

## KADIN İSTİHDAMI EKONOMİYE GÜÇ VERİYOR



İHKİB, DÖRT  
KITADA FUARLARA  
KATILARAK YENİ  
PAZAR ARIYOR

HAZIRGIYIM  
İHRACATÇILARI  
ABD FUARLARINI  
ODAĞINA ALDI

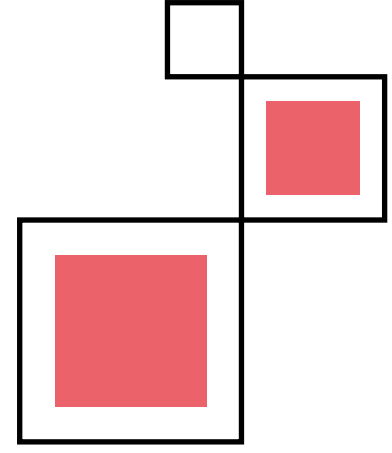
TÜRK TEKSTİLİ  
NEW YORK'TA  
MODA ŞOVU  
YAPTI

TÜRKİYE  
PV PARİS  
FUARI'NA  
ÇIKARMA YAPTI

AYAKKABI  
İHRACATÇILARI  
MICAM'DA YENİ  
PAZARLAR ARADI

# İÇİNDEKİLER

- 06** | İTKİB'DEN  
İTKİB BAŞKANLARI, TİM DELEGELER  
ÇALIŞTAYI'NDA SEKTÖRLERİNİN SESİ OLDU
- 10** | TİM, KADIN KONSEYİ İLE  
BİR İLKE İMZA ATTI
- 14** | HAKAN AKKAYA, NEW YORK MODA HAFTASI'NDA  
TÜRK KUMAŞLARININ YÜZÜ OLDU
- 18** | AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ'NDE  
İNSANLIĞIN GELECEĞİ KONUŞULDU
- 22** | OECD'NİN GÜNDEMİNDE SEKTÖRÜN  
ÇALIŞMA KOŞULLARI VARDI
- 24** | 2019 İÇ GİYİM VE ÇORAP MODASI,  
LİNEXPO İSTANBUL'DA SERGİLENDİ



**50** | DETAY  
KADIN GİYİM İHRACATI YÜKSELİŞTE

**42** | KAPAK KONUSU  
HAZIRGIYIM VE TEKSTİL  
SEKTÖRÜ, KADIN  
İSTİHDAMINDA ZİRVEDE



**25** | BÜYÜYEN DÜNYA İÇ GİYİM PAZARINDA  
TÜRKİYE'NİN ÖNEMLİ BİR POTANSİYELİ VAR

**28** | KÜLTEPE EKONOMİ ZİRVESİ  
EKONOMİNİN AKTÖRLERİNİ BULUŞTURDU

**30** | TEKSTİL SEKTÖRÜ B2B İLE  
UKRAYNA'DA PAZAR BÜYÜTECEK

**36** | HAZIRGIYIM % 4,7 BÜYÜME  
İLE SANAYİNİN DİNAMOSU OLDU

**40** | VİZYON  
İHKİB VİZYON  
BELGESİ,  
HAZIRGIYIM  
SEKTÖRÜNÜ  
ETKİLEYEN  
12 TRENDE  
IŞIK TUTTU





## 74 FARK YARATANLAR İPLİĞİ DÜNYAYA TASARIMLA SATIYOR

80 TASARIMCI  
EMRE ERDEMOĞLU  
“ONU ALMA BENİ AL”

78 TEKNOLOJİ  
BLOCKCHAIN  
TAKLİDİN ÖNÜNE  
GEÇECEK

### FUARLAR

54 TÜRK HAZIRGIYIM SEKTÖRÜ DAHA  
FAZLA İHRACAT İÇİN MAGIC SHOW'DAYDI

56 İHKİB NEW YORK TTM, LAS VEGAS  
MAGIC FUARI'NDA ALICILARLA BULUŞTU

57 ISPO MUNICH'E İKİNCİ MİLLİ KATILIM  
DA SİPARİŞLERLE KAPANDI

58 İHKİB, AMERİKA'DAKİ  
FUARLARI ODAĞINA ALDI

60 TÜRKİYE SEÇKİN FİRMALARLA  
MOSKOVA CPM FUARI'NDAYDI

62 PURE LONDON HAZIRGIYIM,  
BREXIT ÖNCESİ GÜVEN TAZELEDİ

64 TÜRKİYE'DEN, PREMIERE VISION  
PARİS FUARI'NA BÜYÜK KATILIM

66 İPLİK SEKTÖRÜ, AVRASYA'NIN EN BÜYÜK  
FUARINDA BULUŞTU

68 AYAKKABI İHRACATÇILARI,  
MICAM'DA YENİ PAZARLAR YARATTI



## İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### 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 GEYİKOĞLU

### YAYIN KURULU

#### HAZIR GIYİM

Bırol SEZER

Aydın ERTEN

Mithat SAMSAMA

#### TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ

Ali Sami AYDIN

Orhan AYDIN

#### DERİ

Oğuz İNNER

Tanju Tamer GEÇGÖREN

#### HALI

Bülent METİN

İlker DODANLI

Hamza KÜDEN

Kadir SARIM

### YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.

Dış Ticaret Kompleksi B Blok

34530 Yenibosna - İSTANBUL

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



viamedya

### YAYINA HAZIRLIK

#### GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

#### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

#### GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Fatih HANÇER

#### EDİTÖR

Peri ERBUL

#### FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Merve ARSLAN

#### REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

Suat YEŞİLTAŞ

### İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI

YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3

NİŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viamedya.com, viya@viamedya.com

### BASKI

ŞAN OFSET

www.sanofset.com

Hamidiye Mah. Anadolu Cad.

No:50 Kağıthane/İstanbul

Tel: 0212 289 24 24, info@sanofset.com



# İTKİB BAŞKANLARI, TİM DELEGELER ÇALIŞTAYI'NDA SEKTÖRLERİNİN SESİ OLDU

**Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Delegeler Çalıştayı'nın ikincisi, Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla, İstanbul'da gerçekleştirildi. 7 Şubat 2019 tarihinde düzenlenen çalıştaya, Türkiye'nin farklı bölgelerinden TİM üyesi 83 bin ihracatçıyı temsilen 450 delege katıldı. Çalıştayda birer konuşma yapan İHKİB, İTHİB ve İDMİB Başkanları da, sektörlerinin beklentilerini dile getirdi.**

**Ç**alıştayı ev sahipliğini yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, yaptığı açılış konuşmasında "İhracatçılar olarak ülkemize kazandırdığımız her bir doların ne kadar önemli olduğunun bilincindeyiz. İhracat büyüdükçe, yükseldikçe, karşısına her gün çözülmesi gereken yeni sorunlar çıkmaktadır" dedi. İhracatçının finansmana erişiminde sıkıntı yaşadığını dile getiren Başkan Gülle, Eximbank'tan büyük destek gördüklerini fakat ticari bankaların kredi faizlerinde artış ve teminat küçültmesine gittiğinin altını çizdi.

"İhracatçılar olarak hiçbirimizin kısa yoldan zengin olma hayali yok" diyen TİM Başkanı Gülle ihracatçıların beklentilerini şöyle dile getirdi: "Teşvik sisteminin küresel markaları daha kolaylıkla satın alabilecek şekilde

ihracatçıları desteklemesi, firmaların KDV imkânına kavuşması, yeşil pasaport hakkının iki yıldan üç yıla çıkarılması, Türkiye'nin lojistik ve ticaret üssü olması için gerekli adımların atılması ve Gümrük Birliği'nin güncellenmesi çalışmalarına tekrar hız verilmesi beklentilerimiz arasında bulunuyor."

## **BAKAN PEKCAN: YÜKSEK GELİRLİ ÜLKELER SEVİYESİNE İHRACATÇILAR İLE ULAŞABİLİRİZ**

Çalıştayı açılışında konuşan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, yaptığı konuşmada, Avrupa'da Brexit gerilimi, dünyadaki ticaret savaşları ve korumacılık önlemlerine rağmen ihracatçıların Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlamaya devam ettiğini belirterek, şunları söyledi: "Sivil toplum

örgütlerimizin taleplerini dinliyor, bakanlığımız konuları ile ilgiliyse hemen çözüm üretiyoruz. Bunun için bir ekip kurduk. Tüm çalışmalarımızda özel sektörümüz, ihracatçımız, sivil toplum örgütlerimizle bir bütün olduk. Sektörlerle ilgili kararları istişare ederek, ihracatımızı artıracak çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Önümüzdeki 10 yılda temel hedefimiz, orta gelirli bir ülke olmaktan çıkıp yüksek gelirli ülkeler seviyesine ulaşmak. Bu yolda üç temel hedefimiz var; rekabetçi olduğumuz konularda markalaşma ve tasarımla daha rekabetçi hale gelmek. İç ve dış ticarete, gümrüklerde dijitalleşmeyi ve e-ticareti ön plana çıkarmak. Üretimde ve ihracatta ise yeni teknolojilerle çağı yakalamak. Tüm bu hedefleri ihracatçılarımızla beraber başaracağız. Bu nedenle özel sektörü dinlemeye geldik.”

#### **BAKAN ALBAYRAK: İHRACATÇILARIMIZLA BİRLİKTE YENİ BİR BAŞARI HİKAYESİ YAZACAĞIZ**

Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak ise yaptığı açılış konuşmasında ekonomide yeni başarı hikayesi yazmaya başladıkları bugünlerde, başta ihracat ailesi olmak üzere tüm paydaşlarının bu hikayenin birer kahramanı olacağını vurguladı. Belirsizliklerin arttığı, korumacılığın mevcut sistemi derinden sarstığı, Avrupa'nın ve Çin'in yavaşlamaya başladığı bu dönem bir fırsat dönemi olarak okuduklarını söyleyen Bakan Albayrak, birilerinin tehdit olarak tanımladığı bu dönemde ülkenin öne çıkan özelliklerini iyi değerlendirerek, küresel ticaretin yıldızı haline geleceklerinin altını çizdi. İki ülkenin yaşadığı ticari bir çatışmanın üçüncü ülkeler için yeni bir pazar fırsatı manasına geldiğini dile getiren Albayrak, küresel ticareten alınabilecek önemli pay olduğunu aktardı.

Bugün sanayicinin, KOBİ'lerin, ihracatçının sorunlarını yakından bildiklerini, bu sorunları ortadan kaldıracak adımları tek tek attıklarını anlatan Albayrak, sorunların çözümüne yönelik adım atmaya sürdüreceklerini kaydetti.

#### **SEKTÖRÜN ORTAK TALEBİ; FİNANSMAN**

Tüm gün devam eden Çalıştayda, İTKİB Birlik Başkanları da yaptıkları konuşmalarda, sektörlerinin beklentilerini dile getirdi. Her bir sektörün hükümetten



beklentilerinin tek tek anlatıldığı çalıştayda, ihracatçıların ortak talebi, finansmana ulaşım noktasında destekti.

#### **BAŞKAN GÜLTEPE: ASGARI ÜCRETİN TÜM FİRMALARA EŞİT UYGULANMASINI İSTİYORUZ**

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa



Gültepe yaptığı konuşmada, sektör firmalarının KDV'deki yüzde 8-18 farkından dolayı ciddi finansman yüküyle karşı karşıya kaldığını belirterek şunları söyledi: “KDV sisteminin sadeleştirilmesi ve genel bazda tek yüzde 8 KDV uygulanması firmalarımızı rahatlatacaktır. Mevcut üretim gücümüzün korunabilmesi için başta kadın istihdamı olmak üzere yatırımlarda hazırgiyime özel istihdam desteği uygulanmasını talep ediyoruz. Asgari ücret üzerindeki vergilerin yüksekliği, emek yoğun bir sektör olarak en çok bizleri etkiliyor.

Bu maliyetlerle rekabet etmekte zorlandığımız için 100-150 TL olan asgari ücret desteğinin, istihdam düzeyine bakılmaksızın tüm firmalara eşit uygulanmasını ve asgari ücret desteğinin sektörümüz için artırılmasını talep ediyoruz.”

Başkan Gültepe, konuşmasında, TOKİ'nin Anadolu'da fabrikalar yaparak sektöre kiralama ve satışı, teknoloji yatırımlarının desteklenmesi, Brexit sürecindeki belirsizliğin giderilmesi için İngiltere ile STA yapılmasına da değindi. Başkan Gültepe, iplik ithalatına getirilen ek vergilerden dolayı da rekabet güçlerinin azaldığını dile getirerek, hazırgiyim üreticisine dünya



AHMET ÖKSÜZ

**“Yeni yatırımların teşvik edilmesi yerine, kurulu kapasitelerin uluslararası kriterlere de uygun olarak üretim yapmasına yönelik bir teşvik sistemine ihtiyaç duyuyoruz.”**



MUSTAFA ŞENOCAK

fiyatlarından kumaş ve iplik alma hakkı verilmesini istedi.

### **BAŞKAN ÖKSÜZ: FİNANSMANA ULAŞIM VE ENERJİ İNDİRİMİNDE DESTEK BEKLİYORUZ**

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ise konuşmasında; tekstil sektörünün 2018 yılında yakaladığı ihracat başarısına vurgu yaparak, başarının sürdürülebilir olması için sektörün taleplerini şöyle dile getirdi: “Türkiye’nin gerçekleştirdiği veya gerçekleştireceği Serbest Ticaret Anlaşmaları’nda, tekstil sektörünün taviz verilecek sektörler listesinden çıkartılarak korunması gerektiğine inanıyoruz. Brexit sonrası dönemde İngiltere basta olmak üzere, Japonya, Kanada gibi gelişmiş ekonomilere sahip ülkeler ile STA yapılması sektör ihracatına olumlu yansıtacaktır.”

İhracatçının maliyetlerinin düşürülmesi ve finansman erişimi noktasında destek beklediklerini söyleyen Başkan Öksüz: “Bankaların uyguladığı yüksek faiz politikası kamu otoritesi ile engellenerek, yatırımların önü açılabilir. KGF limitlerinin artırılması ve Türk Eximbank’tan teminat mektubu almadan hazine kefaleti ile ihracatçıya kredi kullandırılmasındaki limitlerin artırılması gerekmektedir. Ayrıca elektrik ve doğalgaz fiyatlarına ilişkin açıklanan yüzde 10’luk indirimin sanayide de uygulanması, rekabetçi gücümüzü arttırmada önemli bir rol oynayacaktır.” Başkan Öksüz’ün konuşmasında üzerinde durduğu bir diğer konu ise dışa bağımlılığın azaltılması noktasında pamuk üretiminin teşvikiydi.

### **BAŞKAN ŞENOCAK: MEVCUT YATIRIMLARIN REVİZYONU İÇİN TEŞVİK BEKLİYORUZ**

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak da yaptığı konuşmada, deri mamulleri sektörünün en büyük sıkıntısının düşük kapasite kullanımına sahip olduğunun altını çizerek, “Yeni yatırımların teşvik edilmesi yerine, kurulu kapasitelerin uluslararası kriterlere de uygun olarak üretim yapmasına yönelik bir teşvik sistemine ihtiyaç duyuyoruz” dedi. Ticari bankaların uyguladıkları faiz oranlarının kabul edilemez olduğunu söyleyen Başkan Şenocak, şirketlerin öz sermayelerinin güçlendirilebilmesi için

**“Serbest Ticaret Anlaşmaları’nda, tekstil sektörünün taviz verilecek sektörler listesinden çıkartılarak korunması gerektiğine inanıyoruz. Brexit sonrası dönemde İngiltere basta olmak üzere Japonya, Kanada gibi gelişmiş ekonomilere sahip ülkeler ile STA yapılması sektör ihracatına olumlu yansıtacaktır.”**

KDV alacaklarına ilişkin prosedürlerin sadeleştirilerek hızlandırılmasını talep ettiklerini belirtti. Şenocak konuşmasının devamında şunları söyledi: “Özel faturalar ile yapılan ihracatın, gümrük beyannameli çıkışlar gibi ihracat sayılması gerekiyor. Çünkü 10 milyon dolar özel faturalı ihracat yaptığında dahi ihracatçı, yeşil pasaport alma hakkı elde edemiyor.

Sektör olarak beklentimiz; ham madde ve yarı mamul olarak ithal edilen kıymetli kürklerden ÖTV alınmamasıdır. Bu sorun çözüldürse, 15 milyar dolar olan bu pazardan büyük bir pay alabileceğimizi düşünüyoruz.”

83

BİN

TİM üye sayısı

450

Çalışmaya katılan delege sayısı



# TİM, KADIN KONSEYİ İLE BİR İLKE İMZA ATTI

**TİM, tarihinde bir ilke imza atarak, şubat ayı ihracat verilerini, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın ev sahipliğinde, TİM Kadın Konseyi'nin katılımıyla açıkladı.**

**T**ürkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarihinde bir ilki gerçekleştirerek şubat ayı ihracat verilerini, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ev sahipliğinde, TİM Kadın Konseyi'nin katılımıyla Ankara'da gerçekleştirilen basın toplantısı ile duyurdu. 2019 yılı Şubat ayında yüzde yüzde 3,5 artışla 13,6 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracat, geçen yılın aynı döneminin rekorunu geride bıraktı. Toplantıda konuşan TİM

Başkanı İsmail Gülle, "Bugün tarihte bir ilke imza atarak ihracat verilerimizi TİM Kadın Konseyi üyelerimizle birlikte açıklıyoruz. Bu nedenle bu ay açıklanan veriler, bizim için ayrı bir anlam taşıyor. Bildiğiniz gibi, geçen sene şubat ayı tüm zamanların en başarılı ihracat verilerine ulaştığımız dönem oldu. Bu sene bunun da üzerinde bir performans sergilemeyi başardık. Artık pusulamız, her ay bir önceki yılın aynı ayında kırılan rekoru daha da ileri taşımak" dedi.



## İTKİB'İN TİM KADIN DELEGELERİ DE TOPLANTIYA KATILIM SAĞLADI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2019 yılı Şubat ayı ihracat verileri, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın ev sahipliğinde TİM Kadın Konseyi üyelerinin de katıldığı 4 Mart tarihinde Ankara'da yapılan toplantıda açıklandı. İTKİB'i temsilen toplantıya katılan İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir ve UTİB Başkanı Pınar Taşdelen Engin, Bakan Pekcan ve TİM Başkanı İsmail Gülle ile hatıra fotoğrafı çektiler.



## İTHİB YÖNETİMİ, TİCARET BAKAN YARDIMCISI TURAGAY'I MİSAFİR ETTİ



**Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu'na bir ziyaret gerçekleştirerek, ihracatçıların taleplerini dinledi.**

İTHİB Yönetim Kurulu, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay'ı, 6 Şubat 2019 tarihinde İTKİB Dış Ticaret Kompleksi'nde misafir ederek, sektörün ihtiyaçları ve beklentilerine dair istişarede bulundu.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve yönetim kurulu üyelerinin katılım sağladığı toplantıda, İTHİB yönetimi tarafından

güncel gelişmeler ışığında tekstil sektörünün mevcut durumu, beklentileri ve ihtiyaçları hakkında bilgi verildi. Toplantıda ayrıca İTHİB'in yürütmekte olduğu projeler ve ihracat hedefleri değerlendirildi. Toplantı sonunda Başkan Ahmet Öksüz, Bakan Yardımcısı Turagay'a günün anısına bir de hediye takdim etti.

## İTHİB SEKTÖR KURULU'NDA 2019 HEDEFLERİ DEĞERLENDİRİLDİ



İTHİB Tekstil Sektör Kurulu toplantısı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü'nün katılımıyla 20 Şubat 2019 tarihinde, İTKİB Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Toplantıya, İstanbul Tekstil ve

Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz'ün yanı sıra yönetim kurulu üyeleri ve sektörün önde gelen temsilcileri katılım sağladı. Toplantıda sektörün 2019 yılı hedeflerine yönelik değerlendirmelerde bulunuldu.



**T**ürk tekstilinin ve Türk tasarım gücünün büyüklüğünü New York Fashion Week'te yaptığı iki defileyle ortaya koyan ünlü modacının, 'Glam Rock' adını verdiği koleksiyonunun tanıtımı 10 Şubat 2019 tarihinde Springs Studio'da gerçekleşti. Hakan Akkaya, geçtiğimiz yıllarda yaptığı New York Fashion Week defilelerinde Türk müziği kullanma alışkanlığını bu sene de bozmayarak, Barış Manço "Dönence", Zeki Müren "Yaralı Gönüm" şarkılarıyla kreasyonlarını dünyaya sergiledi. Koleksiyonunun tanıtımı için podyuma ünlü top modeller Çağla Şikel ve Didem Soydan çıktı. Defilede ayrıca 26 kadın, 18 erkek toplamda 44 kostüme yer verdi. 180 parçalık koleksiyonun tanıtımında, 40 yabancı top model podyuma çıktı. Defilede ayrıca Akkaya'nın modern çizgilerle uyguladığı tesettür giyim modasına farklı zarif yaklaşımı büyük beğeni topladı.

Hakan Akkaya koçluğunda 12 Şubat'ta gerçekleşen 'Turkish Designers'da ise Türk tasarımcılar Buket Özkalfalar, Barut Gökhan İldeniz, Ece Kavran ve Fırat Neziroğlu, Türk kumaşlarıyla tasarlanan koleksiyonlarını moda tutkunlarıyla buluşturdu. Koleksiyonu Didem Soydan tanıttı.

New York moda haftasının dekorundan koleksiyonuna ve koreografisi ile en önemli organizasyonu olarak işaret edilen defileye, dünyaca ünlü yıldızlar da katıldı.

#### "BİRLİK OLARAK ÜLKEMİZ ADINA GURUR DUYDUK"

Bu iki defileyle birlikte New York Fashion Week'e üçüncü kez katılan Hakan Akkaya, arka arkaya New York Fashion Week takviminde yer alan ilk Türk modacı oldu. New York Fashion Week gibi dünyaca ünlü bir moda etkinliğinde Türk modasının temsil edilmesinin önemine dikkat çeken Hakan Akkaya, bu defilenin gerçekleşmesine destek sağlayan Ticaret Bakanlığı ve Türkiye Tanıtım Grubu'na teşekkür etti.

Projeyi, Türkiye tanıtım Grubu'na öneren, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Türk modacılarının New York'ta gerçekleştirdiği defileyle ilgili duygularını şöyle dile getirdi: "Böyle bir defilenin Türk tekstil ve tasarım başarısını dünyaya tanıtmak anlamında etkili olacağına inandığımız için projeyi Türkiye Tanıtım Grubu'na önerdik ve kabul edildi. Gerek Hakan Akkaya'nın kendi defilesi, gerekse Akkaya'nın koçluğunda genç tasarımcılarımızın Türk kumaşlarıyla tasarladıkları kreasyonlar oldukça dikkat çekiciydi. Türkiye markasını dünyaya tanıtan ve sektörümüzün gelecek vizyonuna katkı sunan bu organizasyona Birlik olarak aracılık etmekten gurur duyduk."

**HAKAN AKKAYA**  
NEW YORK MODA HAFTASI'NDA TÜRK KUMAŞLARININ YÜZÜ OLDU



**Ticaret Bakanlığı desteği, İTHİB ve Türkiye Tanıtım Grubu iş birliğiyle New York Fashion Week'e katılan ünlü modacı Hakan Akkaya'nın "Glam Rock" defilesi ve koçluğunu üstlendiği "Turkish Designers" defilesiyle genç tasarımcılar, Türk kumaşlarıyla tasarladıkları koleksiyonlarını tüm dünya ile buluşturdu.**



**İSMAİL GÜLLE**  
TİM BAŞKANI

### **TÜRK KUMAŞI DÜNYA PODYUMUNDA GÖĞSÜMÜZÜ KABARTIYOR**

Türk tasarımları yüzde yüz Türk kumaşıyla dünya podyumlarında göğsümüzü kabartıyor. Genç modacılar ve Türk Tekstili için bu tür etkinliklere katılmak, önemli bir motivasyon kaynağı. Dünyanın sayılı moda merkezlerinden New York'da Türk tasarımlarını yüzde yüz Türk kumaşlarıyla dünya podyumlarına taşıyan Hakan Akkaya'ya teşekkür ediyoruz.



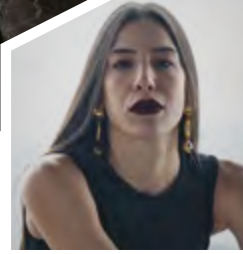
### GÖKHAN İLDENİZ “ANADOLU” KOLEKSİYON TANITIMI

Türk Tasarımcı Gökhan İldeniz “ANADOLU” adını verdiği 12 tasarım, 30 parçalık koleksiyonunda, Anadolu Yörüklerinden esinlendi, Türk keçesinden yapılan çorap ve pantolonların yanı sıra denimden yapılan Çoban Kepeneği koleksiyonu öne çıkan ayrıntılar oldu.



### BUKET ÖZKALFALAR “STREET COUTURE” TANITIMI

Tasarımcı Buket Özkalfalar “STREET COUTURE” adını verdiği 26 parçadan oluşan koleksiyonunda aynayı, karşıdan gelen enerjiyi geri yansıması açısından koleksiyonda kullanıyor. İpek, tafta, saten kumaşlar drape teknikleriyle tasarımlarda hayat buldu.



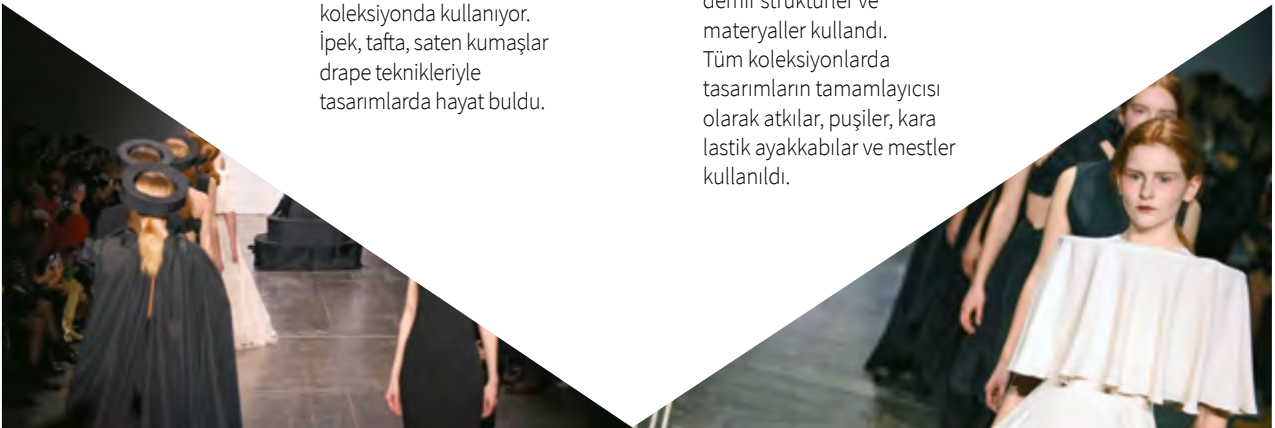
### ECE KAVRAN “URUN” KOLEKSİYON TANITIMI

Tasarımcı Ece Kavran’ın “URUN” adını verdiği 10 parçalık koleksiyonunun tamamı elde dikildi. Mimari, teatral ve minimal Tasarımcı Ece Kavran otobiyografik olarak tanımladığı koleksiyonunda, demir strüktürler ve materyaller kullandı. Tüm koleksiyonlarda tasarımların tamamlayıcısı olarak atkılar, puşiler, kara lastik ayakkabılar ve mestler kullanıldı.



### FIRAT NEZİROĞLU “YEN” KOLEKSİYON TANITIMI

Türk tasarımcı Fırat Neziroğlu geleneksel Anadolu tezgahlarında Uşak’ta elde dokunan, üretimi 15 gün süren kumaşlarla tasarladığı “YEN” adını verdiği 12 tasarım 56 parçalık koleksiyonuna, Anadolu’nun on binlerce yıllık zanaatkarlığının eseri YEN; ilham kaynağı oldu.



# AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ'NDE İNSANLIĞIN GELECEĞİ KONUŞULDU

**İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) desteğiyle Marmara Grubu Vakfı tarafından düzenlenen Avrasya Ekonomi Zirvesi, 22. kez Avrasya ülkelerinin devlet adamlarını İstanbul'da bir araya getirdi. Açılış töreninde İHKİB Başkan Yardımcısı Jale Tunçel'in bir konuşma yaptığı zirvenin gala gecesinde, İHKİB tarafından bir defile düzenlendi.**



**M**armara Grubu Vakfı tarafından düzenlenen "22. Avrasya Ekonomi Zirvesi", 6 Şubat 2019 tarihinde TBMM Başkanı Binali Yıldırım, Bosna Hersek Federasyonu (FBİH) Başkanı Marinko Cavara ve Makedonya Cumhurbaşkanı Gyorge İvanov'un katılımıyla gerçekleştirildi. Açılış töreninde İHKİB Başkan Yardımcısı Jale Tunçel de bir konuşma yaptı. Tunçel, Türkiye'nin küresel ölçekte bir markası olan Avrasya Ekonomi Zirvesi'nde geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yıl da bölgenin ve insanlığın geleceğinin konuşulacağını belirterek, "İHKİB olarak

bu organizasyona destek vermekten dolayı çok mutluyuz" dedi.

Konuşmasında hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün ülke için stratejik önemine vurgu yapan Tunçel, "81 ilde 34 bin işletme ile üretim yapan sektörümüzü orta vadede dünyanın üçüncü büyük hazırgiyim tedarikçisi yapmak istiyoruz" diye konuştu.

Yaptığı konuşmada, Avrasya Ekonomi Zirvesi'ne verdiği destekten dolayı İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'ne teşekkür eden Marmara Grubu Vakfı Genel Başkanı Akkan Suver de zirveyi, 22 yıldır aralıksız olarak gerçekleştirdiklerini belirterek, etkinliğin artık gelenekselleştiğini söyledi.

Zirveye katılarak bir konuşma yapan Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı Binali Yıldırım da konuşmasında; "Dünyada göç ve mültecilik sorunlarını çözmenin yolu yüksek duvarlar örnek değil, dünyada yaşanan adaletsizlikleri kötü yönetimi ve gelir dağılımındaki uçurumu ortadan kaldırmaktan geçer" dedi.

Eski Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün de konuşmacı olarak katıldığı zirve, çok önemli konuşmalar ve sunumların ardından son buldu.





## AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ MUHTEŞEM DEFİLEYE EV SAHIPLIĞI YAPTI

22. Avrasya Ekonomi Zirvesi muhteşem bir defileyle de ev sahipliği yaptı. Marmara Grubu Vakfı'nın ev sahipliğinde düzenlenen Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin gala gecesinde İHKİB tarafından bir de defile düzenlendi. Ünlü tasarımcı Belma Özdemir'in kreasyonlarının sergilendiği defile konuklar tarafından büyük beğeni topladı.

Yusuf Emin'in sunumuyla düzenlenen defilede, birbirinden şık tasarımlar seyircisinin beğenisine sunuldu. Defile sonrası Azerbaycan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Prof. Dr. Ali Hasanov Belma Özdemir'e, Dr. Akkan Suver de İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye 22. Avrasya Ekonomi Zirvesi adına Marmara Grubu Vakfı'nın teşekkürlerini sundular.

### İHKİB'İN DEFİLESİ ZİRVEYE RENK KATTI

22. Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin Gala Gecesi, İHKİB tarafından düzenlenen olağanüstü güzellikte bir defileyle açıldı. Ünlü tasarımcı Belma Özdemir'in kreasyonlarının sergilendiği defile, konuklar tarafından oldukça beğenildi.





## TASARIM TEBLİĞİ KAPSAMINDA FİRMALARIN %75'İ İTKİB KONTROLÜNDE

**İTKİB Devlet Yardımları Şubesi, Ticaret Bakanlığı tarafından 2019 yılında Tasarım Tebliği kapsamına alınan 50 firma temsilcisini, İTKİB yerleşkesinde ağırlayarak, destek süreci hakkında bilgilendirdi.**

**T**asarım Tebliği kapsamında destek kapsamına alınan firmaların bilgilendirilmesi için İTKİB Devlet Yardımları Şubesi tarafından 13 Şubat 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi Ömer Halisdemir konferans salonunda bir bilgilendirme toplantısı düzenlendi. Bilgilendirme toplantısında, Devlet Yardımları Şubesi'nin yaptığı çalışmalar hakkında katılımcılara bilgi verildikten sonra Tasarım Tebliği'nin içeriği detaylı olarak paylaşıldı. Üç yıl boyunca devam edecek destek programının Devlet Yardımları Şubesi tarafından yürütüleceği bildirildi.

Toplantının açılış konuşmasını yapan İTKİB Devlet Yardımları Şube Müdürü Fatih Zengin, Tasarım Tebliği kapsamına alınan ve desteklenen İTKİB üyesi firma sayısının artmaya devam ettiğini söyledi.

Yeni yılda 50 firmanın daha kapsama alındığını ve İTKİB Devlet Yardımları

Şubesi'nin yürüttüğü tasarım desteği proje sayısının 322'ye ulaştığını söyleyen Zengin, Türkiye'de Tasarım Tebliği kapsamına alınan firmaların yüzde 75'inin İTKİB'in kontrolünde yürütüldüğünü belirtti.

Tasarım desteği başvurularına ciddi talep olduğunu söyleyen Zengin, yurt dışı fuarından sonra en çok başvurunun yapıldığı destek türü olduğunu ifade etti.

### FİRMALAR DESTEKLENMEYE BAŞLANDI

Tasarım şirketleri, proje başvurularını üyesi olduğu ihracatçı birlik aracılığıyla Ticaret Bakanlığı'na yapıyor. Onaylanan proje ve firmalar Tebliğ kapsamına alınıyor. Bakanlık onayı ile birlikte destek süresi başlıyor ve üç yıla kadar devam ediyor. Destek kapsamında hakkeşlerin ödemeleri ise ilk üç ay içinde yapılıyor.

Tebliğ kapsamında firmalara üç yıl boyunca istihdam, yazılım, malzeme, web sitesi ve seyahat destekleri verilecek.

## AVUSTURYA'NIN İÇ GİYİM MARKASI PALMERS İHKİB'İ ZİYARET ETTİ

**Avusturya'nın önde gelen iç giyim, plaj giyimi, ev giyimi ve çorap markalarından Palmers Textil AG firmasının yöneticileri, İHKİB'i ziyaret ederek, Türkiye'deki iç giyim üretimi hakkında bilgi aldı.**



**Y**eni tedarikçi arayışında olan Palmers Textil AG, İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)'ne bir ziyaret gerçekleştirdi. 12 Şubat 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi İTKİB binasında gerçekleşen ziyarete Palmers Textil AG firmasının Ürün ve Tedarik Müdürü Werner Simoner katılırken, toplantıda İHKİB'i Yönetim Kurulu Üyesi ve AB, ABD Fuarlar Komite Başkanı Nazım Kanpolat temsil etti. Toplantıda,

Türkiye'nin hızlı ve esnek üretim ve tedarik kapasitesi ve yetkinliğine sahip olduğu vurgulanırken, Avrupa'ya tedarikte konum, lojistik ve hızlı teslim avantajı bulunduğu anlatıldı. Nazım Kanpolat, İHKİB olarak doğru partner bulma ve doğru iletişimlerini kurma noktasında yardımcı olabileceklerini belirtti. Palmers Textile AG yetkilileri de zamanında teslimat ve kaliteye çok önem verdiklerini belirterek, Türk üretici ve tedarikçileriyle çalışmak ve iş birliğine gitmek istediklerini ifade etti.

# OECD'NİN GÜNDEMİNDE SEKTÖRÜN ÇALIŞMA KOŞULLARI VARDI

**OECD tarafından hazırgiyim ve ayakkabı sektörlerine yönelik sorumlu tedarik zinciri yönetimi ile ilgili bir rehber hazırlanması amacıyla devam eden toplantıların sonuncusu Paris'te düzenlendi. İki gün boyunca devam eden ve sektörün gelişimine yönelik fikirler ve çözüm önerilerinin değerlendirildiği toplantılara İHKİB 2016 yılından beri katılarak, hazırgiyim sektörünü temsil ediyor.**



**E**konomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) çatısı altında düzenlenen "OECD Due Diligence in the Garment and Footwear Sector - Hazırgiyim ve Ayakkabı Sektörlerinde Sorumlu İş Yapış Yöntemleri" toplantılarının dördüncüsü, 13-14 Şubat 2019 tarihleri arasında Paris'te gerçekleştirildi. Toplantılara İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'ni (İHKİB) temsilen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan ve Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir katıldı.

Yaptığı açılış konuşmasında, forumun daha fazla istihdamın sağlandığı, çevreye ve insan haklarına saygılı bir sektör oluşturmak için çalışmaların ve fikirlerin paylaşılmasına yönelik düzenlendiğini

hatırlatan OECD Genel Sekreteri Angel Gurría, bu amaçla sektörel tüm paydaşların katılımıyla, uluslararası iş birliği ile birlikte çalışılmasının önemine vurgu yaptı.

Sektördeki üretici firmalar açısından sıklıkla dile getirilen 'denetim yorgunluğu'nun (audit fatigue) azaltılması konusunda çalışmalarını sürdüren ve İHKİB'in de 2017 yılında imzacı olarak katıldığı SLCP tarafından gerçekleştirilen toplantıda, projenin güncel durumu ve deneme aşamalarıyla ilgili farklı paydaşlar tarafından bilgi verildi. İlk aşaması Çin, Hindistan ve Sri Lanka'da başlatılan proje çalışmasının ikinci aşamasının, 2019 yılının ikinci yarısından sonra Türkiye, Tayvan, Meksika ve İspanya'da başlatılacağı açıklandı.

İki gün boyunca süren forumda yapılan panellerde; sektördeki çocuk işçilik, çalışma hayatında cinsiyetçi uygulamalar, küresel ısınma ve iklim değişikliği, rüşvet ve yolsuzluk gibi sektörel sorunlar ele alınarak, çözüm yolları arandı.

Forumda, tüm aktörler tarafından kolayca erişilip kullanılacak ortak bir sorumlu iş yapış yönetimine yönelik olarak hükümetler, firmalar, sivil toplum kuruluşları ve tüketiciler tarafından atılabilecek adımlar da görüşüldü. Uluslararası iş birliği, ortak akıl ve çözümler ile gönüllülüğün zorunlu uygulamalara geçiş gibi mesajların ön plana çıktığı forumda, artık tüm aktörlerin yer aldığı uluslararası bir iş birliği yöntemi ile faaliyete geçilmesi gerektiği de vurgulandı.





# 2019 İÇ GİYİM VE ÇORAP MODASI, LINEXPO İSTANBUL'DA SERGİLENDİ

**Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) ve Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) tarafından organize edilen ve İHKİB'in desteklediği Linexpo İstanbul İç Giyim ve Çorap Fuarı, 6-9 Şubat 2019 tarihleri arasında İstanbul'da gerçekleştirildi.**

## FUAR KÜNYESİ

Katılımcı Sayısı:  
176  
Marka:  
250  
Ziyaretçi sayısı:  
15.000 bin  
Yabancı ziyaretçi artışı:  
%30  
80 ülkeden ziyaretçi

İç giyim, çorap ve yatak kıyafetlerinin sergilendiği Linexpo İstanbul Fuarı, 80 ülkeden yaklaşık 30 bin profesyoneli İstanbul'da bir araya getirdi. Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ender Doğan, fuarın açılışında yaptığı konuşmada çorap ihracatına değinerek, "2018 yılında yüzde 2.2 artışla 1 milyar 85 milyon dolar ihracat rakamlarına ulaştırmış bulunmaktayız. Her şeye rağmen yatırım yapmaya devam ediyoruz. Yeni kurulan fabrikalarımız var, istihdamımız arttı. Dünyanın en büyük ikinci çorap üreticisi olmaya devam ettik. Tek başına çorap üretiminin yüzde 9'unu karşılayan sektör olmaya devam ediyoruz. Katılımcı firmalarımız geçen senenin çok üstünde ürün ve modelle bu fuara katıldılar. İmkânlarını sonuna kadar zorladılar. Çünkü her ne koşulda olursak olalım, yaptığımız işi en iyi şekilde yapmak bizim DNA'mızda var" diye konuştu.

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) Başkanı Mustafa Nazik de iç giyim, trendi ve modası olan büyük bir sektör olduğunu belirterek, iç piyasa ve ihracat olarak, 10 milyar dolarlık pazar değerine ulaştığını söyledi.

Dünyaca ünlü Victoria's Secret modellerinden Kate Grigorieva'nın da katıldığı fuarın açılış töreninde bir konuşma yapan İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, Linexpo'nun Türk moda endüstrisinin tanıtımını için



Fuara katılan dünyaca ünlü iç giyim markası Victoria's Secret meleklerinden Kate Grigorieva, fuarda sergilenen Türk iç giyim ürünlerini çok beğendiğini ve çok sevdiği İstanbul'da olmaktan büyük mutluluk duyduğunu söyledi.



önemli olduğunu belirterek, Linexpo'nun hem hazır giyim endüstrisi hem de ihracata önemli katkısı olduğunu vurguladı. 2018'de 646 milyon dolar düzeyindeki iç giyim ihracatında bu yıl yüzde 5 - 10 artış olacağına inandığını ifade eden Gültepe, sektörün tasarımda ve hızlı modada rakiplerinin önünde olduğunu söyledi.



# BÜYÜYEN DÜNYA İÇ GİYİM PAZARINDA TÜRKİYE’NİN ÖNEMLİ BİR POTANSİYELİ VAR

Türkiye, dünya iç giyim ihracat pazarında dokuzuncu sırada yer alıyor. En çok ihracat yapan ülkeler arasında 13,1 milyar dolar değerinde ihracat ve yüzde 37,1 payla Çin lider konumda. En fazla ihracat yapan 10 ülke incelendiğinde, yüzde 19 paya sahip AB dışında, diğer ülkelerin ‘ucuz ürün’ avantajı bulunan Uzak Doğu ülkeleri olduğu görülüyor.



Türkiye iç giyim sektörü, dünya pazarından daha fazla pay almak için küresel pazarları yakın takibe aldı. 35,4 milyar dolarlık pazara sahip dünya iç giyim ihracatı, 2018 yılında yüzde 2,8 artışla büyümesini sürdürdü. 2018 yılında Türkiye’nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı artmasına rağmen, iç giyim ihracatında yüzde 5,7 düşüş yaşandı. 17,6 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatına sahip sektörde, iç giyim 646,2 milyon dolar ile toplam ihracatta yüzde 3,7’lik payı bulunuyor.

Türkiye, dünya iç giyim ihracat pazarında ise dokuzuncu sırada yer alıyor. En çok ihracat yapan ülkeler arasında 13,1 milyar dolar değerinde ihracat ve yüzde 37,1 payla Çin lider konumda. En fazla ihracat yapan 10 ülke incelendiğinde, yüzde 19 paya sahip AB dışında, diğer ülkelerin ‘ucuz ürün’ avantajı bulunan Uzak Doğu ülkeleri olduğu görülüyor.

İthalat verilerine bakıldığında ise dünyada en çok ithalat yapan ülkenin ABD olduğu görülüyor. ABD, 2017 yılında toplam 8,6 milyar dolar değerinde iç giyim ithalatı gerçekleştirmiş olup, dünya iç giyim ithalatının yüzde 26,1’ini tek başına sağlıyor.

Türkiye’nin en çok iç giyim ihracatı yaptığı pazar ise Avrupa Birliği. En çok iç giyim ihracatı yapılan ilk 10 ülkeden beş tanesi AB ülkesi olup, AB’ye yapılan iç giyim ihracatının toplam iç giyim ihracatındaki payı yüzde 50,2 seviyesinde. 2018 yılında en çok iç giyim ihracatı gerçekleştirilen ilk 10

ülkeden özellikle Rusya’ya yapılan ihracatta yüzde 93’lük artış dikkat çekti.

İç giyim ihracatı, alt ürün grupları bazında incelendiğinde, en yüksek payın yüzde 30,1 ile “Sabahlık, robdöşambır ve bornozlar” grubuna ait olduğu görülüyor. İkinci sırada gelen “gece gömleği, gecelik ve pijamalar” ihracatı ise 188 milyon dolar paya sahip. Dünyada iç giyim ithalatında en çok ithalatı yapılan ürünün dokuma sutyenler olduğu görülüyor. Dünyada 2017 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 7,6 artışla 10,5 milyar dolar değerinde dokuma sutyen ithalatı gerçekleştirilmiş olup, dokuma sutyenlerin toplam ithalattaki payı yüzde 31,8’i buluyor.

## 35,4

MİLYAR DOLAR

Dünya iç giyim ihracatı  
(2018)

## 646,2

MİLYON DOLAR

Türkiye’nin iç giyim ihracatı  
(2018)

26,1%

DÜNYA İÇ GİYİM  
İTHALATINDA  
İLK 5 ÜLKE

7,0%

JAPONYA

6,9%

ALMANYA

5,9%

İNGİLTERE

5,4%

FRANSA

ABD

# İHKİB, SURİYELİLERİ İŞ GÜCÜNE KAZANDIRIYOR

**İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Suriyeli misafirlerin istihdama kazandırılması ve sektörün tedarik zincirlerinde çalışma koşullarının iyileştirilmesi için proje yürütüyor.**

İHKİB, hazırgiyim ve konfeksiyon sektöründe sosyal sorumluluk kültürünün yerleşmesi için ortaklıklar yapmaya devam ediyor. İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Türkiye'deki Suriyeli mülteciler için tekrar bir araya geldi. ILO Türkiye Ofisi tarafından ulusal ölçekte yürütülen kayıtlı Suriyeli istihdamını artırmayı amaçlayan programa İHKİB, 2018'de imzaladığı protokol ile uygulayıcı ortak olarak dahil oldu.

İş birliği programı kapsamında Suriyeli istihdam eden ve etmeyi planlayan firmaların üretim, sosyal uygunluk ve insan

kaynakları yönetimi gibi operasyonları sahada koordine edilerek, sektör genelinde kurumsal sosyal sorumluluk bilincini ve farkındalığını artırmak amacıyla eğitim programları ve bilgilendirme toplantıları düzenlenecek. Proje ile Suriyeli misafirlerin yanı sıra Türk çalışanların da sektöre kazandırılması hedefleniyor. Süreç, sosyal uygunluk ve sürekli iyileştirme programları çalışmaları ile devam ediyor.

## TEDARİK ZİNCİRİNDE ÇALIŞMA KOŞULLARI İYİLEŞTİRİLECEK

Ayrıca İHKİB'in ajandasında, Adil İş gücü Örgütü (FLA) tarafından koordine edilen hazırgiyim ve tekstil tedarik zincirlerinde çalışma koşullarının iyileştirilmesi projesi var. Proje kapsamında tedarik zincirinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin görünürlüğü artırılarak, bu işletmelerde karşılaşılan vakaların önlenmesi ve iyileştirilmesi için pilot uygulamalar gerçekleştirilecek.

Proje ile insana yakışır çalışma koşullarını sağlamak ve çocuk işçiliği ve işçi hakları ihlallerinin ortadan kaldırılması için FLA koordinasyonunda İHKİB, Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, markalar ve sendikalar ile bir araya geliyor.



## ÇORAP SEKTÖRÜ UR-GE PROJELERİNİN İLK TOPLANTISI YAPILDI

**Çorap sektörüne yönelik İHKİB bünyesinde 2019 yılında başlatılan iki UR-GE projesinin ilk toplantısı, sektör temsilcileri ve küme firmalarının katılımıyla yapıldı.**

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) bünyesinde 2019 yılında başlatılan yeni Çorap UR-GE projesinin ilk toplantısı, 22 Şubat 2019 tarihinde gerçekleştirildi. İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Özkan Karaca'nın oturum başkanlığını yaptığı toplantıya 24 firmanın temsilcisi katıldı.

Toplantıya Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Yönetim Kurulu Başkanı İlker Öztaş, İHKİB ve ÇSD Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Bekmezci, Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir ve Marmara Üniversitesi Tekstil Bölümü'nden Erkan İşgören katılım sağladı. Çorap Sektörü Dijital Dönüşüm ve Kapasite Geliştirme UR-GE projelerinin devam edeceği üç yıl boyunca izlenecek yol haritasıyla ilgili katılımcı firmalar bilgilendirilirken, yakın zamanda ilk aşama olan ihtiyaç analizi çalışmasına

başlanacağı belirtildi. Bu kapsamda firmalarla tek tek görüşülmek üzere saha ziyaretleri yapılacak.

Çorap ihracatçılarının katıldığı toplantıda, İHKİB'in iştiraki olan ve sektörün laboratuvarı olarak kabul edilen Ekoteks'in uzmanları tarafından, 2019 yılında Ekoteks'in hizmetine eklediği Çorap Basınç Ölçüm Cihazı tanıtıldı.





# KÜLTEPE EKONOMİ ZİRVESİ EKONOMİNİN AKTÖRLERİNİ BULUŞTURDU

**Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON) Kayseri Şubesi tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen 'Kültepe Ekonomi Zirvesi'ne katılan ve bir konuşma yapan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil sektörünün ekonomide oynadığı role dikkat çekti.**

**A**nadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON) tarafından 9 Şubat 2019 tarihinde bu yıl ikincisi düzenlenen Kültepe Ekonomi Zirvesi, ekonomi ve ihracatın aktörlerini Kayseri'de bir araya getirdi. Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Kayseri Valisi Şehmus Günaydın, ASKON Genel Başkanı Orhan Aydın, TİM Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz'ün de katıldığı zirvede, e-ticaret alanında dönüşümde start-up şirketlerinin önemi ve kişiye özel ihracat gibi konular öne çıktı. TİM Başkanı İsmail Gülle, yaptığı konuşmada, Kayseri'nin 2018 yılında tüm zamanların en yüksek ihracatına ulaştığını belirterek, yüzde 27 artışla 2.1 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiğini altını çizdi. Gülle, Kayseri'de bin 300 civarında olan ihracatçı sayısının az olduğunu ve artması gerektiğini söyledi.

Yapılan konuşmaların ardından Moderatörlüğünü Dünya Gazetesi Eski Genel Yayın Yönetmeni Hakan Güldağ'ın yaptığı 'Kobilere İhracat Rotası' başlıklı bir panel gerçekleştirildi. E-ihracat, dijital pazarlama, marka başarı hikâyelerinin ele alındığı panelde konuşmacılardan biri olan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, 17 bin ihracatçıya sahip tekstil sektörünün ülke ekonomisinde oynadığı role dikkat çekti.

Türk tekstil sektörünün, dünyanın 7. büyük, Avrupa'nın 2. büyük tedarikçisi olduğunu hatırlatan Başkan Öksüz,

"Hedefimiz, dünyada ilk beşe girmek" diyerek şunları söyledi: "Bunu katma değerli üretim ve ihracat ile başarabiliriz. Bu nedenle teknoloji, yatırımlar ve inovasyon son derece önemli. Sektördeki Ar-Ge merkezi sayılarımız artıyor. Teknik tekstilde her yıl ihracat rekoru kırıyoruz. Tekstil ve hazır giyim olarak Türkiye ortalamasından altı kat daha katma değerli ihracat yapıyoruz. Tekstil ve hazır giyim sektörlerimizin 2018 yılında kilogram başı ihracatta birim fiyatı 8,2 dolar olarak gerçekleşti. Klasik ürünler ve üretimler olacak ama biz yeni alanlarda üretim ile üst sıralara çıkacağız. Türkiye'de üretilmeyen ürünleri üretmek için çalışıyoruz. Elyafta, hammaddede ithalatçımız. Biraz buralara eğilmemiz gerekiyor. Bir gün gelecek, kendi elyafımızı da üreteceğiz."

**17**  
**BİN**

**Kayseri'de bulunan  
ihracatçı firma sayısı**

# TEKSTİL SEKTÖRÜ B2B İLE UKRAYNA'DA PAZAR BÜYÜTECEK

**İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 13-17 Mayıs 2019 tarihleri arasında Ukrayna'ya düzenleyeceği sektörel ticaret heyeti öncesi, Ukrayna ekonomisi ve dış ticaretini merceğe aldı.**

## 139,3

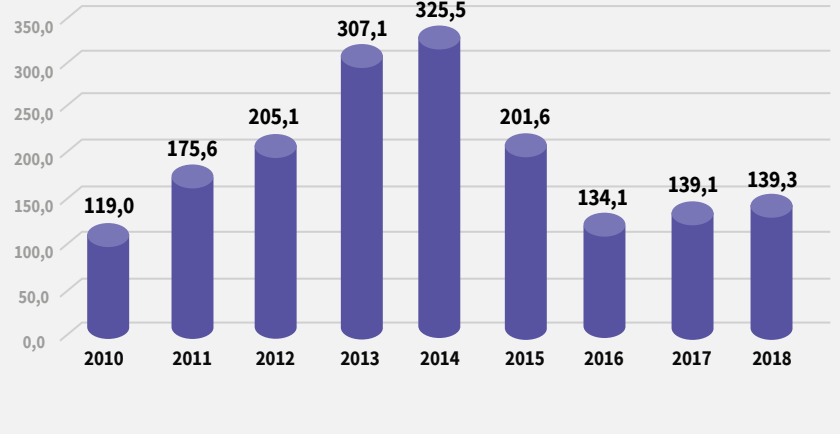
MİLYON DOLAR

**Türkiye'nin Ukrayna'ya yaptığı tekstil ve hammaddeleri ihracatı**

## Ekonomi Künyesi

**GSYİH: 112,1 Milyar \$**  
**Kişi Başı GSYİH: 8.706 \$**  
**Büyüme Oranı: %2,5**  
**İşsizlik Oranı: %8**

UKRAYNA'YA TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACIMIZ (MİLYON \$)

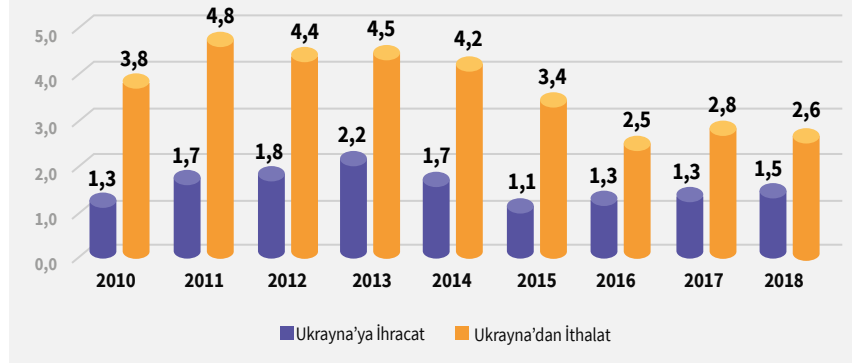


Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Sistemi

**T** rademap verilerine göre; 43,4 milyar dolar ihracat ve 49,4 milyar dolar ithalat ile dünyanın en büyük 52. ihracatçı ve ithalatçısı konumunda olan Ukrayna, dünya tekstil ve hammaddeleri pazarında yüzde 0,4 pay ve 1,3 milyar dolar değerinde ithalat ile 288,1 milyar dolar değerindeki

dünya tekstil ve hammaddeleri ithalatında 44. sırada yer alıyor. Ukrayna'nın en büyük tekstil ve hammaddeleri tedarikçileri arasında 248,3 milyon dolar değerinde ihracat ve yüzde 18,7 pay ile Çin birinci sırayı alırken, Türkiye; yüzde 11 pay ve 139,3 milyon dolar değerinde ihracatı ile 4. tedarikçi konumunda bulunuyor.

