

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ BİRLİĞİ İHRACATIN LİDERLERİNİ ÖDÜLENDİRDİ

İstanbul Tekstil ve Hammadeleri İhracatçıları Birliği tarafından düzenlenen "İhracatın Liderleri" ödül töreninde, toplam 1099 ihracatçı firma, beş farklı kategoride ödül aldı.



**SEKTÖR BİRLİKLERİ,
İHRACAT MASTER PLANI'NDA
AYRICALIK İSTİYOR**

**HAZIRGIYIM VE TEKSTİL,
TÜRKİYE İHRACATININ ÖNCÜSÜ OLDU**

**TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ SEÇEN
ÖĞRENCİLERE BURS VE İŞ GARANTİSİ**

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

MAYIS 2019 SAYI 306



İDMİB “İHRACATTA FARK YARATANLAR” ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU





Y YUNSA
ART OF FABRIC



StyleShoots Live'ı Instagram'da keşfedin! @astasjuki



GTX

brother
at your side

Dijital Tekstil Baskıda Teknoloji Devrimi

- Gerçek 1200 dpi baskılar
- 1200 dpi ile yüksek baskı hızı
- Çok uzun baskı kafası ömrü
- Direkt photoshop ile çalışabilme
- Kolay kullanım ve brother baskı kafası garantisi ile...



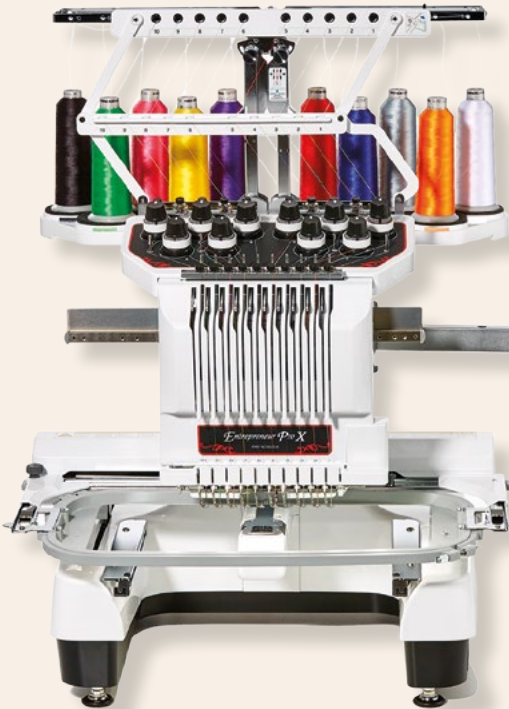
brother PR1050X

Tek kafa 10 iğne nakış makinesi ile yeni iş fırsatları yakalayabilirsiniz.



Dünyanın en yüksek teknoloji nakış ünitesi PR1050X, nakış makinesinin sunduğu üstün performans özellikleriyle, işletmenizde devrim yaratabilir, kişiye özel ürün çeşidinizi geliştirebilir, yepyeni ürünler tasarlayabilirsiniz.

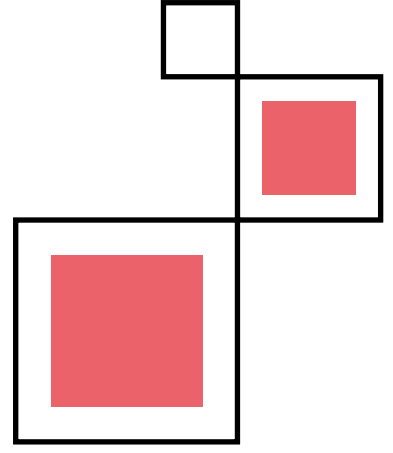
İş yerinizde kolayca kullanabileceğiniz PR1050X ile yaratıcılığınızı keşfedecek ve üretkenliğinizi arttıracaksınız.



UĞUR
M A K İ N A
0212 495 00 00
www.brothertr.com

İÇİNDEKİLER

- 08** | İTKİB'DEN
TİCARET BAKAN YARDIMCISI RIZA TUNA TURAGAY
“TEKSTİL VE HAZIRGIYIM,
TÜRKİYE İHRACATININ ÖNCÜSÜ OLDU”
- 14** | TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ SEÇEN
ÖĞRENCİLERE BURS VE İŞ GARANTİSİ
- 20** | İHKİB YILLIK MALİ GENEL KURULU
GERÇEKLEŞTİRİLDİ
- 34** | İTHİB GENEL KURULU YOĞUN
KATILIMLA GERÇEKLEŞTİ
- 44** | İDMİB OLAĞAN GENEL KURULU
GERÇEKLEŞTİRİLDİ
- 54** | İHİB GENEL KURULU
GERÇEKLEŞTİRİLDİ



- 36** | KAPAK KONUSU
TEKSTİL VE HAMMADDELERİ
SEKTÖRÜNDE İHRACATIN LİDERLERİ
ÖDÜLLENDİRİLDİ



- 86** | VİZYON
HAZIRGIYIM SEKTÖRÜ
DÜNYADA İLK ÜÇ
İHRACATÇI
ARASINA GİREBİLMEK
İÇİN DESTEK
BEKLİYOR

- 28** | UR-GE
İHKİB ABD PAZARINI YAKIN
MARKAJA ALDI

- 32** | İÇ GİYİM UR-GE ALIM HEYETİ,
RUSLARDAN BÜYÜK İLGI GÖRDÜ



- 58** | DOSYA KONUSU
SEKTÖR BİRLİKLERİ,
İHRACAT MASTER
PLANI'NDA AYRICALIK
İSTİYOR



74 | FARK YARATANLAR DÜNYA MARKALARININ ARKASINDAKİ KALİTE; DESA

80 | KÜLTÜR
SOSYOLOJİK BİR
OLGU OLARAK
MODA

90 | TREND
HAZIRGIYİM MARKALARI
YENİ TEDARİKÇİ ÜLKE
ARAYIŞINA GİRDİ



62 | ANADOLU'DA YATIRIM
YEŞİM TEKSTİL CEO'SU
ŞENOL ŞANKAYA
"DÜNYA MARKALARINA
ÜRETİM GERÇEKLEŞTİRİYORUZ"

FUARLAR

68 | ÇEYREK ASIRLIK
EVTEKS, BÜYÜMESİNİ VE
ETKİNLİĞİNİ ARTIRIYOR

72 | AYAKKABI MODA FUARI
İHRACATÇILARA YENİ
İŞ BİRLİKLERİ İÇİN FIRSAT SUNDU

78 | TASARIMCI
HAKAN AKKAYA
"İNSANLAR SINIRLARA
BAĞLI KALMADAN
GİYİNMEK İSTİYOR"



İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.
Mustafa BEKTAŞ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Özkan KARACA

YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan TEPE

Hikmet ÜNAL

Bekir Burak UYGUNER

İbrahim GEYİKOĞLU

YAYIN KURULU

HAZIR GIYİM

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

Fatih YALÇIN

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



RFID

NUMUNE TAKİP SİSTEMİ İLE

NUMUNE KAYIPLARINA

SON!

RFID Numune Takip Sistemi ile Numune Kayıplarının ve Ek Maliyetlerin Önüne Geçilmektedir.





TÜRKİYE İNOVASYON HAFTASI REKOR ZİYARETÇİ SAYISIYLA İNOVASYON DÜNYASINA IŞIK TUTTU

Türkiye İnovasyon Haftası, 3-4 Mayıs 2019 tarihlerinde İstanbul Kongre Merkezi'nde ziyaretçilerine kapılarını açtı. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen etkinliğin resmi açılışını Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan gerçekleştirdi.

Türkiye'de inovasyon kavramının yerleşmesine ve gelişmesine büyük katkı sağlayan ve inovasyon ekosisteminin en büyük buluşması olan Türkiye İnovasyon Haftası, 3-4 Mayıs 2019 tarihlerinde İstanbul Kongre Merkezi'nde ziyaretçilerine kapılarını açtı. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından 2012 yılından bu yana düzenlenen etkinliğin resmi açılışını Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan gerçekleştirdi. Etkinlikte ayrıca, dünyada ve Türkiye'de fark yaratan uluslararası profesyoneller, sanayiciler, akademisyenler ve üniversite öğrencileri inovasyon odaklı konferans, deneyim alanları, sergi ve atölye çalışmalarını ile bir araya geldi.

“21. YÜZYIL, MAL ÜRETİMİ DEĞİL, ÇÖZÜM ÜRETİMİ YÜZYILI”

TİM Başkanı İsmail Güllü, açılış töreninde yaptığı konuşmada göreve geldikleri günden itibaren “Dış ticaret fazlası veren Türkiye” misyonuyla hareket ederek, inovasyonun önemine vurgu yaptıklarına, bu kapsamda İnovasyon Haftası'nı daha köklü bir şekilde ele aldıklarına dikkati çekti. “Geleneklere sahip çıkmak, bizi verimsizliğe iten üretimleri, yaklaşımları ve anlayışları muhafaza edeceğimiz anlamına gelmemeli” diyen Güllü, şöyle konuştu: “Son 17 yılda, Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde, sürekli zenginleştirilen teşvik ve yatırım destekleriyle, Türkiye'nin dört

bir yanında organize sanayi bölgelerine ve ihtisas bölgelerine yönelik büyük hamleler gerçekleşti. On binlerce fabrikanın açılışına şahit olduk. Ancak geldiğimiz noktada, artık çağın gereği neyse onu yapmalı, bize duyulan güveni boşa çıkarmamalıyız. Çünkü 21. yüzyıl mal üretimi değil, çözüm üretimi yüzyılı.”

Bir yandan “çok kutuplu” bir süreçte doğru güç dengesi batıdan doğuya kayarken, diğer yandan da teknolojinin nimetlerini keşfetmiş olanların yeni bir kolonileşme faaliyeti başlattıkları bir süreçte olduklarını vurgulayan Güllü, “Bu nedenle; önümüzdeki 4.5 yılı, Türkiye'nin Avrasya'daki oyun kurucu gücünü perçinleyen, küresel büyüme ve ticaretteki payımızı yüzde 1.5'e çıkaracak şekilde, son derece verimli kullanmamız gerekiyor. İş dünyasının, bilim dünyasının ve sanat-tasarım dünyasının “siyasi istikrar”dan güç alan bu şansı doğru kullanarak, inovasyon ve 5G sürecine dâhil olması gerekiyor. Türkiye İnovasyon Haftası'nın, yeni tasarımı ile bu beklentilerin gerçekleşmesine imkan sağlayacağına inanıyorum” diye konuştu.

“Türkiye İnovasyon Haftası”nda paralel olarak uluslararası arenada güçlü iş birlikleri kurarak Türkiye'nin sahip olduğu üretim gücü ve kapasitesi e-ihracat ile gelişmesine katkı sunan ulusal ve uluslararası organizasyon “World E-Commerce Forum” da düzenlendi.

Etkinlik, ilk günün 20 bin 800 olmak üzere yaklaşık 40 bin kişinin katılımıyla bu yıl en yüksek katılımcı sayısına ulaştı.

ÖRME KUMAŞ İNDİGO BOYAMA BİZİM İŞİMİZ

Best Indigo Tekstil San. ve Tic. A.Ş.

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

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

www.bestindigo.com



TEKSTİL VE HAZIRGIYIM SEKTÖR KURULLARI ORTAK TOPLANTISI'NDA KONUŞAN TİCARET BAKAN YARDIMCISI RIZA TUNA TURAGAY “TEKSTİL VE HAZIRGIYIM, TÜRKİYE İHRACATININ ÖNCÜSÜ OLDU”

Türkiye'nin ihracatında 40 yıldır lokomotif görevi gören tekstil ve hazırgiyim sektörünün gündemdeki konuların görüşüldüğü ve yol haritasının çıkarıldığı Tekstil ve Hazırgiyim Sektör Kurulları Ortak Toplantısı, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay'ın katılımıyla gerçekleştirildi. Sektör temsilcilerinin, hedeflere ulaşmak için beklentilerini dile getirdiği toplantıda, Bakan Yardımcısı Turagay, “Tekstil ve konfeksiyon sektörü devletimizin gözbebeği” diyerek sektöre güven verdi.

Türk tekstil ve hazırgiyim sektörünün nabızı, sektörde güçlü bir altyapıya sahip olan Kahramanmaraş'ta attı. Tekstil ve Hazırgiyim Sektör Kurulları Ortak Toplantısı, 27 Nisan 2019 tarihinde Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası'nın ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay'ın katılım sağladığı toplantıya İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve ülke genelindeki sektörel birliklerin yönetim kurulu üyeleri katılırken, bölgede faaliyet gösteren sektör firma temsilcileri de toplantıya büyük ilgi gösterdi.

Tekstil ve Hazırgiyim Sektör Kurulları Ortak Toplantısı'nın açılış konuşmasını yapan Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası (KMTSO) Başkanı Serdar Zabun, toplantıya ev sahipliği yapmaktan büyük mutluluk duyduklarını belirterek, konuşmasını şöyle sürdürdü: “Pamuktan hazır giyime birçok sektörümüzün en önemli merkezimiz. Ülkemizin ekonomisini güçlendirecek toplantıya ev sahibi olmaktan dolayı mutluluk duyuyoruz. TİM, İHKİB, İTHİB ve sektörümüzün tüm ihracatçı birliklerine Maraş ilimize verdiği destekten dolayı teşekkür ederiz. Tekstil sektörü Türkiye'nin 80'li yıllarda başlayan ihracat politikasından

beri hep başrolde yer alıyor. Kahramanmaraş bu sektördeki yatırımlarla lider konuma ulaşmıştır. İplik ve kumaş ürünlerindeki vergilerde yapılan değişiklik sektörümüzün nefes alması adına önemliydi.”

KMTSO Başkanı Zabun'un ardından kürsüye gelen Kahramanmaraş Valisi Vahdettin Özkan da yaptığı konuşmada, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ortak sektör kurulu toplantısının Kahramanmaraş için çok önemli olduğunu söyleyerek, “İlimiz açısından çok önemli bir toplantı ve ilimize katma değer sunuyor. Sektörlerin sorunlarının belirlenip kamu otoriteleri nezdinde bir koordinasyonun sağlanmasına vurgu yapmak istiyorum. Sektörün önündeki idari teknik ve yasal engellerin bertaraf edilmesi noktasında Bakan Yardımcımın da burada olması anlamlı. Umarım sektörümüze, çok daha nitelikli bir gelecek vaat edilir” diye konuştu.

KMTSO MECLİS BAŞKANI MEHMET HANEFİ ÖKSÜZ: TÜRKİYE'DE ÜRETİLEN İPLİĞİN ÜÇTE BİRİ KAHRAMANMARAŞ'TAN

Açılış konuşmalarının ardından gerçekleştirilen oturumda hazır giyim ve tekstil sektörlerinin beklentileri ve çözüm önerileri konuşuldu. KMTSO Meclis Başkanı Mehmet Hanefi Öksüz'ün oturum başkanlığını yaptığı toplantıda, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve Türk Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Enis Gültekin konuşmacı olarak yer aldı.

Kahramanmaraş ekonomisinin lokomotifinin tekstil sektörü olduğunu aktaran Oturum Başkanı Hanefi Öksüz, konuşmasına katılımcılara teşekkür ederek başladı ve şöyle devam etti: “Burada Türk tekstil ailesi olarak toplandık.

İlimiz ekonomisinin lokomotifi tekstil sektörü. Ülkemizde üretilen ipliğin üçte birinden fazlasını şehrimizde üretiyoruz. İlimizde tekstil piramit şeklinde büyüyor. Sektörlerimizi daha ileri noktalara taşımaktayız. Ülke olarak istihdam sorunu yaşadığımız dönemde tekstil sektörü daha da önem taşıyor. Bu sektöre ne kadar yatırım yapılsa az.”

İTHİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ: DIŞ TİCARETE NET 15,5 MİLYAR DOLARLIK KATKI SUNUYORUZ

Oturumda ilk sözü alan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, sektörün ülke ekonomisi için önemine rakamlarla vurgu yaptı. Tekstil ve hazır giyim sektörleri olarak 2018 yılında toplam 26,1 milyar dolar değerinde ihracat yaptıklarını söyleyen Başkan Öksüz, “Bir yılda 15,5 milyar dolar değerinde dış ticaret fazlası vererek, ülke ekonomimize çok ciddi bir katkı sunduk. Sektörlerimiz Ticaret Bakanlığımızın ve Türkiye İhracatçıları Meclisimizin destekleri ile başarıdan başarıya koşuyor. Bu başarıları taçlandırmaya, yeni ufuklara ilerlemeye, yeni başarı hikayeleri yazmaya kararlıyız. Bu amaçla İTHİB olarak biz de azimle çalışmaya devam ediyoruz” diye konuştu. İTHİB olarak gerçekleştirecekleri faaliyetler hakkında da açıklamalarda bulunan Öksüz, “Yeni nesil B2B faaliyetleri hayata geçiriyoruz. Yabancı alım ofislerinin yetkililerini ülkemizde ihracatçılarımız ile buluşturuyoruz. Ur-Ge projelerimizin sayılarını arttırıyoruz. Yurt dışı tanıtım faaliyetlerimiz ile sektörümüzü dünyaya tanıtıyoruz” dedi.

İHKİB BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE “ANADOLU'YU SEKTÖRÜN ÜRETİM ÜSSÜ YAPMALIYIZ”

Başkan Öksüz'ün ardından söz alan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, konfeksiyon sektöründe Anadolu'nun üretim üssü olması gerektiğine vurgu yaparak şunları söyledi: “Kahramanmaraş tekstilin parlayan yıldızı. Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2018 yılında 17.6 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2019'un ilk çeyreğinde de bir artış



Tekstil ve hazır giyim sektörü devletimizin gözbebeği. Sektörlerimizin, devletimiz ve hükümetimiz olarak her zaman arkasında olacağız.



Tekstil ve hazır giyim sektörümüz, Türkiye'nin üretim yolunun, başarı hikayesinin nasıl yazıldığının en somut göstergesidir.



İTKİB BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE



İşsizliğin arttığı bir dönemde istihdama yaptığı katkı nedeniyle hazır giyim sektörünün ayrıcalıklı bir desteği hak ettiğini düşünüyorum.



İTKİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ



Sektörlerimiz başarıdan başarıya koşuyor. Bu başarıları taçlandırmaya, yeni ufuklara ilerlemeye, yeni başarı hikayeleri yazmaya kararlıyız.

içerisindeyiz. Miktar olarak 2018'de yüzde 7,6, 2019'un ilk çeyreğinde yüzde 11'lik bir artış var. Daha fazla üretip daha fazla ihracat yapıyoruz. Bu da istihdama yansıyor. Hazır giyim sektörü bu yıl yüzde 3,6 büyüdü. Türkiye'nin tam tersi rakamlar ortaya koyuyoruz. 2018 yılının Ağustos-Aralık ayları arasında her ay istihdam rekoru kırdık. Ülke olarak her alanda daha fazla üretim ve ihracat ihtiyacı duyuyoruz. 82 milyonluk ülkemizde işsizliği azaltacak olan sektörümüzün desteklenmesine büyük bir ihtiyaç var. İstihdama yaptığı bu katkı nedeniyle hazır giyim sektörünün böyle bir desteği hak ettiğini düşünüyorum. Konfeksiyon sektörüne özel yatırım destekleri sağlanarak, Anadolu üretim üssü yapılmalı diye düşünüyoruz."

TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE "DÜNYA PAZARINDA REKABETÇİ ÜRÜNLERE SAHİBİZ"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle de yaptığı konuşmada, tekstil ve konfeksiyon sektörünün, ülke ihracatının bu seviyelere gelmesini sağlayan sektör olduğunun altını çizerek, "Sektörümüz, Türkiye'nin üretim yolunun, başarı hikayesinin nasıl yazıldığının en somut göstergesidir. Tekstil ve hazır giyim üretiminde önemli paya sahip Kahramanmaraş ilimiz de bu örneklerden biridir. Ülke olarak 2019 yılının ilk çeyreğinde 45 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Yılı 180 milyar dolarlık ihracatla kapatabilecek bir tablo içindeyiz. Tekstil ve hazır giyimde bunda payı çok yüksek. Yıllarca bu sektörün daha ileriye gitmesi için el birliğiyle çalışmalar yaptık. Ne zaman kriz olduysa tekstil sektörü diğer sektörler için ilham verdi. Tekstil sektörünün tekrar bir başarı hikayesi yazmaya ihtiyacı var. Bu çalışmaların alt yapılarını yapıyoruz. Hazırladığımız 2019 ihracat raporumuzda, ürünlerimizin dünyadaki başarılarını incelediğimizde, tekstil ve hazır giyim sektörünün bazı ürünlerinin dünyada rekabet edebilecek güçte olduğunu tespit

ettik. Bu rapor ağustos ayında açıklanacak İhracat Master Planı'nın alt çalışmaları niteliğindedir" diye konuştu.

TİCARET BAKANLIĞI BAKAN YARDIMCISI RIZA TUNA TURAGAY "TEKSTİL VE HAZIRGIYIM SEKTÖRÜ, DEVLETİMİZİN GÖZBEBEĞİ"

Birlik başkanlarının sektör olarak hükümet kanadından beklentilerini dinleyen Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, sektörün ekonomi için önemini farkında olduklarını belirterek, rakamlarla sektörün dünya pazarındaki gücüne vurgu yaptı. Türkiye genel ihracatını, 1980'li yıllardaki seviyesinden bugünkü noktaya getiren en önemli sektörlerin tekstil ve hazır giyim olduğunun altını çizen Turagay, tekstil ve hazır giyim sektörleri olarak artık bir atılım yapılması gerektiğini belirterek şunları söyledi: "Tekstil ve hazır giyim sektörlerimiz ihracat ve kalkınmada en önemli rolü oynuyor. Tekstil ve hazır giyim sektörü, devletimizin gözbebeği. Devletimiz tekstil ve hazır giyim sektörlerinin önemini bilincinde. Sektörlerimizin devletimiz ve hükümetimiz olarak her zaman arkasında olacağız. Devlet olarak üstümüze ne düşüyorsa yapıyoruz. Çünkü tekstil ve hazır giyim sektörleri, ülkemiz ekonomisi için en önemli sektörlerin başında geliyor. İstihdamda katkısı açık. En fazla katma değer yaratan sektörlerden. Ülke olarak ihracat birim fiyatımız 1,33 dolar iken, tekstil ve hazır giyim sektörlerimizde bu rakam 17 dolara kadar çıkıyor. Sektörlerimizin ne kadar büyük katma değer yarattığı da ortada. İhracat bizim için çok önemli. Daralan iç talebe karşın ihracat yapmalıyız."

KURULUN ANA GÜNDEMİNDE OLASI PAKİSTAN STA'SI VARDI

Oturumun ardından toplantı, Tekstil ve Hazır giyim Sektör Kurulları Ortak Toplantısı, basına kapalı sektör temsilcileri ve firma yöneticilerinin katılımıyla devam etti. İkinci oturumda, Prof. Dr. Ümit Özlale tarafından, Türkiye ve dünya ekonomisinin güncel durumuna ve beklentilerine yönelik bir



sunum gerçekleştirildi. Özlale, gelecek dönemde küresel pazarda finansman maliyetlerinin düşeceğini belirterek, yatırımcıların iyi hikayesi olan ülkelere yatırım yapmaya hazır olduğunu vurguladı. Türkiye'nin havayoluyla sadece üç saat uzaklıkta ekonomisinin 10 katı büyüklüğünde pazara ulaşma avantajının olduğunu söyleyen Prof. Dr. Özlale, bunun ihracat için avantaja dönüştürülebileceğini ifade etti.

Türk Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Enis Gültekin de banka olarak ihracatçılara verdikleri kredi destekleriyle ilgili sektör temsilcilere bilgi verdi.

Toplantının kalan bölümünde birlik başkanları tarafından sektörün yaşadığı sorunlar dile getirilirken, soru cevap bölümünde de sektör firmalarının beklentileri dinlendi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Pakistan özelinde bir sunum gerçekleştiren, Pakistan ile yapılması planlanan STA'da tekstil ve hazır giyim sektörünün kapsam dışında tutulması gerektiğini vurguladı. Sektör olarak, bu konuda geniş kapsamlı ve analitik bir çalışma yaptıklarını söyleyen Başkan Öksüz, "Tekstil ve hazır giyim sektörünün kapsam dışında tutulmadığı,

Kahramanmaraş'ta düzenlenen Sektör Kurulları Ortak Toplantısı'nda tekstil ve hazır giyim sektör temsilcileri, ülkenin en fazla istihdam sağlayan ve ihracat yapan sektörleri olan tekstil ve hazır giyim rekabetçiliğinin artırılması için çözüm yolu aradı.





KMTSO MECLİS BAŞKANI MEŞMET HANEFİ ÖKSÜZ



EXIMBANK GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ENİŞ GÜLTEKİN



İstihdam sorunu yaşadığımız bir dönemde istihdam deposu olan tekstil ve konfeksiyon sektörüne ne kadar yatırım yapılırsa azdır.



Eximbank olarak, toplantıda ifade edilen görüşlerden beslenerek, sektöre yönelik çözümler sunmaya çalışacağız ve ihracatçıya yönelik desteğimizi artırarak devam ettireceğiz.

Pakistan ile yapılacak olası bir Pakistan STA'sı sektörde ciddi istihdam kaybına neden olacak. Tüm alt sektör gruplarını inceledik. İyi senaryoda 120 bin, kötü senaryoda ise 230 bin işgücü kaybı meydana gelecektir. Sektörlerimizin ihracatını artırabilmek için gelişmiş ülkeler ile STA'lar yapılmasını daha çok önemsiyoruz" dedi.

PAKİSTAN İLE STA KONUSUNDA SEKTÖRÜN İÇİ RAHAT OLSUN

Sektörün taleplerini dinleyen Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, sektöre yönelik kendilerine iletilen her sorunun hızlı çözümü için çalıştıklarını belirterek, Pakistan konusunda da sektörün hassasiyetlerine sahip çıkarak, bakanlığın üstüne düşeni yapacağını söyledi. Turagay, ihracatçıların etkin şekilde kullandığı Dahili İhracat Rejimini'ni de elden geçireceklerini belirterek, "Türkiye, tekstil ve konfeksiyon sektörü dünyada lider bir sektör. Sektörün genel ihracattaki payını yüzde 10'dan yüzde 20'ye çıkaracağız" dedi.



TURAGAY, KİPAŞ İPLİK FABRİKASINI ZİYARET ETTİ

Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, sektör kurulu toplantısı sonrası, üretim sürecini incelemek ve tekstil sektöründeki teknoloji kullanımını sahada görmek için KİPAŞ Mensucat R6/OE3 İplik Fabrikası'nı ziyaret ederek bilgi aldı. Bakan Yardımcısı Turagay'a, KİPAŞ Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hanefi Öksüz ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz eşlik etti. 2016 yılında açılan tesis, 50.000 m² kapalı alan içerisinde yer alan, bölgenin showroom niteliğinde en modern ve en yüksek teknolojiyle donatılmış iplik üretim tesisi olma özelliğine sahip. Tesis içerisinde; 57.120 iğ kapasiteli R6 Ring İplik işletmesi ve 9.360 Rotor kapasiteli OE3 Open End iplik işletmesi bulunuyor. Uster Jossi Vision Shield ve Uster Quantum-3 teknolojisine sahip tesiste, Endüstri 4.0 teknolojisinin



tüm imkanlarından faydalanarak düşük işçilik ile el değmeden üretim gerçekleştiriliyor. İplik üretiminin tüm aşamalarında kullanılan otomasyon teknolojisi kapsamında; yarı mamul fitil makara taşıyıcıları, geri dönüşüm için fitil makara temizleyici sistemleri, otomatik bobin toplama sistemleri, paketleme ve sevkiyat aşamasında kullanılan insansız forkliftler (AGV) ve akıllı depo sistemi bulunuyor.



TEKSTİL VE KONFEKSİYON, KAHRAMANMARAŞ SANAYİSİNİN KALBI

Türkiye'nin en büyük 4. tekstil ihracatçısı konumunda olan Kahramanmaraş'ın yılda yaptığı toplam 800 milyon dolar ihracatın yüzde 86'sını tekstil ve hazır giyim sektörleri oluşturuyor.

600 milyon doların üzerinde tekstil ihracatı ile Türkiye'nin en büyük 4. tekstil ihracatçısı konumunda olan Kahramanmaraş, teknoloji ve kalite anlamında dünya tekstil pazarında rekabet edebilecek güce sahip. Kahramanmaraş'ın en büyük sanayisi olarak öne çıkan tekstil sektöründe, yılda 359 bin ton iplik, 138 milyon metre dokuma kumaş, 49 milyon metre denim, 122 bin ton örme kumaş, 22,7 milyon adet konfeksiyon üretimi yapılıyor. Ayrıca 191 bin ton boya ve kasar işi gerçekleştiriliyor. Kahramanmaraş, Türkiye pamuk ipliği üretiminin yüzde 36'sını, denim üretiminin yüzde 25'ini, dokuma mensucat üretiminin yüzde 13'ünü, örme mensucat üretiminin yüzde 12'sini gerçekleştiriyor.

TEKNOLOJİ KULLANIM ORANI ÇOK YÜKSEK

Yılda 800 milyon dolar ihracat gerçekleştiren Kahramanmaraş'ın ihracatının yüzde 86'sını tekstil sektörü oluşturuyor. Kentte yaklaşık 270 firma, tekstil ve konfeksiyon alanında hizmet veriyor. Yapılan araştırmalar, ilde faaliyet gösteren firmaların yüzde 55'inin küçük ve orta ölçekli, yüzde 45'inin de büyük ölçekli olduğunu gösteriyor. Ayrıca bu firmaların yüzde 72 gibi büyük bir kısmı üretim teknoloji düzeyleri yüksek firmalar olarak öne çıkıyor.

25 BİN



Tekstil ve hazır giyim sektörünün kentte yarattığı toplam istihdam



% 86

Hazır giyim ve tekstil sektörünün kentin toplam ihracatındaki payı

600

MİLYON DOLAR

Kentin yıllık tekstil ve konfeksiyon ihracatı



270

Kentteki tekstil ve konfeksiyon firma sayısı





TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ SEÇEN ÖĞRENCİLERE BURS VE İŞ GARANTİSİ

İHKİB, İTHİB, İDMİB ve Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ile YÖK arasında imzalanan protokole göre üniversite sınavında ilk 20 bine giren öğrenciler, tekstil mühendisliğini tercih etmeleri durumunda, her ay net asgari ücret tutarında karşılıksız burs imkanından faydalanacak. Sınavda 20-50 bin arasında yer alan öğrenciler, net asgari ücretin yüzde 70'i; 50-80 bin arasındaki öğrenciler ise net asgari ücretin yüzde 50'si oranında karşılıksız burs alabilecek. Başarılı öğrencilere ise iş garantisi verilecek.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) öncülüğünde bir araya gelen 12 ihracatçı birliği ve Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) ile Yükseköğretim Kurulu (YÖK), Türkiye'de tekstil ve deri mühendisliğinin algısını yükseltmek ve öğrencilerin bu bölümleri daha çok tercih etmelerini sağlamak için üniversitelerle el ele verdi.

Üniversite sınavında ilk 20 bine giren öğrencilerin tekstil mühendisliğini seçmesi durumunda asgari ücret tutarında karşılıksız burs verilmesini öngören protokol, Ankara'da hazırgiyim, tekstil, deri ihracatçı birlikleri ve Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ile YÖK arasında imzalandı.

