren ilkleri Türkiye’ye kazandıran Uğur Uysal ve İHİB Yönetim Kurulu, Türk halısına adeta yeniden değer kazandırdı. Türkiye’nin halıya dair özel bir etkinliği yokken İstanbul Halı Haftası’nı kazandıran ve beraberinde eş zamanlı olarak düzenlenen organizasyonlarla birlikte adeta bir festival havasında geçen haftanın mimarı İHİB Başkanı Uğur Uysal ile keyifli bir röportaj gerçekleştirdik.

Türk halısı dediğimizde yalnızca ticaretten bahsetmek hem yanlış olur hem de eksik kalır. Aynı zamanda bir kültürden de bahsediyoruz. Bu kültürün unutulmaması adına neler yapıyorsunuz?

Ülkenin zenginleşmesinden dolayı dokumacılık bitiyor. Dokumacılık yaşı 60 ve üzeri. Gençlerin ilgisi daha kolay daha popüler işlere yönelik. Tabii bu da dokumacılığın bitmesiyle beraber kültürümüzün de bir risk altına girdiğini gösteriyor aslında. O nedenle geçenlerde biz Cumhurbaşkanımıza da ilettik. Yarı devlet yarı özel sektörün katkısıyla bir proje sunduk. Amacımız burada dokuma kültürünün devamını sağlamak. Ve dokuma yaşınının 60’tan tekrar genç yaşlara doğru taşınmasını sağlamak. Bu da dokumacı maliyetlerinin brüt, en azından bir asgari maaşın yarı yarıya devlet-özel sektör arasında paylaşılmasından ibaret. Eğer biz kültürümüzü koruyamazsak bizden sonraki jenerasyona artık Türk Halısı diye bir şey kalmayacak. Bu sadece bir hikâye ve bir masaldan ibaret olacak. Eğer kültürümüzü de koruyamazsak bu ülkenin yarın halı satarken söyleyeceği her şey aslında bir yalan olur. Elimizde bir Türk Halısı da kalmaz.

Genç nüfusa ulaşmak için belli çalışmalarınız olacak mı? Sadece verilecek miktar etkiler mi?

Etkiler, şöyle ki; kırsal kesimde hâlâ çok cüzi rakamlara, devlet destekleriyle geçinen büyük bir kesim var. Bu insanların aslında oturduğu yerden para almasının yerine karşılığında bir şey yaparak para alması bence onlar için de çok olumlu bir şey olacaktır. Devletimiz için de boşu boşuna oturan tembellik yapan bir kitleye para ödememesi açısından da çok önemli bir şey olacaktır. O yüzden buna ilgi olacağını düşünüyoruz. Gençlerin ayrıca buna ilgisini çekmek sadece dokuma tarafından değil. Kültürümüzü korurken aslında katma değerli ürün üretmek için de tasarımcılara ihtiyacımız var. Bu tasarımcıları da desteklememiz lazım. O yüzden de 12 yıldır bu tasarım yarışmasını yapıyoruz. Üniversitelerle çok yakın çalışıyoruz. Artık bizim ne istediğimizi onlar daha iyi biliyorlar. Biz de onların ne istediğini iyi biliyoruz. Güzel bir sinerji yakaladık. Gençlerin ilgisini de halıya çektiğimizi düşünüyorum. İlk yıllarda yarışmaya katılacak yarışmacı, öğrenci bulamazken, bugün



“Bizim yarışmamızdan çıkıp bugün 20 bin-30 bin lira maaş alan tasarımcılar var sektörümüzde. Bu bizim için bir gurur kaynağı. Zaten yapmak istediğimiz de buydu.”

> İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal

beklentimizden daha fazla talep oluyor. Ve bizden yarışmamızdan çıkan arkadaşlar da sektörde kendilerine iş imkânı buluyor. Çünkü sektörümüzde tasarım ve Ar-Ge'ye yatırım yapması gerektiğini son 5 yıldır kavradı. Dünya ticareti gittikçe zorlaşıyor. Her ticarete zincirler daralıyor. Üretici ve tüketici arasındaki zincirin daralmasından dolayı yenilik ve katma değerli ürün inovasyon daha ön plana çıkıyor. Bunları da yapabilecek kişiler bu tasarımcılar. O yüzden onları keşfetmek sektöre kanalizetmek aslında bana göre vatani bir görev. Bugüne kadar öğrencilerimiz üniversitelerde tasarım okusalar dahi haliye pek ilgi göstermiyorlardı. Çünkü eski kafa, eski moda bir iş olarak görüyorlardı. Daha çok kıyafet tasarım, moda tasarımına yöneliyorlardı. Şimdi bizim teşviklerimizle artık bu sektörü seçiyorlar. Bizim yarışmamızdan çıkıp bugün 20 bin-30 bin lira maaş alan tasarımcılar var sektörümüzde. Bu bizim için bir gurur kaynağı. Zaten yapmak istediğimiz de buydu.

İHİB'in Türkiye'ye kazandırdığı ve ilkleri diyebileceğimiz çalışmalarını var mı? Bunlar nelerdir?

Getirdiğimiz ilk yenilik sektöre tasarımcı keşfetme, kazandırma çalışması oldu. Bir diğeri dokumacı ve el halısı tamir

istihdamının azalmasından dolayı oraya ilgi çekmek, var olan tamirat ve dokumacı istihdamını da şevklendirmek için onları bir sertifikasyona tabi tutmak üzere İstanbul Kalkınma Ajansı'ndan aldığımız destekle Sultanahmet'te açtığımız HARE Atölyesi var. Burada profesyonel tamir ustasıyla beraber hem üniversitelerdeki öğrencilerimize hem bu işe ilgi duyan hem de bu işi gerçekten yapan dostlarımıza daha profesyonel tamir, iplik boyama, iplik tedariki, kimya testleriyle ilgili eğitimler veriyoruz. Ve hiç beklemediğimiz kadar da ilgi oluştu. Günlük halktan da ciddi bir talep var.

Tamir işini öğrenmek isteyen, bu işe ilgi duyan insanlar, halı ile alakası olmayan insanlar da geliyor. Bu aynı zamanda sektörümüzde faal olarak çalışan tamirci dostlarımıza da sertifikasyon sağlıyoruz. Onlar da hayatlarında ilk defa gerçek bir ustalık sertifikasyon belgesi alıyorlar bizden.

Bunun dışında İHİB olarak sektörümüze ihracat kredileri, ihracat sigortaları, devlet destekleri konusunda yılda en az 2 defa eğitimler veriyoruz. İhracatçı olup da fuara nasıl gideceğini bilmeyen, fuara gidip de bunun devlet desteğinin olduğunu bilmeyen, yurt dışında şube açtığı zaman kirasının desteğinin alacağını bilmeyen sürüyle insanımız var. Bu tip eğitimler devletin zaten herkese açık olan desteklerinin neler olduğunu, nasıl alındığını, nasıl verildiğinin anlattığımız toplantılar. Buna çok önem veriyoruz çünkü sadece ihracatçı olmakla bitmiyor, devletin verdiği desteklerden faydalanmak herkesin eşit hakkı. Bunlardan bilgileri olmasını sağlıyoruz.

“Engelli öğrencilere meslek kazandırıyoruz”

Üniversitelerde öğrencilerimizin ve hocalarımızın güncel teknolojileri görmesi ve halının el halısı dışında başka ne şeykillerde teknolojik imkânlarla yapıldığını

görmeleri için fabrika ziyaretleri düzenliyoruz. Burada dokuma halıdan duvardan duvara halı, otel tipi halı dediğimiz halıdan masa taftıngi dediğimiz banyo halılarına kadar hepsinin birbirinden farklı imalat teknikleri olduğu fabrikaları geziyorlar. Bu da yine İHİB'in getirdiği, bu yönetimin getirdiği ilklerden biri. Ağırlıklı olarak 4 yıl tekstil tasarımı, dokuma ve halıcılık bölümleri olan okulları seçiyoruz. Bunlar da genelde Marmara, Mimar Sinan, Dokuz Eylül, Çanakkale, Mersin üniversiteleri oluyor. Her yıl iki tanesine bu ziyaret turunu hazırlıyoruz. Bunun dışında az derecede zihinsel engelli öğrencilerimizin meslek edinmesi için başlattığımız ERAM Okullarıyla yaptığımız el halısı dokumacılık eğitimi projesi var. Buna engelli okulları projesi diyoruz. Ağırlıklı olarak son dönemde FATİH ERAM Okullarıyla bu projeyi büyüttük. Kendilerine bir atölye kurduk. Oradaki öğrenciler başkasına bağımlı olmadan bizim verdiğimiz eğitimle kendilerine maddi gelir sağlayabilecek konuma geliyorlar. Dokumacılık öğreniyorlar, kendilerine bir iş edinmiş oluyorlar.

Bu sektöre bugünlere taşıyan duayenlerimizi de unutmadık. Bizden önceki dönemlerde yapılmayan yine ilklerden birisi buydu. Ülkeye ve sektöre emek vermiş büyüklerimizi duayen ödülleri adı altında her yıl ödüllendiriyoruz.

Yine ilklerden biri, yerel sektör toplantıları yapıyoruz. Anadolu'ya ilk defa İHİB Yönetimi olarak gittik. Malatya, Bitlis, Siirt, Diyarbakır, Ankara gibi Orta Anadolu ve Doğu illerini gezdik. Oradaki sektörün dertlerini dinledik. Bu da ilk defa yapılan bir şey. Bu toplantılarımıza Ege ve Güney Bölgesi ile devam edeceğiz.

Yılın Halıcı ödülünde kıstaslar neler?

Bu ülkede zor şartlarda dokuma yapılabilen, katma değerli, farklı ürünler üretebilmeyi ve tasarım geliştirebilmeyi başarmış

arkadaşları seçiyoruz. Amacımız; her ne kadar bu ülkede dokumacılık pahalı değil olsa maliyet açısından buna rağmen farklılık ve inovatif ürünler getirerek yüksek fiyatta ürün satabilen firmalar olduğunu herkesin gözüne sokmak aslında.

“Türkiye’nin bir halı etkinliği yoktu. İHİB yaptı”

İstanbul Halı Haftası neden önemli?

Daha önce sadece Halı Tasarım Yarışmamız varken 3 yıl önce bir masa bir sandalye ile 30 kişilik bir alım heyeti ile başladığımız serüven gitgide büyüdü. Bir masa bir sandalye 5 bin metrekarelik bir fuara dönüştü. Konferansımız 300 kişinin sığmadığı etkinliğe dönüştü. Her yıl uluslararası konuşmacılarımız geliyor. Ve bunun adını da İstanbul Halı Haftası koyduk. Türkiye’nin bir halı etkinliği yoktu. Birçok etkinliği Halı Haftası adı altında topladık. Şimdi bu Halı Haftası artık sınırlarını zorluyor. Uluslararası bir noktaya geldi. Avrupa’dan, ABD’den her yıl 100’ün üzerinde alıcıyı getiriyoruz. Ciddi bir ticaret potansiyeli yakaladık. Amacımız bu fuarı İstanbul Rug Show adını verdiğimiz fuarı da 5 binden 10 bin metrekarelik daha büyük bir fuar alanına dönüştürmek.

Yeni yıla sayılı günler kala halı ihracatımız performans grafiği nedir? 2019 yılı hedefleriniz neler olacak?

Bu yıl ihracat rakamlarımız yüzde 6 ortalama artışla gidiyor. Sene sonunda muhtemelen yüzde 8 artışla kapatırız diye tahmin ediyorum. Türkiye ihracat artış ortalamasıyla çok yakın seyrediyor artışımız. Burada amacımız katma değerli ürün miktarını artırmak olmalı, Türkiye genelinde. Zira 2000 yılında 4 dolar olan kilo başı ihracatımız şu an 3 dolara düşmüş durumda. Tabi burada makine halısının yükselişinin etkisi çok ortalamanın düşüşünde. Ama yine de el halısındaki ürün azlığının, dokumanın azalmasının, fiyat seviyesinin geri düşmesinin de bir etkisi var. O yüzden ki hem el halısında hem makine halısında tasarımcılar vesilesiyle yapılacak katma değerli ürünlerle ancak biz bu kilo başı fiyatımızı tekrar 4 dolar ve üzerine taşımamız gerekiyor.

Halıda Ar-Ge ve teknolojik gelişmeler ne boyutta? Bir halıda ne kadar teknolojik gelişim sağlanabilir? Halı böyle bir imkân sunuyor mu?