TÜRKİYE'NİN UKRAYNA İLE DIŞ TİCARETİ (MİLYAR \$)



Kaynak: Ticaret Bakanlığı

## UKRAYNA'NIN TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER

1. Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya (63. Fasıll)
2. Sentetik ve Suni Dokumaya Elverişli Maddeler (54. Fasıll)
3. Sentetik ve Suni Devamsız Lifler (55. Fasıll)
4. Pamuk, Pamuk İpliği ve Pamuklu Mensucat (52. Fasıll)
5. Dokunmamış Mensucat (56. Fasıll)

## UKRAYNA'NIN TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER

1. Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya (63. Fasıll)
2. Dokunmamış Mensucat (56. Fasıll)
3. Sentetik ve Suni Devamsız Lifler (55. Fasıll)
4. Örme veya Kroşe Eşya (60. Fasıll)
5. Sentetik ve Suni Dokumaya Elverişli Maddeler (54. Fasıll)



## KÜRK SANAYİCİLERİ BAŞKAN ŞENOCAK'I ZİYARET ETTİ

**Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği Yönetimi, 4 Şubat 2019 tarihinde İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak'ı ziyaret ederek, sektörün iş hacmini büyütecek konularda İDMİB'in desteğini istedi.**

**K**ürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSIAD) Yönetim Kurulu, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak'ı, 4 Şubat 2019 tarihinde İTKİB Dış Ticaret Kompleksi'nde ziyaret etti. Ziyaretin ana gündem maddesini, 15 Şubat tarihinde yürürlüğe giren 2019/1 sayılı İthalatta Gözetim Uygulamasına İlişkin Tebliğ ile kıymetli kürkte uygulanan ÖTV oluşturdu.

Toplantıda kıymetli kürk sektörünün önündeki en büyük engelin ÖTV olduğu, ÖTV kalktığı takdirde İstanbul'un, kürk merkezi haline geleceği ve Türkiye'nin coğrafi avantajı ile farklı pek çok bölgeye ihracat yapabileceği vurgulandı. Başkan Mustafa Şenocak, kıymetli kürk sektörünün önünü açacak adımların atılması ve sektör özelinde bir UR-GE projesinin hayata geçirilmesi temennisini dile getirdi.

## İDMİB UR-GE PROJELERİ KAPSAMINDA SOSYAL UYGUNLUK DENETİM PROGRAMI BAŞLADI

**İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), başladığı "Sosyal Uygunluk Denetim Programı" ile ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektörlerinde faaliyet gösteren firmaları, ihracata ve büyük markalara hazır hale getirmeyi hedefliyor.**



**A**yakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektörlerinde faaliyet gösteren ihracatçı firmalara yönelik yürütmekte olduğu Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Projesi (UR-GE) ile çalışmalarına devam eden İDMİB, projelere dahil küme üyeleri için 'Sosyal Uygunluk Denetim Programı'nı hayata geçirdi.

Sosyal Uygunluk Denetim Programı ile deri ve deri mamulleri ihracatı yapan firmaların, uluslararası rekabetçiliklerinin geliştirilmesinde en önemli başlangıç noktası olan ihracat öncesi sosyal uygunluk altyapısına kavuşmuş olmaları amaçlanıyor.

İlk aşamada ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye UR-GE kümelerinden toplam 26 üyenin katılım sağladığı programda, firmaların; danışmanlık ziyaretleri ve eğitimler ile hedef pazarlarda talep edilen sosyal uygunluk belgelerine (WRAP, BSCI, Sedex, marka denetimleri vb.) uyumlu hale gelecek altyapıya ulaşması hedefleniyor. Birinci danışmanlık ziyaretlerinin gerçekleştirildiği program, eğitimler ve sosyal uygunluk karnelerinin hazırlanması ile devam edecek. Program sonunda firma bünyesinde gerekli iyileştirme ve düzenlemeleri yapan küme üyesi firmalar, katılım sertifikası sahibi olacaklar.

# SEKTÖRÜN GELİŞİM HEDEFİ ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞ BİRLİĞİ

**İDMİB ve İstanbul Ticaret Üniversitesi, sanayi-üniversite iş birliklerinin kurulması için bir toplantı düzenledi. Toplantıda, ihracat pazar araştırmaları, staj imkanları ve öğrencilerin sektörden beklentileri masaya yatırıldı.**

İstanbul Ticaret Odası'nda (İTO) 12 Şubat 2019 tarihinde, İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörü Nazım Ekren, Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanı Kahraman Arslan, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, İTO Meslek Komite Başkanı Turan Akyüz, Saraciyeye Sanayicileri Derneği Başkanı Cemal Aydın, Musa Evin, Mehmet Çetinkaya, Eyüp Demir, Cumali Ulaş, Gülistan Selo ve İTKİB Genel Sekreterliği'nden Burcu Demiröz'ün katılımıyla, üniversite-sanayi iş birliği toplantısı düzenlendi. Gerçekleştirilen toplantıda, sektörün gelişmesinde ve kalifiye eleman ihtiyacının karşılanmasında ikili modelin önemine değinildi. Toplantıda ayrıca, ihracat pazar araştırmaları, staj imkanları ve öğrencilerin sektörden beklentileri de masaya yatırıldı.

## SEKTÖR VE ÖĞRENCİLERİN BİRBİRİNİ TANIMASI GEREKİYOR

Bu yıl ikinci kez gerçekleştirilen toplantının ana gündem maddesini "sanayi ile üniversite öğrencilerini buluşturacak bir mekanizmanın geliştirilmesi" oluşturdu. Bu hususta İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü öğrencilerinin, sektörün de ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde yönlendirilmesi ve konudaki çözüm önerileri tartışıldı.

Üniversite olarak sektörün ihtiyaç duyduğu desteği verme imkânına sahip olduklarını dile getiren Rektör Nazım Ekren, pazar araştırmasına imkân veren yüksek lisans tezlerinin sektör ihtiyaçlarına göre belirlenebileceğini söyleyip, "Sektörün de öğrencilerden beklentilerini iyi analiz etmesi gerekiyor.

Dil bilmenin yeterli olup olmayacağını, pazarlama ya da araştırma yapılması yönünde bir beklentilerinin olup olmadığının belirlenmesi önemli" ifadelerini kullandı.

Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanı Kahraman Arslan ise, eğitim-öğretim yılı başında sanayinin de içinde olduğu bir komisyon kurarak, işverenlerin de beklentilerini karşılamaya yönelik bir müfredat belirlemeyi hedeflediklerini dile getirdi. Sanayiden ziyade akademiye öğrenci yetiştirdiklerini belirten Arslan, sektörün ihtiyaçlarını tez konusu yaparak, teoriyi pratikle birleştirmek adına çalışmalar yapabileceklerini söyledi.

## PAZAR ARAŞTIRMASI İÇİN KAYNAK GEREKLİ

Sektörü öğrenciler için cazip hale getirmek gerekliliğine dikkat çeken İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, gelecek olan kişilerin genel dış ticaret bilgisine hakim olması gerektiğini belirterek, pazar araştırmaları için başvurulacak kaynakların ve bu kaynaklardan elde edilecek verilerle anlamlı sonuçlar çıkarmanın önemine de vurgu yaptı. Bu konuda İhracatçı Birlikleri'nin de öğrencilere yardımcı olabileceğini, temel pazar araştırma bilgisi için destek olabileceğini belirtti. STK'lara ve firmalara stajyer alınması için katkı sunabileceklerini, İhracatçı Birlikleri ile mutlaka yakın temasta olunması gerektiğini dile getirdi.

Toplantı, üniversitenin staj için adayları belirlemesi ve sektörün de hem pilot projeyi hem de olası tez konularını netleştirmesi hususu ile sona erdi.





## İHİB İLE İTO, HALIKENT PROJESİNDE GÜÇ BİRLİĞİ YAPACAK

**İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) 41'inci Halı, Kilim, Yer Kaplamaları Meslek Komitesi'nin İHİB Yönetim Kurulu'na gerçekleştirdiği ziyaretin gündeminde, iki kurum arasındaki iş birliklerinin geliştirilmesi vardı.**

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Yönetim Kurulu Üyesi Bahadır Yaşık, İTO 41'inci Halı, Kilim ve Yer Kaplamaları Meslek Komitesi Başkanı ve Meclis Üyesi Mustafa Paça, Başkan Yardımcısı ve Meclis Üyesi Ekrem Yiğit ile beraberindeki komite üyeleri İsmail Serdar Yetişener ve Cem Aslan'dan oluşan bir heyet, 12 Şubat 2019 tarihinde İTKİB Dış ticaret Kompleksi'nde İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Yönetim Kurulu'na bir ziyaret gerçekleştirdi. Gerçekleştirilen ziyarette Türkiye'nin içerisinde bulunduğu ekonomik durum ve sektörün 2018 yılı güncel ihracat rakamları ve küresel piyasalardaki daralma eğilimi değerlendirilirken; İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, Birliğin yürüttüğü çalışmalar ve projelerin ilgili İTO heyetini bilgilendirdi. Toplantıda,

İTO gibi iş dünyasının dinamiklerine sahip kuruluşlar ile iş birliğinin artırılması ve halı sektörüne hizmet veren iki önemli yapının ortak projeler yürütülmesi hususunda değerlendirmeler dile getirildi. Bu kapsamda, İHİB ile İTO 41'inci Halı, Kilim ve Yer Kaplamaları Meslek Komitesi'nin birçok projede ortak hareket etmesi ve özellikle İHİB'in İstanbul'daki halı firmalarını bir araya toplamayı amaçlayan Halikent projesinde güç birliği yapılması yönünde görüş birliğine varıldı. Yapılan toplantıda güç birliğinin geliştirilmesi için ortak bir komite kurulmasına karar verildi.

İki kurumun halı sektörü için her açıdan son derece önemli bir vazife üstlendiğini vurgulayan Başkan Uysal, aynı sektörde hizmet veren kurumlar arasındaki ilişkinin birbirini tamamlayarak devam etmesi gerektiğini belirtti.

### HALIKENT PROJESİ, SEKTÖRÜN BİR İHTİYACI

Ziyaretin ardından bir değerlendirmede bulunan Mustafa Paça, sektörün gelişimi adına çalışma yapan iki kurumun birlikte neler yapabileceğine dair bir istişare toplantısı yaptıklarını belirterek, İTO Halı, Kilim ve Yer Kaplamaları Meslek Komitesi olarak, sektördeki ihracatçı firma sayısının artırılması için İHİB'in yapacağı çalışmaları desteklemeye hazır olduklarını vurguladı. İHİB'in Halikent projesini desteklediklerini söyleyen Mustafa Paça, birçok sektörde aynı iş kolundaki firmaların bir araya gelmeyi başardığını, aynıının halıcular için de bir ihtiyaç olduğunun altını çizdi.





# HAZIRGIYİM % 4,7 BÜYÜME İLE SANAYİNİN DİNAMOSU OLDU

**Türkiye sanayi üretimi 2018'de yüzde 1,8, imalat sanayii yüzde 1,5 büyürken; hazır giyim ve konfeksiyon sanayisi, yüzde 4,7 büyüme ile ekonomiye katkısını sürdürdü. Bir ayda 5 bin kişiye yeni istihdam sağlayan sektörün yarattığı toplam istihdam ise Kasım 2018'de 520 bin kişiye ulaşarak, kendi rekorunu tazeledi.**

**K**atma değerli üretimde, istihdamda ve ihracatta Türkiye ekonomisinin öncü sektörlerinin başında gelen hazır giyim ve konfeksiyon sanayisi, sanayi endeksinin gerilediği 2018 yılının dördüncü çeyreğinde yarattığı yeni istihdam ile dikkat çekti. Türkiye'de işsizliğin arttığı bir dönemde sektör, 525 bin kayıtlı istihdamla kendi rekorunu tazeledi. Sanayi üretimi ve cari açık verilerini değerlendiren İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, sektörlerinin Türkiye için stratejik önemde olduğunun altını çizdi. 2018'de bütün sıkıntılara rağmen sektörün başarılı bir performans sergilediğini vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: "Üç yıldır 17 milyar dolarda takılan ihracatımızı 2018'de yüzde 3,6 artışla 17,6 milyar doların üzerine çıkardık. Ülkemize 15,7 milyar dolar net döviz kazandırdık. 2018'de Türkiye'nin cari açığı 27,6 milyar dolardı. Yani bizim gibi iki sektör daha olsaydı, Türkiye cari açık değil cari fazla verecekti. Yeni açıklanan büyüme verilerine bakıldığında da sektör olarak farkımız ortaya çıkıyor. 2018'de sanayi üretimi yüzde 1,8, imalat sanayi yüzde 1,5 büyürken; hazır giyim ve konfeksiyon sanayii olarak yüzde 4,7'lik bir büyümeyi yakalamış bulunuyoruz. Bu büyümenin ülkemizin en sıkıntılı konularından işsizliğin frenlenmesinde de önemli katkısı oluyor. Ekim 2018'de 515 bin 600 çalışanla sektör olarak istihdam rekoruna

ulaştığımız. Kasım ayında 520 binin üzerine çıkarak, rekorumuzu tazeledik. Yani işsizliğin arttığı süreçte bir ayda yaklaşık 5 bin kişiye daha istihdam imkânı yarattık."

Mustafa Gültepe, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yeni yatırım, üretim, istihdam ve ihracatta büyük potansiyelinin bulunduğunu, bu potansiyeli harekete geçirmek için kamu otoritesinden pozitif ayrımcılık beklediklerini sözlerine ekledi.







# TİM İHRACAT 2019 RAPORU'NDA HAZIRGIYIM FARKINI GÖSTERDİ

**Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçıların yeni vizyon ve yol haritası olacak "İhracat 2019 Raporu"nu açıkladı. "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik" yılı kapsamında hazırlanan raporda, dünyada en çok ticareti yapılan 200 ürünün 47'sinde Türkiye'nin üstünlüğü bulunuyor. 47 ürünün beşi ise hazırgiyim ve konfeksiyon sektörüne ait ürünlerden oluşuyor.**



**2** 019'u "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik" yılı ilan eden TİM, ihracatçıya yol haritası olacak detaylı bir rapor hazırladı. İhracatçıya geniş kapsamlı ve katma değer yaratmaya yönelik hazırlanan "İhracat 2019 Raporu", beş bölümden oluşuyor. Raporda, bu sene hayata geçirilecek İhracatta İlk Adım Seferberliği, İhracatta Sıfır Atık Seferberliği, İhracat Oyun Yazılımı gibi projelerden oluşan eylem planlarının yanı sıra 5G olarak adlandırılan Güçlü Türkiye, Güçlü Ekonomi, Güçlü İhracat, Güçlü İnsan Kaynağı, Güçlü Altyapı ve İhracat Ekosistemleri'ne de yer verildi.

İhracat Raporuyla ilgili bir açıklama yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, "2019 yılı için ilan ettiğimiz "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik" teması kapsamında çok boyutlu ve geniş kapsamlı bir eylem planı hazırladık. Bu yıl ilkinizi açıkladığımız İhracat 2019 Raporu ise, her yıl düzenli olarak açıklanacak ve ihracatçıya o yılın yol haritasını belirleyecek. Bu rapor, tüm çalışmalarımızı tek bir kaynaktan toplayan, hem dünyadaki trendlere ışık tutan hem ihracatımızın durumunu analiz eden hem de hedef ürün ve hedef pazarlarımızı tespit eden çok kıymetli bir çalışma. Eylem planımız da 5G yol haritamız rotasında ilerleyecek" dedi.

Raporda Ekonomist Bela Balassa tarafından geliştirilen "Revealed Comparative Advantage" (Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük) modeline göre, Türkiye'nin uluslararası pazarlarda avantajlı olduğu ve potansiyelinin bulunduğu ürünler belirlendi. Dünyada en çok ticareti yapılan 200 ürünün 47'sinde Türkiye, karşılaştırmalı üstünlüğe sahip. 47 üründen beş tanesi de en fazla ihracat yapan ilk üç sektör arasında olan hazırgiyim ve konfeksiyon sektörüne ait ürün gruplarından oluşuyor. Söz konusu ürünlerin en büyük ithalatçıları arasında yer alan Avrupa ülkeleri, genelde Türkiye için önde gelen hedef pazarlar olarak öne çıkıyor.

## DÜNYA PAZARLARINDA REKABET AVANTAJINA SAHİP HAZIRGIYIM ÜRÜNLERİ

Pamuklu örme kazak, süveter, hırka ve yelekler.  
Sentetik veya suni liflerden örme kazak, süveter, hırka ve yelekler.  
Pamuklu dokuma, erkek ve erkek çocuklar için pantolonlar, tulumlar ve şortlar.  
Pamuklu dokuma, kadınlar ve kız çocuklar için pantolonlar, tulumlar ve şortlar.  
Pamuklu örme tişört, fanila ve atletler.



# KARL LAGERFELD MODAYA ADANAN BİR ÖMÜR

**Chanel ve Fendi markalarının arkasındaki asıl yaratıcı güç olan moda dehası tasarımcı, fotoğrafçı, designer ve sanatçı Karl Lagerfeld, 19 Şubat tarihinde hayatını kaybetti.**



Coca Cola light by Karl Lagerfeld

**D**esigner, sanatçı, fotoğrafçı, kostüm tasarımcısı, vizyoner. Bir moda dehası. Esrareniz bir karakter. Titiz ve tutkulu bir sanatçı, Karl Lagerfeld. Moda dünyasının bu ikonik ismi, Chanel Moda Evi'nin milyonlarca dolarlık ticari girişiminin arkasındaki yaratıcı güçtü. Modanın "imparatoru" olarak kabul edilen Lagerfeld, kendi ismini taşıyan markasına ek olarak, Fendi, H&M, Diesel, Chloé, Tommy Hilfiger dahil olmak üzere dünya çapındaki çeşitli moda evleri ve tasarımcı etiketlerinin başarısının arkasındaki isimdi.

Moda dünyasının çözülemeyen bilmececi olarak kabul edilen Lagerfeld, açık sözlülüğü ve zaman zaman tartışmalı görüşlerine rağmen, uzun ve şanlı kariyeri boyunca moda dünyasını eşit ölçüde hem şoke etti hem de memnun. Çok yönlü yaratıcılığını ve inovatif başarısını çalıştığı etiket gereksinimlerine uyacak şekilde kullanabilen, markaya göre kendini dönüştürebilen biriydi. Vogue Dergisi tarafından "anlık ruh halinin eşsiz tercümanı" olarak nitelendirilen Lagerfeld, her daim yaratıcı yenilikten yanaydı.

Ünlü bir moda tasarımcısı olmasının yanında yetenekli bir fotoğrafçı olan Lagerfeld'in bu yeteneği, "V" dergisinin kapağı için Amerikalı şarkıcı ve aktris "Mariah Carey"nin şahsen fotoğrafını çekince ön plana çıktı. Ayrıca Chanel ve Fendi için reklam kampanyaları da çekti.

Karl Lagerfeld tüm şanına, durduğu yere ve esrareniz kişiliğine rağmen her daim esprili konuşan ve mizahı hayatından eksik etmeyen biriydi.

## 1954

21 yaşındayken International Wool Secretariat'ın tasarım yarışmasında aldığı birincilik ödülü ile kariyerine başladı. Pierre Balmain kendisini işe aldı ve ödüllü yün paltosunu da üretime soktu.

## 1964

1962'de serbest meslek hayatına başladı ve Mario Valentino, Repetto, Monoprix ve Tiziani ile çalıştı. 1964'te ise Chloé için tasarım yapmaya başladı.

## 26 Temmuz 1983

Lagerfeld, Chanel'in tasarım direktörlüğünü devraldı ve markaya taze bir hayat kazandı.

## 1984

Kendi adını taşıyan markasını yarattı ve 2005 yılında, etiketi Tommy Hilfiger'e sattı.

## 2004

H&M ile iş birliğine imza attı. Marka için tasarladığı ürünlerin bir günde tüketilmesi ile kitlesel popülaritesini daha da katladı.

## 2010

Chanel 2010-11 Sonbahar-Kış defilesinde İskandinav'dan Paris'e 265 tonluk bir buz dağınyı getirterek, hayatının en önemli sahne şovlarından birine imza attı. Küresel ısınmayı konu edinen defile, uzun süre hafızalardan silinmedi.

## 2010-2011

2010 yılında Coca Cola için "Coca Cola light by Karl Lagerfeld" şişelerini; 2011 yılında İsveç firması Orrefors için bir cam eşya tasarımı yaptı.

## 19 Şubat 2019

Chanel'in ve daha pek çok markanın efsane sanat direktörü, 85 yaşında hayatını kaybetti.

# İHKİB VİZYON BELGESİ, HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNÜ ETKİLEYEN 12 TRENDE IŞIK TUTTU

**İHKİB tarafından hazırlanan Vizyon Belgesi, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü etkileyen ve etkilemeye devam edecek maliyetlerden otomasyona, iklim değişikliğinden mega şehirlere 12 trendi merceğine aldı.**

**İ**stanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından sektörü geleceğe hazırlamak ve orta vadede hazır giyim ihracatını ikiye katlamak için hazırlanan Vizyon Belgesi'nde, dünya hazır giyim sektörünü etkileyecek trendlere mercek tutuldu. Bu trendler Vizyon Belgesi'nde "Dünya Hazır giyim Sektörünü Etkileyen 12 Önemli Trend" olarak ele alındı.

**1- Artan maliyetler:** Küresel olarak üretim, iş gücü maliyetlerinde artış yaşanmaktadır. Önümüzdeki dönemde de maliyetlerin daha da artması beklenmektedir. Maliyetleri artıran en önemli unsur olarak işçi maliyetlerindeki artış gösterilmektedir.

**2- Tedarik zincirinin dijitalleşmesi:** Gelişen yeni teknolojiler ve büyük veri analizi tüm hazır giyim tedarik zincirini uçtan uca değiştirmekte ve yeni gelir ve verimlilik fırsatları yaratmaktadır. Alıcıların gündeminde tedarikçi geliştirme ve iş birliği en öncelikli konular arasında yer almaktadır.

**3- Otomasyon:** Üretimde verimliliği ve kaliteyi artırmak için Endüstri 4.0 uygulamalarının kullanımı yaygınlaşmaktadır. Üretimde endüstri 4.0 uygulamalarının ve otomasyonun

yaygınlaşmasının, rekabet avantajları getireceği belirtilmektedir.

**4- Tedarikte stratejik iş birlikleri:** Alıcı ve üretici arasındaki geleneksel ilişki değişerek daha uzun vadeli, şeffaf ve ortak çalışma prensiplerine dayalı bir yapıya geçilmektedir.

**5- Yakından tedarik:** Özellikle orta ve üst segmentte pazara hızlı erişim için yakın tedarik merkezleri tercih edilmektedir. Yakın tedarik merkezlerinin önümüzdeki yıllarda daha fazla tercih edileceği ve bu merkezler arasında Türkiye'nin de yer aldığı belirtilmektedir.

**6- İnternet perakendeciliğinin yükselişi:** Satışlarda internetten satış kanalının payı artmaktadır. Tüketiciye doğrudan ulaşma imkânı ile sipariş porsiyonlarının küçülmesi ve teslimat süresinin kısalması sağlanmaktadır.

**7- Sürdürülebilirlik ve uyum:** Tüketicilerin sürdürülebilir ürünlere ve çevre, sağlık ve güvenlik standartlarına uygun tesislerde üretilmiş ürünlere talebi artmaktadır. Artan uyumluluk beklenti ve düzenlemeleri, gelişmekte olan ülkelerdeki maliyetleri yükselterek, alıcıların tercihlerini etkileyecektir.

**8- İklim değişikliği:** Malzeme ve giyim ürünleri küresel ısınmaya göre şekillenmektedir. Küresel iklim değişikliğinin tüketim ve üretim üzerine etkileri kısa vadede görülecektir.

**9- Yeni nesil hazır giyim ürünleri:** Tüketici ihtiyaçları ile akıllı ve teknik tekstil bazlı ürünlere talep artmaktadır. Akıllı ve teknik tekstilin hazır giyim sektöründe kullanımı hızla artmaktadır.

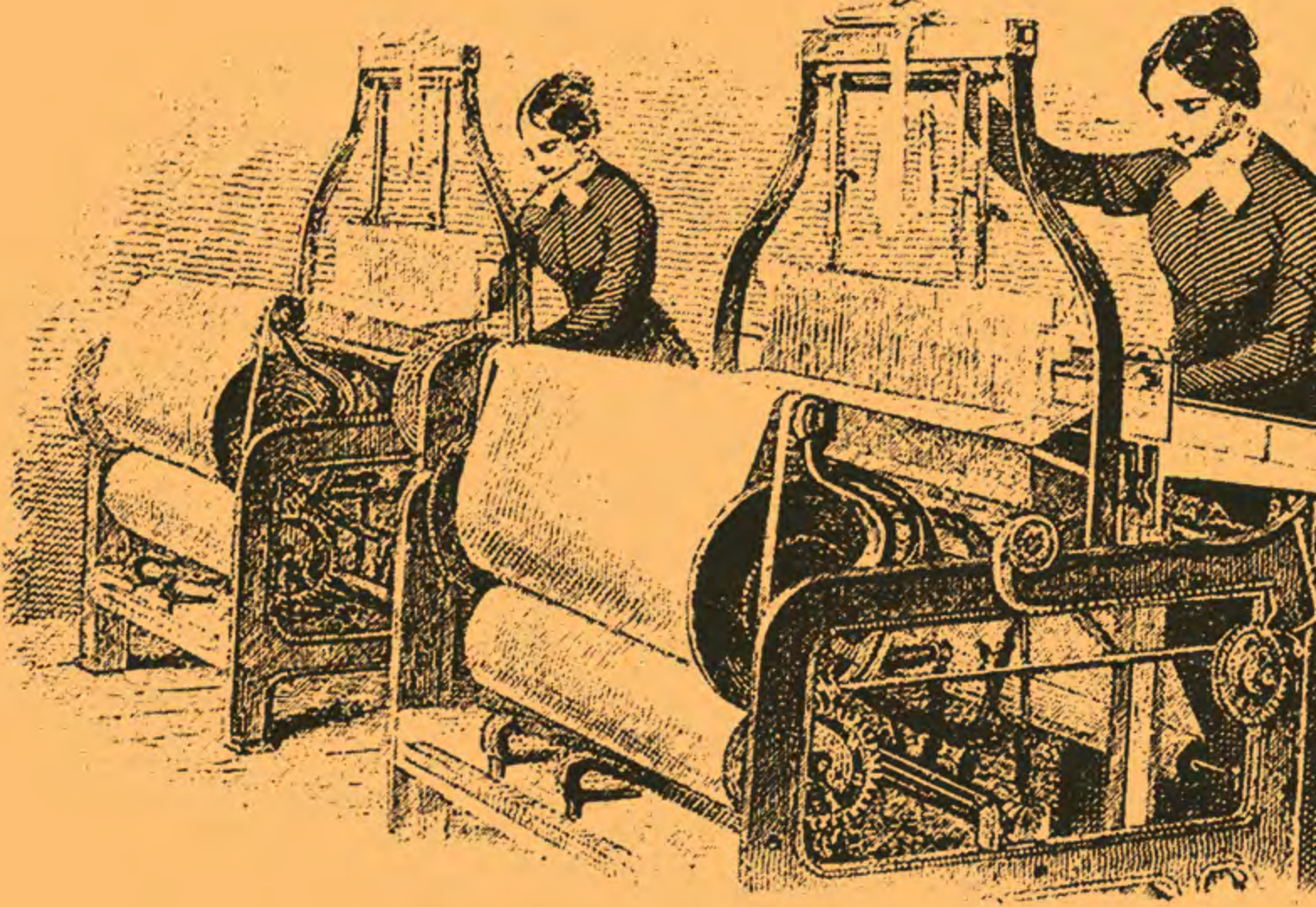
**10- Mega şehirler:** Tüketicimin ve büyümenin önemli bölümü gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki mega şehirlerde toplanmaktadır. Gelecek dönemde hazır giyim tüketimi, çoğu Türkiye'nin güçlü olmadığı, belirli mega kentlerde yoğunlaşacaktır.