“SEKTÖR TEMSİLCİLERİMİZLE İŞ BİRLİKLERİMİZ DEVAM EDECEK” İHKİB, İTHİB, İDMİB ve Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ile YÖK arasında imzalanan protokolün töreninde konuşan YÖK Başkanı Prof. Dr. Yekta Saraç, “Geçtiğimiz yıl yaklaşık 30 milyar dolar ihracat geliri ve ülkemizin toplam istihdamında ortalama yüzde 6'lık paya sahip, ekonomik rekabette önemli bir rol oynayan tekstil ve deri sektörlerine, beceri niteliği yüksek mühendisler kazandırmak amacıyla tekstil, hazırgiyim ve deri sektörünün birlik ve işveren temsilcileri ile bir araya geldik. YÖK olarak, üniversite-sanayi iş birliği kapsamında sanayinin ihtiyaç duyduğu niteliklere sahip, uygulama ve beceri yetkinliği yüksek insan kaynağının yetiştirilmesi ve istihdam odaklı politikaların oluşturulması hususunda, sektör temsilcileri ile sürekli temas

halindeyiz. Tekstil, hazır giyim ve deri sektörleri, ülkemizin iktisadi kalkınması ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasında öncü sektörlerimiz arasında yer alıyor. Yükseköğretimden endüstriye nitelikli insan gücü yetiştirmek amacıyla, sektör temsilcilerimizle iş birliği protokolü imzaladık. Bu protokol kapsamında beceri yetkinliği yüksek mezunlarımız iş dünyasına kazandırılacak ve aynı zamanda üniversite-sanayii iş birliğinin gelişmesine önemli katkılar sunulacak. Tekstil ve deri mühendisliğini tercih eden öğrencilerimize gerekli şartları sağlamaları halinde, değerli sektör temsilcileri tarafından eğitim bursu verilecek ve istihdam garantisi sağlanacak. Öğrencilerimiz için işyeri eğitimlerinin artırılması, staj eğitimlerinin geliştirilmesi hususlarında, sektör temsilcilerimizle iş birliklerimiz de devam edecek” dedi.

Protokolü, hazır giyim sektörü adına İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, tekstil sektörü adına İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve deri ve deri mamulleri sektörü adına İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak

imzaladı. Yapılan ortak açıklamada; hazır giyim, tekstil ve deri üretiminin; istihdam ve ihracatta Türkiye ekonomisi için hayati öneme sahip olduğunun altı çizildi. Yaklaşık bir milyon kişiye istihdam sağlayan ve 2018’de toplam 30 milyar dolara yakın ihracata imza atan üç sektörün en önemli sorununun, nitelikli iş gücü olduğu vurgulanan açıklamada, önemli görüşler paylaşıldı.

KATMA DEĞERLİ ÜRETİM VE VERİMLİLİK İÇİN NİTELİKLİ MÜHENDİSE İHTİYAÇ VAR

Katma değerli üretimi ve verimliliği artırmak için eğitilmiş iş gücü, hayati önem taşıyor. Diğer taraftan dünyada üretim teknolojileri hızla Endüstri 4.0’a evriliyor. Türkiye’nin tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerindeki rekabet gücünü ve oyun kurucu rolünü sürdürebilmesi için bir yandan mevcut altyapıyı yeni teknolojilere entegre ederken, diğer taraftan da Endüstri 4.0 tabanlı tesislerin hızla kurulması gerekiyor.

Hem verimliliği artırmak hem de sektörü Endüstri 4.0’a uyumlu hale getirmek için iyi yetişmiş nitelikli mühendislere ihtiyaç var. Oysa, Türkiye’de tekstil

Üniversite sınavında ilk 20 bine giren öğrencilerin tekstil mühendisliğini seçmesi durumunda asgari ücret tutarında karşılıksız burs verilmesini öngören protokol, Ankara’da tekstil, hazır giyim, deri ihracatçı birlikleri ve Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ile YÖK arasında imzalandı.





mühendisliğine ilgi, her geçen yıl azalıyor. 2018'de öğrenci yetiştiren 13 tekstil mühendisliği fakültesindeki 542 kişilik kontenjanın sadece 228'i doldu. Sadece üç fakültenin yüzde 100 doluluk oranına ulaştığı 2018'de, tekstil mühendisliğini tercih eden en başarılı öğrenci, sıralamada 90 binlerde yer aldı. Bu negatif algıyı değiştirmek ve nitelikli tekstil mühendisleri yetiştirmek için sektör, üzerine düşeni yaparak elini taşın altına koydu. Sektörün gelecek vizyonu ile örtüşmeyen tablonun, yaklaşık bir yıllık hazırlık sürecinin ardından imzalanan protokolle değişeceğine ve bu yıldan itibaren tekstil mühendisliğine ilginin artacağına inanıyoruz.

BAŞARILI ÖĞRENCİYE İŞ GARANTİSİ

YÖK ile imzaladığımız protokole göre, üniversite sınavında ilk 20 bine giren öğrenciler, tekstil mühendisliğini tercih etmeleri halinde her ay net asgari ücret tutarında karşılıksız burs alacak. 20-50 bin arasında olan adaylar, net asgari ücretin yüzde 70'i, 50-80 bin arasındaki adaylar ise net asgari ücretin yüzde 50'si oranında karşılıksız burs imkânından yararlanacak. Eğitim sürecinde çalışma hayatına hazırlanabilmeleri için öğrencilere işletmelerde uzun dönemli staj imkanları sunulacak. Ayrıca başarılı öğrencilere iş garantisi verilecek.

2018-2019 öğretim yılında, öğrenci yerleştirilen 13 tekstil mühendisliği fakültesindeki 542 kişilik kontenjanın sadece 228'i doldu.



Üniversite sınavında ilk 20 bine giren öğrenciler, tekstil mühendisliğini tercih etmeleri halinde her ay net asgari ücret tutarında, 20-50 bin arasında olan adaylar, yüzde 70'i, 50-80 bin arasındaki adaylar ise yüzde 50'si oranında karşılıksız burs imkânından yararlanacak.

PROJE, 12 İHRACATÇI BİRLİĞİ TARAFINDAN DESTEKLENİYOR

Tekstil ve deri mühendisliğinin algısını yükseltecek projeye destek veren ihracatçı birlikleri şu şekilde:

Hazırgiyim İhracatçı Birlikleri
İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)
Akdeniz Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AKİB)
Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB)
Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB)
Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB)

Tekstil İhracatçı Birlikleri
İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB)
Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB)
Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ETHİB)
Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB)
Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UHKİB)

Deri ve Deri Mamulleri Birlikleri
İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB)
Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB)

TEKSTİL ve DERİ MÜHENDİSLİĞİ ÖĞRENCİLERİNE **BURS MÜJDESİ!**

Burs Kriterleri:

- Öğrencinin üniversiteye girişte başarı sıralamasının tekstil için ilk 80.000, deri için 100.000 içerisinde olması,
- Öğrencinin üniversite tercihleri esnasında ilk 5 tercihinden birinin "Tekstil veya Deri Mühendisliği" olması,
- Öğrencinin her yıl 4 üzerinden 2,5 ortalamasının üzerinde bir başarı oranına sahip olması,
- Öğrencinin mezuniyeti sonrasında tekstil ve deri sektöründe en az 5 yıl çalışma taahhüdü.

Burs Tutarı:

TEKSTİL İÇİN:

- İlk 20 bin: Asgari Ücret
20 - 50 bin: Asgari Ücretin % 70'i
50 - 80 bin Asgari Ücretin % 50'si

DERİ İÇİN:

- İlk 20 bin: Asgari Ücret
20 - 60 bin: Asgari Ücretin % 70'i
60 - 100 bin Asgari Ücretin % 50'si





ING BANK İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ İLE FUARLARA KATILIM VE İHRACAT ARTIRILACAK

TİM ve ING Bank arasında imzalanan iş birliği protokolü ile TİM üyeleri, fuar katılımlarında avantajlı koşullarda kredi kartı kullanarak taksitli işlem yapabilecek. ING'nin sunduğu uygun faizli 12 ay vadeli geri ödeme kredilerinin yurt dışı fuarlarına katılımı artıracığı ve bunun da ihracata olumlu yansıtacağı düşünülüyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) müşterilerine her zaman, her yerden, kolay ve zahmetsiz hizmet sunabilmek hedefiyle faaliyet gösteren ING Bank ile Türkiye ekonomisinin en önemli itici güçlerinden ihracatçılara çok avantajlı bir destek paketi sunmak üzere iş birliği protokolü imzaladı. TİM Başkanı İsmail Gülle ve ING Bank Genel Müdürü Pınar Abay'ın imzaladığı protokol ile ihracatçıya Euro bazında çok uygun faiz oranlarında kredi imkanı sunulurken, birçok dijital hizmet de ücretsiz sağlanacak. Paket dahilinde sunulan sabit faizli ve rekabetçi fiyatlı nakit ihracat kredilerinde ihracatçılardan hiçbir komisyon ve masraf da alınmayacak. TİM Başkanı İsmail Gülle yapılan anlaşmayla ilgili "Avantajlı koşullarda kredi imkânı

ve fuar katılımlarının düşük maliyetlerle taksitlendirilmesi, ihracatçılarımıza önemli katkı sağlayacak" açıklamasını yaptı.

BAŞKAN GÜLLE: YÜZDE 11,63 SON DERECE CAZİP BİR ORAN

Gülle konuşmasının devamında şunları söyledi: "Finansmana erişimin küresel ölçekte gittikçe daha pahalı ve zor hale geldiği günümüz koşullarında atılan her adım gerek ekonomimiz, gerekse ihracatımız için çok büyük önem arz ediyor. Bizler de ülkemizin yüzünü güldüren ihracatçılarımıza finansman anlamında katkı sağlayacak çalışmalara son hızla devam ediyoruz. Zira ihracatçılarımız tüm gücünü enerjisini üretime, satışa aktarmalı; işe giderken finansmanı, parayı düşünmemeli.

Buradan hareketle, bugün ING Bank ile imzaladığımız protokol, ihracatçılarımıza daha uygun koşullar oluşturmak için attığımız önemli bir adım. Söz konusu protokolümüz, TİM üyelerimize; nakdi ve gayri nakdi krediler, hazine işlemleri, dijital bankacılık, ihracat-ithalat bankacılık işlemleri, nakit yönetimi işlemleri başlıklarında önemli avantajlar sağlayacak. Protokol kapsamında ihracatçılarımıza, sabit oranlı ve indirimli döviz kredisi avantajının sunulmasının yanı sıra, hayata geçecek bir başka uygulamayı da sizler ile paylaşmak isterim. İhracatçılarımız fuar katılım ödemelerini TL veya Euro bazında çok özel faiz oranları ile kredi kartı kullanarak veya kredili hesaptan ödeyerek, 12 aya kadar taksitlendirebilecek. Özellikle TL bazında yüzde 11,63 faiz oranı, son derece cazip bir oran. Bu vesile ile ING Türkiye'ye TİM olarak "dış ticaret fazlası veren Türkiye" misyonumuza katkıları nedeniyle teşekkür ederim. Protokolümüz 83 bin ihracatçımıza hayırlı olsun."

ING Bank olarak dış ticaret yapan firmaların ana bankası olmayı hedeflediklerini söyleyen ING Bank Genel Müdürü Pınar Abay, TİM üyelerini kapsayan protokol ile ilgili detayları şöyle anlattı: "İş birliğimiz; ihracatçılar için iki

temel avantaj getirecek: Öngörülebilir maliyet ve rekabetçi fiyat. Firmalarımız öngörülebilir bir maliyetle hareket edebiliyor olacaklar, çünkü 12, 24, 36 ay vadeli sabit Euro oranından kredi vermeyi taahhüt ediyoruz. Tahsilat süreleri ihracatçımızın önünü kesmesin diye iki farklı kredi daha tasarladık. İsteyen ihracatçımız yine aynı oranlarla 3 ayda 1 eşit taksitli, isteyen ihracatçımız ise 6 ayda 1 eşit taksitli Euro kredi kullanabilecek. Rotatif İhracat Kredisi ile de yine ihracatçımıza 12 ayda yüzde 2.25 gibi rekabetçi ve esnek bir Euro finansman imkanı sunuyoruz."

"DİJİTAL BANKACILIKTA İNDİRİM VE MUAFİYETLER SAĞLIYORUZ"

Pınar Abay, ihracatçıların dijitalleşme yolculuğunda da yanında olmayı hedeflediklerini, protokolle dijital bankacılıkta EFT ile havale işlemlerinden ve ihracat bankacılık işlemlerinden masraf alınmayacağını, muafiyetlerin yanı sıra dijital bankacılığa özel indirimler de uygulayacaklarını açıkladı. Abay, "Yine bu protokolle ihracatçılara özel ING POS'ta kredi kartına 12 taksit imkanı sunuyoruz, burada da oranlarımızın çok rekabetçi olduğunu vurgulamak isterim" ifadesini kullandı.

TÜRK EXIMBANK, İHRACATÇILARA TEMİNAT MEKTUBU VERMEYE BAŞLIYOR

Türk Eximbank, 2019 yılında ihracatçıların içeride ve yurt dışındaki faaliyetlerinde özellikle teminat ihtiyaçlarına göre finansal ürünler çıkarmaya hazırlanıyor. Türk Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım, şu ana kadar

dört ürünü devreye aldıklarını ve kalan ürünleri ise Eylül ayına kadar devreye almayı hedeflediklerini açıkladı. Yıldırım, "Hem Türkiye'de hem dünyada

ihracatçılarımıza ihtiyacı olan teminat mektubunu biz vermeye başlıyoruz" dedi.

Eximbank'ın ihracatçılarla doğrudan çalışabilmek ve finansal enstrümanları kullanarak kredi ve garanti uygulamalarını devreye sokmak için dönüşüm yaşadığını söyleyen Adnan Yıldırım, 2019 ile beraber yeni

garanti, sigorta ve teminatı devreye aldıklarını belirterek, "İhracatçımızı teminat mektubundan biraz daha kurtaracak 11 ürün tahsis ettik. Bunların birincisi; biz de diğer bankalara

teminat mektubu vereceğiz. İhracatçı şirketlerimizin teminat mektubu ihtiyaçlarını karşılayacağız. Finansal kuruluşlar alıcı kredi sigortası ürünümüzle;

içeride ve dışarıdaki bankalara teminat mektubu komisyonunu ıslah etmek istiyoruz. Yüzde yarımını, 1'leri geçmeyen teminat mektubu vereceğiz. Teminat mektubu programında, örneğin yurt dışında ihale alırsanız mektupları biz vereceğiz. 11 programdan 4'ünü devreye aldık" diye konuştu.



"YURT DIŞI FUARLARINA DAHA ÇOK FİRMANIN KATILACAĞINI DÜŞÜNÜYORUZ"

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve AB, ABD Fuarlar Komite Başkanı Nazım Kanpolat, iş birliği protokolüyle ilgili yaptığı değerlendirmede ING'nin ihracatçılar için iki ayrı uygun faizli kredisi olduğunu belirterek şunları söyledi: "Birincisi, ihracatçıya uygun faiz oranlarıyla faiz desteği sağlıyor. İkincisi de fuarlara taksitli TL bazında yüzde 11,63 faiz oranıyla fon sağlıyor. Fuar katılımı sırasında peşin ödenen parayı, ING üstleniyor ve fuar katılımcısına 12 ay taksitli geri ödeme imkanı sağlıyor. Bir senede çok sayıda fuara katılan ihracatçı için ciddi anlamda finans kaynağı demek. Faiz oranları, bugünün şartlarında oldukça uygun.

İhracatımızın artırılmasında en önemli unsurlarından biri yurt dışı fuarlarına katılımdır. Bu iş birliği sayesinde daha çok firma, daha fazla fuara katılma imkanı yakalayacak. İhracatın artmasına da çok önemli kaynak teşkil edecek."

İTKİB'i oluşturan dört birliğin fuarlar şube uzmanlarının katılımıyla ING yetkilileriyle bir toplantı yaptıklarını söyleyen Kanpolat, ilgili arkadaşların, finansmanın hangi şartlarda sağlanacağına dair bilgilendirildiğini belirterek "Fuarlar şubesi, fuar satışlarında katılımcıları ING'nin sağladığı kredi faizleri konusunda rahatlıkla bilgilendirebilecekler" dedi.



İHKİB, YILLIK MALİ GENEL KURULU GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), yıllık mali genel kurul toplantısını 18 Nisan 2019 tarihinde yönetim kurulu ve üyelerin katılımıyla gerçekleştirdi. Genel kurulda stratejik yol haritasının sapmadan uygulanmasına karar verildi.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), olağan genel kurul toplantısını, yönetim kurulu üyeleri ve İHKİB iştiraki şirket yöneticilerinin katılımı ile 18 Nisan 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. Genel Kurulda konuşan Başkan Mustafa Gültepe, bir yılın çok hızlı geçtiğini belirterek, "Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak 2018 yılını üç önemli rekor ile kapattık" dedi. Hazır giyim ihracatının dört yıl sonra sıçrama yaparak 2018 yılı itibarıyla 17,6 milyar dolara ulaştığını hatırlatan Başkan Gültepe konuşmasını şöyle sürdürdü: "2018'de 15,8 milyar dolar net ihracat geliri ile diğer

sektörlere açık ara fark attık. Yüzde 75'inde İHKİB üyelerinin imzası bulunan ihracat ve ülkemize kazandırdığımız döviz ile cari açığı frenleyen sektör olduk. 2018'de imalat sanayii yüzde 1,5 büyürken hazır giyim sektörü, yüzde 4,7 üretim artışı ile fark yarattı. Ülkemizde genel işsizliğin arttığı bir süreçte Türk hazır giyim endüstrisi, 2018'in son beş ayında üst üste istihdam rekoru kırdı. Sektör olarak her ay ortalama 5 bin yeni istihdam yarattık. 2018'i üretimde 525 binin üzerinde istihdamla kapattık."

"MARKALI EKONOMİYE GEÇİŞİ HIZLANDIRACAĞIZ"

Bir yıl önce yeni yönetim kurulu olarak göreve geldiklerinde açıkladıkları dört yıllık eylem planını üyeler ile paylaşan Başkan Gültepe, dünya pazarlarında büyük belirsizliklerin olduğu, jeopolitik risklerin arttığı ve başta AB olmak üzere ekonomilerin daraldığı bir pazarda belirlenen hedeflere ulaşmanın zor olduğunu altını çizerek, "Dünya pazarlarındaki tüm belirsizliklere rağmen programımızdan sapmadan stratejik yol haritamızı uygulayacağız. Tıpkı önceki yıllardaki gibi attığımız her adımda 'ortak akıl', 'katılımcılık' ve 'sürdürülebilirlik' esas aldık. Markalı ekonomiye geçiş hızlandıracağımız yeni süreçte de bu üç ilkeyle hareket etmeyi sürdüreceğiz" dedi.





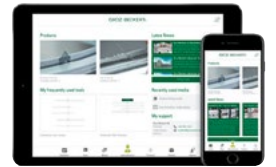
Haber Bülteni
Online kayıt olabilirsiniz



Tekstil Dünyası'nda kendimizi evimizde hissediyoruz

Hem kökleri merkezinin bulunduğu bölgede çok sağlam hem de bütün dünyada kendini evinde hissediyor. Groz-Beckert'i farklı yapan özellik bu. Endüstriyel makine işnelerinin, hassas makine parçalarının ve sistemlerin dünyada lider üreticisi olarak, ürünlerimizin ve servislerimizin kalite ve hassasiyet standartlarını mümkün olan en yüksek seviyede tutuyoruz. Yaklaşık 7.800 çalışmamız ve örme, dokuma, keçe, tafting, tarak ve dikiş alanlarında kullanılan yaklaşık 70.000 adet ürün çeşidimiz ile tekstil endüstrisine en ideal desteği sunuyoruz. Ve 1852'den beri bu şekilde sizi hedeflerinize ulaştırıyoruz.

Ücretsiz myGrozBeckert Uygulaması



Groz Beckert Turkey Tekstil Makine Parç.Tic.Ltd.Şti.

Gen.Ali Rıza Gürcan Cad.
Alparslan İş Merkezi No: 29 / 1-2-3
34169, Merter, İstanbul, Türkiye

T: 0212-9246868 | F: 0212-9246869

info.turkey@groz-beckert.com www.groz-beckert.com

KNITTING , WEAVING , FELTING , TUFTING , CARDING , SEWING

GROZ-BECKERT



İHKİB, MODA TASARIM TEKNOLOJİLERİ BECERİ YARIŞMASI İLE MESLEKİ EĞİTİMİ DESTEKLİYOR

Mart ayında bir hafta içinde üç önemli etkinliğe imza atan İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Nisan ayında da mesleki eğitimin ve genç yeteneklerin desteklenmesi anlamında önemli bir etkinliğe daha imza attı. 53 liseden 212 öğrencinin yarıştığı Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması Ödül töreninde konuşan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, “Bu sene beceri yarışmasının ikincisini düzenliyoruz. Bunu tüm Türkiye’ye yayarak, mesleki eğitime desteğimizi artırarak devam ettireceğiz” dedi.

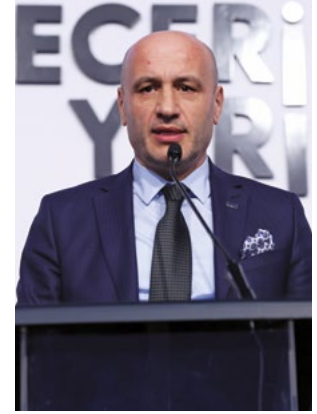


55
BİN TL
Toplamda verilen
para ödülü

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) T.C. Ticaret Bakanlığı destekleri ve T.C. Milli Eğitim Bakanlığı iş birliği ile bu yıl ikincisini düzenlediği Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması, 18 Mart 2019 tarihinde yapılan ödül töreni ile sona erdi. 53 liseden 212 öğrencinin en iyi modeli ortaya çıkarmak için zamana karşı kıyasıya yarıştığı Beceri Yarışmasında büyük ödülün sahibi Sultangazi Nene Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi oldu.

İkincilik ödülünü İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, üçüncülük ödülünü ise Kocasinan Çok Programlı Anadolu Lisesi alırken, Nahit Menteşe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi en iyi takım çalışması ödülünü kazandı. Jüri özel ödülünün sahibi ise Hikmet Nazif Kurşunoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi oldu. Yarışmada toplamda 55 bin TL'lik para ödülü verildi. Birincinin 20 bin, ikincinin 15 bin ve üçüncünün 10 bin TL ödül aldığı gecede "jüri özel ödülü" ve "en iyi takım çalışması" ödülüne değer görülenler de 5'er bin TL'nin sahibi oldu.

Kendi geleceklerini ve kariyer planlarını yetenekleri ile belirleyecek olan öğrenciler için düzenlenen Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışmasının ödül törenine İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürü Prof. Dr. Kemal Varın Numanoğlu ve Milli Eğitim Bakanlığı İstanbul İl Müdürü Levent Yazıcı başta olmak üzere sektörel dernek başkanları, ihracatçı birlikleri yönetim kurulu başkanları, ihracatçı birlikleri, TİM yönetim kurulu üyeleri, hazırgiyim ve konfeksiyon sektör temsilcileriyle birlikte yarışmaya katılan okul temsilcileri, öğrenciler ve öğrencilerin aileleri katıldı.



MUSTAFA GÜLTEPE "YARIŞMAYI TÜRKİYE'YE YAYACAĞIZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, ödül töreninde yaptığı konuşmasında: "Hazırgiyim ve tekstil sektörünün 30 milyar dolara yakın ihracatı var. En fazla ihracat yapan ikinci sektör olarak ülke ekonomisine büyük katma değer sağlıyor. Hazırgiyim ve tekstil sektörü olarak ülke genelinde 2 milyona yakın istihdam sağlıyoruz. İnsanlık tarihi ile eş değere sahip bu sektör, gelecekte de varlığını sürdürecektir. Katma değer yaratmada sektör olarak farkımızı ortaya koyuyoruz. Katma değerli ürün yapmanın en önemli yolu 27 yıldan beri yapmış olduğumuz yarışmalardır. Bu sene de beceri yarışmasının ikincisini düzenliyoruz. Bunu tüm Türkiye'ye yaymak bizim için çok önemli bir gurur kaynağıdır. Yarışmaya katılan tüm okullarımızı ve gençlerimizi yürekten kutluyorum" diye konuştu.



1. SULTANGAZİ NENE HATUN MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ



2. İHKİB KAĞITHANE MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ



3. KOCASINAN ÇOK PROGRAMLI ANADOLU LİSESİ

“53 OKULUMUZ ÇOK GÜZEL BİR EKOSİSTEM YAŞATTILAR”

Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürü Prof. Dr. Kemal Varın Numanoğlu ise yaptığı konuşmada: “Tüm katılımcıların yüzündeki o hissi ışığı hissetmemek mümkün değil. Önümüzdeki sene İstanbul ilinin dışını aşabilecek biçimde bu yarışmada olabileceğimizi umuyorum. Mesleki eğitimin ülkenin geleceği açısından ne kadar önemli olduğunu belirtmek istiyoruz. 53 okulumuz bizlere çok güzel bir ekosistem yaşattı. Geleceğe daha umutla bakmamızı sağladıkları için tüm katılımcılarımıza teşekkür ediyorum” dedi.



212

53 okuldan Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması'na katılan öğrenci sayısı

“Önümüzdeki sene İstanbul ilini aşabilecek biçimde bu yarışmada olabileceğimizi umuyorum.”



İHKİB EĞİTİM KOMİTE BAŞKANI TİMUR BOZDEMİR: YARIŞMA İLE FARKINDALIK YARATTIK

Moda Teknolojileri Beceri Yarışması'nın, meslek lisesi öğrencilerinin dikkatini çekerek tekstil sektörüne yönlendirmek amacıyla düzenlenmeye başladığını söyleyen İHKİB Eğitim Komite Başkanı Timur Bozdemir, henüz ikinci yılında okullarda olumlu bir algı oluştuğunu belirterek şunları söyledi: "Yarışmaya beklediğimizden daha fazla talep geldi. Milli Eğitim Bakanlığı da bu konuda bize çok büyük destek verdi, yarışmayı onların da organizasyonel desteği ile yapıyoruz. Ticaret Bakanlığı'nın da desteği alınarak yapılan bir yarışma. İkinci yılında beklediğimiz farkındalığı yarattığımızı düşünüyoruz. Bu yarışmalarla öğrencileri destekleyerek, tekstil sektöründe bilirkişi yetiştirerek istihdamı artırmayı amaçlıyoruz."

İHKİB'in kendi sektörüne yeni eleman kazandırmaya çalışmayı hep önde tuttuğunu söyleyen Bozdemir, "Orta öğretim seviyesinden üniversite mezuniyetine kadar çeşitli programlarla çocuklara destek oluyoruz. Doğrudan desteklediğimiz altı meslek lisemiz var. Üniversite bazında da bu seneden itibaren kayda değer oranda tekstil mühendisliği öğrencilerine burs desteğimiz olacak" dedi.



İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ MÜGE HEPYÜKSEL KEÇİK: AMACIMIZ SEKTÖRE DAHA ÇOK MODELİST KAZANDIRMAK

İstanbul'da Anadolu meslek liselerinin 53'ünde tekstil tasarım teknolojisi ve kadın giyim modelistliği bölümleri olduğunu söyleyen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Müge Hepyüksel Keçik, bu okulların yılda 2 bin 500 mezun vermesine rağmen mezunlardan sektöre kazanımların çok az olduğunu altını çizerek şunları söyledi: "Milli Eğitim Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ve İHKİB'in iş birliği ile düzenlenen Moda Teknolojileri Beceri Yarışması, daha çok öğrenciyi sektöre kazandırmak için hayata geçirildi. Modelistlik sektörümüzün en önemli branşlardan biridir. Bir modelistin yorumlama yeteneği ve becerisi, geliştirdiği ürünün üretilebilirliği ve satılabilirliğiyle doğru orantılıdır. Becerilerini kullanabilecek ve kendi yeteneğini sektöre aktaracak modelistler yetiştirmek sektör için çok önemli. Sektör ve okullar arasında bir köprü oluşturmak zorundayız. Beceri yarışmasıyla, meslek liselerimize ilgiyi artırmak, modelist mesleğinde farkındalık yaratmak ve meslek liselerinde teknik eğitimin önemini vurgulamak adına düzenleniyor. Bu yarışmanın diğer meslek branşları arasında da bir model olacağını düşünüyoruz."

Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen ve Milli Eğitim Bakanlığı iş birliği ile düzenlenen Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması'yla meslek liselerinde sektöre ilgiyi artırmak, modelist mesleğinde farkındalık yaratmak ve meslek liselerinde teknik eğitimin önemini vurgulamak hedefleniyor.





OKULDA TASARLAYIP, PODYUMDA SERGİLEDİLER

Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Giyim Üretim Teknolojisi Bölümü öğrencileri, Pablo Picasso, Vincent van Gogh ve Salvador Dali gibi dünyaca ünlü ressamlardan ilham alarak tasarladıkları ürünlerini muhteşem bir görsel şölen ile podyumda sergiledi.

Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATIAD), Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan iş birliği protokolü çerçevesinde geçen yıl ilk kez düzenlenen defilenin ikincisi, 2 Mayıs 2019 tarihinde gerçekleştirildi. Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Giyim Üretim Teknolojisi Bölümü öğrencileri, Pablo Picasso, Vincent van Gogh, Salvador Dali gibi dünyaca ünlü ressamlardan ilham alarak yıl boyunca kıyafet tasarladılar.

Genç yetenekler, tasarladıkları bu ürünleri, büyük bir görsel şölen ile sergiledi. Lionel Otel'de düzenlenen defilede öğrenciler, hazırladıkları ürünleri profesyonel mankenler üzerinde sergiledi. Büyük beğeni toplayan defilede gönüllü olarak tecrübelerini Giyim Üretim Teknolojisi Bölümü öğrencileriyle paylaşım eğitimlerine katkıda bulunan ünlü modacı Niyazi Erdoğan, genç yeteneklere imkan sağlanmasından çok mutlu olduğunu söyledi. İHKİB ve İTHİB sponsorluğunda, BATIAD'ın organize ettiği koreografisini Akif Örük'ün yaptığı yıl sonu defilesine ünlü modeller Simge Tertemiz, Gizem Barlak ve çok sayıda manken eşlik etti.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe ve İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz'ün yanı sıra birliklerin yönetim kurulu üyeleri de defileye katılım sağladı.

Gecede konuşan BATIAD Başkanı Şerafettin Kurt, Türkiye'nin genç nüfusunu harekete geçirebilmesi için hazırgiyim sektörünün ihmal edilmemesi gerektiğini belirtti ve öğrencilere mesaj verdi: "Mesleğinizi sevin, okul sonrasına bırakmayın. Yeteneğiniz geleceğiniz ve gururunuz olsun."

Defilede öğrencilerin sergilediği tasarımlar, misafirlerden tam not aldı.



30. yıl
years

ECE

FERMUAR-ZIPPER

◆ 0(212) 428 2340
◆ www.ecefermuar.com.tr

ECE
FERMUAR-ZIPPER



İHKİB ABD PAZARINI YAKIN MARKAJA ALDI

ABD'ye halen 600 milyon dolar olan ihracatı birkaç yılda 1,5 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini bildiren İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, "Önce çorap, şimdi de örme giyim ihracatçılarımızı ABD'nin önde gelen alım gruplarıyla New York'taki Türkiye Ticaret Merkezi'nde buluşturduk. Önümüzdeki kısa dönemde de iç giyim ihracatçılarımızı Amerikalı alıcılarla bir araya getireceğiz" dedi.

Türkiye ekonomisi için stratejik öneme sahip hazır giyim endüstrisi, yıllık yaklaşık 100 milyar dolarla dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı konumundaki ABD pazarını yakın markaja aldı.

Örme Kümesi Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Projesi (Ur-Ge) kapsamında ABD'ye ticaret heyeti düzenleyen İHKİB, Türk hazır giyim ihracatçılarını New York'ta ABD'nin önde gelen alıcılarıyla bir araya getirdi. İki gün süren ticaret heyeti görüşmelerinde Türk firmaları büyük ilgi gördü.