Halıda Ar-Ge ve teknolojik gelişmeler makine halısı tarafında daha çok el halı-

İHİB BAŞKANI UĞUR UYSAL VE YÖNETİM KURULU’NUN KAZANDIRDIKLARI İLKLER;

- HARE Atölyesi
- İhracat kredileri, devlet desteklerine dair yılda en az 2 defa eğitimler
- Üniversitelerdeki öğrencilere fabrika ziyaretleri
- Eram Fatih Özel Eğitim Meslek Okulu ile sosyal sorumluluk projesi
- Yılın Halıcısı Ödülü
- Duayen Ödülleri
 - İstanbul Halı Haftası
 - İstanbul Uluslararası Halı Konferansı
 - Yerel sektör toplantıları
 - Ulusal Halı Tasarım Yarışması
 - İstanbul Rug Show

sını takip eden, el halısını çok benzeri makine halılarının imalatı noktasına ulaşmış durumda. Teknoloji gerçekten sınırları zorluyor. Artık makine halısı çok büyük rakamsal yatırımlar söz konusu. Hâlâ yüklü miktarda üretim ve ihracat yapılıyor ama eskiden yapılan şey tek tip ürünün yapılması ve fiyat odaklı çalışmalardı. Son 4-5 senedir dediğim gibi tasarımcıların desteğiyle artık çeşitlilik daha pahalı, daha katma değerli ürünlerin üretilmesine doğru ilerliyoruz. Bu mutluluk verici bir şey. 10 yıl önce söylediğimiz her şeyin bugün gerçekleşiyor olması öngörümüzün aslında doğru olduğunu gösteriyor.

“Halı çeyiz eşyası değil, bir moda ürünü”

Halı iç mekân tasarımında da önemli bir etken. Halı ve moda ilişkisi ne kadar önemli?

Malum artık halı sadece anneannemizden kalan bir çeyiz ürünü değil, her yıl veya her 2 yılda bir değiştirilen evin bir moda ürünü haline geldi. O yüzden bu değişimi iyi görmesi için sektörün dünyada neler olup bittiğini anlamaları için her yıl Halı Haftası kapsamında farklı uluslararası tasarımcıları Türkiye’ye getiriyoruz. Bu tasarımcılar konferanslarda konuşmalar yapıyor. Öğrencilerimizle atölye çalışmaları yapıyorlar. Amacımız yurt dışındaki bakış açısını hem sektöre hem de tasarımcı olmak isteyen öğrencilere aşılacak. Halı az önce bahsettiğim gibi evin bir parçası, tüketim ürünü. Perdenin, mobilyanın değişmesiyle beraber halının da değiştirilebilir noktaya gelmesi satın almasının fiyat anlamında kolay olması çeşitliliğin artması tüketimin de artması hepsi birbiriyle paralel yürüyor. Bu nedenle artık bir çeyiz ürününden güncel bir tüketim ürününe dönmüş durumda.

Bizim neden bir Halı Bayramımız yok?

İstanbul Halı Haftası’nın ümit ediyoruz ki kısa bir zaman içinde ulusal bir Halı Bayramı’na dönüştürebilelim. Dünyada Halı Bayramı olan Özbekistan, Türkmenistan, Azerbaycan gibi kültürlerine bizden daha iyi sahip çıkan ülkeler gibi Türk Halısı markasını tekrar dünyaya duyuracak bir bayrama dönüştürmemiz gerekiyor. Bunun için de herkese görev düşüyor.

Uğur Uysal: "10 sene önce yola şöyle çıktık; 10 yıl içinde 10 tane uluslararası arenada ülkemizi temsil edecek tasarımcı keşfedelim ve bunlara destek sağlayalım dedik. Nitekim bu oldu, hatta fazlası bile oldu. O yüzden yarışma çok önemli. Bu arkadaşları biliyorsunuz Almanya'daki fuarlara götürüyoruz, dünyaları deşşsin, vizyonları açılsın, farklı ülkelerde neler yapıyor, ne tip ürünler yapıyor, nasıl yapıyor, tasarımcılar nasıl çalışıyor bunları görsünler istedik. Ve bana göre verdiğimiz ödüller arasında en önemli ödül bence fuar ziyaretidir. Çünkü o çocuklar hayatlarında belki de ilk defa yurt dışına çıkıyorlar, ilk defa bu kadar büyük bir fuar organizasyonu görüyorlar. Ve ürünün aslında evlerinde anneannelerinden kalan halı olmadığını anlıyorlar, artık bambaşka bir şey olduğunu, bir tüketim ürünü olduğunu, modanın bir parçası olduğunu görüyorlar. O yüzden daha da çok şevklenerek geri dönüyorlar ve sektörde kalmayı tercih ediyorlar. Bizim yapmak istediğimiz de buydu aslında."



"Bu yıl ihracatımızı sene sonunda yüzde 8 artışla kapatırız diye tahmin ediyorum."

> İTKİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal



2019

PARIS
16-17 OCAK

SHANGHAI
5-6-7 MART

ilkbahar/Yaz 2020

SPINEXPO™



İPLİKLER
VE ÖRGÜ
İÇİN BİRİNCİL
SERGİ

www.spinexpo.com

iletisim: hakans@spinexpo.com

ELYAF | İPLİK | ÖRME GİYİM | SPOR GİYİM | YUVARLAK ÖRME | ELÖRGÜ

TARİH KOKAN KİLİMLER

TARİHİ YARIMADA'DA



İstanbul Halı Haftası kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerin ikinci durağı Tarihi Yarımada'daki Vakıflar Tarihî Kilim Sergisi oldu.

İHİB tarafından organize edilen İstanbul Halı Haftası'nın ikinci durağı İstanbul Vakıflar 1. Bölge Müdürlüğü'nce hazırlanan Vakıflar Tarihî Kilim Sergisi oldu. Halı Müzesi'ndeki serginin açılışında Vakıflar

Genel Müdürlüğü Müzeler Müdürü Suzan Bayraktaroğlu ile İHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Diler tarafından ziyaretçilere ve alım heyetine konuşma gerçekleştirildi. Açılışta konuşan Vakıflar Genel Müdürlü-

ğü Müzeler Müdürü Suzan Bayraktaroğlu, "Bugün sizlere vakfedilmiş kilimlerin güzide örneklerinden bir seçki yaptık. Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün katkılarıyla bu sergiyi gerçekleştiriyoruz" dedi. Vakıfları ku-



> Suzan Bayraktaroğlu
> Vakıflar Gen. Müd. Müzeler Müdürü

ran ataların halkın tüm ihtiyaçları için gerekli cami, mescit, medrese gibi yapıları da inşa ettiklerini ve gerekli eşyaları buralara bağışladıklarını söyleyen Suzan Bayraktaroğlu, camilere bağışlanan halı, kilim, Kur'an-ı Kerim, rahle, şamdan gibi eserlerin vakıf anlayışıyla korunduğunu vurguladı. Bayraktaroğlu, Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün yeni yapılan müzelerle birlikte toplam 11 müzesi olduğuna dikkati çekerek, bu müzelerde halı, kilim, ahşap gibi çeşitli eserlerin sergilendiğini söyledi. Suzan Bayraktaroğlu, "Vakıflar Genel Müdürlüğü çeşitli zamanlarda müzeler kurmuştur. Bunlar her eser grubu için ayrı ayrı kurulmuş ihtisas müzeleridir. Örneğin buradaki Halı Müzesi, 1979 yılında kurulmuş, 2013 yılında bu binada yeniden hizmete açılmıştır. Kilim ve Düz Dokuma Yaygılar Müzesi de 1982 yılında kurulmuştur. Vakıfların Kilim Müzesi'nde özellikle 16. yüzyıl Osmanlı saray kilimleri yer almaktadır. Dünyada başka hiçbir yerde bulunmayan kilimlerdir" dedi.

Tarihi Yarımada'da nadide kilimler

İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Diler de Birlik olarak 3'üncüsünü düzenledikleri Uluslararası İstanbul Halı Haftası'nın Tarihi Yarımada'da ki bu mekânda gerçekleştirmenin gururunu yaşadıklarını ifade etti. Ahmet Diler, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Burada, vakıflara ait erken Osmanlı döneminden 20. yüzyıl başlarına kadar tarihlenen halılar teşhir ediliyor. İstanbul Halı Haftası boyunca genç halı tasarımcılarını keşfetmek için Halı Tasarım Yarışması gerçekle-



> Ahmet Diler
> İHİB Başkan Yardımcısı

şecek. Hepinizi aramızda görmek istiyoruz. Gençlere yönelik atölye çalışmalarını da gerçekleştirecek. Böylece ileride halı sektörüne kazandıracığımız genç tasarımcıları tespit etmiş olacağız. İstanbul'da vakıflara ait İHİB'in sponsorluğu sayesinde bu nadide kilimlerin sergileneceği müzede yapılan etkinlik gerçekten bize haz veriyor." Konuşmaların ardından Suzan Bayraktaroğlu, Ahmet Diler, sektörün duayenlerinden Durmuş Güleç ve protokol üyelerinin katılımıyla kurdele kesilerek Vakıflar Tarihi Kilim Sergisi açıldı.

Halı Haftası kapsamında Halı Müzesi'nde üç ayrı salonda üç sergi gezildi. Birinci Galeride "Beylikler Dönemi – Erken – Klasik – Osmanlı Dönemi Halıları" görülmektedir. "Beylikler Dönemi Halıları" veya "14-15. Yüzyıl Hayvan Figürlü Anadolu Halıları" olarak bilinen bu grubun 15.yüzyıla ait en orijinal ve gelişmiş örneği ile Erken Dönem Halıları bu alanda sergilenmektedir. Bu galeride ayrıca Anadolu Selçuklu mimarisi süsleme unsurlarının yer aldığı 14-15.yüzyıla ait halılar ile 16. ve 17.yüzyılda dokunan Yıldız Madalyonlu, Çintemani ve Kuşlu Uşak Halılarının değişik tipteki örnekleri yer almaktadır. İkinci Galeride ise Orta ve Doğu Anadolu Madalyonlu Halılar görücüye çıktı. Orta ve Doğu Anadolu'da geleneksel motif anlayışı ile dokunan ve genellikle merkezinde kenarları dilimli veya yıldız biçiminde tek madalyonun yer aldığı 16-17.yüzyıla ait halılar ile Doğu Anadolu'da dokunmuş Kâbe Tasviri Motifli halıların 15.yüzyıla ait en güzel örnekleri sergilenmektedir. İkinci galeride; 17,18 ve 19.yüzyıllara ait Manisa-Gördes, Konya – Karapınar, Milas ve Hereke'de dokunmuş Halı Seccade örneklerine de yer verildi. Üçüncü Galeride ise Osmanlı Dönemi Büyük Boyutlu Uşak Halıları ve Saf Seccadeler sergileniyor. Klasik Osmanlı Dönemine ait 16.yüzyıl Klasik Madalyonlu Uşak Halısı ile bordür, renk ve teknik özellikleri bakımından bu halılara bağlantılı, ancak desen bakımından farklı anlayışla dokunmuş değişik tipteki Uşak halılarının en güzel örnekleri ile Süleymaniye ve Sultanahmet camilerinin 17. ve 19.yüzyıl Saf Halı Seccadeleri görülebilmektedir.



"14-19.yüzyılları arası kilimleri sergide keşfetmek mümkün."

HALIYA ÖZEL TEK MÜZE!

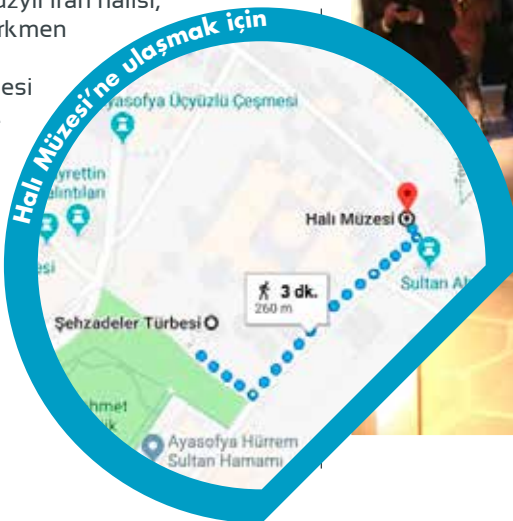
Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne bağlı olan İstanbul Halı Müzesi daha önce Sultanahmet Camii Hünkâr Kasrındaydı. Yapı, Padişahın namazdan önce veya sonra oturup dinlenebileceği sohbet edebileceği bir yapı olarak tasarlanan hünkâr kasrılarının ilk örneğidir. Sultanahmet Camii ile birlikte yapılan Hünkâr Kasrı, I. Sultan Ahmet tarafından 1609- 1617 yıllarında yaptırılmıştır. Mimarı Sedefkâr Mehmet Ağa'dır. Çeşitli onarımlarla günümüze ulaşan kasır birçok özgün ayrıntısını yitirmiş, son büyük onarımını 1949 yılındaki yangından sonra geçirmiştir. Özgün çatı ve bezemeleri yok olan kasrın değerli kumaş, kilim ve halılarla döşendiği inşaat defterinde satın alınan eşyalar listesinden öğrenilmektedir. Sultanahmet Camii Hünkâr Kasrı iki kattan ibaret olup alt katında giriş koridoru, üst kata çıkış rampası, üst katında ise üç adet oda yer alıyor. Daha önce söz konusu mekanda sergilenen halılar, günümüzde Ayasofya Müzesi'nin arka kısmında Topkapı Sarayı'nın ana girişinin hemen yanında bulunan İmarethane'de sergilenmektedir. Türkiye'de sadece halının sergilendiği tek müzedir. Müze koleksiyonunun, yüzyıllardan beri eski bir İslam geleneği ile camilere bağışlanan tarihi ve sanat değeri yüksek halıların toplanmasıyla oluşturulmuştur. 62 adet halı dönüşümlü olarak sergileniyor. Özgün Türk halılarının bulunduğu müzede çok nadir özellikte olan halılar sergileniyor. Çok zengin bir koleksiyona sahip olan müzede en erken tarihli halı 14. yüzyıl beylikler devri halısıdır. Sergilenen halılar arasında, 15. yüzyıl erken Osmanlı Dönemi halıları, 16. ve 17. yüzyıl klasik devri halıları (Uşak halıları, Bergama, Konya ve Kula Halıları) 18. yüzyıl Kazak halısı, 16. yüzyıl İran halısı, Kafkas halıları, Türkmen halıları, 19. yüzyıl Yağcıbedir seccadesi bulunmaktadır. 19. yüzyıla ait Kula, Gördes, Konya, Lâdik ve Milas çevrelerine ait seccadelerin en nadide örnekleri sergileniyor. Tarihi kilim sergisi 1 ay süre ile ziyaret edilebilecek.



