

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

NİSAN 2019 SAYI 305

KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI



MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL

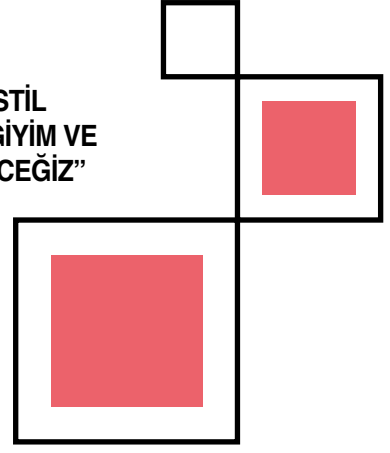


THE CORE İSTANBUL



İÇİNDEKİLER

- 06** | İTKİB'DEN CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN, HAZIRGIYIM VE TEKSTİL SEKTÖRÜNE MESAJ VERDİ: "ANADOLU'DA HAZIRGIYIM VE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ TEŞVİKLERLE DESTEKLEYECEĞİZ"
- 08** | İTKİB BAŞKANLARINDAN, İŞ BİRLİĞİ VURGUSU
- 10** | HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNÜN TALEPLERİ BAKAN YARDIMCISI TURAGAY'A İLETİLDİ
- 12** | TÜRKİYE-PAKİSTAN STA'SI DEĞERLENDİRİLDİ
- 14** | İHKİB, 2020 İLKBAHAR YAZ MODA TRENDLERİNE İŞIK TUTTU
- 18** | HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON SEKTÖR KURULU'NUN ANA GÜNDEMİNDE BREXIT VARDI



64 | KÜLTÜR SANATSAL İFADE ARACI OLARAK TEKSTİL "İPLİKTE ÇÖZÜLENLER"



42 | KAPAK KONUSU İHKİB, 4X4'LÜK STRATEJİK EYLEM PLANI KAPSAMINDA, BİR HAFTADA ÜÇ ÖNEMLİ ETKİNLİĞE İMZA ATTI

22 | İTHİB ÜYELERİNE TEKSTİLİN YENİ TRENDLERİ ANLATILDI

24 | İTHİB, İTO İLE İŞ BİRLİKLERİNİ GELİŞTİRECEK

26 | TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN YENİ ODAĞI; JAPONYA

32 | İHRACATÇIYA, KIYMETLİ KÜRKÜN HAMMADDESİNDE ÖTV DESTEĞİ

40 | GÜNDEM BREXIT SENARYOLARI İNGİLTERE İLE STA'YI ZORUNLU KILIYOR





78 | FARK YARATANLAR
HALDUN BOZ: AVRUPA'DA KALİTE ODAKLI BÜYÜDÜK

82 | TASARIMCI
ASLI FİLİNTA
“DÜNYA MODASINI
ÜLKELERİN
POLİTİKALARI
YÖNETİYOR”

51 | VİZYON
İHKİB VİZYON
BELGESİ: HEDEFLERE
ULAŞMANIN YOLU
MARKALAŞMA VE
TASARIMDAN GEÇİYOR

52 | MERCEDES-BENZ FASHION WEEK
İSTANBUL İLE MODA RÜZGARİ ESTİ

56 | THE CORE İSTANBUL, MARKA EKONOMİSİNE
GEÇİŞTE ÖNEMLİ ROL OYNAYACAK

58 | ANKARA'DA BİR SERGİ;
KİLİMİN SEMBOLLERİ

60 | MUSTAFA PAŞAHAN AVRUPALI MARKALAR
İÇİN MALATYA'DA ÜRETECEK

68 | CHPE ŞANGHAY FUARI'NDA TÜRK
ÇORAPLARINA YOĞUN İLGİ

70 | CENTRAL ASIA FASHION (CAF), ORTA ASYA
PAZARINDA BÜYÜMEK İÇİN FIRSAT SUNUYOR

72 | PREMIERE VISION, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ
İSTANBUL'DA BULUŞTURDU

74 | DERİ VE DERİ MAMULLERİ SEKTÖRÜ
APLF FUARI'NDA BİR ARAYA GELDİ



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 GİYİM

Birol SEZER

Aydın ERTEN

Mithat SAMSAMA

TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ

Ali Sami AYDIN

Orhan AYDIN

DERİ

İlhan KUŞELİ

Serkan CEVAHİR

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



viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ

Fatih HANÇER

EDİTÖRLER

Pelin DEMİREL

Peri ERBUL

FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Merve ARSLAN

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

Suat YEŞİLTAŞ

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI

YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3

NIŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com

BASKI

ÖZGÜN OFSET

Yeşilce Mah. Aytekin Sk. No: 21 34418

4. Levent / İSTANBUL

T: +90 (212) 280 00 09

CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN, HAZIRGIYIM VE TEKSTİL SEKTÖRÜNE MESAJ VERDİ:

“ANADOLU’DA HAZIRGIYIM VE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ TEŞVİKLERLE DESTEKLEYECEĞİZ”

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Ağrı mitinginde hazır giyim ve tekstil sektörüne bir mesajı olduğunu belirterek, “Ağrı gibi yoğun istihdama ihtiyaç duyduğumuz bölgelerimizde, ciddi teşviklerle tekstil sektörünü desteklemeyi sürdüreceğiz” diyerek, hazır giyim ve tekstil sektörünü Doğu Anadolu’da yatırıma davet etti.



Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 25 Mart 2019 tarihinde Ağrı’da gerçekleştirdiği mitingde hazır giyim ve tekstil sektörüne güzel mesajlar verdi:

“Hazır giyim ve tekstilde Ağrı’yı bölgemizin en önemli üretim merkezi haline getireceğiz” diyen Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türk hazır giyim ve tekstilcilerine bir mesajı olduğunu belirterek şunları söyledi: “Hazır giyim ve tekstilcilerimizi gözden çıkarmak bir yana, özellikle Ağrı gibi yoğun istihdama ihtiyaç duyduğumuz bölgelerimizde ciddi teşviklerle, tekstil sektörünü desteklemeyi sürdüreceğiz.”

Bir müjde de Ağrılı vatandaşlara veren Cumhurbaşkanı Erdoğan, uluslararası spor kıyafetleri markası Nike’in Ağrı’da fabrika kuracağını belirterek, “Global pazarın en büyük markalarından olan Nike, buraya gelecek fabrikasını kuracak ve 5 bin kişiye istihdam sağlanacak” dedi.

Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın hazır giyim ve tekstil sektörüne teşvik vermeye devam edeceklerine dair verdiği mesaj, Anadolu’da yeni yatırımlar için Ankara’da çeşitli talepleri olan hazır giyim ve tekstil sektör temsilcilerini umutlandırdı.

İTKİB BİRLİKLERİNİN YATIRIM İÇİN ORTAK TALEPLERİ

İTKİB Birliklerinin Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgesi’nde hazır giyim ve

tekstil yatırımlarının desteklenmesine yönelik ortak talepleri şöyle açıkladı: “Devletimizin diğer bölgesel teşviklerden ayrı olarak Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgesi’nde verdiği işsizlik maaşları ve diğer desteklerin üretime kazandırılması gerekmektedir. Bunun için ‘Tersine Göç Projesi’ hazırlanmış olup, bu proje ile işverenlerin işsizlik maaşının haricindeki maliyetleri üstelenmesi amaçlanmaktadır. İşsizlik maaşı, yeni kurulacak işletmelerde istihdam sağlanacak personel için kullanılacak ve bu bütçe üretime ve istihdama kazandırılacaktır. Bu projede hedef, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde âtil durumda bulunan kamu binalarının tekstil – konfeksiyon atölyelerine çevrilerek, üretime kazandırılmasını sağlamaktır. Böylelikle hem devletimiz hem işverenler hem de işsizlik maaşı alan vatandaşlarımızın fayda sağlayabileceği bir model hayata geçirilecektir. Projemiz ile bütün Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin teşvik kapsamına alınması değil, özellikle güvenlik ve işsizlik sorununun yoğunluk gösterdiği il ve ilçelerde Türk hazır giyim ve tekstil sektörlerinin yeni fabrika ve atölyeler açması ve bu amaç doğrultusunda bölgede âtil kamu binalarının üretim tesislerine dönüştürülmesi amaçlanmaktadır.”

Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Nike olarak ifade ettiği yatırımın, dünya markalarına hazır giyim - ev tekstili üretimi gerçekleştiren Yeşim Tekstil tarafından yapılacağı belirtiliyor. Şirketin web sayfasında yapılan açıklamada; Ağrı’da inşa edilecek üretim tesisinde üç yıl içinde 5 bin kişiye istihdam sağlanacağı açıklandı. Üretim tesisi, Ağrı Tekstil Kent Projesi kapsamında Ağrı Valiliği tarafından tahsis edilen arsa üzerinde yükselcek.



İTKİB BAŞKANLARINDAN, İŞ BİRLİĞİ VURGUSU

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), üyelerinin katılımı ile Kurucu Kuruluşlar ve Kurumsal Üyeler Buluşması düzenledi. İTKİB Birlik Başkanları'nın da katıldığı toplantıda, gündemdeki konular hakkında istişareler yapıldı. Toplantıda birer konuşma yapan İTKİB Başkanları, kurucu kuruluşlar ve kurumsal üyeler ile iş birliklerinin güçlendirilmesine vurgu yaptı.

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), üyelerinin ve İTKİB Birlik Başkanları'nın katılımı ile Kurucu Kuruluşlar ve Kurumsal Üyeler Buluşması düzenledi. Fairmont Quasar Hotel'de DEİK Yönetim Kurulu Başkanı Nail Olpak'ın ev sahipliğinde düzenlenen toplantıya, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak katıldı.

Toplantının açılışında konuşan DEİK Yönetim Kurulu Başkanı Nail Olpak, DEİK'in toplam 145 iş konseyini bünyesinde barındırdığını anlatarak, dış dünya ile ilişkilerde bütün olarak hareket etmeleri gerektiğini ifade etti.

Ticari diplomasi başlığı altında çalışmalarını yürüttüklerini belirten Olpak, iş konseylerinin daha etkin olabilmeleri için onlarla ilgili performans kriterleri belirlediklerini açıkladı. Olpak, yakında iş konseylerinin performans karnelerinin ortaya çıkacağını ve bunları kendilerine duyuracaklarını ekledi. Önümüzdeki dönemde başka

ülkelerle, üçüncü ülkeler üzerindeki ortak çalışmalara yoğunlaşmak istediklerine dikkat çeken Olpak, Macaristan ile Afrika ülkelerinde iş birliği yapmak konusunda toplantılar yaptıklarını söyledi. Fransa'nın Irak'ta Türkiye ile iş yapmak istediğini belirten Olpak, Japonya ve Lübnan'ın da talepleri olduğunu anlattı.

Toplantı boyunca, katılımcı DEİK üyeleri kürsüye gelerek gerçekleştirilen faaliyetler ve yapılan çalışmalar hakkında görüş ve değerlendirmelerde bulundu. Olpak, kurumun önümüzdeki dönemde daha etkin ve verimli çalışmalar gerçekleştirmesi için önerilerini paylaştı.

145

DEİK'in bünyesinde barındırdığı iş konseyi sayısı

BAŞKAN GÜLTEPE: “DEİK’İN İŞ VE NETWORK HAVUZUNDAN YARARLANMAK İSTİYORUZ”

Toplantıda konuşan İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, DEİK ile Kurucu Kuruluşları ve Kurumsal Üyeleri arasındaki diyalogun geliştirilmesinin ihracata olumlu yansıtacağına vurgu yaparak, “Hedef pazarlarımız ya da ihracatımızı geliştirmek istediğimiz pazarlara ilişkin DEİK ile daha fazla istişare ortamları oluşturulmasının, diyalogun güçlendirilmesine katkı sağlayacağını düşünüyoruz. Özellikle pazarlara yönelik DEİK’in iş ve network havuzundan ihracatçı firmalarımızın da yararlandırılmasını istemekteyiz” diye konuştu. Başkan Gültepe, konuşmasının devamında hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün taleplerini kurucu kuruluşlar ile paylaştı.

BAŞKAN ÖKSÜZ: “İHRACATI ARTIRACAK HER TÜRLÜ İŞ BİRLİĞİNE HAZIRIZ”

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz de yaptığı konuşmada; kurucu kuruluşları, üyeleri ve iş konseyleri ile birlikte, Türkiye’nin önde gelen iş dünyası temsilcilerinin oluşturduğu iş diplomasi örgütü DEİK ile bu ülkeye hizmet etme paydasında buluşmasından duyduğu mutluluğu dile getirdi. Başkan Öksüz, ekonomik alanda ve ülke ihracatının gelişmesine yönelik her türlü çalışmada iş birliği yapmaya hazır olduklarının altını çizdi.

BAŞKAN ŞENOCAK: “İŞ BİRLİĞİ PLATFORMLARI KURARAK TÜRKİYE MARKASINI ÖNE ÇIKARABİLİRİZ”

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, yaptığı konuşmada; DEİK ile Kurucu Kuruluşları ve Kurumsal Üyeleri arasındaki diyalogun geliştirilebilmesi için ekonomik ilişkilerin gelişmesine katkı sağlanması amacıyla ikili iş birliği platformu yaratılmasına vurgu yaparak, şunları söyledi: “Bu platformda düzenli aralıklar ile bir araya gelinip, ihracatçılarımızla birlikte yurt dışına yapılan ticari heyetlerin etkinliğinin ve görünürlüğünün artırılmasına yönelik iş birliği imkanları değerlendirilebilir. Yapılacak iş birlikleri ile Türk kumaşı, Türk halısı, Türk derisi platformları yaratılarak, ülkemizin güçlü olduğu tekstil, hazırgiyim ve deri ürünlerinde, Türkiye markasının öne çıkarılarak farkındalığın olumlu yönde artırılması sağlanabilir.”



MUSTAFA GÜLTEPE



Hedef pazarlara yönelik DEİK’in iş ve network havuzundan ihracatçı firmalarımız yararlandırılabilir.



AHMET ÖKSÜZ



Ekonomik alanda ve ülke ihracatının gelişmesine yönelik her türlü çalışmada İTHİB olarak iş birliği yapmaya hazırız.



MUSTAFA ŞENOCAK



İş birlikleriyle Türk kumaşı, halısı, Türk derisi platformları oluşturarak, Türkiye markasını öne çıkarabiliriz.



HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNÜN TALEPLERİ BAKAN YARDIMCISI TURAGAY'A İLETİLDİ

Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, 7 Mart 2019 tarihinde İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'ni (İHKİB) ziyaret ederek, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve yönetim kurulu üyeleriyle bir araya geldi. Toplantıda hazırgiyim ve konfeksiyon sektörüne ilişkin sorunlar ve çözüm önerileri değerlendirildi.

Bakan Yardımcısı Turagay'a İstanbul Moda Haftası'ndan, sektörün dijital dönüşümüne kadar birçok konuda sektörün sorunları ve çözüm önerileri aktarıldı. Bakan Yardımcısı Turagay, Hazırgiyimde Dijital Dönüşüm IPA Projesi ve Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması hakkında bilgilendirildi.

Toplantıda İHKİB'in 2020 yılında İstanbul'da hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünü en geniş şekilde kapsayacak uluslararası bir moda fuarı düzenlemeyi amaçladığı belirtilerek, bu nedenle İTKİB Fuarcılık A.Ş.'nin yeniden aktif hale getirilmesi için destek istendi. Toplantının diğer konuları arasında ise Tersine Göç Projesi, hazırgiyim sektöründe otomasyon ve dijitalleşmeye dönük yatırımların stratejik yatırımlar olarak desteklenmesi, başta kadın istihdamı olmak üzere konfeksiyon sektörüne özel yatırım desteklerinin sağlanması ve OSB yanında OSB dışındaki mahalle ve ilçelere OSB teşvikinin verilmesi gibi konular yer aldı.

Bakan Yardımcısı Turagay'a iletilen diğer bir konu da İHKİB tarafından dünyanın en prestijli fuarlarına yapılan milli katılımların artırılmasının hedeflendiği, daha çok firma ile sektörün

yurt dışında daha fazla tanıtımının yapılacağıydı. Bu noktada, fuara katılan firmaların destekleri TL cinsinden alırken, katılım masrafları döviz olarak ödendiği için oluşan kur farkı nedeniyle firmaların mağduriyeti dile getirildi. İHKİB tarafından firmaların fuar destek başvurusunun sonuçlandırıldığı tarihteki kur ile hesaplanması ve firmaların İhracatçı Birlikleri'ne ödemelerini kredi kartı ile taksitli olarak yapabilmeleri ve söz konusu taksitlendirmenin devlet desteklerini almalarını engellememesini sağlayacak bir sistem geliştirilmesi talep edildi.

BREXIT VE PAKİSTAN STA TEHDİDİ DE KONUŞULDU

Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ile yapılan toplantıda ayrıca; Pakistan ile imzalanması öngörülen serbest ticaret anlaşmasının olumsuz etkileri, Brexit sürecinin belirsizliği ve sektöre olumsuz etkileri, rekabetçi fiyatlarla hammadde temini ve ithalatta uygulanan ticaret politikaları önlemlerinin maliyetlere etkisi, devlet yardımları prosedürünün basitleştirilmesi, ticaret ve alım heyetleri destek prosedürünün kolaylaştırılması ve alım gruplarının desteklenmesine yönelik mekanizma oluşturulması konuları da ele alındı.



TÜRKİYE-PAKİSTAN STA'SI DEĞERLENDİRİLDİ

Olası Türkiye-Pakistan Serbest Ticaret Anlaşması'nın, tekstil ve hazır giyim sektörlerine muhtemel etkilerinin irdelenmesi için İTKİB ev sahipliğinde, 4 Mart 2019 tarihinde Ticaret Bakanlığı yetkililerinin katılımıyla bir toplantı gerçekleştirildi.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'nin (İTKİB) ev sahipliğinde, 4 Mart 2019 tarihinde Ticaret Bakanlığı yetkililerinin katılımıyla, Dış Ticaret Kompleksi'nde bir toplantı gerçekleştirildi. İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz'ün başkanlığında yapılan toplantıya, İstanbul Sanayi Odası (İSO) Başkan Yardımcısı İrfan Özhamaratlı ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Konfeksiyon ve Hazır giyim Meclis Başkanı Şeref Fayat'ın yanı sıra İHKİB ve İTHİB'in yönetim kurulu üyeleri katılım gerçekleştirdi. Toplantıda, olası bir Türkiye-Pakistan Serbest Ticaret Anlaşması'nın tekstil ve hazır giyim sektörlerine etkisi incelendi.

Toplantıda, imzalanması muhtemel bir anlaşmanın, ülkemiz ihracatının en güçlü sektörleri olan tekstil ve hammaddeleri ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerini nasıl etkileyeceği konusunda görüş alışverişinde bulunuldu. Mart 2016'da Islamabad'da imzalanan Türkiye-Pakistan çerçeve anlaşmasının ardından, Pakistan ile yapılması muhtemel bir serbest ticaret anlaşmasının, tekstil ve hazır giyim sektörlerine yaratacağı etkiler değerlendirildi. Özellikle Çin ve Bangladeş gibi ülkelerle serbest ticaret anlaşması bulunan Pakistan üzerinden kontrolsüz bir şekilde Türkiye'ye girecek olan tekstil ve hazır giyim ürünlerinin, haksız rekabete neden olabileceği vurgulandı. Toplantıya katılan Ticaret Bakanlığı yetkilileri konuyla ilgili çalışmaların devam ettiğini ifade etti.



İHKİB, 2020 İLKBAHAR YAZ MODA TRENDLERİNE IŞIK TUTTU

'2020 İlkbahar Yaz Moda Trendleri' temasıyla gerçekleştirilen WGSN Trend Semineri; katılımcılara, dünya trendlerini yakalama ve her bölgeden özel araştırmalarla derlenen tüketici alışkanlıklarını keşfetme fırsatı sundu.



İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), geleceğe yön vermek isteyen ihracatçıları ve markaları, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da WGSN Trend Seminerlerinde bir araya getirdi. '2020 İlkbahar Yaz Moda Trendleri' temasıyla gerçekleştirilen seminer; katılımcılara, dünya trendlerini yakalama ve her bölgeden özel araştırmalarla derlenen tüketici alışkanlıklarını keşfetme fırsatı sundu. WGSN Catwalks Direktörü Lizzy Bowring'in sunum gerçekleştirdiği Trend Semineri'ne toplamda 550 izleyici katılarak, son moda trendleri hakkında en güncel bilgilere sahip olma şansını yakaladı.

Modanın artık kişiselleştigiğine vurgu yapan Bowring, çok amaçlı moda fikrinin bazı tasarımcılar tarafından uygulanmaya başlandığını belirterek şunları

söyledi: "Resmi giyim pazarı, yüksek öğrenim görmüş çalışanların istihdamına bağlı olarak hızla büyüyor. Avrupa, Asya ve ABD'de çalışan kadınların sayısı artıyor. 2014 yılında 421 milyar dolar değerinde olan küresel kadın resmi kıyafet pazarının, 2023 yılına kadar yıllık yüzde 4,2 büyümesi öngörülüyor.

Kurum kültürü değişiyor, çünkü iş kıyafetlerini çevreleyen sınırlar, tüketicilerin hem güçlü hem de rahat gördükleri tasarıma uyacak şekilde değişiyor. Tasarımlara, kadın çalışanların, masasından kalkıp bir iş yemeğine veya akşam bir etkinliğe katılacak şekilde rahatlık katılıyor."

Lizzy Bowring, son yıllarda kullanılan kıyafetlerin bir bölümünün geri dönüştürülmek için toplanmaya başladığını, teknolojinin gelişimiyle birlikte gelecek dönemde geri dönüştürülmüş kıyafetlerden elde edilen giysi pazarının artacağını altını çizdi.

DAHİLDE İŞLEME REJİMİ TOPLANTISINDA KOBİ'LERİN BEKLENTİLERİ ANLATILDI

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü ile yapılan Dâhilde İşleme Rejimi (DİR) toplantısında KOBİ niteliğindeki hazır giyim firmalarının yaşadığı sorunları dile getirerek, çözüm önerilerinde bulundu.

İhracata yönelik olarak imalatçılara gümrük vergisiz hammadde tedarikine olanak sağlayan Dahilde İşleme Rejimi'ni etkin kullanamayan KOBİ niteliğindeki hazır giyim firmalarının yaşadığı sorunlar, İHKİB tarafından Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'ne anlatıldı. 8 Mart 2019 tarihinde Ankara'da yapılan "DİR Kapsamında Yaşanan Sorunlar Toplantısı"nda DİR sisteminde KOBİ niteliğindeki hazır giyim ihracatçılarını etkileyen süreçlerin basitleştirilmesi ve "güven ve sonradan kontrol" esasına dayalı olarak yeniden yapılandırılması dile getirildi. Toplantıda, global ölçekte faaliyet gösteren yabancı markalara yönelik üretim yapan hazır giyim ve konfeksiyon üreticisi firmalarının ürün tedarik aşamasında DİR uygulamalarında yaşadıkları sorunlar değerlendirildi. İHKİB temsilcisi tarafından, global firmaların çalışma şeklinin, dünyanın dört bir tarafına dağılmış tedarikçilerinin kendilerine sipariş verdiğinde, ürünün imalatı aşamasında kullanılacak girdileri hangi firmadan, kaç adet ve ne kadar maliyetlerle

alınacağını baştan belirttiğini, dolayısıyla bu şartlarda üretim ve ihracat yapıldığı için hammadde temininde süreçlerin esnek olmamasından kaynaklanan nedenlerle farklı bir tedarik yapılamadığı dile getirildi. Hazırgiyim sektörünün hızlı moda dayalı rekabet yapısından dolayı, hammadde temininde DİR sisteminin kullanılmasında sıkıntılar olduğundan hareketle, hazır giyim sektörüne daha rekabetçi fiyatlarda hammadde temini sağlamak amacıyla daha farklı bir mekanizma oluşturulmasının sektörün en temel beklentisi olduğu vurgulandı.



EURATEX YÖNETİM KURULU GÜNDEMİ DEĞERLENDİRDİ

Euratex Yönetim Kurulu, 15 Mart 2019 tarihinde bir araya geldi. Toplantıda bir önceki toplantının tutanaklarının değerlendirilmesinin yanında, AB ile ABD arasında Ticaret Müzakerelerinin yeniden başlatılması ve Kamboçya ve Myanmar'daki insan hakları ihlalleri masaya yatırıldı.

Avrupa Birliği içinde hazır giyim ve tekstil sektörlerini temsil eden en üst kuruluş olan Euratex, 15 Mart 2019 tarihinde Belçika'nın başkenti Brüksel'de Yönetim Kurulu toplantısı gerçekleştirdi. Türkiye'nin İHKİB, İTHİB, TGSD ve TTSİS kurumları tarafından temsil edildiği toplantıda İHKİB'i Euratex Başkan Yardımcısı Ruşen Çetin temsil ederken, toplantıya Türk Hazırgiyim ve Tekstil İhracatçıları Birliği Brüksel Temsilcisi Haluk Özelçi de katıldı.