ABD'YE İHRACATIMIZ SADECE 600 MİLYON DOLAR

İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe yaptığı değerlendirmede, ABD'de hazır giyim ihracatını birkaç yıl içinde 1,5 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini söyledi. Türkiye'nin hazır giyimde küresel bir oyun kurucu olduğu halde ABD pazarında arzu edilen payı alamadığını bildiren Gültepe, şöyle devam etti:

"Yıllık yaklaşık 100 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapan ABD'ye 2018'de 600 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Küresel arenadaki yerimize bakıldığında bu miktarı asla yeterli görmüyoruz ve en

az 1,5 milyar doların üstüne çıkarmamız gerektiğini biliyoruz. Aynı zamanda hedef pazarlarımız arasında yer alan ABD'de Türk modasının kapasitesini, tasarım gücünü ve potansiyelini tanıtabilmek için her fırsatı değerlendiriyoruz. Kısa bir süre önce çorap sanayicilerimiz New York'ta çok verimli görüşmeler yaptı. Bu kez örme giyim firmamızla ABD'ye ticaret heyeti düzenledik.

Türkiye'nin 17,6 milyar dolarlık hazır giyim ihracatında örme giyimin payı yüzde 50'nin üstünde. ABD'ye 600 milyon dolarlık ihracatımızın 245 milyon dolarlık bölümünü de örme giyim oluşturuyor. Yani bu alanda marka ülkeyiz. Gücümüzü birinci ağızdan anlatmak için ülkemizin önde gelen örme giyim firmalarının temsilcileri ile ABD'deki önde gelen alım gruplarını New York'taki Türkiye Ticaret Merkezi'nde bir araya getirdik. Önümüzdeki kısa dönemde de iç giyim ihracatçılarımızı Amerikalı alıcılarla buluşturacağız. İhracat hedefimizi yakalamak için düzenlediğimiz ticaret heyetleri ile bu büyük pazarı sürekli yakın markajda tutuyoruz."

ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşlarını da hatırlatan Mustafa Gültepe, biri dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı, diğeri en büyük hazır giyim ihracatçısı olan iki ülke arasındaki uzlaşmazlığı Türkiye için fırsatı çevirmek istediklerini sözlerine ekledi.





YAŞAMDAN İLHAM ALIYORUZ YAŞAMI GÜÇLENDİRİYORUZ



Yaşamdaki en eşsiz anlardan ilham alıyoruz. Yenilikçi lastik güçlendirme teknolojileri geliştirerek, bizi bu eşsiz anlara taşıyan araçların güvenle, kusursuzca yollarına devam etmelerini sağlıyoruz.



TÜRK İÇ GİYİM SEKTÖRÜ GELECEK SEZON TRENDLERİ İÇİN BULUŞTU

Ur-Ge Projesi desteği kapsamında gerçekleştirilen ilkbahar-Yaz İç Giyim Trend Semineri'nde, Jos Berry'nin sunumuyla iç giyim, ev giyimi ve spor kıyafetleri renk, kalıp, materyal, doku, stil, tema ve tüketici sunumu gibi konular çok yönlü olarak ele alındı.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından, gelecek sezon trendlerine ışık tutan, '2020 İlkbahar-Yaz İç Giyim Trend Semineri' 5 Nisan 2019 tarihinde gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığı Ur-Ge Projesi desteği kapsamında gerçekleştirilen etkinliğe, iç giyim sektöründen ve bağlı sektörlerden çok sayıda ismin yanı sıra tasarımcılar da yoğun ilgi gösterdi.

Etkinlikte, Paris Salon International de la Lingerie fuarının resmi Kuratörü Jos Berry de bir sunum gerçekleştirdi. Concepts Paris'in de kurucusu ve kreatif direktörü olan Jos Berry'in sunumuyla gerçekleşen seminerde; iç giyim, ev giyimi ve spor kıyafetleri renk, kalıp, materyal, doku, stil, tema ve tüketici sunumu gibi konular çok yönlü olarak işlendi. 2020 ilkbahar yaz sezonunda iç giyim pazarını bekleyen yenilikler çerçevesinde gerçekleşen etkinlikte ayrıca büyük markaların trendleri nasıl yorumladığı hem görsel hem de somut örnekler üzerinden anlatıldı. Jos Berry'nin görseller ve koleksiyon

ürünleriyle zenginleştirdiği seminerde; farklı temaların anlatımıyla tasarım anlamında sektöre ilham olabilecek düşünceler sunuldu. Tema ve trend takibinden ziyade uygun ürün gruplarını hedef müşteri kitlesine en doğru biçimde ulaştırmanın önemini vurgulayan Jos Berry, katılımcılarla sezon renkleriyle ilgili ayrıntıları da paylaştı.

UR-GE PROJESİ 2020'YE KADAR DEVAM EDECEK

Bu yıl ikincisi düzenlenen 'İç Giyim Trend Semineri'nin açılışında konuşan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İç Giyim Markaları Ur-Ge Projesi Komite Başkanı Nazım Kanpolat, Ticaret Bakanlığı'nın desteğinde yürütülen İç Giyim Markaları Kümelenme Projesi hakkında katılımcılara bilgi verdi. Projenin 2020 yılına kadar devam edeceğini, insan kaynakları ve sosyal uygunluk yönetimi alanında teknik danışmanlık başlatıldığını söyleyen Kanpolat, proje kapsamında Antalya'da 93 satın almacı katılımında 'Rusya Alım Heyeti' düzenlendiğini kaydetti.

93

Satın almacıyla
'Rusya Alım Heyeti'
düzenlendi.



Bossa
68
years

www.bossa.com.tr

[f](#) [@](#) [t](#) /Bossadenim [v](#) /Bossagroup [in](#) /Bossa



İÇ GIYİM UR-GE ALIM HEYETİ, RUSLARDAN BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ

Bu yıl için 800 milyon dolar ihracat hedefi bulunan Türk iç giyim sektörü, en önemli ihracat pazarı olan Rusya ve yakın coğrafyaya ihracatı artırmak için Rusya Alım Heyeti Faaliyeti'nin ikincisini, 17 - 20 Nisan 2019 tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirdi.



İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) Türk İç Giyim Markaları Ur-Ge (Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi) Projesi kapsamında 2018 yılında ilk kez düzenlenen "Rusya Alım Heyeti Faaliyeti"nin başarısının ardından, etkinliğin ikincisi, 17 - 20 Nisan 2019 tarihleri arasında Antalya'da düzenlendi. Rusya gibi dünya iç giyim sektöründe önemli bir yere sahip büyük bir pazarda, Türk iç giyim üreticisi ve ihracatçılarının pazardaki paylarını arttırmak için ikincisi düzenlenen alım heyeti faaliyetine 17 küme üyesi firmadan 37 kişi ile 42 satın almacı firmadan da 63 kişi katılım gösterdi. İkinci alım heyeti faaliyetine Rusya'nın yanı sıra Moldova, Ukrayna, Ermenistan ve Belarus gibi komşu ülkelerden de çok sayıda katılım gerçekleşti.

Rusya'nın Antalya Ticaret Başmüşavirliği'nin de katılımıyla başlayan açılış programında Ur-Ge proje üyesi firmalar, gelen satın almalara tanıtıldı. Etkinliğin ilk gününde Rus satınalmacılar ile ikinci gününde ise Ukraynalı ve Moldovalı alıcılara görüşmeler gerçekleşti. Küme firmaları, iki gün ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Etkinlik süresince, sekizi siparişle sonuçlanan toplam 662 iş görüşmesi gerçekleştirildi. Türk İç Giyim Markaları Projesine üye firmaların bir önceki etkinliğe göre hem kurumsal olarak hem de Rusya pazarına nakliye ve gümrükleme konularında daha hazırlıklı katılım gösterdikleri gözlemlendi.

NAZIM KANPOLAT: 17 FİRMAMIZ 63 ALICIYI AĞIRLADI

Etkinliği değerlendiren İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve AB, ABD ve Uzak Doğu Fuarlar Komitesi Başkanı Nazım Kanpolat, Rusya ve komşu ülkelerdeki iç giyim alıcıları için



Antalya'da düzenlenen organizasyona Türk İç Giyim Markaları Ur-Ge Projesi'nde yer alan 17 firmanın katıldığını belirterek, "Organizasyon için Rusya ve çevre ülkelerden 63 iç giyim alıcısı Antalya'ya geldi. Rus alıcılarla ihracatçı firmalarımız arasında iki gün boyunca yapılan görüşmelerde, yeni iş birliklerinin temelleri atıldı. Türk iç giyim sektörünün Rusya pazarında devamlılığını sağlamak üzere yürütülen proje süresince, alım heyeti faaliyetinin gelenekselleştirilmesi ve Rusya'nın yanı sıra Türk ürünlerine daha çok talep gösteren Rusya'ya komşu Ukrayna ve Moldova gibi ülkelerden de alıcıların dahil edileceği şekilde program düzenlemeye devam edeceğiz" diye konuştu.

273

MİLYON DOLAR
Rusya'ya 2018'de
yapılan iç giyim
ihracatı



GÜVEN | KALİTE | SERVİS | RENK



diktaş
dikış iplik sanayi ve ticaret a.ş.

“1945’ den günümüze”



İTHİB GENEL KURULU YOĞUN KATILIMLA GERÇEKLEŞTİ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Genel Kurulu, üyelerinin yoğun katılımıyla gerçekleştirildi. Genel kurulda, ihracata öncü bir sektör olmaya devam etmek için geçmiş dönemde olduğu gibi gelecek dönemde de üyelerin rekabetçiliğinin korunması için çalışmalar yürütüleceği vurgulandı.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Genel Kurulu, 4 Nisan 2019 tarihinde İTHİB üyelerinin yoğun katılımıyla Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. Genel kurul, başkanlık divanının oluşturulmasının ardından yönetim kurulunun bir yıllık çalışma raporunun okunmasıyla başladı. Bilanço, gelir ve gider hesaplarının görüşülmesinin ardından, denetim kurulu raporu okunarak görüşüldü. Genel kurulda konuşan İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, göreve başladığı günden bu yana ihracatçılar ile mümkün olan her platformda bir araya geldiklerini

belirterek, "İhracatçılarımızın ve sektörün sorunlarını, birliğimizin kendi sorunu olarak benimseyerek hareket ettik" dedi.

İTHİB üyesi tüm ihracatçıların ihracata dair yaşadıkları tüm problemlere hızlı ve efektif bir şekilde müdahale ettiklerini söyleyen Başkan Öksüz, konuşmasının devamında şunları söyledi: "Pamuk ipliği ve suni-sentetik kesik elyaflardan ipliklerde ithalat kaynaklı haksız rekabetin engellenmesi için verdiğimiz mücadele nihayet bir sonuç doğurdu. Bu ürünlerin ithalatında yüzde 5 ile 8 arasında ilave gümrük vergisi uygulanmaya başlandı. Sektörümüzün bu çok önemli sorununun çözümünde başta TİM Başkanımız Sayın İsmail Güllü ve Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan olmak üzere ilgili tüm taraflara tekrar teşekkür ederiz." Başkan Ahmet Öksüz, gelecek dönemde de sektörün beklentilerini çözüm önerileri ile yetkili makamlara aktarmaya devam edeceklerini belirterek, görev süresi boyunca sektöre yarar sağlayacak her konunun takipçisi olacaklarını da sözlerine ekledi.

İHRACATTA ÖNCÜ OLMAK İÇİN İHRACATÇILARIN REKABETÇİLİĞİ KORUNMALI

Genel kurulda, 'Sürdürülebilirlik ve Yenilik Yılı' olarak ilan edilen 2019 yılı için temel amaç olan ihracatla büyümede; tekstil ve hammaddeleri sektörünün ülkenin öncü sektörlerinden biri olmaya devam etmesi için ihracatçıların rekabetçiliğinin her alanda korunmaya devam edilmesi gerektiği vurgulandı.



2019

PARIS
2-3
TEMMUZ

NEW YORK
16-18
TEMMUZ

SHANGHAI
3-5
EYLÜL

Sonbahar/Kış 2020

SPINEXPOTM



İPLİKLER
VE ÖRGÜ
İÇİN BİRİNCİL
SERGİ

www.spinexpo.com

iletisim: hakans@spinexpo.com



TEKSTİL VE HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNDE İHRACATIN LİDERLERİ ÖDÜLENDİRİLDİ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından düzenlenen “İhracatın Liderleri” ödül töreninde, 25 milyon dolar üzeri ihracat gerçekleştiren 28 firma Platin ödülü alırken, 10 ile 25 milyon dolar arasında ihracat yapan 51 firma da Altın ödül ile taçlandırıldı. Törende toplam 1099 ihracatçı firma beş farklı kategoride ödül aldı. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, törende yaptığı konuşmada, “11 bin 200 ihracatçımıza yeni ufuklar açarak, ihracatımızı ve dünya pazarındaki payımızı artırmaya devam edeceğiz” dedi.

Tekstil ve hammaddeleri sektörünün 2018 yılında gerçekleştirdiği 10,5 milyar dolar ihracata büyük katkı sağlayan firmalar, iftar yemeğinde düzenlenen bir törenle ödüllendirildi. İTHİB ev sahipliğinde düzenlenen törene Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Vali Yardımcısı Mehmet Ali Özyiğit, Türk Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım ve ING Bank Genel Müdürü Pınar Abay’ın yanı sıra İhracatçı Birlik Başkanları, Sektörel Dernek Başkanları ve ihracatçı firmalar yoğun katılım gösterdi. Düzenlenen ödül töreninde, 25 milyon dolar üzeri ihracat gerçekleştiren firmalar, İTHİB Platin ödül almaya hak kazanırken, 10 ile 25 milyon dolar arasında ihracat yapan firmalar da İTHİB Altın ödül kazandı. Gecede 28’i platin olmak üzere toplam 79 ödül sahned

sahiplerini buldu. Gecede ayrıca gümüş, bronz ve başarı ödülü kategorilerinde de firmalar ödüllendirildi.

Törenin açılış konuşmasını yapan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil ve hammaddeleri sektörü olarak 2018 yılında 188 ülkeye 10,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini söyledi. Sektörü oluşturan 11 bin 200 firmanın 413 bin insana istihdam sağladığını belirten Başkan Öksüz, tekstil sektörünün ülke ekonomisine dış ticaret fazlası katkısı sunan bir sektör olduğunu belirterek, şunları söyledi: “Sayın Cumhurbaşkanımızın ‘TİM İnovasyon Haftası’nda ifade ettiği gibi, ihracatçımız; gerek ihracatımızın artırılması ve niteliğinin yükseltilmesi, gerek diğer alanlarda ortaya koyduğu gayretler ile ülkemizin beka mücadelesinde en ön safta yer alıyor. Bu bağlamda biz ihracatçılara verilen değeri oldukça önemsiyoruz. Sayın Bakan Yardımcımız, Ticaret Bakanlığı’mız ve TİM



ile yürüttüğümüz çalışmalar çok güzel işlerin ortaya çıkmasına, vesile olmuş ve bize geleceğe yönelik çalışmalarımız için de umut vermiştir. Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri olarak size özel bir teşekkür borçluyuz. Sizlerin destekleri ile sektörümüzün en önemli gündem maddelerinden bir tanesi olan 'Tekstil Mühendisliğinin Algısının Yükseltilmesi Projesi' nihayet hayata geçirildi. YÖK ile imzalarını attık. Sektörümüzün geleceğine yönelik yetişmiş insan gücü ihtiyacının karşılanması amacıyla hayata geçirilen bu projede Yükseköğretim Kurumları Sınavında başarı sıralamasında ilk 80 binin içinde yer alan ve Tekstil mühendisliği bölümlerini tercih eden öğrencilerimize, İhracatçı Birliklerimiz ve Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası olarak asgari ücrete varan karşılıksız burs imkânı sağlayacağız."

İTHİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ "OLASI PAKİSTAN STA KONUSUNDA ARTIK İÇİMİZ RAHAT"

Sektör açısından diğer önemli bir konunun ise Pakistan ile yapılması planlanan Serbest Ticaret Anlaşması olduğuna vurgu yapan Başkan Öksüz, tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin muaf tutulması için de önemli bir adım atıldığını ifade ederek, "Sayın Bakanımız sektörlerimizin bu anlaşmadan muaf tutulması gerektiğine dair Bakanlığımız görüşünü bizlerle paylaştı. Her iki konu da inanıyoruz ki hem ülkemiz hem de sektörümüz açısından oldukça büyük önem arz etmektedir" dedi.

"İHRACATÇIMIZA YENİ UFUKLAR AÇACAĞIZ"

Yeni pazarlara açılarak ihracatı yukarıya taşımak için sektöre özel projelerini de davetlilerle paylaşan Başkan Öksüz, "Dünyanın en büyük perakende firmalarından Benetton'un küresel satın alma direktörlerini ihracatçılarımız ile bir araya getirdik. Amacımız ayda en az bir firma ile bu projelere devam etmektir. Diğer bir konu ise Japonya ile yakın bir süreçte devreye girecek Serbest Ticaret Anlaşması'dır. Fortune 500 listesinde 204. sırada yer alan ve hem Japonya'nın hem de dünyanın en güçlü firmalarından bir tanesi olan ITOCHU ile başlattığımız iş birliği ile ihracatçılarımızın Japonya pazarında



Tüm Türkiye'de 341 tasarım merkezi varken, bunun 62 tanesi tekstil sektöründe. Ayrıca sektörümüzde 71 Ar-Ge merkezine ulaşılmış durumdayız.

daha etkin olmasını arzu ediyoruz. Yeni nesil heyetler adını verdiğimiz bu projeler ile ihracatçılarımıza yeni ufuklar açmak istiyoruz" dedi.

SEKTÖRÜN KÜRESEL PAZARDAKİ PAYI % 3,1

Sektör olarak önceliklerinin, yüksek katma değer, markalaşma, tasarım, Ar-Ge ve inovasyon olduğunun altını çizen Başkan Öksüz, "Bugün tüm Türkiye'de 341 tasarım merkezi varken, bunun 62 tanesi tekstil sektöründe. Ayrıca sektörümüzde 71 Ar-Ge merkezine ulaşılmış durumdayız. 2018 yılında teknik tekstiller ihracatında tarihimizin en yüksek ihracat değeri olan 1 milyar 750 milyon dolara ulaşmış olmamız da tüm bu çabaların ne kadar kıymetli olduğunun açık bir göstergesi. Bugün bu salonu dolduran tekstil ve hammaddeleri sektörümüzün kıymetli temsilcileri çok büyük başarılarla imza atıyorlar. Türkiye'nin küresel ticaretteki payı yüzde 1'in altında iken, Türk tekstil ve hammaddeleri sektörümüz bu payı yüzde 3,1'e çıkarmayı başarmış

11.200

ADET

**Tekstil ve hammaddeleri
ihracatçı firma sayısı**

10,5

MİLYAR DÖLAR

**Tekstil ve hammaddeleri
sektörünün
2018 ihracatı**



İTHİB İhracatın Liderleri ödül töreninde Platin kategorisinde 28 firma temsilcisi, ödülleri, Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım'ın elinden aldı.

PLATİN ÖDÜL ALAN İLK 10 FİRMA;

1. AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZ. A.Ş.
2. KORDSA TEKNİK TEKSTİL A.Ş.
3. ZORLU DIŞ TİC. A.Ş.
4. GREIF EPS TURKEY AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.
5. KİPAŞ PAZARLAMA VE TİC. A.Ş.
6. KADİFE TEKS MENSUCAT SAN. A.Ş.
7. TEKSİS TEKSTİL ÜRÜNLERİ PAZARLAMA A.Ş.
8. ORMO YÜN İPLİK SAN. VE TİC. A.Ş.
9. KASAR VE DUAL TEKS. SAN. A.Ş.
10. YÜNSA YÜNLÜ SAN. VE TİC. A.Ş.
11. CESUR AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.
12. ÇALIK DENİM TEKSTİL SAN. TİC. A.Ş.
13. NİTTO BENTO BANTÇILIK SAN. VE TİC. A.Ş.
14. KARBEL TEKSTİL DIŞ TİCARET A.Ş.
15. ÜNVER TEKS. KONF. İML. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
16. TORAMAN TEKS. DERİ VE İNŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
17. YÜNTEKS TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
18. AYDIN TEKSTİL TİC. VE PAZ. A.Ş.
19. BOSSA TİCARET VE SANAYİ İŞLETMELERİ T.A.Ş.
20. TÜRKMEN GRUP İTH. İHR. DIŞ TİC. A.Ş.
21. BTD TEKSTİL SAN. TİC. A.Ş.
22. HYOSUNG İSTANBUL TEKS. LTD. ŞTİ.
23. İPEK İDROFİL PAMUK SAN. VE TİC. A.Ş.
24. SEPA MENSUCAT SAN. VE TİC. A.Ş.
25. TGS DIŞ TİC. A.Ş.
26. ALMODO ALTUNLAR TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.
27. MİRAY TEKS. SAN. VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
28. DOĞAN TEKSTİL LTD. ŞTİ.

durumda. Türk tekstil sektörü bugün dünyanın yedinci, Avrupa Birliği'nin ise ikinci büyük tedarikçisi konumunda. Ne mutlu ki bir dönem gündemde olan 'Türkiye tekstilden çıkmalı' söylemini artık bir tarafa bıraktık" diye konuştu.

TÜRK EXİMBANK GENEL MÜDÜRÜ ADNAN YILDIRIM "İHRACATÇININ FİNANSMANA ERİŞİMİNİ KOLAYLAŞTIRACAĞIZ"

Başkan Öksüz'ün, ihracatçıya verdiği destekten dolayı teşekkür ettiği Türk Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım da ödül töreninde yaptığı konuşmada, Türk Eximbank'ın yıl sonuna kadar açacağı yeni şubeler ile Türkiye'nin en fazla ihracat yapan 20 ilinde şubesi olacağını belirterek, şunları söyledi: "İki yıl öncesine kadar teminat mektubu alıp kredi kullanıyorken, bu yıl kendimiz de teminat mektubu ve garanti vermeye başladık. İlk beş ayda yeni programları devreye aldık ve yıl sonuna kadar da yeni ürünleri devreye alacağız. Böylelikle finansmana erişimi kolaylaştırarak, çeşitlilik sunan ve finans kuruluşlarıyla ilişkilerimizi artıran programlar devreye alınacak."

TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE "TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ PROJESİ DİĞER SEKTÖRLERE DE İLHAM VERECEK"

TİM Başkanı İsmail Gülle de, tekstil sektörünün tarihsel gelişimine

işaret ettiği konuşmasında "1980'de Türkiye'nin ihracatı 2,5 milyar dolar iken bunun 1,5 milyar doları tekstil ve hazır giyimdi. Tekstil sektörü dün vardı, bugün var, yarın da var olacak. Yüzde 6'ya yakın artışla Nisan ayı Cumhuriyet tarihinin en yüksek ayı oldu. Her ay ihracat rekorları kırarak, başarılarımızın üzerine başarı ekleyerek gidiyoruz" dedi. İhracatın ve üretimin kolay bir iş olmadığını belirten Gülle, "Bizler bu köprü sektörü içerisinde o kadar verimli olma noktasına geldik ki diğer sektörlerle de ilham vermeye başladık. Ahmet Öksüz'ü, tekstil mühendisliğinin algısının yükseltilmesi ile ilgili gerçekleştirdiği çalışmalarından ve YÖK ile imzalamış oldukları protokolden dolayı tebrik ediyor ve destekliyoruz. Gerçekleştirilen bu protokol diğer sektörleri de etkileyecek ve üniversitelerde tercih sebebi olmalarını sağlayacak bir projedir" diye konuştu.

TİCARET BAKAN YARDIMCISI RIZA TUNA TURAGAY "TÜRKİYE TEKSTİLDE DÜNYA YEDİNCİSİ"

Törende bir konuşma yapan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay da tekstil sektörünün Türkiye ekonomisindeki önemine dikkat çekerek, "Tekstil bugün de hala bizim göz bebeğimiz. Türkiye'nin ihracatının toplam dünya ihracatındaki payı 0,9 iken

40 yıldır Türkiye ihracatının öncü sektörü olmaya devam eden tekstil ve hammaddeleri sektörünün küresel pazardaki oyuncularının başarıları, düzenlenen ödül töreniyle taçlandırıldı.

Türkiye'nin tekstil ihracatının toplam dünya tekstil ihracatı içerisindeki payı yüzde 3,1. Türkiye dünya ihracatında 31'inci sırada, tekstilde ise 7'inci sırada. Bu bize rekabet gücümüzün olduğunu gösteriyor. Böylesine önemli bir sektörü ihmal edebilir miyiz? Tekstil sektörünü desteklemeye devam etmeli ve daha da güçlendirmeliyiz. Bu konuda Ticaret Bakanlığı olarak Sayın Bakanımızın da talimatlarıyla tekstil ve konfeksiyon sektörü her zaman göz bebeğimiz olarak kalacak" dedi.

Geceyi düzenleyen başta Ahmet Öksüz olmak üzere, törende yer alan tüm ihracatçılara teşekkür eden Turagay, "Tekstil sektörümüzü önce 15 milyar dolara, 2023 yılında da 20 – 25 milyar dolarlara taşımayı hedefliyoruz." ifadesini kullandı.



İhracatın Liderleri ödül töreninde, 2018 yılında 10 ile 25 milyon dolar arasında ihracat gerçekleştiren 51 firma Altın ödül ile taçlandırıldı.



İTHİB tarafından düzenlenen iftar yemeği ve ödül törenine, sektör firmaları yoğun ilgi gösterdi.





AKADEMİSYENLER İLE SANAYİCİLER BULUŞTU

12 ülkeden 90'ın üzerinde sözlü bildiri ve 30'un üzerinde poster bildiri sunulan 2. Uluslararası Yenilikçi Tekstiller Kongresi'ne katılan İTHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, kongrede yaptığı konuşmada, tekstil sektörünün ülke ekonomisindeki rolüne vurgu yaptı.

Namık Kemal Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü tarafından düzenlenen 2. Uluslararası Yenilikçi Tekstiller Kongresi, 17-18 Nisan 2019 tarihleri arasında gerçekleştirildi. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'ni (İTHİB) temsilen Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman kongreye katılım sağladı. Kongrede bir konuşma yapan Ahmet Şişman, sektör olarak eğitime, teknolojiye, inovasyona

ve yatırıma çok önem verdiklerini belirterek, "Her sektörde olduğu gibi tekstil sektöründe de belirlenen hedeflerin gerçekleşmesinin temelinde üniversite-sanayi iş birliğinin geliştirilmesi var" dedi. İTHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, tekstil sektörünün bütün paydaşlarının bir araya gelmesine imkân sağlayan 2. Uluslararası Yenilikçi Tekstiller Kongresi'nde yayımlanacak bildirimlerin ve kongre boyunca paylaşılacak görüşlerin sektöre ve ihracata önemli katkılar sunacağını söyleyerek şöyle devam etti: "Ülkemizin 2000 yılından bu yana ihracatı yüzde 505 oranında arttı. Tekstil ve hazır giyim olarak Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştiren ikinci büyük sektörüüz. Türkiye geneli ihracatımız, dünya ihracatından yüzde 0,9 oranında pay alırken, hazır giyim ve tekstil sektörlerimizin dünya ihracatından aldığı pay yüzde 3,2. Sadece tekstil ve hammaddeleri sektörümüzün ise dünya ihracatından aldığı pay yüzde 3,1. Sektörlerimiz, 17 binin üzerinde ihracatçıyla 197 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Ülke istihdamına 938 bin kişiyle çok ciddi bir katkı sağlıyoruz."





SGS

Intertek



HILAL

ÇANTA & TEKSTİL



YÜKSEK ÜRETİM KAPASİTESİ
TÜM DÜNYAYA İHRACAT



DÜNYA STANDARTLARINDA
YERLİ ÜRETİM



ALANINDA UZMAN KADRO
GELİŞMİŞ MAKİNE SİSTEMLERİ



GLOBAL MARKALARIN DENETİMLERİNE
UYGUN ÜRETİM TESİSLERİ



Seyitnizam Mah.
Mevlana Cad. No:73/A
Zeytinburnu / İstanbul

+90 212 416 45 84
info@hilalcanta.com.tr
www.hilalcanta.com.tr



KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI'NIN TANITIM YURT İÇİ VE YURT DIŞINDA YAPILDI

İTHİB, Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nın tanıtımı için yurt içi ve yurt dışında tanıtım faaliyetlerini aralıksız sürdürüyor. Tanıtım faaliyetleri kapsamında, yurt içi ve yurt dışında çeşitli üniversite ve moda okulları ziyaret edildi. Ayrıca 80'e yakın kurum ve üniversiteye de tanıtım broşürü gönderildi.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), daha çok genç yeteneğe ulaşabilmek ve yetenekleri sektöre kazandırmak için 14. Kumaş Tasarım Yarışması kapsamındaki tanıtım faaliyetlerini hızlandırdı. 14 Mart 2019 tarihinde İTHİB Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin çeşitli üniversitelerden akademisyenler ile bir araya gelerek yol haritasını çıkarmasının ardından tanıtım çalışmalarına başlandı.

Yurt içi ve yurt dışında çeşitli üniversitelere ve eğitim kurumlarına afiş, el broşürü, yarışma şartnamesi ve yarışmayı tanıtan sunum dosyası gönderilirken,



çeşitli üniversitelere de ziyaretler gerçekleştirilerek sunumlar yapıldı.

İTHİB Yönetim Kurulu üyesi Zekeriya Tanrıverdi, yarışma danışmanı Tuvana Büyükcınar ve İTKİB yetkilileri hem yarışmanın bilinirliğini artırmak hem de gençlere ulaşabilmek amacıyla İstanbul Teknik Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Mimar Sinan Üniversitesi, Okan Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesi'ne ziyaretlerde bulunularak, öğrencilere yarışma süreci hakkında bilgi verdiler.

İTALYA'DA MODA OKULLARINDA YARIŞMA TANITILDI

Yarışmanın yurt dışındaki bilinirliğinin artırılması amacıyla Firenze Eğitim Danışmanlık şirketi koordinatörlüğünde İtalya'da yer alan çeşitli moda okulları da ziyaret edildi. 13 moda okuluna yapılan ziyaretler esnasında öğrencilere hem İngilizce hem de İtalyanca dillerinde interaktif bir sunum yapıldı.



LEKELER YÜZÜNDEN ÜRÜNLERİNİZİ 2. KALİTEYE AYIRMAYIN!

- ✓ PAS LEKELERİ
- ✓ EVA KÖPÜK ERİTME
- ✓ ÇIZGI TAŞI LEKELERİ
- ✓ YAĞ LEKELERİ
- ✓ BASKI LEKELERİ
- ✓ METO LEKELERİ



solvent
ENDÜSTRİYEL LEKE ÇÖZÜMLERİ



0212 909 16 13





İDMİB OLAĞAN GENEL KURULU GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Genel Kurulu'nda, sektörün ülke ekonomisine katkısına vurgu yapılarak, sektörün üretim imkanlarının iyileştirilmesi ve pazar çeşitliliğinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılacağı belirtildi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB)'nin Olağan Genel Kurulu, 10 Nisan 2019 tarihinde, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Sektör temsilcilerinin yoğun ilgi gösterdiği genel kurulda konuşan İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, üyelere 2018 yılı faaliyetleri ve 2019 yılı projeleri hakkında bilgi verdi. İhracatla kalkınan Türkiye ekonomisi için deri ve deri mamulleri sektörüne büyük sorumluluklar düştüğünün altını çizen Başkan Şenocak, sektörün ortak amacının üretim ağını geliştirmek, yeni istihdamlar yaratmak, katma değerli ihracatı artırmak ve ülke

ekonomisini kalkındırmak olduğunu ifade etti.