Açılışın ardından misafirler Sultanahmet Camii Hünkâr Kasrı'nın altında bulunan Vakıflar'a ait binada bulunan atölyede restorasyon ve konservasyon çalışmalarını izlediler.



Halı Müzesi'ne ulaşmak için



“Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne bağlı Halı Müzesi'nde tarihî kilim sergisi gerçekleştirildi.”



İHİB söyleşi

İHİB'in İstanbul Halı Haftası kapsamında düzenlediği etkinliklerden biri de İHİB Talks oldu.

Rob Leahy, sunumunda müşteri beklentilerin değişimini, el yapımı halıların pazarlama kanallarının gelişimini ve farklılaşmasının anlatımına ek olarak, güncel ticari verileri ve istatistikleri kalabalık dinleyici grubuna sundu. Bunun yanı sıra, internet satışlarının perakende ve toptan satış dükkanları üzerindeki etkilerini irdeledi. Hayli ilgi çeken sunumuna esnaf, akademisyen ve öğrencilerden oluşan izleyici topluluğu soruları ve katkılarıyla renk kazandırdı.

Reto Ashwanden ise BBC televizyon kanalının 30'lu yıllarda çektiği, dokumalarıyla ünlü göçer bir topluluk olan Kaşkay Türkleri'nin yaylaya göçmesinin görüntülerini bir video vasıtasıyla ekrana yansıttı. Reto Ashwanden, günümüzde göçer toplulukların ardından kendi ülkelerinden değişik sebeplerden dolayı başka ülkelere göç eden mültecilerin halı endüstrisine yaptıkları katkıları anlattı. Buldukları ülkelerdeki zor koşullar ve savaşlardan uzaklaşmak için gittikleri ülkelerde dokumacılığa kazandırdıklarını gözler önüne serdi. Göçebe toplulukların dokumacılığa getirdikleriyle mültecilerin arasında bulunan benzerlikleri dinleyenlerle paylaştı. Avrupa'nın mülteci politikası ve yaklaşımını eleştirirken, Suriyeli mülteciler krizini olabildiği kadar iyi yöneten Türkiye'ye övgüler yağdırdı.





Carol Sebert ATÖLYE ÇALIŞMASI

İstanbul Uluslararası Halı Haftası kapsamında düzenlenen etkinliklerden bir diğeri ise Carol Sebert'in genç tasarımcılara verdiği atölye çalışması oldu.

Etinliğin üçüncü gününde Kanadalı halı markası Creative Matters'ın Başkanı ve kurucu ortağı olan Carol Sebert, yeni nesil tasarımcılara, başarılı halı tasarımına dair fikirlerini sunarak, "İç Mekânlar için Sanat Günü Halıları" atölyesinin bir parçası olma şansı sundu.



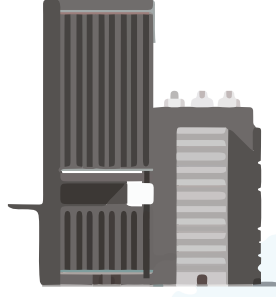
4 gün süren etkinlikler kapsamında genç tasarımcılara verilen atölye çalışmaları organizasyona ayrı bir hava kattı.

AVRUPA HALI PAZARI

SEKTÖRE GÖRE HALI TALEBİ

KONUTLAR

%55



TALEP

689

MİLYON METREKARE



NET GELİR

47€

MİLYAR

TİCARİ BİNALAR

%39



Avrupa'da ömrünü tamamlayan
YILLIK

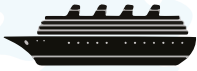
1.6 = 160X

MİLYON TON
halının;



DİĞER

%6

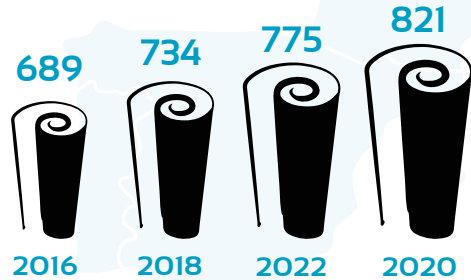


%60

KATI ATIK
SAHALARINA GİDİYOR

AVRUPA HALI PAZARI BÜYÜME BEKLENTİSİ

MİLYON METREKARE



YILLIK
DEĞİŞİM
%2,7

DEĞER
56€
MİLYON



%37-39

YAKILIYOR



%3

GERİ DÖNÜŞÜME GİDİYOR



Avrupa
dünyanın
ikinci büyük
halı pazarı

%65 Avrupa halı talebinin
'i AB merkezli
üreticilerce
karşılıyor

- Kurumsal Sosyal Uygunluk
- Denetim • Eğitim • Danışmanlık • Fabrika Geliştirme
- Projeler (*Workers' Dialogue, Women Empowerment, Supply Chain Mapping, Specific Sustainability Projects*)
- Tedarik Zinciri Yönetimi



ULUSLARARASI PAZARLARA AÇILAN KAPININ ANAHTARI **KSI** İLE ELİNİZDE



Blogger'lar TASARIMCI Sayılır mı?

> Neşe Altıntaş

Blogger'lar... Çağımızın oluşturduğu ve yaşattığı gezginler, gurmeler, makyaj artistleri, müzik duayenleri, teknoloji uzmanları, moda düşkünleri.

Blog ve Blogger kavramları internetin hayatımıza girmesi ve insanların aktif internet kullanımı ile gelişen birçok olgudan biri. Bloglar insanların tecrübelerini gezilerini düşüncelerini yazdığı bir nevi herkesin görebildiği sanal günlükler şeklinde başlamışlar. İnsanlar bu sayfalara üye olup takip etmek istedikleri içeriklere ulaşmışlardır.

Yıllarca internet ortamında başlayan her şeyin gelişerek biçim değiştirmesi teknolojinin ilerlemesi ve markaların bu paylaşım platformlarını da bir ekonomik pazar olarak görmesi sonucu Bloglar ve Blogger'lar ne yazık ki başlangıçtaki samimiyetlerini ve şeffaflıklarını kaybedip medyanın birer aracı haline gelmişlerdir.



Her konuda uzman oldukları algısı

İstanbul'un en iyi 5 restoranı başlığı altında yazılan yazılar, çekilen fotoğrafların alıntı olmadığını kanıtlamak için Blogger şahsiyetimizin yemek fotoğrafı karelerine ellerini veya kişisel eşyalarını da dâhil etmeyi ihmal etmemesi, olmadı manzaraya karşı fotoğraflarını çektiyip orada bulunduğu altını çizmesi de olmazsa olmazlardan. Bir diğer olmazsa olmaz ise çoğu sponsorlu bağlantılar içeren bu blog postlarının gurme eleştirilerden geçilmemesi. Halkın içinden cana yakın ve samimi olmasını beklediğimiz Blogger'ların - Çünkü hepsi kendilerinde bunu iddia eder - belki adını zor bile telaffuz edebildikleri Fransız şarabı hakkında analiz yapmaya çalışmaları ve bizim bundan çıkarmamız gerekenin şarabın iyi veya kötü oluşu değil, onların her konuda uzman oldukları algısıdır.

Ne yapıyor bu Blogger'lar!

Bulduğumuz dönem içinde Blogger'lar çağırıldıkları restorana gidip fotoğraf çekimleri yapmak, belki yemeği bile yemeden restorana methiyeler düzmek, markalar ile yaptıkları iş birliği sonucu kullanmadıkları belki kullanıp memnun bile kalmadıkları kozmetik, sağlıklı yaşam, teknoloji vs. ürünleri iş birliği hatırına paragraflarca övmeyi bitiremiyorlar. İş birliği sonucu bize takipçileri olarak değerli hissettirmesinin beklendiği olabildiğince düşük yüzdelerde indirimler ile belki ihtiyacımız bile olmayan ürünlerle gözümüzü boyamayı da ihmal etmiyorlar.



Yeterli seviyeye ulaştıktan sonra üretmeye başlamalılar

İnsanların Blogger olsun veya olmasınlar, diğer insanların uzmanlık alanlarına saygı gösterip, eğer bir konu ile ilgileniyorlar ise de bunun eğitimini almaya özen göstermeleri, ardından özgün işler ortaya çıkarmak adına yeterli seviyelere ulaştıktan sonra üretmeye başlamaları gerekmektedir. Bu şekilde hem kalite ve özgünlük açısından kendi ürettikleri işlerinin arkasında durabilirler, hem de insanlara ve verdikleri emeklere gerçekten saygılı olup toplumun gözünde daha iyi yerlere ulaşabilirler.



En çok dâhil oldukları konu moda ve tasarım

Blogger'lığın artık ek bir hobi değil de bir meslek haline dönüştüğü bu zamanda Blogger kişinin eğitim düzeyi eğitim alanı ve yaşadığı çevre farketmesizin her konuda bir fikri olan Blogger'ların şüphesiz en çok dâhil olduğu konulardan biri de moda ve tasarımdır.

Birçok Blogger'ın blog hayatına başladığı nokta ve yorum yapma konusunda kendilerine en çok güvendikleri alan da moda olmuştur. Çünkü Blogger dediğimiz insanlar aslında stil oluşturmak veya kreatiflikten bi haber olmakla birlikte çoğu kez internet ortamında gözlerimizin yeterince aşına olduğu ve kendilerini riske sokmayacak şekilde trendleri magazin dergilerinden takip ederek bize oluşturdukları kombin önerileri veya "lookbook" hazırladıkları giyim tarzlarını paylaşırlar. Bu Blogger'ların hem internet ortamında yeni stiller oluşturmaya cesaret edememesinden hem de bu giyimleri sokağa taşımaya çekinmelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak büyük bir yüzde ile de Blogger olup insanlara ilham kaynağı olmanın yaratıcılıktan ve farklılıkları ön plana çıkarmaktan geçmediğini, internetteki bir fotoğrafın sonsuz yansımaları misali her Blogger'da aynı parçaları, aynı tarzı gözlemlememizin gayet normal olduğuna bizi inandırmış olmalarıdır. Blogger'ların beslendiği en büyük kaynaklardan biri olan sosyal medya ilgisidir. Markaların bunu göz önünde bulundurarak PR ürünleri ile düşük maliyetli reklam yapma çabaları, insanların üzerinde etkisi olan Bloggerlar'ın konularının farkında olduklarını göstermişlerdir.

İnternet üzerinden yapılabilecek en etkili tanıtım yolu

Markalar çoğu zaman iş birliği için Blogger'lar ile yeni koleksiyonlarını veya kozmetik ürünlerini tanıtmak amacıyla yüzleri olmaları konusunda anlaşılırlar. Bu internet üzerinden yapılabilecek en etkili tanıtım yollarından biridir. Bunun bir seviye üzeri ise özellikle giyim firmalarının Blogger'lar ile tasarım konusunda iş birliği yapmalarıdır. Bu olay moda konusunda eğitim almayan ve modayı magazin dergilerinden takip eden sonra bu bilgileri blogunda paylaşıp belli bir üne kavuşmuş yaratıcılıktan uzak bir Blogger'ın medyaya oluşturduğu örneği gözler önüne sermektedir. Tasarımcı olmak için hiçbir vasfa, tecrübeye veya eğitime gerek olmayacağı algısı özellikle medya ve Blogger'lar yoluyla oluşturulmuştur.

Öteki yandan Blogger'ların bir marka ile iş birliği yapması halinde o markaya tasarım değil "styling" yapmasının daha mantıklı olduğu, çünkü Blogger olarak insanlara kendi yorumunu taşıyan kombinler önermeyi vadettiği şekilde bunu bir sponsor eşliğinde yapmasında hiçbir sakınca olmadığı aşikardır.



KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAS
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. 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

Avrupa ev tekstili pazarında TÜKETİCİNİN TERCİHLERİ TRENDLERİ BELİRLİYOR

Kimlik arayışı içindeki Avrupalı tüketicilerin “sürdürülebilir” ve “sosyal sorumlu” ürünlere olan talepleri her geçen gün artıyor. **Bu trendi fırsata dönüştürmek için üreticilerin sürdürülebilir ürün ve süreçleri çok iyi anlatmaları gerekiyor.** Öte yandan Çinli ihracatçıların kendi iç pazarına yöneldiği bu dönemde Avrupa pazarında kendinize yer açmanın yolu bu olabilir.