**11- Genişleyen ticaret anlaşmaları:** Gelişmekte olan ülkeler dünya genelindeki ticaret anlaşmalarını genişletmektedir. Serbest Ticaret Anlaşmaları alıcıların tercihlerini etkileyen en önemli faktörler arasında yer almaktadır.

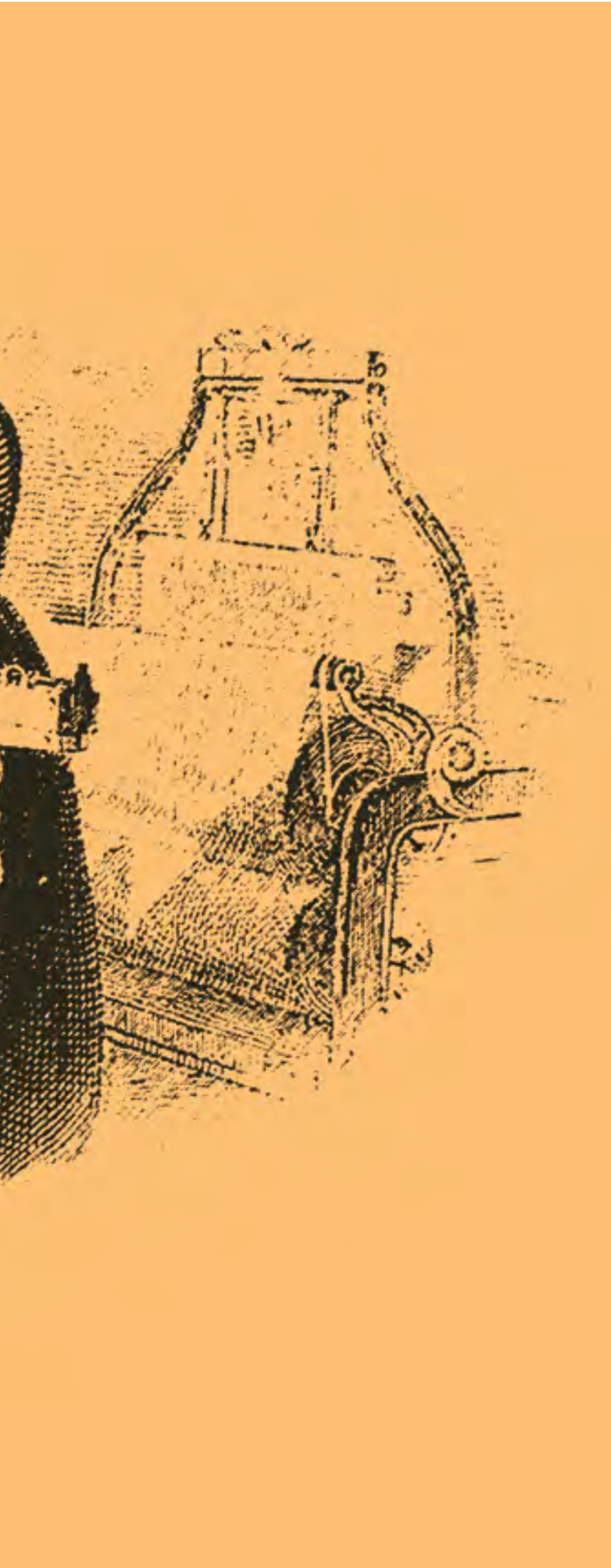
**12- Çin yerel pazarı:** Çin'in yerel tüketimi artmakta ve ihracattaki büyüme hızı yavaşlamaktadır. Beklenen yüksek tüketim eğilimi nedeniyle, Çin'in ihracat pazarından kendi pazarına odaklanacağı öngörülmektedir.



## HAZIRGIYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ



# KADIN İSTİHDAMINDA ZİRVEDE



**B**irleşmiş Milletler, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin beşinci maddesinde toplumsal cinsiyet eşitliğine vurgu yaparak, kadınlar ve kız çocuklarının güçlendirilmesinin çarpan etkisi yarattığı ve her alanda gelişmeyi hızlandırdığının altı çiziliyor. Yapılan araştırmalar da kadınların ekonomiye katıldıkça, şirketlerin performansının daha çok arttığı ve dünya gayri safi milli hasılasının yükseldiğini gösteriyor. Gelişmiş ülkelerde kadın istihdam oranlarının yüzde 70'in üstünde olması da bu tespiti doğrular nitelikte.

Hazırgiyim ve tekstil sektörü, kadınlara sağladığı istihdam ile ülkenin kalkınmasında büyük rol oynuyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, kadın istihdamı yüzde 28 seviyesindeyken, iş gücüne katılım oranı yüzde 32,5 seviyesinde bulunuyor. Ülke genelinde 2 milyona yakın istihdam yaratan tekstil ve konfeksiyon sektöründe ise iş gücünün yarısı kadınlardan oluşuyor.

Sosyal Güvenlik Kurumu listesinde yer alan sektörlerin sadece 4a kapsamında sağladığı istihdam verilerine bakıldığında, hazırgiyim ve konfeksiyon sanayisinin yarattığı kadın istihdamı dikkat çekiyor. Toplam 525 bin istihdam sağlayan hazırgiyim ve konfeksiyon sanayisindeki kadın iş gücü oranı yüzde 51,4 seviyesinde bulunuyor. Yine SSK'nın 4a sigortalı kayıtlarında tekstil ve hammaddeleri sektörünün yarattığı kadın istihdamı yüzde 35, deri ve deri mamullerinin yarattığı kadın istihdamı ise yüzde 41'in üzerinde bulunuyor.

TÜİK'in 2017 yılına ait açıkladığı istihdam verilerinde, sanayi sektöründe kadın istihdam oranının yüzde 15,9 olduğu dikkate alındığında, hazırgiyim, tekstil ve konfeksiyon sanayisinin yüksek oranları dikkat çekiyor.

Sektörün bölgesel katkıya bir diğer etkisi ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yapılan yatırımlarla kadını iş gücüne dahil etmesi. Gaziantep, Kahramanmaraş, Malatya ve Adıyaman çevresinde gelişen tekstil ve konfeksiyon sektörü, istihdam yaratma ve

**Ülke genelinde en fazla istihdam yaratan ikinci sektör olan tekstil ve konfeksiyon sanayii, en fazla kadın istihdamı yaratan sanayi olarak öne çıkıyor. Ülke genelinde kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 25 seviyesindeyken, hazırgiyim, tekstil ve konfeksiyon sektöründe yüzde 50'yi aşıyor. Sektörde Ar-Ge ve tasarımın önem kazanmasının, gelecek dönemde sektörde beyaz yakalı kadın çalışan oranını artırması bekleniyor.**

**% 63,6**

**OECD ülkeleri arasında kadınların iş gücüne katılım oranı**

**% 32,5**

**Türkiye'de kadınların iş gücüne katılma oranı**

**525**

**BİN**

**Hazırgiyim imalatında çalışan sayısı**



ihracat bakımından ülke genelinde giderek büyüyen payıyla büyük önem kazanıyor.

#### AR-GE VE TASARIM, BEYAZ YAKADA KADIN İSTİHDAMINI ARTIRIYOR

İş dünyasında Ar-Ge kültürünün oluşması ve tasarımın her sektörde önem kazanması, bu alanların da gençlerin kariyer tercihlerinde öne çıkmasını sağlıyor. Kariyer.net'in 2018 yılında açıkladığı veriler,

kadınların mühendislik ve Ar-Ge alanlarına olan ilgisinin arttığını doğruluyor. Ar-Ge mühendisi olmak isteyen kadınlar tarafından bu bölüme 2016'da 20 binden fazla iş başvurusu yapılırken, 2017'de başvuru sayısı beş katına çıkarak; 106 bini aşkın başvuru gerçekleşmiş. Hazırgiyim ve tekstil sanayisinde ağırlıklı mavi yakada çalışan kadınlar, gelecek yıllarda beyaz yakada daha aktif rol almaya başlayabilir.

#### İTKİB'DE KADIN YÖNETİCİLER ÖNEMLİ ROLDE

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB) Genel Sekreterliği, temsil ettiği sektörler gibi kadın istihdamına önem veriyor. Türkiye'de çalışma hayatında kadının varlığının desteklenmesini ve geliştirilmesini önemseyen İTKİB Genel Sekreterliği, bu eşitlikçi yaklaşımını, Ekim 2017'de "İş'te Eşit Kadın Sertifikası" olarak taçlandırdı. Intertek tarafından verilen İş'te Eşit Kadın Sertifikası, kadının iş hayatına daha etkin, aktif ve eşit koşullarda katılımının hızlandırılması, kurumların iş modellerinin ve yönetim süreçlerinin değişimini amaçlıyor.

#### EĞİTİM ARTIKÇA İŞ GÜCÜNE KATILIM ARTIYOR

TÜİK'in 2017 yılı verilerine göre, eğitim durumuna göre iş gücüne katılım oranı incelendiğinde, kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe, iş gücüne daha fazla katıldıkları görülüyor. Okur-yazar olmayan kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 15,2 seviyesindeyken, yükseköğretim mezunu kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 71,3'e kadar yükseliyor.





**JALE TUNÇEL**  
İHKİB YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI



## DÖNÜŞTÜRÜCÜ LİDER KADINLARA İHTİYACIMIZ VAR

2000'li yılların başlamasıyla birlikte zamanın daha hızlı aktığı, değişkenlik (volatility), belirsizlik (uncertainty), karmaşıklık (complexity), muğlaklık (ambiguity) ile mücadele ettiğimiz bir dönemi yaşıyoruz. Bu dönem VUCA çağı olarak adlandırılıyor.

Değişkenlik, değişimin hızının ve boyutlarının gittikçe artmasına; belirsizlik öngörülemezliğin en belirleyici kural olmasına, karmaşıklık parçalar arasındaki ilişkilerin kurulmasının zorlaşmasına ve muğlaklık da çevremizdeki olguları anlamlandırmakta zorlanmamıza işaret ediyor.

90'lı yıllardan sonuna yıkıcı inovasyon ile tanıştık. Kararlarında, ürünlerinde, hizmetlerinde değer yaratan oluşumlar, ezber merkezli faaliyet göstermeye alışmış yapıları gün geçtikçe daha da derinden sarsıyor ve yok ediyor.

VUCA döneminin izleri ilk olarak geçtiğimiz yüzyılda, hazır giyim endüstrisinde belirmeye başladı. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, 1950'li yıllara kadar kişiye özel daha az çeşit ve az adetli üretimden, 1960'lı yıllardan itibaren renk, desen ve modanın değişkenlerinin seri üretim ile tanıştığı üretim esnekliği ve taleplerin arttığı bir yapıya evrilmeye başladı. Tarımdan sanayiye dönüşümde hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, istihdam yoğun yapısı ile geçtiğimiz yüzyılda batıdan doğuya ve 2005 yılından itibaren de kotaların kalkmasıyla birlikte kuzeyden güneye doğru tüm kıtalarda etkili oldu. Ülkemizde ise Cumhuriyet ile başlayan tarım ve sanayideki yapılanma, endüstrilerimizin temelini oluşturmuştu.

Türk kadınına ülkemizin kalkınma hamlesinde Gazi Mustafa Kemal Atatürk tarafından büyük sorumluluklar verilmiştir.

İş dünyasının içinde bulunduğu VUCA çağında, ülkemizin kalkınması ve refah seviyesini diğer ülkelere göre daha da artırması için dönüştürücü liderlere ve liderlik yapan kadınlara ihtiyacı olacaktır.



**F. MÜGE HEPYÜKSEL KEÇİK**  
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ



## KADINLARIN ÖNGÖRÜSÜ SEKTÖRÜMÜZ İÇİN BİR AVANTAJ

Hazır giyim ve tekstil sektörü, gerek yarattığı istihdam gerekse yaptığı ihracat ile Türkiye ekonomisi için önemli temel taşlarından biridir. Sektörün bu başarısında, istihdamın yarısını oluşturan kadınların rolü büyük. Sabır, öngörü, detaycılık, beceriye yatkinlik açısından sektöre katkı sağlıyorlar. Özellikle tekstilde üretimin her aşaması, farklı momentumlara sahip, çok fazla detay var. Kadınların detaylara daha iyi ve çabuk hakim olmaları, çoklu düşünme ve çözüm bulma becerileri ve ayrıca moda da daha ilgili olmaları sektörümüz için bir katma değer diye düşünüyorum.

Hazır giyim ve konfeksiyonun imalat sanayisi istihdamında yüzde 14 gibi yüksek bir payı bulunuyor. Böylesi büyük bir sektörde, kadın yöneticilerin sayısı fazla olsa da toplam istihdam büyüklüğüne göre oranlandığında maalesef istenen düzeyde değil. Fakat tasarım, perakende gibi moda ve nihai tüketiciye dönük alanlarda kadın yöneticilerin daha fazla olduğunu düşünüyorum. Sanayideki dijitalleşmeyle birlikte de sektörün diğer alanlarında da kadın istihdamının daha da artacağına inanıyorum. Dijitalleşmenin, istihdamı düşüreceğini düşünenlerin aksine, bir mühendis olarak istihdamı artıracığı kanısındayım. Çünkü üretimde dijitalleşme geliştikçe, verimlilik de artıyor ve buna bağlı olarak ilgili segmente ait maliyet ve mamul fiyatı düşüyor. Böylelikle pazarda daha rekabetçi duruma gelip, sipariş ve talep artışı olacaktır. Bu da kapasite artırımını ve dolayısıyla istihdamın da artması anlamına geliyor. Kadınların çabuk adapte olabilmeleri sayesinde teknolojiye uyum sağlayacağına ve üretimde teknolojiyi kullananlar olacaklarına inanıyorum. Bunun yanı sıra kalite kontrol aşamasında her zamanki gibi kadınların sabrı, dikkati, el becerisi ve öngörüsüne sektörün ihtiyacı olacaktır.



**SULTAN TEPE**  
İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ



## KADININ ETKİN KATILIMIYLA GELİŞMİŞ ÜLKE SEVİYESİNE ÇIKABİLİRİZ

Ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınma düzeylerinin birbiriyle kıyaslanmasında göz önünde bulundurulması gereken en önemli göstergelerden biri de toplumsal cinsiyet eşitliğidir. Kadınların ekonomik ve sosyal yaşama etkin şekilde katıldığı ülkelerin “gelişmiş ülkeler” kategorisinde yer aldığını görebiliyoruz. Bu açıdan bir ülkenin, gelişmiş ülke kategorisine girebilmesi için kadınların fırsatlara ve kaynaklara daha etkin katılımının sağlanması, en rasyonel yollardan biri olacaktır. Birleşmiş Milletler, sürdürülebilir kalkınma için toplumsal cinsiyet eşitliğine ayrıca vurgu yapmaktadır. Çünkü kadının, çalışma hayatına etkin katılımı, ailevi ve sosyal dönüşümü sağlayan temel değer olarak kabul ediliyor.

Türkiye’de, toplumsal cinsiyet eşitliğinde, eğitimde, girişimcilikte ve iş gücüne katılımda ne yazık ki, kadının aleyhine tablolar ile karşı karşıyayız. Toplumsal cinsiyet rollerinin yarattığı baskılar ve bunun neticesinde aile içi sorumlulukların büyük oranda kadın tarafından üstlenilmesinin yanı sıra eğitim düzeylerinin yetersizliği, kadın istihdamının belli mesleklerle sınırlı görülmesi gibi çeşitli nedenlerden ötürü kadınlarımız istenen oranda çalışma hayatında yer alamamaktadır. Kadınların çalışma hayatına girmesinin önündeki engellerin kaldırılması, daha eşitlikçi, iş ve aile yaşamını uzlaştırıcı politikaların hayata geçirilmesi, ülkemizin ekonomik refahı ve sosyal dönüşümünün sağlanmasında hayati öneme sahip olduğuna inanıyorum.

Ülkemizde kadın istihdamının en fazla olduğu tekstil sektörü, toplumun sosyal ve ekonomik gelişimi noktasında önemli rol oynuyor. Bir sanayi kolu olmasına rağmen, sektörde çalışanların yarısını kadınlar oluşturuyor. Her eğitim düzeyindeki insana iş imkanı sağlayan tekstil sektörünün dijitalleşme ve teknolojinin gelişimiyle kadınlara, yeni iş alanları da açacağını düşünüyoruz.



**FATMA UÇURUM**  
İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ



## SEKTÖRÜN GELİŞİMİNDE KADININ ROLÜ BÜYÜK

Ülkemizde çalışan, üreten, geliştiren ve hayatın her alanında değer yaratabilen kadınların sayısı gün geçtikçe artsa da kadınların iş gücüne katılım oranı hâlâ hayal ettiğimiz seviyede değil. Hedeflediğimiz refah seviyelerine ulaşabilmemiz için kadınların çalışmaya teşvik edilmesi ve sahip oldukları eğitim, bilgi ve yetenekler doğrultusunda da ilgili iş alanlarında önleri açılarak istihdam edilmeleri önem taşımaktadır. Bu açıdan kadın istihdamının artırılması adına destek ve teşviklerin geliştirilerek devam etmesi çok önemli.

Ülkemizde kadın istihdamı konuşulduğunda, tekstil ve hazır giyim, ilk aklı gelen sanayi oluyor. İmalatından Ar-Ge’sine, tasarımına, pazarlamasına, muhasebesine ve üst düzey yönetimine varana kadar her bölümde çalışan kadınlar, sektördeki toplam çalışanların neredeyse yarısını oluşturuyor. Emek yoğun bu sektörün yıllardır büyüyerek ve gelişerek bu günlere gelmesinde, kadın çalışanların rolü ve emeği büyüktür. İhracatla büyüyen sektörümüzün kadın istihdamına önemli derecede katkı yapmaya devam edeceğine inanıyorum.

Günümüzde iş hayatına yeni katılacak genç kadınların sadece okul başarıları ile yetinmeyip, kendilerini geliştirme adına farklı alanlardaki eğitimlere katıldığını ve bolca okuduklarını gözlemliyoruz. Umuyorum, bu yetenekli ve donanımlı genç kadınların birçoğunun cesur girişimci kadınlar olarak kendi işlerini kurduklarını, ihracat yaptıklarını ve yeni istihdam oluşturduklarını göreceğiz. Türk tekstil sanayisinin de okuyan, kendini geliştiren ve en önemlisi de hayal kurabilen çalışanlara ihtiyacı vardır. Tam da bu noktada kendini geliştirmiş genç kadınların, gelecekte farklı bakış açıları ile teknolojiyi moda dönüştürebileceğine ve Türk tekstilini her alanda dünyanın en iyisi konumuna taşıırken, büyük katkılar sağlayabileceklerine inanıyorum.





**SERRA ORUÇ**  
İHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ



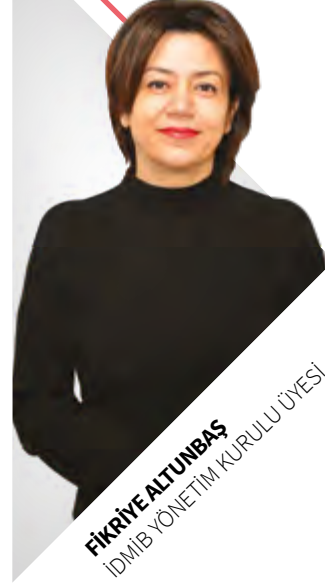
## SEKTÖRÜN İLERLEYEBİLMESİ KADIN İSTİHDAMIYLA MÜMKÜN

Tekstil sektörü, ülke ekonomisinde önemli bir yerde durmakta ve kadın istihdamının da en yoğun görüldüğü alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınların bu alanda aktif olması yeni değil, Orta Asya'da göçebe toplumlardan başlayarak, günümüze kadar süregelen bir gelenektir. Dikiş-nakişten halı dokumaya kadar geniş bir yelpazede sektöre katkı sağlayan bu kadınlar, günümüzde kendi girişimlerini kurarak, daha ciddi atılımlar yapmaktadır.

'Kadın işi' olarak kabul edilen tekstil, en çok da sabırla ve titizlikle çalışan kadınların elinden zevkli ürünler çıkartabilmiştir. Müzelerde sergilenen, önemli devlet adamlarına hediye edilen halıların hep genç kızlarımızın zanaatı olduğunu anlayabiliriz. Kadınların estetiğe önem veren farklı bir yaklaşımı olduğu için, kadın eli değmesinin halılara ayrı bir zevk kazandırdığını düşünüyorum. Günümüzde bile yeni desenlere esin kaynağı olan eski popüler figürlerin o dönemde dokuyan kızların hayal gücünden çıktığı söylenir. Bu işin doğasına bu kadar hâkim kadınların, yönetimde daha aktif olması kuşkusuz halı sektörü için önemli avantajlar sağlayacaktır.

Globalleşen dünya ve hızla gelişen teknoloji, sağladığı kolaylıklar kadar beraberinde birçok sıkıntıyı da getiriyor. Türkiye'nin tekstildeki kalitesi kuşkusuz tartışılmaz ancak bugün global arenada fark yaratabilmek için tüketicinin hızla değişen ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve bir adım önde olmak gerekiyor.

İmalat süreci her ne kadar dijitalleşse de, tekstil sektörünün ağır sanayi altında konumlandırılmaması kadın istihdamının önünde engel teşkil etmiyor. Aksine, bugün sektörün ilerleyebilmesi ve trendlere ayak uydurabilmesi için her zamankinden daha fazla kadın istihdamına ihtiyacımız var.



**FİKRIYE ALTUNBAŞ**  
İDMİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ



## SEKTÖRÜN GÜÇLÜ KADIN YÖNETİCİLERE İHTİYACI VAR

Kadın dostu bir yaklaşıma sahip olduğumu düşündüğüm tekstil sektörü, özellikle de el işçiliği, detay ve tasarımsal işçilikler için kadın çalışanlara çok ihtiyaç duyuyor. Bu da üretim bünyesinde çokça kadın çalışan istihdamına yol açıyor. Fakat kendi içinde bulunduğum ve derneğimde üye olduğum saracıye sektörü özelinde konuşmak gerekirse, kadın çalışan istihdamı neredeyse sıfır. Sektörümüzün bu açıdan gelişmesi, değişmesi ve daha kadın dostu yaklaşımlara gitmesi gerekiyor. Çünkü kadın çalışanların detaycı ve estetik bakış açıları, çoğunlukla kadınlara hitap eden bu sektörde oldukça önemli. Kendi firmam üzerinden örnek vermem gerekirse, boya departmanımızda erkek çalışanlarımız yeteri kadar başarılı olamıyorlar. Detaylara önem veren, temiz bir çalışma alanı sağlayan, ince el işçiliği olan bireylere ihtiyaç duyuyorum ki genelde de bu özellikleri kadın çalışanlarımızda bulabiliyorum.

Maalesef ki, yönetici düzeyinde de kadınların sektörde azınlıkta olduğunu görüyoruz. Kadınların artık daha çok yönetimde yer alması gerektiği kanaatindeyim. Hele ki, kendi işinin sahibi olan kadınları sorarsanız, bir elin parmaklarını geçmez. Kendi sektörümde, bu konuda neredeyse yalnız biri olarak söyleyebilirim ki, çok fazla çaba ve emek harcamanız ve tırnaklarınızla kazmanız gerekiyor.

Kurumlar tarafından kadın istihdamını artırmaya yönelik yürütülen programların yanı sıra bireysel olarak da kadınların kişisel sürecini/gelişimini tamamlaması gerekiyor. Daha özgüvenli, kendinden emin, ne istediğini bilen, kararlı ve güçlü kadınlara ihtiyacımız var. Artık fikir sürecinden final ürüne kadar her süreçte teknolojiye bağlı hale geliyoruz. Dolayısıyla, gelecekte teknolojiyi kullanabilen kadınlarımıza daha fazla ihtiyacımız olacaktır.



**Nilgün Özdemir**  
EKOTEKS İCRA KURULU BAŞKANI

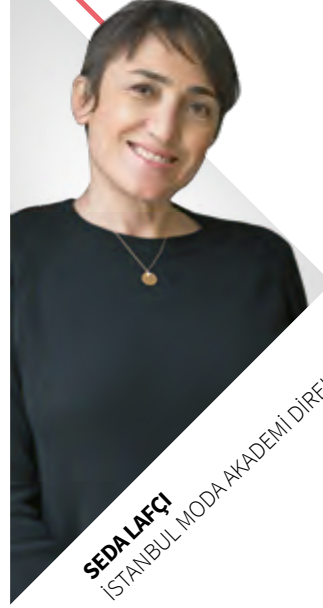


## KADININ İŞ DÜNYASI VE TOPLUMDAKİ YERİ GÜÇLENİYOR

Yüzde 52 gibi çok yüksek oranda kadın istihdamı sağlayan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü, farklı kılan bir diğer özelliği de her eğitim düzeyindeki kadını iş gücüne dahil etme gibi sosyo-ekonomik bir rol üstlenmesi. Sektör, özellikle Anadolu şehirlerinde okuyamamış veya eğitimi tamamlamamış kadınların ekonomiye kazandırılmasına büyük katkı sağlıyor. Son yıllarda eğitim oranlarındaki artışla birlikte hazır giyim ve tekstil sektöründeki kadın yönetici sayılarında da artış söz konusu. Kadın yönetici oranının hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe artması güçlü kadın olgusu hedefine doğru ileri atılmış bir adım anlamına gelmektedir. Hazır giyim sektöründe kadının güçlenmesi, kadının toplumdaki yerinin de güçlenmesi anlamına gelmekte olup bu da daha medeni ve daha gelişmiş bir toplum olma yolunda olduğumuzu göstermektedir.

Birbirini tamamlayan iki ayrılmaz sektör olan tekstil ve hazır giyim sektörünün ikisinde de kadın çalışanlar birçok bölüm ve departmanda, satış, pazarlama, tasarım ve üretim süreçlerinde başarıyla görev almakta ve sektöre büyük bir katma değer katmaktadır.

İmalat sanayilerinin dijitalleşmesiyle birlikte, sektörde eğitim seviyesi yüksek kadın istihdamının daha fazla artacağına inanıyorum. Çünkü imalat sanayisinin ve hazır giyim sektörünün dijitalleşmesi, teknolojiye yakın kadınları, üretimin içine çekecek ve kadının sektördeki rolünü daha da güçlendirecektir. Hazır giyim ve tekstil sektörü, bugün dahi imalat sanayisinde en çok kadın istihdamı sağlayan sektör olarak öne çıkıyor. Sektörümüzün ve ekonomik hayatın genelinin dijitalleşmesinin kadınların sektör ve ekonomideki konumunu daha da güçlendireceğine inanıyorum.



**Seda Lafçı**  
İSTANBUL MODA AKADEMİ DİREKTÖRÜ



## BAŞARI HİKAYELERİ İSTİHDAMA KATILIMI ARTIRACAKTIR

Kadın istihdamını sektörel açıdan değerlendirmemek gerektiğine inanıyorum. Genel anlamdaki işsizlik sorunundan ayrı düşünmek mümkün değil. Kadın istihdamıyla birlikte, Türkiye'nin önündeki en büyük sorunlardan biri de genel olarak iş gücüne katılım oranlarının düşük olması. Türkiye'de çalışma yaşındaki nüfusun yüzde 50'sine yakın bölümü iş gücüne maalesef katılmıyor. Bu haliyle Türkiye, OECD ülkeleri arasında en düşük iş gücü katılım oranına ve en yüksek iş gücüne dahil olmayan nüfusa sahip ülke olarak öne çıkıyor.

Bu verileri, aslında kadınların iş gücüne katılım oranlarının düşük olmasından da kaynaklandığı şeklinde yorumlayabiliriz. Çünkü Türkiye'de kadının istihdama katılım oranına baktığımızda, yine yüzde 50'nin çok altında olduğunu görüyoruz. Bununla birlikte moda sektöründe tasarım, üretim ve perakendenin her alanında, kadınların oldukça etkin olduğunu söyleyebilirim. Eğitim sektöründe de kadın istihdamının yüksek olduğunu görüyoruz. Tasarım alanının, kadın ve erkek olarak ayrılmaktan çok yetenekle bağlantılı olduğunu düşünüyorum.