Başkan Şenocak, sektörün ihracat hedefleri doğrultusunda İDMİB tarafından; üretim imkanlarının iyileştirilmesi, pazar çeşitliliğinin artırılması, eğitim, tasarım ve tanıtım atakları gibi çok yönlü çalışmalar yürütüldüğünü belirterek, "Önümüzdeki dönemde de bu çalışmalara el birliği ile devam edeceğiz. Devraldığımız bayrağı daha ileriye taşımak için gayretle çalışan yönetim kurulu üyelerimize, Birliğimiz adına Ticaret Bakanlığımıza, Türkiye İhracatçılar Meclisimize ve sektörümüzün tüm paydaşlarına teşekkür ederim" diye konuştu.



Stretching Beyond

Black

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

eco-soft

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

PowerFit

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

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr. Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

www.creora.com

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


creora®
it's in our every fiber



2018 YILINDA “İHRACATTA FARK YARATAN” 346 FİRMA ÖDÜLLERİNİ TÖRENLE ALDI

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), “İhracatta Fark Yaratanlar” ödül töreni ile beş farklı kategoride sektörün 2018 yılı içerisinde gerçekleştirdiği 1,7 milyar dolarlık ihracata katkı yapan 346 başarılı firmayı ödüllendirdi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), tarafından düzenlenen “İhracatta Fark Yaratanlar” ödül töreni, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle'nin de katılımıyla 10 Nisan 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Sektörün 2018 yılı içerisinde gerçekleştirdiği 1,7 milyar dolarlık ihracata katkı yapan firmaların ödüllendirildiği gecede, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) platin, altın, gümüş, bronz ve başarı sertifikası ile beş farklı kategoride 346 ihracatçıyı ödüllendirdi.

“İhracatta Fark Yaratanlar” ödül töreninin açılış konuşmasını Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle yaptı. Bu yılın ilk üç ayında

Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracatı olan 45 milyar dolar ile bir rekora imza atıldığını söyleyen Gülle, bu verinin, toplam ihracatın, sene sonunda 180 milyar dolara ulaşabileceğini gösterdiğini belirtti. “Deri sektörümüz pazar çeşitliliğini sağlamış, kuvvetli bir paydaşımız” diyen Başkan Gülle, şöyle devam etti: “Bu bağlamda Güney Kore ve Japonya gibi bölgelerdeki potansiyelimizi kullanmalıyız. Ayakkabıdan saraciyeye, deri konfeksiyondan diğer ürün gruplarına kadar tüm sektörümüz katma değerli ihracatla fark yaratıyor. İhracatta fark yaratanlar, hepimiz bu farkı yarattığınızı biliyorsunuz. Başkanı ve yönetimini tebrik ediyorum. Bu ülkeye, insanına ve sektörüne verdiğiniz emekler için gönülden teşekkür ediyorum.”



HER FİRMA DAHA FAZLA ÜLKEYE İHRACAT YAPTI

Törenin açılışında konuşan İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak da "Ödül alan firmaların neredeyse tamamı bir önceki yıla göre daha fazla ülkeye ihracat yapma başarısını gösterdi. Rusya'da yaşanan sıkıntılardan sonra pazar çeşitliliğini odak noktamıza almıştık. Dünyadaki ekonomik daralmalara rağmen, deri ve deri mamulleri sektörümüz pazarlarını çeşitlendirerek, ihracatta rekorlar kırmaya devam ediyor. Deri ve deri mamulleri sektörü olarak 180 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Bu rakamlara ulaşmamızda en büyük pay burada ödül alan firmalarımızın. Ben kendilerine sektörümüz adına bir kez daha teşekkür ediyorum" diye konuştu.

DERİ MAMULLERİNDE MART AYINDA TÜM ZAMANLARIN İHRACAT REKORU

Deri ve deri mamulleri sektörünün ihracat rakamlarını değerlendiren Mustafa Şenocak, deri ve deri mamulleri sektör ihracatının sürekli yükseliş ivmesi gösterdiğini belirterek şunları söyledi: "Deri ve deri mamulleri ihracatımız 1 Ocak-31 Mart döneminde 440 milyon dolar olarak gerçekleşti. Mart ayında ise tüm zamanların en yüksek ihracatını gerçekleştirdik. Mart ayında sektör olarak yüzde 4,6'lık artışla 177 milyon dolar olarak gerçekleşti. İhracatımızı daha da artırmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bugün burada bulunan firmalarımız dünyanın dört bir yanına ihracat gerçekleştiriyor."



Deri ve deri mamulleri sektörümüz pazar çeşitliliğini sağlamış, kuvvetli bir paydaşımız. Ayakkabıdan saraciyeye, deri konfeksiyondan diğer ürün gruplarına kadar tüm sektörümüz, katma değerli ihracatla fark yaratıyor.

2018 İhracatta Fark Yaratıcılar Ödül Töreni'nde ödül alan 346 ihracatçı arasında 23 firmaya Platin ödülü verildi. Bu yıl Platin ödül alan firma sayısında artış olduğu görüldü.





Bu yılki ihracatta Fark Yaratıcılar ödül öreninde, 2018 yılında 5 ile 10 milyon dolar arasında ihracat yapan 29 firma Altın kategorisinde ödül aldı.



2019 YILINDA YURT DIŞI FUARLARINA 170 FİRMAYLA MİLLİ KATILIM

2018 yılında İDMİB olarak, altı fuara milli katılım organizasyonu gerçekleştirdiklerini hatırlatan Başkan Şenocak, bu yıl ise MICAM, LINEAPELLE, APLF fuarlarına 170 firma ile ikişer defa milli katılım organizasyonu gerçekleştirmeyi hedeflediklerini ifade etti. 65 üye firma ile gerçekleştirilen Ur-Ge projelerinin çalışmalarına hız kesmeden devam ettiklerini belirten Şenocak, şunları söyledi: "Yakın zamanda deri konfeksiyon Ur-Ge kümemiz ile ABD'de bir ticaret heyeti gerçekleştireceğiz. Yine Ur-Ge projelerimiz kapsamında, hali hazırda üye firmalarımızı sosyal uygunluk denetimlerine hazırlıyoruz. Sektörümüzden gelecek talepler neticesinde 2019 yılı içerisinde yeni Ur-Ge projeleri başlatmayı amaçlıyoruz."

İDMİB üye firmalarının yoğun ilgi gösterdiği ödül töreninde, Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu Türkiye ve dünya ekonomisine ilişkin bir sunum yaparken, Prof. Dr. Hakan Karpuz ise sağlıklı yaşam ve kardiyoloji üzerine bir sunum gerçekleştirdi.

Konuşmalar sonrasında düzenlenen ödül töreninde, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) platin, altın, gümüş, bronz ve başarı sertifikası ile beş farklı kategoride 346 ihracatçıyı ödüllendirdi.

FARK YARATAN FİRMA SAYISI ARTTI

2018 yılında deri ve deri mamulleri sektöründe ihracatını artıran firma sayısının önceki yıla göre daha çok olduğu görüldü. Firmaların bir yıl içinde gerçekleştirdikleri ihracat performansına göre belirlenen ödül kategorilerinde, 23 firma Platin ödül alırken, 29 firma Altın, 74 firma Gümüş ve 99 firma da Bronz kategorisinde ödülle layık görüldü. 120 firmaya ise başarı ödülü verildi.

GECEDE ÖDÜL ALAN 346 İHRACATÇI ARASINDA 23 FİRMAYA PLATİN ÖDÜLÜ VERİLDİ

1. ADESA MAĞ. TEKS. VE DERİ SAN. TİC. A.Ş
2. BİRGİ BİRLEŞİK GİYİM İHR. DIŞ TİC. A.Ş.
3. DEPAR GROUP AYAKKABI TEKS. İNŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
4. DESA DERİ SAN.VE TİC. A.Ş
5. DSD DERİ SANAYİCİLERİ DIŞ TİC. A.Ş
6. ECRİN AYAKKABI VE DERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
7. EREN DERİ KONF. SAN. VE TİC. A.Ş.
8. FLO MAĞAZACILIK VE PAZARLAMA A.Ş.
9. GEZER AYAKKABI DERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
10. İLERİ GİYİM SAN VE DIŞ TİC. A.Ş.
11. İSKEFE DERİ SAN. VE TİC. A.Ş
12. LC WAIKİKİ MAĞAZACILIK HİZM. TİC. A.Ş.
13. LOTA AYAKKABI VE DERİ SAN. TİC. A.Ş.
14. MARMARA DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
15. MATRAŞ DERİ MAM. SAN. VE TİC. A.Ş
16. MATRAŞ DIŞ TİC. A.Ş
17. METİN AYAKKABI VE TEKS. SAN. TİC LTD. ŞTİ.
18. MUYA POLİÜRETAN KAUÇUK SAN. VE TİC. A.Ş
19. ORJİN DERİ KONF.SAN.VE TİC.A.Ş
20. PRİMA DERİ SAN. VE TİC. A.Ş.
21. PUNTO DERİ SAN. VE TİC. A.Ş.
22. SÜED MOD DERİCİLİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
23. TGS DIŞ TİC. A.Ş.

Deri ve deri mamulleri sektörü olarak, 180 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Bu rakamlara ulaşmamızda en büyük pay burada ödül alan firmalarımızın. Ben kendilerine sektörümüz adına bir kez daha teşekkür ediyorum.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

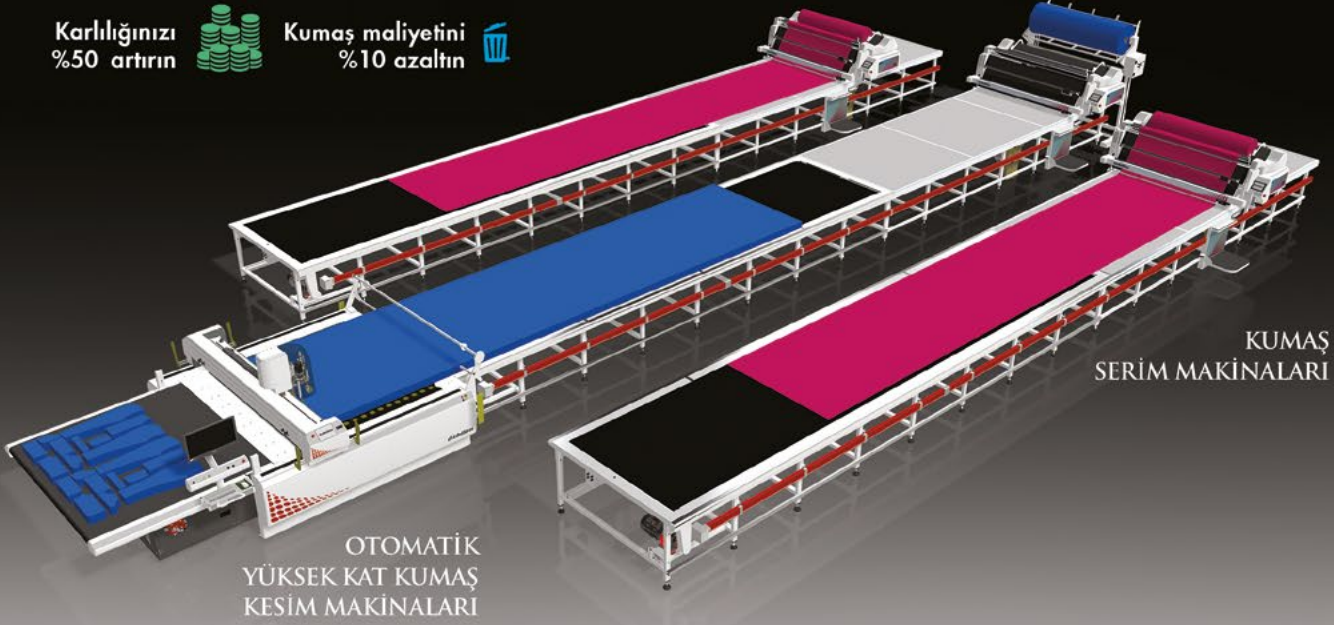
intelloCut



Karlılığınızı
%50 artırın



Kumaş maliyetini
%10 azaltın



KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK
YÜKSEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL
THE RIGHT WAY TO CUT

OTOMATİK
TEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL
THE RIGHT WAY TO CUT

SADECE 500W İLE
9 DAKİKADA
BİR TAKIM ELBİSE



bierrebi
italian cutting technologies

TÜP KUMAŞ
KESİM MAKİNASI
1 KİŞİ İLE 1 SAATTE
4.400 T-SHIRT



bierrebi
italian cutting technologies

OTOMATİK
DANTEL
KESİM
MAKİNASI



www.a4grafik.com.tr

özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi A-5-2 Blok Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail: info@ozbilim.com
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

İDMİB YÖNETİM KURULU TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE'NİN KATILIMIYLA GERÇEKLEŞTİ



İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Toplantısı, 27 Mart 2019 tarihinde, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle'nin de katılımıyla Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Yoğun bir gündem ile gerçekleştirilen toplantıda İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB'in faaliyetleri ve projeleri hakkında yönetim kuruluna bilgi verdi. Şenocak, uzun

yıllardır talep edilen kıymetli kürkün hammaddesinde ÖTV'nin sıfırlanmasına ilişkin TİM Başkanı İsmail Gülle'ye teşekkür ederken; alınan bu karar ile deri ve deri mamulleri ihracatının orta vadede çift haneli oranlarda artabileceğini dile getirdi.

Toplantının devamında TİM Başkanı Gülle, Türkiye ekonomisinin güncel durumu ve ihracat hedefleri hakkında bilgi vererek İDMİB Yönetim Kurulu Üyelerinin sektörel talep ve görüşlerini dinledi.

5. DETAY DERİ ÜRÜNLERİ TASARIM YARIŞMASI LANSMANI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Yeni pazarlar yaratmayı hedefleyen İDMİB, Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması ile sektörün tasarım gücünü geliştirmeyi hedefliyor.



Bu yıl beşincisi düzenlenecek olan "Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması"nın lansman toplantısı, 3 Nisan 2019 tarihinde gerçekleştirildi. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, Başkan Yardımcısı Güven Karaca ve Yönetim Kurulu Üyesi Tamer Geçgören'in katıldığı toplantı, yarışma danışmanı Raisa&Vanessa ve farklı üniversitelerden akademisyenin katılımı ile düzenlendi. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, deri ve deri mamulleri sektörünün hedeflenen ihracat oranlarına ulaşabilmesi için sanayinin tek başına hareket edemeyeceğini belirterek, üniversite - sanayi iş birliğinin çok daha iyi kurgulanması gerektiğini vurguladı. Deri

ve deri mühendisliği bölümüne öğrenci bulmakta zorluk çekildiğinin altını çizen Şenocak, eğitimlerine tekstil ile başlayan öğrencilerin deride uzmanlaşmalarının sağlanabileceğini ifade etti. Deri ve deri mamulleri sektörünü üniversite öğrencileriyle buluşturmayı hedeflediklerini belirten Başkan Yardımcısı Güven Karaca da deri mühendisliği algısının yükseltilmesi projesinden bahsederek malzemeyi bilen, yetişmiş elemanların sektöre kazandırılması için iş birliğine hazır olduklarını ifade etti.

Toplantıda ayrıca, ülkemizde köklü bir geçmişe sahip olan deri sektörünün tarihinin çok iyi bilinmediği, bu tarihi ortaya çıkaracak çalışmalara ihtiyaç duyulduğu görüşüldü.



STİL SAHİBİ KUMAŞ KOLEKSİYONLARIMIZLA
MODAYA
YÖN
VERİYORUZ



Mehmet Akif Cd.
Şimşir Sk. No:2
MERTER - İSTANBUL

Web: www.ugurteks.com.tr
Mail: info@ugurteks.com.tr

Tel: +90 212 507 50 50
Fax: +90 212 505 87 49

 **uğurteks**
Feel the Quality

WORKSHOPLAR İLE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE DERİ ÜRÜNLERİ ANLATILDI

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), Raisa&Vanessa'nın danışmanlığıyla 5. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nı üç üniversitenin güzel sanatlar fakültesi öğrencilerine tanıttı.



Daha çok öğrencinin başvurabilmesi ve sektöre yeni yeteneklerin kazandırılabilmesi için son başvuru süresi, 14 Haziran 2019 tarihine ertelenen 5. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması kapsamında, üniversitelerde düzenlenen workshoplar ile yarışma süreci gençlere anlatıldı. Yeditepe Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Mimar Sinan Üniversitesi'nin Güzel Sanatlar Fakültesi'nde, Türkiye Deri Sanayicileri Derneği'nin katkıları ile gerçekleştirilen workshoplarda, Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Deri Mühendisliği Öğretim Görevlisi Doç. Dr. A. Candaş Adıgüzel Zengin, 'Deri'nin Bilinmeyen Yüzü' adlı sunumuyla öğrencileri bilgilendirdi.

Düzenlenen workshoplar ile tekstil ve moda tasarımı okuyan öğrencilerin deri sektörüne ilgi duymalarını sağlamak ve deri mamullerini bilen gençlerin sektöre kazandırılması amaçlanıyor.



İDMİB AKADEMİSYENLERLE BİR ARAYA GELDİ

17 Nisan 2019 tarihinde İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Güven Karaca, İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Tamer Geçgören ve Burak Uyguner; dokuz üniversiteden 17 akademisyenin katılımıyla deri ve deri mamulleri sektörü

ile akademi dünyası arasındaki iş birliğini geliştirmek amacıyla bir araya geldi.

Güven Karaca toplantıda yaptığı konuşmada, deri ve deri mamulleri sektöründe ihracat hedeflerine ulaşılabilmesi için genç, dinamik ve nitelikli insan gücüne duyulan ihtiyacı vurgulayarak; bunun için gerek sanayi gerekse üniversitelere büyük görevler düştüğünü belirtti. Deri ve deri mamulleri sektörünün tanıtımı için akademisyenlerle sık sık bir araya gelinmesi gerektiğini vurgulayan Karaca, 5. Detay Tasarım Yarışması hakkında bilgi vererek, akademisyenler aracılığı ile tüm öğrencileri yarışmaya başvurmaya davet etti.

Ege Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. A. Candaş Adıgüzel Zengin ise toplantıda deri ve deri mamulleri sektörünün yapısını, üretimdeki yerini ve tasarım gücünü anlatan bir sunum gerçekleştirdi.



TEKNOLOJİNİN MODASI

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



Live ERP
İş Çözümleri Platformu



Live e-Defter
Sentez Live e-Defter



Live e-Fatura
Sentez Live e-Fatura



Live e-Arşiv
Sentez Live e-Arşiv



Live VOGUE
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



Live DYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



Live WEAVE
Dokuma Üretim Takip Sistemi



Live KNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



Live YARN
İplik Üretim Takip Sistemi



Live POSITIVE
Satış Yönetim Sistemi



Live SHOP
Satış Noktası Yönetimi



www.sentez.com



www.twitter.com/SentezYazilim



www.facebook.com/SentezYazilim



sentez
business solutions



İHİB GENEL KURULU GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), yıllık mali genel kurul toplantısını 24 Nisan 2019 tarihinde yönetim kurulu ve üyelerin katılımıyla gerçekleştirdi. Genel kurulda, değişimin devam ettiği mesajı verildi.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), olağan genel kurul toplantısını, yönetim kurulu üyeleri ve birlik üyesi firma yöneticilerinin katılımıyla 24 Nisan 2019 tarihinde The President Hotel'de gerçekleştirdi. Genel Kurulda konuşan İHİB Başkanı Uğur Uysal, 2014 yılında yönetime geldikten sonra başlayan değişim sürecinin devam ettiğini söyledi. Yönetim kurulunun, ihracatçının dardını dinleyen ve sektörün gelişimi için ortak akıl oluşturarak, çözüm aramaya devam ettiğini belirten Başkan Uysal, "Yönetime geldiğimizde 12 maddelik bir

değişim planı hazırlamıştık. Belirlediğimiz öncelikli hedeflere ulaşmak yolunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İstanbul'da halı firmalarını bir araya toplamayı hedeflediğimiz Halikent projesinden vazgeçmiş değiliz" dedi.

Başkan Uysal, Ekim ayında düzenlenecek halı haftası ile geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yıl da yurt dışından ciddi alıcılar getirerek, ihracatçı firmalar ile buluşturacaklarını açıkladı.

Başkan Uysal, genel kurula katılan yönetim kurulu üyeleri ve üyelere teşekkür ederek konuşmasını tamamladı.



ANDERS HOLCH POVLSSEN'İN ACISINI PAYLAŞIYORUZ

Sri Lanka'da düzenlenen bombalı saldırıda, hazır giyim devi Asos'un sahibi Danimarkalı Anders Holch Povlsen'in dört çocuğundan üçü hayatını kaybetti. Bu haber, Türk hazır giyim ve tekstil sektöründe de büyük üzüntü yarattı.

Sri Lanka'da 21 Nisan Pazar günü, Hristiyanlar için kutsal Paskalya ayını sırasında Kochchikade'deki SSt. Anthony's, Katana'daki St. Sebastian ve Batticaloa'daki Meryem Ana kiliseleri ile başkent Kolombo'daki beş yıldızlı Shangri-La, Cinnamon Grand ve Kingsbury otellerine bombalı saldırılar düzenlenmişti. Terör saldırısında, hazır giyim sektörünün de yakından tanıdığı Anders Holch Povlsen'in de üç çocuğunun vefat ettiği açıklandı.

Türkiye'de de üretim yapan Danimarka merkezli Bestseller şirketinin sahibi olan Povlsen, hazır giyim sektöründe Jack & Jones, Vero Moda, Only, Selected ve Pieces markalarıyla farklı hedef kitlelere yönelik faaliyet gösteren şirketlerin kurucusu olarak tanınıyor. Povlsen'in, Zalando, Asos ve Klarna gibi şirketlerde de yatırımları bulunuyor.

Basına olayı doğrulayan Bestseller şirketinden Kurumsal İletişim Direktörü Jesper Stubkier, daha fazla açıklamada bulunulamayacağını belirterek, özel hayata saygı gösterilmesini istedi.



Sri Lanka makamları, saldırılarda 253 kişinin hayatını kaybettiğini açıklamıştı.

Terör saldırılarını lanetleyen Türk hazır giyim ve tekstil sektörü, Povlsen'in acısını paylaştıklarını belirterek, vefat eden insanların yakınlarına başsağlığı, yaralılara da acil şifa dileğinde bulundular.

3-6/9/2019

CPM

International Fashion Trade Show
Moscow

cpm-moscow.com



Dünyayı ilikliyoruz

60 yıllık tecrübemiz, aylık 300 milyonu aşan üretim kapasitemizle dünyanın önde gelen giyim markalarının düğmedeki tercihi biziz.



www.polsanbutton.com.tr



[/polsanbuttonco](https://www.facebook.com/polsanbuttonco)



[/company/polsan-button](https://www.linkedin.com/company/polsan-button)



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

POLSAN 
BUTTON MANUFACTURING & TRADE CO. INC.

MODANIN ÇEKİM GÜCÜ



- **Koroza** - **Boynuz** - **Kemik** - **Sedef** - **Tahta** - **Kokonat**
- **Polyester** - **Metal** - **Çubuk** - **Urea** - **Kumaş Kaplı**

www.polsanbutton.com.tr

444 1 POL

0216 488 87 87

Fabrika - Genel Merkez:
Topselvi Mah. Kubilay Cad.
No:77 Kartal / İstanbul

Metal Fabrika - Showroom:
İkitelli OSB Atatürk Bulvarı Haseyad 2. Kısım
Kunt Holding Ap. No:110 /Z4 Başakşehir /İST

POLSAN 
BUTTON MANUFACTURING&TRADE CO. INC.

SEKTÖR BİRLİKLERİ, İHRACAT MASTER PLANI'NDA AYRICALIK İSTİYOR

Türkiye'nin 2019 yılının ilk çeyrekteki ihracatı, yüzde 3,6 artarak 44,5 milyar dolara çıktı. Böylelikle Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracat gelirin e imza atıldı. Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinin toplam ihracatı ise yılın ilk çeyreğinde 8 milyar doları buldu. Sektör temsilcileri, hızlı istihdam ve ihracat yapabilme kapasitesine sahip Türk hazır giyim ve tekstil sektörüne, Bakan Berat Albayrak tarafından Ağustos ayında hazırlanacağı açıklanan İhracat Master Planı'nda ayrıcalık bekliyor.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 2019 yılını “İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik” yılı ilan ederek ihracatçılara, daha fazla ihracat mesajı verdi. TİM’in 2019 yılı sonunda ihracatta 180 milyar dolara ulaşma hedefi bulunuyor. Belirlenen hedefe ulaşma noktasında da en çok ihracat yapan ikinci sektör olan tekstil ve hazır giyim sektörüne önemli rol düşüyor. 2018 yılını yaklaşık 30 milyar dolar ihracat geliri ile kapatan hazır giyim ve tekstil sektörünün bu yıl için ihracatı, yüzde 10’un üstünde artırma hedefi bulunuyor.

BAŞKAN MUSTAFA GÜLTEPE “HAZIRGIYIMDE DÖNEN ÇARKLAR, 2. YARIYILIN İYİ OLACAĞINI GÖSTERİYOR”

İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye’nin artık üretim modeline geçmesi gerektiğini belirterek, hazır giyim sektörü olarak üstlerine düşen sorumluluğu yerine getirdiğini vurguladı. Başkan Gültepe, hazır giyim firmaları tarafından Ağrı, Sakarya, Maraş, Malatya, Urfa gibi Anadolu’nun birçok şehrinde, yatırım yapılarak fabrikaların kurulmaya başladığının altını çizdi. Başkan Gültepe şunları söyledi: “Genel ihracatımızda rakamsal olarak ihracatta yüzde 3,4’lük bir artış görünse de miktar bazında yüzde 7’nin üstünde bir artış oldu. Bu da üretimde çarkların döndüğünü gösteriyor. Hazır giyim sektörü olarak ilk çeyrekte kapasite kullanım oranımız da çok arttı. Taleplere cevap veremiyoruz. Türkiye’nin üretim endeksinde bir düşüş olsa da bizim sektörde yüzde 3,4’lük bir artış söz konusu. Sektör olarak gelecek sezon siparişlere üretim yapıldığı için bizim piyasayı biraz daha erkenden görme imkanımız oluyor. Bu nedenle ülkenin üretim endeksinin bizi takip edeceği ve endeksin büyümeye döneceğine inanıyoruz. 2019’un ikinci yarısında genel üretimde bir toparlanma olacağını düşünüyoruz.”

EKONOMİ HAZIRGIYIM YATIRIMLARIYLA KISA SÜREDE TOPARLANABİLİR

Hazır giyimde ihracatta farklılaşan bir sektör olarak öne çıktığını söyleyen Başkan Gültepe, “15,8 milyar dolar net ihracat ile cari fazlası veren bir sektörüz.



MUSTAFA GÜLTEPE



Genel ihracatımızda rakamsal olarak yüzde 3,4’lük bir artış görünse de miktar bazında yüzde 7’nin üstünde bir artış oldu. Bu da üretimde çarkların döndüğünü gösteriyor.



AHMET ÖKSÜZ



2018 yılında 10,5 milyar dolar ihracat gerçekleştiren tekstil ve hammaddeleri sektörümüz, 2019 yılının ilk çeyreğinde de 2,5 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi.

Türkiye’nin ekonomik açıdan kısa sürede büyümesi, tekstil ve hazır giyimde yapılacak yeni yatırımlarla mümkün olur. Çünkü biz kısa sürede yatırım yapabilir ve ihracata başlayabiliriz. Kasımdan bu yana her ay 5 bin yeni istihdam yaratmışız. Bu nedenle bizim sektörümüzün taleplerine biraz farklı gözle bakılması lazım” dedi.

Sektör olarak yeni pazarlar bulmanın yanı sıra mevcut pazarları da büyütme için çalışma yürüttükleri söyleyen Başkan Gültepe, “Kısa vadede ihracatımızı ikiye katlamak istediğimiz pazarların başında 100 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapan ABD geliyor.

ABD'ye eskiden 1,5 milyar dolar hazır giyim ihracatımız vardı. Şu anda ihracatımız 700 milyon dolar civarında. Doların TL karşında değer kazanması nedeniyle, pazarda daha rekabetçi hale geldik. İki yıl içinde yine 1,5 milyar dolar seviyesine gelme imkanımız var" dedi.

“İSTANBUL’U MODA MERKEZİ, ANADOLU’YU ÜRETİM ÜSSÜ YAPACAĞIZ”

İhracat Master Planı'nda hazır giyim sektörünün rekabet gücünü artıracak teşviklerin programa alınmasının önemine vurgu yapan Başkan Gültepe şunları söyledi: “Dört dörtlük planımızda birinci başlığı üretime verdik. Verimliliği ana unsur yapacağız. İstanbul'u moda merkezi, Anadolu'yu üretim üssü yapacağız. Tasarımcının yarattığı katma değeri moda endüstrimize kazandırarak ihracat değerini büyüteceğiz. Ortalama kilogram birim fiyatını 30 dolara, markalı ihracatımızı yüzde 10'dan yüzde 25'e, yüksek tasarımlı ürün ihracatımızı yüzde 5'e çıkaracağız. Üretimde yeniden yapılanma ile 6 milyar, değer zincirine ekleyeceğimiz büyük oyuncularla 3 milyar, tasarımcı sanayici iş birliği ile 2 milyar, global beş marka üzerinden 5 milyar dolar olmak üzere ihracatımızda toplamda 16 milyar dolar artış gerçekleştireceğiz.”

BAŞKAN AHMET ÖKSÜZ “EKONOMİNİN ÇIKIŞ YOLU ÜRETİM VE İHRACATTAN GEÇİYOR”

Ülkenin çıkış yolunun üretmek ve ihracatı artırmaktan geçtiğini vurgulayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz de, istihdamı da artırmanın en hızlı çözümünün de tekstil ve hazır giyim ihracatını artırmaktan geçtiğini belirtiyor. Türkiye ihracatının tarihi seviyelere geldiğini ve bunu sürdürülebilir kılanın büyük önem arz ettiğini ifade eden Başkan Öksüz, 2018 yılında 10,5 milyar dolar ihracat gerçekleştiren tekstil ve hammaddeleri sektörünün, 2019 yılının ilk çeyreğinde de 2,5 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdiğini sözlerine ekledi.

BAŞKAN MUSTAFA ŞENOCAK “ALTERNATİF PAZARLARDA BÜYÜYECEĞİZ”

Yıl sonu ihracat hedeflerinin çift haneli ihracat artışı olduğunu söyleyen Başkan Şenocak, şunları söyledi: “Geleneksel pazarlardaki mevcut gücümüzü koruyarak alternatif pazarlarla da hem üretimimizi hem ihracatımızı çeşitlendirmemiz gerekiyor. Bu pazarlardan biri de Güney Kore. Güney Kore ile gerçekleştirdiğimiz Serbest Ticaret Anlaşması sonrasında, Güney Kore'ye ihracatımız yüzde 100'ün üzerinde arttı. Ancak, Güney Kore'ye hala potansiyelimizin çok altında bir ihracat gerçekleştiriyoruz. Bu nedenle Ur-Ge projelerimiz ve Ticaret Heyeti Organizasyonları ile Güney Kore'deki pazar payımızı artırmaya yönelik önemli çalışmalarımız bulunuyor. 2019 yılının son çeyreğinde Güney Kore'ye iki adet Ticaret Heyeti Organizasyonu gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Bu yıl MICAM, LINEAPELLE, APLF fuarlarına 170 firmamızla ikişer defa milli katılım organizasyonu gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Ayrıca 65 üye firmamızla gerçekleştirdiğimiz Ur-Ge projelerimizin çalışmalarına hız kesmeden devam ediyoruz. Yakın zamanda deri konfeksiyon Ur-Ge kümemiz ile ABD'de bir ticaret heyeti gerçekleştireceğiz. Yine Ur-GeE projelerimiz kapsamında, hali hazırda üye firmalarımızı sosyal uygunluk denetimlerine hazırlıyoruz. Sektörümüzden gelecek talepler neticesinde 2019 yılı içerisinde yeni Ur-Ge projeleri başlatmayı amaçlıyoruz.”