Kimlik arayışı tercih sebeplerini etkiliyor

Avrupalı tüketicilerin kimlik arayışları, onları hikayesi olan ve tüketicinin tarzını ifade eden tasarım odaklı ürünleri tercih etmeye yönlendiriyor. Ürünüze yerel bir dokunuş veya hikaye ekleyerek bu trendden yararlanabilirsiniz. Tüketi-

cilerin ürünleri kombine ederek kendi koleksiyonlarını yaratabilecekleri koordine konseptler sunabilirsiniz.

Bireysellik ve değişen demografik yapı

Son 50 yılda, endüstrileşmiş ülkelerde artan refah düzeyi, kişisel gelişime ve

kendini ifade etmeye yönelik talepleri artırdı. Bireysellik ve özgürlük peşindeki bu insanlar, diğerlerinden ayrılmak adına kendi “marka kimliklerini” oluşturdu. Bu kimliklerin geleneksel demografik profillere uyması gerektiği gibi özellikle internetteki geniş ürün (ve hizmet) yelpazesi insanların zevklerini



ifade edebilmeleri için neredeyse sonsuz sayıda alternatif yarattı. 1946 ile 1964 yılları arasında doğan ve "Baby boomers" olarak tanımlanan kuşak, artık hayatlarının altın çağına girerken, 1980 ile 1999 arasında doğanların oluşturduğu "Y Kuşağı" ise en önemli yatırım süreçlerini tamamladıkları birinci tüketim dönemine başlıyor. Avrupa ülkelerinde artan sağlıklı yaşam beklentisi, "genç yaşlılar" olarak nitelenebilecek yeni bir çağın da habercisi oldu. Bu modern yaşlılar uzunca bir süredir bildik yaşlı kalıplarına uymuyor. Önceki nesillerin aynı yaş grupları ile karşılaştırıldığında çok daha sağlıklı, aktif ve hayatın içinde olan bu "genç yaşlılar"ın çoğu hala iş hayatının içinde olduğu için refah düzeyi ve alım gücü en yüksek kesimi oluşturuyorlar. Üstelik bu grubun harcama kapasitesinin "yaşa özel" ürünlerle sınırlı olmaması, onları pazarlamada yeni bir segment haline getirmiş durumda. Öte yandan "Y kuşağı"nda ise kariyerinin başındakiler daha fiyata duyarlı bir tutum sergilerken kuşağın daha kıdemli olanları ise ev sahibi olma sürecini geride bıraktıkları için daha fazla harcanabilir gelire sahip oldukları bir aşamaya ulaşıyorlar ve böylece özellikle ev tekstili konusunda ilginç bir pazarlama segmenti haline geliyorlar. E-ticareti sıklıkla kullanan bu kesimin alışverişte öncelikleri ise sürdürülebilirlik olarak öne çıkıyor.

Yeni yaşam biçimi:

Paylaşmak

Kimlik arayışındaki Avrupalı tüketicinin öncelikli hedefi sağlıklı bir beden ve ruh bütünlüğüne ulaşmaktır. Bu arayışını tek başına deneyimleyebileceği gibi sosyal ağlar üzerinden paylaşarak bir "anlam bütünlüğü"ne ulaşabilir. Günümüzde sosyal medyanın geldiği konum benzer alışkanlara sahip ancak uzak mesafede yaşayan tüketicilerin birbirleri ile iletişimin ötesinde bir etkileşim kurmalarını olanaklı kılmaktadır. Bu etkileşim tüketicilerin cesaretini artırırken övgü almasını ve öz saygısını artırmasını sağlar. Paylaşmanın yeni bir yaşam biçimi haline geldiği

günümüzde tüketicilerin en yoğun görüş alışverişinde buldukları mecra olan sosyal medya, ürünler için en önemli referans kaynağına dönüşmüş durumda. Bu dönüşümün doğal sonucu olarak sosyal medya pazarlamasının da gittikçe daha önemli bir parçası haline geliyor. Örneğin "ergonomik" sandalyeler gibi sağlık temalı ürünler satın almak, tüketicinin sağlıklı yaşam tarzına öncülük ettiğini gösterirken gerçek veya sanal arkadaş grupları arasında popüleritesini artırıyor.

Tüketici trendleri

Kişiyeye özgü tasarım: Bireysel ihtiyaçlara ve tercihlere göre uyarlanabilecek tasarımlar gittikçe önem kazanırken, bu eğilimi gören şirketler de yanıt vermekte gecikmediler. Tüketiciler, ürünleri kendi fikir ve isteklerine göre kişiselleştirebiliyor ve özelleştiriyor. Kişinin kendini eşsiz hissetmesini sağlayan bu tür kişiselleştirilmiş ürünlere sahip olmak yeni bir statü sembolü olarak öne çıkıyor. Şirketler, bir ürünün ardındaki hikayeyi paylaşarak müşterileriyle duygusal bir bağ kurarken tüketiciler de hikayenin karakterlerine veya "eylemlerine" duygusal olarak bağlanıyorlar. Araştırmalar özellikle "Y Kuşağı"ndaki tüketicilerin doğrudan reklamlardan ziyade hikaye tabanlı pazarlamaya daha etkili yanıt verdiklerini gösteriyor. Ev tekstili ve dekorasyon sektöründe öyküler genellikle yapım teknikleri ve kullanılan materyaller, kurumsal sosyal sorumluluk ve kültürel anlamlilik çerçevesinde şekilleniyor. Tüketicilerin geçmişe oranla daha fazla seyahat etmeleri ve seyahatlerin menzilinin her geçen gün artması da hikayelere yönelik beklentileri kuvvetlendiriyor. Ziyaret edilen uzak kültürlerden eve taşınan hikayeler ve bu hikayeleri barındıran nesnelere kişilerin "heyecan verici" ve "açık fikirli" yaşam tarzının da bir göstergesine dönüşüyor. İnternetin yaygınlaşması da tüketicileri dünyanın diğer ucundaki hikayelerden esinlenmeye daha açık kılıyor ve böylece Asya ve Afrika stilleri mevcut Avrupa tasarım süreçlerini etkiliyor.



İpuçları:

- Tüketicilerin kişisel koleksiyonlarını geliştirebilmelerine olanak sağlayacak şekilde farklı ürünler arasında tercih yapmasını sağlayın.
- Birbirini tamamlayan ve destekleyen ürünleri sunmaya gayret edin. Tüketiciler için uyumlu konseptler oluşturun.
- Ürünlere yerel dokunuşlar ekleyin ancak bu dokunuşun oranı iyi ayarlanmadığında "niş" pazara gireceğini unutmayın.
- Bir hikayeyi anlatan veya tüketicileri bir deneyimin parçası haline getiren konseptler geliştirerek duygusal değer katın.

E-ticareti sıklıkla kullanan Y kuşağının alışverişte öncelikleri sürdürülebilirlik olarak öne çıkıyor.

PAZAR TRENDLERİ

Yeni lüks ürünler: Günümüzün "yeni lüks" kavramı, eşsiz deneyimler yaşamak, yeni beceriler kazanmak, çevre dostu olmak ve cömertliğini sergilemekten geçiyor. Tüketiciler, yemek yapma becerilerini geliştirerek ya da evdeki spa üzerinde dekoratif becerilerini sergileyerek hem keyif aldıkları bir hobiyeye sahip oluyorlar hem de statü kazanıyorlar. Bu nedenle bilgi birikimine ve kimlik duygusuna katkıda bulunan; deneyimlerine anlam katan ürünlere yöneliyorlar.

Sağlık ve esenlik: Fiziksel ve zihinsel esenlik, Avrupalı tüketiciler için önemli bir itici güç haline geldi. Güzel, iyi yapılmış ürünlerden zevk alan bu grubun öncelikli talebi evinde zaman geçirirken toplumun ve iş hayatının baskısından uzak, kendilerini güvende hissetmek. Doğal ve saf kumaşların kullanıldığı mobilyalar ya da organik yatak takımları; iyi tasarlanmış aksesuarlar, küçük bir apartman dairesinde bile doğaya yakın hissetmelerini sağlayabiliyor.

Tarz sahibi olmak: Batı Avrupa ülkelerindeki ev dekorasyonu ve ev tekstil pazarı, tüketicilere dünyanın diğer ülkelerinde olduğundan çok daha fazla seçenek sunabiliyor. Bu da harcanabilir geliri oldukça yüksek olan bu gruba yaşam alanlarını hem iç dünyalarını ve hem kimliklerini tüm boyutlarıyla yansıtabilecek şekilde kurgulama imkanı sunuyor. Örneğin, kullanılacak bir vazanın hem iv sahibinin tarzını yansıtmayı hem de ziyaretçilerin beğenilerine hitap etmesi gerekiyor. Bu trendin önemli bir parçasını da tasarım, malzeme ve teknik gibi ürünlerin temel değerleri oluşturuyor.

Seyahat ve stil: Kentleşme oranının yüksek olduğu Avrupa'da "işe gitmek" aynı zamanda yolculuk anlamına geliyor. Bu günlük işe gidip gelişlerde kullanılan seyahat gereçleri de mümkün olduğunca rahat ve şık olacak şekilde tasarlanıyor. Öte yandan daha fazla hikaye biriktirmek için gidilen mesafeler de uzuyor. Avrupalı tüketici ayrıca "zihinde seyahat etmeyi" de seviyor. Tüketiciler bu zihinsel yolculuklarını görsel olarak zenginleştirmek için evlerini antika bavullar, eski harita ve atlaslar, hatta sahte av kostümü ve malzemeleri eşyalarla donatıyorlar. Bu nostalji hissi son dönemde Avrupa güçlü bir şekilde yaşanıyor.



Küresel ekonomide yeni denge

Bugüne kadar rakip olarak gördüğünüz Doğu Avrupa ve Çin gibi ekonomiler aynı zamanda ilginç hedef pazarlar haline geliyorlar. Polonya ve Çekya gibi ülkeler özellikle performanslarıyla dikkat çekiyor. Ayrıca, giderek daha fazla Çinli ihracatçı kendi iç pazarına yönelirken Avrupa pazarında oluşan açık önemli bir fırsat oluşturuyor.

Gelişmekte olan ekonomilerin yükselişi

2050'de dünyanın en büyük 30 ekonomiden 19'u gelişmekte olan pazarlardan oluşacak. Bu ekonomiler küresel büyümeyi yönlendirirken inovasyon gibi diğer eğilimlere de öncülük ediyor olacak. Öte yandan Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan pazarların nüfusu artmaya devam ederken gelişmiş ekonomiler yaşlanan ve azalan bir demografik yapı ile karşı karşıya. Bu durum, gelişmekte olan ekonomilerin hem siyasi hem de ekonomik açıdan daha da önem kazanacağı anlamına geliyor. Dünya nüfusu artarken, bu nüfus giderek kentlerde toplanıyor. Her yıl 200 milyon insanın kırsal kesimden ayrılarak kent nüfusuna ekleneceği hesaplanıyor.

Gelişmekte olan pazarlarda tüketici trendleri

Batı Avrupa geleneksel olarak gelişmekte olan ülkelerdeki ev tekstili ve dekorasyon sektörü ihracatçıların hedef pazarıydı. Ancak son zamanlarda, gelişmekte olan piyasalarda gözlenen güçlü büyüme eğilimi ile birlikte bu ülkeler-

de daha yüksek harcanabilir gelire sahip kentsele orta sınıf da büyüdü. Bu da gelişmiş ülkeler kadar gelişmekte olan pazarları da ihracatçı açısından ilgi çekici hale getirdi. Uzun vadede, AB ülkeleri ve ABD gibi pazarlar tek alternatif olmaktan çıkacak.

El yapımı ya da endüstriyel üretimde uzun bir geleneğe sahip olan Doğu Avrupa görece olarak ucuz bir üretim merkezi olması hasebiyle küresel Avrupa markaları için cazip bir tedarik merkezi ve diğer bölgelerdeki gelişmekte olan ülkeler için de rakip haline getirmiştir. Batı Avrupa'ya yakın olması nedeniyle düşük nakliye giderleri, just-in-time üretim ve yönetim kontrolü olanakları sunan bu ülkeler özellikle aksesuarlar konusunda uzmanlaşmıştır. Örneğin, Polonya Çin'in ardından Avrupa'nın lider sandalye tedarikçisidir.

Bununla birlikte, Doğu Avrupa ev tekstili ve dekorasyon pazarında güçlü bir büyüme bekleniyor çünkü "harcanabilir gelir" arttıkça, dekorasyon yönelik harcamalar da artmaktadır. Doğu Avrupa GSYİH'sinin 2021 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 2,3 ile 3,8 oranında artmaya devam etmesi beklenmektedir. Avrupa fuarlarında Doğu Avrupa markalarının ve alıcılarının sayısındaki artış da bu beklentiye doğrular niteliktedir. Ancak orta vadede, ana hedefin fiyat duyarlı bir tüketici olması dikkat çekicidir. Bu nedenle, Doğu Avrupa pazarı ağırlıklı olarak hacimli üretimler için uygun olacaktır.