"TİCARET MÜZAKERELERİNİN İÇİNDE OLMAK İSTİYORUZ"

Euratex'in de katılımıyla, otomotiv dışındaki



sanayi ürünlerini içerecek olası bir anlaşmanın müzakereleri öncesinde bir "task force" kurulması planlanırken, Başkan Yardımcısı Ruşen Çetin, Türkiye olarak bu çalışmanın içinde yer almak istediklerini belirtti. Tunus'un uyguladığı ek vergilerin, hukuki olmayan teknik engeller olduğu, Türkiye temsilcileri tarafından bir kere daha dile getirildi.

Kamboçya ve Myanmar'ın GSP sisteminden çıkarılmaları konusunda AB Komisyonu'nun başlattığı incelemenin yanı sıra bu ülkelerde çocuk işçi çalıştırılmasının da izlenerek Komisyon'un kararının desteklenmesi kararlaştırıldı.

HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON SEKTÖR KURULU'NUN ANA GÜNDEMİNDE BREXIT VARDI

Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu, yeni dönemin dördüncü toplantısını, 14 Mart 2019 tarihinde Akdeniz Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği'nin (AHKİB) ev sahipliğinde Mersin'de gerçekleştirdi.



İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe başkanlığında Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB) Başkanı Recep Burak Sertbaş, Akdeniz Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği (AHKİB) Başkanı Hayri Uğur ve Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) Başkanı Nüvit Gündemir ile Sektör Kurulu'nun diğer üyelerinin katılımıyla gerçekleşen toplantı, yoğun gündemle geçti.

İlk olarak hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün güncel ihracat performansı ve güncel ekonomik gelişmelerinin değerlendirildiği toplantının ikinci gündeminde, Brexit süreci ile bu sürecin hazırgiyim ve konfeksiyon sektörüne olası etkileri ele alındı ve Brexit sürecinin sektöre etkisi hakkında hazırlanan rapor hakkında kurula bilgi verildi.

Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu'nda ayrıca tekstil mühendisliği bölümlerinin algısının yükseltilmesine yönelik yapılan çalışmalar ve geliştirilen öneriler değerlendirildi ve özellikle başarılı öğrencilere verilmesi planlanan burslar konusunda Sektör Kurulu'na bilgi verildi. Bu konuyla ilgili olarak tekstil mühendisliği bölümlerinin kontenjanlarının dolmadığı belirtilerek, bu konuda harekete geçilmesi gerektiği vurgulandı. Çeşitli konuların görüşüldüğü toplantının son bölümünde ise sektör kurulu üyeleri tarafından çeşitli konularda düşünceler ve temenniler dile getirildi.





GÖMLEK İHRACATÇILARI KÜMESİ İNGİLTERE'YE HAZIRLANIYOR

İHKİB bünyesinde faaliyet gösteren -çoğunluğu- orta ölçekli gömlek üreticilerinin bir araya gelerek 2017'de başlattıkları Ur-Ge kümesi, 29 Nisan – 1 Mayıs 2019 tarihleri arasında İngiltere'nin başkenti Londra'da düzenlenecek ticaret heyeti öncesindeki hazırlıklara tüm hızıyla devam ediyor.

Küme firmalarının hedeflediği ülkeler arasında ilk sıralarda yer alan İngiltere pazarı için yapılan çalışmalar kapsamında, yabancı müşterilerin doğru koleksiyon ve katma değerli ürün görmek konusundaki taleplerini tatmin etmek ve firmaları cazip kılacak yaklaşımlara sahip olmalarını sağlamak amacıyla, birbirini tamamlayıcı nitelikte yürütülecek; trend eğitimleri, desen havuzu çalışması ve koleksiyon tasarımları gibi eğitim ve danışmanlık modellerini içeren bir dizi faaliyet kurgulandı.

Bu çalışmaların başında, sosyal uygunluk ve insan kaynakları yönetimi danışmanlık programı yürütüldü. Genel yapısı itibarıyla yarı kurumsal nitelikte değerlendirilebilecek küme firmaları, ölçek ve önceliklerine göre; SEDEX, BSCI ve SA8000 gibi uluslararası sosyal uygunluk belgelerini edinme süreçlerini başlattı. Böylelikle sosyal uygunlukta ulusal

standartları temel alan firmalar, ihracatta hedefledikleri müşteri portföyü ile aynı standartlara sahip olarak, uluslararası tedarik rekabetinde avantaj elde ettiler. Aynı zamanda, İngiltere pazarını tanıyan, Londra merkezli uzman alıcı kadrosuna sahip bir PR firması ile, küme firmalarının; halihazırda bünyelerinde bulunan koleksiyonlarının İngiltere pazarına uygunluğu, hangi türde ürünlerin hedef pazarda alıcı bulabileceği ve küme firma profillerinin hangi alıcı gruplarıyla uygun şekilde eşleştirebileceği gibi konularda danışmanlık hizmeti sağlandı.

Hedef pazara yönelik uygunluk taşıyan koleksiyonlar oluşturabilmek için öncelikle, küme firmalarının yararlanabileceği; sezonluk trendleri, desen ve renk varyantlarını içeren, toplamda 240 varyantlık bir desen havuzu çalışması yapılarak, bu havuzun, firma bazlı koleksiyon hizmeti veren tasarımcılara bir temel teşkil etmesi sağlandı. Koleksiyon hazırlama tarafında; koleksiyon geliştirme, tasarım, ürün yönetimi gibi alanlarda güçlü deneyimleri olan İMA ile iş birliğine gidilerek, firmaların, güçlü tasarımcı altyapısından yararlanması sağlanarak, firmaların pazardaki önceliklerine göre hangi kalıp, fit, tema ve stillerde çalışılacağı belirlendi. Teknik çizim aşamaları tamamlanmış gömlek koleksiyonlarının numune üretimleri aşaması tüm hızıyla devam etmekle birlikte, Londra Ticaret Heyeti öncesinde tamamlanması hedeflendi.





İTHİB ÜYELERİNE TEKSTİLİN YENİ TRENDLERİ ANLATILDI

Dijitalleşme, tekstil ve konfeksiyon sektörü için önemli bir kavram. 3D teknolojisi ile hayal olan birçok şey hayata geçmeye başladı. Avrupa'nın 2020 stratejisi paralelinde, sürdürülebilirlik etkileri artarak; doğal, otantik, az etkili tasarım ürünlerine olan ilgi yoğunlaştı.

Yeni tasarım ve ürün grupları hakkında tekstil sektörünü bilgilendirmek amacıyla İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ile WGSN ortaklığında organize edilen Tekstil Trend Semineri, 7 Mart 2019 tarihinde gerçekleştirildi.

Sunumunu WGSN Live yöneticisi Kim Mannino'nun yaptığı ve 2020-2021 Sonbahar- Kış döneminin trendlerinin anlatıldığı trend semineri; sektör firmaları, öğrenciler ve tasarımcıların yoğun katılımıyla tamamlandı.

Birçok marka ve şirketin, tekstil atıklarını yeni ürünlere dönüştürmek için geri dönüşümü üretimlerine dahil etmeye çalıştığını söyleyen Kim Mannino, fazla tüketimin büyük bir problem olduğu günümüzde, malzemeler, lifler ve ürünleri, daha az ancak daha iyi kullanmanın yollarının araştırıldığına dikkat çekti.

Mannino sunumunda, dijitalleşmenin, tekstil ve konfeksiyon sektörüne etkilerine vurgu yaparak, 3D teknolojisi ile hayal olan birçok şeyin hayata geçmeye başladığını

belirtti. Avrupa'nın 2020 stratejisi paralelinde, sürdürülebilirlik etkilerinin arttığı ve doğal, otantik, az etkili tasarım ürünlerine olan ilginin yoğunlaştığına vurgu yapılan seminerde, WGSN'in renk öngörülerindeki global renk paletlerine en çok etki eden beş ana sonbahar-kış 20/21 sezonu renkleri paylaşıldı.



İTHİB, İTO İLE İŞ BİRLİKLERİNİ GELİŞTİRECEK



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Başkan Yardımcıları Fatih Bilici ve Ahmet Şişman ile Yönetim Kurulu Üyeleri Zekeriya

Tanrıverdi ve Mehmet Yasubuğa, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdagiç'i makamında ziyaret etti. Ziyarette ihracatın yol haritası ve iki kurum arasındaki iş birliği imkanları değerlendirildi.

ULUSLARARASI KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI BAŞVURULARI DEVAM EDİYOR



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından "Türkiye ihracatla, ihracat tasarımıyla yükseliyor" mottosuyla düzenlenen Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nın 14'üncüsü için başvurular devam ediyor. Yarışmaya başvurular 10 Haziran 2019 tarihinde bitecek ve seçilen 10 finalist ile büyük final ve ödül töreni hazırlıkları başlayacak.

Yarışma sürecini değerlendirmek için düzenlenen 14. Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması bilgilendirme toplantısı, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz başkanlığında, Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ve yönetim kurulu üyelerin yanı sıra, akademisyenler ve öğrenci temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti. Yarışmanın kreatif direktörü Tuvana Büyükcınar, yarışmaya hazırlık süreci ile ilgili katılımcıları bilgilendirdi.



İTHİB, ANADOLU'NUN ASLANLARI'NI ZİYARET ETTİ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, aynı zamanda İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi olan Anadolu Aslanları İşadamları Derneği (ASKON) Başkanı Orhan Aydın'ı ziyaret ederek, iki kurum arasındaki iş birliği imkanlarını değerlendirdi. Toplantıda, ülke geneline yayılan ve

tarihten bugüne Anadolu'da büyük öneme sahip tekstil sektörünün daha çok geliştirilmesi için fikir alışverişinde bulunuldu. Toplantının gündem maddelerinden biri de Anadolu'daki atıl durumdaki fabrikaların, tekstil sektörüne kazandırılması için İTHİB ve ASKON üyeleri arasında güç birliği oluşturulması oldu.

TEKNİK TEKSTİL İÇİN UR-GE PROJESİNİN YOL HARİTASI ÇIKARILDI



Teknik tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalara yönelik olarak hayata geçirilecek Ur-Ge projesinin yol haritasını belirlemek amacıyla İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, Yönetim Kurulu Muhasip Üyesi

Mustafa Denizer ile Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe ve Natan Yakuppur, danışman firmalarla bir araya gelerek fikir alışverişinde bulundu. Toplantıda, üç yıl süreyle faaliyet gösterecek proje kapsamında hedefler ve bu doğrultuda yapılacak çalışmalar hakkında görüşler dile getirildi.



TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN YENİ ODAĞI; JAPONYA

Üyelerinin yurt dışına açılarak yeni pazarlar bulması yönünde çalışmalarını sürdüren İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), rotasını Japonya'ya çevirdi. Kasım 2019'da gerçekleştirilmesi planlanan JFW Japan Creation Fuarı'na milli katılım sağlayarak Türk kumaşlarının Japonya'da tanıtılmasını ve pazarın büyütülmesini hedefliyor.

Japonya pazarında ihracatçılara yeni kapılar açmayı hedefleyen İTHİB, bu amaçla 28 Mart 2019 tarihinde Uzakdoğu pazarı ile ilgilenen üyelerini Japonya'nın önde gelen firmalarından ITOCHU ile bir araya getirdi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Başkan Yardımcısı Fatih Bilici'nin de katılım sağladığı toplantıda, ITOCHU Türkiye ofisi ile yol haritası oluşturuldu. ITOCHU'nun danışmanlık desteğiyle tekstil ve hammaddeleri sektöründe faaliyet gösteren üye firmaları, Kasım 2019'da gerçekleştirilmesi planlanan JFW Japan Creation Fuarı'nda yer almaya davet eden İTHİB, fuarda Türk kumaşlarının Japonya'da tanıtılmasını

amaçlıyor. Hazırlanan yol haritasında, Türk tekstil üreticilerinin, Japon şirketleri karşısında bilinirliğini artırmak, Japonya'da tekstil sektörünün dikkatini çekmek ve Türk tekstilinin markalaşmasını başlatmak için atılacak adımlar da bulunuyor.

JFW Japan Creation'ın Japonya'daki Tokyo Uluslararası Forumu'nda gerçekleştirilen en popüler ve en büyük tekstil fuarı olduğu vurgulanan toplantıda, fuarın önceki yıl önde gelen markalı konfeksiyon şirketleri ve tanınmış tasarımcılarında aralarında bulunduğu yaklaşık 17 bin 500 ziyaretçiye ev sahipliği yaptığı belirtildi.

22

MİLYON DOLAR

Japonya'ya Yapılan Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı (2018)

JAPONYA, TEKSTİL İHRACATINDA İLK 10'DA

2018 yılında Türkiye'nin Japonya'ya ihracatı yüzde 19,5 artarak, 478 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu dönemde tekstil ve hammaddeleri sektörü, toplam ihracattan aldığı yüzde 4,7 pay ve 22 milyon dolar değerindeki ihracatı ile 9. sırada yer alıyor. Konfeksiyon sektörü ile birlikte tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatı ise 2018 yılında yüzde 3,3 artarak, 48 milyon dolar değerinde gerçekleşti. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), üye firmalarına yeni pazarlar keşfetmeleri ve katma değeri yüksek ürünleri üretmeleri yolunda destek vermeye devam edeceğinin altını çizdi.



EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜNÜN İLK ÜNİVERSİTE PROGRAMI AÇILIYOR

İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik Meslek Yüksekokulu bünyesinde açılacak “Ev Tekstili Tasarımı” programı için TETSİAD ve İstanbul Kültür Üniversitesi arasında iyi niyet protokolü imzalandı. Etkinliğe katılan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, “İhracatı 2,5 milyar dolarlara ulaşan ev tekstili sektörümüz, büyük istihdam sağladığı gibi Türkiye’nin katma değerli ihracat geleceği açısından da oldukça önemlidir” dedi.

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD), üniversite-sanayi iş birliği kapsamında yürüttüğü çalışmalarına devam ediyor. Önümüzdeki akademik yıl, İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik Meslek Yüksekokulu bünyesinde açılacak “Ev Tekstili Tasarımı” programı için TETSİAD ve İstanbul Kültür Üniversitesi arasında 25 Mart 2019 tarihinde bir iyi niyet protokolü imzalandı. İmza töreninin ardından İstanbul Kültür Üniversitesi Akın Güç Oditoryumu’nda “Ev Tekstilinde Sanayinin Gücü” konulu panel gerçekleştirildi.

İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Güzel’in açılış konuşması ile başlayan program, Öğretim Görevlisi Neslihan Tokat Ozan’ın “Ev Tekstili Tasarımı” programının tanıtım sunumu ile devam etti. Sunumun ardından Prof. Dr. Sinan Alçın moderatörlüğündeki panele geçildi. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) Başkanı Ali Sami Aydın’ın konuk olduğu panel, moda tasarım bölümü öğrencileri, meslek liseleri öğrencileri ve rehber öğretmenlerinin yoğun katılımı ile gerçekleşti. Ev tekstili özelinde tekstil sektörünün Türkiye sanayisindeki yerinin konuşulduğu panelde, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil sektörünün dünyadaki konumuna ilişkin açıklamalarda bulundu. Öksüz şunları söyledi: “Sürdürülebilir kalkınmanın en önemli yolu üretmek ve katma değerli ihracat gerçekleştirmekten

geçiyor. Türk tekstil sektörü de üretimde, istihdamda ve ihracatta Türkiye ekonomisinin en önemli sektörlerinden biridir. Türkiye’ye her yıl 15 milyar doların üzerinde dış ticaret fazlası sağlayan sektörümüz, ihracat odaklı büyüyen Türkiye ekonomisinin lokomotif konumundadır. Dolayısıyla mesleğinizi seçerken, üreten Türkiye ekonomisine en doğru katkıyı sağlayacak bölümleri tercih etmeniz sizin için en doğrusu olacaktır. Bu kapsamda ihracatı 2,5 milyar dolarlara ulaşan ev tekstili sektörümüz, büyük istihdam sağladığı gibi Türkiye’nin katma değerli ihracat geleceği açısından da oldukça önemlidir. Bu sebepten dolayı açılacak olan bu programı oldukça değerli buluyor ve önemsiyorum.”

Sektörün çalışan profili ve yeni mezunların kariyer planlamaları ile ilgili görüşlerini aktaran DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu: “Eğer Ev Tekstili Tasarımı bölümünde okursanız, ülkemizde kurulmuş olan tasarım merkezlerinde çok kolay iş bulabilme ihtimaliniz olacaktır” diyerek öğrencilere öneride bulundu.

TETSİAD Başkanı Ali Sami Aydın ise “Ev tekstili, dünyada ülkemizin tek marka sektörüdür ve dünyada ülkemizi en iyi şekilde temsil etmektedir. Bu sebeple İstanbul Kültür Üniversitesi’nin ‘Ev Tekstili Tasarımı’ programı açarak akademik alanda öncü ve Türkiye’de bir ilki gerçekleştiriyor olmasını çok önemli buluyorum. Dilerim diğer üniversiteler de bu farkındalığa ulaşsın ve sektörümüzün, Türkiye’nin parlayan yıldızı olacağını hep beraber görürüz” diyerek görüşlerini aktardı.

2,5
MİLYAR DOLAR
Ev Tekstili İhracatı



BAŞKAN ÖKSÜZ, ANTALYA'DA ÖĞRENCİLERE TEKSTİLİN ÖNEMİNİ ANLATTI

Antalya Bilim Üniversitesi'nin düzenlediği "Üreten Türkiye'nin Dünü, Bugünü ve Yarını" konulu panele katılan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, öğrenciler ile bir araya geldi. Panelde bir konuşma yapan Başkan Öksüz, tekstil sektörünün yerli üretim, üretim ağı ve küresel kaynaklar konularındaki gelişimini anlattı. Tekstil ve hazır giyim sektörünün

ülke ekonomisindeki önemine vurgu yapan Başkan Öksüz, "Dünya üzerinde pamuktan nihai ürüne tekstil sektörünün tüm üretim aşamalarını gerçekleştirebilen birkaç ülkeden bir tanesiyiz. Türkiye geneli ihracatımız dünya ihracatından yüzde 0,9 oranında pay alırken, hazır giyim ve tekstil sektörlerimizin dünya ihracatından aldığı pay yüzde 3,2" dedi.

Öksüz, büyümesini sürdüren tekstil sektörünün, yaratıcı genç beyinlere ihtiyacı olduğunu vurguladı.



İTHİB ÜYESİ FİRMALAR LİTVANYA'DAN İMLITEX HOLDINGS İLE BİR ARAYA GELDİ



Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde, Litvanya'da bulunan "İmlitex Holdings"

firmasının yetkililerinin katılımıyla, 24-27 Mart 2019 tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksi'nde Türk markaları ile iş birliğine yönelik özel nitelikli bir alım heyeti düzenlendi. 1994 yılında kurulan ve Baltık ülkelerinde hammadde temini konusunda uzmanlaşmış, ürün konusunda çok çeşitli alanlarda hizmet veren İmlitex Holdings'ın, Türkiye'den başta kuru meyve, tekstil, plastik, gıda sektörlerini

içeren ürünlerle ev tekstili, havlu, bornoz ve nevresim talebi bulunuyor. Firma, ileri dönemdeki olası ticaret potansiyeli ve fırsatlarını değerlendirmek üzere Türk markaları ile bir araya geldi. Litvanya'da yerleşik olan firma, Türkiye'de kuru meyve, tekstil, plastik ve gıda sektörlerinde üretim yapan ve ürünlerini Rusya'daki perakende mağazalarında satışa sunan ya da sunmak isteyen Türk firma yetkilileri ile bir araya gelip, ikili görüşmeler gerçekleştirdi.

Bir gün boyunca toplam sekiz firma ile yapılan görüşmeler sonucunda, alım heyeti organizasyonunun son derece faydalı sonuçlandığını, bu kapsamda görüşme yaptıkları firmalarla çalışmayı istediklerini belirten Litvanyalı yetkililer, ilerleyen zamanlarda Türkiye'den tedarik ettikleri ürün kalemi sayısının artırılmasını hedeflediklerini vurguladı.



İHRACATÇIYA, KIYMETLİ KÜRKÜN HAMMADDESİNDE ÖTV DESTEĞİ

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, ihracata yönelik olarak kıymetli kürkün hammaddesi ve yarı mamulünde ÖTV'nin sıfırlanması ile ilgili yaptığı değerlendirmede, "Bu pazarda artık daha etkin rol oynayacağız. İhracat hedeflerimizi daha da yukarılara taşıyacağız" dedi.

C umhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın imzasıyla 28 Şubat 2019 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren düzenlemeye göre, kıymetli kürkün hammaddesi 4301 ve 4302 emtia kodlu ham ve yarı işlenmiş kürklere ilişkin yüzde 20 olan ÖTV, sıfırlandı. ÖTV'nin kaldırılması için yıllardır her platformda konuyu gündeme taşıyan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye'nin, yayınlanan karar ile 15 milyar dolar değerindeki küresel kıymetli kürk ve perakende pazarında artık daha etkin rol oynayacağını vurguladı. Başkan Şenocak, "Yüksek vergiler nedeniyle potansiyelimizi üretime yansıtamıyorduk. Bu karar ile kıymetli kürk ihracatımızı katlayacağımıza inanıyorum" dedi.

Deri ve deri mamulleri sektörünün uzun yıllardır Ankara'dan talep ettiği destek, nihayet cevap buldu ve Resmi

Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Resmi Gazete'de yayımlanan karara göre, ham kürkler ve tabaklanmış, aprenlenmiş kürklerde Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) sıfırına düşürüldü. Bu desteğin sektöre nasıl yansıtılacağına dair etkilerinin bir açıklama yapan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, şunları söyledi: "Kıymetli kürkün hammaddesi ve yarı mamulünde ÖTV'nin sıfırlanması, uzun yıllardır Hükümetimize ilettiğimiz bir konuydu. En son Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak Hazine ve Maliye Bakanımız Sayın Berat Albayrak ve Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan'ın teşrifleri ile gerçekleştirmiş olduğumuz 2. TİM Delegeler Çalıştay'ında konuyu bir kez daha gündeme getirdik. Bakanlığımız ise çok hızlı bir şekilde aksiyon alarak, sektörümüzün en önemli problemlerinden birini çözmüş oldu. Bunun için bir kez daha Sayın Bakanlarımıza ve TİM Başkanımıza Sayın İsmail Güllü'ye teşekkür ediyorum."

Dünya genelinde perakende sektörü dâhil 15 milyar dolar değerinde bir pazara sahip olduğu değerlendirilen kıymetli kürkü üretebilecek 3 - 4 ülkeden bir tanesinin Türkiye olduğunun altını çizen Başkan Şenocak, şöyle devam etti: "Ancak rakip



ülkelerde olmayan ve yüzde 43'lere ulaşan KDV ve ÖTV yükü, üretimimizi zorlaştırmakta ve rekabetçiliğimizi önemli oranda etkilemekteydi. Dünyanın en önemli kıymetli kürk ihracatçısı olabilecek sektörümüz, potansiyelini kullanamamakta; dünya pazarından yeterli payı alamamaktaydı. Dolayısıyla sektör olarak ham ve yarı mamul kürkte ÖTV'nin sıfırlanmasını büyük mutlulukla karşılıyoruz. Hammadde ve yarı mamulde ÖTV'nin kalkmasından sonra ihracatımızı orta vadede çift haneli oranlarda artıracığımızdan ve dünyadaki sıralamamızı 2 – 3 basamak yukarı çıkaracağımızdan hiç şüphemiz yok. Bu pazarda artık daha etkin rol oynayacağız. İhracat hedeflerimizi daha da yukarılara taşıyacağız. İhracatın önündeki engellerin kalkması inanıyorum ki hem sektörümüzü hem de ülkemizi rahatlatacak.”

ÜRETİMDE KULLANILACAK GİRDİ ÜZERİNDEKİ ÖTV YÜKÜ SIFIRLANDI

Konuya ilişkin olarak medyada ve sosyal medya platformlarında yer alan birtakım yanıltıcı haberlerden dolayı üzüntü duyduklarını dile getiren Başkan Şenocak, bu bağlamda bir hususu vurgulamak istediğini belirterek şunları söyledi: “Sektör olarak talebimiz sadece ihracata yönelik olarak kıymetli kürkün hammaddesi ve yarı mamulünde ÖTV düzenlemesi yapılması, nihai üründe ise gerekiyorsa ÖTV'nin daha da artırılması yönündeydi. Yurt içi satışlarda ÖTV alınmaması gibi bir talebimiz hiçbir zaman olmadı. Hatta bu konu ile ilgili olarak kamuoyunda da yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermemek, ‘kürkten ÖTV alınmıyor’ algısının oluşmasını önlemek için yurt içi satışlarda ÖTV'nin yükseltilmesini talep ettik. Sonuç olarak talebimiz doğrultusunda ihracatçı için üretimde kullanılacak girdi üzerindeki ÖTV yükü sıfırlandı; öte yandan nihai üründeki ÖTV oranı % 20'den % 25 seviyesine yükseltildi.”