Başkan Şenocak, İhracat Master Planı ile ilgili beklentilerini şöyle ifade etti: “İhracata dayalı bir teşvik sisteminin kurularak, üretimin üzerindeki vergi yükünün kaldırılması gerekiyor. Sosyal yardımlarda çalışanı destekleyen bir teşvik sistemi olması lazım.”



MUSTAFA ŞENOCAK



İhracatımız ilk çeyrekte 440 milyon dolar olarak gerçekleşti. Mart ayında sektör olarak yüzde 4,6'lık artışla 177 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik.



BAŞKAN UĞUR UYSAL
“HALIDA KNOW HOW TRANSFERİ
GELECEK İÇİN RİSK OLABİLİR”

“İlk çeyrekte halı ihracatımız, gelişmiş ülkelere olan halı ihracatının artarak devam etmesi sayesinde sürdürülebilir ihracat artışında başı çekti” diyen İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, yılın ilk çeyreğinde halı ihracatının yüzde 4,3 artarak 577,9 milyon dolar değerinde gerçekleştiğini belirterek, “Böylelikle halı ihracatının, toplam ihracattaki payı yüzde 1,3 oldu. Çeyrek dönemde en fazla halı ihracatı, 139 milyon dolar ile ABD’ye gerçekleştirildi” dedi.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika’daki siyasi ve gümrük engelleri sebebiyle

o bölgelere yapılan bitmiş ürün ihracatının azalırken, yarı mamul halinde halı ihracatı şeklinde yeni bir ihracat kanalı oluştuğuna dikkat çeken İHİB Başkanı Uysal, “Bu durum ihracat miktarımızın azalmasını engellerken, aynı zamanda ortalama ürün fiyatımızın da düşmesine sebep olmaktadır” yorumunu yaptı. Başkan Uysal, halı ihracatındaki artışı tehdit eden bir noktaya da dikkat çekerek: “Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerine yarı mamulden mamule geçiş aşamasındaki know how transferi, ileriye dönük ihracatımızın düşmesi tehlikesini de beraberinde getiriyor” dedi.



UĞUR UYSAL



Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerine yarı mamulden mamule geçiş aşamasındaki know how transferi, ileriye dönük ihracatımızın düşmesi tehlikesini de beraberinde getiriyor.





YEŞİM TEKSTİL CEO'SU ŞENOL ŞANKAYA

**“DÜNYA MARKALARINA
ÜRETİM GERÇEKLEŞTİRİYORUZ”**

D aralan dünya hazır giyim pazarına rağmen ihracata dayalı büyümesiyle dikkat çeken Yeşim Grubu, dünyada hazır giyim sektöründe aynı çatı altında iplikten mamul ürüne kadar tüm işlemleri kendi bünyesinde yapabilen sayılı entegre tesislerden biri konumunda olmak ve Türkiye’de tek çatı altında en fazla kadın çalışan istihdam eden firma olmak gibi öne çıkan özellikleriyle dikkat çekiyor. Ağrı’da hayata geçireceği hazır giyim üretim tesisi ile gündeme gelen Yeşim Grup, birkaç ay içinde de Mısır’da İsmailiye fabrikasının açılışını yapacak. Üretimini yüzde 90’ını ihraç eden ve dünya markaları için üretim yapan Yeşim Tekstil CEO’su Şenol Şankaya ile büyümesini sürdüren Grubun yol haritasını ve başarıya giden yolda izledikleri stratejiyi konuştuk.

35 yılın üstünde geçmişe sahip Yeşim Grubu, bugün nasıl bir büyüklüğe ulaştı? Fabrika sayısı, üretim kapasitesi ve sağladığı istihdamla ilgili bilgiler verir misiniz?

1983 yılında üretime başlayan Yeşim Grubu, bugün geldiğimiz noktada 144 bin metrekare kapalı ve 181 bin metrekare açık olmak üzere, Bursa’da toplam 325 bin metrekare alana kurulu bir üretim tesisine sahip. Günlük üretim kapasitemiz 50 ton örme, 60 ton boyama, 100 bin metre baskı ve 150 bin adet hazır giyim ile 100 bin adet ev tekstili olarak sıralanabilir.

Şu an 3 bin 500’ü aşkın çalışmamız var ve 2018 yılı son çeyreğinde başlayan ve 2019 yılı sonuna dek devam edecek alımlarla Bursa fabrikamızda 1000 kişilik ek istihdam gerçekleştireceğiz.

Türkiye’de tek çatı altında en fazla kadın çalışan istihdam eden firmalardan biri konumundayız ve sahip olduğumuz kreşimiz başta olmak üzere yürüttüğümüz çok sayıda projeye de kadın istihdamını destekliyoruz.

Bursa’nın hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatının dörtte birini tek başına ihraç eden bir firmayız. Dünya markalarına hazır giyim ve ev tekstili üretimi gerçekleştiriyoruz. Hazır giyimde Nike, ev tekstilinde ise Matheis - Schlafgut gibi uluslararası firmalarla stratejik ortaklığımızı sürdürüyoruz.

Geçtiğimiz yıllarda gerçekleştirdiğimiz strateji toplantıları sonrası, her yıl ortalama yüzde 15 - 20 büyümeyi hedefledik. Söz konusu hedeflerimiz ışığında 2018 yılını 320 milyon doları ihracat olmak üzere 350 milyon dolarlık ciro ve yüzde 15’lik bir büyüme performansı ile kapattık. Toplam üretimimizin yüzde 90’ını ihraç ediyoruz.

Bursa dışında nerelerde üretim tesisleriniz bulunuyor?

Dünyada hazır giyim sektöründe aynı çatı altında iplikten mamul ürüne kadar tüm işlemleri kendi

bünyesinde yapabilen sayılı entegre tesislerden biri konumunda bulunuyoruz.

Hali hazırda Yeşim Şirketler Grubu’nda Bursa’da kurulu bulunan Almaxtex, Mısır’da kurulu bulunan Jade Textile ve Jade Apperal ve Uşak’ta kurulu bulunan SMS Tekstil olmak üzere dört fabrikamız bulunmakta. Önümüzdeki aylarda Mısır’da İsmailiye (İsmailia) fabrikamız açılacak.

Üretimde ağırlığı hangi ürün grubu oluşturuyor?

Hazır giyim, kumaş ve ev tekstili alanında gerçekleştirdiğimiz üretim kapasitesi içerisinde hazır giyime yönelik üretim başı çekmekte. Toplam üretim kapasitemizin yaklaşık yüzde 60’ını hazır giyime kanalize etmekteyiz. Üretimimizin yaklaşık yüzde 40’ını ise kumaş ve ev tekstili alanında yapmaktayız. Hazır giyimde ağırlıklı olarak spor giyim ve hızlı moda başlığı altında tasarıma dayalı modeller üretiyoruz. Bu alanda faaliyet gösteren dünya markalarına üretim yapmak ana hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Bursa’nın hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatının dörtte birini tek başına ihraç eden Yeşim Tekstil, yıl sonuna kadar bölgede bin kişiye yeni iş imkanı sağlamanın yanı sıra Ağrı’da kuracağı üretim tesisi ile de üç yıl içinde 5 bin kişiye istihdam sağlamayı hedefliyor. Her yıl yüzde 15-20 büyüme hedefleri olduğunu söyleyen Yeşim Tekstil CEO’su Şenol Şankaya, “Söz konusu yatırım hamlesini ülkemiz insanına olan inancımızla hayata geçirme kararı aldık” diyor.

Pazarda kendi markalarınız bulunuyor mu?

Hali hazırda kendi markamızla bir üretim faaliyetimiz bulunmuyor. Pazarda dünya markalarının stratejik ortağı olarak üretim çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Bugün kaç ülkede ve marka altında Yeşim Tekstil ürünlerini bulmak mümkün?

Başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Amerika ve Rusya pazarına büyük ölçüde ihracat gerçekleştiriyoruz. Marka bazında bakacak olursak hazır giyimde Nike, ev tekstilinde ise Matheis - Schlafgut markalarının yanı sıra, Zara, Pull&Bear, Bershka, Esprit, Calzedonia, Converse, Tommy Hilfiger, Under Armour, Aldi ve Tchibo gibi dünya markaları için de üretim yaptığımızı söyleyebiliriz.

Ağrı’da hayata geçireceğiniz fabrika yatırımıyla gündeme geldiniz. Ağrı’ya kurulacak fabrika hangi ürün grupları ve pazarlar için üretim yapacak?

Ağrı’da üç etaptan oluşacak Tekstil Kent Projesi’nin 3. etabının bir parçası olarak kurgulanan ve Ağrı Valiliği’nin tahsis ettiği arazi üzerinde

5 BİN

Ağrı’da kurulacak fabrikanın yaratacağı istihdam

350

MİLYON DOLAR
2018 yılı cirosu



yükselecek olan 44 bin metrekarelik hazır giyim tesisinde üretim yaptığımız markalar aracılığı ile dünyanın çeşitli pazarlarına ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz.

2019 yılı sonuna kadar devlet desteği ile hayata geçirilecek yeni üretim tesisimizde üç yıl içinde 5 bin kişilik istihdam sağlayarak, bölgenin ekonomik gelişimine önemli bir katkı yapmayı planlıyoruz.

Tek bir fabrika ile çok ciddi bir istihdamdan bahsediyorsunuz. Bölgede sektörün bir altyapısı var mı, kalifiye personeli nasıl temin edeceksiniz?
Ağrı yatırımı sürecinde bölgenin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sunmayı fazlasıyla önemsiyoruz. Bölgede hayata geçen Tekstil Kent Projesi kapsamında zaten sektörün alt yapısı kurulmaya çalışılıyor. Bizim de bölgeye gidecek olmamız bu konuyla ilgili katalizör görevi görecek ve sektörün kentteki altyapısı hızla gelişecektir diye düşünüyorum. Kalifiye personel sağlama adına da ileri seviyedeki eğitim altyapımızla, bölge insanına gereken eğitimi vererek, ihtiyaç duyacağımız istihdam hacmini yakalayacağımıza inanıyorum. Zaten söz konusu yatırım hamlesini ülkemiz insanına olan inancımızla hayata geçirme kararı aldık. Yesim Grubu olarak firmalarımızda yeni işe başlayan çalışanlar için kurduğumuz eğitim sistemi ile sektöre bugüne kadar birçok nitelikli çalışan kazandırdık. Yıllardır bu konuda edindiğimiz tecrübeyi Ağrı'da da hayata geçirerek bölgede bir fark yaratacağımıza inanıyoruz.

Artık fabrikalar, akıllı makineler ile donatılıyor. Yeni fabrikanızda benzer bir yatırım öngörüyor musunuz?
Yeni üretim tesisinde teknolojinin el verdiği

ölçüde en modern sistemleri kullanarak verimliliği üst seviyede tutmayı planlıyoruz. Bunun için de endüstri 4.0'la uyumlu akıllı makinelerin alımlarının yapılması planlanıyor.

Cumhurbaşkanı Erdoğan, Ağrı'da yaptığı mitingde, sizin yatırımınıza gönderme yaparak, sektörü teşviklerle destekleyeceklerini açıkladı. Bu açıklamayı ve sektöre verilen teşvikleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

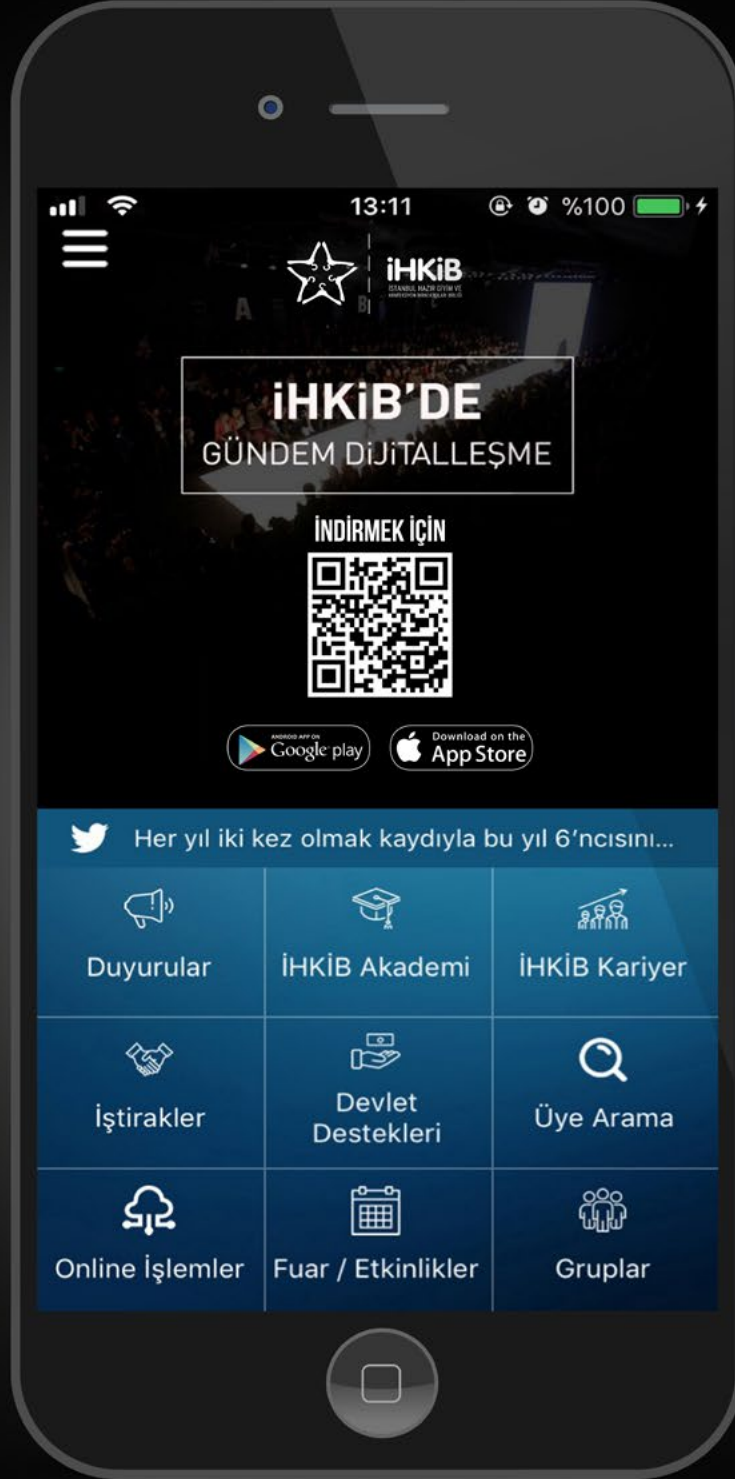
Tekstil sektörü uzun yıllar hak ettiği ölçüde, doğru teşviklere sahip değildi. Son yıllarda alınan kararlarla bu yönde ciddi adımlar atıldı ve bir dönem Türkiye'nin tekstil sektöründen çıkabileceğine yönelik devlet söylemlerinden bugünlere gelindi. Tekstil ve hazır giyim sektörleri; hali hazırda Türkiye'nin en büyük istihdam, üretim ve ihracat potansiyeline sahip sektörleri arasında hatta bazı dinamikler açısından en üst sırada. Böylesi bir sektörün yok sayılması ya da ihmal edilmesi düşünülemezdi. Bu açıdan bakıldığında atılan adımları fazlasıyla önemli görüyorum. Ancak hâlâ bu konuda yapılabilecek iyileştirmeler olduğunu düşünüyorum.

Röportajımızı, Yesim Tekstil'in 40. yılında kendini nerede görmek istediğiyle bitirmek isteriz. Yesim Grubu, bugüne kadar nasıl ki büyüme adımlarını her zaman müşterilerinin kalite ve sosyal uygunluk beklentilerine cevap verecek şekilde attıysa, bundan sonra da o yönde atmaya devam edecek. 40. yılımızda da büyüme ve gelişim planlarımıza devam ederek, istihdamını daha da arttırmış global bir Türkiye markası olarak tekstil - hazır giyim sektörünün öncü gruplarından biri ve dünya markalarının stratejik ortağı olarak yol almaya devam edeceğiz.

%90

ihracatın toplam üretimdeki payı

İHKİB
cebınızde



Turkey
Discover
the potential

www.ihkib.org.tr

[f /ihkibirlik](https://www.facebook.com/ihkibirlik) | [y /ihkib](https://www.youtube.com/ihkib)



İHKİB
İSTANBUL, HAZİR GİYİM VE
KONFERTER MALİYELERİ BİRLİĞİ

MAYIS - HAZİRAN - TEMMUZ



LONDON TEXTILE FAIR
LONDRA 16-17.07.2019

PURE LONDON FUARI
LONDRA 21-23.07.2019

LE SHOW MOSKOVA FUARI
MOSKOVA 14-16.05.2019

ANNE BEBE FUARI ALIM HEYETİ
İSTANBUL 17-20.07.2019

TEKSTİL VE KONF. TİCARET HEYETİ
RUSYA 05.06.2019

LEATHER & FUR SHOW
ANTALYA 01.06.2019

KAZAN KONF. TİCARET HEYETİ
KAZAN 21-24.05.2019

Fuar alanı:
60.000 m²

Katılımcı firma sayısı:
708

Ziyaretçi sayısı:
82.000

Yabancı ziyaretçi sayısı:
25.000

Katılımcı ülke sayısı:
120



ÇEYREK ASIRLIK EVTEKS BÜYÜMESİNİ VE ETKİNLİĞİNİ ARTIRIYOR



Bu yıl 25. yıl dönümünü kutlayan EVTEKS, 23-27 Nisan tarihleri arasında 700'ün üstünde katılımcı firma ve 120 ülkeden yabancı alıcılara ev sahipliği yaptı. Fuar kapsamında İTHİB tarafından düzenlenen alım heyeti organizasyonu ile ihracatçılar, yurt dışından gelen alıcılar ile B2B görüşme yapma ve iş birlikleri kurma imkanı buldu.

Düzenlendiği alan büyüklüğü, katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile dünyanın en büyük iki ev tekstili fuarından biri olma özelliğine sahip EVTEKS Uluslararası İstanbul Ev Tekstili Fuarı, 23-27 Nisan 2019 tarihleri arasında 25. kez düzenlendi. Geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yıl da fuara olan ilgi oldukça yüksekti. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) ve CNR Holding şirketlerinden İTF İstanbul Fuarçılık iş birliğiyle düzenlenen EVTEKS, dünya ev tekstili sektörünü İstanbul'da buluşturdu. Sektör temsilcileri tarafından fuarın açılışına da ilgi büyüktü.

Fuarın açılışında konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, çeyrek asırdır devam eden başarılı organizasyonun Türkiye'nin yüz akı olduğunu söyleyerek, "Bu fuar bize, sektörlerin büyüdüğünü, geliştiğini ve artık mızrağın çuvala sığmadığını gösterdi. Bu mekanlar artık bize yetmiyor" dedi.

Başkan Gülle, Türk ev tekstilinin fuarcılıkta dünya ikinciliği, ihracatta dünya dördüncülüğü olduğunu belirterek, sektörün önünün açık olduğunu vurguladı.



Alanında dünyanın en büyük iki etkinliğinden biri olan ve 120 ülkeden yabancı alıcıları ağırlayan EVTEKS, 25. yılında da yeni iş birliklerine aracılık etti.

EV TEKSTİLİ İHRACATINDA CİDDİ POTANSİYEL VAR

Çeyrek asırlık süreçte EVTEKS'in uluslararası bir organizasyon haline geldiğini söyleyen İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdağış de, fuar merkezinin daha da büyütülmesi konusunda gayret göstereceklerini ifade ederek, "İstanbul'u 100 bin metrekarelik fuar merkezinden 200, 300, 400 bin metrekarelik fuar merkezine taşıyacağız" dedi. Ev tekstili ihracatında küçük artışlarla yetinemeyeceklerini söyleyen Avdağış, ev tekstilinde ihracatı artırma konusunda ciddi bir potansiyel bulunduğunu, bu alanda üretici olmaktan çıkarak tasarlayan, trendleri belirleyen konuma geldiğini vurguladı.

EV TEKSTİLİNİN İHRACAT/KİLOGRAM ORTALAMASI TÜRKİYE'NİN 10 KATI

TETSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Ali Sami Aydın da yaptığı konuşmada Türkiye'nin kilogram başına ihracat değerinin 1,3 dolar civarında olduğunu hatırlatarak, "Sektörümüz, kilogram birim fiyatı ile de Türkiye ortalamasının çok üzerinde. Ev tekstili sektöründe ise kilogram başına ihracatın kimi ürün gruplarında 14-15 dolara kadar çıktığını görüyoruz" dedi.



2018 yılında, bir önceki yıla göre ev tekstili ihracatında yüzde 10 büyüme kaydettiklerini vurgulayan Aydın, “Bavul ticaretinin yanı sıra 3,3 milyar dolar civarında ihracat gerçekleştirdiğimizi söylememiz mümkün. Bavul ticaretini de eklediğimizde bu rakam 5.5 milyar dolara ulaşıyor. Sektörümüzün 13-15 milyar dolar ticaret hacmi bulunuyor. Bu yıl hedefimiz, ihracatı daha da yükselterek, dünya pazarından aldığımız payı genişletmek” diye konuştu.

Fuar kapsamında düzenlenen ve her yıl bir dünya trendi konseptiyle yola çıkan EVTEKS APRIL 2020 de dünyada moda olacak trend akımlarına ışık tuttu. Ziyaretçiler, trendden moda ve tasarıma, tasarımdan da ürünlere olan yansımaları fuar stantlarında görme imkanı buldu.

SEKTÖR 50 BİN YABANCI ALICIYLA BULUŞTU

Dünyanın en büyük 4’üncü ihracatçı ülkesi konumunda olan Türk ev tekstilinin en büyük fuarı EVTEKS, Avrupa ülkeleri başta olmak üzere pek çok ülkenin ürün tedariki sağladığı bir platform olarak dikkati çekiyor. Dünyanın en büyük fuarı olma yolunda ilerleyen EVTEKS, sektörün 2023 yılı ihracat hedeflerine ulaşması için maksimum destek sağlıyor. Fuar, 708 firmanın binden fazla markasını, 120 ülkeden 24 bin 451’i yabancı olmak üzere 81 bin 746’nın üzerinde sektör profesyonelinin ağırladı.

İŞ HACMİ REKOR DÜZEYE ULAŞTI

EVTEKS, aralarında ABD, Belçika, Bulgaristan, Filistin, Katar, Kosova, Moğolistan, Moldova, Ürdün ve Yunanistan’ın da olduğu 40’tan fazla ülke için organize edilen alım heyeti programları ile fuar süresince gerçekleştirilen iş hacmini rekor düzeye taşıdı. Fuar ayrıca, Türkiye’nin birçok ilinden yaklaşık 300 kişilik yurt içi alım heyetini de ağırladı. Fuara İspanya, Fas, Portekiz ve Çin milli katılım sağlarken, Hollanda, Belçika, Hindistan, Yunanistan, Ukrayna, Mısır, Bangladeş, Pakistan, Almanya, Ürdün, İran, Fransa, Avusturya, Türkmenistan gibi ülkeler de fuarda bireysel katılımcı olarak yer aldı. Etkinlikte, 150’den fazla yabancı firma katılımcı olarak ürünlerini sergiledi.



TÜRK PEŞTEMALİNE İLGİ ARTIYOR

EVTEKS fuarında, son yıllarda dünyada trend haline gelen Türk peştemaline de ilgi oldukça yüksek oldu. Türk peştemali, ekolojik bir ürün olması, daha az yer kaplaması ve hafif olması nedeniyle ABD başta olmak üzere dünyanın dört bir yanında ilgi görmeye başladı. Türkiye, ABD’nin havlu ithalatında yüzde 51’le dördüncü sırada. Peştemal, havludan daha fazla katma değere sahip. Normal havluda ihracatının bir kilogram fiyatı 7.5 dolar iken, peştemalin kilosu 10 doların üzerinde satılıyor.



708

katılımcı firma sayısı

300

Yurt içi alım heyeti sayısı

EVTEKS, 60 bin metrekarenin üzerinde net satış alanı, yerli ve yabancı yaklaşık 82 bin ziyaretçi, 708 katılımcı firmanın bini aşkın markası ile Türkiye'nin en büyük endüstriyel fuarlarından biri konumunda.

ALIM HEYETLERİ B2B EŞLEŞTİRME PROGRAMI

İstanbul Uluslararası Ev Tekstili Fuarı ile eş zamanlı olarak 22-25 Nisan 2019 tarihleri arasında İTHİB tarafından Alım Heyeti Programı organize edildi. Bahreyn, Bulgaristan, Filistin, Kosova, Moğolistan, Moldova, Ürdün ve Yunanistan'dan 13 farklı firmanın Alım Heyeti Programı'na katıldığı B2B görüşmelerinde 14 Türk firması yer aldı. Önceki yıllara göre hem yabancı firma sayısında hem de Türk firma sayısında artış olduğu ve firmaların Alım Heyeti Programı'ndan memnun kaldıkları gözlemlendi.





AYAKKABI MODA FUARI

İHRACATÇILARA YENİ İŞ BİRLİKLERİ İÇİN FIRSAT SUNDU

Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı (AYMOD), 4-6 Nisan 2019 tarihleri arasında, ayakkabı ve saraciye sektörüne yön veren binin üzerinde markanın katılımı ile CNR EXPO Yeşilköy'de gerçekleştirildi. İDMİB, fuar kapsamında düzenlediği alım heyeti organizasyonu ile 40'dan fazla ülkeden 400'e yakın yabancı alıcı ile üyelerini bir araya getirdi.

Bu yıl 61'inci kez düzenlenen Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı'nda, (AYMOD) kadın-erkek ayakkabısından, çocuk ayakkabılarına kadar klasik, spor, el yapımı binlerce yeni model görücüye çıktı. Rusya, ABD ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere 60 ülkeden gelen ziyaretçiler özellikle uygun fiyatlı ve yüksek kaliteli ayakkabılara rağbet gösterdi. 2019-20 sonbahar-kış sezonunun en yeni modellerinin sergilendiği fuardaki yeni model ürünler, ziyaretçilerden tam not aldı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak,





da fuarın ilk günü fuara bir ziyaret gerçekleştirerek, firmaların stantlarını gezdi. Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi standını da ziyaret eden TİM Başkanı İsmail Güllü ve İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, okulun faaliyetleri hakkında bilgi alarak, öğrencilerin deri ürünleri ile yapmış oldukları tasarımları incelediler. İDMİB Başkanı Şenocak firmaların fuara ilişkin beklentilerini dinleyerek, sektörün 2019 yılı projeleriyle ilgili bilgi verdi.

CNR Holding organizasyonunda Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) desteğiyle 60 bin metrekare alanda gerçekleştirilen fuarda, Rusya'dan ABD ve Avrupa'ya kadar 60 ülkeden alım heyeti ağırlandı. 450'nin üzerinde firmanın katılımı ile düzenlenen AYMOD, yüzde 30'u yabancı olmak üzere, 30 bine yakın ziyaretçiye ev sahipliği yaptı.

YÜKLÜ MİKTARDA SİPARİŞLER GELDİ

Fuarda, western tarzı ayakkabılardan rahat casual spor tabanlı ayakkabılara, sandaletten stiletto ayakkabılara, el yapımı özel tasarım ayakkabılara kadar pek çok ürün özellikle yabancı alıcılar tarafından yoğun ilgi gördü. Ayakkabı üretiminin yüzde 90'ını elinde bulunduran Türkiye'nin en iyi üreticilerinin bulunduğu İstanbul, İzmir, Konya ve Adana'dan fuara katılan ayakkabı firmaları, fuar sonrası yaptıkları açıklamalarda, fuar süresince yabancı alıcılardan yüklü miktarda sipariş aldıklarını belirttiler.

İDMİB'İN ALIM HEYETİ ORGANİZASYONU İŞ BİRLİKLERİNE ARACILIK ETTİ

Fuar kapsamında, İDMİB tarafından Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle bir alım heyeti organizasyonu düzenledi. 40'dan fazla ülkeden 400'e yakın yabancı alıcının İDMİB üyeleriyle bir araya geldiği fuar, uluslararası alıcılar tarafından yoğun ilgi gördü.

60

ağırlanan alım heyeti
ülke sayısı

450

fuar katılan yaklaşık
firma sayısı

DÜNYA MARKALARININ
ARKASINDAKİ KALİTE;
DESA



O dönüm noktasını alın yazısına bağlasa da onu başarıya götüren aslında girişimciliği oldu. 37 yıl önce ABD'ye gidip Samsonite'in kapısını çalıp, bavullarını Türkiye'de satmak istediğini söyledi. 11 senedir Samsonite'in Türkiye ve yakın coğrafyadaki beş ülkede joint venture ortağı. Yakın zamanda ise Samsonite ile Türkiye'de fabrika kurarak, Avrupa'ya bavul üretmeye hazırlanıyor. DESA Deri Yönetim Kurulu Başkanı Melih Çelet ile DESA'nın yarım asra yaklaşan başarı hikayesini, dönüm noktalarını ve gelecek dönem planlarını konuştuk.

Deri sektörüne girişinizin ilginç bir hikayesi olduğunu biliyoruz. Hikayenizdeki dönüm noktalarını sizden dinlemek isteriz. Eczacılık tahsili yaparken, ne yapabilirim diye arayışa girmiştım. Memleketim olan Gaziantep'e dönmeyi düşünmüyordum. Kapalı Çarşı'da bilmece yüzük dedikleri takılar, Antep işi yazmalar alıp satar, Şile'ye gidip torba bluzları alıp ihraç ederdik. Buldan'dan bez getirip burada evlerde diktirip, ihraç ederdik. Denemediğim iş kalmamıştı. Girişimci ruhum vardı. Bir şeyler başarmak, özellikle ihracat yapmak istiyordum. Kolej bitirdiğim için lisan bilme avantajını kullanmaya çalışıyordum. 1972 yılında İstanbul Ticaret Odası'nın yabancı alıcıların taleplerini yayımladığı listede bir Amerikalının, Türkiye'den deri çanta almak istediğini gördüm. Kendisine bir mektup yazarak yapabileceğimizi söyledik. Bizim hakkımızda referans aldıktan sonra İstanbul'a geldi. O dönemde Beyrut'ta koyun ve kuzu derisinden çantalar yapıyordu. Yanında getirdiği numuneleri görünce, çok heyecanlandım, çok hoşuma gitmişti. O güne kadar öyle çantalar hiç görmemiştım. Kadınların yaşam standardında bir devrim diye düşündüm. Numuneleri alıp Kapalı Çarşı'da bir çanta imalatçısına gittim. Ustalar da çantaları görünce çok heyecanlandı ve 3-4 saat içinde çantaların aynısını yaptık. Ne kadar fiyat vereceğimi bilmiyordum. Çantaları çok beğenmişti. Fiyatı sorunca gülmekten koltuktan düşüyordu. Çok etkilendiğini belirtti fakat acemiliğimizi anlamıştı. 'Her şeyi doğru yaptın ama fiyat yanlış, meraklıysan ben sana bu işi öğreteyim' dedi. Sonra yedi yıl birlikte çalıştım. Bizi imalata sokan, ilk makinemizin bedelini ödeyen, bir sene faizsiz sermaye veren kişi oldu. DESA'nın temelini atmamda büyük katkı sundu ve en önemlisi bana

dünya ticaretini öğretti. Enternasyonal bir bakış açısı sağladı. Kıbrıs çıkarması nedeniyle ABD, Türkiye'ye ambargo uygulayınca, beni Avrupa'daki birkaç ithalatçı ile tanıştırdı.

Sizin en büyük şansınız doğru insanla karşılaşmanız ve iş yapmanız oldu sanırım...

İnsan hayatında alın yazısı diye bir şey vardır. Bizim o insanla karşılaşmamız ve bizim acemiliğimizi fırsat olarak kullanmayıp, iyi niyetle yaklaşması, büyük şans oldu. Ülkemizde insan nüfusu kadar küçük ve büyük baş canlı hayvan olduğunu söylemişti. Ben de deride bir şeyler başarabileceğimize inandım.