Avrupa'da ev eşyası ithalatı artıyor

2012 yılında 111 milyar Euro olan Avrupa'nın ev eşyası ithalatı, yıllık ortalama yüzde 5,7 oranında

"Doğu Avrupa'da ev eşyası ithalatı 2016 yılında 17 milyar Euro'ya yükselerek yıllık ortalama yüzde 10'luk bir büyüme oranına ulaştı."



büyümeyle 2016'da 138 milyar Euro'ya ulaştı. Doğu Avrupa ise nispeten küçük bir pazar olmasına rağmen, çok daha iyi bir performans sergiledi ve 2012 yılında 12 milyar Euro olan ithalat 2016 yılında 17 milyar Euro'ya yük selerek yıllık ortalama yüzde 10'luk bir büyüme oranına ulaştı.

Öte yandan Avrupa'nın gelişmekte olan ülkelerden ithalatı ise yıllık ortalama yüzde 5,3'lük artışla 2012 yılındaki 45 milyar Euro seviyesinden 2016'da 55 milyar Euro'ya yükseldi. Gelişmekte olan ülkelerin Doğu Avrupa'nın ithalatındaki payı yüzde 27 ile yüzde 40'luk Avrupa ortalamasının gerisinde olsa da 2012 yılında 3 milyar Euro'dan 2016'da 4,7 milyar Euro'ya yükselmesi yıllık ortalama yüzde 12'lik bir büyümeye işaret ediyor ki bu oran Avrupa ortalamasının iki katından daha fazla.

Doğu Avrupa'da ise öne çıkan iki pazar Polonya ve Çekya. Bu iki ülke 2016 yılında sırasıyla 5,4 milyar ve 4,4 milyar Euro'luk ithalata imza attılar ki bu da 2012'den bu yana Polonya için yıllık ortalama yüzde 12 ve Çekya için yıllık ortalama yüzde 9,2 büyümeye işaret etmektedir. Polonya'nın 2016 yılındaki ithalatının 2,2 milyar Euro'sunu gelişmekte olan ülkelerden gerçekleştiren 2012'den bu yana yıllık ortalama artış da yüzde 14 olarak gerçekleşti. Aynı dönemde Çekya'nın ithalatı da yıllık ortalama yüzde 7,9'luk artışla 1 milyar Euro'ya ulaştı.

Üretici ve hedef pazar olarak Çin

İyi kurgulanmış üretim altyapısı ve düşük üretim maliyetinden yararlanan Çinli üreticiler küresel düzeyde rekabet edebilmektedirler. Çinli toptancılar Avrupa'ya ihracatlarında diğer gelişmekte olan ülkelere firmalarla ortaklık kurarlar. Bu strateji, gelişmekte olan ülkelere gelen tedarikçiler için yoğun bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Ancak gelecekte daha fazla Çinli üretici odağını Çin'in yerel pazarına kaydıracak ve Avrupalı ithalatçılar için tedarikçi olmaktan çıkacak. Avrupalı ithalatçılar yeni tedarikçi aramak zorunda kalacaklar. Öte yandan orta üst gelir seviyesindeki tüketici sayısı her geçen gün artan Çin de Avrupalı toptancıların pazarı haline gelirken bu çift yönlü trend gelişmekte olan ülke ihracatçılara yarayacak.

Yeni küresel ekonomide aile yapıları ve ilişkiler değişiyor. Özellikle kent merkezlerinde bir konutu paylaşmanın yeni yolları ortaya çıkıyor. Avrupa'daki kentsel alanlarda hane halkı tek kişilik yapılardan çok kuşaklı hane halklarına kadar değişebiliyor.

İpuçları:

- Ülkenizdeki ve bölgenizdeki pazarları aktif olarak tarrayın. Ticaret fırsatları hakkında bilgi edinmek için yerel destek kurumlarına başvurun.
- Avrupa pazarına girmek bölgesel pazarınızdan yararlanabilirsiniz. Kentsel orta sınıflar gibi hem Avrupa hem de bölgesel pazarınızda bulunabilecek hedef grupları seçin.
- Sektörünüzle ilgili özellikle Polonya ve Çekya'da düzenlenen fuarları ziyaret edin, hatta firma olarak katılın.
- Doğu Avrupa'daki elçilikleriniz ile iletişim kurun ve bu ülkelere yönelik ticaret heyetlerine katılın.
- Mevcut Avrupalı alıcılarınız ürünlerinizi Çin pazarına da sunabilir. Onlarla olası stratejileri tartışın. Kaliteli esnek üretim ve hızlı teslimat sağlayarak onlara yardımcı olun.
- Avrupa ve Asya fuarlarında Avrupalı alıcılarla tanışın. Çin'e alternatif arayan alıcıları keşfetmeye çalışın.
- Tek kişilik ya da çok nesilli haneler gibi niş yaşam tarzlarına odaklanın.





Çevreye duyarlı "yeşil" ve sosyal olarak sorumlu ürünler için talep her geçen gün artıyor. Yeşil ve sosyal sorumluluk kavramlarını kullanarak bu trende yönelebilirsiniz. Çevre dostu malzemeler kullanın ve ürünlerinizin sürdürülebilir ve sosyal yönlerini açığa çıkarın.

Sürdürülebilirliğin artan önemi

Sürdürülebilirlik tüm dünyada her geçen gün daha önemli bir kavram haline gelirken hesap verebilirlik talebi de artmaktadır. Sürdürülebilir satın alma, özellikle sanayileşmiş ülkelerde giderek büyüyen bir trenddir. Sosyal ve çevresel hedefleri satın alma süreçlerine giderek daha fazla entegre eden işletmeler, kamu kurumları ve STK'lar, çevresel ayak izlerini azaltmak, sosyal faydayı artırmak ve sürdürülebilir bir ekonomiyi teşvik etmek istiyorlar. Dünyayı etkileyen sürdürülebilirlik kavramı, şirketleri politikalarının şeffaflığı ve hesap verebilirliği konusunda büyük bir kamu baskısı ile karşı karşıya bırakmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilirliği iş stratejilerinde temel bir bileşen olarak dahil eden şirketlerin sayısı her geçen gün artarken ürün yelpazesine de sürdürülebilir şekilde üretilen ve tasarlanan ürünleri ekliyorlar. Geçmişte kamusal bir talep olarak şekillenen sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir ürünler artık sektör bileşenleri tarafından da talep ediliyor. Örneğin Avrupa'daki sektörel fuarlar yeşile odaklanırken alıcılar da çevresel değerlerini ön plana çıkarmaya önem veriyor. Nakliyede emisyon oranının düşürülmesi, ambalajlarda yenilikçi yöntemlerin kullanılması önem kazanıyor. Ayrıca, "Made in Europe" ürünler daha fazla ilgi görüyor çünkü tüketiciler yerel ürün kullanarak ekolojik ayak izlerini küçültmek istiyor. Bu trend Doğu Avrupalı üreticiler için olumlu olsa da Avrupa dışındaki üreticiler için rekabette bir olumsuzluk olarak öne çıkıyor. Gelişmekte olan ülkelerdeki üreticilerin kalkınmasını ve

sürdürülebilirliği teşvik etmeyi amaçlayan pazar odaklı organize bir sosyal hareket olan Fairtrade (Adil ticaret) sosyal ve çevresel standartlarının yanı sıra üreticilere daha yüksek ödeme yapılmasını savunur. Fairtrade ürünlere yönelik ilgi özellikle İngiltere, Almanya, İsveç, İsviçre, Hollanda ve Belçika'da artan bir trend haline gelmiştir.

Avrupa'daki sektörel fuarlar yeşile odaklanırken alıcılar da çevresel değerlerini ön plana çıkarmaya önem veriyor.

PAZAR TRENDLERİ

Daha iyi bir dünya için mücadele: Sürdürülebilir ürünlere yönelik talep özellikle Y kuşağındaki tüketicilerde artıyor. Yerel toplulukları desteklemeye özen gösteren bu grup ayrıca atıklar ve geri dönüşüm konularında daha duyarlı davranmaları için işletmeler üzerinde baskı oluşturuyor. Konutlarındaki ürünlerin de çevre dostu olmasına özen gösteren Avrupalı tüketiciler daha iyi bir dünyaya katkıda bulunmak için Fairtrade ürünlere öncelik veriyorlar. Y Kuşağı fiyata en duyarlı kuşak olmasına rağmen aynı zamanda sosyal ve çevresel etkilere özen gösteren firmaların ürünlerine ekstra ödeme yapmaya da en açık kuşak. Son dönemin ilgi çekici trendlerinden biri ise lüks tüketicilerin de gezegene ve topluma duyarlı firma ve ürünlere daha sıcak yaklaşmaları.

Çevrecilik kitleleşiyor: "Yeşil tüketici" olarak adlandırılacak grup, açık fikrli ve yüksek eğitimli profesyonellerden oluşuyor ve Batı Avrupa'daki tüketicilerin yaklaşık yüzde 25'ini temsil ediyor. Bununla birlikte, önde gelen uluslararası markaların stratejilerine sürdürülebilirliği giderek daha fazla entegre ettikleri gözleniyor. Bu eğilimin sonucunda sürdürülebilir ürünler tüm segmentler ve tüm tüketici profilleri için standart hale geleceği anlaşılıyor.

İPUÇLARI

- Çevre dostu malzemeler ve tasarımlar kullanarak ürünler geliştirin.
- Rakiplerinizden ayrılmak için ürünlerinizin çevreci ve sosyal yönlerini öne çıkarın.
- Ürünlerinizin çevreye duyarlı olduğu belgelendirmeye önem verin ancak maliyetleri de göz önünde bulundurun.
- Ürününüz hakkında abartılı veya gerçekçi olmayan iddialarda bulunmayın.
- Ürününüzün kaynağını gösterin ve benzersiz teknikler veya materyaller kullanın. Alıcılar, bu ürünü yalnızca şirketinizin yapabileceğini bilmelidir.



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

“Şanslıyım İMA, bana cesaret verdi”



Bu sayımızda sizleri genç bir moda tasarımcısı ile tanıştırıyoruz. İstanbul Moda Akademisi 'nde aldığı eğitim sonrasında sektöre daha farklı gözlerle bakmaya ve kendisinin de ifadesi ile büyük bir farkındalık kazanmaya başlayan Gökçe Nadire Bıçaklı; “Şanslıyım. İstanbul Moda Akademisi , bana kendi projelerimi hayata geçirme cesareti verdi” diyor.

> Gökçe Nadire Bıçaklı
> Moda Tasarımcısı



Gökçe Nadire Bıçaklı... Bu ismi bir yere not edin, not edin çünkü önümüzdeki süreçlerde kendisini moda dünyasında çokça duyacağımızdan emin olabilirsiniz. İstanbul Teknik Üniversitesi ve Fashion Institute of Technology iş birliği dahilinde Moda Tasarımı bölümünden mezun olduktan sonra yolu İstanbul Moda Akademisi ile kesişen Gökçe Nadire; İstanbul Moda Akademisi'nde Moda Tasarım ve Yönetimi Lisansüstü Programı'na katılmaya hak kazanan gençlerden biri oldu. Bıçaklı'nın hayatı ve sektöre bakış açısı bu programa katılımı ile birlikte tamamen değişti ve kendisinin de ifadesi ile böylelikle kurguladığı markalar için ilk adımı da atmış oldu.

İlk adımlar atılıyor

Programın kendisine cesaret verdiğini bilhassa belirten Bıçaklı'ya birakalım sözü ve kendisi anlatsın bizlere İstanbul Moda Akademisi ile nasıl bir farkındalık kazandığını: “İMA'da Moda Tasarım ve Yönetimi Lisansüstü Programı'na katılmaya hak kazandım. Eğitim öncesi Türkiye perakende piyasasında önde gelen hem dekoratif ürün hem de tekstil ürünü gamı sunan bir markada çalışıyordum. Bu anlamda aldığım İTÜ-FIT lisans eğitiminden de dolayı ticari olmak ve müşteriye odaklılık bildiğim konulardandı. Katıldığım bu programda marka yönetiminin bambaşka taraflarının farkındalığını edindim. Kurulum sürecinde çok iyi kurgulamanız gerektiği marka kimliği, marka hedef kitlesinin belirlenmesi ve buna göre marka

stratejilerinin oluşturulması; ve sonrasında koleksiyon hazırlıkları, fiyatlandırmalar, pazar arayışı ve marka pazarlamasının yapılmasına kadar olan bu süreci kapsayan eğitim programı bana da kendi projelerimi hayata geçirme cesareti verdi. İstanbul Fashion Week New Gen kapsamında gösterme şansı bulduğum ve kurguladığım markanın ilk adımlarını atmış oldum.”

İMA eğitimi sonrası kendi markasını yarattı

Türkiye'nin önde gelen ve global bir marka olmayı başarmış bir denim markasında kadın tasarım departmanında çalışan Bıçaklı; bir yandan da kendi projeleri olan iki markanın sorumluluğunu yürütüyor. Kendisinden dinlemeye devam ediyoruz: “GNB, İMA'da aldığım eğitim süreci sonrası kurguladığım üniseks parçalardan tasarladığım bir marka. Bu sene ise ortak olduğum bir arkadaşım ile beraber yeni bir konsept marka, Doğu senteziyle Akdenizli kadın hikayesi oluşturduk, ismi 'Souç Samurai'. Yönettiğim bu proje markaları bu anlamda global dünyayla

buluşturmak istiyorum. Bu uzun soluklu bir süreç ve başarıya ulaşması için emin adımlarla ilerlemek gerektiğini düşünüyorum.”