“

“Düzenleme ile talep ettiğimiz gibi, ihracatçı için üretimde kullanılacak girdi üzerindeki ÖTV yükü sıfırlandı fakat nihai üründeki ÖTV oranı yüzde 20'den yüzde 25 seviyesine yükseltildi.”

15

MİLYAR DOLAR

Kıymetli Kürkün Küresel Pazar Değeri (Perakende Sektörü Dâhil)





DERİ TREND SEMİNERİ'NİN GÜNDEMİNDE ÖNE ÇIKAN RENKLER VARDI

“Deri tasarımlarında ılık ve rahat görünümlü dokular, hem formal hem de gündelik kullanımlarda rahatlık etkisini öne çıkarıyor. Sonbahar/Kış 2020-2021’de dokusal malzemeler ve yüzeyler tercih ediliyor. Doğa ile yeniden bağlanmamızı sağlayan temalar paralelinde görülen malzemeler, hem pratik hem de dayanıklı ürünlerde kullanılıyor.”

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği’nin (İDMİB) WGSN iş birliği ile ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektörlerine yönelik olarak düzenlediği Sonbahar/Kış 2020-2021 Deri Trend Semineri, birlik üyelerinin, sektör derneklerinin ve üniversite öğrencilerinin yoğun katılımıyla gerçekleşti. 6 Mart 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu’nda gerçekleştirilen seminerde, WGSN Yöneticisi ve Trendsetter Kim Mannino konuşmacı olarak yer aldı. Ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektöründe Avrupa başta olmak üzere 2020 ve 2021 Sonbahar/Kış modasında öne çıkan renklerin anlatıldığı seminerde Mannino, katılımcılarla WGSN’in renk öngörülerindeki global renk paletlerini detaylı olarak paylaştı.

Mannino, konuşmasında şu konulara değindi: “Deri tasarımlarında ılık ve rahat görünümlü dokular, hem formal hem de gündelik kullanımlarda rahatlık etkisini öne çıkarıyor. Sonbahar/Kış 2020-2021’de dokusal malzemeler ve yüzeyler tercih ediliyor. Doğa ile yeniden bağlanmamızı sağlayan temalar paralelinde görülen malzemeler, hem pratik hem de dayanıklı ürünlerde kullanılıyor. Geri dönüşümlü malzeme kullanımıyla birlikte atık malzemeler, iç ve dış panellerde yeni yüzeylere taşınıyor. Özel yapıdaki vegan deriler ve patchwork etkili görünümler, sofistike şekilleri güncellemek için kullanılıyor. Kamp ve doğa sporları etkili görünümler, ürünlere hem konfor hem de işlevsellik kazandırıyor. Böylece soyut renk finişleri ve cesur grafik kontrastlar sayesinde genç markete hitap edilebilir bir seviyeye ulaşıyor.”

BAKAN ALBAYRAK, DERİ VE DERİ MAMULLERİ SEKTÖR TEMSİLCİLERİYLE BULUŞTU

Hazine ve Maliye Bakanı Dr. Berat Albayrak, Deri ve Kürk Sanayicileri Derneği'ni ziyaret ederek iş insanları ile bir araya geldi. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, kıymetli kürkün hammaddesi ve yarı mamulünde ÖTV'nin sıfırlanmasında verdikleri destek için Bakan Albayrak'a teşekkür etti.



Hazine ve Maliye Bakanı Dr. Berat Albayrak ve TİM Başkanı İsmail Gülle, 21 Mart 2019 tarihinde Deri ve Kürk Sanayicileri Derneği'nin Zeytinburnu'ndaki merkezini ziyaret ederek, sektör temsilcileriyle görüş alışverişinde bulundu. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, ziyaret sırasında deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli sorunu olan kıymetli kürkün hammaddesi ve yarı mamulünde ÖTV'nin sıfırlanması konusunun, 2. TİM Delegeler

Çalıştay'ının hemen akabinde Bakanlıkların çok hızlı bir şekilde aksiyon olarak çözüme kavuşmasından dolayı sektörün duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Alınan bu kararın sektöre moral sağladığını ve orta vadede ihracatı önemli oranda artıracaklarını belirten Şenocak, bunun için Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak ve TİM Başkanı İsmail Gülle'ye teşekkürlerini ilettiler. İDMİB Başkanı Şenocak, görüşmenin devamında deri ve deri mamulleri sektörünün ihracat hedefleri ve sektör konularına ilişkin bilgi verdi.

GÜNEY KORE İLE İŞ BİRLİĞİ FIRSATLARI DEĞERLENDİRİLDİ

Türkiye deri ve deri mamulleri sektörünün Uzakdoğu'daki ihracat potansiyelini değerlendirmek amacıyla Hong Kong ve Güney Kore'ye ziyaret gerçekleştiren İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, gerçekleştirdiği ziyaretlerde, Güney Kore pazarında Türkiye

Ticaret Merkezi açılmasından ticaret heyeti organizasyonu gerçekleştirilmesine kadar çeşitli konularda yetkili makamlar ile görüşmeler yaparak fikir alışverişinde bulundu. Başkan Şenocak, Seul T.C. Büyükelçiliği Müsteşarı Ömer Orhun Çelikkol ve Ticaret Müşaviri Alper Atilla'yı ziyaret ederek, Güney Kore özelinde iş birliği fırsatlarını değerlendirdi.





SARACİYE ÇALIŞMA GRUBU İLK TOPLANTISINI GERÇEKLEŞTİRDİ

Saraciyeye sektörünü ileriye taşıyacak projelerin geliştirilmesi amacıyla İDMİB bünyesinde oluşturulan 'Saraciyeye Çalışma Grubu'nun ilk toplantısına katılım yüksek oldu.

Saraciyeye sektörünün ihracata yönelik sorun ve çözüm önerilerini belirlemek ve sektörü ileriye taşıyacak projeler geliştirilmesi amacıyla yola çıkan 'Saraciyeye Çalışma Grubu' ilk toplantısını, sektörün yoğun katılımı ile 13 Mart 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. Toplantıya İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkan Yardımcısı Güven Karaca, Saraciyeye Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Aydın ve Yönetim Kurulu Üyeleri başta olmak üzere sektörün ileri gelen temsilcileri ve genç kuşak yöneticileri katılım sağladı. Toplantıda öncelikle saraciyeye sektörünün geleceğine ışık tutacak geçmiş 10 yıllık ihracat rakamları, hedef ülkeler ve alt ürün grupları değerlendirildi.

SARACİYE KONSEPTLİ SATIŞ MERKEZLERİNİN OLUŞTURULMASI

Toplantıda; saraciyeye sektörünün yer alacağı, belirli bir konseptte uygun olacak şekilde bir saraciyeye merkezi veya ortak showroom benzeri yapılanmalar oluşturulması da gündemdeki konulardan biri oldu. Türkiye Ticaret Merkezi modelinin, hızlı ve sıcak satışa dönüşebilecek bir benzeri versiyonunun uygulanmasının, belirli sayıda firmanın bir araya gelmesi ile TTM tanıtım bütçesi, TTG veya Ur-Ge gibi enstrümanlar vasıtasıyla çalışmaların sürdürülmesinin

düşünülebileceği belirtildi.

Toplantıda E-Ticaret ve Etkin İletişim başlıkları altında da sektörün gelişimine katkı sağlayacak öneriler paylaşıldı.

Sektörün, güncel gelişmelere ayak uydurabilmesi ve gelecek ihracat ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesi amacıyla bir araya gelen çalışma grubu; öncelikle sektör içerisinde etkin iletişiminin sağlanması ve genç kuşakların sektöre daha fazla yön verebilmesi için çalışmalarına başladı.

Saraciyeye sektörünü ileriye taşıyacak ihracat pazarlama stratejileri oluşturulurken; başta e-ticaret stratejisinin oluşturulması olmak üzere mobil teknolojilerden daha fazla faydalanılması, yurt dışı pazarlama faaliyetlerinin artırılması, mevcut ihracat tecrübelerinin üyeler arasında aktarılması ve rakip pazarların en iyi biçimde analiz edilmesi hususlarında görüş birliğine varıldı. Sektörün e-ticarete adaptasyonu artık kaçınılmaz olduğundan, e-ticaret imkanlarından faydalanılması için çalışmalar sürdürüleceği belirtildi.

Saraciyeye sektörü üyelerinin birbirini tanımalarının önemine vurgu yapılan toplantıda, "Üyeler, kimin ne ürettiğini veya ortalama kapasitesini bildiği taktirde, sektör içerisinde uygun müşteri yönlendirmelerini yapabilecek ve böylece müşterilerin iç pazarda kalması sağlanabilecektir. Vizyon grubu ile birçok yeni firma birbiri ile tanışma imkanına sahip olmuştur" denildi.

213

MİLYON DOLAR

2018 yılı Saraciyeye İhracatı

İDMİB, RUSYA'YA GİRİŞTE KOLAYLIK İSTEDİ

Türk deri ve deri mamulleri sektörünü temsilen İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak başkanlığındaki bir heyet, 27 Şubat – 1 Mart 2019 tarihleri arasında Rusya'nın Stavropol Bölgesi'ne bir ziyaret gerçekleştirerek, deri ihracatçılarının önündeki engellerin kaldırılması için çeşitli görüşmeler yaptı.



İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Gözmen ve TDKD Yönetim Kurulu Üyesi Fatima Gadzhaeva ile Rusya'nın Stavropol Bölgesi'ne bir ziyaret gerçekleştirdi. Toplantı, Stavropol Bölge Valisi Vladimir Vlademiroviç, Stavropol Valiliği Başkan Yardımcıları Nikolay Afanasov ve Roman Petraşov, Stavropol Eyaleti Ekonomik Kalkınma Bakan Yardımcısı Valeriy Nikolayeviç Sizov, Enerji, Sanayi ve Ulaştırma Bakan Yardımcısı Makarkin Dimitri, Ulaştırma Bakan Yardımcısı Chaban Stanislav'ın katılımlarında Stavropol Valiliği'nde yapıldı. Bölge yöneticileri ile yapılan toplantılarda, Rusya'da gerçekleştirilen CPM Moskova, Soft Gold gibi fuarlara katılan Türk firmalarının gümrüklerde yaşadığı problemlerin çözümüne aracılık etmek ve Stavropol'de oluşturulacak

Endüstriyel Sanayi Bölgesi'ne ilişkin kurumlar arası iş birliği değerlendirildi. Toplantıda İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, iki ülke ticaretinde Türkiye'nin önemli oranlarda dış ticaret açığı verdiğini, aradaki bu makasın dengelenmesi için özellikle deri ve deri mamulleri sektöründe ticareti kolaylaştırıcı işlemler gerçekleştirilmesi gerektiğinin altını çizdi. Şenocak, Rusya ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalanması ve vize serbestisinin getirilmesi ile iki ülke dış ticaretinin önemli oranda artabileceğini dile getirdi. Başkan Şenocak, Türk firmalarının Rusya'ya girişlerinde gümrüklerde yaşadığı problemleri de dile getirdi. Bu talebi haklı bulan Stavropol Bölge Valisi Vladimir Vlademiroviç, Türk firmalarının Rusya'ya girişte herhangi bir problem yaşamaması için tüm imkânları seferber edeceklerini belirtti. Vali Vlademiroviç, sanayi sektöründe Türkiye'nin, Rusya'nın çok ötesinde olduğunu, iş birliğinin artırılarak iki ülkenin de kalkınmasına yardımcı olunması gerektiğinin altını çizdi. Stavropol Bölge Valisi Vlademiroviç; Türk yatırımcılara özel bir endüstriyel sanayi bölgesi kurulması yönünde girişim başlattıklarını, bu yönde Türkiye tarafından gelebilecek tüm talepleri memnuniyetle değerlendireceklerini ifade etti.

Toplantının ardından İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve beraberindeki heyet, Pyatigorsk'a hareket ederek, Soft Gold deri ve kürk konfeksiyon fuar alanını ziyaret ederek fuar yetkilileriyle görüş alışverişinde bulundu.





BREXIT SENARYOLARI İNGİLTERE İLE STA'YI ZORUNLU KILIYOR

Hazırgiyim ve tekstil sektörü başta olmak üzere Türkiye ihracatını olumsuz etkilemesi beklenen Brexit süreci ile ilgili PwC tarafından hazırlanan rapor, İngiltere'nin AB'den anlaşmalı veya anlaşmasız ayrılrsa da Türkiye'nin, İngiltere ihracatında pazar kaybetmemesi için bir STA zorunluluğuna vurgu yapıyor.

İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden (AB) ayrılmasının (Brexit) koşullarını düzenleyen anlaşma, 29 Mart'ta gerçekleştirilen oturumla 3. kez İngiltere Parlamentosu tarafından reddedildi. Böylelikle İngiltere'nin AB'den anlaşma olmadan ayrılma ihtimalini güçlendirdi. Parlamento, 10 Nisanda tekrar toplanacak. AB, anlaşmanın parlamentodan geçmemesi halinde İngiltere'nin 12 Nisan'da birlikten ayrılması gerektiğini ancak anlaşma parlamentodan geçerse Brexit'in 22 Mayıs'a kadar erteleneceğini açıklamıştı.

Yedi farklı senaryo üzerinde İngiltere'nin AB ve Türkiye ile ilişkilerinin nasıl etkileneceğini inceledik. Tüm senaryolar dikkate alındığında Türkiye ihracatının olumsuz etkilenmemesi için İngiltere ile bir Serbest Ticaret Anlaşması'na ihtiyaç duyulmaktadır.

İngiltere'nin AB ve Türkiye ile ilişkileri açısından üç seçeneği bulunuyor:

İNGİLTERE'NİN AB İLE İLİŞKİLERİNDEKİ SENARYOLAR

■ İngiltere, AB ile STA imzalamadan anlaşmasız bir şekilde ticari ilişkilerini yürütebilir.

■ İngiltere, AB'den ithalatta gümrük vergisi uygular.

■ AB ile STA imzalayabilir, fakat bu anlaşma kapsamlı bir anlaşma olmaz ve gümrük birliği oluşturulmaz.

■ Sadece AB menşeli ürünler İngiltere'ye gümrük vergisiz ihraç edilebilir.

■ AB ile Kapsamlı STA imzalanır ve Türkiye'nin de dahil olduğu bir gümrük birliği oluşturulur.

■ AB için mevcut gümrük vergisiz serbest ticaret imkanı devam eder.

Bu ihtimallere ilave olarak İngiltere,



AB yerine ABD gibi ticarete öncü ortakları ile anlaşma imzalayarak farklı bir ticaret politikasına yönelebilir.

İNGİLTERE’NİN TÜRKİYE İLE İLİŞKİLERİNDEKİ SENARYOLAR

Türkiye ise İngiltere’nin önündeki bu ihtimallere göre aşağıdaki gibi konumlanacaktır:

1. İngiltere, AB ile STA imzalamadan anlaşmasız bir şekilde ticari ilişkilerini yürütebilir.
 - a. Türkiye ile STA imzalanmaz.
 - i. İhracatta belirli ürünlerde yüzde 12 gümrük vergisi oluşur.
 - b. Türkiye ile STA imzalanır.
 - i. İngiltere’ye ihracatta menşe kurallarına (iplikten hazır giyime üretim süreçlerinin Türkiye’de yapılması) uyulması halinde gümrük vergisi oluşmaz.
2. AB ile STA imzalayabilir, fakat bu anlaşma kapsamlı bir anlaşma olmaz ve gümrük birliği oluşturulmaz.
 - a. Türkiye ile STA imzalanmaz.
 - i. İhracatta belirli ürünlerde yüzde 12 gümrük vergisi oluşur.
 - ii. Kümülyasyon olmadığı için AB üzerinden İngiltere’ye gümrük vergisiz ihracat mümkün olmaz.

- b. Türkiye ile STA imzalanır.
 - i. İngiltere’ye ihracatta menşe kurallarına (iplikten hazır giyime üretim süreçlerinin Türkiye’de yapılması) uyulması halinde gümrük vergisi oluşmaz.
 - ii. Kümülyasyon olmadığı için AB üzerinden İngiltere’ye gümrük vergisiz ihracat mümkün olmaz.
3. AB ile Kapsamlı STA imzalanır ve gümrük birliği oluşturulur.
 - a. Türkiye ile STA imzalanmaz ve Türkiye Gümrük Birliği’ne dahil olmaz.
 - i. İhracatta belirli ürünlerde yüzde 12 gümrük vergisi oluşur.
 - ii. Kümülyasyon olmadığı için AB üzerinden İngiltere’ye gümrük vergisiz ihracat mümkün olmaz.
 - b. Türkiye ile STA imzalanır ve Türkiye ile Gümrük Birliği oluşturulur.
 - i. İngiltere ile ticaret ilişkileri şimdiki gibi devam eder. Ancak anlaşmasız geçen süre hazır giyim ve konfeksiyon ihracatımıza olumsuz yansır. Bu senaryolara göre, Türkiye açısından en dezavantajlı durum İngiltere’nin AB ile anlaşma yaparak Türkiye ile bir STA imzalamamasıdır. Bu nedenle Türkiye için zaman çok önemli olup, olabilecek en kısa sürede İngiltere ile STA imzalanmalıdır.

SENARYOLARIN TÜRKİYE’YE VE SEKTÖRÜMÜZE ETKİLERİ

PwC tarafından hazırlanan raporda şu bilgilere yer verildi: “Halen İngiltere’ye yapılan 2 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, senaryolara göre yıllık bazda 386 milyon dolar ile 1 milyar dolar arasında düşüş gösterecektir. Tahminlere göre İngiltere’ye yapılan hazır giyim ihracatındaki azalışın yaklaşık senaryolara göre 84-294 milyon dolar arasında değişen bölümü, diğer AB ülkelerine yönlendirilebilecektir. Buna göre her durumda toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında yıllık yüzde 1,1 ile yüzde 7,4 arasında 300-700 milyon dolarlık bir azalma meydana getirmiş olacaktır.

Yapılan senaryolara göre, Brexit her durumda hazır giyim ve konfeksiyon ihracatını olumsuz etkileyecektir. Brexit sonrasında Türkiye’nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Brexit’ten etkilenme seviyesi, İngiltere’nin AB ile anlaşmalı veya anlaşmasız ayrılıp ayrılmamasından ziyade, İngiltere’nin Türkiye ile anlaşma imzalamasına bağlı olarak değişecektir.”



Türkiye ile İngiltere arasında bir STA yapılmaması halinde İngiltere’ye yapılan ihracatta belirli ürünlerde yüzde 12 gümrük vergisi oluşacaktır.

İHKİB, 4X4'LÜK STRATEJİK EYLEM PLANI KAPSAMINDA, BİR HAFTADA ÜÇ ÖNEMLİ ETKİNLİĞE İMZA ATTİ



KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI
İHKİB, bu yıl 27'ncisi yapılan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile moda dünyasına genç yetenekler katmaya devam etti.



MERCEDES-BENZ FASHION WEEK ISTANBUL

İHKİB, Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul moda haftasında gerçekleştirilen defileler ile moda dünyasının dikkatini Türkiye'ye çekti.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), marka ekonomisine geçiş yolunda, bir hafta içinde üç önemli etkinliğe imza attı. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile sektöre yeni modacılar kazandıran İHKİB, Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul moda haftası ile moda dünyasında Türk modacıların tasarımlarını öne çıkardı. Başarılı modacıların etkinlik kapsamında gerçekleştirdiği defileler, moda dünyasında olduğu kadar dış basında da oldukça ilgi gördü.

İHKİB, moda haftası kapsamında düzenlediği The Core İstanbul etkinliği ile de 35 modacının özgün tasarımlarını, 30 ülkeden gelen 65 alıcı ile buluşturarak, katma değerli ürün ihracatının artmasına aracılık etti.



THE CORE İSTANBUL

İHKİB, moda haftasında gerçekleştirdiği The Core İstanbul ile Türk firmaların, 30 ülkeden gelen 65 alıcı ile iş birliği kurmasına aracılık etti.





KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI

GENÇ YETENEKLERİ

KÜRESEL VİTRİNE TAŞIDI

i HKİB tarafından, Ticaret Bakanlığı desteğiyle 18 Mart 2019 tarihinde Zorlu Center Raffles İstanbul'da gerçekleştirilen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, 27'nci yılında da birbirinden yetenekli genç tasarımcıları moda dünyasına kazandırdı. Final Jürisinde ilk üçe kalan

genç tasarımcılar, ödüllerini TİM Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin elinden aldı. Başkan Gültepe, Türkiye'nin küresel moda endüstrisinin merkezlerinden biri olabilmesi için sektörün tasarım gücüne vurgu yaptı.

27. kez düzenlenen yarışmada, genç tasarımcı Mehmet Demir 'Soft Universe' adını verdiği koleksiyonuyla birinci oldu.

Yarışmanın birincisi Mehmet Demir, birincilik ödülünü Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe'nin elinden aldı.





Müge Boz'un sunumuyla gerçekleşen defileden sonra düzenlenen ödül töreninde, kazanan isimler açıklandı. Defilede koleksiyonlarını tanıtan dokuz finalist arasından Mehmet Demir, 'Soft Universe' adını verdiği Afrika konsepti koleksiyonuyla birinci oldu. İkincilik ödülünün sahibi Süreyya Süleymanoğlu olurken, üçüncülüğe ise Tanyeli Erdem layık görüldü. Yarışmanın birincisi Mehmet Demir, birincilik ödülünü Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güle ve İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe'nin elinden aldı.



ÜNLÜ İSİMLER KOZA'DAN GELİYOR

Türk tasarımcı ve modacıların, küresel moda dünyasının dikkatini çekme noktasında önemli bir etkinlik olan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, bugüne kadar Bahar Korçan, Hakan Yıldırım, Elif Cıgızoğlu, Zeynep Tosun, Niyazi Erdoğan, Özgür Masur, Özlem Kaya, Ece Gözen, Meltem Özbek, Deniz Yeğin İkışık, Giray Sepin, Hatice Gökçe ve Zeynep Erdoğan gibi birçok başarılı tasarımcıyı küresel moda dünyasına kazandırdı.

“MODACI VE TASARIMCILARI KÜRESEL VİTRİNE ÇIKARDIK”

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, katma değerli ürünlerde tasarımın çok büyük önem taşıdığını belirterek, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile moda dünyasına yeni yetenekler kazandırmaya devam ettiklerini söyledi. MBFWI, The Core İstanbul ve Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması gibi moda dünyasının dikkatlerini Türkiye'ye çeken üç etkinliği ilk kez aynı hafta içinde gerçekleştirerek önemli bir sinerji yakaladıklarını belirten Gültepe, Türk tasarımcıların ve markaların, İHKİB'in imzası ile gerçekleştirilen üç etkinlikle bir kez daha küresel vitrinde yerlerini aldığını kaydetti.

İHKİB'İN DESTEĞİ DEVAM EDECEK

İstanbul Hazirgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından Ticaret Bakanlığı'nın destekleriyle düzenlenen yarışma sonucunda finale kalan tasarımcılara para ve eğitim ödülleri verildi. İlk üç tasarımcıya bir yıllık İngilizce dil eğitimi ve yurt dışında moda eğitimi hakkı verilirken, yarışmanın birincisine 25.000 TL, ikincisine 20.000 TL ve üçüncüsüne 15.000 TL para ödülü takdim edildi.

Finale kalarak defile gerçekleştiren tüm dokuz tasarımcıya ise Moda Tasarımcıları Derneği'ne bir yıllık üyelik, İstanbul Moda Akademisi'nin (İMA) ileri düzey programlarından Moda Tasarımı ve Yönetimi Lisansüstü Diploma Programı'na katılım, İMA'nın “New Gen” defilesine katılım ve sektörle ilgili uluslararası bir fuara ziyaret hakları sağlandı.

“
İHKİB Başkanı
Mustafa Gültepe
“Katma değerli
ürünlerde
tasarım önemli.
Koza Genç Moda
Tasarımcıları
Yarışması ile
sektöre yeni
yetenekler
kazandırıyoruz.”





KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI
YARIŞMASI JÜRİ BAŞKANI
CEM ALTAN
“TÜRKİYE’DE İHRACATIN
KATMA DEĞERİNİ ARTIRMAK,
TASARIMDAN GEÇİYOR”

Hazirgiyimin en büyük silahı tasarım. Hazirgiyimde katma değeri artırmak için tasarım önemli diyoruz. İstanbul Hazirgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) de tasarımcılara bu yönde çok destek oluyor. Tasarımcıları Koza yarışmalarından alıyoruz, İMA’da, Londra, Milano, Paris’teki okullarda akademik eğitim veriyoruz. Sonrasında da onları moda haftasındaki karma defilelere hazırlıyoruz. Bu durum Koza’dan başlayıp devam eden bir süreç. Türkiye’de ihracatın katma değerini artırmak, tasarımcılardan geçiyor. Yaklaşık 200 kişi arasından seçilen katılımcılar, 30 kişiye düşürülüyor ardından son eleme ile 10 kişiye

düşürüyoruz ve bu 10 kişi finalde eleniyor. Genç tasarımcılar çok farklı yeteneklere sahip, hepsinin eğitime ihtiyacı var. Şu an hiç eğitilmemiş tasarımcıların burada yaptığı tasarımlar bizim için yeterli ama bunların eğitilmesi gerekmekte ve biz bunun için bir program yaparak, onları geleceğe hazırlıyoruz. Bizim amacımız, her sene üç veya dört tasarımcı çıkararak, önümüzdeki senelerde de bu isimleri dünya çapında tasarımcılar haline getirmek. Şu an tanınmış tasarımcıların pek çoğu Koza yarışmasında birinci, ikinci olmuş isimler, hatta yedinci sekizinci olmuş tasarımcılar bile var.



MODA TASARIMCISI BELMA ÖZDEMİR “KOZA, PEK ÇOK GENCİN ÖNÜNÜ AÇIYOR”



Ben, bu yarışmada üç senedir jüri üyesiyim. Aynı zamanda Moda Tasarımcıları Derneği yönetim kurulunda olduğum için ve kendim de eğitmenlik yaptığım için burada yer almak benim için çok önemli. Koza, gençlerin kendilerini gösterebilecekleri bir platform. Bu yarışma, İstanbul'da yapılan en iyi yarışma. Pek çok gencin önünü açıyor, onlara eğitim ve kendilerini geliştirme imkanı sunuyor. Her yıl farklı tasarımlarla karşılaşıyoruz, değişim dünyasında gençlerin teknolojiyle haşır neşir olarak farklı bakış açılarına sahip olmaları çok alternatifli ve çok yönlü tasarımlar görmemizi sağlıyor. Her sene çıta yükseliyor ve özellikle bu yarışmanın katılımcılarıyla ilgili de çeşitlilik artıyor. Moda her zaman gelişen bir alan, ben bu gelişimi görebiliyorum.



MODA TASARIMCILARI DERNEĞİ EŞ BAŞKANI ÖZLEM KAYA “YARIŞMACILARIN VİZYONLARI ÇOK AÇIKTI”

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, genç tasarımcıların kendini gösterebilmeleri ve hayallerini gerçekleştirebilmeleri için bir basamak ve iyi bir fırsat diyebiliriz. İlk üçe girmeseler dahi, orada yaptıkları gösterimlerle onları fark eden firma sahipleri olabiliyor. Gençler için de iş fırsatları olabiliyor.

Finale hazırlanana kadar bireysel koleksiyon hazırlamayı ve birçok detayı öğrenebiliyorlar. Onlar için de iyi bir deneyim oluyor. Ben aynı zamanda mentorum. Ve 2000 yılında Koza'ya katılmış insanlardan biriyim. Altı senedir de jüride yer alıyorum.

Yeniler, cesurlar bu çok güzel, yurt dışındaki trendleri takip edebiliyor ve kendi yorumlarını katabiliyorlar. Buldukları temalar daha güncel ve daha hayatın içinden. Bu durum da vizyonlarının biraz daha açık ve açılmaya müsait olduğunu gösteriyor. Tasarımcının karakteri çalışkanlıktır, bu seneki yarışmacılar çalışkanlardı. El emeği ve yaratıcı fikirler vardı. Bu sene yarışmaya katılıp ilk üçe girmeyenler veya ilk 10'a girmeyenler de katılmaya devam etmeliler. Bu deneyimi yaşamaları gerekir, vazgeçmesinler.

MODA TASARIMCISI BAHAR KORÇAN “KOZA, MESLEKİ YOLCULUĞUN BAŞLANGICI”

Bu yarışmanın ilk düzenlendiği sene birinci seçilen bir tasarımcı olarak, bu yarışmanın bir fırsat olduğunu düşünüyorum. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması çok önemli. Bu yarışmanın ne işe yaradığını doğru kanallarla anladığınız zaman, mesleki yolculuğun başlangıcı olduğunu görüyorsunuz. Bu seneki tasarımcıların tasarımları içinde çok sevdiğim



tasarımlar var. Kadın kıyafetinden çok erkek kıyafet tasarımlarının fazla olduğu dikkatimi çekti. Gençlerin kendilerini yetiştirmeleri adına sadece moda tasarımı yetmiyor. Beslenmeleri

gereken pek çok alan var. Kendilerini beslemeleri gereken kanalları bulmalarını diliyorum. Biz dokuza dokuz seçtik, özellikle içlerinden bir tanesini çok keyifli bulduk. Genele baktığımızda eğitimdeki eksiklikleri de gördük. Tasarımcıların birbirinden etkilendiği çok şey var, bu da tasarımlarda esinlendiklerini gösteriyor. Kendi yolculuklarını, kendilerinin belirlemeleri gerekiyor. Bilgiye çok kolay ulaştığımız bir çağdayız ama o bilgiyi ne yapacağımızı bilmemizde önemli. Onu aynen kopyaladığınız zaman tasarımcı oluyorsunuz zaten.



KOZA'NIN KAZANANLARI, KENDİ MARKALARINI YARATTI

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'na geçmiş yıllarda katılan ve ilk üçe kalan modacılar, kendi markalarıyla, İHKİB'in düzenlediği The Core etkinliğinde yer aldı. The Core etkinliğine katılan tasarımcılara Koza Yarışması sonrası hayatlarındaki değişimi sorduk.



MEHMET EMİROĞLU (KOZA 2017 BİRİNCİSİ) “HEDEFİM BİR İHRACAT MARKASI OLMAK”

Ben üç kez katıldım Koza'ya ve üçünü de kazandım. 2015 yılında ilk katıldığım yarışma ile birlikte sektörün farklı alanlarında çalışma imkanı buldum. Çalıştığım şirket beni çok fazla geliştirdi ve o nedenle iki kez daha katıldım. Kazanmamın ardından hedeflediğim marka kimliğine beni ulaştırabilecek daha özgün şeyler yapan bir şirkette çalışmaya başladım. Yurt dışından bir sürü dergi ve ajansa ulaşmaya çalıştım. Ürünlerimi her yere gönderdim. Dünya starlarına kadar ulaşma imkanı buldum. Seneye master eğitimi için Londra'ya gideceğim. The Core sergisindeki koleksiyonlarımı kış için yaptım. Londra'da olacağım için oraya götürüp bazı bağlantılar kurmak istiyorum. Döndüğümde de yaptığım şeyleri geliştirip farklı bir ofis açmak istiyorum. Hedefim bir ihracat markası olmak. Yakında daha güzel gelişmeler olacak. Bir dünya starı, Koza'da kazandığım koleksiyondan bir parça giyip albüm kapağına koyacak. Mayıs'ta çıkacak albümü ben de merakla bekliyorum.

EMRE PAKEL (KOZA 2018 İKİNCİSİ) “KOZA'DAN SONRA KENDİ MARKAMI OLUŞTURDUM”

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, sektördeki genç isimlerin sektörle buluşması için en önemli platform bence. Moda dünyasında var olabileceklerini gösterebilmeleri için gençlerin bunu kanıtlanması gerekiyor. Bunun için de en iyi platform çünkü kazandıktan veya finalist olduktan sonra birçok imkanı beraberinde getiriyor ve sektörle buluşturuyor. Ben, 2017 yılındaki yarışmaya da katılmıştım ve finalist olmuşum. 2018 yılındaki yarışmanın da ikincisi olmuşum. Finalist olduğumda da derece aldığımda da aynı imkanlara sahip olmuşum. İnsanlar istikrar görmek istiyor. Koza öncesi Türkiye'de iki moda yarışmasını daha kazanmıştım. Koza'dan sonra kendi markamı oluşturdum. Önümüzdeki yıl da yurt dışına giderek yüksek lisans eğitimine devam edeceğim.

GIRAY SEPİN (KOZA 2004 İKİNCİSİ) “KARIYERİMİ İLERİ TAŞIMAKTA İYİ BİR BAŞAMAK OLDU”

Aslında ben dört kez Koza'ya katıldım. 2003 yılındaki yarışmada ilk 10 finalist arasındaydım. 2004 yılındaki Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nda derece aldığımda, profesyonel iş hayatıma başladığım ilk seneydi. Koza ile beraber çok daha ileriye gitti. Moda dünyasından çok daha fazla insanla tanışma şansı buldum. Bireysel bir koleksiyon hazırlama işinin nasıl olduğunu Koza yarışmasına hazırlanırken öğrenmeye başladım. Kariyerimi ileri taşımakta iyi bir basamak oldu. Yarışmadan aldığım ödül ile İtalya'da master yapma imkanı buldum ki, o da bir dönüm noktası oldu. Finale kalamayan veya dereceye giremeyen öğrenciler çabuk pes etmesinler, bazen ilk seferde olamayabiliyor. İtalya'dan döndükten sonra bir iki firmada çalıştım ve 2014 yılında da kendi firmamı kurdum ve tasarlamaya devam ediyorum.

İHKİB VİZYON BELGESİ: HEDEFLERE ULAŞMANIN YOLU MARKALAŞMA VE TASARIMDAN GEÇİYOR

İHKİB Vizyon Belgesi ile sektörün önünü açacak stratejik hedefler belirlendi. Vizyon Belgesi yazı dizisi, sektörü hedeflere ulaştıracak altı yoldan stratejik öneme sahip öncelikli iki konu ile devam ediyor. Bu konuları da “Küresel ilk 100’de 5 Türk Markası” ve “Hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü” başlıklar oluşturuyor.

Türkiye hazır giyim sektöründe özellikle 2000’li yıllarda önemli sermaye yatırımları yapıldı ve bu yatırımların devam etmesi sektörün sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşıyor. Buna paralel olarak Türkiye’nin katma değerinin ciddi şekilde artarak 8 milyar dolar seviyesine yaklaşacağı öngörülmüyor. Gelecek dönemde katma değer geçiş dönemlere göre daha hızlı büyümesi bekleniyor.

Türkiye’deki birçok ihracatçının üretici kimliğinden markalaşmaya giden bir yol izlediği görülüyor. Hali hazırda neredeyse bütün büyük firmalar ürettikleri ürünlerin en azından bir kısmını kendileri tasarlamaya başladı. En büyük firmaların büyük çoğunluğu kendi orijinal markalarını üretiyor. Markalaşma, katma değeri yüksek ürünlere ve kalite/tasarıma odaklanma stratejilerinin uygulanması, ihracatta başarıya katkı sağlamaktadır. Bugün, hazır giyim markalarının, Türkiye’nin en büyük şirketleri arasına girmeye başladığı görülüyor.

HEDEF; İLK 100’E 5 TÜRK FİRMASI SOKMAK

Önümüzdeki dönemde hazır giyim sektöründe uygulanacak kısa, orta ve uzun vadeli doğru politikalar ve bunların altında uygulanacak doğru eylemlerle küresel ilk 100 şirket arasında 5 Türk hazır giyim markasının yer bulması hedefleniyor.

Kalite ve tasarıma odaklanma konusunda ise Türk üreticilerin üretim kalitesi ve tasarım kabiliyeti sayesinde küresel alıcılar, yüksek fiyatlara rağmen Türk ürünlerini tercih ediyor. Geline nokta Türk hazır giyim sektörü kendi özgün tasarımlarını geliştirmekte ve tasarım kabiliyetini artırmakta çok iyi bir yere gelmiş durumda. Geline nokta

Türkiye’nin hazır giyim sektöründe orta vadeli hedeflerine ulaşabilmesi için hazırlanan Vizyon Belgesi’nde sektörü hedefe ulaştırabilecek öncelikli altı yol belirlendi. Hedeflere ulaşmada “Küresel ilk 100’de 5 Türk Markası” ve “Hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü” olmak gibi stratejiler büyük önem taşıyor.



İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından 28 yıldır yapılan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması’nın da büyük payı bulunuyor.

Önümüzdeki kısa, orta ve uzun vadede uygulanacak doğru strateji ve politikalarla hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün özgün tasarım kabiliyeti ve kapasitesinin daha da artırılması planlanıyor.

TÜRKİYE HIZLI MODADA ÖNCÜ

Bu konunun diğer bir parçası olan “Hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü” konusunda ise hızlı moda tasarımı kabiliyeti Türk hazır giyim sektörünün başlıca avantajlarından biri ve bu özelliği Türkiye’yi rakiplerine karşı avantajlı konuma getiriyor. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün, gelecek dönemde katma değerli ürünlerde öncü rolünü sürdürerek bu alanda liderliğini devam ettirecek kapasiteye sahip olduğu vurgulanıyor.

TÜRK HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜ HEDEFE ULAŞTIRACAK 6 YOL

- En dijital tedarik zinciri
- Küresel ilk 100’de 5 Türk markası
- Verimlilikte öncü üretici
- Hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü
- “Made fully in Turkey”
- Perakende değer zincirindeki oyun alanımızı genişletmek.

Mercedes-Benz FashionWeek İSTANBUL İLE MODA RÜZGARİ ESTİ



MBFWI, Sonbahar/Kış 2019 koleksiyonlarının sunumu dışında, marka ve tasarımcıların satış etkinliklerinden modayı farklı boyutlarıyla konu alan söyleşiler, paneller ve atölye çalışmalarından oluşan zengin bir programla geçti.



Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul Sonbahar/Kış 2019 sezonu 19-22 Mart 2019 tarihleri arasında İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde gerçekleşti. Yerli ve yabancı binlerce ziyaretçiye ev sahipliği yapan ve birbirinden başarılı modacıların defilelerine sahne olan MBFWI, uluslararası moda dünyasının da yakından takip ettiği etkinlik oldu. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, "Hazırgiyim üreticisi ülke kimliğinden küresel moda endüstrisinin merkezlerinden biri olma yolunda, İHKİB olarak önemli bir haftaya imza attık" dedi.

Mercedes-Benz Türk sponsorluğunda ve İHKİB iş birliğinde 13 yıldır düzenlenen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul ile 19-22 Mart 2019 tarihleri arasında İstanbul'da moda rüzgarı esti. Başarılı Türk modacıların Sonbahar/Kış 2019 koleksiyonlarının sunumlarının yanı sıra marka ve tasarımcıların satış etkinliklerinden modayı farklı boyutlarıyla konu alan söyleşilere ve atölye çalışmalarına zengin bir programa sahip etkinliklere imza atıldı.

MBFWI, etkinliğin satış boyutunu oluşturan The Core İstanbul'da gerçekleştirilen Emre Pakel defilesi ile başladı, sonrasında W-S-M'nin (Seydullah Yılmaz, Berna Süslü ve Muhammed İloğlu) MBFWI kapsamında ilk defa gerçekleştirilen şovu ile devam etti. Üç genç ve yetenekli isim, ortak bir çalışmanın ürünü olan koleksiyonu davetlilere sundu. The Core İstanbul, hafta boyunca seçilen marka ve tasarımcıların Sonbahar/Kış 2019 koleksiyonlarını Türk ve uluslararası satın alma sorumluları ile Zorlu PSM'de bulunan Sky Lounge alanında buluşturdu. Bu sezon Güneş Güner kreatif direktörlüğünde ve karnaval konseptinde misafirlerini karşılayan The Core İstanbul, aynı zamanda Türk marka ve tasarımcıları bir araya getiren ürünlerin sunulduğu bir pop-up mağazaya ev sahipliği yaptı. The Core İstanbul'u bu sezon 30 farklı ülkeden toplam 65 uluslararası satın alma sorumlusu ziyaret etti. İstanbul'a gelerek The Core İstanbul'u ziyaret edecek satın alma sorumluları arasında Saks Fifth Avenue Dubai, Printemps Paris, Harvey Nichols Katar, Fashion Avenue Russia, Liberty London gibi prestijli zincir mağazaları temsil eden isimler bulunuyordu.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un 13. sezon takviminde moda





endüstrisinin tecrübeli isimlerinin yanı sıra, yetenekli genç tasarımcılar da ağırlıklı olarak dikkat çektiler. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, günlük 5 bin davetliye ev sahipliği yaptı. Dört gün devam eden etkinlikleri ziyaret eden yerli yabancı misafir sayısı ise 20 bini aştı.

MODA DÜNYASININ EN ÖNEMLİ ÜÇ ETKİNLİĞİNE İHKİB İMZASI

MBFWI, The Core İstanbul ve Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nı ilk kez aynı hafta içinde gerçekleştirerek önemli bir sinerji yakaladıklarını vurgulayan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Türk moda endüstrisinin, uluslararası moda dünyasının dikkatini çekmeyi sağlayan üç etkinlikte İHKİB'in imzasının bulunduğunu kaydetti.

Türk tasarımcıların ve markaların, aynı hafta içinde düzenlenen üç önemli etkinlik ile bir kez daha küresel vitrinde yerlerini aldığının altını çizen Başkan Gültepe, şunları söyledi: "Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile genç yetenekleri, moda dünyasına kazandırmaya devam ettik. MBFWI kapsamında düzenlenen The Core İstanbul etkinliğimizde tasarımcılar ile markaları yeni iş birlikleri için bir araya getirdik. Bütün bu çalışmalar, marka ekonomisine geçme stratejimizin bir adımı. Benzer stratejimizle dört yılda markalı ihracatı ikiye katlayarak 5 milyar dolara çıkaracağız. Dört dörtlük planımızdaki 33 milyar dolarlık ihracat hedefimizin gücü tasarım odaklı büyüme olacak. Bu hedefe giden yolu tasarımlı, yüksek katma değerli ve markalı üretim ile kısaltacağız" diye konuştu.

Başkan Gültepe, Türkiye'yi hazır giyim üreticisi ülke kimliğinden sıyrıp küresel moda endüstrisinin merkezlerinden biri yapmak yolunda etkinliklere imza atacaklarının altını çizdi.



"THE CORE İSTANBUL, MARKA EKONOMİSİNE GEÇİŞTE ÖNEMLİ ROL OYNAYACAK"

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Etkinlikler Komitesi Başkanı Cem Altan ise üç önemli organizasyon ile dünya moda çevrelerinin bir hafta boyunca İstanbul'u ve Türk moda endüstrisini konuştuğunu belirterek "Dört gün boyunca gerçekleştirilen 37 defileyi 20 bin civarında davetli takip etti. Türkiye'nin tasarım gücünü bilen ya da gerçekten farklı ve yaratıcı tasarımcıları keşfetme arayışında olan yabancı marka temsilcilerini İstanbul'da ağırladık. Geçen sezondan itibaren üretici ile tasarımcıların buluştuğu bir platforma dönüştürdüğümüz The Core İstanbul'da ise bu yıl 35 tasarımcı ve markamız yer aldı. Bu platformda üreticilerimiz, tasarımcılardan sadece koleksiyon değil, aynı zamanda model de satın alarak tasarım ekonomisi yaratıyorlar" değerlendirmesinde bulundu.



1. GÜN

EMRE PAKEL
W-S-M
DB BERDAN
CELE-BRAND
GUNTAS
KİĞİLİ
M.O.F.C. EDA GÜNGÖR
DAMAT

2. GÜN

KITH & KIN
HOUSE OF OGAN
KARMA SELEN AKYÜZ-THIRD
ÖZLEM ERKAN
ASLI FİLİNTA
EMRE ERDEMOĞLU
ÖZLEM KAYA
GÖKHAN YAVAS
MEHTAP ELAIDI
BRAND WHO

3. GÜN

SUDI ETUZ
ÇİĞDEM AKIN
MURAT AYTULUM
HEMINGTON
ŞEBNEM GÜNAY
GİRAY SEPİN
MELTEM ÖZBEK
NEW GEN BY IMA
ÖZGÜR MASUR
ÖZLEM SÜER
EZRA TUBA

4. GÜN

CEREN OCAK
EXQUISE
BELMA ÖZDEMİR
TUBA ERGİN
ÖNDER ÖZKAN
MİİN BY KADİR KILIÇ
GÜLÇİN ÇENGEL
CLIMBER





THE CORE İSTANBUL, MARKA EKONOMİSİNE GEÇİŞTE ÖNEMLİ ROL OYNAYACAK

Tasarımcılar ile markaları bir araya getirmenin yanı sıra modacıların özgün tasarımlarıyla birlikte yabancı alıcılarla buluşmasına öncülük eden The Core İstanbul, İHKİB'in markalı ürün ihracatını ikiye katlama hedefine büyük katkı sağladı. The Core İstanbul'da marka ve modacıardan oluşan 35 firma, 30 ülkeden gelen 65 alıcı ile buluştu.



İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) iş birliğiyle geleneksel hale getirilen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI), geçmiş yıllarda olduğu gibi 13. yılında da kendi alanında söz sahibi, uluslararası moda alanında ün yapmış tasarımcıların koleksiyonlarına ev sahipliği yaptı. İHKİB, moda haftasının



ikinci gününde düzenlediği Alım Heyeti ve The Core İstanbul etkinliği ile Türk modacı ve markaları, 30'a yakın ülkeden gelen alıcılar ile bir araya getirmeye öncülük etti.

Bu yıl The Core İstanbul etkinliğine katılan 35 marka ve modacı, alım heyetlerinin yanı sıra Avrupa başta olmak üzere yakın coğrafyadan etkinliğe katılan gazeteci ve bloggerlara 2019 yılının sonbahar/kış koleksiyonlarını sergiledi. Birbirinden şık tasarımların ilk kez görücüye çıktığı etkinliğin ilk günü İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de etkinlikte yer alan stantları gezerek modacıların koleksiyonları hakkında bilgi aldı. Başkan Gültepe, aynı hafta içinde düzenlenen üç etkinlikle ilgili olarak şunları söyledi: "MBFWI, The Core İstanbul ve Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nı ilk kez aynı hafta içinde gerçekleştirerek önemli bir sinerji yakaladık. The Core İstanbul'da tasarımcılarımız ile markalarımızı yeni iş birlikleri için bir araya getiriyoruz. Bu platformda üreticilerimiz, tasarımcılardan sadece koleksiyon değil, aynı zamanda model de satın alarak tasarım ekonomisi yaratıyorlar. Ayrıca yurt dışından gelen alıcılar ile yeni iş birlikleri yapma imkanı buluyorlar. The Core İstanbul etkinliği, özgün tasarımların ticari faaliyete dönüştürülerek, katma değeri yüksek ihracatın oluşmasına imkan vermesi açısından sektör için büyük önem taşıyor. Bu etkinliklerle dört yılda markalı ürün ihracatını ikiye katlayarak 5 milyar dolara çıkarma hedefine biraz daha yaklaşıyoruz."

Bu yılki etkinliğe AB ülkeleri ve Orta Doğu'dan yoğun bir katılım olduğu açıklandı. Ayrıca uluslararası moda dünyasının yakından takip ettiği çok sayıda moda dergisinin editörleri de etkinliği takip ederek Türk modacılarla röportajlar yaptı.





ANKARA'DA BİR SERGİ; KİLİMİN SEMBOLLERİ

Türk ve Fransız iş birliğine güzel bir örnek olan Kilimin Sembolleri Sergisi, 5 Mart 2019 tarihinde Ankara Fransız Kültür Merkezi'nde açıldı. Çoğunluğu 19. yüzyıl ortalarından ve 20. yüzyıl ortalarına kadar Anadolu'nun değişik yörelerinden gelen 21 nadide kilimden oluşan sergi, 30 Nisana kadar gezilebilecek.

Ankara Fransız Kültür Merkezi'nin etkinlik salonu, 5 Mart 2019 tarihinde Türk ve Fransız iş birliğinde kültürel bir etkinliğe ev sahipliği yaptı. Ahmet Diler ve Marc-Antoine Gallice'in birlikte kaleme aldıkları, Kilimin Sembolleri adlı kitaptan esinlenerek düzenlenen serginin açılışında bir konferans düzenlendi. Yoğun katılımın olduğu sergi, Fransız Kültür Merkezi Müdürü Sébastien de Courtois'nın açılış konuşmasıyla başladı. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Metin ve ülkeye birçok halı ve kilim müzesi kazandıran Vakıflar Müzeler Müdürü Suzan Bayraktaroglu da etkinliğe katılan isimler arasındaydı.