Özetle, kendi hikayeleriyle tüm kadınlara rehber olan; tekstilden tarıma farklı sektörlerde, denizden uzaya varan farklı alanlarda etkili olmayı başarmış isimler var ülkemizde. İş dünyasının tüm alanlarında kalıplarını kıran kadınlara yönelik farkındalığı artırmayı, motivasyonu sağlamayı başarabilirsek, eminim ki hem toplumsal gelişim hem de kadınların istihdama katılım oranlarını değiştirebilmek adına olumlu birçok adım atmış oluruz.



## TİM, KADIN KONSEYİ İLE İHRACATÇI KADINLARI DESTEKLEYECEK

**Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde bulunan 71 bin ihracatçı firmanın sadece yüzde 7,3'ü kadınlardan oluşuyor. Kurulan TİM Kadın Konseyi, ihracatçı kadın sayısını artırmaya ve ihracatçı kadınları desteklemeye odaklanacak.**

**K**adın ihracatçı sayısını artırmak, iş dünyasında kadın istihdamı ve girişimciliğini geliştirmek amacıyla Eylül 2018'de Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde "TİM Kadın Konseyi" kuruldu. TİM Başkanı İsmail Gülle, "Kadın Konseyi'mizin kurulmasının hem ülkemiz hem de TİM için bir mihenk taşı olacağına inanıyoruz" dedi. TİM Başkanı Gülle, Konsey bünyesinde yapılacak çalışmalar için "Kurduğumuz konseyle birlikte kadın ihracatçılarımızın iş dünyasında karşılaştıkları sorunları hızlı bir çözüme kavuşturmayı ve ortaya koydukları projelerini daha etkin şekilde yürütmeyi hedefliyoruz. Bu amaçla başarılı kadın ihracatçılarımızı daha fazla ödüllendireceğiz. Türkiye ve dünyadaki başarılı kadın ihracatçı ve girişimcileri bir araya getireceğiz. Ticaret heyetlerimize daha fazla girişimci kadının katılımını teşvik edeceğiz" değerlendirmesinde bulundu.

2018 yılı itibarıyla TİM bünyesinde 5 bin 200 kadın ihracatçı bulunuyor. Yani 71 bin ihracatçı firmanın sadece yüzde 7,3'ü

kadınlardan oluşuyor. İhracatçı birliklerin yönetim kurullarında yeni dönemde 55 kadın üye bulunuyor.

### İHKİB, KADININ GÜÇLENMESİNE ÖNCÜLÜK EDECEK

Kadının güçlenmesine yönelik fikir üretmek projeler geliştiren İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 2015 yılında "Suriyeli Genç ve Kadınlara Mesleki Yeterlilik Kazandırılması Projesi" ile üç mülteci kampında dikiş ve kalıp eğitimi atölyeleri kurarak, 2 bin 500 kadın ve genç Suriyeliye mesleki eğitim verdi.

İHKİB, 18 yaş üstü kadın istihdamında sağlanan teşviklerden ayrı olarak kadın çalışanlara esnek çalışma uygulamaları, kısmi çalışma zamanının 30 güne tamamlanarak aradaki SGK primlerinin sübvansiyonu ve meslek liselerinden başlayarak yüksek öğrenimi de içerecek şekilde kadınların nitelik yönünden geliştirilerek, sektörde istihdamını sağlayacak uzun erimli projeler üretmesi konusunda Ankara'ya öneri sunacak.



**İSMAİL GÜLLE**  
TİM BAŞKANI

### "KADIN KONSEYİ TİM İÇİN MIHENK TAŞIDIR"

Kadın Konseyi'mizin kurulması hem ülkemiz hem de TİM için bir mihenk taşı olacaktır. Kurduğumuz konseyle birlikte kadın ihracatçılarımızın iş dünyasında karşılaştıkları sorunları hızlı bir çözüme kavuşturmayı ve ortaya koydukları projelerini daha etkin şekilde yürütmeyi hedefliyoruz. Bu amaçla başarılı kadın ihracatçılarımızı daha fazla ödüllendireceğiz. Türkiye ve dünyadaki başarılı kadın ihracatçı ve girişimcileri bir araya getireceğiz. Ticaret heyetlerimize daha fazla girişimci kadının katılımını teşvik edeceğiz.



# KADIN GİYİM İHRACATI YÜKSELİŞTE

**Kadın hazır giyim pazarında dünyanın yedinci tedarikçisi konumunda olan Türkiye'nin küresel pazardaki payı artmaya devam ediyor. 2018 yılının Ocak-Ekim döneminde, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, yüzde 4,4 artarken, kadın hazır giyim ihracatı yüzde 8,2 ile iki kat artış sağladı ve ihracat değeri 4,5 milyar dolara ulaştı. Böylelikle kadın hazır giyim ürünlerinin, ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki payı da yüzde 31'e çıktı**

**İ**stanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Ar-Ge şubesi tarafından hazırlanan "Dünyada ve Türkiye'de Kadın ve Kız Çocuğu Hazır giyim Ticareti Raporu", Türkiye'nin, küresel kadın hazır giyim ticaretinde oynadığı önemli role ışık tutuyor. Dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticareti, birkaç yıllık düşüşün ardından 2017 yılında yeniden yükselişe geçerek, 517 milyar dolar ihracat ve 460 milyar dolarlık ithalat büyüklüğüne ulaştı. Dünyanın beşinci büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi konumunda olan Türkiye de, 2018 yılındaki 17,6 milyar dolar ihracat

ile küresel pazarda payını artırmaya devam etti.

2014 yılında 148,3 milyar doların üstünde gerçekleşen dünya kadın hazır giyim ihracatı, küresel konfeksiyon ticaretindeki düşüşe bağlı olarak, sonraki iki yılda gerileyerek, 133,9 milyar dolara kadar düşmüştü. Güncel veriler, dünyada kadın hazır giyim ihracatının, 2017 ile birlikte yeniden yükselişe geçtiğini gösteriyor. 2017 yılında 517 milyar dolara ulaşan dünya konfeksiyon ihracatının 141,5 milyar dolarını, kadın hazır giyim ürünleri oluşturuyor. 2012-2017 yılları arasında kadın hazır giyim ürünlerinin, toplam konfeksiyon

ihracatındaki payı yüzde 0,4 artarak, yüzde 27,4'e yükseldi.

Dünya kadın hazır giyim ihracatının temel ürün grupları incelendiğinde en fazla ihraç edilen ürün grubunun, yaklaşık yüzde 46 pay ile kadın ve kız çocuğu giyim ürünleri olduğu görülüyor. İkinci büyük ürün grubu ise yüzde 25 pay ile kadın ve kız çocuk için örme takım elbise, takım, ceket, blazer, etek ve pantolon gibi giysiler oldu.

### İHRACAT 5 MİLYAR DOLARI AŞTI

Dünyanın 7. büyük kadın hazır giyim tedarik ülkesi olan Türkiye'nin kadın hazır giyim ihracatı, 2018 yılının ilk 10 ayında yüzde 8,2 artarak, 4,5 milyar dolara çıktı. 2018 yılının son çeyrek verileri henüz açıklanmamış olsa da kadın hazır giyim ihracatının, yılı 5 milyar doların üstünde kapattığı tahmin ediliyor.

Kadın hazır giyim ihracatı 2017 yılının sonunda 4,9 milyar dolar değerine ulaşmıştı.

## HIZLI MODA VE HIZLI ALIŞVERİŞ TÜKETİMİ ARTIRIYOR

Kadınların çalışma hayatında her geçen gün daha fazla yer alması ve gelir seviyelerinin artması ile hazır giyim tüketimleri de artıyor. The State of Fashion 2019 raporunda yer alan verilere göre; bugün ortalama bir insan, 15 yıl önce olduğundan yüzde 60 daha fazla giysi satın alıyor ve daha az kullanıyor. İngiltere'de yapılan bir ankette, her üç genç kadından birinin, giysiyi bir kez giydikten sonra eski olarak gördüğü belirtiliyor. Teknolojik gelişim ve dijitalleşmeyle birlikte başlayan hızlı moda, hızlı alışveriş ve hızlı tüketim, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe dönüşümü beraberinde getirdi ve dönüşümün devam edeceğinin altı çiziliyor.

### AVRUPALI KADINLAR TÜRK ÜRÜNLERİNİ TERCİH EDİYOR

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, 2018 yılının Ocak-Ekim döneminde, 167 ülkeye kadın hazır giyim ürünü ihraç etti. En fazla ihracat yapılan ülke, yüzde 23 pay ve 1 milyar dolarlık kadın hazır giyim ihracatı ile İspanya olurken, yüzde 16,2 pay ve 736,5 milyon dolar ihracat değeri ile Almanya ikinci, yüzde 12,3'lük pay ve 560,1 milyon dolar ihracat değeri ile İngiltere üçüncü ve yüzde 5,7 pay ve 259,2 milyon dolar ihracat değeri ile Hollanda dördüncü büyük pazar oldu.

### TÜRKİYE'NİN KADIN HAZIRGIYIM İTHALATI DÜŞÜYOR

Türkiye'nin kadın hazır giyim ihracatı artarken, ithalatı da sürdürülebilir şekilde düşüyor. 2014 yılında 880,4 milyon dolar olan kadın hazır giyim ithalatı, 2017 yılında 685,9 milyon dolara geriledi. 2018 yılının ilk 10 ayında ise ithalat, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,4 gerileyerek, 514 milyon dolara düştü.

### KADIN HAZIRGIYIMİNDE EN BÜYÜK PAZAR ABD

İHKİB'in hazırladığı raporda, 2017 yılında uluslararası pazarda 228 ülkenin, 121,3 milyar dolarlık kadın hazır giyim ithalatı yaptığı görülüyor. Dünyada en büyük kadın hazır giyim ithalatçısı ülke ise dünya pazarından aldığı yüzde 18,7 pay ile ABD. Onu yüzde 9,4 pay ile Almanya, yüzde 6,7 pay ile İngiltere, yüzde 6,6 pay ile Japonya ve yüzde 5,9 pay ile Fransa takip ediyor. Raporda, gelecek dönemde ABD ve AB dışında kadın hazır giyim pazarında, Çin, Hindistan, Japonya ve Brezilya'nın büyük potansiyel taşıdığı altı çiziliyor. Raporda ayrıca, ABD ve Japonya gibi tüketim potansiyeli oldukça yüksek iki büyük pazardan Türkiye'nin sadece binde 9 ve binde 6 gibi oldukça düşük oranlarda pay alabilmesinin, sektörel ihracat açısından değerlendirilmesi gereken bir konu olduğu vurgulanıyor.

**Türkiye'nin 2018 Ocak-Ekim döneminde kadın hazır giyim ihracatı yüzde 8,2 artarken, ithalatı yüzde 12,4 geriledi. Böylelikle sadece kadın hazır giyim ürün grubu, cari açığın kapatılmasına 4 milyar net katkı sağladı.**

**141,5**  
MİLYAR DOLAR

Dünya kadın hazır giyim ihracatı (2017)

**4,9**  
MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin kadın hazır giyim ihracatı (2017)

**4,5**  
MİLYAR DOLAR

2018'in ilk 10 ayında Türkiye'nin kadın hazır giyim ihracatı

## FUAR KÜNYESİ

**Katılan Marka Sayısı:**  
4 Bin

**Ziyaretçi Sayısı:**  
51 Bin (2017 Şubat verisi)

**Milli Katılım:**  
29 Firma

**Bireysel Katılım:**  
11 Firma

**Firmaların yaptığı görüşme:**  
600

**Katılımcı Ülke:**  
30

# TÜRK HAZIRGIYIM SEKTÖRÜ DAHA FAZLA İHRACAT İÇİN MAGIC SHOW'DAYDI

Dünyadaki tüm hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçı ülkeleri için en büyük pazar olan ABD'de 11-14 Şubat 2019 tarihleri arasında düzenlenen Magic Show Fuarı'nda, 30'dan fazla ülkeden katılan 4 bin firma ürünlerini sergiledi. İHKİB'in organizasyonu ile düzenlenen milli katılım ile 29 Türk firması da bu önemli fuarda yerini aldı. Fuar sonrası yapılan anket, katılımcı firmaların, Amerika pazarına girebilmek için büyük önem taşıyan fuardan memnun ayrıldığını gösterdi.



İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından 11-14 Şubat 2019 tarihleri arasında ABD'nin Las Vegas şehrinde düzenlenen Magic Show Fuarı'na milli katılım gerçekleştirildi. Hazırgiyim, iç giyim, deri, kürk, ayakkabı ve aksesuar sektörlerinden fuara katılan Türk firmalar başta Amerikalı olmak üzere çeşitli ülkelerden gelen alıcılarla görüşme ve ürünlerini gösterme imkânı buldu. İki ayrı fuar merkezinde organize edilen Magic Show Fuarı, bir moda ve ticaret etkinliği olarak kabul ediliyor. 30'dan fazla ülkeden 4 binin üzerinde firma/marka ve 50 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapan Magic Show Fuarı'na, 29'u İHKİB'in düzenlediği milli katılım olmak üzere Türkiye'den toplam 40 firma katıldı.

### ABD'YE HAZIRGIYIM İHRACAT HEDEFİ; 1 MİLYAR DOLAR

Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkan Yardımcısı Özkan Karaca, Türk moda endüstrisinin, dünyanın en büyük hazırgiyim ithalatçısı ABD'ye 1,5 milyar dolarlık ihracat hedefine emin adımlarla ilerlediğini söyledi. Bu yıl 1 milyar doları yakalamak için çalıştıklarını bildiren Karaca, söz konusu hedefi en geç üç yılda tutturacaklarına inandığını vurguladı. Üç gün süren fuarı değerlendiren İHKİB Başkan Yardımcısı Özkan Karaca, ABD'nin yıllık 105 milyar dolar civarında hazırgiyim ithalati bulunduğunu hatırlatarak şunları söyledi: "Dünyanın beşinci hazırgiyim tedarikçisi olan Türkiye'nin bu büyük pazardan hak ettiği payı alamadığını düşünüyoruz. 2005'ten önce ABD'ye hazırgiyim ihracatımız 1,5 milyar doları buluyordu. Kotaların kaldırılması ile pazarda çok ciddi kan kaybı yaşadık. 2017'de bu ülkeye 559 milyon dolar olan ihracatımızı 2018'de 600 milyon dolara çıkardık. Biz bu büyük pazarda yeniden 1,5 milyar dolarlık ihracata ulaşabilmek için Magic Show'u atlama taşı olarak kullanıyoruz. Alanında dünyanın en büyük fuarlarından biri olan Magic Show'a İHKİB öncülüğünde firmalarımızla birkaç yıldır milli katılım düzenliyoruz. Başta ABD'liler olmak üzere dünyanın dört bir yanından gelen alıcıların büyük ilgiyi karşılamanın firmalarımız, tahminimizin üzerinde

siparişe Türkiye'ye döndüler. Magic Show'daki tanıtım çalışmaları ve bağlantılarımızla en geç üç yıl içinde 1,5 milyar dolarlık ihracat hedefimizi yakalayacağımıza inanıyorum." Özkan Karaca, ABD'ye hazırgiyim ihracatında Ocak 2019'da yakalanan yüzde 25'lik artışın inançlarını daha da güçlendirdiğini sözlerine ekledi.



**İHKİB Başkan Yardımcısı Özkan Karaca, Türk moda endüstrisinin, dünyanın en büyük hazırgiyim ithalatçısı ABD'ye 1,5 milyar dolarlık ihracat hedefine emin adımlarla ilerlediğini söyledi.**



**ÜLKE RAPORU**

<b>Nüfus:</b>	321,6 milyon
<b>2016 Yılı İthalatı:</b>	2,3 trilyon \$
<b>2016 Yılı İhracatı:</b>	1,5 trilyon \$
<b>Türkiye'den Yıllık İthalat:</b>	8 milyar \$
<b>Yıllık hazırgiyim ithalatı:</b>	105 milyar \$
<b>Türkiye'den hazırgiyim ithalatı:</b>	600 Milyon \$
<b>Çin'den hazırgiyim ithalatı:</b>	40 milyar \$



## İHKİB NEW YORK TTM LAS VEGAS MAGIC FUARI'NDA ALICILARLA BULUŞTU

**ABD'nin önde gelen hazır giyim fuarlarından olan Las Vegas Magic Fuarı'nda İHKİB New York TTM, önceki yıl olduğu gibi bu yıl da tanıtım faaliyetlerine devam ederek, farkındalık yarattı.**

**2** 017 yılında faaliyete geçen ve halen 10 adet showroom'da firmaların ürünlerini sergilediği İHKİB New York TTM (Turkish Apparel Center – TAC, New York), ABD'li alıcılar için akla ilk gelen tedarik noktası olmayı ve Türk hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinin ABD'li alıcılar tarafından tercih edilmesini hedefliyor. Bu çerçevede tanıtım faaliyetlerine devam eden ve sektörel iş birliklerini geliştirmeye yönelik çalışmalar yürüten İHKİB New York TTM, Şubat ayında Las Vegas Magic Fuarı'na üçüncü kez katılım sağladı. İHKİB New York TTM, fuarda yürüttüğü çeşitli PR faaliyetleriyle Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü katılımcılara tanıttı. İHKİB New York TTM, bu tanıtım

faaliyetleriyle de merkezin ABD'li alıcılar tarafından bilinirliğini artırmayı sağladı.

Üç buçuk gün süren fuar boyunca info-stant'da yapılan yaklaşık 100 görüşmede, ABD'li alıcılara Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün fiziksel olarak da firmaları, showroom'ları, koleksiyonları ve destek personeliyle ABD'de yer aldığı mesajı verildi. ABD'li alıcılar ise New York'ta Türk hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerini sergileyen bir merkez olmasından memnuniyet duyduklarını ifade ettiler.





## İSPO MUNICH'E İKİNCİ MİLLİ KATILIM DA SİPARİŞLERLE KAPANDI

**İHKİB tarafından ikinci kez milli katılım organizasyonu düzenlenen Ispo Munich Fuarı'na bu yıl 19 seçkin konfeksiyon ve aksesuar üretici firması katıldı. Türk firmalar, sektörün en büyük hazır giyim ihracat pazarı Almanya'dan yeni siparişlerle döndü.**

**U**luslararası markaların ve ziyaretçilerin buluşma noktası olan Ispo Munich Fuarı, 3-6 Şubat 2019 tarihleri arasında düzenlendi. 2019-2020 sonbahar /kış koleksiyonunun sergilendiği ISPO Munich Fuarı'na, milli katılım organizasyonu İHKİB tarafından gerçekleştirildi. Dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında yüzde 9,2 pay ve 41,9 milyar dolar değerinde ithalatı ile Almanya, dünyanın

ikinci en büyük ithalatçısı konumunda bulunuyor. Bu nedenle, Ispo Munich Fuarı, Almanya pazarından pay almak isteyen ihracatçı firmalar için bir fırsat olarak görülüyor. 2 bin 700 uluslararası marka/firmanın katılım sağladığı fuarı, bu yıl 120 ülkeden 130 bin kişi ziyaret etti. Geçen döneme göre ziyaretçi sayısında artış olduğu görüldü. ISPO Münih'te ağırlıklı olarak kış sporları, dağcılık, günlük şehir modası ve takım sporları ürünleri sergileniyor.

Fuara katılan ihracatçı firmalar ile yapılan görüşmelerde, Türk firmaların toplam 797 alıcı ile görüşme yaptığı ve çok sayıda sipariş aldıkları öğrenildi.



### ÜLKE RAPORU

**3,2 milyar dolar**  
Türkiye'nin Almanya'ya  
hazır giyim ihracatı (2018)

**% 18,1**  
Türkiye'nin hazır giyim ihracatında  
Almanya'nın payı (2018)

**Almanya, Türkiye'nin hazır giyim  
ihracatında 1. sırada**

**Türkiye, Almanya'nın  
3. tedarikçisi konumunda**

Ziyaretçi sayısı:

17.400

Katılan marka sayısı:

1.938

Türkiyenin milli katılımı:

10

Türk firmaların yaptığı iş görüşmesi:

275

# İHKİB, AMERİKA'DAKİ FUARLARI ODAĞINA ALDI

**ABD'ye yapılan hazır giyim ihracatını kısa vadede bir milyar doların üstüne çıkarmayı hedefleyen İHKİB, Las Vegas'ta düzenlenen Magic Fuarı'nın ardından New York Women's Fuarı'nda da yeni iş birliklerinin kurulmasına öncülük etti.**



**T**ürk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, şubat başında düzenlenen Magic Fuarı'nın ardından 25-27 Şubat 2019 tarihleri arasında düzenlenen New York Women's Fuarı'na da katılarak Amerika pazarını büyütmek için yeni koleksiyonlarını sergiledi. Fuara İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından milli katılım gerçekleştirildi ve katılan 10 marka, kadın hazır giyim, deri, kürk, ayakkabı ve aksesuar

firmalarından oluşan Fuarı'na başta Amerikalı olmak üzere çeşitli ülkelerden gelen alıcılar ile görüşme ve ürünlerini sergileme fırsatı buldu.

25 yıllık bir geçmişe sahip New York Women's Fuarı'nda, Coterie, Edit, Fame, Moda ve Sole Commerce bölümleri bulunuyor. Bu yılki fuara bin 938 marka katılım sağladı. Bin 524 marka Coterie bölümünde yer alırken, 211 marka Moda bölümünde, 135 marka Sole Commerce bölümünde ve 68 marka Fame bölümünde katılım sağladı. Milli





katılım ile giden 10 Türk markası, 275 adet iş görüşmesi yaparak yeni iş birliklerine imza attı.

### “DAHA ÇOK FİRMAMIZI DAHA ÇOK ALICIYLA BULUŞTURACAĞIZ”

Fuar süresince katılımcı firmaları ziyaret ederek görüşmeler yapan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve AB, ABD Fuarlar Komite Başkanı Nazım Kanpolat, firmaların yüzde 95'inin fuardan memnun ayrıldığını ve çoğu firmanın yeni siparişler aldığını söyledi. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ihracat açılımı için ABD'nin çok önemli bir pazar olduğunu ifade eden Nazım Kanpolat, Amerika'ya 600 milyon dolar olan hazır giyim ihracatını kısa vadede milyar dolarlar seviyesine çıkarmak için fuarların büyük önem taşıdığını belirtti. Nazım Kanpolat devamla şunları söyledi: “Bu yıl milli katılımı gelen 10 firma dışında beş altı firmamız da bireysel katılım sağladı. Seneye daha fazla firma ile fuara katılmak için sahada çalışmalar yürütüyoruz. Amerika'ya hazır giyim ihracatının artması için sadece Coterie değil, ABD'de düzenlenen diğer fuarlara da daha çok firmamızın katılımı çok önemli. İHKİB olarak doğru fuarlarda, doğru firmaları, doğru alıcılarla buluşturmak için yoğun araştırma yapıyoruz. Fuarlarda yapılan B2B görüşmeler, yeni pazarların ve siparişlerin oluşmasına ciddi katkı sağlıyor. Önümüzdeki dönemde daha çok ihracatçı firmamızı, daha çok alıcıyla bir araya getirmek istiyoruz.”



**Nazım Kanpolat:**  
İHKİB olarak doğru fuarlarda, doğru firmaları, doğru alıcılarla buluşturmak için yoğun araştırma yapıyoruz. Önümüzdeki dönemde daha çok ihracatçı firmamızı, daha çok alıcıyla bir araya getirmek istiyoruz.



FUAR KÜNESİ

Fuar alanının büyüklüğü:  
45.000 m<sup>2</sup>

Türk firmalarına tahsis edilen  
toplam alan:  
1922,25 m<sup>2</sup>

Milli katılım sağlayan  
firma sayısı:  
66

Fuara katılan marka sayısı:  
1.450

Ziyaretçi sayısı:  
26.850



Doğu Avrupa'nın en önemli uluslararası moda fuarı olarak kabul edilen Collection Premiere Moscow Fuarı, 30 ülkeden markalara ev sahipliği yaptı. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektöründen seçkin 66 firma da yeni sezon ürünlerini sergiledi.

# TÜRKİYE SEÇKİN FİRMALARLA MOSKOVA CPM FUARI'NDAYDI



**R**usya Federasyonu'nun fuar merkezi olarak kabul edilen Moskova'da 25-28 Şubat 2019 tarihleri arasında düzenlenen Collection Premiere Moscow (CPM) Fuarı, Doğu Avrupa'nın en önemli uluslararası moda fuarı olarak kabul ediliyor. 30 ülkeden bin 450 marka/firmanın katıldığı fuarda, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile 66 Türk firması da yeni sezon kreasyonlarını sergiledi. Kadın ve erkek giyim, çocuk giyim ve aksesuarlarının sergilendiği fuarın bu yılki ziyaretçi sayısında artış görüldü. Bu yıl 32'ncisi düzenlenen fuarı, 27 bine yakın kişi ziyaret etti.

Fuara katılan Türk firmalar, geçen yılın ocak dönemine göre, Rusya ekonomisinde son dönemde yaşanan canlanmaya da paralel olarak, ciddi anlamda bir müşteri ve talep artışı olduğunu ifade

ettiler. Katılımcı firmaların genel itibarıyla fuardan memnun ayrıldıkları görüldü. Fuar gelecekteki dönemlerde yoğun bir ilgi olacağı tahmin ediliyor. Moda bilinci yükselmeye başlayan halk olarak tanımlanan Rusya'nın pazarı, hazır giyim ve tekstil sektörü için önem taşıyor. Bu nedenle CPM Fuarı'na Türkiye dışında Fransa, Almanya, İtalya, İspanya, Finlandiya ve Rusya da ulusal katılım organizasyonu düzenliyor. CPM Fuarı, bölgesinde son 15 yılda ziyaretçi ve katılımcı firma sayısını üç kat artırarak sektörün en önemli tanıtım ve satış mecralarından biri haline geldi.

### “KENDİ MARKALARI OLAN FİRMALAR İÇİN DOĞRU BİR FUAR”

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Sabri Sami Yılmaz, yaptığı değerlendirmede, Rusya ve komşu ülkelerdeki pazar için CPM Fuarı'nın sektör için önem arz ettiğini belirterek “CPM, özellikle kendi markası olan firmalar için en doğru fuarlardan biri diyebiliriz. İHKİB olarak biz de katılımcı firmaların Türkiye ve dünya çapında kendini ispatlamış markalarımızın olmasına özen gösterdik” dedi.

Milli katılım dışında bireysel olarak katılan firmalarla birlikte 80 civarında Türk firmasının, yeni iş birlikleri için görüşme yapma imkanı bulduğunu söyleyen Yılmaz, “Büyükelçimiz ile birlikte yaptığımız stant ziyaretlerinde firmaların, fuardan oldukça memnun olduklarını gördük. Gerek stant tasarımı, gerekse koleksiyonlarımızla en çok ilgi gören ilk dört ülke arasındaydık” yorumunu yaptı.



### ÜLKE RAPORU



Türkiye'nin Rusya'ya hazır giyim ihracatı:

274 milyon dolar

2017-2018 artış hızı:

% 39,2

Rusya'nın hazır giyim ihracatındaki payı (2018):

% 1,6

Rusya, Türk hazır giyim ihracatında 14. sırada

Türk hazır giyim sektörü, Rusya'nın 4. tedarikçisi

Fuar alanının büyüklüğü:

36.507 m<sup>2</sup>

Katılan ülke sayısı:

25

Katılımcı firma sayısı:

786

Ziyaretçi sayısı:

8.500

Türk firmalarına tahsis edilen toplam alan:

609,75 m<sup>2</sup>

Milli katılımda yer alan firma sayısı:

29

Türk firmaların yaptığı görüşme:

1.275

Alınan sipariş adedi:

178



# PURE LONDON HAZIRGIYİM, BREXIT ÖNCESİ GÜVEN TAZELEDİ

**Birleşik Krallık'ın hazır giyim ve moda fuarı olarak kabul edilen Pure London Fuarı'na milli katılım gerçekleştiren hazır giyim ihracatçıları, İngiltere'de güven tazeleyerek fuardan yeni siparişlerle dönmeyi başardılar.**

**Y** ilda iki kez gerçekleştirilen ve İngiltere'nin en önemli uluslararası moda fuarı olan Pure London Fuarı'nın 46'ncısı, 10-12 Şubat 2019 tarihleri arasında gerçekleştirildi. İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 29 Türk firması ile fuara milli katılım sağladı. Fuar, Türk hazır giyim sektörü için önemli bir pazar olan İngiltere'nin mart sonunda Avrupa Birliği'nden ayrılması öncesinde ticari ilişkilerin devam ettirilmesi anlamında da fırsat yarattı.