Şanslıyım çünkü...

Ve şöyle sonlandırıyor açıklamalarına genç tasarımcı: “Var olabilmek için artık yaratıcılık dışında da farklı stratejilere sahip olmanız gerekiyor. Hatta önemli tasarımcıların röportajlarından da öğrendiğim, bu süreçte tasarımın başarıda sadece yüzde 20 pay alıyor olması. Bu anlamda İMA Moda Tasarımı ve Yönetimi Programı'ndaki eğitim bir markayı oluşturmada marka kimliği ile başlayan, ve sonrasında marka stratejileri, tasarım süreci, hedef müşteri kitlesini anlama, ticari satım, tasarımın üretimini, pazarlaması ve tasarımların sunulmasına kadar kapsamlı bir süreci aktarıyor. Daha önce yoğunlaşmadığınız süreç bölümleriyle ilgili farkındalığınız artıyor. Aslında ne kadar kapsamlı bir süreç olduğunu anlıyorsunuz. Bu kadar bilgiyi ve tecrübeyi bir arada bulabileceğiniz az rastlanan programlardan, bu anlamda kendimi şanslı buluyorum.”

“İstanbul Moda Akademisi ile marka yönetiminin bambaşka taraflarını keşfettim.”



Kuzey Ren-Vestfalya'da Yeni Yatırım Fırsatları Avrupa'daki Yatırım Merkeziniz

Bir bölgeyi güçlü bir yatırım merkezi yapan en önemli şey; ekonomik güç, altyapı ve kültürel yaşam gibi faktörlerin mükemmel etkileşimidir. Bu bakımdan Kuzey Ren-Vestfalya birçok açıdan eşsizdir. Almanya'nın bu en kalabalık nüfusa sahip olan eyaletinin size sunduğu sayısız imkân ve koşullardan faydalanın. Hangi sektör veya proje için olursa olsun, yeni fırsatlar için ideal yatırım ortamını burada bulacaksınız. Yaklaşık 20.000 yabancı şirket tercihinin metropol bölge Kuzey Ren-Vestfalya lehine kullandı. Bizimle iletişime geçin ve sizi de memnuniyetle bilgilendirelim. Bir One-Stop-Acentesi olarak yatırım projelerinizde size destek veriyoruz: www.nrwinvest.com



Endüstriyel robotlar hangi departmana bağlanmalı?

İT mi iK mi?

Yapay zeka ve sanal gerçeklik teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle birlikte endüstriyel robot kullanımı hızla artıyor. Bu yılın sonunda kullanımdaki robot sayısı 2,5 milyona yaklaşacak. Ancak şirketlerin yapay çalışanlar ile insan çalışanlar arasındaki uyumu sağlayacak yöntemleri geliştirmesi gerekiyor.

Son dönemde teknolojiye yaşanan baş döndürücü gelişme ile birlikte iş dünyasında da başta "dijitalleşme" olmak üzere "sanal gerçeklik" ve "Yapay zeka" gibi kavramlar çok daha sık konuşulmaya başladı. Yapay zeka ve sanal gerçeklik uygulamaları ile donatılmış makineler, insanlarla birlikte çalışırken endüstriyel robot kullanımı da her geçen gün artıyor. Araştırmalar, insan ve yapay zekanın ayrı ayrı ortaya koyacaklarından çok daha fazlasını üretme kapasitesine sahip olduklarını gösteriyor ancak bu kapasiteyi aktive edebilmenin yolu şirketlerin teknolojiyi "insan" çalışanların kullanacakları "araçlar" olarak değil, işgücünün bir unsuru olarak görmelerini gerektiriyor. Bunu sağlamanın yolu ise yeni dönemde şirketlerin teknolojik süreçlerini sadece bilgi işlem birimleri ile değil, bu birimin

koordinasyonunda insan kaynakları ve strateji geliştirme gibi birimlerin de katkısıyla yürütülmesinden geçiyor.

Çalışanın rakibi değil destekçisi

Yapay zeka uygulamaları, çalışanların kapasitelerini artırdığı ölçüde insan zekası üzerinde güçlendirici bir rol sergiliyor. Artık bir gerçeklik halini alan yapay zeka, çalışanların yerini almak yerine kapasitelerini geliştiren ve gelecek vaat eden bir uygulama olarak öne çıkıyor. Örneğin yıllardır hava ulaşımında başarıyla kullanılan otomatik pilot uygulamalarının varlığına rağmen pilotluk mesleği sona ermiş değil. Tam tersine otomatik pilotun varlığı ve pilotların deneyimi sayesinde bugün hava ulaşımı istatistik olarak en güvenli ulaşım biçimi olarak öne çıkıyor. Yine aynı şekilde en eski sanal gerçeklik

uygulamalarından "uçuş simülasyonları" de pilotların eğitim süreçlerinin en önemli parçası konumunda. Sonuç olarak artırılmış zeka, çalışanların "iyi" yaptıkları işi "en iyi" şekilde yapmalarını sağlıyor. Sağlık sektörü de bu değişimin en açık şekilde gözlendiği alanlardan biri. Ne kadar başarılı olsa da yorucu bir günü geride bırakan bir hekimin karşısına gelen hastada öğrencilik yıllarından beri karşılaşmadığı bir hastalığın belirtilerini gözden kaçırmaması çok mümkün. Oysa yapay zeka ile donatılmış robotlar için günün başı ile sonu arasında fark bulunmaz. Öte yandan yapay zeka uygulamaları her an en güncel araştırma sonuçlarını takip edebilir ve diğer hekimlerin gözlemlerinden ve deneyimlerinden faydalanabilir. Yapay zeka sağlık alanında çalışanların, özellikle de uzmanların yerini doldurmak

yerine uzmanlıklarını en uç noktada değerlendirmelerine olanak sağlıyor.

“Yapay iş arkadaşı”nı kabullenmek

Araç olmaktan çıkıp ekip arkadaşlığına terfi eden makineleri kabullenmek yeni bir teknolojiyi benimsemekten çok daha büyük bir adım. İnsanlar, öncelikle kendilerinin ya da diğer insanların muhakemesine makinelerden daha fazla güvenme eğiliminden kolay vazgeçemiyor. Bunun temel nedeni ise makinelerin daha az hatalı kararlar verdiği kanıtlanırsa bile insan muhakemesinin hatalarından ders alarak daha iyi sonuçlara ulaşabileceğine yönelik inanç. Bunu aşmanın yollarından biri algoritmaları insana benzer biçimlerde sunmak. Araştırmalar bir makineye ses vermenin ya da insan biçimine sokmanın onunla daha kolay ilişki kurulmasını sağladığını gösteriyor.

Yapay zeka ve sanal gerçeklik sayesinde makineleri geçmişten ayıran bir başka özelliği de artık insanlar gibi “öğrenebiliyor” olmaları. Makinelerle ve genel olarak teknoloji ile iletişimde “Doğal Dil İşleme” ya da “Konuşma Tanıma” teknolojileri kullanılıyor. 2013 yılında 3,8 milyar dolar büyüklüğe sahip bu sektör bu yıl 10 milyar dolarlık büyüklüğü aşmış durumda. Son dönemin gözdesi giyilebilir teknolojiler de akıllı teknolojilerin iş süreçlerine dahil edilmesinde önemli bir araç olarak öne çıkıyor.

Endüstriyel robot satışları ikiye katlandı

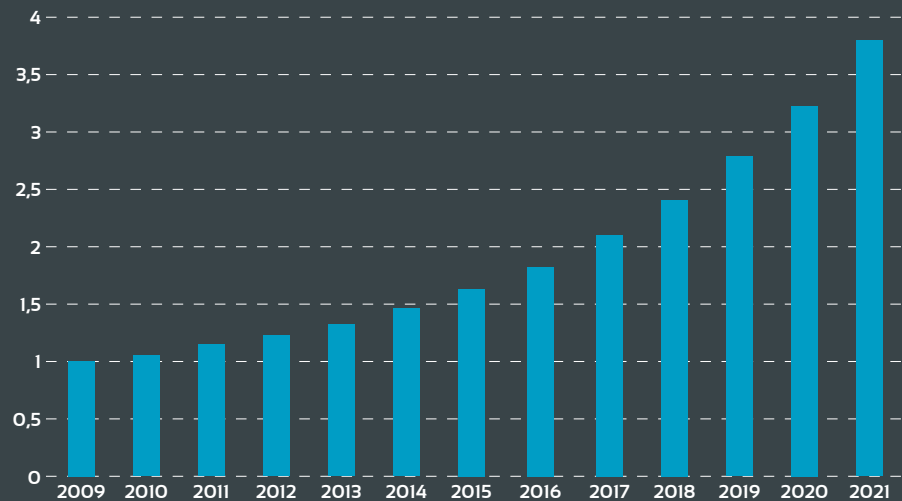
Uluslararası Robotik Federasyonu (IFR) tarafından hazırlanan “Dünya Robotik Raporu”na göre 2017 yılında dünya genelinde satılan endüstriyel robot sayısı yüzde 30 artarak 381 bine ulaşmış durumda. Son beş yıllık artış oranı ise yüzde 114. Endüstriyel robotların, imalat sanayinin ayrılmaz bir parçası haline geldiğini belirten Uluslararası Robotik Federasyonu Başkanı Junji Tsuda’ya göre son dönemde yüz tanıma, beceri edinme ya da başarısızlık tahmini gibi yeni özelliklerin de eklenmesiyle birlikte endüstriyel robotların üretkenliğe katkısı en üst düzeye ulaşmış durumda. Uluslararası Robotik Federasyonu, 2021 yılında dünya çapındaki fabrikalar tarafından kullanıma soku-



lacak robot sayısının yaklaşık 630 bin adede, toplam endüstriyel robot parkının ise 3,79 milyona ulaşacağını hesaplıyor. 2017 yılında satılan endüstriyel robotların yüzde 73’ü beş önemli pazarda kullanıma girdi. Bunlar Çin, Japonya, Güney Kore, ABD ve Almanya. Talebin yüzde 36’sını gerçekleştiren Çin, açık ara liderliğini 2017 yılında da pekiştirmiş durumda. Çin’in endüstriyel robot talebi 2017’de yüzde 54 artarak 138 bine ulaştı. 2017’de küresel robot talebinin yüzde 56’sını sağlayan Japonya’da

ise yerel satışlar 45 bin 556 doldu. Dünya ortalamasının 8 katı ile dünyanın en yüksek robot yoğunluğuna sahip ülkesi konumundaki Güney Kore’de robot talebi geçen yıl yüzde 4 azalarak 39 bin 732 adede geriledi. Amerika Birleşik Devletleri’ndeki robot satışları artış eğilimini yedinci yılda da sürdürdü ve 33 bin 192 adete ulaştı. Dünyanın en büyük beşinci robot pazarı ve Avrupa’nın bir numarası Almanya’da ise 2017 yılında satılan robot sayısı yüzde 7 artışla 21 bin 404 oldu.

Yıllar itibarıyla küresel endüstriyel robot parkı (Milyon adet)





Dünya ekonomisi son çeyrekte de geriledi

Ifo Endeksi, resesyon alarmı veriyor

Dünya ekonomisi Ifo Ekonomi İklimi Endeksi, bu yılın son çeyreğinde eksi 2,2 puana indi. Mevcut ekonomik durum değerlendirmesi önemli ölçüde bozulmasına karşın uzun vadeli ortalamanın üzerinde kalmaya devam etti. Ancak aynı eğilim, 2019'da da devam ederse resesyon kaçınılmaz görünüyor.

Merkezi Münih'te bulunan Alman Ekonomi Araştırma Enstitüsü (Ifo), 119 ülkeden bin 230 uzmanın katılımıyla gerçekleştirilen yılın son çeyreğine ilişkin Dünya Ekonomi Anketinin (WES) sonuçlarını açıkladı. Buna göre, endeks üst üste üçüncü ayda da azalış gösterdi. Üçüncü çeyrekte 2,9 puan olan endeks, bu yılın son çeyreğinde 5,1 puan azalarak eksi 2,2 puana indi.

Ifo'dan yapılan açıklamada, mevcut ekonomik durum değerlendirmesinin önemli ölçüde bozulmasına karşın uzun vadeli ortalamanın üzerinde kalmaya devam ettiği, ekonomik beklentilerin geri ölçeklendiği ve dünya ekonomisinde büyümenin zayıfladığı

görüldü. Ekonomik ortamın özellikle gelişmekte olan ve gelişen ülkelerde güçlü bir şekilde bozulduğu aktarılan açıklamada, "Ekonomik beklentiler Latin Amerika hariç, mevcut ekonomik durumun değerlendirilmesinden çok daha keskin bir düşüş gösterdi. Latin Amerika'daki ekonomik iklim, daha iyimser ekonomik beklentiler nedeniyle iyileşti" ifadeleri kullanıldı. Gelişmiş ekonomilerde ise ekonomik iklimin büyük oranda değişmediği bildirilen açıklamada, "Bununla birlikte, burada net bir bölünme ortaya çıktı. ABD'de mevcut ekonomik durum ve beklentilerin değerlendirilmeleri gelişirken, Avrupa Birliği'ne ilişkin

değerlendirmeler gevşedi" görüşüne yer verildi.