Kitabın yazarları Ahmet Diler ve Marc-Antoine Gallice de sergilenen

kilimler ile ilgili detaylı birer sunum yaptılar. Sergi açılışında kilimin bütün dokuma aşamalarını gösteren bir film gösterisi de gerçekleştirildi. Konuşmacılar; doğanın bereketi, kadının doğurganlığı ve nazarla ilgili koruyucu üç ana temadan oluşan 19 kilim deseninin sembolik anlamlarını izleyicilerle paylaştılar. Balkanlar'dan Çin Türkistan'ına kadar 7 bin kilometrelik bir coğrafyada rastlanan bu motifleri, değişik yörelerden gelen kilimlerin görselleri ve Neolitik dönemden yakın tarihe kadar çömlekler, çok sayıda medeniyette görülen ana tanrıça heykelcikleri, bronz Hitit aemleri, Frig dönemine ait ahşap masalar, Urartu freskleri, Roma mozaikleri, Selçuklu dönemine ait kervansaraylar ve de Osmanlı dönemi cami ve medreselerinde rastlanan desenlerle karşılaştırdılar. Aynı figürlerle yukarıda sıralanan değişik alanlar ve kabartmalarda da karşılaştırdığını

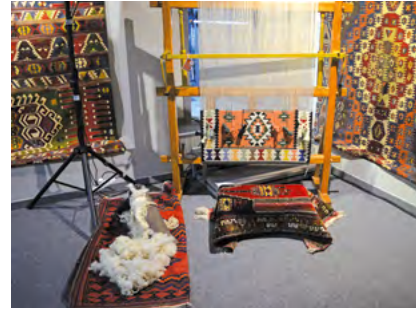


gösterdiler. Kökeni çok eskilere dayanan bu motiflerin göçler ve İpek Yolu gibi ticari yollar vasıtasıyla medeniyetler ve kültürler arasında yayıldığı ve paylaşıldığı izleyicilere sunuldu.

Konferansın ardından konuşmacılar, Alfa Yayınevi tarafından yayımlanan 'Kilimin Sembolleri' isimli ve Fransızca versiyonu Bleu Autour Yayınevi tarafından yayımlanan kitaplarını imzaladılar. Çoğunluğu 19. yüzyıl ortalarından ve 20. yüzyıl ortalarına kadar Anadolu'nun değişik yörelerinden gelen 21 nadide kilimden oluşan sergi 30 Nisan 2019'a kadar Ankara Fransız Kültür merkezi'nde ziyaret edilebilecek.

KÜLTÜRÜN DEVLET DESTEĞİ İLE YAŞATILMASI GEREKİYOR

30 Nisana kadar devam edecek sergi açılışını ve konferansı değerlendiren aynı zamanda İHİB Başkan Yardımcısı olan Ahmet Diler, Ankara'daki büyükelçilik görevlileri, öğretim üyeleri, öğretmenler ve değişik meslek gruplarından oluşan katılımcıların sordukları sayısız sorularla konuya olan ilgilerinden oldukça mutlu olduklarını belirtti. Dokuma kültürünün Anadolu'da on bin yıllık geçmişi olduğunu vurgulayan Diler, "Bu kültürü en iyi şekilde temsil eden kilim dokuma zanaatının devam etmesi için gereken önlemlerin alınması ve kırsal kesimlerde



sürdürülebilir bir kalkınma projesi olarak devlet desteği ve halı sektörünün katkısıyla yeniden canlandırılması gerekiyor. Anavatanı bugünkü Türkiye toprakları olan bu düz dokumaların, ataların yadigarı bu kültürel birikimin katma değeri yüksek ürünler imal edilerek ülke ekonomisine yapacağı katkılar aşikardır" diye konuştu.





ZEVİGAS TEKSTİL
YÖNETİM
KURULU BAŞKANI
MUSTAFA PAŞAHAN

**AVRUPALI
MARKALAR İÇİN
MALATYA'DA
ÜRETECEK**

Geçen yıl çeyrek asrı geride bırakan Zevigas, 25. yılında Anadolu'da yatırım yapma kararı alarak Malatya'da yeni bir fabrikanın yatırımına başladı. Yeni yatırımla birlikte üretim hacmini ikiye katlamayı planlayan Zevigas, Avrupalı büyük markaların gömleklerini Malatya'da üretmeyi planlıyor. Zevigas Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Paşahan, Cumhuriyet tarihinden bugüne sektörümüze verilen teşvikleri değerlendirebilmek için yeni yatırımlarının artık Doğu Anadolu'da yapılması gerektiğinin altını çiziyor.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Paşahan tarafından 1993 yılında İstanbul'da kurulan Zevigas, kurulduğu günden bu yana Avrupa markalarına üretim yapmaya devam ediyor. Şu an 11 ülkeye gömlek ihracatı yaptıklarını söyleyen Mustafa Paşahan, İstanbul'da 6 bin metrekare kapalı alana kurulu fabrikamızda yılda bir milyonun üzerinde gömlek üretilip ihraç ediyoruz” diyor.

Geçen yıl 25. yılını geride bırakan Zevigas, çeyrek asrı ikinci bir fabrika yatırımıyla geride bırakmak amacıyla Malatya'da yeni bir fabrika yatırımına başladı. Anadolu'da yatırıma karar verince, ilk olarak Urfa'ya gidip yer baktıklarını söyleyen Mustafa Paşahan, yatırım sürecini şöyle anlattı: “Yerel idareler, Urfa'da fabrikamız için ücretsiz bir arsa tahsis edebileceklerini de belirtmişti. Fakat memleketim olan Malatya'ya gittiğimde, böyle bir yatırım projemi duyan Malatya Ticaret Odası Başkanımız ve iş adamları ısrarla bu yatırımı Malatya'da yapmamı istediler. Biz de kıramadık, kendi memleketimizde yatırım yapmanın vereceği heyecanla yatırımı, Malatya'da yapacağımıza söz verdik. Yatırımı Malatya'da yapmamızdan dolayı memnuniyetini dile getiren Valimiz, bana fabrikanın beş yıl içinde faaliyet geçip geçmeyeceğini sordu.

Çünkü dövizin yükselmeye başladığı ve herkesin tasarruf önlemleri almaya başladığı bir dönemde yatırımı hemen yapacağımızı düşünmüyorlardı. Fabrikayı bir sene içerisinde faaliyete geçireceğimizi söylediğimizde Valimiz şaşırıldı. Arsayı satın alıp izin süreçlerini aştıktan sonra hemen inşaatla başladık. Ekim 2018'de çalışmalara başlamıştık, Temmuz 2019'da da inşallah açılmış olacak. Avrupa'nın üst segmentteki markalarının gömleklerini, Malatya'da açacağımız fabrikamızda üretmek için pazarlama görüşmelerimiz devam ediyor. Markaları Malatya'ya getirebileceğimize de inanıyoruz. Bu fabrika ile Malatya'ya renk katacağız.”

ÜRETİM 2020'DE İKİ KAT ARTACAK

Malatya'da açılacak fabrikanın 7 bin metrekare kapalı alana sahip 11 bin metrekare üzerine kurulacağını söyleyen Mustafa Paşahan, “Avrupa standartlarına uygun bir fabrika olacak. Türkiye'de hazırgiyim sektöründe nadir olan fabrikalardan biri olacak. Bu fabrikamızın devreye girmesi ile yıllık üretim hacmimizi 2020'de iki katına çıkararak 2 milyon adet gömlek üretmeyi hedefliyoruz. Şu an da binin üzerinde insana istihdam sağlıyoruz. Malatya'daki fabrikamızda ilk etapta 500 ile 700 kişi arasında bir istihdam sağlayacağız” diye konuştu.

2

MİLYON ADET

Zevigas'ın Malatya fabrikası ile birlikte yıllık üreteceği gömlek adedi

11

BİN M²

Malatya fabrikasının kurulacağı alan





“MALATYA’DA HAZIRGIYİMİN ALTYAPISI VAR”

Malatya'nın yatırım konusunda diğer Doğu Anadolu şehirlerine göre biraz şanslı olduğunu söyleyen Mustafa Paşahan, şunları söyledi: “Hazırgiyim ve tekstil sektörümüzde çok fazla Malatyalı var. Malatyalıların memleketlerine olan manevi duyguları yüksek olduğu için bölgede fabrika kuran çok arkadaşımız oldu. Malatya’da hazırgiyim sektörünün bir altyapısı var. Bizim hedefimiz fabrikamızın tüm kadrosunu bölge insanından oluşturmak. İstanbul’dan bir ekip getirmeyi düşünmüyoruz. Fakat Türkiye genelinde olduğu gibi sektörün ihtiyaç duyduğu eleman sıkıntısı Malatya’da da var. Bu sıkıntıyı meslek liseleri ve bölgedeki üniversiteler ile çözmeye çalışıyoruz. Ticaret odamız ile birlikte gençleri sektöre kazandırmayı planlıyoruz.”

“SURIYELİ GÖÇMENLERİ DE SANAYİYE KAZANDIRABİLİRİZ”

Sektörün Suriyeli göçmenleri işgücüne katma projesini de değerlendiren Paşahan, “Firma olarak Avrupalı markalarla çalıştığımız için resmi olmayan kimseyi çalıştıramayız. İhracata çalışan tüm sektörlerimiz için de geçerli bir durum bu. Direkt ve dolaylı olarak bunu sağlayabilmek için de şartların biraz daha iyileştirilip sanayicilere destek olunması için hükümetimizden taleplerimiz oldu. Taleplerimize sıcak baktılar. Bu sağlanabilirse, İstanbul’da 500 bin civarında olan Suriyeli vatandaşların bir bölümünü, sektör olarak işgücüne kazandırabiliriz. Malatya’da ise çok fazla Suriyeli göçmen bulunmuyor. Belirttiğim gibi bölge insanımızı yetiştirerek sanayiye kazandıracamız” dedi.

“Anadolu’da yatırım için devlet teşvikleri çok önemli. Bu teşviklerin biraz daha iyileştirilerek devam etmesi halinde, yatırımların devam edeceğine inanıyorum.”

“TEŞVİKLERİ DEĞERLENDİREREK ANADOLU’YU KALKINDIRABİLİRİZ”

Sanayicilerin yeni yatırım planlarını Anadolu’da yapmaya davet eden Mustafa Paşahan, “Cumhuriyet tarihinden bu yana hazırgiyim ve tekstil sektörüne desteklerin verildiği en iyi dönemi yaşıyoruz” diyerek şöyle devam etti: “Bölgesel, istihdam teşvikleri, tasarım ve ve Ug-Ge destekleri gibi çok önemli teşvik programları var. Cumhurbaşkanımızın Ağrı’da yaptığı konuşmada, ‘Yoğun istihdama ihtiyaç duyduğumuz bölgelerimizde ciddi teşviklerle, tekstil sektörünü desteklemeyi sürdüreceğiz’ açıklaması, sektör olarak bizlere umut verdi.

Anadolu’da yatırım için devlet teşvikleri çok önemli. Bu teşviklerin biraz daha iyileştirilerek devam etmesi halinde yatırımların devam edeceğine inanıyorum. Çünkü İstanbul’da üretim maliyetleri çok arttı ve bölge sanayiye doydu. Bizim artık Anadolu’yu İstanbul’a taşımak yerine, sanayicileri oralara götürmemiz gerekiyor. Aynı şekilde Anadolu’da bir şehir merkezinde yatırım yapıldığında, bölge ilçelerdeki insanları şehir merkezine taşımak yerine firmaları ilçelere taşımak gerekiyor. Bunu OSB içinde olan şirketlerin veya ana fabrikaların, ilçelerde açacağı atölyeleri de teşvik kapsamına alarak sağlayabiliriz. Böylelikle ilçelerde de istihdam sağlanmış olur.

Teşvik programında yeni makine yatırıma teşvik var fakat boşta duran makinelerimizi yeni açılan fabrikaya götürdüğümüzde, makine teşviğinden yararlanamıyoruz. Bu nedenle sanayiciler yeni makine ithal etmek zorunda kalıyor. Atıl makineleri değerlendirebilmek için teşvik bölgesindeki fabrikaya mevcut makinelerimizi götürdüğümüzde, makine teşviki yerine makineleri kullanacak personelin teşvik kapsamına alınması yönünde talebimiz oldu. Böylelikle sanayicinin parası yurt dışına gitmiş olmayacak. Sektör olarak hükümet kanadından bu konularda talebimiz daha çok oldu, olumlu sonuçlar alabileceğimize inanıyorum.

Artık rotayı Anadolu’ya çevirmek gerekiyor. Sektörümüzdeki iş insanlarını, kendi memleketlerinde veya Doğu Anadolu’da bu tür yatırımları yapmaya davet ediyorum. Önümüzdeki dönemde çok daha iyi olacağını da düşünüyorum.”



İstanbul Modern ve Almanya'nın köklü sanat kurumlarından Uluslararası İlişkiler Enstitüsü iş birliği ile hayata geçirilen "İplikten Çözülenler: Tekstilde Küresel Anlatılar" başlıklı sergi; tekstilin estetik, sanatsal, kültürel ve toplumsal bağlarını, çağdaş sanatın pratiğinden geçirerek izleyicinin yorumuna sunuyor.

SANATSAL İFADE ARACI OLARAK TEKSTİL "İPLIKTEN ÇÖZÜLENLER"

İstanbul Modern, "İplikten Çözülenler: Tekstilde Küresel Anlatılar" başlıklı sergisinde, tekstil malzemelerini yapıtlarında sanatsal ifade aracı olarak kullanan 25 uluslararası sanatçının nesne, resim, yerleştirme, arşiv malzemesi ve videolardan oluşan çalışmalarını bir araya getiriyor. 22 Şubat'ta kapılarını açan sergi, 7 Temmuz tarihine dek ziyaret edilebilecek.

Almanya'nın köklü sanat kurumlarından Uluslararası İlişkiler Enstitüsü (ifa, Institut für Auslandsbeziehungen) iş birliğinde Goethe-Institut İstanbul'un katkılarıyla izleyicilerle buluşan sergi, tekstil malzemesi kullanarak estetik ve kültürel anlatılar meydana getiren 50'nin üzerinde çalışmaya ev sahipliği yapıyor.

ÇAĞDAŞ SANATIN MERCEĞİNDEN GEÇEN GELENEKLER

İplikten Çözülenler, Güney Amerika'daki And Dağları'nda yaşayan halkların

quipu geleneğinden Arjantin'deki Wichi topluluğunun dokuma tekniklerine, Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun unutulmaya yüz tutmuş yazmacılık geleneğini yeniden hayata geçirme hikayesinden Burhan Doğançay'ın Aubusson halı dokuma atölyelerinde gerçekleştirdiği duvar halılarına kadar birbirinden farklı pek çok hikayeyi aynı potada eritiyor. İplikten Çözülenler, ifade aracı olarak kurguladığı tekstil malzemesinin çeşitliliğini ele alıp tarihsel, toplumsal ve kültürel anlamlarını sorguluyor.

Adını Bauhaus dokuma atölyelerinin en önemli sanatçılarından Anni Albers'in On Weaving (Dokumacılık Üzerine, 1965) adlı kitabındaki bir ifadeden alan sergi 20. yüzyılda mimari, tasarım, sanat alanlarında yeni akımlar yaratmış ve bu yıl 100. kuruluş yıl dönümünü kutlayan Bauhaus'un, özellikle tekstil atölyelerinin anlatan, büyük bir yerleşmesi de yer alıyor.

Bauhaus'un Türkiye'deki yansıması olarak 1957 yılında açılan Tatbiki Güzel





Sanatlar Okulu'na da değinen İplikten Çözülenler, Almanya'dan gelerek ülkemizde 40 yıl öğretmenlik yapmış olan Harald Schmidt'in binin üzerinde diyadan oluşan arşivinden bir seçkiyi de ilk kez izleyici ile buluşturuyor.

EYÜBOĞLU VE YAZMALARİ

Sergideki iki özel alandan biri Türkiye'de resim ile nakış, dokuma, yazmacılık geleneği arasında bir sentez yaratan ilk sanatçılardan Bedri Rahmi Eyüboğlu'na ayrıldı. Sanatçının sergide yer alan yazma kalıplarının bir kısmı izleyici ile ilk kez buluşuyor.

1958 yılında mimar Turgut Cansever tarafından tasarlanan, sanatçının eşi Eren Eyüboğlu'yla birlikte 1975 yılındaki ölümüne kadar ev ve atölye olarak kullandığı mekândan, fotoğraf sanatçısı Ziya Tacir'in çektiği güncel fotoğraflar da sergide yer alıyor.

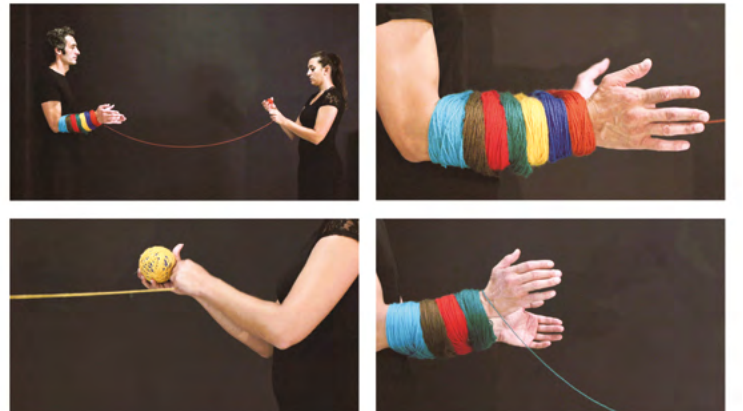
ULUSLARARASI 25 SANATÇI

Almanya'nın Dresden kentinde başlayan, oradan Kuveyt'e geçen ve son olarak İstanbul'a uğrayan sergi, ifa küratörleri Susanne Weiß ve Inka Gressel ile İstanbul Modern'den Öykü Özsoy'un küratörlüğünde sergileniyor.

Sergi, farklı coğrafyalardan Belkıs Balpınar, Ulla von Brandenburg, Hussein Chalayan, Burhan Doğançay, Noa Eshkol, Andreas Exner, Bedri Rahmi Eyüboğlu, Uli Fischer, Şakir Gökçebağ, Zille Homma Hamid, Heide Hinrichs, Olaf Holzapfel, Gözde İlkin, Christa Jeitner, Elisa van Joolen & Vincent Vulsma, Gülsün Karamustafa, Servet Koçyiğit, Eva Meyer & Eran Schaerf, Karen Michelsen Castañón, İrfan Önürmen, Judith Raum, Sabire Susuz ve Franz Erhard Walther'in çalışmalarını ağırlıyor.



İplikten Çözülenler, ifade aracı olarak kurguladığı tekstil malzemesinin çeşitliliğini ele alıp tarihsel, toplumsal ve kültürel anlamlarını sorguluyor.



NİSAN - MAYIS - HAZİRAN



TECHTEXTILE FRANKFURT FUARI
FRANKFURT 14-17.05.2019

AYSF FUARI
İSTANBUL 02-05.2019

EVTEKS FUARI
İSTANBUL 23-27.04.2019

LE SHOW MOSKOVA FUARI
MOSKOVA 14-16.05.2019

AYAKKABI FUARI
İSTANBUL 03-06.04.2019

İPLİK FUARI
İSTANBUL 14-17.04.2019

TEKSTİL VE KONF. TİCARET HEYETİ
RUSYA 05.06.2019

LEATHER & FUR SHOW
ANTALYA 01.06.2019

TEKSTİL MAKİNELERİ FUARI
İSTANBUL 14-17.04.2019

KAZAN KONF. TİCARET HEYETİ
KAZAN 21-24.05.2019

Fuar alanının büyüklüğü
20.000 m²
Milli Katılım sağlayan
firma sayısı
15
Fuara katılan marka sayısı
500



CHPE ŞANGHAY FUARI'NDA TÜRK ÇORAPLARINA YOĞUN İLGI

İHKİB, Çin'in Şanghay şehrinde düzenlenen ve dünyanın en önemli çorap ihtisas fuarı olan CHPE'ye 15 firma ile Milli Katılım gerçekleştirdi. Fuarda Türk stantları, başta ABD olmak üzere katılımcı ülke markalarından yoğun ilgi gördü.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından 20-22 Mart 2019 tarihleri arasında Çin'in Şangay şehrinde düzenlenen International Hosiery

Purchasing Expo (CHPE) Fuarı'na 15 firma ile Milli Katılım gerçekleştirildi. Çin'in Şanghay şehrinde düzenlenen ve dünyanın en önemli çorap ihtisas fuarı olan CHPE'ye Çin, Tayvan, Pakistan, Kore, Japonya, Sri Lanka, Endonezya, Mısır ve İspanya ülkelerinden 500 firma katıldı.

Bu yıl 14'üncü kez gerçekleşen CHPE Fuarı, Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center'da 20 bin metrekarelik alanda gerçekleşti. Fuara katılan kadın erkek ve çocuk çorapları, iç giyim, eldiven ve şapka, çorap ve iç çamaşırı kumaş ve hammaddeleri, Hosiery makine ve teçhizatları firmaları, Japonya, Güney Kore gibi Uzak Doğu ülkeleri ile





Amerika ve Avrupa'nın çeşitli ülkelerden gelen alıcılara görüşme ve ürünlerini gösterme imkânı buldu.

“TÜRKİYE, DÜNYANIN EN BÜYÜK İKİNCİ ÇORAP İHRACATÇISI”

Fuara katılarak Türk firmalarını ziyaret eden İHKİB Başkan Yardımcısı Özkan Karaca, fuar kapsamında yaptığı açıklamada, Türkiye'nin dünya çorap ihracatının yüzde 10'unu karşıladığını söyleyerek, “2018’de, 1,7 milyar çift çorap ihraç ederek ihracatımızı 1,1 milyar dolara ulaştırdık. Ancak ikinci en büyük ihracatçı ülke olarak bu oranı yeterli görmüyoruz” dedi.

Şanghai’deki fuara üçüncü kez katılan Türk firmalarının standlarının başta ABD olmak üzere birçok ülkeden alıcının yoğun ilgisi ile karşılaştığını aktaran Karaca, konuşmasına şöyle devam etti: “Türkiye, Çin’in ardından dünyanın en büyük ikinci tedarikçisi olarak küresel bir marka. Ancak ikinci büyük ihracatçı ülke olarak bu payı yeterli görmüyoruz. Yüzde 80’ini Çin’in kontrol ettiği pazardan daha fazla pay almak için fuarları büyük bir tanıtım fırsatı olarak görüyoruz. 2018’de Türkiye’nin ABD’ye hazır giyim ihracatı yüzde 7 artarken, çorapta bu oran yüzde 45’e yaklaştı. Yıllık 2,4 milyar dolarlık çorap ithalatı bulunan ABD’yi, Türkiye’nin ilk beş pazarı arasına sokmak da hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Biz CHPE’yi başta ABD olmak üzere Japonya ve Avustralya için sıçrama tahtası, diğer ülkeler için de pazar payımızı artıracığımız bir platform olarak kullanma niyetindeyiz. ABD’li alıcıların CHPE’ye katılım gösteren firmalarımıza yoğun ilgisi, bize, bunun mümkün olabileceğini gösterdi. Ayrıca CHPE aracılığı ile Japonya ve Avustralya’yı da pazarlarımız arasına almayı hedefliyoruz.”

Karaca, konuşmasının sonunda, CHPE’ye her geçen sene Türk firmalarının daha fazla rağbet gösterdiğini belirterek, gelecek yıl en az 30 firma ile katılım sağlama hedefinde olduklarını aktardı.

İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ VE AB, ABD FUARLAR KOMİTE BAŞKANI NAZIM KANPOLAT

“İÇ ÇAMAŞIR PAZARI İÇİN ÖN ARAŞTIRMA YAPTIK”



Dünyanın en büyük çorap fuarı olarak kabul edilen CHPE Shanghai fuarına bu yıl ilk kez iç çamaşır bölümünün de eklenerek düzenlendiğini söyleyen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve AB, ABD Fuarlar Komite Başkanı Nazım Kanpolat, “İHKİB olarak biz de bir ön araştırma

için fuarı ziyaret ettik. Çamaşır fuarının ayrı bir bölümde olduğunu gördük. Sadece Çinli firmalar vardı, sayıları azdı ve çok da kaliteli değildi. Şu an Türk firmaları için bir pazar yaratma ortamı yoktu. Diğer yandan çorap fuarına katılan firmalarımız memnundu. Çünkü dünyanın en büyük çorap fuarı olarak kabul ediliyor. Sadece Çin pazarı için değil, Avustralya, Amerika ve Almanya gibi dünyanın birçok yerinden ciddi alıcıların olduğu bir fuar. Çamaşır ile çorap aynı salonda düzenlenirse yeni iş birlikleri oluşturulabilir. Gelecek yıllarda çorap ile çamaşırın aynı salonda gerçekleştirilmesi halinde Türkiye’den birkaç firma ile katılabileceğimizi belirttik. İstedğimiz şartlar oluşturulursa, gelecek yıl, bir iki iç çamaşırı firması ile katılabiliriz” diye konuştu.