Sizin için bir diğer dönüm noktası olan Samsonite iş birliği nasıl başladı?

Evet, benim dönüm noktalarımın biri de Samsonite ile başlayan iş birliğimiz oldu. Avrupa ile ticarete başlayınca, numuneleri bavullara doldurup Avrupa

Dünyanın en prestijli markaları için üretim yapıyor, dünya genelinde 200'e yakın noktada kendi markasıyla bulunuyor fakat yine de kendini hedefe ulaştırmış olarak görmüyor DESA Deri Yönetim Kurulu Başkanı Melih Çelet. Onun hedefi, cironun büyük bölümünü DESA markasıyla elde edebiliyor olmak. Çünkü Türkiye'nin ülke notunu yukarı taşıyacak dünya markalarına ihtiyacı olduğunu düşünüyor.

şehirlerine gider, müşterilere sunardım. Bazen havaalanında bavullar patlar, içindeki çantalar, ceketler dökülürdü. Çok büyük sıkıntı yaşıyordum. Türkiye'de bu bavul üretiminde kalitede bir açık var diye kafama yazdım. 1982 yılında Denwer'e Samsonite'in fabrikasına gittim. O zaman bu ürünlerde Türkiye'nin ithalat müsaadesi olmadığı için neden geldiğimi sordular. Ben o konuyu çözeceğimi belirttim ve bizim de yaptığımız ürünleri kendilerine gösterdim. Barter yapma niyetindeydim ve bu konuda yeşil ışığı gördüm. Ankara'ya dönünce Ticaret Bakanlığı'ndan randevu aldım. Yanımda getirdiğim, bavul ve çantaları göstererek, bu bavuldan bir tane ithal edip, yaptığımız çantadan üç tane ihraç edeceğimizi anlattım. Böylelikle valiz ithalatına lisans aldım. Fakat bir gümrük vergisi koydular ki, Mercedes marka arabayla aynı vergi oranına sahipti.

37 sene önce, Samsonite marka

36
MİLYON DOLAR
DESA'nın 2018
yılı cirosu

2.100
DESA'nın
sağladığı istihdam

Türkiye'nin artık, işçilik başta olmak üzere pahalı bir ülke olduğunu söyleyen Melih Çelet, bu nedenle pahalılığın hakkını vererek, firmaların kalite ve markalaşma ile öne çıkması gerektiğine inanıyor.

seyahat çantalarını alıp satmaya başladık. Son 11 senedir Türkiye ve Türkiye'nin etrafındaki beş ülkede joint venture ortağıyız. Yüzde 40'ı bizim yüzde 60'ı Samsonite'a ait. 37 yıl sonra da şirketi, Türkiye'de üretim yapmaya ikna ettim. İnşallah Samsonite'ın Avrupa pazarı için büyük bir fabrikasını Türkiye'de kuracağız. Biraz faizlerin düşmesi, ekonominin rayına oturmasını bekliyoruz. Şu an Çin'de ciddi üretim potansiyelleri var. Macaristan ve Belçika'da fabrikaları var. Dünyada korumacılık artıyor. İstanbul'da Avrupa yakasında yapılacak bir üretim tesisinin, tüm Avrupa'ya üretim sağlayabilecek bir hub olabileceği kanaatindeyiz.

Bir yandan da DESA markası adına üretimi sürdürüyorsunuz.

Markalaşma yolunda DESA, nasıl adımlar atıyor?

Biz DESA özelinde de hiçbir zaman üreticiliği bırakmadık. Bugün Türkiye'nin en büyük sanayi şirketleri dahil Ar-Ge'ye en çok harcama yapan 263'üncü firma DESA'dır. Çok ciddi know how desteği alıyoruz. Aynı zamanda dünya ile bütünleşmek için global bir yaklaşım içindeyiz. Dünyada 180 noktada kendi markamızla satış yapıyoruz. İtalya'nın en ünlü kreatif direktörü, ayda 10 gün bizimle çalışıyor. Bunun sonuçlarını da alıyoruz. Yılın üç ayında Türkiye'nin İtalya'ya yaptığı

deri ihracatının yüzde 83'ünü DESA yapmıştır. Bunu başarabilmemizin altında üretim standartlarımızdaki farklılık var. Dünyadaki bütün lüks deri markalarıyla ya iş ortağıyız ya zamanında çalıştık ya da tanışmışızdır. Sektörde cazibe markalar diyebileceğimiz 20-25 firma var.

Bizim, bildiğiniz dünya markalarıyla iş birliği yapıyor olabilmemizin nedeni, bizim de zamanında aynı kulvarda oynamamız ve iyi bir üretici olmamız. Entegre bir organizasyonuz. Sürece tabakhaneden başlıyoruz.

Biz sadece ürün sağlayıcı ve satıcı olmadık. Bize proje ve programla gelmeyen hiç kimseye ürün sağlamadık. En kısa iş birliğimiz beş altı yıl sürmüştür. Biz, şirketin uzun dönemli programını bilmeden kapasite ayıramayız.

Sürekli büyümenin arkasında emniyetli atılan bu adımlar mı var?

Böyle inişli çıkışlı bir ülkede 47 sene büyümeyi sağlamak büyük bir başarı. 5 Nisan kararları sonrası bir karar almıştım. Bu ülkenin aldığı siyasi kararlardan dolayı olumsuz etkilenmeyeceğiz dedim. İş planımızda kendi kendimizi sigorta eden bir sistem kurduk. Faaliyet alanlarımızın hiçbiri aynı anda kâr yapmadı, birkaçının kâr yaptığı dönemde birkaçı zarar etti. Hiçbir zaman aşırı büyüme göstermedik fakat dengeli





Dünya markası olmak o kadar zor ki, çünkü marka çıkarmak toplam kalite ile alakalı.



Ar-Ge'ye en çok harcama yapan 263'üncü firmayız. Ciddi know how desteği alıyoruz.



Deride farklılaşma tamamen hammaddeden başlıyor. Bu nedenle üretimi bırakmadık.

büyümeye devam ettik. 2018 yılı Türkiye için çok zor bir yıldır fakat biz büyüyerek kapattık. Yılın ilk üç ayında da büyümeyi başardık. En önemlisi istihdamı artırıyoruz. 2 bin 100 kişiye istihdam sağlıyoruz. Ayrıca ülke ekonomisine ciddi katma değer yaratıyoruz. Türkiye'nin kilogram başına ihracat değeri 1,3 dolar iken, bizim ihrac ettiğimiz kilogramın değeri 140 dolardır.

Yurt dışındaki hangi markalara üretim gerçekleştiriyorsunuz?

Bildiğiniz gibi Samsonite, Tumi'yi ve Lipault'u satın aldı. Tumi'nin üretimi bizim Düzce'deki fabrikada yapılıyor. Lipault'nun da bir kısmını biz üretiyoruz. Biz, 12 yıldır da Prada'nın dünyadaki en büyük üreticisiyiz. Düzce'deki fabrikamızda üretiliyor. Dünyanın en pahalı çantalarını satan Channel'in derisini DESA yapıp ihraç ediyor.

Fakat sizin hedefiniz, dünya markalarına üretim yapmadan öte bir dünya markası olmak sanırım.

Geçen yıl 36 milyon dolar ihracat yapmışız; bu sene de 40 milyon doları açacağımızı ön görüyoruz. Bunun büyük bölümünde dünya markalarına yaptığımız üretimin katkısı var. Fakat bizim en çok önem verdiğimiz konu, DESA markasıyla dünyada daha fazla noktada satış yapmak ve sadece kendi markamızın cirosunu 25 milyon doların üstüne çıkarmak. Türkiye'nin marka yaratabilmesi için bunu sağlamak gerekiyor.

Dünya markası olmak o kadar zor ki, çünkü marka çıkarmak toplam kalite ile alakalı bir şey. Ben ne kadar uğraşırsam uğraşırsam, ülke notunun üstüne

çıkamıyorum. Ülke olarak toplam kaliteye ulaşmamız gerekiyor. Bunun için ülke olarak yeni bir hikaye yazmamız gerekiyor. Önce tarımdan, sonra hayvancılıktan ve daha sonra ara mali üretiminden başlamamız gerekiyor.

Sizin gibi başka Türk deri firmaları da var mı?

Türk markalarının en büyük hatası, üretimden çıkmaları oldu. Deride farklılaşma tamamen hammaddeden başlıyor. Eskiden Gaziantep'in koyun, kuzusunun postunu kullanırdık, Diyarbakır, Trakya ve Susurluk'taki kesimhanelerden deri alırdık. Türkiye'de kesim kalmadı. Norveç'in kestiği küçük baş hayvanların üçte ikisinin derisini DESA olarak biz satın alıyoruz.

Bize benzer marka yok maalesef. Bugün deri sektörünün en önemli ihracat kalemi ayakkabı oldu. Üretim gücünü ve kalitesini koruyabilenler ciddi ihracat yapıyor fakat yeterli değil. Bizim en büyük korkumuz piyasada bir arz sıkıntısının oluşması ve bazı ürünlerde alıcı bulamamak.

Türkiye deri konfeksiyondaki ihracat ümidini maalesef kaybetti. Piyasa Hindistan, Vietnam ve Bangladeş gibi ülkelere kaydı. Deri konfeksiyon üretim gücünü, satın alma destinasyonu olma vasfını kaybediyoruz.

İhracat verilerine baktığınızda ayakkabı ihracatı önde, saraciye ikinci fakat deri konfeksiyon ihracatı düşüşte. Deri konfeksiyonda büyük alıcıların Türkiye'den alım yapması artık çok zor. Çünkü bizde işçilik çok pahalı hale geldi.

Yılın üç ayında Türkiye'nin İtalya'ya yaptığı deri ihracatının yüzde 83'ünü DESA yapmıştır. Bunu başarabilmemizin altında üretim standartlarımızdaki farklılık var. Biz sürece tabakeneden başlıyoruz. Norveç'in kestiği küçük baş hayvanların üçte ikisinin derisini DESA olarak biz satın alıyoruz.

MODA TASARIMCISI



HAKAN AKKAYA

“İnsanlar artık daha özgür; kalıplara, sınırlara bağlı kalmaksızın giyinmek istiyor. Moda da buna paralel olarak, özellikle son yıllarda, sınırlarını genişletti. Cinsiyetsizlik akımı da bu sınırsızlığın bir parçası olarak doğdu.”

“İNSANLAR SINIRLARA BAĞLI KALMADAN GİYİNMEK İSTİYOR”

Türkiye’de moda tasarımı denince akla ilk gelen isimlerden biri olan Hakan Akkaya, kariyerini yurt dışındaki başarılarıyla

taçlandırmaya devam ediyor. Şubat ayında gerçekleşen New York Moda Haftası’nda, Glam Rock adını verdiği koleksiyonu ile büyük beğeni toplayan Hakan Akkaya, ABD’de hem kendi artılarını hem de Türk modasının artılarını yükseltti.

New York Moda Haftası’nın takvimine girmeyi başaran ilk Türk tasarımcı olan Akkaya, Şubat ayında, bu platformda üçüncü defilesini gerçekleştirdi. Koleksiyonuna yapılan dönüşlerden son derece mutlu olduğunu dile getiren ünlü modacı, yeni kreasyonu Glam Rock’ı ve Türk moda dünyasının geldiği noktayı dergimiz Hedef için değerlendirdi.

Şubat ayında New York Fashion Week’te (NYFW) yeni koleksiyonunuzu tanıttınız. Çok konuşuldu, çok beğenildiniz. Neler söylersiniz?

NYFW’de ilk sezonda, koleksiyonumuz beklediğimden de çok ilgi görmüştü. Bu ilgi, iki sezon katılımımızın ardından bilinirliğimiz ile beraber daha da arttı. Henüz resmi takvim açıklanmamışken koleksiyonumuzu merak edenlerden talepler geldi; kapasitenin çok üzerinde katılım talepleri oldu, çok fazla kişi davetimize katılarak cevap verdi.

Defileden sonra gelen tepkiler de çok olumluydu. Koleksiyon çok beğenildi. Geri dönüşlerden ben de çok memnunum.

Siz NYFW takvimine giren ilk Türk’sünüz ve üçüncü kez defile yaptınız. O podyumda olmak için nasıl bir yoldan geçmek gerekiyor? Orada olmak nasıl bir duygu? Öncelikle çok çalışmak gerekiyor. NYFW’ye yaptığınız başvuruları değerlendiren bir komite var. Bu komite, daha önce gerçekleştirdiğiniz çalışmalarını, işleri inceliyor. İlk başvurudan hemen önce, “Sodom’un 120 Günü” isimli defilemizi İstanbul Maslak’ta büyük bir şov ile sunmuştuk. Koleksiyondan dekoruna çok ilgi çeken bir defile oldu ve yurt dışı basınında da yer bulup epey ilgi görmüştü. Yaptığımız işler ve özellikle de bu son defile, komitenin ilgisini çekti ve değerlendirmeleri olumlu şekilde sonuçlandı. Nihayetinde NYFW takviminde yer aldık.

Orada olmak kesinlikle çok heyecanlı ve gurur verici.

Siz New York’ta sadece tasarımlarınızı değil, Türk kumaşını ve Türkiye’nin de tanıtımını yaptınız. Bu neden önemli?

Türkiye büyük çapta değerli kumaş firmalarına sahip ve kalite olarak yurt dışındaki kumaşlarla yarışabilir durumda. Ben Türk bir tasarımcı olarak öncelikle, ülkemdeki firmaları tercih ediyorum. New

York'ta yaptığım defiledeki koleksiyonumda da Türkiye Tanıtım Grubu ile beraber, Türk kumaşı kullanmak, buna vurgu yapmak ve dolayısıyla ülkemizin bu sektördeki gücünü duyurmak istedik.

Glam Rock koleksiyonunuzdan bahsedermisiniz? Nasıl çıktı ortaya, nelerden ilham aldınız?

1970'lerin ilk yıllarında David Bowie, Quenn, Slade, Alice Cooper gibi rock sanatçılarıyla öne çıkan Glam Rock akımının, "her şey her biçimde ifade edilebilir, sınır yoktur" felsefesinden yola çıkıp bir tema oluşturduk. Koleksiyonu, Glam Rock sanatçılarının sahnede kullandığı kostümlerdeki ışıltı, platform topuklar ve iddialı makyajlardan ilham alarak hazırladık.

Defilenizde 40 kadar yabancı model yer aldı. Türkiye'de bir model sorunundan mı bahsediyoruz?

Bir bakıma evet, ancak bunun altında aslında sadece Türkiye'deki model sorunu değil, Türkiye'den 40 modeli New York'a götürmenin çok maliyetli olması da yatıyor. Böyle ekstra bir maliyete gerek yok. Yüzde yüz Türk üretimi ve tasarımı olan Türk kumaşını kullanıyorum. Bunların yanında modellerin yabancı olmasında çok da büyük bir problem görmüyorum çünkü burada önemli olan tasarımdır, elbiseyi kimin taşıdığı değil. Kaldı ki, uluslararası bir iş yapıyoruz.

Moda dünyasının ulaştığı bugünkü konumda, Türk modası global moda içinde nerede duruyor? Bir moda başkentimizin olmaması ve dünya çapında tanınan isimlerin azlığını neyle açıklarız?

Türk modasının, tamamen orijinal olmayı başarabildiğinde, hak ettiği yerde olacağını düşünüyorum. Türkiye'nin bugüne dek global moda sahnesinde kendine yer bulunamamasındaki diğer bir sebep de tasarımcının kreatif yönünü sergilemeye çalışırken, işin maddi boyutuna da çok fazla kafa yormak zorunda kalması ve bazen bu noktada tıkanıyor oluşu. Maalesef, moda sektörümüzün maddi olanaklar bakımından dünyadaki rakipleriyle aynı seviyelere gelebilecek düzeyde olmayışı, tasarımcıları zorluyor. Neyse ki, son yıllarda bu durum, devletimizin de tasarımcıya verdiği desteklerle değişmeye başladı. Bu destekler sayesinde değerli ve yetenekli tasarımcılarımızın küresel anlamda değer kazanacağını ve Türkiye'nin de tanıtımını en iyi şekilde yapacağına inanıyorum.

Hem kadın hem de erkek kategorisinde, geniş yelpazede tasarımlar yapıyorsunuz.

Normalde tek cins üzerine tasarımlar yapanlar, çoğu zaman ikisini keskin şekilde ayırıyor. Siz nasıl bakıyorsunuz duruma? Ben, bir insanda tasarım yeteneği varsa, bunun her alanda olabileceğini, belki de olması gerektiğini düşünüyorum. Bu yüzden de içimdeki gücü bu anlamda hiç sınırlamadım.

Kadın modası ile erkek modasını aynı potada nasıl buluşturuyorsunuz? Son yıllarda popüleritesi hızla artan bir akım var: Cinsiyetsizlik akımı.

Buna nasıl yaklaşıyorsunuz? İnsanlar artık daha özgür; kalıplara, sınırlara bağlı kalmaksızın giyinmek istiyor. Moda da buna paralel olarak, özellikle son yıllarda, sınırlarını genişletti. Artık aynı sezon içinde çok çeşitli akımlar ve stiller yer alıyor, insanların seçim yelpazeleri genişledi. Cinsiyetsizlik akımı da bunlardan biri. İnsanlara özgürlük sunuyor. Akıma bu anlamda olumlu bakıyorum ancak kişinin zarafetini ve şıklığını bozmadan uygulanması ve cinsiyetsiz parçaların seçilirken, kişinin kendi stil ve vücut yapısını dikkate alması koşulu ile...

Siz hem büyük markalar için koleksiyonlar hem de kişiye özel tasarımlar yapıyorsunuz. Perakende sektörünün insanları tek tipleştirdiğini düşünüyor musunuz? Özel dikimin daha önemli olduğunu söyleyebilir misiniz? Sınırlı model olsa da son yıllardaki çeşitlilikle, hazırgiyimin insanları çok da tek tipleştirdiğini düşünmüyorum. Ancak özel dikim; doğru giyinmek, şık olmak ve fark yaratmak anlamında çok daha avantajlı. Özel dikimde, kullanılacak kumaştan kalıba her detayı kendimiz seçebiliyoruz. Bu da hem kişinin zevkine hem de vücut yapısına daha uygun modeller çıkmasını sağlıyor.

Son olarak, yeni nesil tasarımcılar için neler söylersiniz?

Onlara önce çok iyi birer modelist, çok iyi birer terzi, çok iyi bir mağaza satış elemanı vasıflarına sahip olmaları yönünde kendilerini geliştirmelerini öneriyorum. İyi bir tasarımcı ve bu işte başarılı olabilmenin asıl sırrı, bu söylediğim vasıflara sahip olmaktan geçiyor. Tabii ki, kreatif güçleri olmalı, vizyonlarını her geçen gün geliştirmeliler ancak teknik olarak da donanımlı olmalılar.

“

Koleksiyonda, 1970'lerin ilk yıllarında David Bowie, Quenn, Slade, Alice Cooper gibi rock sanatçılarıyla öne çıkan Glam Rock akımının, "her şey her biçimde ifade edilebilir, sınır yoktur" felsefesinden yola çıktık.



SOSYOLOJİK BİR OLGU OLARAK MODA

Sözlük anlamı itibariye, “belirli bir aralıkta, bir şeye, toplum nezdinde gösterilen ilgi” olarak tanımlanan moda kavramı; sosyolojik, siyasi, ekonomik ve gündelik alanlardan sıyrılarak, daha ziyade giyim kuşama birlikte anılmaya başlandı. Moda endüstrisi ise en basit ifadeyle, giysi yapma işi olarak tanımlanabilir ancak bu tanım, moda ve giyim arasındaki önemli ayrımı göz ardı eder. Kıyafet, insanlığın temel ihtiyaçlarından biri olarak işlevsel bir içeriğe sahiptir ancak moda; tarz, bireysel zevk ve kültürel evrimin önyargılarını içerir.



Modanın hayatımızda nasıl girdiği ve nasıl bir ilerleme gerçekleştirdiği mevzusuna bakacak olursak da iletişim araçlarının sınırlı, bireysel etkileşiminin çok az olduğu 18. yüzyılın ortalarından önce, bugün bahsettiğimiz anlamdaki moda anlayışına rastlamıyoruz. Zihnimizde oluşturduğumuz çağrışıma tam olarak 19. yüzyılda kavuşan moda, Endüstri Devrimi'nin beraberinde getirdiği yeni yaşam alışkanlıkları, tüketimin hız kazanması, kentleşmenin artması, sosyal hayatın netlik kazanması ve iletişim araçlarının yaygınlaşmaya başlaması ile bambaşka bir boyuta ulaştı. Ancak buradaki en belirleyici unsurlardan ikisi de kadının kamusal alana çıkması, hayatın içine daha fazla adapte olması ve birey kavramının, bireysel hakların önem kazanmaya başlamasıdır. Geleneksel toplum yapılarının giderek çözülmesi ve dünyanın birbirinden haberdar olmaya başlaması, modanın insan hayatındaki yerini sağlama aldı ve moda, bir sektör olarak ilerlemeye başladı.

Batı medeniyetleri ve batılı normlar hızla "modernleşme" kavramı etrafında şekil değiştirmeye ve yeni bir kabuk oluşturmaya başlayan Batı dünyası, homojen bir yapı oluşturmak için oluşturduğu reçeteye modayı da ekledi. İngiltere'nin ilk tasarım okulu olan

Glasgow Sanat Okulu'nun 1845 yılında başlattığı faaliyetler, batının moda anlayışında köklü değişiklikler yaptı, giysi formlarına farklı bir bakış açısı sundu. Bu dönemin moda anlayışından batı ile yoğun ilişkiler içinde yer alan Osmanlı Devleti de etkilendi. Ancak batıdaki kadınları normları iyileştirilir ve dinin baskısı egale edilirken Osmanlı'da toplum ve aydınlar arasında yerleşmiş olan geleneksel tutum, batı tarzını tam olarak içeriye yerleştiremedi. Dolayısıyla Avrupa'da başlayan kıyafette tek tipleşme, Cumhuriyet döneminde gelebildi.

SOSYAL İNKILABIN PEŞİNDE MODA

Türklerin modernleşme politikası ve batılı anlamda yaşam tarzı, ilk olarak Osmanlı döneminde başladı. III. Selim dönemindeki batılılaşma çabaları, saray ve çevresinde seyrederken; Tanzimat ve Meşrutiyet döneminde ise kurumları ve toplumsal hayatı da hedef almasıyla beraber, moda akımı saraylardan sokaklara taşdı.

Aynı yıllarda moda, sosyolojik ve toplumsal bir olgu olarak da ele alınmaya başlandı. Dönemin aydın, entelektüel ve yazarlarının üzerine düşündüğü bu mesele, modern toplumun inşası ve kadının yerini belirlemede önemli bir rol oynadı.

II. Meşrutiyet'in ilanı siyasi bir inkılap ve pek çok bakımdan bir milat olması sebebiyle kadınlara alakalı tartışmaları da beraberinde getirdi ve toplumsal dönüşüm kapsamında kadını vitrine yerleştirdi. Bu vitrindeki görüntülerden bir tanesi ise kadının kılık kıyafetiydi. Modern ve batılı bir görünüm sayesinde, kadının hak ettiği haklara ve özgürlüklere kavuşacağını düşünenlerle, tesettür savunuculuğu yapanları çoğu kez karşı karşıya geldi.

Özellikle Osmanlı'dan Cumhuriyete geçiş dönemlerinde hem toplumun doğaçlama olarak kabul ettiği hem de yönetici sınıfın dayattığı moda akımları, bir kesim arasında ağır tepkilere neden olmuştu. Diğer yandan ise İttihat ve Terakki yönetimi, Cumhuriyet arifesinde, millileştirme politikaları kapsamında kadınlar için "milli moda"yı geliştirmeye çalışıyordu. Bu anlayış, modern fakat gösterişsiz bir görünümü destekliyordu. Bunun bir diğer amacı ise geçmişle olan tüm bağları koparmayı hedefleyen devrimin, görsel ayağını da harekete geçirmekti. Bu görsel devrim ise, Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında hayata geçirildi.

Ancak modaya ve onun etki alanındaki giyim kuşama dair tartışmalar yalnızca kadın giyimini tekelinde değildi. Nihayetinde Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte modernleşme hamleleri ve topumdaki





yansımaları, kadınlar kadar erkeklerin de giyimini değiştirerek, modayı takip etmelerini sağladı. Bunda, kadının yanında şık görünme isteği kadar toplumsal statü kaygısı da önemli rol oynadı.

BATILILAŞMA İLK OLARAK ERKEK KİYAFETLERİNDE YAŞANDI

Batılılaşma adına yapılan yenilik hareketlerinden biri olan kıyafet değişikliği, Osmanlı'da olduğu gibi Cumhuriyet döneminde de ilk olarak erkek giysilerinde meydana geldi. Erkek giyim kuşamında geleneksel tarz yerine batı modasını yansıtan kesimler ve aksesuarlar kullanılmaya başlandı.

Ancak Osmanlı'dan günümüze devam eden Türk erkek modasının Avrupa erkek modasına yaklaşma mevsusunu sadece bir moda değişimi olarak ele almamak lazım çünkü batılılaşma projesi kapsamında, Cumhuriyet döneminde yapılan erkek giyim değişiklikleri, Osmanlı'nın gelenekçi yapısını, dönemin siyasal, ekonomik, inanç ve sosyal yaşamını da barındırıyor.

Peki, tarihinin büyük bir kısmını toplumsal ve sosyolojik tartışmaların gölgesinde geçiren moda, Cumhuriyet'in ilk yıllarından bugüne nasıl şekillendi?..

CUMHURİYET DÖNEMİ MODASI

Cumhuriyet'in inşa edildiği 1920'li yıllar, her alanda umudun yeşerdiği ve değişimin sinyallerinin verildiği yıllardı. Hemen her alanda yapılan radikal ve hızlı değişikliklerden moda da nasibini aldı. 1920-40 yılları arasında Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde gelişen kıyafet inkılabı sonrası, Türk modasının da temelleri atılmış oldu. Bu kanun çerçevesinde Anadolu insanının karma giyim anlayışı yerine çağdaş tarzda kıyafetlerin tercih edilmesi için çalışmalar



başlatıldı. Peçe, kalpak, fes, çarşaf giyimi yasaklanarak dünya modası ile paralel bir giyim tarzı benimsendi. Kısa japone kollar, inci kolyeler, korsajlar moda oldu.

Batılı çizginin hakimiyetindeki modada erkekler, İngiliz tarzını örnek almaya başladı. Erkeklerin hayatında önemli yer tutan pantolon askılarının yerini kemer aldı. Türk erkeği şort, bere ve pijamayı dolabına kattı.

Ancak giyim ve kuşamdaki değişimin asıl unsuru kadın oldu. Kıyafetlerde yaşanan değişimlerin yanında güneşlenme ve mayo, büyük bir trend haline geldi. Osmanlı döneminde makul kabul edilen "beyaz tenli" kadının yerini bronz tenli kadın aldı. Batıdan gelen kısa saç akımı ülke genelinde yayılmaya başladı. Yine aynı dönemde kısa saça takılan "kloş" şapkalar ve jartiyerli çoraplar Türk kadının hayatına girdi.

1930'lu yıllara gelindiğinde baş gösteren küresel kriz, modada sadelik rüzgarları estirdi. Dönemin kadını, daha ölçülü oldu ama kadınsılığını devam ettirdi. Bu dönemde bacaklardaki açıklık kapandı ancak özellikle gece elbiselerinde sırt dekoltesi dikkat çekmeye başladı. Yeni modeller, daha kadınsı hatalara sahip oldu. Çift renkli olarak üretilmeye başlanan deri veya süet ayakkabılar, özellikle gece elbiselerinin önemli aksesuarları haline geldi. Uzun saçlı olmayı engelleyen kloş şapkalar, beğenisini yitirmeye başladı.

Basın yoluyla yurt geneline hızla yayılan moda trendleri, 1940'lı yıllarda Cumhuriyet Baloları ile daha önemli hale geldi. Balolar için özel kıyafetler diktiren kadınlar diğer yandan da özel dans dersleri alıyordu.

1945 yılında, II. Dünya Savaşı'nın bitmesi ile yeni bir döneme giren Türkiye'nin dışa açılım politikaları, Avrupa mallarına daha rahat ulaşım imkanı sağladı ve bu da beraberinde Türk modasını etkiledi.

Diğer yandan II. Dünya Savaşı sonrasında gelen ekonomik buhran, bir kere daha kadını sadeliğe itti. Moda bir israf olarak görülmeye başladı ve ekonomik maliyetli kıyafetler yapma yoluna gidildi. Modayı takip etmek, medenileşmenin bir ön koşulu gibi algılanarak herkesin tek tip giyinmesi konusuna vurgu yapıldı.

Bu dönemde vücuda sıkıca oturan elbiseler, vatkalı omuzlar, bol paça pantolonlar giyilmeye başlandı. II. Dünya Savaşı'nın bitimi ile Türk kadını pilili etekler ve ütü gerektirmeyen gömleklelerle gardıropta çeşitliliği artırdı.

1950'li, 60'lı yılların moda rüzgarının yönü Avrupa'dan Amerika'ya kaydı. Çok partili hayata geçişle birlikte, Demokrat Parti'nin (DP) Amerika ile kurduğu yeni ilişkiler, modanın Amerikan rüyası ve Hollywood'u ile tanışmasına vesile oldu.

Ancak 50'li yıllar, Türk kadın modası için pek de özgür bir ortam sağlamadı. DP'nin

muhafazakar politikaları, kadının mini etek ve pantolon modasından uzakta, geleneksel bir dönem geçirmesine neden oldu.

50'li yıllarda kadınlar göğüslerini kaldıran, belini incelten korseler kullanmaya başladı. Pantolonların paçası daraldı ve yırtmaçlarla hareketlendi. Chanel tayyörleri, içine süslü ipek bluzlarla giyildi. Erkek ve kadın ayakkabılarının burunları sivrileşti, çelik topuklar tercih edildi. Dünya modasını etkileyen hippi, rock'n roll gibi akımlar, Türk giysilerine de yansdı. Ancak bu yıllarda büyükşehirdeki bazı kesimler, Avrupa ve Amerika modasını takip ederken, politize olan gençler ise -1980 ihtilaline dek- parka ve kadife pantolonları tercih ediyordu. Bu grubun kadınları ise daha çok pantolon giyiyordu.

1960 darbesi ile sonuçlanan sürecin ardından yeni anayasanın getirdiği özgürlük ortamı ile etek boylarında yeniden bir kısalma ve bedeni rahatlatan çuval elbiseler görüldü. Hazır giyim ve mağazacılık anlayışının yeni yeni filizlendiği bu yıllar, kadınların terziye elbise sipariş ettiği ya da kendi kıyafetini kendisinin diktiği son zamanlardı.

1970'lere gelindiğinde, 60'larda başlayan kısa modası, kalça hizasına kadar çekildi. Bu dönemlerde tüm dünyada başlayan başkaldırı ve beraberinde gelen genel ahlak kurallarındaki özgürleşme, en kısa modanın bile alışılır olmasına zemin hazırladı. Bu dönemin kadını modern, iyi kesimli, süssüz ama bir o kadar da ilgi çekici bir tarza kavuştu. Dizin üzerine çıkan botlar, büyük omuz çantaları, çok büyük gözlükler, geniş kemerler moda oldu.

1980'ler ise liberalleşme ve markalaşmanın dönemiydi. Yabancı sermayenin içeriye girmesiyle her kesimde tüketim artmaya başladı. Dünya

markalarına eş zamanlı olarak ulaşma, bu kıyafetlerle dolaşmayı bir statü haline getirdi. Bu kıyafetler, "sınıf" ve değerli eşyalar haline aldı.