Dünya GSYH'sı yüzde 3,6 artacak

Dünya genelinde ekonomik beklentilerdeki bozulmanın, özellikle özel tüketimin zayıflamasına yansıdığı ancak yatırım faaliyetinin ise daha fazla düşmediği belirtilen açıklamada, anket katılımcılarının, dünya ticaretinde daha da zayıf bir büyüme beklediği ve bunun muhtemelen mevcut ticaret engellerinin ortadan kaldırılmasını beklentilerinden kaynaklandığı ifade edildi. Açıklamada ayrıca genel olarak, dünya gayri safi yurt içi hasılasının gelecek

yıllarda ortalama yüzde 3,6 artmasının tahmin edildiği kaydedildi. Uluslararası kuruluşlar da küresel ekonominin bu yıl yüzde 3'ün üzerinde büyüyeceğini tahmininde bulunuyor. Küresel ekonominin yüksek borçlar, ABD ekonomisinin yükselişinin durması, doların evine dönmesi, zorlu Brexit, İtalya'nın borçları ve İtalyan hükümetinin politikası, sorunlu bankalar ve özellikle dünyanın en büyük iki ekonomisi ABD ve Çin arasındaki ticaret ihtilafları bu yıl olduğu gibi gelecek yıl da küresel ekonomiye yönelik yükselen riskler olarak sıralanıyor. Küresel gayri safi yurt içi hasılanın (GSYİH) yaklaşık yarısı gelişmekte olan pazarlar tarafından geliyor. Nüfusları dünya genelinin yüzde 80'ine denk gelen gelişmekte olan ülkeler ekonomilerini büyütme için finansa ihtiyaç duyuyor. Dünyanın en büyük ekonomisi olan ABD'de merkez bankası Fed faizleri yükseltirken, uluslararası yatırımcılar ABD'de piyasa faizlerinin yükseleceği beklentisiyle gelişmekte olan pazarlardan çekilip ABD'ye geri dönüyor ve buradaki faize bağlı yatırım araçlarına yöneliyor. Böylece, bu yatırımcıların çekildiği ülkelerin parasının değeri dolar karşısında değer azalıyor. Bu değer kaybı da söz konusu ülkelerin şirket ve hükümetlerinin borç yükünü artırıyor.

İtalya'nın borcu endişe yaratıyor

Bu borçlu ülkeler arasında halen en riskli görünen Euro Bölgesi'nin üçüncü büyük ekonomisi olan İtalya var. İtalya'nın kamu borcu 2,4 trilyon Euro'ya ulaşmış durumda. Söz konusu rakam ülkenin gayri safi yurt içi hasılanın yüzde 132'sine denk gelirken, AB'de Yunanistan'dan sonra en yüksek oran olmasıyla da dikkati çekiyor. İtalya'da hükümetin 3 yıllık bütçe planında AB ile ters düşmesi, bu borçları tekrar gündeme getirmişti. İtalya'nın bu borçlardan nasıl kurtulacağı halen cevap beklerken, AB yetkilileri Yunanistan'ın 2009'daki yaşadığı borç krizinin ardından aynı krizle karşılaşmamak için İtalya'ya uyarılarda bulunuyor. Birliğin gayri safi milli hasılanın yüzde 11'ini üretiyor. Yunanistan'ın tam 11 katı büyüklüğünde. Borçlarından dolayı Yunanistan'dan daha büyük zarar oluşturma potansiyeli var. Ayrıca AB içinde faaliyet gösteren gölge bankalar da yeterli teminat tutmadıkları için birliğin finansal sistemine tehdit oluşturmaya devam ediyor.

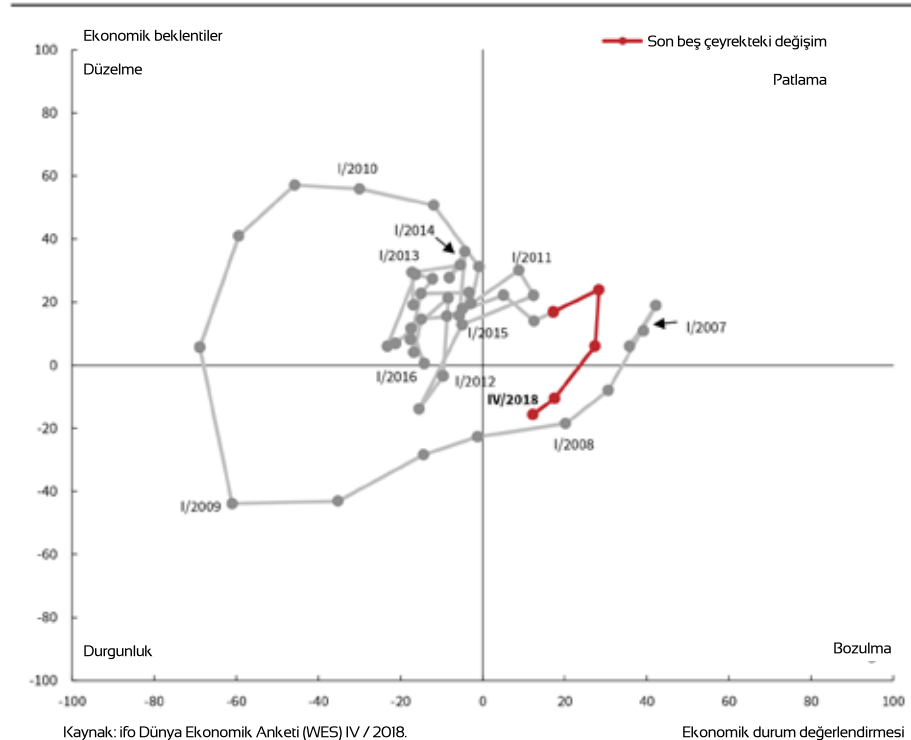
ABD ekonomisinin yükselişi durabilir

ABD Başkanı Donald Trump, ek gümrük vergileri ile ticarete ihtilaflar oluşturmasına rağmen, ülke ekonomisinin büyümesine bir ivme kazandırmayı başardı. Söz konusu ekonomik toparlanma, ülkenin tarihinin en uzun ikinci refah dönemi olarak kayıtlara geçerken, uzmanlar ise yüksek borçlanmanın getirdiği risklere dikkat çekiyor. 2008'deki finansal krizin ardından faizler düşmüş, devlet, şirketler ve tüketiciler ucuz maliyetli kredilere yönelirken, bu durum ülkede refah balonu oluşturmuştu. Uzmanlar bu refah balonunun patlama ihtimalinin küresel ekonomideki riskleri artıracağına işaret ediyor. Uluslararası Para Fonu IMF, ABD ekonomisindeki büyümenin bu yıl zirve yapacağını ancak gelecek yıldan itibaren yavaşlayacağını öngörüsünde bulunuyor. Trump'ın taahhüt ettiği korumacı ticaret politikalarını hayata geçirmeye devam etmesi de, bu yılın ve gelecek yılların riskleri arasında bulunuyor. Ek gümrük vergileri gibi tartışmalı kararlara imza atan Trump'ın politikalarının küresel bir ticaret savaşını daha ileri götürmesinden ve bunun sonucunda dünya ekonomisinin resesyona girerek yüzde 20'lere yakın küçülmesinden endişe ediliyor.

Küresel borçlar rekor seviyelerde

2008'den beri küresel borçlar yüzde 75'ten fazla artış göstererek, 142 trilyon dolardan 250 trilyon dolara yükseldi. Artan finansal kırılmalıkların yanı sıra rekor seviyelere yükselen borç seviyesi küresel büyüme için risk teşkil etmeye devam ediyor. Gelişmekte olan piyasaların küresel borçlardaki payı 2007'de yüzde 7 iken bu oran bol ve ucuz paradan dolayı geçen yılın sonunda yüzde 27'ye yükseldi. Kamuya ve özel sektöre ait söz konusu borçlar küresel finansal istikrarı tehdit ediyor.

İFO DÜNYA EKONOMİSİ DÖNGÜSÜ
Dengeler





> Prof. Dr. Emre Alkin

“DOĞRU BİLİNEREN YANLIŞLARI DÜZELTELİM...”

Sanıyorum 1989 yılından beri çalışıyorum. Neredeyse 30 yıl olacak. Turizmden savunma sanayine, spordan müziğe, demir çelikten tekstile, finanstan sigortacılığa, iletişimden yazılıma kadar birçok alanda görev yaptım. Dolayısıyla yorum yaparken mütevazı olamıyorum. Hiçbir zaman mütevazı olmadım. Ancak kibirli de değilim. Öğrenmeye her zaman açığım. Öğrenmeye açık olmayan, sabit fikirli birçok insan tanıdım. Altyapıları yetersiz olduğu halde büyük değişim ve dönüşümleri tasarlamaya çalışıp yarı yolda kalanları da tanıdım. Bundan daha da ilginç olanlar da “doğru bilinen yanlışları” yol haritası olarak belirleyip çıkmaz sokağa girenler oldu. Dolayısıyla, aynı duruma düşeceklerin sayısını azaltmak için bir adım daha atayım deyip, sabırla anlatmaya çalıştıklarımı bir kez daha tekrar edeceğim. Bu sefer soru-cevap şeklinde olacak. Başlıyorum:

- İthalatı engelleyerek ihracatı artırmak mümkün mü?

- Hayır, dış rekabette bu şekilde güçlenmek mümkün değil. Bazı şirketlere hediye olsun diye yapılıyor. Yan etkisi yüksek enflasyon olarak ortaya çıktı.

- Korumacılıkla cari açık düşer mi?

- Hayır. Türkiye bunu 2014’ten beri deniyor. Başaramadığı gibi cari açık rekor kırdı. Şimdi cari açığın gerileme sebebi büyümenin hızla yavaşlaması. Yani ortada başarı yok.

- Tüketim mali ithalatına vergi koyarak ithalatı düşürebilir miyiz?

- Hayır. Çünkü bu mallar ithalatın yüzde 10’u bile değil. Gerisi hammadde-aramalı-yatırım mali. Yani üretmek için ithalat yapmak mecburiyetindeyiz. Bugün ithalat geriliyorsa, üretim azaldığı için.

- Büyüme yavaşlarken cari açık artabilir mi?

- Evet artabilir. Enerji fiyatları hızla yükselirse ciddi bir fatura ödeyebiliriz.

- Eğer talep baskısı yoksa parasal tedbirle enflasyon düşer mi?

- Düşmez. Büyüme yavaşlayacağı için bu sefer durgunluk içinde enflasyon olur. Yani stagflasyon.

- Madem talep enflasyonu yok “kasada yüzde 10 indirim” kampanyası etkili olur mu?

- Enflasyon böyle düşmez, destekleyenler de çaresizlikten destekliyor. Maliyet enflasyonu var. Onu düşürmek lazım.

- Merkez Bankası üç kere 10 milyar dolar satsa döviz düşer mi?

- Üç kere 10 milyar satacak rezervi yok. Dolayısıyla anlamsız sorulara cevap vermeye de gerek yok



“Hiçbir zaman mütevazı olmadım. Ancak kibirli de değilim. Öğrenmeye her zaman açıgım.”

- Faiz enflasyon yaratır mı?

- Olabilir, yumurta-tavuk ilişkisi kurulabilir. Ama “Faizi yükselten nedir?” diye de sormak lazım. Ben başlıcalarını söyleyeyim: Kamu harcamaları, artan ülke riski ve enflasyon. Eğer faiz lobisi varsa gerçekten, hizmet eden unsurlar bunlar.

- YEP hedefleri gerçekçi mi?

- Bazıları gerçekçi, bazıları değil.

- Kamuda tasarruf olacak mı?

- YEP’e göre olmayacak. Faiz dışı fazla hedefi, reel faiz ve büyüme rakamları bunu söylüyor.

- Yerli malı kullanmak için nasıl bir kampanyaya gerek var?

- Kampanyaya gerek yok. Yerli firmalar ahlaklı ve gerçekçi olsunlar yeter. Koruma duvarlarına yaslanarak vatandaşa orta kalite malı göreceli olarak pahalıya satmasınlar. Tasarım ve Ar-Ge’ye destek versinler. Sabırla devam ederlerse yolun sonu selamet.

- Döviz kurları yükselecek mi?

- Bıkmadınız bu sorudan. Geriye dönüp bakın. Cevabı kendi başınıza da bulursunuz. Haydi yardım edeyim. Önünüze bir kağıt alın, kurların yükselme sebeplerini ve düşmesi için gereken şartları yazın. Hangi taraf ağır basıyorsa ona göre kararınızı verin.

- Türkiye’nin en önemli sorunu kaynak sorunu mudur?

- Hayır, ahlak ve eğitim sorunudur. Kaynak kolay, diğerleri zaman ve emek istiyor.

İşte böyle. Kısaca merak edilenleri soru-cevap şeklinde özetledim. Bıkmadan anlatmaya devam edeceğim.



“Firmalar, tasarım ve Ar-Ge’ye destek vermeli.”

HAZIR GIYİM İHRACATI

> Ekim 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 0,2 artışla 1,05 milyar dolar oldu.