İngiltere başta olmak üzere bütün Birleşik Krallık pazarının en önemli hazır giyim ve moda fuarlarından biri olan Pure London'da Türk ihracatçılar, 496 metrekaarelik alanda ve

ayrıca İHKİB'in düzenlediği info stant sayesinde ziyaretçilerle buluştu. Firmaların, özellikle kadın hazır giyim firmalarının, fuarla ilgili görüşleri genel olarak olumluydu. Fuarla katılan firmalar ile yapılan fuar değerlendirme görüşmelerinde, 29 firmanın toplamda bin 275 görüşme yaptığı ve sipariş sayısını paylaşan firmaların fuar alanında toplamda 178 sipariş aldığı öğrenildi.

Fuar sonrası sipariş dönüşebilecek tatminkar miktarda kalıcı acenta anlaşmaları yapıldığı bilgisi de paylaşıldı. İHKİB Fuar Komitesi tarafından, fuar süresince Türk firmaların koleksiyonlarının kalitesi ve tasarımlarının büyük ilgi gördüğü ve katılımcı firmaların da başarılı bir fuar geçirdiği açıklandı.



Türkiye'nin 2018 hazır giyim ihracatı:

2 milyar dolar

2017-2018 artış hızı:

% 3,6

Türkiye'nin hazır giyim ihracatında

İngiltere'nin payı (2018):

% 11,5

Türkiye'nin hazır giyim ihracatında

İngiltere 3. sırada (2018)

Türkiye, İngiltere pazarının

3. Tedarikçisi



Pure London Fuarı'nda, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tasarımdaki başarısını göstermek ve katılımcı firmalara ait koleksiyonların tanıtılması amacıyla İHKİB tarafından bir defile düzenlendi. Defilede, fuara katılan firmaların seçkin kreasyonları ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.



**MUSTAFA GÜLTEPE**  
İHKİB BAŞKANI

## İNGİLTERE BİZİM İÇİN STRATEJİK BİR PAZAR

Mart sonunda Avrupa Birliği'nden resmen ayrılacak olan İngiltere ile ticari ilişkilerimizin devam etmesi, ülkemiz ve sektörümüz açısından büyük önem taşıyor. İlişkilerimizin devam etmesi ve güçlenmesi noktasında, bu tür fuarlar sektörümüz için ayrıca önem kazanıyor.

İngiltere, hazır giyim sektörümüzün en fazla ihracat yaptığı üçüncü ülke. Ayrıca İngiltere'nin üçüncü tedarikçisi konumundayız. 2018 yılında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatımız 2 milyar doları aşsa da daha fazla ihracat yapmamız mümkün. Çünkü İngiltere'nin yıllık hazır giyim ithalatı 27 milyar dolar civarında. İngiltere'de pazar payımızı korumak ve ihracatımızı artırmak için İngiltere ile yapılacak Serbest Ticaret Anlaşması'nı çok önemsiyor ve destekliyoruz.

Brexit öncesi yapılan Pure London fuarı da sektörümüzün buradaki ilişkilerini güçlendirmek ve yeni iş birlikleri kurması açısından bir fırsat oldu. Fuarın katılımcı firmalarımız açısından verimli geçmesinden dolayı da ayrıca memnuniyet duyuyoruz.

## “530 METREKARELİK ALANDA 29 FİRMA İLE MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRDİK”

Fuarla ilgili bir değerlendirmede bulunan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Hikmet Ünal, hedeflerinin en fazla ihracat yapılan ülkelerin fuarlarına katılım gerçekleştirerek, Türk hazır giyimini orada temsil etmek olduğunu belirtti ve “Biz de en yüksek ihracat yaptığımız İngiltere, Almanya, İspanya ve Fransa gibi ülkelerdeki fuarlara katılım gerçekleştiriyoruz. En fazla ihracat yaptığımız İngiltere ile de bu fuara katılıyoruz. Bu sene 530 metrekarelik bir alana ulaşarak, milli katılımımda 29 firma, toplamda da 40 firma ile katılım gerçekleştirdik” dedi. Fuarla ağırlıklı olarak İrlanda bölgesi satın almacılarının ve İngiltere butiklerinin geldiğini belirten Ünal, “Bu fuarımız, diğerlerine göre biraz daha sakin seyretmiş olsa da yine muhteşem geçti. İrlanda bölgesi alımları iyiydi, İngiltere butikleri Brexit sürecinden dolayı alımlarını biraz ertelemişler. Fuarda ayrıca, Türkiye'den katılan çok başarılı tasarımcıların markalarıyla defileler de yapılıyor. Günde iki veya üç kez düzenlenen defilelerle de ciddi bir seyirci kitlesine ulaşıldı” değerlendirmelerinde bulundu.



Katılımcı sayısı:  
1.782  
Katılımcı ve ziyaretçi ülke:  
127  
Ziyaretçi sayısı:  
53.156  
Türkiye'den ziyaretçi sayısı:  
2.689  
İTHİB milli katılım:  
34 Firma  
Türkiye'den toplam katılım:  
170 Firma  
Milli katılım stant alanı  
2.381,25 m<sup>2</sup>



## TÜRKİYE'DEN, PREMIERE VISION PARİS FUARI'NA BÜYÜK KATILIM

**Dünyanın en önemli tekstil fuarlarından biri olarak kabul edilen Première Vision, 12-14 Şubat 2019 tarihleri arasında Fransa'nın Paris şehrinde gerçekleştirildi. Türkiye'den, tekstil, hazır giyim ve deri mamulleri sektöründen katılan 170 civarında firma, fuarda yeni pazarlar aradı.**

**P**remière Vision Fuarı, dünyanın dört bir köşesinden hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticilerini, moda tasarımcıları ve alım gruplarını bir araya getiren ve moda otoritelerinin yakından takip ettiği en önemli etkinlikler arasında yer alıyor. Yılda iki kez yapılan fuarın ilki, 12-14 Şubat 2019 tarihleri arasında Paris'te gerçekleştirildi. Dünyanın dört bir yerinden katılan binlerce firma, Première Vision'da 2020 ilkbahar-yaz kreasyonlarını sergiledi. Fuara katılım açısından ilk üç ülke arasında olan Türkiye, bu yıl 91 tanesi tekstil olmak üzere 170 firma ile katılım sağladı.

Istanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından düzenlenen milli katılım ile 34 firma fuarda yer aldı. Fuar idaresinin grup katılımlarını sınırlama politikası nedeniyle, milli katılımın her dönem bir ya da iki firma ile artış gösterebilmesine rağmen milli katılım kapsamındaki 34 firmanın toplam stant alanının 2 bin 381 metrekare ile sınırlı kaldığı belirtildi. İTHİB tarafından fuarda, Türk firmalarının 2020 ilkbahar-Yaz sezonu kumaş trendlerini sergileyebilmeleri için bir alan düzenlendi. Bu alanda güncel trendler çerçevesinde katılımcı firmalardan alınan kumaşlar ve Deniz Sağdıç'ın tasarımları ile bir workshop çalışması düzenlendi ve bitmiş







### FATİH BİLİCİ:

Première Vision Fuarı sonrası bir değerlendirmede bulunan İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, Türkiye'den fuara katılımın sınırlı da olsa artarak devam ettiğini belirterek, şunları söyledi: "Yaptığımız görüşmelerde firmalarımız açısından oldukça verimli bir fuar geçtiğini gözlemledik. Fuarın doluluk oranı ve Türk firmaların ilgi alaka oldukça yüksekti. Bu yıl milli katılımımızda 34 firma yer aldı fakat tekstil dışında diğer sektörlerden Türkiye'den toplam 170 civarında firmanın fuarda standı vardı. Fuara en fazla katılım sağlayan üçüncü ülkeyiz. Türkiye'den katılmak isteyen başka firmalarımıza da vardı fakat fuar idaresinin bize verdiği alan dahilinde sadece 34 firmayı kabul edebildik. Seneye daha fazla firma ile katılmak istediğimizi ve daha fazla yer talebimizi fuar komitesine ilettik."

Dünya tekstil sektörünün bulunduğu Première Vision'un sektörün en prestijli fuarı olduğunu söyleyen Fatih Bilici, firmaların da sadece Fransa'dan değil, dünyanın her tarafından alıcılarla görüşme imkanı buldukları için fuara ilgi gösterdiklerini ifade etti.

çalışmalar stantta sergilendi. Première Vision fuarına katılım sağlayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ve Yönetim Kurulu Üyeleri Muhammet Zekeriya Tanrıverdi ve Muammer Akçay, Türk firmalarının stantlarını ziyaret ederek fikir alışverişlerinde bulundular. T.C. Paris Büyükelçiliği Ticaret Müşaviri Özlem Nudralı da İTHİB Yönetim Kurulu'na eşlik ederek gerçekleştirdiği stant ziyaretlerinde sektörle ilgili bilgiler aldı.





## İPLİK SEKTÖRÜ, AVRASYA'NIN EN BÜYÜK FUARINDA BULUŞTU

**İstanbul'da 28 Şubat-2 Mart 2019 tarihleri arasında düzenlenen ve Avrasya'nın en büyük iplik fuarı kabul edilen İstanbul İplik Fuarı, dünyanın farklı yerlerinden ziyaretçi ve katılımcıların ticari bağlantı kurmasına olanak sağladı.**

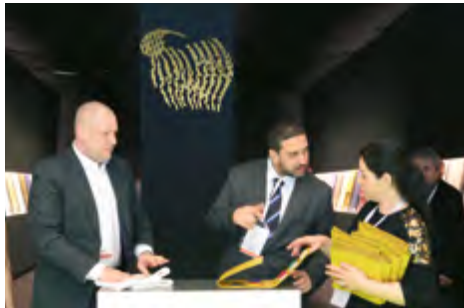
**T**üyap'ın ev sahipliğinde düzenlenen 16. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı, geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yıl da sektör devlerini bir araya getirerek, katılımcıların ticari bağlantı kurmalarını sağladı. İplik Fuarı, 22 ülkeden 302 katılımcı firma ve firma temsilciliğini, yerli ve yabancı satın alım yetkilileri ile aynı platformda buluşturdu. Avrasya'nın en büyük fuarı niteliğini taşıyan fuarın ilk gününde, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), Türk ve yabancı firmaları bir araya getirebilmek amacıyla bir "Alım Heyeti" düzenledi. Çek Cumhuriyeti, Moldova, Venezuela, Kırgızistan, Tunus, Ürdün, Sırbistan gibi ülkelerden gelen heyetler, katılımcı firmalar ile yoğun ticari görüşmeler gerçekleştirdi. Görüşmelerin oldukça verimli geçtiği belirtildi.

Üç gün devam eden fuarda, çoğu Türk firmalarına ait stantlarda olmak üzere pamuk, elastan, yün, viskon, akrilik, fantezi, polyester, ipek, polipropilen, polyamid, naylon, keten, rejenere, organik, tekstüre, teknik iplikler, elyaf, bobin, masuraların başı çektiği çok farklı iplik çeşitleri ve ürünleri sergilendi.



**İTHİB, fuarın ilk günü düzenlediği alım heyeti organizasyonu ile, yedi ülkeden gelen alıcı heyetlerin, katılımcı Türk firmaları ile ticari iş birlikleri kurmalarına öncülük etti.**

**22**  
ÜLKE  
**302**  
KATILIMCI





# AYAKKABI İHRACATÇILARI MICAM'DA YENİ PAZARLAR YARATTI

**Dünya ayakkabı sektörünün en önemli ve en prestijli fuarı olan Micam Fuarı, 10-13 Şubat 2019 tarihleri arasında Milano'da gerçekleştirildi. İDMİB'in düzenlediği milli katılım organizasyonu ile 38 firma fuarda yer alırken, toplamda 50 Türk firması, yeni koleksiyonlarını sergiledi. Ayakkabı ihracatçıları, dünya ayakkabı sektörünün bulunduğu Micam'da yeni pazarlar yaratmak için çeşitli görüşmeler yaptı.**

**T**ürk ayakkabı imalatçıları ve markaları, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri Birliği (İDMİB) öncülüğünde, sektörün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedefiyle, 10-13 Şubat 2019 tarihleri arasında Milano'da düzenlenen Micam Fuarı'na milli katılım düzenledi. Türkiye ve dünyada markalaşmış/ markalaşma yolunda olan firmaların bulunduğu ve 50 Türk firmasının katılımcı olarak yer aldığı fuarda, 38 firma İDMİB'in milli katılım organizasyonu ile yer aldı. İDMİB Başkan Yardımcısı İslam Şeker, İDMİB Başkan Yardımcısı

Güven Karaca ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Uyguner, Türk firmalarının stantlarını ziyaret ederek fuarla ilgili yöneticilerin görüşlerini dinledi. T.C. Milano Başkonsolosu Özgür Uludüz de Türk firmalarını kendi stantlarında ziyaret ederek, fuarın ve sektörün geleceğine yönelik istişarelerde bulunup, Türk firmalarına moral verdi.

Fuarın ardından bir değerlendirmede bulunan İDMİB Başkan Yardımcısı İslam Şeker, geçmiş yıllardaki fuarlarla kıyaslandığında bu yıl düşüş gözlemlediklerini belirterek, Türk firmaları açısından fuarın olumlu



geçtiğini söyledi. Fuardaki düşüşün nedenini dünya ayakkabı sektöründeki daralmaya bağlayan Şeker, pazarı çeşitlendirmek isteyen Türk ayakkabı sektörünün de bu yıl daha fazla firma ile Micam'a katıldığını vurguladı. Şeker şöyle devam etti: "Firmalarımız, iç pazardaki daralmayı pazarı çeşitlendirerek ihracatla aşmayı hedefliyor. Bu nedenle Micam'ı bir çıkış yolu olarak görüyor. Çünkü Micam Fuarı, sadece İtalya pazarının aktörlerini değil, dünyadaki üreticiler, alıcılar ve markaları buluşturuyor. Dünya ayakkabı modası orada şekillendiği için dünyaya açılmak isteyen firmalar için Micam'da olmak önemli. Bu yıl toplamda 50'nin üstünde Türk firması katıldı fakat fuara katılmak isteyen 39 firmamız daha olmasına rağmen, alan sıkıntısı yüzünden katılamadılar. Taleplerimizi fuar yöneticilerine ilettik. Gelecek yıl daha fazla firma ile katılmayı planlıyoruz. Çünkü firmalarımız Micam'da olmaktan memnundur. Çoğu firmamız siparişler alarak ticaretlerine devam etti.

# LINEAPELLE, DERİ VE AKSESUAR SEKTÖRÜNÜ İTALYA'DA BULUŞTURDU

**Dünya deri sektörünün en prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Fuarı, 20-22 Şubat 2019 tarihleri arasında Milano'da düzenlendi.**

**D**ünya deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Fuarı, 20-22 Şubat 2019 tarihleri arasında Milano'da düzenlendi. Deri, aksesuar ve bileşenler, kumaş, sentetik ve modellerin sergilendiği bir fuar olan Lineapella'da, Türk deri ve deri mamulleri sektörü de İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) düzenlediği milli katılım organizasyonu ile yer aldı. 16 deri ve 13 aksesuar-bileşen üreticisi olmak üzere toplam 29 ihracatçı firma, yeni sezon koleksiyonlarını dünyanın pek çok yerinden gelen ziyaretçilere sergiledi. 48 bin 552 metrekarelik bir alanda gerçekleşen Lineapelle Fuarı'nda 48 farklı ülkeden toplam bin 306 üretici firma stant açtı. Bu firmalardan 808'i İtalyan firması, 498'i ise yabancı firmalardan oluştu.



## FUAR KÜNYESİ

Toplam fuar alanı:	48.552 m <sup>2</sup>
Firmalarımıza tahsis edilen toplam alan:	744 m <sup>2</sup>
İDMİB organizasyonu ile katılan firma sayısı:	29
Fuara katılan ülke sayısı:	48
Katılımcı sayısı:	1.306

**KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI**  
TÜRKİYE 18.03.2019

**İSTANBUL MODA HAFTASI (IFW)**  
TÜRKİYE 19-22.03.2019







# İPLİĞİ

ORMO YÜN İPLİK  
SANAYİ YÖNETİM  
KURULU BAŞKANI  
ADNAN ÖCALGİRAY

## DÜNYAYA TASARIMLA SATIYOR

**Yaklaşık 45 yıl önce, Türkiye ihracatının çok az olduğu bir dönemde yurt dışına iplik satmak hedefiyle Bursa Orhangazi’de kurulan Ormo Yün İplik Sanayi, bugün ürettiği ipliğin yüzde 80’ini Kuzey Amerika başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına gönderiyor. Ormo’yu rakiplerinden farklı kılan ise iplikle birlikte kendi tasarımını da satıyor olması. Ormo Yün İplik Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Öcalgıray ile Ormo’nun yol haritasını konuştuk.**

**E**l emeği, göz nuru... Makinelerin imalat sanayisinde yer almasıyla birlikte, evlerde veya küçük atölyelerde örülen “el emeği, göz nuru” ürünlerin sayısı oldukça azaldı ve özel ürün kategorisine girdi.

Anadolu’da kaybolmaya yüz tutan el örgüsü, dünyada hobi haline geldi. Dünyadaki kadınların sadece yüzde ikisi tarafından örülen bu ürünlerin iplikleri ve tasarımlarının önemli bir bölümü Ormo tarafından dünyaya sunuluyor.

**Ormo, hangi hedefle yola çıktı, bugün gelinen noktada hedefe ulaştığınızı düşünüyor musunuz?**

Ormo Yün İplik Sanayi, babamın öncülüğünde, 1976 yılında Orhangazi’de kuruldu. O yıllarda çok ufak bir üretim ile başlamıştık. Bizim, ipliği yurt dışına satacağız diye bir iddiamız vardı. O dönemde Türkiye’nin ihracatı çok yoktu. Birkaç fuara katıldıktan sonra ihracata başlamıştık. 80’li yıllarda ihracatın artırılması için ihracatçıya destek verilmeye başlandı. İhraç ettiğimiz için aldığımız destekleri üretime dönüştürdük ve yurt dışı pazarında büyüme yakaladık. O dönemde el örgü ipliği ihracatı yapıyorduk. Ortak Pazar Anlaşması’nın ardından triko iplik üretiminde de kendimizi geliştirdik ve triko iplik ihracatına başladık. Çok da iyi markalara ihracat yapıyorduk. Daha sonraki senelerde el örgü ipliği, yurt dışında bir hobiye dönüştü. Hobi mağazalarında satılmaya başladı ve talep gördü. Triko tarafında ise bir daralma olunca, tüm yoğunluğumuzu el örgü ipliğine verdik ve bu alanda büyüdük.





**Türkiye el örgü  
ipliğinde oldukça  
iyi konumda. Tüm  
dünyadaki üretimin  
yüzde 30'unu  
Türkiye yapıyor.  
Ülke olarak, Çin'den  
sonra en büyük  
ikinci üreticiyiz.**

Bugün üretimimizin yüzde 80'ini ihraç ediyoruz. En büyük pazarımız Kuzey Amerika ve Rusya olmakla beraber, dünyanın her kıtasına mal satıyoruz.

**El örgüsü hobi oldu dediniz, özel bir tüketici kitlesi için üretim yapıyorsunuz diyebilir miyiz?**

Evet, çok niş bir pazarda üretim yapıyoruz. Dünyadaki kadınların sadece yüzde ikisinin el örgüsü yaptığı tahmin ediliyor. Eskiden kazak gibi giysileri daha ucuza mal etmek için iplik alınarak örülürdü. Fakat şimdi işin boyutu değişti. Örülen şey tek, bir benzeri olmuyor ve daha değerli oluyor. Ya da insanlar, hediye olarak sevgilileri için örüyor. Böyle olunca bizim ürünlerimiz de tekstil fuarlarından çıkıp hobi fuarlarına ve mağazalarına girmeye başladı.

**Küçük bir kitleye hitap ettiği için pazardaki üreticiler de butik mi?**

Biz bu işe ilk başladığımızda batıda ciddi rakiplerimiz vardı. Şu an batıda fabrika kalmadı diyebiliriz. Çünkü iş gücü ağırlıklı, zor bir sanayi. Bu işin yatırımı

yüksek ve yatırımın dönüş hızı çok düşük. Elde edilen gelirin en düşük olduğu sanayilerden biri. Bu nedenle mevcutlar çıkarken, yeni yatırımlar da olmuyor.

Çin dahil bu işe yeni girecek kimseyi görmüyorum. Kâr marjları yükselirse, belki yeni yatırımlar olabilir.

**Pazarda sizin ve Türkiye'nin nasıl bir rolü bulunuyor?**

Türkiye el örgü ipliğinde oldukça iyi konumda. Tüm dünyadaki üretimin yüzde 30'unu Türkiye yapıyor. Ülke olarak, Çin'den sonra en büyük ikinci üreticiyiz.

Firma olarak şu an dünyanın en büyük üç üreticisinden biriyiz diye düşünüyorum. Üretim hacmi olarak, tek çatı altında dünyada en çok üretim yapan firmamızdır. Yıllık 8 bin ton civarında üretimimiz var. Toplam istihdamımız da bin 100 civarında. Yakın zamanda Rusya pazarı için Sırbistan'da bir fabrika kurduk. Rusya pazarına gümrüksüz ürün gönderebildiğimiz için pazarda maliyet avantajı sağlıyoruz.

El örgü ipliğinde ülkenin toplam ihracatının yüzde 40'ını firma olarak biz



**El örgüsünün zaman içinde boyut değiştirerek dünyada orta gelire sahip kadınlar için bir hobi haline geldiğini söyleyen Ormo Yün İplik Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Öcalgiray, bu niş pazarda firma ve ülke olarak önemli rol oynadıklarını belirtiyor.**

yapıyoruz. Takdir ettiğim rakibim Yünteks ile birlikte ihracatın yüzde 70'ini kontrol ettiğimizi düşünüyorum. Yünteks ile birlikte iç pazardaki ağırlığımız ise yüzde 70-80 civarında.

#### **Üretici olarak tüketiciyi yönlendirecek tasarım da sunuyorsunuz sanırım...**

Evet, özel bir alan olunca, iplik üretiminin yanında kreasyona da önem verdik. Bir dergi yayımlamaya başladık. İpliklerle neler örülebileceğini gösterip, nasıl örüleceğini anlatıyoruz. İpliğin yanında kendi tasarımımızı da satıyoruz.

Bu konsepti ilk biz geliştirdik. Fiyat üzerinden çok fazla rekabetin olduğu pazarda farklı bir konsept ortaya koyduk. Dergilerimizde yer alan tasarımların hepsi bize ait. Bunun için bir kreatif departmanımız bulunuyoruz. Tasarlayan, modelleyen bir ekip ve örgücülerimiz var.

#### **İleriye yönelik, sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz?**

Dünyadaki bu trend, Türkiye'de de başladı. Ankara, Antalya ve İzmir gibi orta gelirin yoğun olduğu şehirlerde talep artmaya başladı. El örgü iplikleri daha çok bu şehirlere satılıyor.

Sanayinin bir geleceği olduğuna inanıyorum. Nedeni de teknolojinin gelişimi ve robotların üretimde yer almasıyla, boş saati olan insan sayısının artacak olması. Bu insanlar, boş zamanlarını doldurmak için çeşitli hobilere yönelecektir. Bu insanların bir kısmının da örgüye yöneleceğini düşünüyorum. Dünyada Retroya ilginin arttığını görüyoruz. Örgüyü de zaman içinde ilginin artacağı bir kültür olarak görüyoruz. Yeniden talep görürse, yeni yatırımlar olacaktır. Bir diğer ihtimal ise talebin azalmasından dolayı daha küçük atölyelerde üretilip düşük hacimlerde satışların olması.

Silikon Vadisi'nin merkezi Kaliforniya'da yapılan bir araştırmayı paylaşmak istiyorum. Yapılan araştırmalarda akıllı telefon ve tabletlerle büyüyen çocukların zekalarının, eski eğitim sistemindeki çocuklara nazaran

daha az geliştiği tespit edilmiş. Bunun nedeni de okullarda el becerileri derslerinin olmamasına bağlandı ve okullara el becerileri dersleri koyuldu. Bu durum bütün dünyaya yayılırsa, el örgüye olan talep de büyüyecektir.

#### **Bu ihtimaller içinde firma olarak nasıl bir yol haritanız olacak?**

Her alanda tasarım daha çok öne çıkıyor. Satışta da internet daha fazla önem kazanacak. İnsanlar artık mağazaya gitmeyeceği için online alışverişlerde süreci basitleştirmek lazım. İnsanlara çabuk seçim yapmasını sağlayacak konsept sunmanız gerekiyor. Bizim hedefimizde de bu var. Geleneksel kültürü basitleştirerek, çağın teknolojsi ve satış kanallarını kullanarak, tüketicinin tercihlerine sunacağız.

## **ÜLKE İÇİN KATMA DEĞERİ YÜKSEK BİR SEKTÖR**

El örgü iplik üretiminde yüzde 20-25 arasında tabi elyaf, geri kalanında ise akrilik elyaf kullanıldığını söyleyen Adnan Öcalgiray, hammaddenin büyük kısmını Türkiye'den temin ettiklerini belirtiyor. Öcalgiray, ihraç edilen bir ürünün kazancının yüzde 60-65'inin Türkiye'de kaldığını belirterek, emek yoğun bu sektörün, ülke için büyük katma değer sağladığının altını çiziyor.





# BLOCKCHAIN, TAKLİDİN ÖNÜNE GEÇECEK

**Blockchain'in en önemli özelliği olan 'dağıtık veritabanı'nın her kullanıcıya açık olması, işlemlerde ve kayıtlarda şeffaflık getirecek. Tüketiciler dahi cep telefonlarından aldıkları ürünün orijinal olup olmadığını, hangi malzemeler kullanıldığını ve üretiminde çocuk işçilerin çalıştırılıp çalıştırılmadığına dair bilgileri görebilecek. Blockchain teknolojisinin bu özelliğinin, hazır giyim sektöründe taklit ve korsan ürünlerin satışını önleyeceği, firmaları da markalaşmaya iteceği düşünülüyor. Bunun yolu da hazır giyim ürünlerinin akıllı hale getirilmesinden geçiyor.**

**T**icaret Bakanlığı'nın, ocak ayında Türkiye Blockchain Platformu'na üye olmasının ardından, kripto paralar ile anılan blockchain (blokzincir) teknolojisi, iş dünyası tarafından daha detaylı araştırılmaya başlandı. Çünkü Ticaret Bakanı Muharrem Pekcan, üyelik ile alakalı yaptığı açıklamada özel sektöre şu mesajı veriyordu: "Özellikle ticaret alanında pek çok sorunu blokzincir sayesinde çözebileceğiz. Mevzuatımızı eski alışkanlıklarımızla değil, yeni teknolojilerin işlenebileceği bir ekosistem oluşturma anlayışıyla tasarlıyoruz. Bizim artık teknoloji olarak özel sektörün gerisinde kalma lüksümüz yok. Biz özel sektörün lokomotifimiz olmalıyız, onların önünü açmalıyız. Amacımız, blokzincirle değerli çözümler üretmek, iç ve dış ticarete süreçleri kısaltarak, firmalarımızın mevzuat engeline takılmadan gerçekleştirebilmesini sağlamaktır." Bakan Pekcan ayrıca blokzincirin ilk olarak ithalat ve ihracatta kullanılacağını ve bu konuda başarılı olmuş ABD, Singapur, İngiltere gibi ülkeler ile de iş birliği yapılacağını söyledi.