ÇORAP SANAYİCİLERİ DERNEĞİ BAŞKANI İLKER ÖZTAŞ

“TÜRKİYE’YE GELMEYEN ALICILARLA GÖRÜŞME İMKANIMIZ OLUYOR”



CHPE Shanghai fuarının, uluslararası alıcıların da katılım gösterdiği, çorap imalatçılarına yönelik dünyanın en büyük fuarı olduğunu söyleyen Çorap Sanayicileri Derneği Başkanı İlker Öztas, “Fuara Almanya, İngiltere, Belçika gibi AB ülkeleri ve Amerika’dan alıcılar katılıyor.

Türkiye’de benzer bir fuar olmadığı ve bu alıcılar, Türkiye’ye gelemediği için bu tür fuarlar, ciddi alıcılarla görüşebilmemiz açısından önemli” dedi. Sektör olarak üç yıl önce ilk Ur-Ge projesiyle katıldıklarını hatırlatan Öztas, şunları söyledi: “İlk yıl 10 firma ile katılmıştık; bu yıl 14 firma katılım sağladı. Gelecek dönemde daha fazla firmanın katılacağına düşünüyoruz. Rakiplerimizi görmemiz açısından da katılmamız çok iyi oldu. Fuara makine imalatçıların da katılım gösterdiğini gördük ve bu firmaların çoğu Çinli firmalardı. Biz, bu makineleri Avrupa’dan ithal ederken Çin, bu makineleri üretmeye başladı. Üstelik bizim aldığımız fiyatın üçte biri fiyatına makineleri mal edebiliyorlar. En büyük rakibimiz Çin’in böyle bir maliyet avantajına sahip olması gelecek dönemde bizi zorlayacak bir unsur olacaktır diye düşünüyorum.”



ÜLKE RAPORU



Ülke nüfusu:
1,4 milyar
Çin’in toplam ihracatı:
2,5 trilyon dolar
Çin’in toplam ithalatı:
2,1 trilyon dolar
Çin’in toplam hazır giyim ihracatı:
172,8 milyar dolar
Türkiye’nin Çin’e hazır giyim ihracatı:
85,2 milyon dolar
Çin’e hazır giyim ihracatının değişimi:
% 24,1
Türkiye’nin Çin’den hazır giyim ithalatı:
464,6 milyon dolar
#Tüm veriler, 2018 yılına aittir.

Toplam fuar alanı
3.060 m²
Milli Katılım sağlayan
firma sayısı
26
Fuara katılan ülke sayısı
16
Toplam katılımcı firma sayısı
108

CENTRAL ASIA FASHION (CAF) ORTA ASYA PAZARINDA BÜYÜMEK İÇİN FIRSAT SUNUYOR



Orta Asya bölgesinin en büyük hazır giyim ve deri fuarı olarak gösterilen Central Asia Fashion Show (CAF), coğrafyada büyümek isteyen Türk hazır giyim sektörü için stratejik bir adım olmaya başladı. İHKİB'in 26 firma ile milli katılım gerçekleştirdiği fuardan, siparişle dönen çok sayıda firmanın olduğu açıklandı.

17 -19 Mart 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen Central Asia Fashion Show (CAF), 16 farklı ülkeden 108 hazır giyim ve deri firmasını buluşturdu. 20'ye yakın ülkeden 8 bin 500 civarında ciddi alıcı katıldı. İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı (İHKİB) tarafından dokuzuncu kez milli organizasyon düzenlenen fuara, 26 firma katıldı. Katılımcı firmalar, Central Asia Fashion'da çok sayıda Kazak firma ile görüşmeler gerçekleştirdi.

Fuarı ve firmaları ziyaret eden Almatı Ticaret Ataşesi Osman Boztepe, fuarın birinci ve üçüncü gününde fuar alanındaki katılımcı firmalarla birebir görüşerek sektör hakkında bilgiler aldı.

Katılımcı firmalar, ziyaretçilerin neredeyse tamamının firmaları adına doğrudan satın alma kararı vermeye yetkili kişilerden oluştuğunu ifade ederek, fuara gelen ziyaretçi profilinden memnun olduklarını ve fuarın kendileri için başarılı geçtiğini belirttiler.



ERDİÑÇ TERCAN

Fuarı ziyaret eden İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Erdiñç Tercan, yaptığı fuar değerlendirmesinde şunları söyledi: “Fuara katılan firma temsilcileriyle yaptığımız görüşmelerde, firmaların çoğu, eskiden CAF fuarına, kriz ortamındaki Rusya Federasyonu pazarına bir alternatif oluşturmak amacıyla katıldıklarını, bugün ise Orta Asya'nın da Rusya gibi kendileri için stratejik öneme sahip bir pazar olduğunu belirttiler. Kazak firmalar kadar bölgenin pek çok farklı ülkesinden gerçek anlamda büyük ve ciddi alıcıların katılım sağladığını gördük. Orta Asya'daki ülkelerin her birinden onlarca ciddi müşterinin burayı tercih ettiği görüldü. Bu nedenle firmalarımız CAF'ı kesinlikle en ciddi alım merkezi olarak gördüklerine şahit olduklarını ifade ettiler. Fuarda sergiledikleri koleksiyonlarını, siparişe dönüştüren firmalarımız oldu.”

ORTA VADEDE İŞ HACMİ BÜYÜTÜLEBİLİR

Fuara düzenli katılımın önemine vurgu yapan Tercan, alıcıların sürekliliği önemsendiğini belirterek, CAF'ı, orta ve uzun vadede iş ilişkilerinin kurulacağı ve iş hacminin büyüyeceği bir basamak olarak görmek gerektiğini söyledi. Tercan, “Fuara katılan firmalarımız, Orta Asya pazarının tüketim alışkanlıklarını tespit edip seneye ona göre koleksiyon hazırlayıp katılabilirlerse çok daha önemli geri dönüşler alabileceklerdir.” dedi. ‘Fuara ilk katıldıklarında, en yoğun katılımı İtalyan firmaların yaptığını söyleyen Tercan’, “Artık en büyük katılım Türkiye'ye ait. Fuarın lokomotifinin Türk firmaları olduğunu söyleyebilirim” yorumunu yaptı.

FUARIN YAKLAŞIK YARISINI TÜRK FİRMALARI OLUŞTURUYOR



SABRİ SAMİ YILMAZ

Orta Asya Fashion Show'un yakın coğrafya pazarı için önemli bir pazar olduğunu söyleyen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Sabri Sami Yılmaz, daha önce Türk firmaların bireysel katıldığı bir fuar olan CAF'a, sektör için önemli bir pazar olması açısından Birlik olarak milli katılımın daha olumlu sonuçlar doğuracağını düşündüğümüz

için milli katılım gerçekleştirmeye başladıklarını belirterek şunları söyledi: “Milli katılım sağlamaya başladıktan sonra firmalarımızdan daha fazla talep gelmeye başladı. Şu an fuarın en büyük ülke grubu biziz. Fuara katılımın yüzde 50'ye yakın bölümünü, Türk firmaları oluşturuyor. Standartların yükseltilmesi noktasındaki taleplerimizi fuar otoritesi yerine getirmeye çalışıyor. Her geçen sene daha iyi olacak bir fuar. Önümüzdeki yıllarda değişik ürün gruplarına sahip yeni firmaları dahil edip, firmalarımızın bölgedeki pazar paylarını artırmaya devam edeceğiz.”

AHMET TEKE

MERKÜR ALGORE TEKSTİL

“CAF, yılda iki kere yapılan ve her dönemine uzun süredir katıldığımız bir fuar. Sürekli üstüne bir şeyler koyarak katılmaya devam ediyoruz. Bizim büyük siparişler almak için gittiğimiz bir fuar değil. Kazakistan pazarında olan marka bilinirliğimizin devam etmesi amacıyla katılıyoruz. Tek şikayetimiz, fuar tarihleriyle ilgili. Hazır ürünleri sergilemediğimiz için yeni koleksiyonların siparişe ve ürüne dönüşme süreci yeterli olmuyor. Müşteriler de yazlık sezon için mi kışlık sezon için mi gideyim tereddüdünde kalıyor.”

MEHMET ÖNCEK ÖNKA TEKSTİL

Bizim CAF'a beşinci katılımımız oldu. Genel anlamda güzel bir fuardı. Kazakistan pazarı için katılım gösteriyoruz ve her fuarda yeni sezon ürünlerimizle katılım sağlıyoruz. Kazakistan'dan gelen küçük ölçekli alıcılar ile görüşmelerimiz oldu, küçük çaplı işler yapacağız gibi görünüyor. Gelecek dönemlerde de fuara katılım sağlamaya devam edeceğiz.



ÜLKE RAPORU

Ülke nüfusu:
18,3 milyon
Kazakistan'ın toplam ihracatı:
61 milyar dolar
Kazakistan'ın toplam ithalatı:
32,5 milyar dolar
Kazakistan'ın toplam hazır giyim
ithalatı:
631 milyon dolar
Türkiye'nin Kazakistan'a hazır giyim
ihracatı:
109,2 milyon dolar
Kazakistan'a hazır giyim
ihracatındaki değişim oranı:
% 22,3
#Tüm veriler, 2018 yılına aittir.



PREMIERE VISION TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ İSTANBUL'DA BULUŞTURDU

Dünya Trendlerini Yönlendiren Premiere Vision İstanbul Fuarı, 20-22 Mart 2019 tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Bu yıl 10'uncusu gerçekleştirilen fuar, dünyanın ve Türkiye'nin en büyük ve seçkin tekstil üreticilerini bir araya getirdi.

Tekstil ve moda sektörünün en seçkin isimlerini senede iki defa bir araya getirerek, geleceğin trendlerini belirleyen Premiere Vision'ın İstanbul buluşmasının ilkinde yerli ve uluslararası 100'e yakın tekstil üreticisi, 2020 yılının İlkbahar-Yaz koleksiyonlarını Türkiye, Doğu Avrupa, Batı Avrupa ve Orta Doğu'dan gelen profesyonel ziyaretçilerin beğenisine sundu.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz'ün de açılışına katıldığı ve bir konuşma yaptığı fuara, İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, ve yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Yönetim Kurulu Üyesi Aşkın Kandil ve Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Sertbaş da katıldı.

Beş yıldır düzenlenen Premiere Vision fuarının, dünyanın en büyük tekstil fuarı olduğu belirtildi. Fuar, İstanbul dışında Paris ve New York'ta da düzenleniyor.

Türk firmaların yoğun katılım sağladığı fuarda Çin, Hindistan, Hollanda, Rusya ve Fas gibi pek çok farklı ülkeden gerek tekstil gerek hazırgiyim ve aksesuar alanında firmalar yer aldı. Premiere Vision, iki sene sonrasının trendlerinin oluşturulduğu fuar olarak kabul ediliyor.

“

Yerli ve uluslararası 100'e yakın tekstil üreticisi, 2020 yılının İlkbahar-Yaz koleksiyonlarını Türkiye, Doğu Avrupa, Batı Avrupa ve Orta Doğu'dan gelen profesyonel ziyaretçilerin beğenisine sundu.



DERİ VE DERİ MAMULLERİ SEKTÖRÜ APLF FUARI'NDA BİR ARAYA GELDİ



Uluslararası deri sektörünün vazgeçilmez odak noktalarından birine dönüşen APLF Asia Pacific Leather & Materials Fuarı, bu sene 13-15 Mart 2019 tarihleri arasında 40'tan fazla ülkeden 800'den fazla firmanın katılımı ile Hong Kong'da gerçekleşti. Türkiye'den toplam 44 firmanın dahil olduğu fuara İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) yönetimi, 35 firma ile milli katılım gerçekleştirdi. Fuarı ziyaret eden İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, Türk firmaların stantlarını ziyaret ederek firma temsilcileriyle fuarı değerlendirdi.

İşlenmiş, yarı işlenmiş deri, egzotik deriler, kürk, sentetik malzemeler, ayakkabı üretim kimyasalları, tabaklama ve ayakkabı makineleri, test teknolojileri ve laboratuvarlarının sergilendiği fuarda özellikle

deri bölümünde İspanya, Çin, Hong Kong, Türkiye, İtalya, Hindistan, Brezilya, Fransa, ABD gibi ülkelerin yoğun katılımları dikkat çekti. 15 bine yakın alıcının ziyaret ettiği fuara Hong Kong'un dışında Çin, Hindistan, Kore ve Tayvan gibi civar ülkelerden de katılım oldu.

35 FİRMA İLE MİLLİ KATILIM SAĞLANDI

Bu yıl 30'uncusu gerçekleştirilen fuara İDMİB yönetiminde milli katılım sağlayan Türkiye, katılımcı sayısı, kendisine ayrılan alan ve ürünleri açısından fuardaki en büyük ülkelerden biri olarak dikkat çekti. Türkiye, milli katılımı dâhilinde 35, toplamda ise 44 firma ile fuarda yer aldı.

Diğer yandan Milli Katılım bünyesinde fuara katılan Soydan Deri San. ve Tic. A.Ş., fuar organizatörünün düzenlediği "Best Of APLF Awards" yarışmasında, deri kategorisinde ödül kazandı.



Uluslararası deri sektörünün en önemli fuarları arasında yer alan APLF Asia Pacific Leather & Materials+ Fuarı'na Milli Katılım organizasyonu gerçekleştiren Türkiye, katılımcı sayısının fazla olması ve stant alanının büyüklüğü ile en dikkat çekici ülkelerden biri oldu.

BURAK UYGUNER

"APLF, deri sektörü açısından çok önemli bir fuar. Amerika ve Uzak Doğu başta olmak üzere dünyanın her yerinden katılım oluyor. Kompakt bir fuar; ancak ziyaretçisi hayli yüksek. Fuar alanı da çok büyük olmadığı için herkes bir arada ve oldukça verimli görüşmeler oluyor. Fuarın hem firmamız hem de Türk deri sektörü için oldukça verimli geçtiğini düşünüyorum."

SERKAN CEVAHİR

"APLF fuarına kesintisiz beş yıldır katılıyorum. APLF, Uzak Doğu'nun Lineapella'sı olarak kabul ediliyor. İlk gün oldukça yoğundu, ikinci gün normal, üçüncü gün durgundu, fuar. Direkt veya acenteler vasıtasıyla ciddi alıcılar katıldı. Numune isteyenler oldu, toplu bir sipariş olmadı fakat uzun vadede iş birliğine dönüşecek görüşmeler yaptık. Yaptığım görüşmelerde katılımcıların yüzde 70'i memnundu. Yakın coğrafyadaki ülkelerde bulunan alıcılar katılıyor."



Fuarı ziyaret eden Hong Kong Başkonsolosu Korhan Kemik ve Hong Kong Ticaret Ataşesi Merve Yılmazcan, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ile birlikte Türk firmaların stantlarını ziyaret ederek bilgi aldı.

FUAR KÜNYESİ

Fuar alanının büyüklüğü:

28.000 m²

Katılan ülke sayısı:

93

Katılımcı firma sayısı:

856

Ziyaretçi sayısı:

16.000

Türkiye'ye tahsis edilen alan:

888,5 m²

Milli katılımda yer alan

firması sayısı:

35

Toplam katılan

Türk firması sayısı:

44



HALIMDER, İZMİR HALI FUARININ İLK ADIMINI MODEKO'DA ATTI

İzmir Halı ve Yer Döşemecileri Derneği (HALIMDER), 6-10 Mart 2019 tarihleri arasında 30'uncusu düzenlenen MODEKO Mobilya Fuarı'nda bir ilki gerçekleştirerek halı ve döşeme sektörünü fuara dahil etti.

İzmir'e bir halı fuarı kazandırmak için 10 yıldır uğraşan İzmir Halı ve Yer Döşemecileri Derneği (HALIMDER), bu projenin önemli bir adımını 6-10 Mart 2019 tarihleri arasında İzmir'de düzenlenen MODEKO 2019 fuarında attı. Açılışa İzmir Ticaret Odası Başkanı Mehmet Özgener ve Meclis Başkanı Selami Özpoyraz da katıldı.

50 bin metrekarelik alanda gerçekleştirilen MODEKO Mobilya Fuarı kapsamında yaklaşık 5 bin metrekarelik alanda halı, lamine ve laminat parke, PVC yer kaplaması, paspas, esnek kauçuk zemin malzemeleri sergilendi. Yerli ve yabancı 307 firmanın katıldığı fuarı, bin 500'e yakın yabancı alım heyeti ziyaret etti. Kafkasya, Balkanlar, Kuzey Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri ağırlıktaydı.

HALIMDER Başkanı Abdullah Naci Ölçen, ilk fuara sektörün yedi meslek dalından 17 firma ile katılım sağladığını belirterek, gelecek yıl çok daha fazla sektör firmasının yer alacağını söyledi. Naci Ölçen, fuardan en çok makine halısı grubunun memnun ayrıldığını söyledi.

Tüketicinin ev dekorasyonuna yönelik mobilya, halı, perde gibi çeşitli ev eşyalarının satıldığı mağazalara olan ilgisinden yola çıkarak mobilya, halı ve perdenin teşhir edildiği bir fuarda başarılı olunacağına inandıklarını söyleyen Ölçen, "Hedefimize daha hızlı ve daha ekonomik ulaşacağımızı düşündük. Birbirini tamamlayan vazgeçilemez

iki sektörün aynı fuarda sergileniyor olması aynı zamanda tüketicinin de yüzünü güldürecek, hem fuarın daha da büyümesine hem de şehir ekonomisine katkı sağlayacak" diye konuştu.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) adına fuarı ziyaret eden İHİB Denetim Kurulu Üyesi Bülent Metin, fuarla ilgili şunları söyledi: "Öncelikle Naci Başkanı ve ekibini tebrik ederim. Uzun uğraşlar sonucu bu fuarı sektöre kazandırdılar. Mobilya ve halı birbirini tamamlayan iki unsur. Bu şekilde bir fuar ile entegre olması da doğal ve doğru bir sonuç. İHİB olarak halı sektörümüzün tüm temsilcilerinin yanında olmaya ve destek olmaya devam ediyoruz."



NOVA FASHION GROUP YÖNETİM KURULU BAŞKANI HALDUN BOZ AVRUPA'DA KALİTE ODAKLI BÜYÜDÜK

Bir arkadaşından 10 bin Alman Markı borç alarak, 33 yıl önce Novateks'i kuran iş adamı Haldun Boz, büyümek kadar kaliteye de öncelik verdi. Ödün vermediği bu stratejisi, NOVA'nın Avrupa'nın en büyük markalarının üreticisi olmasını sağladı. Özgün tasarımlarla Avrupa pazarında varlığını sürdüren Nova Fashion Group, katma değerli ürün grubunda global pazarlarda, bir marka üretici olmanın yanısıra kendisine ait Hemington, Knitss ve Mila markalarına da yatırım yapmaya devam ediyor. Marka operasyonunun başında aynı zamanda tüm grubun CEO'su da olan ve iki yıldır 40 yaş altı en başarılı 40 CEO listesinde gördüğümüz, ailenin ikinci kuşak temsilcisi Umut Boz var.



Henüz üniversitede okurken sektöre adım atan, gençken edindiği bilgi ve becerilerini 86 yılında kendi girişimi olan

Novateks ile taçlandıran Nova Fashion Group Yönetim Kurulu Başkanı Haldun Boz, o yıllardan bugüne kadar girişimini büyüterek, bugün Almanya ve İngiltere başta olmak üzere Avrupa ülkelerine ve ABD'ye büyük çaplı ama yüksek katma değerli giyim ürünleri ihracatı yapan Türkiye'nin, önde gelen hazır giyim ve moda gruplarından birinin başında. Şirket sayısını altıya çıkararak, Nova Fashion Group çatısı altında toplayan Boz ile grubun dünden bugüne gelişim evrelerini konuştuk.

Nova Fashion Group'un ilk adımı kim tarafından, nerede atılıyor?

Bugün nasıl bir büyüklüğe ulaştı?

Üniversitede okuduğum yıllarda aynı zamanda tekstil şirketinde çalışıyordum. Sekiz sene profesyonel olarak çalıştıktan sonra, bilgi birikimi ve ilişkilerin getirdiği imkanlar sayesinde, 1986 yılında Novateks adıyla kendi şirketimi kurdum. İlk olarak, bir Alman firmasının temsilciliğiyle başladım. Almanya ve Hollanda'ya ihracat yapıyorduk. Zamanla kendi üretimimize başladık. 1991 yılında Texim'i kurduktan iki yıl sonra Novastore'u kurduk. 2010 yılında da Novak'ı ve ardından Novajersey hayata geçirdik. Beş şirketimizi Nova Fashion Group çatısı altında birleştirerek işlerimizi konsolide ettik.

İkisi İstanbul, biri Samsun'da olmak üzere üç üretim tesisimiz var ve bin kişiye yakın çalışanımız bulunuyor. Bugüne kadar özellikle ihracat alanında büyüdük. Ağırıklı olarak Avrupa pazarına çalışıyoruz. 2018 yılını 371 milyon TL konsolide ciro ile kapattık, 2019 öngörümüz yaklaşık 500 milyon TL. Toplam satışlarımızın yüzde 75'ini de ihracat oluşturuyor.

Çok zor dönemlerden geçen bir ülkede, aile şirketi olarak ayakta kalmayı ve büyümeyi sağlamanızın arkasındaki gücü nereye bağlıyorsunuz?

Novateks'i, bir arkadaşımdan 10 bin Mark, bugünün para birimiyle 5 bin Euro veya 30 Bin TL borç alarak kurmuştum. Küçük bir ofis kiralarak başlamıştım. İş çok iyi bilmem ve iyi ilişkiler kurmuş olmam, en büyük avantajım oldu. Kaliteli mal üretmeyi hep önde tuttum. Çalıştığım bütün şirketler de bu yapıyı bildiği için müşterilere güven verdim. İşimi büyütme için elbette ki, çok uğraştım ama en temel motto; "kaliteli ürün ve kaliteli hizmet" oldu. Şirkete katılan diğer



İşimizi büyütme kadar önem verdiğimiz en önemli unsur, yaptığımız işi en iyi yapanlardan olmaktır. Üretim ve hizmette kaliteyi daima ön plana aldık ve verdiğimiz sözü zarar etsek bile hep tuttuk. Şu anda grubumuzun CEO'lduğuna kadar yükselmiş olan oğlum Umut Boz'a da verdiğim ilk öğüt bu oldu.

aile bireyleri de aynı kültüre sahipti. Kaliteli ürün ve hizmet de yetmez, verdiğiniz sözü daima ticari zarar etme pahasına da olsa tutmalısınız. İş hayatında pazarlama, satış, know-how, finansman çok önemli fakat itibar da en az bunlar kadar önemli. Özellikle bugünkü dünyada finansmana erişebilmemiz için itibara çok daha fazla ihtiyacınız var. Bu itibarı korumak için de değişen dünya standartlarına göre işinize sürekli yatırım yapmak zorundasınız. Biz, bunu yapıyoruz. Yeni yatırım planlarımız var. Yatırımları gerçekleştirmek için piyasadaki dalganın biraz durulmasını bekliyoruz.

Yurt içi ve dışında kendi markalarınızla mı bulunuyorsunuz?

Hemington, Knitss, Mila olarak üç markamız var. Müşteri koleksiyonları dışında bu markalarımızın da koleksiyonlarını yapan ayrı ekiplerimiz bulunuyor. Kendi markalarımızın tarzını kendimiz belirlerken, müşterilerimiz için doğal olarak, onların tarz ve yapısına uygun özel ürünler geliştiriyoruz. Ürün geliştirme hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiş durumda. Bunun için tasarım ekibimizde Alman, İtalyan, Türk tasarımcılarımız ve Fransız danışmanlarımız bulunuyor. Bizim markalarımız A ve B segmentine hitap ediyor. Dünya pazarlarında premium segmentte markalarımızla var olmaya başladık. İngiltere ve Almanya'da birer ofis kurduk ve ürün pazarlaması yapıyoruz. Markalarımız için Avrupa ve Amerika'da yalnızca bir yıl içinde 60'dan fazla satış noktasına ulaştık ama daha yolun çok başındayız. Avrupa ve Amerika'da beş farklı showroom ile pazarlama anlaşmamız var.

İç piyasadaki gelişiminiz nasıl?

İç piyasada da elbette büyümek arzusundayız ama bu konuda biraz temkinli ve dikkatliyiz. Şu anda kendimize ait sekiz mağazada ve Türkiye'nin en lüks ve çok markalı mağaza zincirindeki pek çok satış noktasında kendi özgün markalarımızla satış yapıyoruz. Online marka sitelerimizin İngilizcelerini geliştirdik ve Almanca'yı da geliştirip e-ihracata başlayacağız. Tüm bunlar





Bütün Avrasya'nın en büyük hazır giyim ve tekstil üretim üssüyüz.



İhracatı artırmak için katma değerli ürünlerle zengin pazarlara girmek gerekiyor.



Sektörümüz uzun vadede 100 milyar dolar ihracat geliri elde edebilecek durumda.

bir yana, elbette üretim ve ciromuzun en büyük kısmını hâlâ üretici ve tedarikçi olarak dünya markalarına yaptığımız işler oluşturuyor.