> Ekim 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 837,8 milyon dolarla örme giyim eşyaları gerçekleştirdi.

> 2018 Ekim döneminde, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 10 oldu.

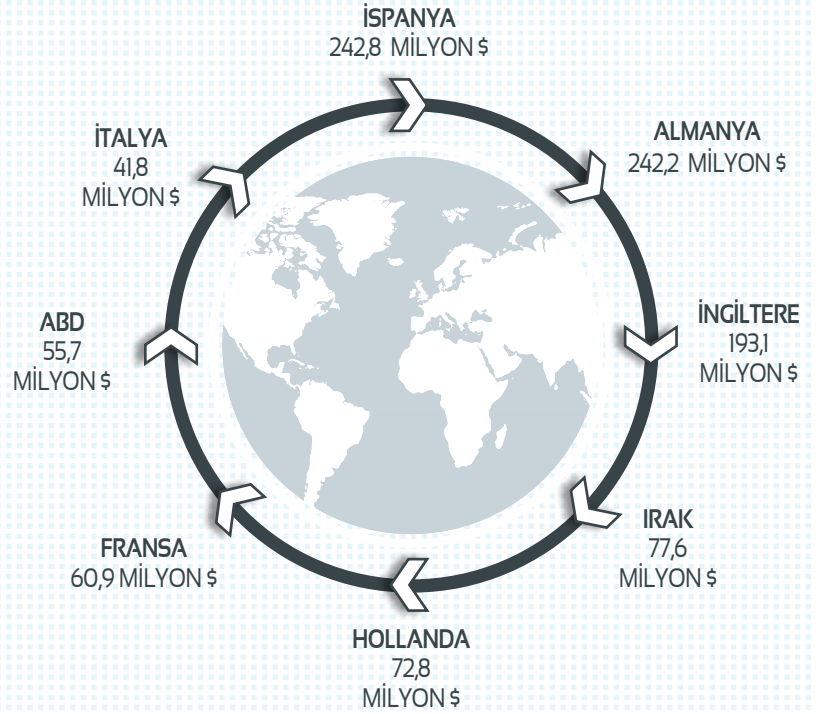
EKİM AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 2,4 ARTIŞLA
1,6 MİLYAR DOLAR
OLARAK
GERÇEKLEŞTİ.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

SLOVAKYA
% 99,7

Ekim ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 99,7 ile Slovakya olurken, bu ülkeyi yüzde 96,1 ile Beyaz Rusya, yüzde 81,9 ile Libya izledi.

ÜLKELERE GÖRE EKİM İHRACATI



İHKİB'İN

OCAK-EKİM
İHRACAT PAYI

%74,9

**ALT MAL
GRUPLARININ
EKİM AYI
İHRACATI**

ÖRME GİYİM VE
AKSESUARLARI

837,8 MİLYON \$

DOKUMA GİYİM VE
AKSESUARLARI

537 MİLYON \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR
VE EV TEKSTİLİ

177,2 MİLYON \$

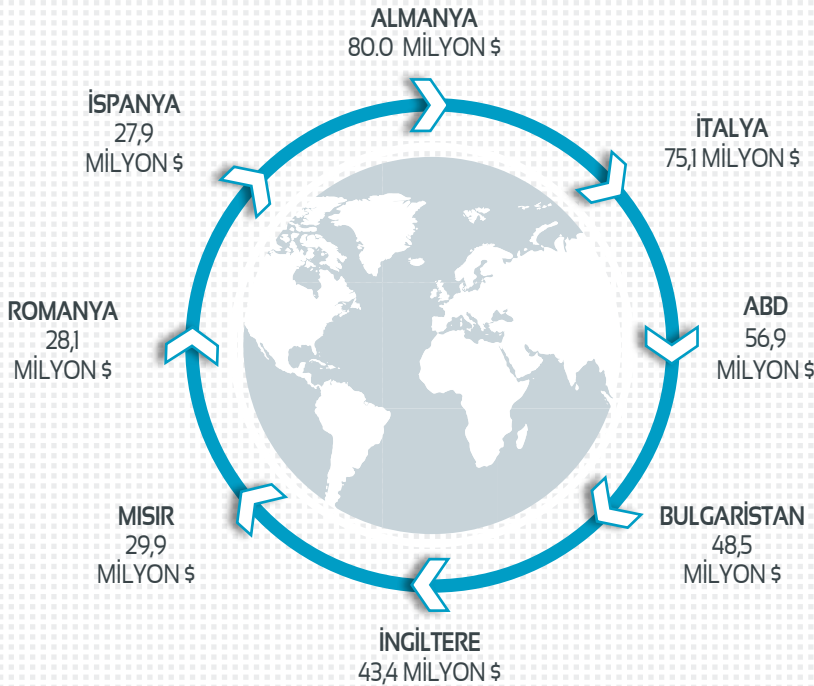
EKİM AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 1,9 ARTIŞLA
939 MİLYON DOLAR
OLARAK
GERÇEKLEŞTİ.

TEKSTİL İHRACATI

> Ekim 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 1,8 azalışla 476,9 milyon dolar oldu.

> Ekim 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracat, 221,2 milyon dolarla dokuma kumaş ürünlerinde gerçekleştirildi.

> 2018 Ekim döneminde, tekstil ve hammaddeleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 6 oldu.



İHRACATIMIZIN
EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE

ÜLKELERE
GÖRE
EKİM
İHRACATI

PAKİSTAN
% 206,4

Ekim ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 206,4 ile Pakistan olurken, bu ülkeyi yüzde 110,2 ile Rusya, yüzde 78,1 ile Özbekistan izledi.

DOKUMA
KUMAŞLAR

221,2 MİLYON \$

İPLİK

181,0 MİLYON \$

EV
TEKSTİLİ

165,4 MİLYON \$

ALTMAL
GRUPLARININ
EKİM AYI
İHRACATI

İTHİB'İN

OCAK-EKİM
İHRACAT PAYI

%44,1

DERİ İHRACATI

> Ekim 2018 döneminde AB28 ihracatı değişmeyerek 47,7 milyon dolar oldu.

> Ekim 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 69,4 milyon dolarla ayakkabı gerçekleştirdi.

> 2018 Ekim döneminde, deri ve ürünleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 0,9 oldu.

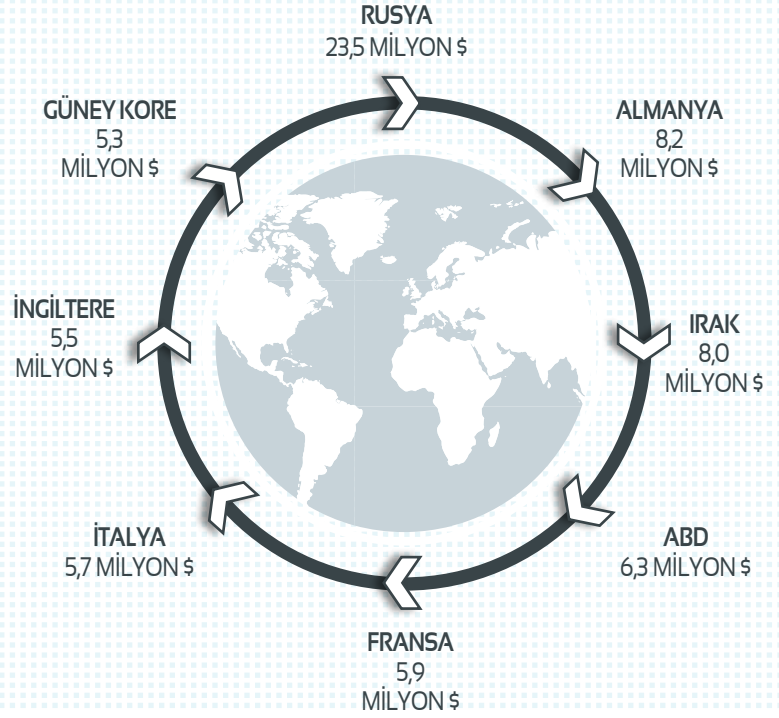
EKİM AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 6,5 ARTIŞLA
143 MİLYON DOLAR
OLARAK
GERÇEKLEŞTİ.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

**DOMİNİK
CUMHURİYETİ
% 1025,2**

Ekim ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 1025,2 ile Dominik Cumhuriyeti olurken, bu ülkeyi yüzde 325,3 ile Ürdün, yüzde 163,2 ile Güney Kore izledi.

ÜLKELERE GÖRE EKİM İHRACATI



**İDMİB'İN
OCAK-EKİM
İHRACAT PAYI
%71,1**

ALT MAL GRUPLARININ EKİM AYI İHRACATI

AYAKKABI
69,4 MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN
GIYIM EŞYALARI
33,6 MİLYON \$

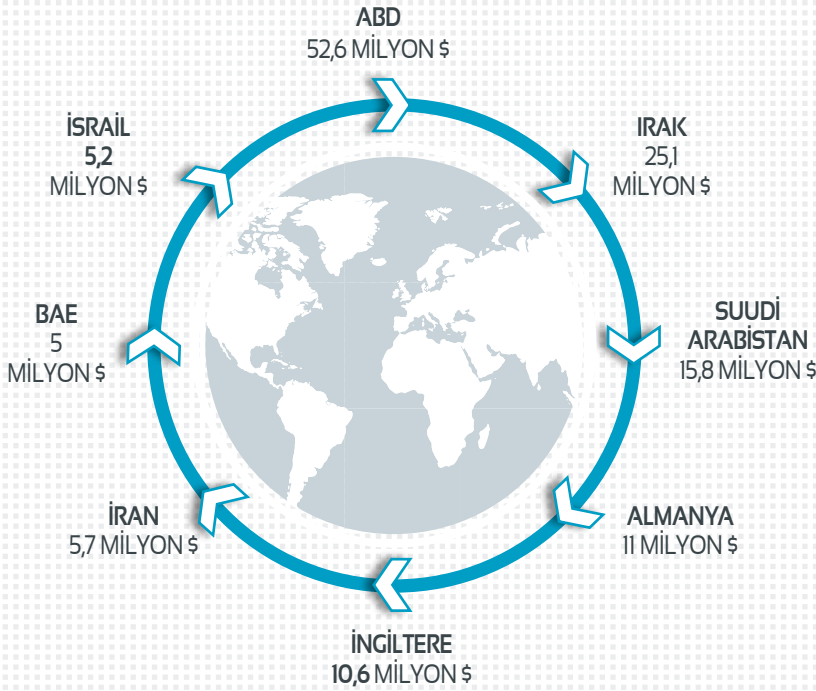
YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ
DERİ VE KÜRK
21,2 MİLYON \$

SARACİYE
18,9 MİLYON \$

EKİM AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 1,3 ARTIŞLA
213,7 MİLYON DOLAR
OLARAK
GERÇEKLEŞTİ.

HALI İHRACATI

- > Ekim 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 0,4 artışla 46,1 milyon dolar oldu.
- > Ekim 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 180 milyon dolarla makine halıları gerçekleştirdi.
- > 2018 Ekim döneminde, halı ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1,6 oldu.



İHRACATIMIZIN
EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE

İRAN
% 141,5

Ekim ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 141,5 ile İran olurken, bu ülkeyi yüzde 131 ile Beyaz Rusya, yüzde 85,5 ile Kazakistan izledi.

ÜLKELERE
GÖRE
EKİM
İHRACATI

MAKİNE
HALILARI

180 MİLYON \$

TÜFTE
HALILARI

27,7 MİLYON \$

EL HALISI

5,3 MİLYON \$

ALT MAL
GRUPLARININ
EKİM AYI
İHRACATI

İHİB'İN
OCAK-EKİM
İHRACAT PAYI
%25,2



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

Ticaret Bakanlığı

Adres: Dumlupınar Bulvarı No: 151
Eskişehir Yolu 9. Km 06800 Çankaya/ANKARA
Bakanlık Santrali: + 90 312 449 10 00
Bakanlık Genel Evrak Fax: +90 312 449 18 18
Web: www.gtb.gov.tr



Türkiye Cumhuriyeti
TİCARET BAKANLIĞI

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
İnternet: 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 İhracatçılar 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 İhracatçılar 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 İhracatçılar 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 İhracatçılar 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 (UİB)

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

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

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

Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

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

Bayrampaşa Tekstil ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD)

Tel: 0 212 613 97 23
Web: www.batiad.org.tr

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
Web: www.mesiad.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
Web: www.tgsd.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

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
Web: www.turdev.org

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

Tel: 0 212 231 92 85
Web: www.otiad.org.tr

Türk Deri Konfeksiyoncular 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
Web: www.trisad.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
Web: www.orsad.org.tr

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

Tel: 0 282 758 35 64
Web: www.ttttsd.org.tr

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSAD)

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
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

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05
Web: www.turktekstilvakfi.com

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Web: www.tetsiad.org

Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

Tel: 02124834000
Web: www.zetsiad.org.tr

*Kingdom is dedicated in
the best linen yarn*



KINGDOM HOLDINGS LIMITED

+86-573-86781000

www.kingdom-china.com

kingdom@kingdom-china.com

FİLOFİBRA 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®

INO[®]

ZIPPERS / ACCESSORIES



www.inofermar.com