Dijital para birimlerini, varlıkları ve emtiaları besleyen blockchain teknolojisi, kullandığı dijital veri ve işlem kayıt teknolojisi ile hemen hemen her sektörün iş süreçlerinde dönüşüme neden olacak. Diğer bir adıyla dağıtık hesap defteri olarak nitelendirilebilen blokzincir, temelde birden fazla tarafın kendi aralarında önden mutabakata vararak hataları sıfıra indirip, işlemi farklı veri tabanları üzerinde kaydederek değiştirilememesini garanti altına aldıkları bir veri saklama yaklaşımı olma özelliği taşımaktadır. Blockchain bu özelliğiyle işletme süreçlerini basitleştirerek, şeffaflık ve değişmezlik sağlayacak, aynı zamanda lojistik ve arz zincirinde araçları ortadan kaldıracak.

## **TÜBİTAK BLOKZİNCİR ARAŞTIRMA LABORATUVARI KURDU**

Blockchain ile alakalı son yıllara kadar tüm akademik araştırmaların, yaklaşık yüzde 80'i bitcoin odaklı iken çalışmaların yüzde 20'den çok daha azı ise akıllı kontratlar dahil olmak üzere blockchain uygulamalarına odaklanmış durumdaydı.

Son dönemde ise bu teknolojinin, endüstrileri nasıl etkileyeceğine dair araştırmalar hızlandı. TÜBİTAK da 2017'de kurduğu 'Blokzincir Araştırma Laboratuvarı' ve her yıl düzenlediği çalıştaylar ile blockchain teknolojilerinin altyapısını geliştirmek ve iş modellerini araştırmak için çalışmalar yürütüyor.

### PAZARIN YÜZDE 70'İ BLOCKCHAIN'E BAĞLI OLACAK

Dünya Ekonomik Forumu tarafından yapılan bir ankete göre ise yöneticilerin yüzde 58'i küresel gayri safi milli üretimin yüzde 10'unun 2025'ten önce blockchain'de bulunacağını düşünüyor. Blockchain Council, yapılan tahminlere göre; 2025 yılına kadar hazır giyim ve konfeksiyon pazarının yaklaşık yüzde 70'inin, doğrudan veya dolaylı olarak blockchain'e bağlı olacağına dikkat çekiyor.

### AKILLI GİYSİLERDEN VERİ TOPLANACAK

Blockchain'in hazır giyim endüstrisi için ne anlama geldiği konusunda net bir açıklama yapmak mümkün olmasa da blockchain, tedarikçilerden nakliyecilere, üreticilerden iplik fabrikalarına kadar sektörel tedarik zincirinde yer alan tüm unsurları tek bir platform altında birleştirip, her birinin bir diğerinin neyi ne zaman yaptığını görebilmesini sağlayacak. Blockchain, yapay zeka ile geliştirilerek tekstil ve konfeksiyon sektöründe tasarımdan üretime, tedarik zincirinden tüketicinin geri bildirimine kadar aktif kullanılabilir hale getirilmeye çalışılıyor. Hazır giyim geleceği de büyük oranda ürünleri daha akıllı hale getirmekten geçiyor. Teknoloji kullanılarak giyim ürünlerini veri alışverişi yapabilir hale getirmek ya da ürünlerin performans kapasitelerinin artırılması amaçlanıyor. Startup firması Loomia gibi şirketler, tüketici verilerini doğrudan tekstillerden toplamak ve bu verileri blokzincirine kaydetmek için çözümler üzerinde çalışıyor. Loomia, halihazırda kullanımda olan dışarıdaki sıcaklığa bağlı olarak ısınmaya başlayan bot ve inşaat işçileri için hazırlanan karanlıkta parlayan kıyafetler gibi prototiplerinden veri toplamayı planlıyor. Böylelikle ürünlerin, iplik yapısından kumaş inceliğine ve stok yönetimine kadar tüm koşulları değerlendirilebilecek. Blockchain sistemi ile toplanan veriler, markalara geri bildirim olarak iletilecek ve böylece markalar daha sonradan piyasaya sürecekleri ürünler konusunda daha iyi

fikirlere sahip olabilecekler. Bu sağlıklı veri sistemi sayesinde sektörün verimliliği artırılırken, kaybin önüne geçilebileceği vurgulanıyor.

### MARKALAŞMA DAHA ÖNEM KAZANACAK

TEPAV İcra Direktörü, Ekonomist Güven Sak, Dünya Gazetesi'nde yayımladığı makalesinde yapay zeka ile güçlendirilmiş blockchain uygulamalarının, moda dünyasında, taklitle mücadeleyi çok daha etkinleştireceğine vurgu yapıyor. Ekonomist Sak'a göre; dağıtık veritabanı sayesinde herhangi bir tekstil ve moda endüstrisinin, ürünün hangi tedarik zinciri vasıtasıyla, nerelerde ve nasıl üretileceğini görebilmesi son derece kolay ve ucuz mümkün olacak. Çünkü blockchain kayıtlarını her alıcı okuyabilecek. Her alışverişte deftere yeni kayıt yapılacak. Güven Sak, blockchain ile birlikte, Türkiye'de tekstil ve moda sektöründe markalaşma konusunun bir başka açıdan daha önemli hale geleceğini söylüyor. Malın nerede ve nasıl üretildiği ile ilgili malumat akışı kolaylaştıkça, marka olmadan ayakta kalmak artık daha zorlaşacak. Güven Sak'a göre, Türkiye'nin istihdam kaynağı olan tekstil sektöründe dijitalleşme sürecinin biraz daha yakından takip edilmesi gerekiyor. Asimetrik bir dönüşüm sürecine hazırlıklı olmak için iş modellerinin bir bütün olarak elden geçirilmesi gerekecek.

## BLOCKCHAIN PLATFORMU'NA ÜYELİK ÜCRETLİ

Türkiye Bilişim Vakfı tarafından 2018'de kurulan Türkiye Blockchain Platformu (TBP), Türkiye'de sürdürülebilir blockchain ekosistemini yaratma ve yeni dönem iş yapış biçimlerinin önündeki zorlukların giderilmesine yönelik çalışmalar yürütüyor. TBP bir yılını doldurmadan, ağırlıklı finans sektörü olmak üzere 50'nin üzerinde üyeye ulaştı. TBP'nin 'platin ve altın' olmak üzere iki farklı üyeliği bulunuyor. Platin üyeliğinin yıllık ücreti 30 bin TL, altın üyeliğinin ise yıllık ücreti 15 bin TL'dir.





# “ ONU ALMA BENİ AL ”

**T**ürkiye'nin önde gelen isimlerini sahneye hazırlayan Tasarımcı Emre Erdemoğlu, yeni koleksiyonu “Onu Alma Beni Al”ı 19-22 Mart 2019 tarihleri arasında gerçekleşecek olan “Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul”da görücüye çıkarıyor. Sezen Aksu'nun kendisinden ve şarkılarından aldığı ilhamla hazırladığı yeni koleksiyonunda aşkı yeniden yorumlayan ve geleceğe hazırlayan Erdemoğlu, bu koleksiyonunda 70'lerin retro akımını detaylarla hareketlendirip, modern bir stil ortaya koymuş.

Yeni koleksiyonun tanıtımı öncesinde bir araya geldiğimiz tasarımcı, “Onu Alma Beni Al”ı ve moda dünyasını dergimiz Hedef'e anlattı.

**Yeni koleksiyonunuzun hikayesini, nasıl oluştuğunu anlatır mısınız?**

“Emre Erdemoğlu 2019-2020 Sonbahar-Kış Koleksiyonu”nda geçmiş, gelecek ve an arasındaki ilişkide, duygu, hayal ve gerçeklikler ekseninde, aşkın sonsuz gücü ile perçinlenen “Onu Alma Beni Al” temasını vurguluyoruz.

Sezen Aksu'dan ilham alınarak hayata geçirilen koleksiyonumuz, özellikle aşka olan inancımızın yok olmaya başladığı bu süreçte,

bizi bekleyen geleceğe karşı optimist bir tavır takınıyor. Koleksiyonun bütününde Sezen Aksu şarkılarını ve portresini ilmek ilmek işledik.

#### Neden Sezen Aksu ve onun eserlerini tercih ettiniz?

Sezen'in aşkı anlatım biçimini seviyorum. Duygusu, hikayesi hep çok yüksek. Bunun için inmiş sanki bu topraklara. Görevi bu belli ki. Sezen, çok özel bir kadın. Hiç sevmem diyenin bile bir Sezen şarkısı vardır.

#### Bu yaz erkeklerin renkleri neler olacak? Erkekleri nasıl detaylar, renkler bekliyor?

70'ler retro akımının sokak stiliyle birleştirildiği bu koleksiyonda, oversize formda kabanlar, print desenli gömlekler, tel kırma nakışlı ceketler, parça boya kadife takımlar, uçuşan trençkotlar, lila rengi uzun el örmesi kemerler sıkça kullanılan detaylar arasında yer alıyor.

Deneyisel tavırla yaratılan detaylar ile bütünleşen zamansız klasik yorumlar, geleneksel tavrı yeniden algılama fırsatı veriyor. Sıcak ve soğuk renklerin bir arada sunulduğu iki kutuplu koleksiyonu daha da çarpıcı ve eğlenceli hale getiriyor.

"Street Fashion" anlayışıyla geliştirilen yeni tek parça ürün nitelikleri ile oyuncu bir kişilik kazandırdığımız takım anlayışı, bu sezon her zamanki fitlerimizle beraber yeni fit önerilerini de içinde barındıracak şekilde tasarlandı.

Özel apreli kumaşlarla hazırlanan koleksiyon, İtalyan stiline yeni bir soluk getirme iddiasını güçlendiriyor.

Farklı fitlerde yüksek bel kesimlerle geliştirdiğimiz pantolonlar, geniş omuzlu bol silüetli ceketler ve yuvarlatılmış omuzlu çalışmalar, önerileri ve tasvirleri genişletiyor. Daha genç ve daha çarpıcı silüet yaratma ustalığına konsantre olduğumuz bu sezonda, koleksiyon, özel dikiş teknikleri ve yarı terzi işçiliklerle geleceğe dönük iyimser bir tavır ortaya koyuyor.

#### Emre Erdemoğlu nasıl erkeklere hitap ediyor?

Yenilikçi, dinamik, elegance. Yeniliğe açık olan, sitemiyle ilham veren, giydiği ürünün ruhuyla kendi ruhunu öpüştürebilen erkeklerin gardırobuna hitap ediyorum.

#### Koleksiyonlarınızı nasıl hazırlıyorsunuz?

Öncelik her zaman hedef kitledir benim için. Oluşturduğum hikayedeki karakterlerle hedef kitlem arasında bir bağ oluştururum. Bu dengeyi kurmayı başardıktan sonra, "Concept Board"umu hazırlarım. Hazırladığım sezonun temasını belirlemeden önce, anahtar kelimelerimi oluştururum. Bunların anlamlarını, tarihsel boyutundan

## Ben, insanların giydikleri kıyafetlerin ruhlarıyla ilişki içinde olması gerektiğini düşünüyorum. Bir başkası gibi görünmek yerine kişinin kendi tarzını en modern hale getirmesi taraftarım.



günümüzdeki yerine kadar araştırdım. Anahtar kelimenin sanata, spora, yaşama etkisinin peşine düşerim. Hikayemin içerisine girecek ana ve ara renkleri belirlerim. Konseptimle ilgili yeterince araştırma yaptıktan sonra ortaya çıkan kimlik, yüzümden tebessüm oluşturup beni heyecanlandırıyorsa, "doğru yoldayım" diyorum. İşte, bu sebeple bütün koleksiyonlarımın bir dili var. Söyleyecek bir şeyleri, anlatacakları oluyor; hikaye gibi...

#### Yeni tasarımlar yaparken aksesuarlara ne kadar yer veriyorsunuz, sizin için ne ifade ediyorlar?

Stil sahibi bir erkeğin gardırobunda olması gereken en önemli şeylerin başında geliyor aksesuar. Ben aksesuar olmadan hazırladığım koleksiyonun look'larını asla tamamlayamam. Eksik hissederim. Çok sıradan bir kombini aksesuarla bambaşka bir yere taşıyabilirsiniz. Puzzle gibi düşünün. Eksik parçayı bulduğunuz zaman resim tamamlanıyor. Aksesuar

koleksiyonla bir bütün olarak düşünüp, genele yaydığımız zaman ortaya çok daha idealist, kişilikli koleksiyonlar çıkıyor.

#### Podyumlarda gördüğümüz tasarımları hayatın içine nasıl uygulayabiliriz?

Parça bütün ilişkisi çok önemli, farklı parçaları birbiriyle birleştirdiğinizde, ortaya şahane look'lar çıkıyor. Styling yaparken onun dozunu iyi ayarlarsanız, koleksiyon parçalarınızla kimseyi korkutmamış, aksine cesaretlendirmiş oluyorsunuz.

#### Bu koleksiyonunuzda unisex kıyafetler de göze çarpıyor. Bu tercihli bir şey mi? "Cinsiyetsizlik akımı" nı nasıl yorumluyorsunuz?

80'lerde hakim olan cinsiyet rollerine karşı çıkma ve bir anlamda bu cinsiyet rollerini "bükme" anlayışını bu aralar çok düşünüyorum çünkü o zamanlar yenilikçi ve cesur olan bu fikirler, 2000'li yılların Y Kuşağı için artık aşılış bir konu. Y Kuşağı, artık her iki cinsin de istediği gibi davranabileceğini, tek bir uygun "kadın" ve "erkek" görüntüsünün olmadığını düşünüyor. Artık insanlar sokaklarda cinsiyet ayrımı gözetmeksizin uzun bir kazak, dar bir tayt veya bol desenli bir gömlek giyebiliyor.

Cinsel kimliğin kıyafetler aracılığıyla belirlenmesine karşı çıkış, 21. yüzyılda artık su götürmez bir şekilde haklı bulunuyor. Benim de koleksiyonlarımda bunu görebiliyorsunuz.

#### Türkiye'deki erkek moda, marka ve stil dünyasını nasıl buluyorsunuz? Neler eksik, neler fazla?

Ben, insanların giydikleri kıyafetlerin ruhlarıyla ilişki içinde olması gerektiğini düşünüyorum. Kişiliğinizi ele verecek doneler olmalı üzerinizde. Bir başkası gibi görünmek yerine kendi tarzını en modern hale kişinin getirmesi taraftarım.

Kostüm seçiminde ten renginiz, anatomiz, ışığınız çok önemli. Yakışan yakışmayan her şeyin giyilmemesi gerektiğini düşünüyorum. Maalesef, Türk markaları "Copy-Paste"den bir türlü kurtulamadılar. Farkındaysanız sokaktaki herkes birbirine çok benziyor. Ticari kaygılar çerçevesinde hazırlanan koleksiyonların ruhu olmuyor.





# İSPANYOL HEYET, TÜRK HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNÜ YERİNDE İNCELEDİ

**İspanya'nın başkenti Madrid'de bulunan Navarra Üniversitesi'nden bir heyet, bir haftalık iş ve eğitim gezisi kapsamında Ekoteks'i ziyaret etti. Profesör, öğretim görevlileri, tasarımcılar ve büyük markaların kalite kontrol sorumlularından oluşan İspanyol grup, bazı firmaların üretim fabrikalarını gezerek, sektörün üretim süreçleri, teknoloji düzeyi, iş sağlığı ve güvenliğini yerinde inceleme fırsatı buldular.**

**M**adrid Navarra Üniversitesi'nden bir heyet, "Sağlık ve Güvenlik" (Health & Safety) konulu eğitim için İstanbul'a bir ziyaret gerçekleştirdi. Profesör, öğretim görevlileri, tasarımcılar ve büyük markaların kalite kontrol sorumlularından oluşan 15 kişilik İspanyol grup, Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektörünün üretim süreçlerini ve çalışma koşullarını yerinde görmek amacıyla saha ziyaretleri gerçekleştirdi.

18 Şubat 2019 tarihinde, ilk olarak Ekoteks'te İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir tarafından ayrıntılandırılan İspanyol gruba, ithalatta risk değerlendirme sistemi (RDDS) hakkında sunum yapılarak, Ekoteks'in ihracata dönük görev ve işlevleri hakkında bilgi verildi. İspanyol grubun sonraki gün ilk durağı, Çorlu'da bulunan Cross Jeans Denim fabrikası oldu. Son teknoloji ile çevreye duyarlı denim üretimi yapılan tesisin yetkililerinden üretim süreçleriyle ilgili bilgi alındı. Heyet aynı gün, Zorlu Tekstil fabrikasını da ziyaret ederek;

baskı, boyama, terbiye ve ev tekstili üretimi hakkında yetkililerden bilgi aldı.

20 Şubat 2019 tarihinde Özak Global firmasını ziyaret eden grup, burada en son teknolojiyle yapılan denim üretimi hakkında yetkililerden bilgi alırken, Orjin Deri firmasına yapılan ziyarette de deri konfeksiyon üretimi hakkında firma yöneticilerinden bilgiler aldı.

Sonrasında İHKİB'e de bir ziyaret gerçekleştiren Madrid Navarra Üniversitesi temsilcilerine, hazırgiyim sektörü ve İHKİB'in çalışmaları hakkında bilgi verilerek, karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu. Heyet, 21 Şubat 2019 tarihinde Çorlu'da bulunan Marmara Tekstil ve Modavizyon Ergene firmalarını ziyaret etti. Heyet, bu tesislerde baskı, boyama ve dokuma alanında üretimi yerinde incelediler. İncelemeler sonrasında görüşlerini dile getiren İspanyol grup, Türk hazırgiyim ve tekstil sektörünün modern şartlarda ve yüksek teknoloji ile çevreye ve insan sağlığına son derece duyarlı üretim yaptığını ve standartların yüksek olduğunu gözlemlediklerini ifade ettiler.



**Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe üretim yapan tesisleri yerinde inceleyen İspanyol heyet, Ekoteks'i de yakından tanıma fırsatı buldu. Grup üyeleri yaptıkları ziyaret sonrası sektörün üretim süreciyle ilgili memnuniyetlerini dile getirdi.**



**ROCIO SANCHEZ, BILBAO INTERNATIONAL SANAT VE MODA TASARIMCILAR PLATFORMUNDA ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÖNETİCİSİ**

Moda sektöründe genç tasarımcıları ve profesyonelleri desteklemeye yönelik çok sayıda aktivitenin olduğunu görmek memnuniyet verici.



**SYLVIA PEREZ BOU, NAVARRA ÜNİVERSİTESİ TASARIM BÖLÜMÜNDE ÖĞRETİM ÜYESİ VE DOĞRU ÜRÜN PROGRAMI AKADEMİK DİREKTÖRÜ**

Ziyaret ettiğimiz Türk firmalarında teknoloji, verimlilik ve araştırma mevcuttu. Yeni uygulamalar ve yeni teknolojiler geliştirdiklerini gözlerimizle gördük. Umarım gelecekte beraber çalışırız.



**DR. SILVIA SOLER, İSPANYOL LOEWE LÜKS GİYİM VE DERİ ÜRÜNLERİ MARKASINDA TEKNİK GELİŞTİRME YÖNETİCİSİ**

Lüks deri ve konfeksiyon ürünleri geçmişime dayanarak, bu ziyaret ile Türk moda sektörü hakkındaki algımın ve düşüncemin olumlu anlamda son derece ileri gittiğini söylemek isterim.



**SOFIA NUNEZ TRIAY, İSPANYOL TANDEM GRUP**

Türkiye'de hazır giyim fabrikalarına yaptığımız ziyaretler sonucunda, çok iyi yönetilen operasyonlar ile sürdürülebilir ve birbirine uyumlu yüksek teknolojiye tanık olduk.



**BERTA PARES SANCHEZ, ERNST & YOUNG'TA MODA DANIŞMANI**

Çok ilginç ve zevkli bir gezi oldu. Türk firmalarının ne kadar sistematik çalıştıklarını ve ne kadar teknoloji odaklı çalıştıklarını görmek, bizlere büyük mutluluk verdi.



**ANTONIO GOMEZ TATO, SANTIAGO DE COMPOSTELA ÜNİVERSİTESİ'NDE MATEMATİK PROFESÖRÜ**

Türkiye'de ziyaret ettiğim fabrikalar, şimdiye kadar gördüğüm en iyileri.



**PILAR PRIOR FERNANDEZ, PEPE JEANS**

Geleneksel ve tarihi yönü bulunan Türk moda sektörünün aynı zamanda ne kadar profesyonel olduğunu da gördük.



**CÜNEYT BAŞARAN**  
Bloomberg HT Genel Yayın Yönetmeni

# DENGELENME SÜRECİ VE RİSKLER

**2018 Eylül ayında açıklanan Yeni Ekonomi Programı'nda ekonomide önümüzdeki süreç için "Dengelenme, Disiplin ve Değişim" tanımlaması yapılmıştı.**

**B**u çerçevede 2019 yılı için büyüme beklentisi yüzde 2.3 olarak açıklandı ve bütçe, cari açık gibi Türkiye'nin yumuşak karınlarında da oldukça iddialı hedefler getirildi. 2019 yıl sonu cari açık hedefi, 26 milyar dolar. Bütçe açığı hedefi ise sadece yüzde 1.8.

2019'un ilk aylarını geride bıraktığımız şu günlerde görüyoruz ki, en sıkıntılı noktalarımızdan biri olan cari açıkta 2019 yıl sonu hedefi olan 26 milyar dolar, tutturulabilir bir noktada. 2018'in ortasında 58 milyar dolar olan cari açık rakamı, yıl sonunda 27 milyar dolara kadar inmiş durumda. Eğer petrol fiyatlarında ciddi bir sıçrama olmazsa 2019 yıl sonu cari açık beklentileri, 20 milyar dolara kadar inmiş olacak.

Cari açıkta yaşanan bu hızlı gerilemede ihracatta, yıllık yüzde 13'ler seviyesinde bir artış olması önemli. Ancak bunun yanında ithalat tarafında yıllık yüzde 6 daralma, aslında cari açığın hızlı düşüşünde büyük pay sahibi. Bu noktada sıkıntı yaratan konu ise ithalattaki düşüşün imalat sanayisinde yoğun kullanılan ithal hammadde ve makine teçhizat gibi olmazsa olmaz kalemlerden geliyor olması.

Gelelim bütçe tarafına...

Hükümet 2018 yılını YEP'de iddia edildiği gibi yüzde 1.9 seviyesinde tutmayı başardı. 2019 yılı bütçe açığı YEP'te yüzde 1.8 diye belirtilmiş. Ancak 2018'de hedefin tutturulmasına rağmen piyasa, 2019 için iyimser değil. Bunun sebebi de 2018'de tutan bütçe açığının, yıllık 50 milyar TL'nin üzerinde bütçeye gelir sağlayan imar affı, bedelli askerlik ve vergi yapılandırılmaları sayesinde gerçekleşmiş olması. 2019 yılında buna benzer bir kerelik gelir kalemlerinin olmayacağını

düşünen piyasa, daha yüksek bir bütçe açığı bekliyor.

## BÜYÜME TARAFINDA İSE DAHA BÜYÜK FARK VAR...

YEP'te yüzde 2.3 olarak konulan 2019 büyüme hedefi ile piyasanın tahminleri örtüşmüyor. Piyasada 2019 ilk iki çeyreğinde daralma bekleniyor. Yıl sonunda ise yüzde 0-1 arası bir büyüme oranında mutabakat var.

## PİYASA BÜYÜME RAKAMINDA NİYE KARAMSAR?

Yılın ilk aylarında gelen konut, otomobil satışı verileri, tüketici güven endeksi ve 2018 sonuna ait sanayi üretim verileri, ekonomide beklenen dengelenmenin tahminlerden çok daha sert geçtiğini gösteriyor. Ocak ayı toplam konut satışları, son altı yılın, en düşük ocak ayı verisine işaret ediyor. Ocak ayında satılan toplam otomobil sayısı, son beş yılın ocak ortalamasının yarısına ancak denk geliyor.

Bloomberg HT Tüketici Güven Endeksi, geçen eylül ayında dip yaptıktan sonra kasım ayına kadar yükselmişti. Aralık ayında sabit kalan endeks, 2019 ocak ve şubat aylarında küçük de olsa geriledi.

Bu süreçte tek iyimser gelişme, geçen yıl 170 milyar dolar ile rekor seviyede kapatan ihracatımızın, 2019 ocak ayında da yüzde 5.9'lık artışla başlamış olması.

Yılın kabaca iki ayını geride bırakmışken durum bu...

Dengelenme olağanca şiddetle devam ediyor. Yumuşak karınlarımız toparlanıyor ama tamamen istediğimiz sebeplerden dolayı değil. Gözler yılın ikinci yarısında, umutlar siyasetin yerel seçimler sonrasında ekonomi odaklı reformları devreye sokmasında.

**20**  
**MİLYAR DOLAR**  
2019 yıl sonu cari açık  
beklentisi

**5,9**  
İhracatımızın,  
2019 Ocak ayı artışı



**ERDOĞAN KARAHAN**  
Yeminli Mali Müşavir  
İstanbul Denetim ve YMM A.Ş. Genel Müdürü

# KDV İADE SİSTEMİNDE DEVİRİM NİTELİĞİNDE YENİLİK

**KDV iade süreçlerinin iyileştirilmesi ve hızlandırılmasını teminen son olarak yapılan düzenleme, KDV'den istisna edilen işlemleri gerçekleştiren işletmeler ve bu işletmelerin içinde bulunduğu sektörler açısından, KDV'nin finansman yükünü azaltarak, yatırım ve üretime olumlu katkı sağlayacaktır.**

**K**DV iadesi doğuran işlemleri; ihracattan kaynaklı yani tam istisna kapsamına giren işlemler, indirimli orana tabi teslim ve hizmetlerden doğan işlemler, tevkifat uygulaması kapsamındaki işlemler, fazla veya yersiz uygulanan vergilerden ve uluslararası anlaşmalardan kaynaklanan işlemler ve mali idarenin tesliminin KDV hesaplanmadan yapılmasını hüküm altına aldığı işlemler olarak sıralayabiliriz. Yapılan işlerden dolayı iade hakkı doğan mükellefler, gerekli şartların sağlanması durumunda iadelerini mahsuben veya nakden talep edebilmektedirler.

Son olarak 24 Seri No.'lu Tebliğ ile KDV Genel Uygulama Tebliği'ne eklenen "KDV İadesi Ön Kontrol Raporuna Dayalı İade Uygulaması" yöntemi, 1 Mart 2019 tarihinden itibaren yürürlüğe girecektir.

## İade Talebinin Değerlendirilmesi ve İade Yöntemleri:

Mükelleflerin iade hakkı doğan işlemlerden kaynaklanan ve 5 bin TL'yi aşan nakden iade taleplerinde 5 bin TL'yi aşan kısmın iadesi vergi inceleme raporu veya YMM tasdik raporuna göre yerine getirilir. Teminat verilmesi halinde mükellefin iade talebi yerine getirilir ve teminat, vergi inceleme raporu veya YMM raporu sonucuna göre çözülür.

### a) Teminat Karşılığı İade

Mükelleflerin bu işlemde kaynaklanan nakden iade taleplerinde, YMM raporu ibraz edilmeden veya inceleme sonucuna göre iade öngörülümüşse inceleme yapılmadan, teminat gösterilmesi halinde iade yapılır. Söz konusu teminat, vergi inceleme raporu veya YMM tasdik raporu sonucuna göre çözülür.

Teminat karşılığı iadenin yapıldığı tarihten itibaren altı ay içinde bu iade ile ilgili YMM raporunun ibraz edilmemesi halinde, söz konusu teminat, vergi inceleme raporu sonucuna göre çözülür.