Farklılığınızın esnekliğinizden geldiğini belirttiniz. Bunu biraz açabilir misiniz?

Bir modelden 10 adet de, 10 bin adet de üretebiliyoruz. Moda giderek kişiselleşiyor. Eskiden bir modelden 100 bin, 200 bin adet sipariş alırdık. O dönem artık bitti. Şimdi iyi siparişin ortalaması en fazla beş bin adettir. 10 bin adetlik bir sipariş çok büyük sipariş demek. Esnek yapıya sahip olmak, burada size fark katıyor. Üretim bantlarımız ve üretim kümelerimiz bu şekilde kurulmuş durumda. New York Mercedes-Benz Fashion Week'teki çok özel bir moda şovu için model başına sadece iki adet ürün yapabiliyoruz. Bizim farklı bir özelliğimiz de Ar-Ge ve Ur-Ge kadromuzun ve o bölüme ait makine parkurlarımızın olması.

Sektörün yeni sezon için şimdiden sipariş alması bir avantaj olsa gerek. Yeni siparişler gelecek dönem için nasıl bir mesaj veriyor?

Gelecek sezona yönelik çalıştığımız için bizim, gelecek dokuz aydaki üretim programımız belli. Firma olarak gelecek dokuz aydan oldukça memnunuz. Tüm sektörün de ihracatta önünün açık olduğuna inanıyorum. Avrupa'da daha büyük bir pazar payına ulaşma imkanımız var. İHKİB olarak, ihracatçılarımızın Amerika ve Uzak Doğu'nun gelişmiş pazarlarına girebilmeleri için yoğun bir çalışma içerisindeyiz, bendeniz de aynı zamanda bir İHKİB yönetim kurulu üyesi olarak, ilgili komitelerde naçizane hizmette bulunmaya ayrıca çalışıyorum. Pamüğümüz, hammadde sanayimiz, tasarımlarımız, okullarımız var.

Know how, yetişmiş işgücü ve girişimci var fakat yerimizde sayıyoruz. Küçük ve mevzi

yatırımları saymazsak, hazır giyim sektöründe yatırım eksikliği var. Sektörün büyümesi için sağlayabilmesi ve teknolojiyi yenileyebilmesi için yatırım yapması lazım. Bunun için de ihracatçı sanayicilerin ucuz ve uzun vadeli finansmana ulaşımının kolaylaşması gerekiyor. Dünyada hâlâ bol ve ucuz finansman kaynakları var, bu ortamın özellikle Eximbank aracılığı ile ihracatçıların daha da çok ve kolay kullanımına sunulabilmesinde büyük yararı var. Bizim gibi büyük firmaların için önemli bir sorun olmasa da özellikle KOBİ'lerin yaşadıkları finansmana erişim sıkıntısı ihracata yönelik olmak kaydı ile mutlaka çözümlenmeli.

Diğer önemli bir konu da mevcut teşvik sisteminin etkinliğini yitirmesi, teşvik özellikle mevcut tesisler için yerinde yapılmalı. Yeni kurulacak tesisler için bölgesel teşvik uygulaması yapılmalıdır, yalnızca istihdama yönelik teşvik yerine hem istihdamı önemseyen hem de teknolojik gelişmeyi destekleyen bir teşvik sistemine geçilmeli.

İhracatı artırmak için katma değerli ürün üretip zengin pazarları hitap etmek gerekiyor ki, bunun için yatırım yapılması lazım. Bizim sektörümüz ihracata yatırım yapmak için gerçekten çok hevesli ama yatırım ortamının mutlaka ve en hızlı bir şekilde düzelmesi gerekiyor. Şu anda herkeste bir çekingenlik ve aşırı temkinlilik hali var gibi.

Türkiye, hazır giyim ve tekstilde uzun vadede 100 milyar dolar ihracat geliri elde edebilecek bir ülke. Bütün Avrasya'nın en büyük hazır giyim ve tekstil üretim üssüyüz. Türk markalarının Avrasya bölgesinde 5 bin civarında mağazası var, bundan övünç duymalıyız. İhracatçılarımız ve sanayicilerimiz fırsat bulursa, daha fazlasını yapabilir. İtalya'yı henüz marka değerimizle değil ama entegre hizmet ve kalite ile geçebiliriz.



İş hayatında finans çok önemli fakat itibar da en az onun kadar önemli. Özellikle bugünkü dünyada finansmana erişebilmeniz için itibara çok daha fazla ihtiyacınız var. Bu itibarı korumak için de değişen dünya standartlarına göre işinize sürekli yatırım yapmak zorundasınız.



MODA TASARIMCISI
ASLI FILINTA

“DÜNYA
MODASINI ÜLKELERİN
POLİTİKALARI
YÖNETİYOR”

Yarattığı her koleksiyonda bu toprakların hikayelerinden beslendiğini her seferinde dile getiren tasarımcı

Aslı Filinta, geçtiğimiz ay gerçekleşen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da yeni koleksiyonunu sergiledi.

“Adaletin bu mu dünya?” sloganıyla yola çıktığı kreasyonunda dünyanın geleceğine ve insanlığın hızlı tüketimine vurgu yapan tasarımcı, sürdürülebilir bir moda anlayışı için çalışmalar yaptığını belirterek, yaratıcılığını “tüketicilik” üzerine kurguladığını ifade ediyor.

Gerçekleştirdiği her defilede “yerli” kullanıma özen gösteren Filinta, Türkiye'nin

dünya modasında istediği yere ulaşabilmesi için modanın devlet politikaları içinde yer alması gerektiğini de söylüyor.

Yeni koleksiyonunu Dergimiz Hedef için anlatan Aslı Filinta, Türkiye'nin moda sahnesindeki yerini ve MBFWI'yi değerlendirdi.

Geçtiğimiz ay, MBFWI kapsamında 2019-20 Sonbahar Kış koleksiyonunuzu tanıttınız. Koleksiyonunuzun hikayesi nedir? Nasıl bir hikaye anlatıyorsunuz?

Ben, artık dünyadan aldığımız kadar dünyaya bir şeyler verebiliyor muyuz, sorusunu sorguluyorum. “Adaletin bu mu dünya?”, diye sorgulamam bu yüzden. Bildiğiniz gibi Türkçe sloganlı tasarımlar yapıyorum. Her sezon yeni tasarımlar yaparak, yaratıcılığımızı besliyoruz. Peki, tüketime bakış açımızda duyarlı olabiliyor muyuz? Yeniden hayata neleri sokabiliyoruz? Ben işe, üç yaşındaki oğlumun üç kez giymiş olduğu kazakları üç yaş daha büyütecek formüller olarak başladım. Bunu sosyal medyada paylaştıkça müşterilerimiz, kendi yıkama hatası ile küçülmüş kaşmir kazakları için aynı uygulamayı yapmamızı rica etti. Yanlardan ve kol altlarından farklı veya benzer kumaş eklemeleri ile hem yeni bir

tasarım haline geliyor, hem de ürünlerin ömrü uzuyor! Özellikle çocuk giysilerinde çok kullanışlı bir hale geliyor.

Koleksiyon ve sürdürülebilirlik çalışmalarınıza nasıl başladınız?

Öncelikle geri dönüştürülebilir ve elimizdeki stok kumaşları kullanarak başladık. İhracatta plastik askı ve naylon kullanımımızı sonlandırdık. Kendi farkındalığımızı yaymak adına ufak da olsa adımlar atmaya başladık. Bunun üzerine hızlı moda sektörlerinde uygulanabilecek birkaç proje geliştiriyoruz. Defilelerde sürdürülebilir tasarımlara yer vereceğiz.

Geçtiğimiz seneki MBFWI defilenizde de sadece Türk manken kullanarak, yerli defilelerde kullanılan yabancı manken mevzusuna dikkat çekmişsiniz. Bu sezonda bu inancınız devam ediyor mu? Sebebini açıklar mısınız?

Türkiye'deki bütün defilelerde yüzde 70 hatta yüzde 80 oranında yabancı modeller tercih ediliyor. Model kadrosunu belirlerken, gördüğüm yabancı modellerde, istediğim duyguyu ve heyecanı yaşamadığımı hissettim ve o anda karar verdim. Ne de olsa buranın topraklarından esinlenerek hikayeler yaratmaya çalışıyorum ve hikayemi tamamlamak için buranın insanına ihtiyacım var. Ayrıca Türk kadınına her alanda destek olmak gerektiğinin de ciddi savunucusu olduğum gibi Türk kadınından daha güzeli olduğunu da düşünmüyorum.

MBFWI, dünyadaki defilelerle kıyaslandığında nerede duruyor? Tasarımcılarımızın dünyadaki bilinirliğine nasıl bir katkı sunuyor?

Dünyadaki moda haftalarını sorgulayarak başlarsak, Paris dışındaki bütün moda haftaları can çekişiyor. Hadi biz, yeni başladık sayılır; New York Moda Haftası neden Los Angeles'a taşınmak için yer arıyor ya da Milano'da yeni tasarımcı çıkarmaya çalışıyor? Londra Moda Haftası yeni tasarımcıları dünyaya sunuyor ama satış kanalları eskisi kadar kuvvetli değil. Burada tek sorumlu tasarımcı değil, tabii onlar da daha özgün olmalı, ama devletimiz, daha stratejik hamleler ile önümüzü açacak, bize destek olacak ki, biz de o yoldan yürüyebilelim. Kimse tek başına dünya markası olamaz. Ünlümüz dünya ünlüsü olacak, ekonomimiz iyi olacak, dünya vizyonumuz olan yaratıcı gençlerimiz olacak. Aslında "çok bilinenli" bir denklem! Bir örnek vereyim, ülkemizin en büyük Türk markası olan Türk Hava

"Türk markaları aslında üretim, kalite ve kumaş konusunda oldukça ileride. Ancak dünya çapında planlama ve pazarlama konusunda eksiklerimiz var... Marka kurmak yatırım yapmaktır, para kazanmadan önce harcamak gerek, inanmak gerek, zaman gerek. Daha yeni alışıyoruz biz bu fikre."



Yolları, Türk tasarımcıları destekleyerek başyabildi bu işe. Araştırdığınızda Fransız havayolları Fransız tasarımcılara, Çin havayolları Çinlilere, İtalyan havayolları İtalyanlara, Fiji havayolları üniformalarını Fijili tasarımcılara tasarlatıyor ve bununla gurur duyuyorlar, haklı olarak.

Türkiye, bir moda başkenti oluşturmaya ne kadar yakın? İstanbul bu anlamda bir aday mı, aday adayı mı?

Türk markaları aslında üretim, kalite ve kumaş konusunda oldukça ileride. Ancak dünya çapında planlama ve pazarlama konusunda eksiklerimiz var. Yıllarca marka çalışmalarını geride bırakıp, başka markalar için tedarik ve üretim sağlamışız. Biz, tekstil sektöründe hep para kazanmışız. Marka kurmak yatırım yapmaktır, para kazanmadan önce harcamak gerek, inanmak gerek, zaman gerek. Daha yeni alışıyoruz biz bu fikre.

Ben daha dünya modasında geçerli olan (yol x zaman) formülünün başındayım. Dünya modasını ise, tasarımcıların değil, ülkelerin politikalarının yönettiğini düşünüyorum. Örneğin, bugün köklü Fransız moda evlerinin başına Amerikan tasarımcılar getiriliyor. Marc Jacobs, yıllarca Louis Vuitton'un başındaydı. Alexander Wang'ın, Balenciaga'nın başına geçmesinin sadece tasarımcının yeteneği ya da başarısı ile gerçekleşmediğini düşünüyorum. Amerika'da CFDA gibi çok kuvvetli moda kuruluşları var. Yetenekli olan tasarımcıyı 10 yıl öncesinden hazırlamaya başlıyorlar ve bu çalışmayı çeşitli ödüller ile destekliyor, dünyaya isimlerini duyurup, hazır olduklarında moda dünyasında rakibi olmayan Fransa'ya ihraç ediyorlar. Böylece, Fransız markalarının tarihi dahi Amerikalı tasarımcının yönetimine geçiyor. Amerika ve İngiltere bu politikaları çok iyi yönetiyor.



PROF. DR. ERHAN ASLANOĞLU
Piri Reis Üniversitesi

TÜRKİYE VE DÜNYA EKONOMİSİNDE GÖRÜNÜM

Gerek merkez bankalarının değişen politikaları gerek jeopolitik risklerin bir miktar azalacağı beklentimiz nedeniyle, dünya ekonomisinin en azından 6-9 ay görece bahar günleri yaşayabileceğini tahmin ediyoruz.

2 018 yılı Ağustos ayında döviz kurlarında yaşanan sert dalgalanmanın arkasından Türkiye ekonomisinin büyüme hızında önemli

bir düşüş gerçekleşti. Aynı zamanda, döviz kurlarındaki artışın etkisiyle enflasyonda da ciddi bir artış oldu. Fakat gerek TCMB'nin para politikasında güçlü bir sıkılaştırmaya gitmesi gerek Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın açıkladığı Yeni Ekonomi Programı'nın belli bir kredibilitite sağlaması ve gerek görece azalan Jeopolitik riskler, ekonomiyi dengelenme sürecine soktu. Büyümenin yavaşlamasına paralel olarak enflasyon ve cari açık azalırken, döviz kurları ve faizler de gerilemeye başladı. Dengelenme sürecinde olmakla birlikte, ekonominin büyüme hızının oldukça gerilediği, enflasyonun ve faizlerin yaşanan düşüşe rağmen görece yüksek seyrettiği ve reel sektörün bununla ilgili sıkıntıları yaşadığı bir dönem içerisindeyiz.

Geçtiğimiz Eylül ayında açıklanan Yeni Ekonomi Programı, dengelenme, disiplin ve değişim temel vurgularıyla açıklandı. Dengelenme, yukarıda belirtmeye çalıştığımız gibi ekonominin soğuması anlamına geliyor. Disiplin, bütçe dengelerinin korunma çabasını ifade ediyor. Değişim ise Türkiye ekonomisinin kırılganlıklarını azaltacak, özellikle yapısal anlamda ekonomiyi yüksek katma değerli ürünlere yönelten bir dönüşümü anlatıyor. Seçim sonrası dönemde Türkiye ekonomisinin gidişatına yönelik en önemli faktörlerden birisi Yeni Ekonomi Programı'nın değişime yönelik yol haritasının olabildiğince detaylı ve net açıklanması olacaktır. Bu çerçevede, ikinci önemli nokta da ekonominin yavaşlamasıyla reel sektör ile finans sektörü arasındaki sorunlu kredi meselesini çözecek kapsamlı bir yapılandırma programının devreye girmesidir. Bu iki adımın, beklentileri iyileştirme ve kırılganlığı azaltma anlamında önemli bir işlevi olacağını düşünüyoruz. Ekonomi politikalarının bu çerçeveye yakın oluşması durumunda, 2019 büyümesinin yüzde 1-2 civarında olmasını,

enflasyonun ise yüzde 15'lerin biraz altına inmesini bekleyebiliriz. Cari işlemler açığı da 20 milyar doların altına gerileyecektir.

DÜNYA EKONOMİSİ 6-9 AY BAHAR HAVASI YAŞAYABİLİR

Dünya ekonomisinin seyri de Türkiye ekonomisinin gidişatı konusunda etkili olacaktır. 2018 yılının 4. çeyreğinden itibaren başta Euro bölgesi ve Çin olmak üzere güçlü bir yavaşlama başladı. Aynı hızda olmasa da ABD ekonomisinden de yavaşlama sinyalleri gelmeye başladı. Bu gelişmeler sonucu başta Fed ve ECB olmak üzere merkez bankalarının U dönüşü ile sıkı politikalarından tekrar gevşek politikalara döndüğünü izledik. Uzun süredir gündemi meşgul eden Brexit ve ABD-Çin ticaret savaşı da bir süre sonra sonuçlanacak gibi görünüyor. Tahminimiz, İngiltere'nin seçimlerden referanduma kadar farklı alternatifler sonucu AB ile yeni bir formatta anlaşmaya varacağı yönünde. ABD-Çin arasındaki ticaret savaşının ise tamamen ortadan kalkmayacağı fakat 2020 ABD başkanlık seçimlerine kadar belli anlaşmalarla daha düşük bir frekansa geçeceğini tahmin ediyoruz. Bu beklentimizin en büyük nedeni, ABD Başkanı Trump'ın seçimlere kadar küresel ekonomiyi ve dolayısıyla ABD ekonomisini riske atacak adımlardan kaçınmak isteyeceğini tahmin etmemiz. Dolayısıyla, gerek merkez bankalarının değişen politikaları gerek jeopolitik risklerin bir miktar azalacağı beklentimiz nedeniyle dünya ekonomisinin en azından 6-9 ay görece bahar günleri yaşayabileceğini tahmin ediyoruz. 2020 sonrası ise küresel ekonomide artan mikro bazlı yapısal sorunlar nedeniyle daha ciddi ekonomik sorunların gerçekleşme olasılığını yüksek görüyoruz.

Dünya ekonomisinin seçim sonrası dönemde Türkiye ekonomisi için destekler nitelikte bir yapıda ilerleyeceğini, bu nedenle önümüzdeki bir yıllık dönemde ekonomide değişimi amaçlayan yapısal reformlarda ilerleme kaydedilmesinin önemli olacağını, 2020 sonrasına hazırlıklı olunması gerektiğini düşünüyoruz.

“
2019 büyümesinin yüzde 1-2 civarında olmasını, enflasyonun ise yüzde 15'lerin biraz altına inmesini bekleyebiliriz. Cari işlemler açığı da 20 milyar doların altına gerileyecektir.



CLAUS LASSEN
CEO, DHL Express Türkiye

ULUSLARARASI TİCARETİN YENİ BÜYÜME ALANI E-TİCARET

Günümüzde tüketiciler uygun fırsatları dünyanın neresinde olursa olsun bulma konusunda çok istekli. Bu durum uluslararası e-ticarette hızlı bir büyüme ivmesi yaratıyor. Türkiye'deki girişimciler de doğru iş modeli ve özellikle lojistikte doğru iş ortaklıklarıyla bu pazarda etkin bir güç olabilir.

Günümüzde, küreselleşmenin etkilerini günlük yaşamdan makro politikalara kadar her alanda görmek mümkün. Bu nedenle, hemen her konuda yeni bir analize başlarken işin küreselleşmeyle olan bağlantısını göz önünde bulundurmak zorunlu hale geldi. Sermaye, ürünler, insanlar ve bilgi boyutlarında dünya üzerinde ne kadar serbest bir dolaşım olduğunu araştıran DHL Küresel Bağlantılılık Endeksi'nin 2018 sonuçları küreselleşme analizlerine destek olacak önemli veriler içeriyor. Bu dört unsurda global hareketliliğin 2007 yılından bu yana ilk kez ciddi oranda yoğunluk kazanmasıyla küreselleşmenin yeni bir rekor seviyeye ulaştığını gösteren endeks yine de küreselleşmenin boyutunun düşündüğümüzün gerisinde olduğuna da işaret ediyor. Bununla birlikte bizler küreselleşmenin büyüme ve refah açısından belirleyici bir faktör olduğunu biliyoruz. Giderek artan uluslararası iş birlikleri istikrara katkıda bulunurken, küreselleşmeye kucak açan ülkeler ciddi avantajlar elde ediyor.

Her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de küresel bağlantılılığı artırma konusunda kamuya, özel sektöre, sivil topluma, kısacası tüm paydaşlara bir görev düşüyor. Küresel ticareti kolaylaştırma misyonuna sahip lojistik sektörü de bu konunun önemli aktörlerinden biri. Üstelik işin ticari boyutundan baktığımızda umutlu olmamız için bir neden var. Uluslararası ticaretin önümüzdeki dönem seyrine ilişkin ipuçları sunan DHL'in Global Ticaret Barometresi, Mart 2019'da 56 puan olarak gerçekleşti. Burada Aralık 2018'e göre bir miktar gerileme yaşansa da barometrenin hâlâ 50 barajının üzerinde olması pozitif bir görünüm arz ediyor.

Bu noktada uluslararası ticarete küresel hareketliliği destekleyen yeni bir büyüme alanına işaret etmek gerek: Uluslararası e-ticaret.

Pek çok girişimci için heyecan verici bu yeni alandaki büyüme, aslında tüketicilerin küreselleşme konusunda inisiyatifi ele aldığı da bir göstergesi. Tüketiciler ilk olarak e-ticareti hızla benimseyerek sahip oldukları seçenekleri önemli ölçüde artırdı. Şimdi ise en uygun fırsatları dünyanın neresinde olursa olsun bulmaya ve ihtiyaçlarını en etkili şekilde karşılamaya çalışıyorlar. Bu da ticarete sınırları kaldırma yolunda hızlı bir ilerleme yaratıyor. DHL'in bu alanda gerçekleştirdiği diğer bir araştırma olan "21. Yüzyılda Baharat Ticareti Raporu"na göre uluslararası e-ticaretin 2015-2020 yılları arasında yıllık yüzde 25 bileşik büyüme oranıyla 300 milyar dolardan 1 trilyon dolara çıkması bekleniyor. Bu oran, yurt içi e-ticaretin büyüme hızının iki katına karşılık geliyor.

Uluslararası e-ticaretin sunduğu fırsatlar yalnızca son tüketiciye yönelik ürünlerle de sınırlı değil. Hızlı, ölçülebilir ve son tüketiciye yönelik hizmetlerle iyi bir müşteri deneyimi sunabilen işletmeler arası (B2B) ticaret şirketleri de bu alandaki büyüme dinamiğinden yararlanabilir.

Küresel pazarlarda e-ticaretin hızla büyümesinin ana nedeninin, tüketicilerin yüksek kalitedeki ürün ve hizmetleri uygun maliyetlerle almak istemesi olduğu görülüyor. Bu durumda Türkiye'deki e-ticaret girişimcilerinin uluslararası pazarda pay alma fırsatından yararlanmak için atması gereken birkaç adım var. Bunlardan en önemlileri iş modelini doğru kurmak, hedef pazarları doğru analiz etmek, özellikle e-ticaretin en önemli unsurlarından olan lojistik süreçlerinde etkin çözümler sunan iş ortaklarıyla yola çıkmak şeklinde sıralanabilir.

Uluslararası e-ticaretin sunduğu fırsatlar yalnızca son tüketiciye yönelik ürünlerle de sınırlı değil. Hızlı, ölçülebilir ve son tüketiciye yönelik hizmetlerle iyi bir müşteri deneyimi sunabilen işletmeler arası (B2B) ticaret şirketleri de bu alandaki büyüme dinamiğinden yararlanabilir.



ERDOĞ AN KARAHAN
Yeminli Mali Müş avir
İstanbul Denetim ve YMM A.Ş. Genel Müdürü

EKONOMİK YÖNDEN ZOR DURUMDA OLAN FİRMALARA ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Konkordato, bir borçlunun, alacaklılarının belli bir çoğunluğu ile yaptığı ve ticaret mahkemesinin tasdiki ile hüküm ifade eden bir cebri anlaşma olup, bununla alacaklılar, borçluya karşı olan alacaklarının bir kısmından feragat ederler ve/veya borçluya borcunu ödeme konusunda belli bir süre verirler.

G iderek yaygınlaşan konkordato uygulaması, maliye idaresini de bazı uygulamaları yeniden gözden geçirmeye itti. Bunlardan bir tanesi de ‘şüpheli alacak müessesesi ve bu alacaklara karşılık ayrılması’ oldu. Şirketlerin şüpheli alacak karşılığı ayırmaları ve bunları gider olarak yazmaları 213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümleri ile düzenlenmiştir.

Hazine ve Maliye Bakanlığı, konkordato sürecine giren borçludan olan alacakların 213 sayılı Vergi Usul Kanunu’nun 323’üncü maddesi kapsamındaki durumuna ilişkin açıklamalar yapmıştır. Konkordato, bir borçlunun, alacaklılarının belli bir çoğunluğu ile yaptığı ve ticaret mahkemesinin tasdiki ile hüküm ifade eden bir cebri anlaşma olup, bununla alacaklılar, borçluya karşı olan alacaklarının bir kısmından feragat ederler ve/veya borçluya borcunu ödeme konusunda belli bir süre verirler. Konkordato; temelde iflasın engellenmesini ve borçlunun borçlarının yeniden yapılandırılmasını amaç edinmiş bir kurumdur.

Konkordato süreci, çeşitli aşamalarda (geçici mühlet, kesin

mühlet, konkordatonun reddi, konkordato projesinin tasdiki gibi) düzenlenmiş olup, konkordato sürecine giren borçludan olan alacakların, Vergi Usul Kanunu’nun 323. maddesinde yer alan “şüpheli alacak” hükmü kapsamındaki durumu genel hatları ile aşağıda anlatılmıştır.