Bu dönemde renkli ve eğlenceli bir giyim tarzı oluştu. Tişört, tayt, saç tokası, lastik ayakkabı, eşofman gibi kıyafetler sokaklarda çokça görülür oldu. Saçlarda perma, tüm dünyayı sardı. Renkli, desenli gömlekler, yazılı tişörtler ve çizgili takım elbiseleri süsleyen altın bilezik, yüzük, kolye gibi aksesuarlar zenginleşen yeni kentli sınıfın kendini gösterme biçimine dönüştü.

90'larla beraber, beyaz yakalı çizgili gömlekler, kruvaze ceketler, şehirli genç profesyonellerin rekabet simgesi oldu. Yine kadınlar, gömlek, ceket ve etekleri ile toplumda ilerleyişin, kadının gücünün simgesi haline geldi. Sadeliğin ön plana çıktığı bu dönemde siyah, moda hakimiyetini ele geçirirken İspanyol paça da 70'lerden çıkıp yeniden trendleşti.

21. yüzyılda ise keskin bir moda anlayışından bahsedemiyoruz. Modanın çoğulcu bir döneme girdiği günümüzde, trendler olmakla beraber, asıl trendi herkesin kendi tarzını yaratması oluşturuyor. Bu dönemde akım olarak bahsedilebileceklerse, rahat giyim tarzı olarak adlandırılan "casual wear" ve kıyafette kadın erkek ayrımını ortadan kaldıran "unisex".

1945 yılında, II. Dünya Savaşı'nın bitmesi ile yeni bir döneme giren Türkiye'nin dışa açılım politikaları, Avrupa mallarına daha rahat ulaşım imkanı sağladı ve bu da beraberinde Türk modasını etkiledi.





PROF. DR. ÜMIT ÖZLALE
ÖZYEGİN ÜNİVERSİTESİ,
EKONOMİ BÖLÜMÜ BAŞKANI

OLASI PAKİSTAN STA'NIN ODAĞINDA TEKSTİL VE KONFEKSİYON VAR

Tekstil ve konfeksiyon sektörleri dışında küresel bir rekabet gücü yakalayamayan Pakistan, tekstil ihracatının yüzde 40'ını STA imzaladığı ülkelere yapıyor. Pakistan'ın bu ülkelere yaptığı tekstil ihracatı, STA sonrası yüzde 157 artmış. Pakistan ile imzalanması gündemde olan bir STA'nın odak noktasının Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün olduğu açık. Diğer bir tehdit ise Çin'in de bu anlaşmayı kullanarak, Türkiye pazarında daha rekabetçi konuma gelecek olmasıdır.

%157
Pakistan'ın STA sonrası
ülkelere yaptığı tekstil
ihracatındaki
artış oranı

370
STA sonrası
Pakistan ve Çin'in
rekabet üstünlüğü
elde edeceği
ürün sayısı

Küresel ölçekte korumacı tedbirlerin daha fazla dile getirildiği bir dönemden geçiyoruz. Birkaç sene öncesine kadar yürürlüğe girmesi beklenen kapsamlı ticaret anlaşmaları (TTIP, TPP) rafa kalkarken, ülkeler bir yandan stratejik öneme sahip sektörlerini dönüştürmeye çalışıyor diğer yandan da küresel belirsizliğin arttığı dönemde korumaya alıyor. Özellikle yoğun genç nüfusu nedeniyle önümüzdeki dijitalleşme döneminde ortaya çıkacak olan işsizlik sorununu yakından yaşaması beklenen ülkeler, ihracat gücü ve istihdam kapasitesi yüksek sektörler daha fazla önem vermeye başlıyor. Bütün bu gelişmeleri Türkiye özelinde değerlendirdiğimiz zaman, Pakistan ile imzalanması gündeme gelen bir Serbest Ticaret Anlaşması'nın (STA) tekstil ve konfeksiyon gibi ihracat ve istihdam sağlama gücü yüksek sektörler için ne gibi riskler doğuracağını analiz etmek de ayrı önem taşıyor.

Pakistan ile imzalanması gündemde olan bir STA'nın odak noktasının tekstil ve konfeksiyon sektörleri olduğu açıktır.

Türkiye'nin üçte birine yakın Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya ve sekizde birine yakın ihracat performansına sahip Pakistan'ın, ihracatının üçte ikisinin tekstil ve hazır giyim sektörlerinden gelmesi, tekstil ihracatının yüzde 40'ının ise STA imzaladığı ülkelere olması, bu argümanı desteklemektedir. Pakistan'ın 2008 yılında Çin ile imzaladığı STA'dan sonra, tekstil ihracatı içinde Çin'in payının yüzde 10 seviyelerinden, yüzde 25 seviyelerine çıkması, Hindistan'ın tekstil ithalatından Pakistan'ın aldığı payın yüzde 1'den yüzde 8 seviyesine yükselmesi çok önemli örneklerdir. Spesifik ülke örneklerinden gitmek yerine, Pakistan'ın imzaladığı STA'yı ekonometrik bir analiz olan "yerçekimi modeli (gravity model)" ile hesapladığımızda da Pakistan'ın ihracatını, STA imzaladığı ülkelere, imzalamadıklarına oranla yüzde 54 daha fazla arttırdığı tespit edildi. Bu oran tekstil, halı ve deri sektörlerinde sırasıyla 157, 155 ve 169'dur. Bir başka deyişle, STA imzalandıktan sonra Pakistan, tekstil sektöründe anlaşma yapılan ülkelere imzalamadıklarına oranla ihracatını, yüzde 157 daha fazla arttırmıştır.

İPLİK VE MENSUCATTA TÜRKİYE'YE CİDDİ RAKİP OLUR

Ürün grupları detayında STA'lar analiz edildiğinde HS 52 kodlu "pamuk ipliği ve pamuklu mensucat" ürününün önemi rahatlıkla görülmektedir. Pakistan'ın Çin'e ihracatının yarısını oluşturan HS 52 kodlu sektörde anlaşma öncesi büyüme hızı, yüzde 4,5 iken anlaşma sonrasında yüzde 6,5'e çıkmıştır. Pakistan'ın Bangladeş'e ihracatının yüzde 86'sını oluşturan "pamuk ipliği ve pamuklu mensucat" sektöründe anlaşma öncesi büyüme hızı, yüzde 2,2 iken anlaşma sonrasında yüzde 18,7'ye çıkmıştır. Bu sonuçlar, imzalanması olası bir STA'nın "pamuk ipliği ve pamuklu mensucat" sektöründe Pakistan'ı Türkiye pazarında çok rekabetçi bir konuma getirecek nitelikte olduğunu göstermektedir.

Pamuk ipliği ve pamuklu mensucat ürün grubu, STA'dan etkilenecek yegane ürün grubu değildir. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin rekabetçilik analizlerinde kullandığı RCA (revealed comparative advantage - açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler) katsayısı dikkate alındığında; Pakistan'ın ihracatını yaptığı 805 tekstil ve konfeksiyon ürününün 201'inde rekabetçi olduğu, diğer 2 bin 512 ürünün ise yalnızca 106'sında rekabetçi olduğu görülmektedir. Özetle, Pakistan tekstil ve konfeksiyon sektörleri dışında küresel bir rekabet gücü yakalayamamıştır. RCA analizleri, tekstil sektörü özelinde, mevcut durumda Pakistan'ın Türkiye'ye karşı 87 ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlük sağladığını, STA imzalandıktan sonra ise 126 ürün grubunda daha karşılaştırmalı üstünlük sağlayacağını göstermektedir. Bu sonuçlar, Pakistan ile yapılacak bir STA'nın ana gündem maddesinin tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin karşı karşıya olduğu risklerin değerlendirilmesi olması gerektiğini söylemektedir.

ÇİN DE DAHA REKABETÇİ KONUMA GELECEK

Pakistan ile yapılacak olası bir STA'nın tekstil ve konfeksiyon sektörü için taşıdığı riskler sadece Pakistan'ın bu sektörlerdeki rekabetçiliği ile sınırlı değildir. Bu anlaşmanın en önemli risklerinden biri de Çin'in bu anlaşmayı kullanarak, Türkiye pazarında daha rekabetçi konuma gelecek olmasıdır. Tekstil sektöründe, Çin'in mevcut durumda bile Türkiye pazarında rekabetçi olduğu ve STA sonrasında etkisini arttıracığı 157 ürün grubu bulunmaktadır.

Türk tekstil sektörüne karşı 87 ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlük sağlayan Pakistan'ın, STA imzalandıktan sonra 126 ürün grubunda daha karşılaştırmalı üstünlük sağlayacağı tahmin ediliyor.

Bu ürün gruplarında dünyaya 32,45 milyar ABD Doları ihracat yapan Çin'in, Türkiye'ye ihracatı şu anda 1,35 milyar ABD Doları civarındadır. STA ile beraber, Çin'in tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatımızdan aldığı payı, kendi küresel pazar payına çıkaracağı varsayıldığında, Çin'in Türkiye'ye tekstil ve konfeksiyon ihracatını 1 milyar ABD Doları arttıracığı hesaplanmaktadır. Bu artışın yarısından fazlası (567 milyon ABD Doları) tekstil sektöründen, 251 milyon ABD Doları da konfeksiyon sektöründen gelmektedir.

Son olarak, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin karşı karşıya kalacağı olumsuzluklar üzerinden Türkiye ekonomisinin karşılaştacağı ciro ve istihdam kaybının hesaplanması önemli ipuçları sunacaktır. En iyimser senaryoda, Çin'in

STA'dan sonra Türkiye pazarına yüzde 10 oranında girdiği varsayılırsa bile, Türkiye'nin karşılaştacağı ciro kaybının 11 milyar TL, istihdam kaybının ise 46 bin kişi olacağı görülmektedir. Bununla beraber, Çin'in tekstil ve konfeksiyon pazarında küresel rekabet gücü düşünüldüğünde, Türkiye pazarına daha yüksek bir yoğunlukla girebileceği, bunun da yukarıda belirtilen iktisadi kayıpları daha da arttıracığı söylenebilir.

Sonuç olarak, Pakistan ile imzalanması gündemde olan STA'nın Türkiye'nin ihracatında ve istihdamında çok önemli bir yere sahip olan tekstil ve konfeksiyon sektörünün çok olumsuz etkileyeceği açıktır. Bu sektörlerin karşı karşıya kaldığı riskler, sadece Pakistan'ın ucuz işgücü avantajını kullanarak, Türkiye pazarına girmesi ile sınırlı değildir. Daha büyük olan risk, Çin gibi daha geniş bir ürün grubunda küresel rekabet gücü çok yüksek olan bir ülkenin Pakistan üzerinden Türkiye pazarına girmesidir. En iyimser senaryoda bile ortaya çıkan ciro ve istihdam kaybı, son yıllarda önemi bir kez daha ortaya çıkan tekstil ve konfeksiyon sektörünün çok olumsuz etkileyecek boyuttadır. Pakistan ile yapılan müzakerelerde ve imzalanması olası bir serbest ticaret anlaşmasında bu hususların göz önünde bulundurulması kritik önem taşımaktadır.



HAZIRGIYIM SEKTÖRÜ DÜNYADA İLK ÜÇ İHRACATÇI ARASINA GİREBİLMEK İÇİN DESTEK BEKLİYOR

İHKİB, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün dünyanın ilk üç küresel oyuncusu olması için hazırladığı Vizyon Belgesi ile, belirlenen hedef doğrultusunda stratejilerini hayata geçiriyor. Bazı noktalarda ise kamu desteğine ihtiyaç duyuyor.

İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Hazır giyim Sektörü Vizyon Belgesi'ne göre; Türkiye'nin orta vadede dünyada ilk üç ihracatçı arasına girebilmesi için hazır giyim ihracatını 60 milyar dolara yükseltmesi gerekiyor. Bu noktada Türk hazır giyim sektörünün rakibi olan hiçbir ülkenin hikayesi, Türkiye'ye uymuyor. Bu nedenle dünyanın en büyük üç ihracatçısından biri olabilmek için Türkiye hazır giyim sektörünün, kimsenin oynamadığı bir oyun oynaması gerekiyor.

İHKİB tarafından hazırlanan Vizyon Belgesi'nde Türkiye'nin, altı stratejik hamleyle kimsenin oynamadığı bir oyunu oynayıp, 60 milyar dolar hedefine doğru güçlü adımlarla ilerleyebileceğine vurgu yapılıyor.

- 1- En dijital tedarik zinciri
- 2- Küresel ilk 100'de 5 Türk markası
- 3- Verimlilikte öncü üretici
- 4- Hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü
- 5- "Made fully in Turkey"
- 6- Perakende değer zincirindeki oyun alanını genişletmek

Bu hamleleri yapabilmek için bazı ezberleri bozmak ve yeni nesil devlet teşviklerine erişmek gerekiyor.

60
MİLYAR DOLAR
İHKİB'in orta
vadede ihracat
hedefi

DİJİTALLEŞME ALICILAR İÇİN TERCİH NEDENİ OLACAK

Dijitalleşme sadece sektörü değil, tüm ekonomiyi etkileyen bir yönelim. Şimdiye kadar hazır giyim sektörü, dijitalleşme yöneliminden çok etkilenmedi fakat gelecek dönemde etkileneceği aşikar. Dijitalleşmenin gelecek dönemde büyük alım gruplarının en önemli öncelikleri arasında yer alacağını altı çiziliyor. Vizyon Belgesi'nde şu noktalara dikkat çekiliyor:

"Dijitalleşme konusundaki atılacak adımlar, uzun bir süredir sektörün gündeminde olan organizatör ülke vizyonunun yakalanmasına yardımcı olacağı gibi halen toptancıların hakim olduğu pazarlara yeni bir toptancı vizyonu ile girmemizi sağlayabilir.

Made fully in Turkey hamlesi hem iç paydaşlara hem dış paydaşlara çok güçlü bir mesaj: İç paydaşlara hazır giyim üreticileriyle tekstil sektörünün güçlerini birleştirmeleri gerektiğini söylüyor; bunu başarabilirsek daha rekabetçi değil ama dünyanın karbon ayak izi en düşük sektörü biz olacağız.

Perakendecilikteki performansımız potansiyelimizin çok altında, dünyanın en büyük 100 perakendecisi arasına beş



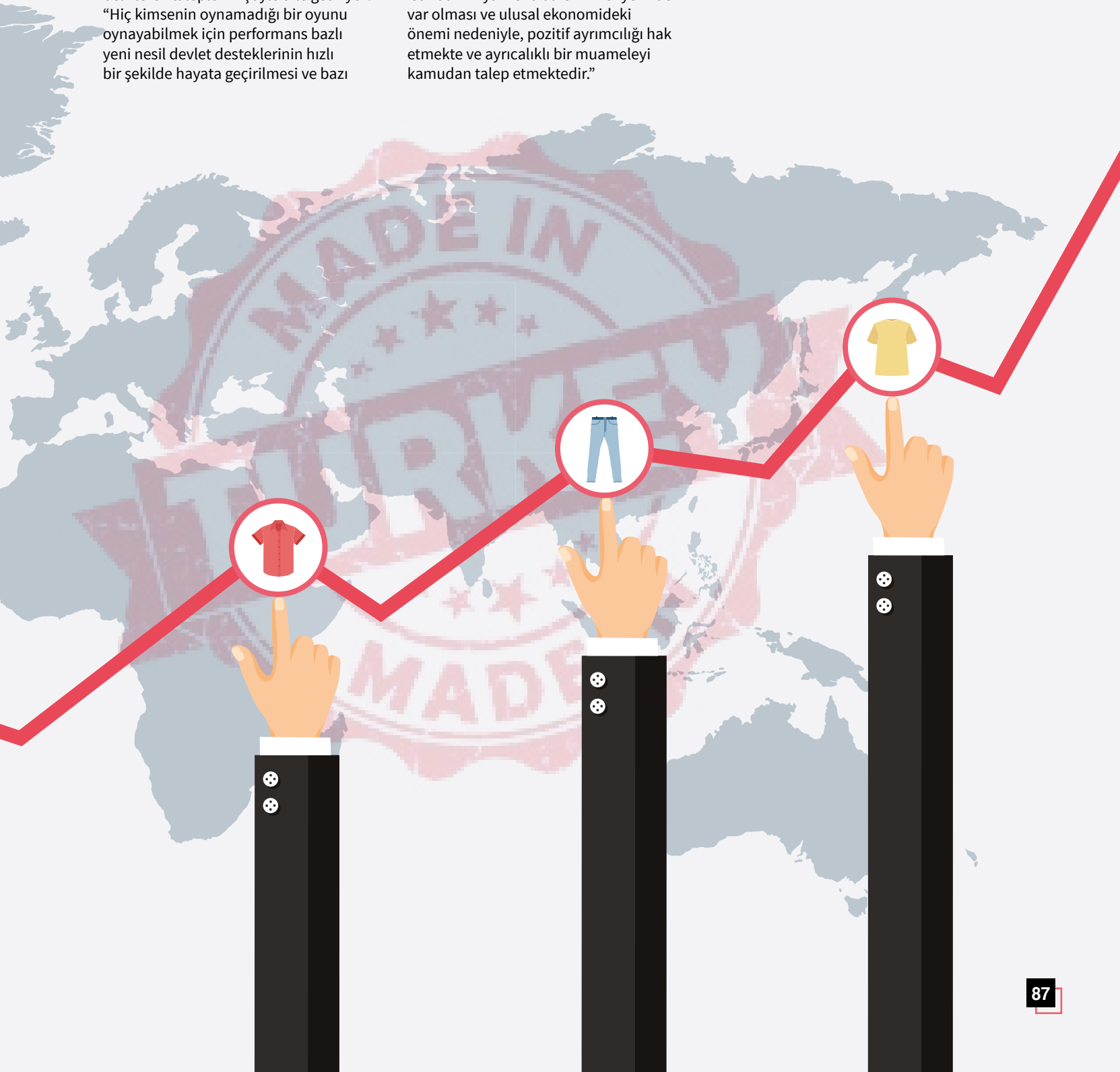
perakendeci sokabilmek için ülke stratejisi ezberini bozup, şehir hatta mahalle bazında stratejiler geliştirebilecek bir noktaya gelmeli ve bu hamleyi taşımacılık, depoculuk alanlarında atılacak stratejik adımlarla desteklemeliyiz.”

SEKTÖRÜN KAMUDAN BEKLENTİLERİ

İHKİB, tüm stratejilerin gerçekleşmesi için kamunun liderliğine olan ihtiyacın her zamankinden fazla olduğunu belirterek taleplerini şöyle dile getiriyor: “Hiç kimsenin oynamadığı bir oyunu oynayabilmek için performans bazlı yeni nesil devlet desteklerinin hızlı bir şekilde hayata geçirilmesi ve bazı

risklerin kamu ve özel sektör arasında paylaşılması gereklidir. Hazırgiyim sektöründe bugüne kadar elde edilen başarının devam ettirilebilmesi ve daha da artırılması için devlet desteklerinin tüm tedarik zinciri kapsamında değerlendirilerek artırılması ve hammadde ithalatını kolaylaştırıcı önlemler alınması gerekli ve önemlidir. Bu bağlamda hazır giyim ve tekstil sektörü, yarattığı katma değer ve istihdamın yanı sıra ülkenin her yerinde var olması ve ulusal ekonomideki önemi nedeniyle, pozitif ayrımcılığı hak etmekte ve ayrıcalıklı bir muameleyi kamudan talep etmektedir.”

Hiç kimsenin oynamadığı bir oyunu oynayabilmek için performans bazlı yeni nesil devlet desteklerinin hızlı bir şekilde hayata geçirilmesi gerekiyor.





ERKİN ŞAHİNÖZ
EKONOMİST

HİÇBİR ORDU, ZAMANI GELMİŞ BİR FİKRİN ÖNÜNDE DURAMAZ

Bitcoin, bir aracı olmadan kişiden kişiye güvenli şekilde ödeme yapmayı mümkün kılan kripto paradır. Yani şu an yüz yüze iken size nasıl para verip de ödeme işlemini gerçekleştiriyorsam aynısını yüz yüze değilken de yapabilmektir.

2009

**Bitcoin için
yol ayrımı**

**Blokzincir,
surveillance'tan
sousveillance'a
geçişir.**

Ç ağın değişme zamanı geldiğinde, aktörlerini de buluyor. Johannes Gutenberg ahşaptan bir matbaa yapıyor. Bilgiyi merkezdeki otoritenin yani Kilisenin elinden alıveriyor. Basılan her kitap cesur sorular soran, araştıran, bilginin peşinden koşan insanlar üretmeye başlıyor. James Watt, buharla çalışan makineyi keşfediyor. İnsanlık düdüklü tencereden buharla çalışan dev yük gemilerinin olduğu dünyaya hızlı bir geçiş yapıyor. Tim Berner Lee www'ı, Sergey Brin ve Larry Page Google'ı getiriyor internet dünyasına. Bir anda bilgi paylaşımı ucuzlaşıyor ve hızlanıyor. CNN gibi bir medya devi ile Mısırlı muhabir arasındaki güç farkı ortadan kalkıyor. CNN'in sahip olduğu "dünyaya seslenebilme gücü" Mısırlı muhabire de uzanıyor, basit bir Twitter hesabı olan kullanıcıya da...

2009 yılı da insanlık tarihinin kırılma anlarından biridir. Yıkıntıdan başka hiçbir şey bırakmayan 2008-2009 krizi, bilgi ve gücü tek yerde toplayan merkezi mimarinin insanlık için çok büyük bir tehdit olduğunu gösterdi. Rezerv para, merkez bankalarının kuralsız ve karşılıksız para basarak gelir dağılımını

adaletsizleştiren kurumlar haline dönüştüğünü gözler önüne serdi. Gölgesini satamadığı ağacı kesecek kadar vahşileşmiş kapitalizmin "zenginde pişer, fakire düşer" yapıları "sızıntı ekonomisinden" başka bir şey vadedmediğini bir kez daha ispatladı.

Bu açıdan 2009 yılı yol ayrımıdır. Varsılı varsıllaştıran, yoksulu yoksullaştıran totaliter finansal sistemin tabuta girdiği yıldır 2009. Satoshi'nin Bitcoin manifestosunu 2008 krizinden hemen sonra yazması olmasın bir rastlantı mı? Kenneth Rogoff, Larry Summers gibi çok önemli ve etkili isimlerin önce büyük kupürlerin sonra da tüm kupürlerin tedavülden kaldırılmasını önermesi ilginç bir zamanlama değil mi?

Surveillance ve Sousveillance. Fransızcadan bakiye çok özel kavramlardır. Surveillance, tanıdık Mısır bakiyesi piramittir, zirvedekilerin kalabalıkları baskı altına alması, dünya servetinin yarısına sahip %1'in %99'a uyguladığı ekonomik tahakkümdür. Sousveillance, geri kalan %99'un, gezegendeki 7,5 milyar güçsüzün, ezilenin, her yerde her zaman altta kalanın piramidi tersine çeviridir. Blokzincir, surveillance'tan sousveillance'a geçişir. Ok yайдan

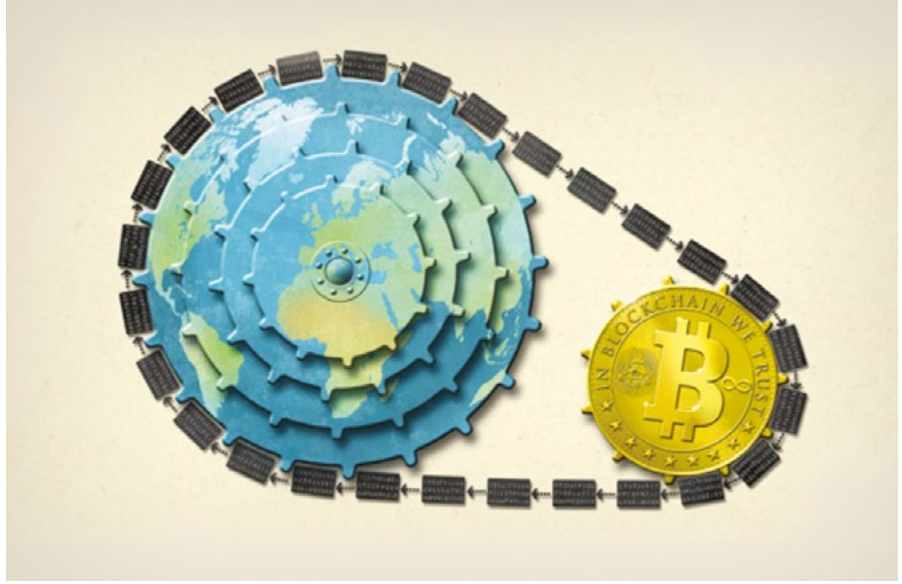
çıkış, geri dönüşü olmayan yolculuk başlamıştır.

Bitcoin parasal devrimi, Blokzincir teknolojik ve sosyolojik devrimi ile hiyerarşik mimari gidiyor, tek elde toplanmış gücü ve söz hakkını katılımcılara dağıtan yeni bir mimari geliyor. Değer transferi ucuzlaşıyor, hızlanıyor ve aracısızlaşıyor. İzinsiz inovasyon başlıyor. Bilgi internetinden değer internetine geçiliyor. Finansal hizmetlere erişimin önündeki camdan duvarlar yıkılıyor. Kısmi güven gidiyor, mutlak güven geliyor. Ve daha niceleri...

Bitcoin bir “türev ürün değil” bir “alternatif”. Satoshi Nakamoto’nun bir ödeme sistemi olarak ortaya koyduğu ve nakit paranın kişilere sağladığı avantajları dijital dünyada da yaratma vizyonu, tüm eksiklerine ve aleyhte görüşlere rağmen yıllar içinde gelişerek tarihte belki de ilk kez devlet ve doğanın izin verdikleri dışında ortak zekanın ürünü olan bir değer transferi aracı yaratmış oldu.

Bugün ödeme yapmanın en hızlı yolu elden nakit vermektir. Ödemeyi alan paraya hızlıca göz atar ve bir anormallik yoksa ödemeyi kabul eder. Ne kadar kolay oldu, değil mi? Gerçekten de en pratik ödeme yöntemi bu. Tabii ödemeyi yapan ile alan kişilerin yüz yüze olması koşuluyla. Peki gerçek hayatta pratik olsun diye hep ödeme yapacağımız kişinin yanına mı gitmeliyiz? Hani en pratik yöntem bu idi? Öyleyse pratik tanımını yanlış algılıyoruz. Bir ödemeyi yanında olmadığımız bir kişiye (veya kuruma) nasıl pratik yapabiliriz? İşte bu soru 21. yüzyılda önem arz eden soruların başında geliyor.

Bitcoin, bir aracı olmadan kişiden kişiye güvenli şekilde ödeme yapmayı mümkün kılan kripto paradır. Yani şu an yüz yüze iken size nasıl para verip de ödeme işlemini gerçekleştiriyorsam aynısını yüz yüze değilken de yapabilmektir. “Yüz yüze değilken EFT ile de ödeme yapabiliyorum ama” diye hemen itiraz etmeyin. EFT yaptığınızda bir aracı kullanıyorsunuz. Aynı şekilde kredi kartı, PayPal, Western Union veya benzeri bir ödeme aracı ile ödeme yaptığınızda hep bir aracı kullanıyorsunuz. Devreye aracı girince komisyon ödeniyor, zaman harcıyor ve bir sürü özel bilginizi aracı ile paylaşmış oluyorsunuz. Hele



Matbaa devrimi “bilgi” boşluğunu, sanayi devrimi “güç” boşluğunu, internet devrimi “mesafe” boşluğunu doldurmuştu. Blokzincir ise ekonomideki “güven” boşluğunu dolduracak.

bir de SWIFT ile ödemeyi konuşuyorsak harcanan zaman 2-3 güne çıkıyor; hatta daha da uzadığı oluyor.

Blokzincir ise aslında bir veri tabanı. Veriler, sıralı bir şekilde bloklara kaydediliyor. Her bir kaydın zaman damgası var. Bir blok dolunca bir sonraki blok üretiliyor. Bloklar birbirine zincir şeklinde bağlı.

Nasıl günümüzde her tarafta veritabanları varsa, aynı durum Blokzincirleri için de geçerli. Her bir projeye, her bir kripto paraya, her bir kayıt sistemine bir Blokzincir oluşturulacak diye düşünebiliriz. Bir Blokzincir aslında kayıt defteridir (general ledger).

Her bir Blokzincir’in kendine ait

kuralları vardır. Bloklarının büyüklüğü, bloğun bilgi alanları (başlık, şifre, zaman damgası, versiyon numarası, her bir kaydın parmak izi, ait olduğu protokol gibi) kayıtların nasıl kaydedileceği, hangi alanları içereceği, nasıl sıralanacağı, blok dolunca ne yapılacağı, yeni bloğun üretilme şartları, bloklar arası bağlantıların özellikleri, Blokzincir’in şebekede nasıl dağılacağı, saklanacağı, takip edileceği ve kontrol edileceği gibi konular her bir Blokzincir’in kendine ait özellikleri ve kurallarıdır.

Bu özellikler ve kurallar ne kadar kullanışlı, ne kadar amaca yönelik ve ne kadar güvenli olursa, o Blokzincir’e olan ilgi ve kullanma talebi o kadar yüksek olacaktır.

Matbaa devrimi “bilgi” boşluğunu, sanayi devrimi “güç” boşluğunu, internet devrimi “mesafe” boşluğunu doldurmuştu. Blokzincir ise ekonomideki “güven” boşluğunu dolduracak.

Bir sonraki yazımda “blokzincir” teknolojisinin sanayideki kullanım alanlarını işleyeceğim. Demirin tonundan, pamuğun kilosundan ibaret “hikayesiz” somut ekonomi ile yapamayız. Soyut ekonomi, fikir ekonomisi, hayal ekonomisi, yazılım ekonomisi, tasarım ekonomisi, fikir ekonomisi, kültür ekonomisi bizim bize. Blokzincir yıkıcı bir inovasyondur ve somuttan soyuta olan yolculuğumuzdaki mihenk taşlarından biri olabilecektir.



MARKALARIN GELECEK DÖNEM BEKLENTİLERİ

Çevre hassasiyeti ve bilinçli tüketim, son yıllarda hazır giyim sektöründe hızlı bir dönüşümü beraberinde getirdi. Dünyanın en büyük tedarikçisi konumunda olan Çin, tedarik gücünü kaybetmeye başladı. Uluslararası hazır giyim markaları, siparişlerini diğer Asya ülkelerine kaydırmaya başlasa da gelecek dönemde, markaların batıya geri döneceği belirtiliyor. Döngüsel üretim ve şeffaflığı önde tutan ülkelerin, hazır giyimde tedarik üssü olma şansı yükselecek.

Akademisyenler, yöneticiler ve sektör uzmanları, hızlı bir dönüşüm halinde olan 250 milyar dolarlık pazara sahip küresel hazır giyim sektörünün geleceğini tartışmaya başladı. Modanın bireyselleşmesi ve bilinçli tüketimin artması ile hazır giyim sektöründe tedarik zinciri şeffaflığı önem kazanmaya başladı. ABD'nin Çin'den gelen önemli ürün gruplarına uyguladığı ek vergiler ve Çin ile ABD arasındaki ticari savaşlar, dünyanın en büyük hazır giyim tedarikçisi konumundaki Çin'in tahtını sallıyor. Üretim, Çin'den diğer Asyalı tedarikçi ülkelere kaymaya başladı. Fakat Asya ülkelerinde çocuk işçiliği ve çalışma koşulları gibi olumsuz haberler, uluslararası markaları, yeni tedarikçi arayışına itiyor. Döngüsel ve hızlı üretim, şeffaflık, dijitalleşme ve dijitalleşmeyi iyi kurgulayan ülkelerin, hazır giyim

tedarikinde öne çıkacağı düşünülüyor. Hazır giyim sektörünün geleceğine yönelik yorumda bulunan uzmanlar arasında, AB ve ABD pazarlarına yakın olan tedarikçi ülkelerin istikrarlı bir şekilde büyümeye devam edeceğini düşünenler de var.