### b) YMM Raporuna Dayalı İade

Mükelleflerin, bu işlemde kaynaklanan nakden iade taleplerinde YMM raporu ibraz edilmesi halinde nakden iade talebi yerine getirilir. YMM raporu ile iade talebinde bulunan mükelleflere, rapor ibraz edilmedikçe nakden iade yapılmaz.

### c) Vergi İnceleme Raporu ile İade

Mükelleflerin;  
- İadelerini vergi inceleme raporu sonucunda almak istemeleri,  
- Teminat göstermemeleri veya iadelerini YMM tasdik raporu ile alacaklarını beyan etmemeleri hallerinde iade talepleri vergi incelemesine yetkili olanlar tarafından



düzenlenen vergi inceleme raporu sonucuna göre yerine getirilir.

#### **d) KDV İadesi Ön Kontrol Raporuna Dayalı İade Uygulaması**

Ocak/2019 ve sonrasındaki işlemlerinden kaynaklanan, YMM KDV İadesi Tasdik Raporu ile talep edilebilen nakden iade talepleri;

- Standart iade talep dilekçesi,
- YMM KDV İadesi Tasdik Raporu ile

- Tebliğin ilgili bölümlerinde iade taleplerine ilişkin aranan belgelerin tamamının ibraz edilmesi kaydıyla Katma Değer Vergisi İade Risk Analiz Sistemi (KDVİRA) tarafından sorgulanacaktır. Sorgulama sonucunda üretilen "KDV İadesi Ön Kontrol Raporu"na göre iade talebinin olumsuzluk tespit edilmeyen kısmının yüzde 50'si KDV İadesi Ön Kontrol Raporu'nun oluşturulmasından itibaren 10 iş günü içinde mükellefe iade edilecektir.

#### **Bu uygulamadan yararlanabilmek için mükelleflerin aşağıdaki şartları sağlamaları gerekmektedir:**

- a) En az 24 dönem (vergilendirme dönemi 3 aylık olanlar için en az 8 dönem) KDV beyannamesi vermiş olması,
- b) Daha önce en az üç vergilendirme dönemine ilişkin iade talebinin sonuçlanmış olması,
- c) Kendisi, ortakları, ortaklıkları ve kanuni temsilcilerinin;
  - Özel esaslara tabi olmaması,
  - Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın ilgili birimlerince yapılan değerlendirme ve analizler sonucunda bireysel olarak veya organize bir şekilde sahte belge düzenleme tespiti nedeniyle inceleme sevk edilmemiş olması,
- Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın ilgili birimlerince iade taleplerinin riskli iade kapsamında inceleme sevk edilmemiş olması,
- ç) KDV Genel Uygulama Tebliği'nin (IV/A-6.) bölümünün birinci paragrafının (iv) ayrımı ve üçüncü paragrafı kapsamında



**Yapılan işlerden dolayı iade hakkı doğan mükellefler, gerekli şartların sağlanması durumunda iadelerini mahsuben veya nakden talep edebilmektedirler.**



iade taleplerinin incelemeye sevk edilmemiş olması.

#### **Sonuç**

Etkin ve verimli bir vergi sisteminin mükellef odaklı bir yaklaşım ve güçlü bir vergi idaresi ile sağlanabileceği gerçeğinden hareketle, KDV iade süreçlerinin iyileştirilmesi ve hızlandırılması

teminen son olarak yapılan bu düzenleme, KDV'den istisna edilen işlemleri gerçekleştiren işletmeler ve bu işletmelerin içinde bulunduğu sektörler açısından KDV'nin finansman yükünü azaltarak, yatırım ve üretime olumlu katkı sağlayacaktır. Yapılan yenilik son zamanlarda ekonomik sıkıntı yaşayan şirketler için devrim niteliğinde bir yeniliktir.



**AV. H. OZAN ÖGÜT**  
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

# ÇALIŞANLARA EMEKLİLİKTE KIDEM TAZMİNATI ÖDENMESİ

**Son zamanlarda iş dünyasında işverenlerin sıklıkla karşılaştığı ve uygulamada tereddüde düştüğü durumlardan birisi de yaş hariç emeklilik koşullarını yerine getirmiş olan çalışanların iş akitlerini derhal feshederek, kıdem tazminatlarını talep etmeleridir. İşvereni zaman zaman finansal olarak zorlayabilecek nitelikteki bu talepler, bu yazımızın konusunu oluşturmaktadır.**

**K** idem tazminatı, 1475 sayılı mülga İş Kanunu'nun halen yürürlüğü sürmekte olan 14. maddesinde düzenlenmiştir. İşçi, İş Kanunu'na tabi olarak işverene ait işyerinde en az bir yıl çalışmış olma ve hizmet sözleşmesinin, kanunda belirtilen koşullarda sona ermesi şartlarının oluşması sonucu kıdem tazminatına hak kazanacaktır.

Kanunun ilgili hükümleri uyarınca işçiye hangi hallerde kıdem tazminatı ödemesi yapılacağı belirtilmiştir. Genel olarak haklı bir sebebi olmadan istifa ederek işyerinden kendi iradesi ile ayrılan işçi, kıdem tazminatına hak kazanamaz. Bu hükmün istisnalarından birisi olarak işçinin emeklilik nedeniyle işten ayrılması hali bulunmaktadır.

1475 sayılı yasanın 14. maddesine 25.08.1999 gün ve 4447 sayılı yasanın 45. maddesi ile eklenen 5. bent hükmüne göre, işçinin emeklilik konusunda yaş hariç diğer kriterleri yerine getirmesi halinde kendi isteği ile işten ayrılması mümkün kılınmıştır. Yani, sigortalılık süresini ve prim ödeme gün sayısını tamamlayan işçi, yaş koşulu sebebiyle emeklilik hakkını kazanmamış olsa da, işyerinden söz konusu bent uyarınca ayrılabilir ve kıdem tazminatına hak kazanabilecektir. Bu halde, işçi aşağıdaki koşulları sağlaması halinde emeklilik nedeniyle kıdem tazminatına hak kazanabilecektir;

- İlk sigorta tarihinden itibaren 15 yıl geçmiş olması,
- Toplam prim gün sayısının en az 3.600 gün olması,
- İlk sigortalılık başlangıcının 08/09/1999 tarihi veya öncesinde olması.

15 yıllık sigortalılık süresini dolduran ve 3 bin 600 prim gün sayısını tamamlayan işçi, bu şartlara haiz olduğunu ispatlayan belgeyi bağlı buldukları SGK il veya ilçe müdürlüklerinden talep etmelidir. İşçinin kıdem tazminatını alabilmesi için, ilgili SGK'dan "emeklilik sebebiyle

kıdem tazminatı alabileceğine dair tespit niteliğindeki belge" ile birlikte "iş akdini emeklilik nedeniyle feshettiğine dair yazılı irade beyanını" işverene ibraz etmek zorundadır. Bu şekilde başvuran işçiye, bu işyerinde çalıştığı süreye ilişkin kıdem tazminatının toplu olarak derhal ödenmesi gerekir. Ancak işverenin bu yükümlülüğü, işçiyi çalıştırdığı süre ile sınırlıdır. İşçinin, emeklilik nedeni ile fesih hakkını kullandığında ihbar süresi tanıma yükümlülüğü ise hukuki farklı görüşlere tabi ise de Yargıtay'ın son yıllarda verdiği ağırlıklı kararlara göre, işçinin ihbar süresi tanıma yükümlülüğü bulunmamaktadır. Bu ağırlıklı görüşe göre, işveren, işçiyi ihbar süresinde zorlayamaz; işçi de işverenden ihbar tazminatı talep edemez. Ancak, emeklilik sebebiyle istifa durumu ansızın ve beklenmedik bir karar olarak ortaya çıkabilecek gibi bir nitelik taşımadığından, emeklilik kararı alan işçinin bu kararını ihbar süresine uygun olarak işverene bildirmesi gerektiği, böylece işveren nezdinde pozisyon boşluğu oluşmadan ve iş akışında kesintiye yol açılmadan işin devamı imkanı sağlanacağı, bunun da hem hakkaniyete hem de iş ahlakına daha uygun düşeceği kanaatindeyiz.

İlk sigortalılık başlangıcı, 08/09/1999 tarihi veya öncesinde olmayan işçiler açısından ise emeklilik sebebiyle kıdem tazminatına hak kazanabilmesi için aşağıdaki yıl ve gün prim şartlarının doldurulmuş olması şartı aranır;

- 08/09/1999 tarihi ile 30.04.2008 tarihleri arasında ilk sigortalılığı başlamış kişiler için, sigorta yılı dikkate alınmaksızın 7000 prim günü ya da 4500 prim günü ve 25 yıl sigortalılık şartı,
- 05.2008 tarihi ve sonrasında ilk sigortalılığı başlamış kişiler için, 5400 prim günü ve 25 yıl sigortalılık şartı,
- İşçinin bahsedilen tarihlerden önce 18 yaşını doldurmuş olması şartı.

Bu şartların sağlanması halinde işçinin emeklilik sebebiyle fesih sonucu kıdem tazminatını hak etmesi mümkündür.



# İHKİB OKULLARI SOSYAL MEDYADA BULUŞTU

İHKİB, “üretim için eğitim; üretim içinde eğitim” politikasını esas alarak kurguladığı örgün eğitim merkezlerini daha iyi anlatmak ve nitelikli gençleri okullarına çekmek için sosyal medyayı kullanacak.



**M**eslek lisesini, memleket meselesi olarak gören İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), bugüne kadar açtığı üç lise, bir teknik bölüm ve bir yüksekokul ile sektörün ve ülkenin ihtiyaç duyduğu nitelikli ara eleman ihtiyacının karşılanmasına destek sağlıyor.

Sanayinin dijitalleşmesiyle birlikte sektörler, nitelikli iş gücünü kazanmak için adeta eğitim yarışına girdi. Gıda sektöründen sonra ülkede en fazla istihdam sağlayan hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün nitelikli ve eğitilmiş iş gücü ihtiyacı artarak devam ediyor. İHKİB, gençleri sektörle tanıştırmak ve nitelikli gençleri açtığı mesleki okullara çekmek için günümüz

iletişim ağlarını aktif kullanmak adına İHKİB Okulları sosyal medya hesaplarını kurdu.

Açılan sosyal medya hesaplarında, İHKİB okullarında öğrenim gören öğrenciler, faaliyetlerinden haberdar olarak, onlara daha fazla katkı sunması sağlanacak. Platformda, öğrencilerimiz, velilerimiz ve okul yöneticilerimiz ile interaktif olarak kuracağımız bağın, bu okullarımızı ve sektörümüzü tercih sebebi haline getirmesini arzu ediyoruz.

İHKİB okullarında aldıkları eğitimlerle kazandıkları beceri ve yetkinlikleri yansıtmak amacı ile kurulan sosyal medya hesapları, Instagram ve Facebook'da tüm tarafları bir araya getirmeyi planlıyor.

## MART 2019 SEMİNERLERİ

SEMİNER BAŞLIĞI	EĞİTMEN	TARİH	SAATLERİ	SÜRESİ	YER
1 İHRACATTA FİYATLANDIRMA, MALİYET VE RISK YÖNETİMİ	CEYHUN YEŞİLŞERİT	05.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
2 MÜŞTERİ ODAKLI SATIŞ VE İLETİŞİM TEKNİKLERİ	CEM KÜÇÜKTEPEPINAR	06.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
3 İŞTE DUYGUSAL ZEKA VE İÇSEL LİDERLİK	YEKTA ÖZÖZER	07.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
4 KUMAŞ TEKNOLOJİSİ VE DESENLEME	SEDEF TÖRE	12.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
5 ETKİLİ İLETİŞİM TEKNİKLERİ	BERNA PEKER KARASARLIOĞLU	14.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
6 SATIŞ BECERİLERİ GELİŞTİRME VE ETKİLİ SATIŞ İLETİŞİMİ	BÜLENT BAŞAR	19.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
7 KİŞİSEL PERFORMANS GELİŞTİRME	FAYSAL ALMEMAN	21.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
8 DOKUMA KUMAŞ GRAMAJI VE MALİYETİ	KASIM UZUNÖZ	22.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
9 ÜRÜN YAŞAM EĞRİSİ YÖNETİMİ - PLM	SELİN SARIKAYA	28.03.2019	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA
10 MAVİ YAKA NASIL YÖNETİLİR ?	HÜLYA MUTLU	29.03.2018	10:00 - 17:00	1 Gün (6 saat)	İTKİB / YENİBOSNA



## İHKİB YÖNETİMİ, ÖĞRENCİ-SEKTÖR BULUŞMALARıyla EĞİTİMDE FARKINDALIK YARATIYOR

**İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) yönetim kurulu üyeleri, İHKİB'in açmış olduğu okulları ve öğrencileri yalnız bırakmıyor. Birlik üyeleri, yaptıkları ziyaretler ve söyleşiler ile sektörün mesleki ve teknik eğitiminde farkındalık yaratmaya devam ediyor.**

İHKİB Yönetim kurulu üyeleri, birliğin protokol yaptığı okullarda sektöre ilişkin tecrübelerini, iyi uygulama örneklerini aktarmak üzere öğrencilerle söyleşiler gerçekleştirmeye devam ediyor. 26 Şubat 2019 tarihinde İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Haldun Boz, Nişantaşı Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret ederek, öğrencilere sektörün durumu hakkında genel bilgi verdi. Boz, yaptığı konuşmada, öğrencilere nitelikli birer ara eleman olmaları yönünde tavsiyede bulundu.

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Selçuk Kaya da 4 Mart 2019 tarihinde İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret ederek öğrenciler ile bir araya geldi.

Yöneticiler, öğrenciler ile yaptıkları söyleşilerle, mesleki ve teknik eğitimin sektördeki önemine dikkat çekerek, hazırgiyim sektörüne yönelik eğitim alan öğrencilerin sektörde bir an önce rol almasına aracılık etmeyi amaçlıyor. Eğitilmiş ve hazırgiyim sektörüne ilişkin beceri sahibi olmuş gençlerin sektörle buluşmalarının, öğrenciler üzerinde olumlu motivasyon sağlayacağı düşünülüyor.





# HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

Şubat ayında AB28 ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 4 düşürek 960,8 milyon dolar oldu.

Ocak-Şubat döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 10 ülke, toplam ihracatın yüzde 68'ini oluşturdu.

Ocak-Şubat döneminde Orta Doğu ülkelerine yapılan ihracat, yüzde 23,4 artarak 336,9 milyon dolar oldu.

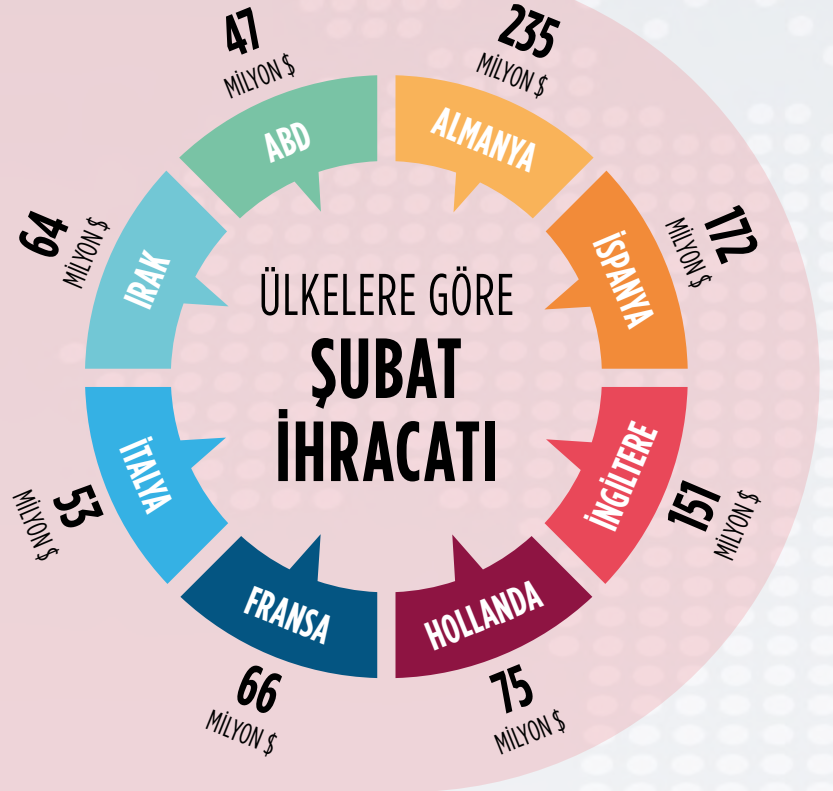
## ŞUBAT AYINDA İHRACAT

YÜZDE 1 ARTIŞLA  
**1,42 MİLYAR DOLAR**  
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI AB ÜLKESİ

**SLOVAKYA**  
**% 187**

Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı Avrupa Birliği ülkesi yüzde 187 ile Slovakya olurken, Libya'ya ihracat yüzde 120 arttı.



**TOPLAM ÜLKE İHRACATINDA HAZIRGIYİMİN PAYI**  
**% 10,4**

ŞUBAT 2019

## ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK AYI İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

**710**  
MİLYON \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

**551**  
MİLYON \$

DiĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

**142,5**  
MİLYON \$

# TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

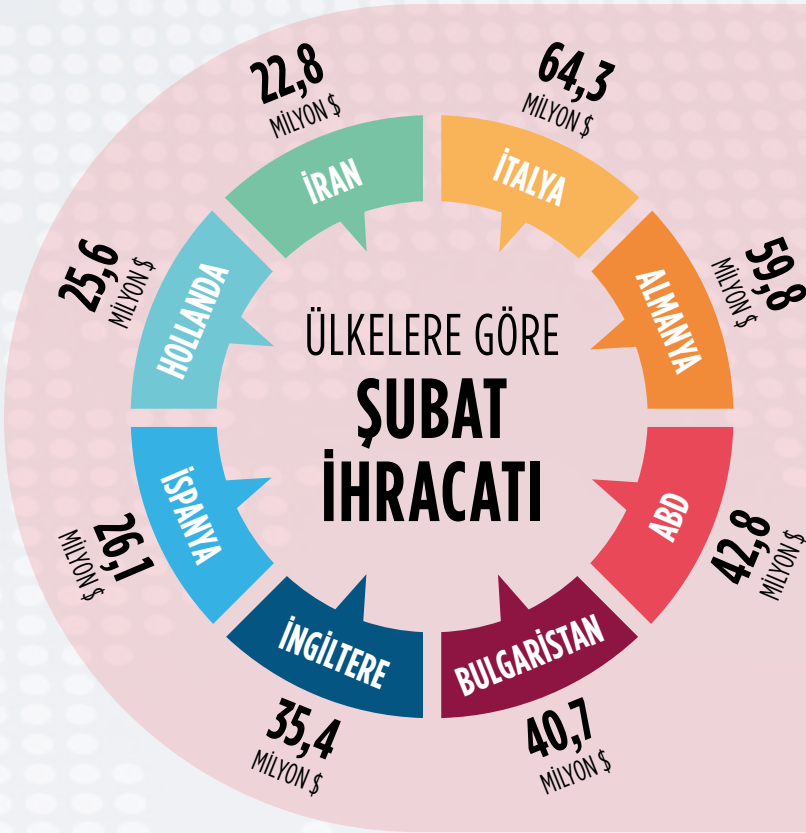
## ŞUBAT AYINDA İHRACAT

YÜZDE 8,3 DÜŞÜŞLE  
**641 MİLYON DOLAR**  
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

Şubat ayında tekstil ve hammaddeleri ihracatının, genel ihracatın içerisindeki payı yüzde 5,8 olarak gerçekleşti.

AB(28) ülkelerine yapılan ihracat, Şubat ayında yüzde 12,7 düşerek 403 milyon dolara geriledi.

Şubat ayında tekstil ürünleri imalatında yüzde 77,8 olan kapasite kullanım oranı, bir önceki aya göre yüzde 2,5 arttı.



## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE KIRGISIZTAN % 216

Şubat ayında tekstil ve hammaddeleri ihracatımızın en fazla yükseldiği ülke grubu Türk Cumhuriyetleri oldu. İlk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke yüzde 216 ile Kırgızistan oldu.

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK AYI İHRACATI

DOKUMA  
KUMAŞLAR  
**181,2**  
MİLYON \$

İPLİK  
**150,8**  
MİLYON \$

TEKNİK  
TEKSTİL  
**141**  
MİLYON \$

TEKSTİL VE  
HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNÜN  
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

**% 5,8**  
ŞUBAT 2019

# DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Şubat ayında AB28 ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 13,7 artarak 61,2 milyon dolar oldu.

Şubat ayında en fazla ihracat yapılan ilk 10 ülkenin altısına ihracat arttı.

Şubat ayında Afrika ülkelerine yapılan toplam ihracat yüzde 22 artarak 12,2 milyon dolara ulaştı.

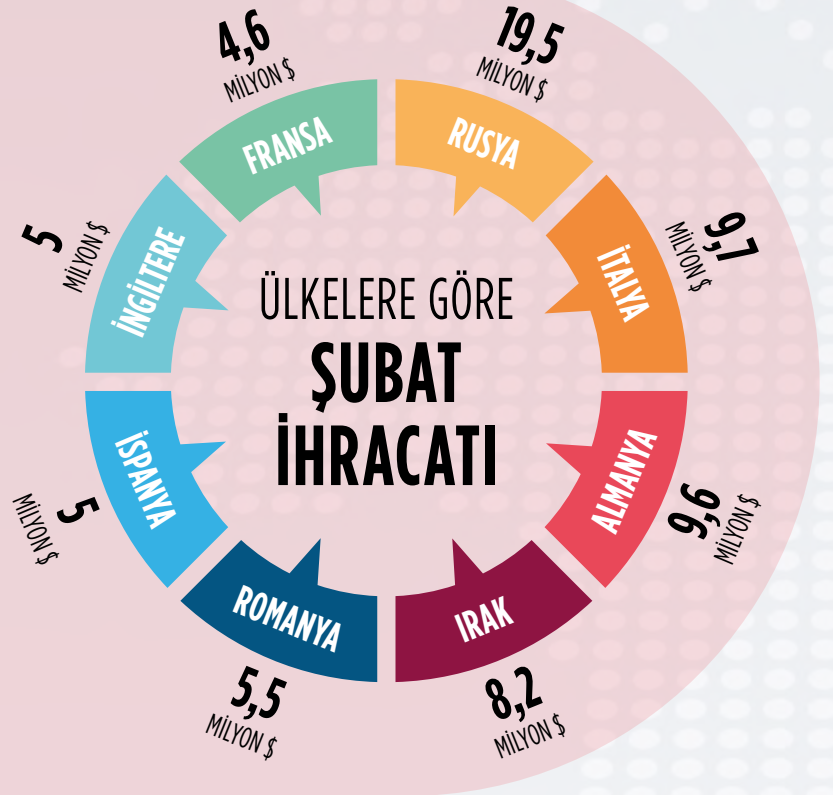
## ŞUBAT AYINDA İHRACAT

YÜZDE 1,4 ARTIŞLA  
**146,6 MİLYON DOLAR**  
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

**NIJERYA**  
**% 505,5**

Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke yüzde 505,5 ile Nijerya olurken, Dominik Cumhuriyeti'ne ihracat yüzde 158, Bosna Hersek'e yüzde 82,5 arttı.



## ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK AYI İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN  
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

**% 1,1**

ŞUBAT 2019

AYAKKABI

**100,2**

MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN  
GIYİM EŞYALARI

**10**

MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ  
DERİ VE KÜRK

**17,2**

MİLYON \$

SARACIYE

**18,9**

MİLYON \$

## HALI İHRACATI

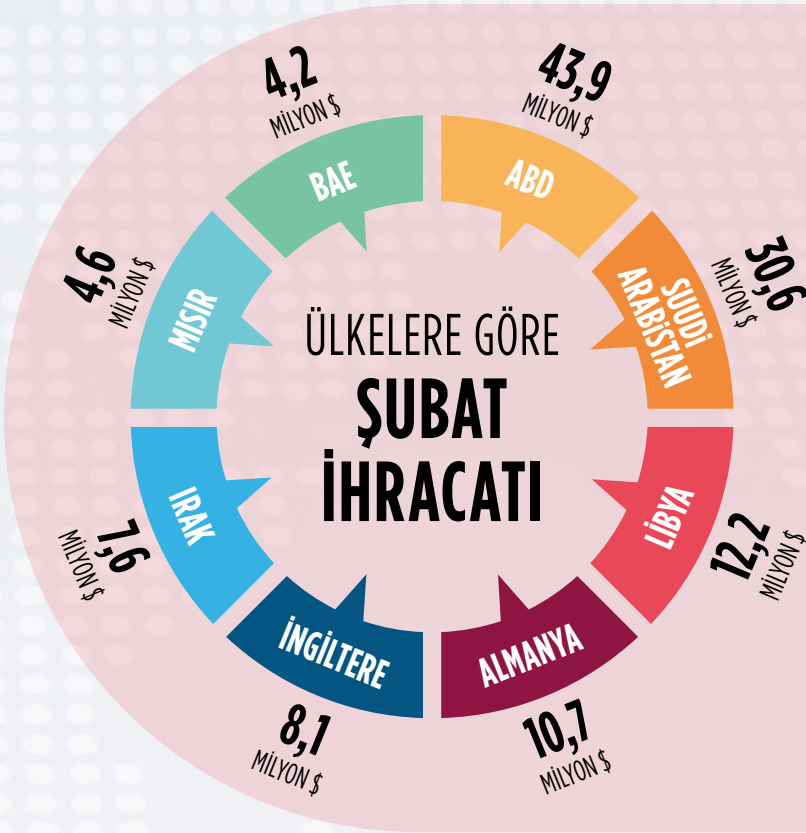
### ŞUBAT AYINDA İHRACAT

YÜZDE 87,4 ARTIŞLA  
**186 MİLYON DOLAR**  
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

Şubat ayında AB28 ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 2,6 artarak 38,2 milyon dolar oldu.

Şubat ayında ilk 10 ülkeye yapılan toplam ihracat yüzde 15,2 artarak 128,8 milyon dolara ulaştı.

Ocak-Şubat döneminde ilk 10 ülkeye yapılan ihracat, toplam halı ihracatının yüzde 70'ini oluşturdu.



### ÜLKELERE GÖRE ŞUBAT İHRACATI

## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

**LİBYA**  
% 356,6

Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke yüzde 356,6 ile Libya olurken, Rusya'ya ihracat yüzde 185, Etiyopya'ya yüzde 349 arttı.

## ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK AYI İHRACATI

MAKİNE  
HALILARI  
**157**  
MİLYON \$

TÜFTE  
HALILARI  
**24,1**  
MİLYON \$

EL  
HALISI  
**4,8**  
MİLYON \$

**TOPLAM ÜLKE  
İHRACATINDA  
HALININ PAYI**  
**% 1,4**

ŞUBAT 2019



## İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (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

### TİCARET BAKANLIĞI

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



### TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (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  
Web: 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  
Web: www.aysad.org

#### Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 - 53  
Web: www.lasiad.org.tr

#### Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

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

#### Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

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

#### Bayrampaşa Tekstilci 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

#### Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30  
Web: www.denimder.org.tr

#### 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

#### Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15  
Web: www.tigsad.org

#### Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02  
Web: www.turdev.org

#### Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08  
Web: www.csd.org.tr

#### Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

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

#### Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71  
Web: www.tasd.com.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  
Web: www.ihkibev.org.tr

#### Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05  
Web: www.orsad.org.tr

#### Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47  
Web: www.tdkd.org.tr

#### Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

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

#### Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

Tel: 0 212 415 82 32  
Web: www.ksiad.com

#### Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

Tel: 0 212 543 39 07  
Web: www.saraciyeli.org.tr

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

Tel: 0 232 488 61 23  
Web: www.targev.org.tr

#### Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

#### Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 - 97  
Web: www.kysd.org.tr

#### Tescilli Markalar Derneği (TMD)

Tel: 0 212 245 69 29  
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

#### Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

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