- Geçici mühlet kararından önce dava veya icra safhasına intikal etmiş alacaklar için şüpheli alacak karşılığı ayrılmış ise mahkeme tarafından geçici mühlet kararı verilmesi, alacağa ilişkin şüphelilik durumunda herhangi bir değişiklik meydana getirmediğinden, daha önce ayrılan karşılığa ilişkin herhangi bir düzeltme yapılmasına gerek yoktur.

- Geçici mühlet kararından önce dava veya icra safhasına intikal ettirilmemiş alacaklar için geçici mühlet kararının ilan edildiği hesap dönemi itibarıyla şüpheli alacak karşılığı ayrılabilir.

- Geçici mühlet kararının ilan edildiği hesap dönemi itibarıyla şüpheli alacak karşılığı ayrılmamışsa sonraki hesap döneminde kesin mühlet kararının ilan edilmesi durumunda şüpheli alacak karşılığı ayrılmaz.

- Kesin mühlet sürecinde de



Ekonomik durumu kötü olan ancak mahkeme tarafından iyileşme potansiyeli olduğu kabul edilen firmalara, yine mahkeme tarafından onaylanmış bir plan çerçevesinde toparlanma, yeniden üretme ve katma değer yaratma imkanı verilecek.

alacaklılar tarafından dava veya icra süreçleri yürütülemediğinden daha önce ayrılmış olan karşılıklara ilişkin herhangi bir düzeltme yapılmasına gerek bulunmamaktadır.

- Konkordatonun tasdiki kararında alacaklıların hangi ölçüde alacaklarından vazgeçtiği ve borçlunun borçlarını hangi takvim çerçevesinde ödeyeceğinin belirtilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, alacakların borçlu lehine vazgeçilen kısmı, değersiz alacak niteliğini kazanacak ve değersiz alacak ile bu alacağa isabet eden karşılık tutarı VUK'un 322. maddesi hükmüne uygun olarak yok edilecektir. Bu işlemin konkordatonun tasdiki kararının ilan edildiği (bağlayıcı hale geldiği) hesap dönemi itibarıyla yapılması gerekmektedir.

- Muaccel hale gelmediği için dava veya icra safhasına intikal ettirilmemiş olan alacaklardan, vadesi geçici ve kesin mühlet sürelerine rastlayanlar, vadenin dolduğu hesap döneminde şüpheli alacak uygulamasına konu edilebilecektir.

- Vergi Usul Kanunu uygulamasında, şüpheli hale gelen alacak için bu dönemde karşılık ayrılması gerekmekte olup, ilgili olduğu hesap döneminde ayrılmayan karşılığın sonraki hesap dönemlerinde dikkate alınması mümkün bulunmamaktadır.

İflas ertelemesinin yerini konkordato aldı

Ekonomik durumu kötü olan ancak mahkeme tarafından iyileşme potansiyeli olduğu kabul edilen firmalara, yine mahkeme tarafından onaylanmış bir plan çerçevesinde toparlanma, yeniden üretme ve katma değer yaratma imkanı verilerek, borçlarını ödeme kabiliyeti sağlamayı amaçlayan ve mali açıdan kötü durumdaki firmaların sıklıkla başvurduğu bir yol olan iflasın ertelenmesi modeline bakıldığında, alacağın şüpheli hale geldiği mahkeme kararı ile tescil edilmekte ve Maliye Bakanlığı da vermiş olduğu muktezalarla konuyu desteklemekteydi.

İflas erteleme müessesinin ortadan kaldırılması ve yapılan yeni düzenleme ile 14 Şubat 2019



tarihinde yayınlanan 112 sayılı Vergi Usul Kanunu Sirkülerinde, konkordato sürecinde şüpheli alacak karşılığı uygulamasına yönelik, iflas ertelemesinin yerini konkordato müessesinin alması ile beraber, konkordato talebinde bulunan şirketlerden alacaklı olanların da alacaklarını şüpheli alacak olarak kabul edip, karşılık ayırmasının yeni bir yol olarak kabul edilmesi, şirketler açısından olumlu bir gelişmedir.



İflas ertelemesinin yerini alan konkordato; temelde iflasın engellenmesini ve borçlunun borçlarının yeniden yapılandırılmasını amaç edinmiş bir kurumdur.



AV. H. OZAN ÖGÜT
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

KONKORDATO BİR ANLAŞMADIR!

Konkordato ilanı üzerine; borçlu aleyhine devletin alacakları dahil icra takibi yapılamaz, yapılanlar durur, ihtiyati haciz ve ihtiyati tedbir kararları uygulanamaz, teminat mektuplarının paraya çevrilmesi önlenir ve hatta SGK, vergi borcu ve sair her türlü kamu alacağı da tedbir kapsamındadır.

Konkordato, elde olmayan sebeplerle işleri bozulan ve mali durumu kötüleşmiş olan borçluları korumak ve muhtemel bir iflastan kurtarmak amacıyla kabul edilmiş bir müessesedir ve bir nevi icra anlaşmasıdır.

Borçlular, mevcut borçlarını belirli bir dönem ve vade içinde ödeyerek kurtulmak için konkordato yoluna başvurabilmektedir. Konkordato teklifinin alacaklıları tarafından kabul edilip Asliye Ticaret Mahkemesi tarafından onaylanması halinde borçlu, teklif doğrultusunda borçlarını ifa ettiği takdirde borçlarından kurtulabilmektedir. Konkordato ile iflas erteleme arasındaki en önemli fark, alacaklıların da bir nevi söz hakkının olması ve projeyi kabulünün konkordato süreci için gerekli olmasıdır.

Konkordato teklifi, borçlunun bulunduğu yer olan Asliye Ticaret Mahkemesi'ne yapılmaktadır. Ayrıca, konkordato talebinde bulunan, konkordato gider avansını yatırmaya mecburdur. Bu bir dava şartıdır; gider avansı yatırılmazsa, teklif usulden reddedilmektedir. Bu avans ile bilirkişi ücretleri, posta giderleri ve benzeri yargılama giderleri peşinen başvuruca alınmış olmaktadır.

Başvuru üzerine, Asliye Ticaret Mahkemesi tarafından bir veya şirketin hacmine göre birden fazla konkordato komiseri tayin edilir. Bu aşamada ayrıca, mahkeme borçluya önce geçici mühlet daha sonra kesin konkordato mühleti vermektedir. Mahkeme geçici mühlet için üç aylık süre verir. Üç aylık süre dolmadan borçlunun ya da konkordato komiserinin talebiyle mahkeme geçici mühletini en fazla iki ay daha uzatabilir, ancak bu süre beş ayı geçemez.

Geçici mühlet ile istenilen amaç, borçluya borçlarını ifa edebilmesi için geçici bir koruma sağlamaktır. Asliye Ticaret Mahkemesi, kesin mühlet kararını da bu geçici mühlet içinde vermektedir. Konkordatonun başarıya ulaşmasının anlaşılmasının mümkün olduğu hallerde borçluya bir yıllık kesin mühlet verilir.

Mahkemenin verdiği mühletin, ortaya çıkan zorluklar neticesinde borçlu için yetersiz kaldığı durumlarda, komiserin bu durumu açıklayan gerekçeli raporu ve talebi üzerine mahkemece altı aya kadar uzatılabilir. Borçlu da bu fıkra uyarınca uzatma talebinde bulunabilir; bu takdirde komiserin de görüşü alınır. Her iki hâlde de uzatma talebi kesin mühletin sona ermesinden önce yapılır ve uzatma kararı vermeden önce, varsa, alacaklılar kurulunun da görüşü alınır. Dolayısıyla; uzatma ile birlikte beş ay geçici konkordato süresi ve uzatma ile birlikte 18 ay kesin süre sonucunda konkordato süresi, uzatmalarla birlikte 23 aylık bir süreyi kapsayabilir. Mahkeme, süreleri uzatmadığı takdirde toplam süre bir yıl üç ay olacaktır. Bu süreler ile borçluların ödeme vadeleri farklılık gösterebilir.

Daha evvel de belirttiğimiz üzere, konkordato bir anlaşmadır. Eğer borçlu, konkordato çerçevesinde borcunu öder ise, konkordato projesi kapsamında yer alan alacaklılarına olan borçlarından kurtulur.

Konkordato ilanı üzerine; borçlu aleyhine devletin alacakları dahil icra takibi yapılamaz, yapılanlar durur, ihtiyati haciz ve ihtiyati tedbir kararları uygulanamaz, teminat mektuplarının paraya çevrilmesi önlenir ve hatta SGK, vergi borcu ve sair her türlü kamu alacağı da tedbir kapsamındadır.

Konkordato talebi ile amaçlanan iyileşmenin, kesin mühletin sona ermesinden önce gerçekleştiğinin komiserin yazılı raporuyla mahkemeye bildirilmesi üzerine mahkemece resen kesin mühlet kaldırılmasına ve konkordato talebinin reddine karar verilmektedir. Bu iyileşmenin gerçekleşmemesi veya borçlunun kötü niyetle projeye uygun davranmaması halinde -iflasa tabi borçlular bakımından- komiserin yazılı raporu sonucunda konkordato talebinin reddine ve borçlunun iflasına mahkemece resen karar verilmektedir.

“
Konkordato bir anlaşmadır. Eğer borçlu, konkordato çerçevesinde borcunu öder ise, konkordato projesi kapsamında yer alan alacaklılarına olan borçlarından kurtulur.



İHKİB EĞİTİM BULUŞMALARI DEVAM EDİYOR

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) eğitim buluşmaları, İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile devam etti.

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İHKİB Eğitim Komitesi Üyesi Hayrettin Gümüşkaya, 22 Mart 2019 Cuma günü, İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret ederek yaklaşık 150 öğrenci ile bir araya geldi. Öğrencilere kısa özgeçmişini anlattıktan sonra, öncelikle kendilerine bir hedef belirlemeleri gerektiğini

söyleyen Gümüşkaya, bir işte uzmanlaşmak için çaba sarf ederek çok çalışmaları gerektiğini anlatarak kendi hayatından kesitler sundu. Öğrencilerin sorularını da yanıtlayan Gümüşkaya, çalışma hayatındaki deneyimlerini öğrenciler ile paylaşarak kendilerini yetenekli gördükleri bir alan seçerek o alanda sektörel iç içe olmaları gerektiği mesajını verdi.



PROF. DR. GÜNGÖR KEŞÇİ'Yİ RAHMETLE ANIYORUZ...

Hazırgiyim ve konfeksiyon sektörü, 1980'li yıllardan itibaren ihracatta büyük mesafeler kaydetti, ülke ihracatında lider konuma yükseldi.

1980 yılında 106 milyon dolarla çok mütevazı düzeyde olan ancak her yıl hızla artarak 1986 yılında 1 milyar doların üstüne, 1990'lı yılların başında 3 milyar dolar ve 1995 yılında 6 milyar dolar seviyesine yükselen Türk hazır giyim sektörünün yükselişinde o dönemin sektör ileri gelenlerinin büyük emek ve payı bulunmaktadır.

1990'lı yıllarda Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ihracatının hızlı yükselişinde büyük payı bulunanlar arasında 1993-1995 yılları arasında İHKİB Başkan Yardımcılığı görevinde bulunan Prof. Dr. Güngör Keşçi de yer almaktadır.

Güngör Keşçi, 1990'lı yılların başında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne

yaptığı birçok katkının yanı sıra bir de İHKİB Başkan Yardımcılığı döneminde eğitimle ilgili çalışmalarda bulundu. O dönemde sektörel stratejilerin hazırlanması, sektörel eylemlerin uygulanması vb. ile sektörün rekabetçi altyapısının hazırlanmasında büyük payı bulunmaktadır. Yani bugün dünyanın beşinci büyük hazır giyim tedarikçisi olabilirdiye ve sektörün rekabet gücü buralara kadar geldiye Güngör Keşçi gibi sektör temsilcilerinin büyük emeği ve rolü mevcuttur.

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüze büyük emekleri geçen sayın Güngör Keşçi'yi 21 Mart 2019 tarihinde kaybettik. Kendisine sektör olarak çok şey borçluuz.

Rahmet, minnet ve saygıyla anıyoruz. Nur içinde yatsın.

HAZIRGIYİM İHRACATI

Ocak-Mart döneminde AB'ye yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,2 düşerek 3,1 milyar dolar oldu.

Ocak-Mart döneminde ABD'ye yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 9 arttı.

Ocak-Mart döneminde ilk 10 ülkenin toplam hazır giyim ihracatındaki payı yüzde 66,4 oldu.

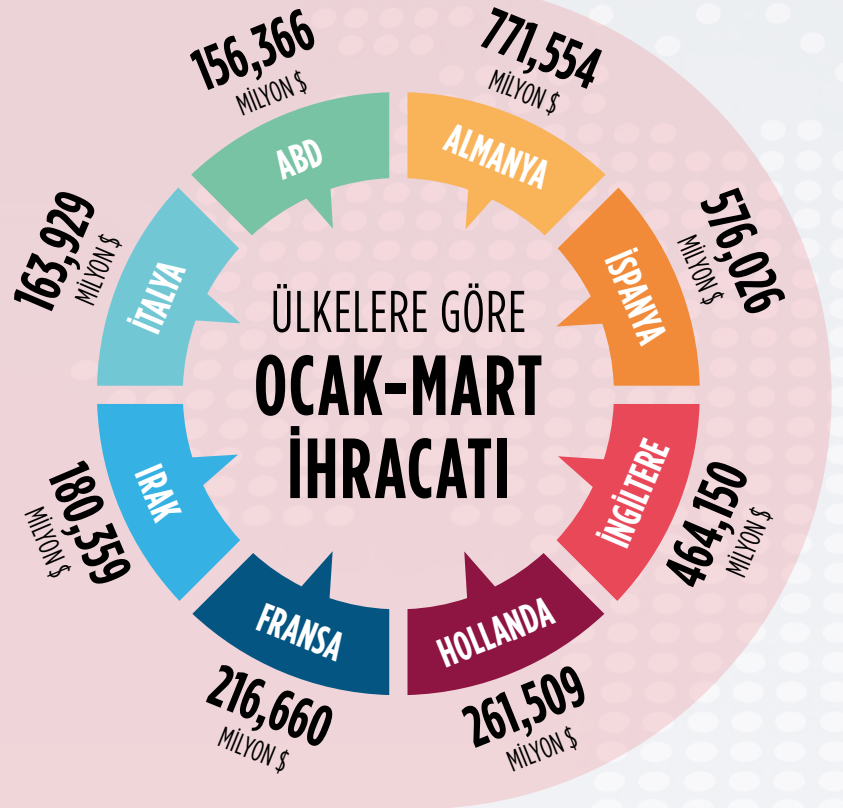
OCAK-MART DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,1 ARTIŞLA
4,52 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI AB ÜLKESİ

SLOVAKYA
% 133,8

Ocak-Mart döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı Avrupa Birliği ülkesi, yüzde 133,8 artışla Slovakya olurken, ihracatta öne çıkan ülkeler arasında Beyaz Rusya'ya ihracat, yüzde 93,4, Libya'ya yüzde 79,9 ve Macaristan'a yüzde 74,2 arttı.



TOPLAM ÜLKE İHRACATINDA HAZIRGIYİMİN PAYI
% 10,4

OCAK-MART 2019

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

2,3
MİLYAR \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

1,7
MİLYAR \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

464
MİLYON \$

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

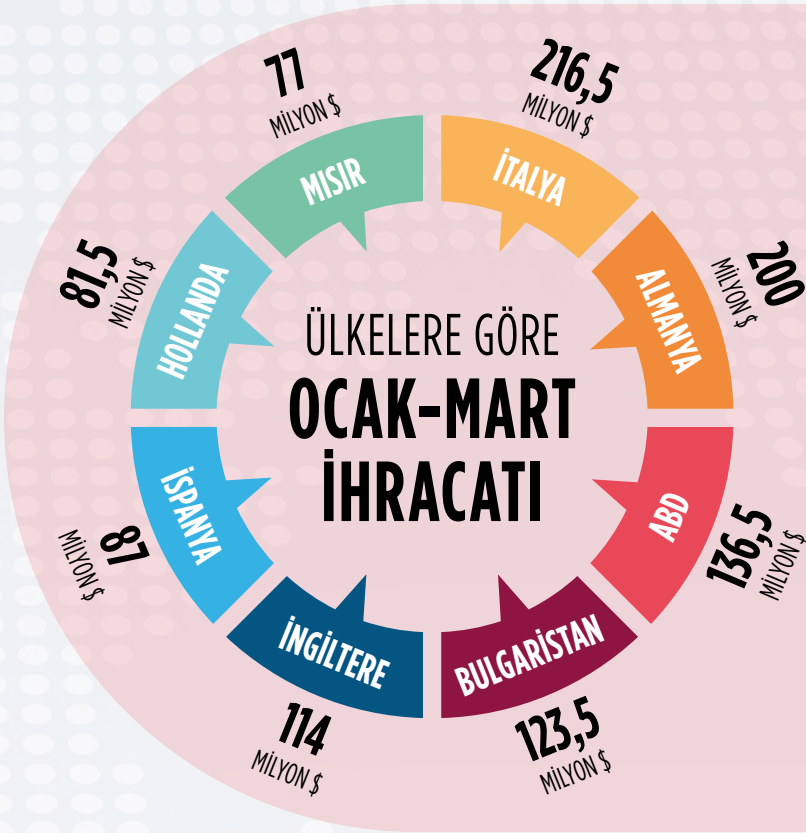
OCAK-MART DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 7 DÜŞÜŞLE
2,5 MİLYAR DOLAR
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

Ocak-Mart döneminde AB'ye yapılan ihracat yüzde 10,9 azalarak 1,3 milyar dolar değerinde gerçekleşti.

Ocak-Mart döneminde Brexit sürecindeki İngiltere'ye yapılan ihracat yüzde 4,8 artarak 114 milyon dolara ulaştı.

Ocak-Mart döneminde tekstil ve hammaddeleri sektörü, 196 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-MART İHRACATI

**İHRACATIMIZIN
EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE
KIRGIZİSTAN
% 169**

Ocak-Mart döneminde tekstil ve hammaddeleri ihracatının en fazla yapıldığı ilk 50 ülke arasında, Kırgızistan'a yapılan ihracat, yüzde 169 artarken, Endonezya'ya yapılan ihracat, yüzde 166,3, Beyaz Rusya'ya yapılan ihracat yüzde 65,3 arttı.

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

DOKUMA
KUMAŞLAR
593,7
MİLYON \$

İPLİK
478,7
MİLYON \$

TEKNİK
TEKSTİL
438
MİLYON \$

EV TEKSTİLİ
432
MİLYON \$

**TEKSTİL VE
HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNÜN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI**

% 5,6
OCAK-MART 2019

DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Ocak-Mart döneminde AB'ye ihracat, yüzde 3,3 oranında artarak 185 milyon dolar değerinde gerçekleşti.

Deri ve deri mamulleri sektöründe Mart ayı ihracatı 177 milyon dolar ile tüm zamanların en yüksek Mart ayı ihracatına ulaştı.

Ocak-Mart döneminde deri ve deri mamulleri sektörü 162 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.

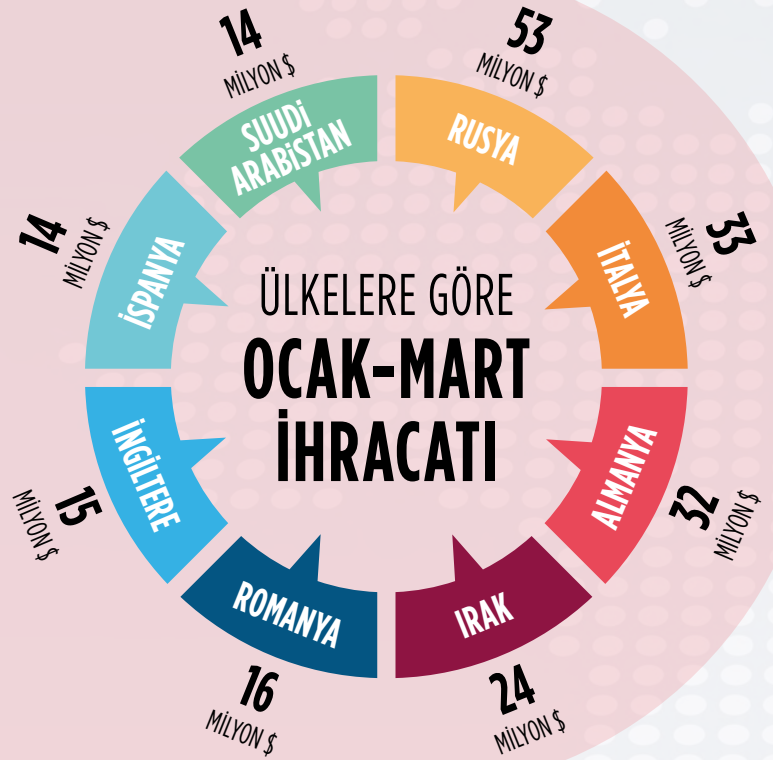
OCAK-MART DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,5 GERİLEYEREK
440 MİLYON DOLAR
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

NIJERYA
% 121

Ocak-Mart döneminde ilk 50 ülke içerisinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 121 ile Nijerya olurken, Dominik Cumhuriyeti'ne yapılan ihracat yüzde 75,6, Suudi Arabistan'a ihracat yüzde 58,9 arttı.



ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 1

OCAK-MART 2019

AYAKKABI
295
MİLYON \$

SARACİYE
58
MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ
DERİ VE KÜRK
54
MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN
GİYİM EŞYALARI
33
MİLYON \$

HALI İHRACATI

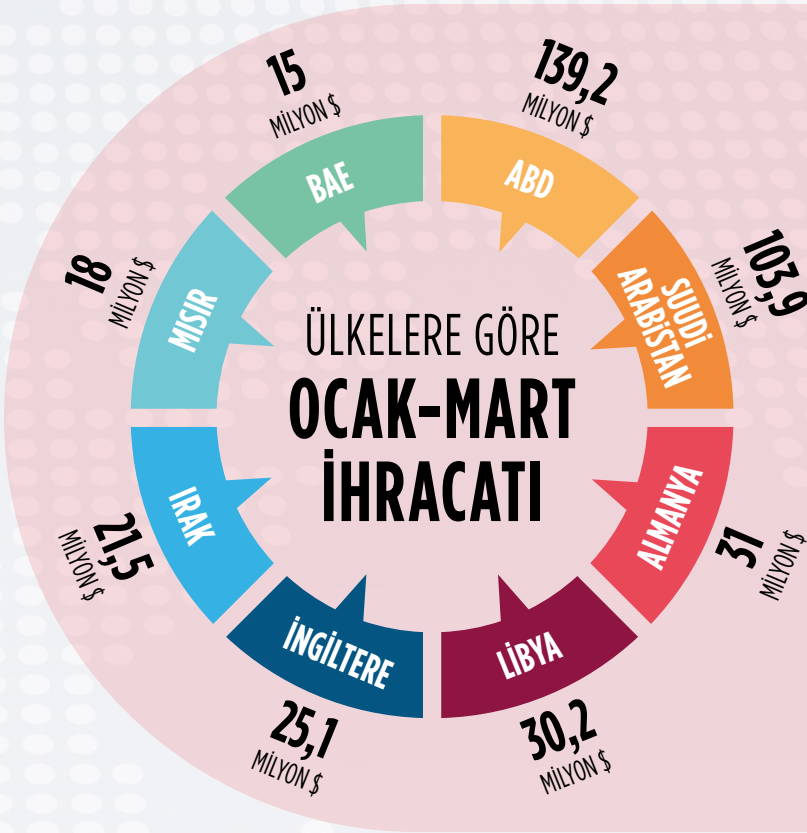
OCAK-MART DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 4,3 ARTARAK
577,9 MİLYON DOLAR
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

Ocak-Mart döneminde en fazla halı ihracatı, 139 milyon dolar değer ile ABD'ye gerçekleştirildi.

Ocak-Mart döneminde 165 ülkeye halı ihracatı gerçekleştirildi. En fazla el halısı ihracatı ABD, Japonya ve Almanya'ya yapıldı.

Ocak-Mart döneminde el halısı ihracatı yüzde 12,9 azalırken, makine halı ihracatı yüzde 4,7, tüfte halı ihracatı yüzde 5,2 arttı.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-MART İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

LİBYA
% 257

Ocak-Mart döneminde ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 257 ile Nijerya olurken, aynı dönemde Rusya'ya ihracat yüzde 97,1, Etiyopya'ya ihracat yüzde 70,4 arttı.

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE
HALILARI
493
MİLYON \$

TÜFTE
HALILARI
72,9
MİLYON \$

EL
HALISI
11,8
MİLYON \$

**TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HALININ PAYI**
% 1,3

OCAK-MART 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 (TTSD)

Tel: 0 282 758 35 64
Web: www.ttsd.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