Sektör uzmanlarına göre; Güney Doğu ve Güney Asya diğer alternatif tedarik bölgeleri olarak öne çıksa da Türkiye, Doğu Avrupa ve Afrika'nın bazı kısımları, Karayipler, Meksika ve Orta Amerika'ya ciddi manada bir geri dönüşün söz konusu olacak.

Gelecek dönemde tüketici için bölgesel bazı yakından tedarikçinin yaygınlaşacağına inanılıyor. Yakından tedarik modelleriyle ilgili çalışmalar yoğunlaşmadan önce ikincil ve üçüncül tedarikçilerin yakından tedarik pazarlarındaki kapasitesi, sürdürülebilirlik ve sosyal uygunluk seviyelerinin geliştirilmesi gerektiğinin altını çiziliyor.

Sektörün önde gelen analistler tarafından, hazır giyim firmalarının genel olarak farklı satın alma merkezleri ile çalışmaya devam edeceğine vurgu yapılarak, hazır giyim firmalarının aktif bir şekilde yeni satın alma merkezleri aradığı belirtiliyor. Gelecek dönemde pek çok markanın, satın alma yaptıkları ülkelerin ya da çalıştıkları satıcıların sayılarını azalttığı ve yakından ya da yerinden tedariğin daha çok görüleceği düşünülüyor.

Sektörün önde gelen yönetici ve analistleri, hazır giyim sektörünün geleceğine yönelik beklentilerini şöyle ifade ediyorlar: “ABD ve Çin arasındaki ticari çekişmeler, satın alma süreçlerinin yeniden gözden geçirilmesine neden olacak. Bu tedarik zincirleri güçlerini kaybetmiştir ve şimdi bunlar için değişim zamanıdır. Tüketiciler eskiye nazaran çok daha fazla bir şekilde giysilerinin nasıl yapıldığıyla ilgilendiği için sektör genelinde ürünlerin nerede ve ne şekilde üretildiğine dair bir yeniden değerlendirme yapılmalıdır. Özellikle milenyum ve daha genç tüketiciler, insan kaçakçılığı ve iklim değişikliği gibi konularla mücadele etmek için çalışan iş örneklerinin bir kanıtı olarak, daha fazla sürdürülebilir ve şeffaf markalardan satın almak istemeye başladı. Tüketiciler giyim ürünlerinin nasıl yapıldığına dair endişe yarışı içinde. Aynı şekilde elden çıkardıklarında giysilerine ne olacağına dair de endişe taşıyorlar.

Tedarik zinciri şeffaflığının tüketici için daha önemli hale geldi. Gerçek döngüsel ekonomi için aşılması gereken çok uzun bir yol olsa da üretim süreçlerinde kökten değişikliğin hiç olmadığı kadar elzem olduğunu ve geri dönüştürülmüş ve gerçek çevreci malzemelerin geniş çapta kullanımına ihtiyaç olduğu aşikar.”

Birçok ülkede tüketici sayısı artsa da tüketicilerin önceki jenerasyonlara göre giyim için harcayacak daha düşük gelirli gençlerden oluştuğu belirtiliyor. Bu tüketicilerin sahip oldukları finansal kaynaklar da, en son denim veya örme giyim yerine en son yüksek teknoloji araçlar için harcanacak gibi görünüyor.

HAZIRGIYIM MARKALARI DAHA ÇOK VERİ ANALİSTİ İSTİHDAM EDECEK

Konfeksiyon tedarik zincirinde büyük veri araçları ve yapay zeka tabanlı dijitalleşmenin artmasının moda firmaları için büyük bir fırsat yarattığı düşünülüyor. Konfeksiyon sanayisinin



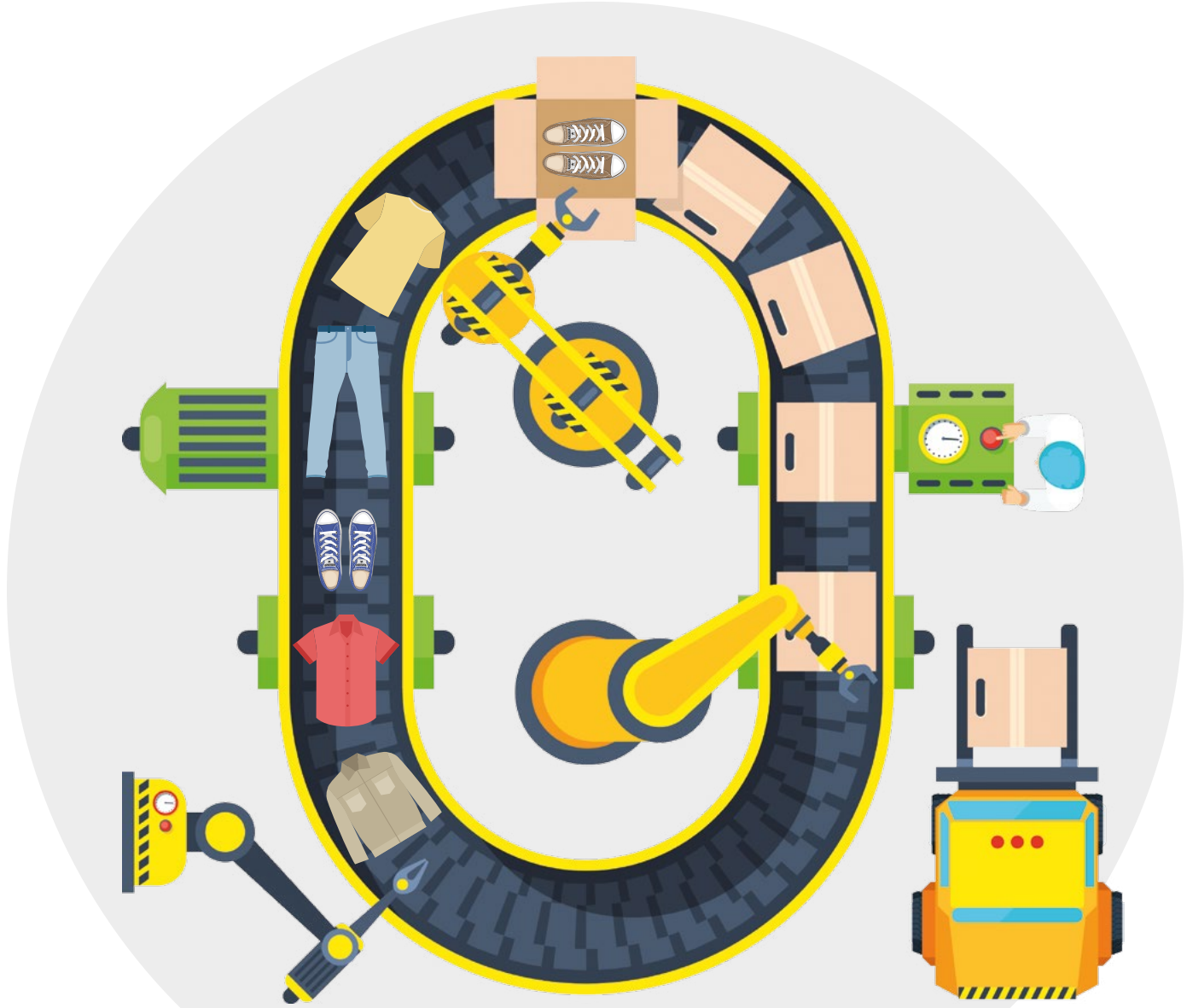
doğası hızla değişmektedir. Daha fazla küresel, tedarik zinciri tabanlı, teknoloji yoğun ve veri yönetimli hale gelmektedir. ABD Moda Sanayii Birliği (USFIA) ile birlikte yürütülen 2018 ABD Moda Sanayi Karşılaştırma Çalışması'nda anket yapılan ABD'nin önde gelen moda markaları ve konfeksiyon perakendecileri yöneticilerinin yüzde 68'i gelecek beş yıl içinde daha fazla veri uzmanı istihdam etmeyi planladıklarını söyledi. Dijital teknolojilerin ilerlemesi ve verinin daha akılcı kullanılması konfeksiyon firmalarının pazardaki belirsizliklerin üstesinden gelmelerini ve pazardaki hızları, operasyonel verimlilik ve hatta sürdürülebilirlik gibi birçok işletme unsurlarının iyileşmesini mümkün kılacak.

Hazır giyim ve moda dünyasındaki değişimi yakından takip eden sektör uzmanlarına göre; arz zincirinin gelişmesi adına en önemli unsur hız ve bunu gerçekleştirmek için en önemli araçlardan biri de teknoloji. Pazara ürünü daha hızlı sunmak için ürün döngüsünü kısaltma yeteneği; stil/rek trendlerini belirlemek ve geleceği öngörmek için big data veya yapay zekâ gibi teknolojilerin kullanımı, markaların ve perakendecilerin rekabet avantajı elde edebilmeleri için en önemli örnekler. 3D tasarım ve sanal örnekleme en kolay deneyimlenecek dijital hizmetlerden ve ürün döngülerini aylardan haftalara, hatta günlere düşürme imkânı var ve işletme kârını çok ciddi oranda arttırıyor. Özetle bugünün dijital ekonomisinde rekabetçi kalmak için 'hız' anahtar kavram.

Üretim, Çin'den diğer Asyalı tedarikçi ülkelere kaymaya başladı. Fakat Asya ülkelerinde çocuk işçiliği ve çalışma koşulları gibi olumsuz haberler, uluslararası markaları, yeni tedarikçi arayışına itiyor.

ANALİSTLERİN ORTAK GÖRÜŞLERİNE GÖRE SEKTÖRDE ÖNE ÇIKACAK BEŞ TREND

- Üretim, şeffaf ve sosyal uygunluk yatırımı yapan ülkelere kayacak.
- Yakından ya da yerinden tedarik daha çok görülecek.
- Ürünlerde çevreci ürünler daha fazla öne çıkacak.
- Hazır giyim sektöründe büyük veri ve yapay zeka daha çok yaygınlaşacak.
- Hazır giyim üretici ve markaları daha çok veri analisti istihdam edecek.



HAZIRGIYİM ÜRETİMİ, MİKRO-FABRİKALAR İLE HIZLANARAK BİREYSELLEŞİYOR

Yatırımcı için süre ve maliyet avantajı sağlayan mikro-fabrika konsepti, yakın gelecekte hazır giyim üretim sektörünü daha çok meşgul edeceğe benziyor. Çünkü mikro-fabrikalar hem bireyselleşmiş üretim sağlarken, hem de hızlı, esnek ve yerel üretim yapılmasına imkan tanıyor.

Mayıs ayında Almanya'da düzenlenen Textprocess Fuarı'nın odak noktasını Endüstri 4.0 olgusu ile birlikte mikro-fabrikalar oluşturdu. Hatta Endüstri 4.0'dan daha çok bu devrimle gelen yenilikler konuşulmaya başlandı. Bu yeniliklerin temasını da otomasyon, bireyselleşme, uyumlaştırma ve sürdürülebilirlik oluşturuyor. Hazır giyim ve tekstil sektörünün gündeminde ise Endüstri 4.0 ile gelen değişiklik ve yeniliklerin

sektörü nasıl etkilediği yani Etki 4.0 var. Bu yeniliklerin başında ise mikro-fabrikalar geliyor. Mikro-fabrikalar, yatırımcıya süre ve maliyet avantajı sağlayan bireyselleşmiş, hızlı ve esnek bir üretim modeli.

Textprocess Fuarı'nın odak noktası olan mikro-fabrikalar entegre üretim süreçlerine sahiptir. Mikro-fabrikalar hem bireyselleşmiş üretim sağlarken, hem de hızlı, esnek ve yerel üretim yapılmasını sağlamaktadır. Textprocess Fuarı'nda üç mikro-fabrika çeşidi sergilendi:

- Birinci üretim bandı hazır giyim üretimi yapmaktadır,
- İkinci üretim bandı üç boyutlu ayakkabı üretimi yapmaktadır,
- Üçüncü üretim bandı ayakkabı, mobilya vb. sektörler için teknik tekstiller imalatı yapmaktadır.

RWTH Aachen Üniversitesi ile sektör ve akademi dünyasından partnerler tarafından 'Akıllı Tekstiller Mikro-Fabrikası' örneği ile akıllı tekstiller segmentinde tasarımdan nihai ürüne kadar olan süreç sergilendi.

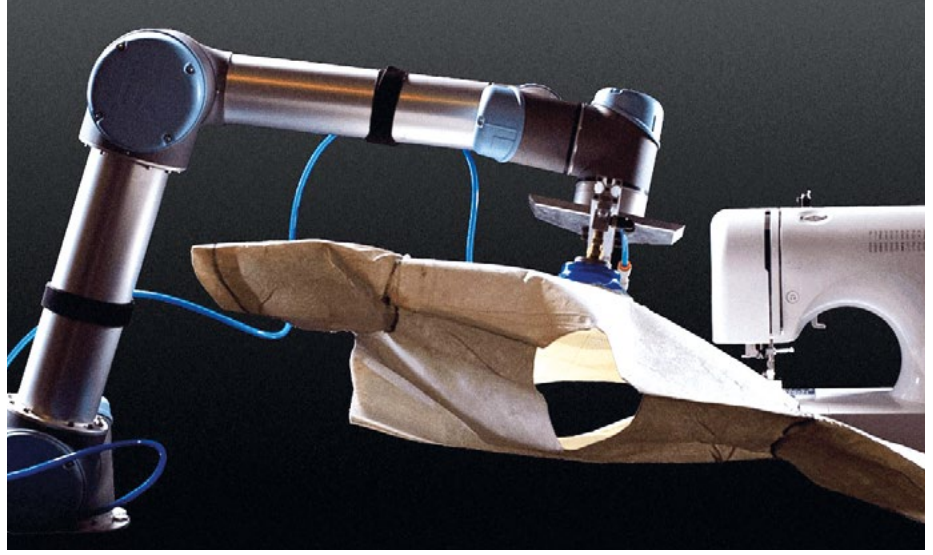
Texprocess Fuarı'nda ayrıca bazı firmalar 'Dijital Moda Dünyası' şemsiyesi altında görüntüleme, CAD kesim sistemleri, otomatik vücut-kitle hesaplaması ve süreç otomasyonu alanlarında ürünlerini sergileyerek, değer zinciri içinde ürünlerinin nasıl birbiriyle entegre olduğunu ve kombine bir şekilde kullanıldığını gösterdi.

MODA ENDÜSTRİSİ 'DİJİTAL HAZIRGIYIM MİKRO-FABRİKASI'NDA BAŞROL OYNAYACAK

Fuarda sergilenen hazır giyim mikro-fabrikası, moda endüstrisinin 'Dijital Tekstil Mikro-Fabrikası'nda merkezi bir rol oynadığını gösterdi. Dijital mikro-fabrika sayesinde imalatçı, müşteriye fiziksel giyim numuneleri göstermek yerine numuneleri görsel objeler olarak gösteriyor. Yine üretim sürecinde müşteri ürünün tasarımına direkt müdahale ederek, istediği tasarımı elde edebiliyor. Müşterilere fiziksel numune yerine üç boyutlu görsel objelerin gösterilebilmesi ve müşterilerin tasarım aşamasında ürüne müdahale edebilmelerinin sektörde ilk kez başarılı olduğunu belirtiyor.

18 DAKİKADA AYAKKABI SAYISI ÜRETİMİ

Fuarda sergilenen diğer bir mini-fabrika çeşidi olan ayakkabıların örme üst bölümlerinin üretim süresi ise dikkat çekiciydi. Üç boyutlu imajdan ayakkabının örme üst bölümünün üretilmesi süreci bu mikro-fabrikada sadece 18 dakika sürüyor. Fuarda sergilenen diğer bir mini-fabrika çeşidi de ayakkabı ve mobilya gibi sektörler için üretim yapılan teknik tekstiller üretim bandıydı. Bu üretim bandında her müşteri için ayrı ayrı bireyselleşmiş üretim yapılabiliyor ve otomatik robot kolu vasıtasıyla otomasyon üretim gerçekleştirilebiliyor.



HAZIRGIYIM ÜRETİMİNİ GELECEKTE NASIL BİR TEKNOLOJİ BEKLİYOR?

Fuarda sergilenen bu yenilikçi teknolojiler, hazır giyim endüstrisinin dijitalleşme, otomasyon, robotlaşma ve yapay zekayı üretim sürecine nasıl entegre edebileceği ve gelecekte sektörde kullanılabilecek teknolojiler hakkında ipucu veriyordu.

Birçok üretici halihazırda değer zincirini dijitalleştirme üzerinde çalışıyor. Tasarım ve koleksiyon kreasyonunda 3 boyutlu vücut tarayıcıları ve 3 boyutlu simülasyon yazılımı kullanılıyor. Materyallerin tasarlanması ve kesilmesi aşamalarında robotlar ve otomatik kollar kullanılıyor.

Bireyselleşmiş ürünlere olan talebin artması, otomasyon ve dijitalleşmeye olan ihtiyacı da artırıyor. Özel yazılım ve online platform sayesinde müşteri kendi bireysel siparişini direkt üreticiden sipariş edebilirken, imalatçı da robotlar ve otomasyon sayesinde müşterinin tasarım ihtiyacını ve bireyselleşmiş siparişini birebir üretebiliyor. Dijital platformlar sayesinde müşteriler kendi bireysel tercihlerini ve biometrik özelliklerini üreticiye direkt iletebilirken, üretici de üretimdeki otomasyon sayesinde sipariş birebir karşılayabiliyor.

Son olarak bir kez daha tekstil ve moda sektörlerinde sürdürülebilirliğin ne kadar önemli olduğu ve gelecekte bu sektörlerde sürdürülebilirlik kavramının daha da önem kazanacağı ve bu kavramı içselleştiremeyen firma ve markaların ayakta kalamayacakları herkesin ortak görüşü olarak öne çıkıyor.

Müşterilere fiziksel numune yerine üç boyutlu görsel objelerin gösterilebilmesi ve müşterilerin tasarım aşamasında ürüne müdahale edebilmelerinin sektörde ilk kez başarılı olduğunu belirtiyor.

**18
DAKİKA**

Üç boyutlu imajdan ayakkabının örme üst bölümünün üretim süreci



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

KIDEM TAZMİNATINDAN GELİR VERGİSİ KESİNTİSİ İADESİ

Karşılıklı anlaşma suretiyle iş akdinin sonlandırılması halinde yapılan, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları çeşitli adlar altında yapılan ödemelerin kıdem tazminatı tutarına isabet eden kısmının gelir vergisinden istisna olduğu hüküm altına alınmıştır.

Son günlerde en çok konuşulan konuların başında kıdem tazminatı ödemeleri üzerinden yapılan gelir vergisi kesintilerinin iade edileceği gelmektedir. 27 Mart 2018 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 7103 sayılı yasa ile 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun 25. maddesinde değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklikle karşılıklı anlaşma suretiyle iş akdinin sonlandırılması halinde yapılan, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları çeşitli adlar altında yapılan ödemelerin kıdem tazminatı tutarına isabet eden kısmının gelir vergisinden istisna olduğu hüküm altına alınmıştır. Kamuoyunda 27 Mart 2018 tarihinden önce işten ayrılan herkese geri ödeme yapılacağına dair yanlış bir algı oluşması üzerine konuya açıklık getirmek amacıyla iş bu makalemiz kaleme alınmıştır.

Kıdem Tazminatı; Belirli bir süre çalıştıktan sonra işine son verilen ya da emeklilik dolayısıyla işinden ayrılmak durumunda bulunan işçiye, çalıştığı süreye göre topluca yapılan ödemedir.

İkale Sözleşmesi ise işçi ve işveren arasında daha önce karşılıklı olarak akdedilen hizmet sözleşmesinin, sözleşme serbestisi prensibince yine karşılıklı olarak anlaşma neticesinde sona erdirildiği sözleşmedir.

7103 Sayılı Yasa Öncesi Uygulama;

Kıdem tazminatı dışında kalan ikale veya karşılıklı sonlandırma sözleşmesi kapsamında ödenen tazminatlar, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları çeşitli adlar altında yapılan ödemeler ve yardımlar ücret olarak nitelendirilerek tevkifata tabi tutulmaktaydı.

7103 Sayılı Kanun ve 303 No’lu Gelir Vergisi Genel Tebliği Sonrasında Uygulama; 7103 sayılı Kanun ile hizmet erbabına iş sözleşmesi sona erdikten sonra çeşitli adlar altında (iş kaybı, iş sonu, iş güvencesi, karşılıklı sonlandırma sözleşmesi ve ikale sözleşmesi tazminatı gibi) yapılan ödemelerin gelir vergisi ve istisna karşısındaki durumuna ilişkin aşağıdaki düzenlemeler yapılmıştır:

- Kanunun 7’nci maddesi ile GVK’nun 61’inci maddesinin üçüncü fıkrasına 7 numaralı bent eklenmek suretiyle, hizmet sözleşmesi sona erdikten sonra; karşılıklı sonlandırma sözleşmesi veya ikale sözleşmesi kapsamında ödenen tazminatlar, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları gibi çeşitli adlar altında yapılan ödemeler ve yardımlar ücret sayılan ödemeler arasında dahil edilmiştir.

- Kanunun 5’inci maddesi ile GVK’nun 25’inci maddesinin birinci fıkrasının (7) numaralı bendi (a) ve (b) bendi şeklinde yeniden düzenlenmiş, eski (7) numaralı bent hükmü (a) alt bendi olarak aynen korunmuş (yani

27.03.2019

Gelir vergisi kesintisi istisnası yürürlük tarihi



1475, 854 ve 5953 sayılı Kanunlara göre ödenen kıdem tazminatlarından istisna edilen tutarlar aynen devam ettirilmiş), (b) alt bendi ile hizmet erbabının tabi olduğu mevzuata göre bu bendin (a) alt bendinde belirtilen istisna tutarının hesabında dikkate alınmak şartıyla, hizmet sözleşmesi sona erdikten sonra; karşılıklı sonlandırma sözleşmesi veya ikale sözleşmesi kapsamında ödenen tazminatlar, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları gibi çeşitli adlar altında yapılan ödemeler ve yardımlar gelir vergisinden istisna edilmiştir. Ödemeler üzerinden bir defalık istisna uygulanması, istisnayı aşan tutarların ise ücret olarak gelir vergisine tabi tutulması hükme bağlanmıştır.

Her iki düzenleme de Kanun'un yayım tarihi olan 28.03.2018 itibarıyla yürürlüğe girmiştir.

7162 Sayılı Kanun İle Getirilen İade Hakkı; 7103 sayılı Kanun ile getirilen düzenleme 27.03.2018 tarihinden sonrasını kapsadığı için bu kez de ilgili tarihten önce yapılan kesintiler sorun olmuştur.

Bu defa 30.01.2019 tarihindeki Resmi Gazete'de yayınlanan 7162 sayılı Kanun ile Gelir Vergisi Kanunu'na geçici 89. madde eklenerek bu sorun çözülmeye çalışılmıştır.

Geçici 89. Madde: 27/3/2018

tarihinden önce karşılıklı sonlandırma sözleşmesi veya ikale sözleşmesi kapsamında ödenen tazminatlar, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları gibi çeşitli adlar altında yapılan ödemeler ve yardımlar üzerinden tevkif edilerek tahsil edilen gelir vergisi, hizmet erbabının düzeltme zamanasını süresi içerisinde tarha yetkili vergi dairelerine başvurmaları ve dava açmamları, açılmış davalardan vazgeçmeleri şartıyla 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun düzeltmeye ilişkin hükümleri uyarınca red ve iade edilir...

Karşılıklı sonlandırma sözleşmesi ve ikale sözleşmesi kapsamında yapılırsa dahi, ek tazminat niteliğinde olmayan, ihbar tazminatı, normal ücret, yıllık izin ücreti, hizmet primi, ve ikramiye gibi ödemeler üzerinden kesilen vergilerin iadesi söz konusu değildir.

Sonuç: Yapılan düzenleme yargı mercilerinin verdiği kararlara uygun bir düzenlemedir. Yine bu düzenleme birçok ihtilafın önüne geçmesi adına faydalı bir düzenlemedir. Yukarıda ayrıntılarına yer verilen şartlara uyum sağlayan çalışanların yine tebliğle belirlenen usullere uygun olarak, ilgili vergi dairesi müdürlüklerine müracaatlarını yapmaları gerekmektedir.



Kıdem tazminatı dışında kalan ikale veya karşılıklı sonlandırma sözleşmesi kapsamında ödenen tazminatlar, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları çeşitli adlar altında yapılan ödemeler ve yardımlar ücret olarak nitelendirilerek tevkifata tabi tutulmaktaydı.



AV. H. OZAN ÖGÜT
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

Yargıtay, mutlaka bir 'işletmesel karar' aramaktadır. İşletmesel karar, feshe sebebiyet veren olguyu ortaya koyacak bir karardır.

İŞ GÜVENCESİ NEDİR?

Feshin geçersizliğinin tespiti talep edilebilir. İşçi, fesih bildiriminden tebliğinden itibaren bir ay içerisinde İş Mahkemesi'ne talepte bulunabilmektedir. Bu bir aylık süre hak düşürücü süredir. Ve bu davaya işe iade davası denilmektedir.

İş güvencesi aslında iş sözleşmesinin işveren tarafından keyfi olarak sona erdirilememesidir. İşverenin iş sözleşmesindeki fesih hakkını sınırlamaktadır. Dolayısıyla işçinin işini koruyan bir sistemdir. İş Kanunu madde 18 vd. maddelerinde düzenlenmiştir.

İş güvencesinden yararlanmanın koşulları ise,

1-Belirsiz süreli bir iş sözleşmesinin bulunması gerekmektedir.

2-İş yerinde 30 veya daha fazla işçi çalıştırıyor olması lazım.

3-İşçinin en az 6 aylık kıdeme sahip olması gerekmektedir.

4-İşçinin İş Kanunu madde 18 anlamında 'işveren vekili' niteliği taşıyamaması gerekmektedir.

Peki 'hangi işveren vekilleri iş güvencesinin kapsamı dışında tutuluyor'? sorusuna cevap verecek olursak; eğer işletme söz konusu ise, işletmenin bütününe sevk ve idare eden işveren vekilleri ve yardımcıları bu kapsamın dışındadır. Örnek verecek olursak; otelin bütününe sevk ve idare eden genel müdür ve yardımcıları iş güvencesinden yararlanamıyor. İşyerinde ise, iş yerinin bütününe sevk ve idare eden işveren vekilleri ve işçi alma- çıkarma yetkisi bulunan kişiler iş güvencesinin kapsamı dışındadır. Fakat mesela, işyerinin şubelerini şube müdürü yönetiyor ama şube müdürünün işçi alma-çıkarma yetkisi yok. Dolayısıyla bunlar iş güvencesi kapsamında yer almaktadırlar.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi bu dört koşul varsa işçi iş güvencesinin kapsamı içinde ve işveren işten çıkarmak için geçerli bir sebep göstermek zorundadır. Peki geçerli nedenden maksat nedir?

1-İşçinin yeterliliğinden kaynaklanan nedenler:

Yeterlilikten kasıt aslında performanstır. İşçinin performans düşüklüğü aslında bir fesih sebebidir. Düzenli performans değerlendirilmesi yapılmalıdır. Örneğin, kısa süreli sık sık hastalanma geçerli bir fesih sebebidir.

2-İşçinin davranışlarından kaynaklanan nedenler:

İşçinin davranışlarının işyerinde olumsuzluklara sebebiyet vermesi aranmaktadır. Mesela, işçi işyerinde sürekli ortalıkta dolaşüyor, çok uzun süre telefonda konuşuyor, işe sürekli geç geliyor, rahatsız edecek şekilde borç para istiyor, huzursuzluk çıkarıyor ise ya da işçinin maaşına sürekli haciz gelmesi (Yargıtay) birer geçerli nedendir.

3-İşletmenin, işyerinin veya işin gereklerinden kaynaklanan nedenler:

Günümüz şartlarını da dikkate aldığımızda, bu hususa verilebilecek en iyi örnek; işyerinin ekonomik krizde olmasıdır. Burada bakmamız gereken, mutlaka bir iş gücü fazlalığının bulunması gerekmektedir. İş hacminde bir azalma olabilir veya iş yerlerinin birleştirilmesi olabilir.

Yargıtay, mutlaka bir 'işletmesel karar' aramaktadır. İşletmesel karar, feshe sebebiyet veren olguyu ortaya koyacak bir karardır. Bu sebebi de yazması lazım. Yazarken de bir norm kadro hazırlaması gerekmektedir. Norm kadrodan kasıt; mesela Mısır ile bir iş yaparken 500 işçi çalıştırıyordum, şiparişler benim %30'unu karşılıyordu. Artık Mısır ile bir iş yapmıyorum. 500 işçinin %30'u yani 150 işçiyi çıkartmam lazım, daha fazlasını değil.

Önemle belirtmemiz gerekirse, feshin son çare olması ilkesine uyulması

zorunludur. Feshin son çare olması ilkesi Medeni Kanun madde 2'den kaynaklanmaktadır. Mesela, işverenin birden çok işyeri vardır burada iş veremeyecektir fakat başka iş yerinde görevlendirebilir. Örneğin, bir banka bazı şubelerini kapattı ise diğer şubelerine bakmalı acaba işçi görevlendirilebiliyor mu diye. Ya da işyerinde yazışılan dil Fransızca idi İngilizce'ye çevrildi. Önce işçiye eğitim verilebiliyorsa eğitim verilecek.

Geçerli fesih sebebini işveren ispat etmek zorundadır. İşveren İş Kanunu'nun 19. maddesindeki usule uymak zorundadır. Buna göre;

1-Fesih yazılı yapılmalı.

2-Fesih sebebi açık ve kesin olarak belirtilmeli.

3-İşçinin yeterliliği ve davranışlarından kaynaklanan fesihlerde işçinin yazılı savunması alınmalı.

Yukarıda saydığımız bu üç madde de geçerlilik şartlarıdır.

Feshin geçersizliğinin tespiti talep edilebilir. İşçi, fesih bildiriminden itibaren bir ay içerisinde İş Mahkemesi'ne talepte bulunabilmektedir. Bu bir aylık süre hak düşürücü süredir. Ve bu davaya işe iade davası denilmektedir.

Eğer fesih geçersiz ise,

- İşçinin işe iadesine karar verilir. İşçi 10 iş günü içerisinde işverene başvurmak zorundadır. İşveren de bir ay içerisinde işe almak zorundadır.

- Dava süresine ilişkin dört aylık ücret ve diğer hakların tahsiline karar verilir.

- İşçinin işe alınmaması durumunda 4 ila 8 aylık ücret tutarında tazminat ödenmesine karar verilir.

“

İşçinin performans düşüklüğü aslında bir fesih sebebidir. Düzenli performans değerlendirilmesi yapılmalıdır. Örneğin, kısa süreli sık sık hastalanma geçerli bir fesih sebebidir.





“YARININ MASALLARI BUGÜNDEN YAZILIR” SERGİSİ DÜZENLENDİ

Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Tekstil Teknolojisi alanı öğrenci ve öğretmenleri ülkemize, sektöre, mesleki eğitime değer katacak benzersiz bir moda sergisi hazırladılar. “14 kişi, 14 masal kahramanı” konseptiyle hazırlanan sergide eski masal kahramanları günümüzde nasıl giyinirlerdi sorusuna cevap veriliyor. 25 Nisan 2019 tarihinde Avcılar Barış Manço Kültür Merkezi’nde gerçekleşen açılışta Avcılar İlçe Milli Eğitim Müdürü Emin Engin, mezun olacak öğrencilere alanlarında en iyisi olmalarını tavsiye etti.

YOĞUN ÇALIŞMA, YOĞUN EMEK

14 masal kahramanının hem gece hem gündüz kıyafetleriyle tasarım oluşturan öğrenciler, sponsor markalardan yardım aldılar. Tekstil teknolojisi öğretmenlerinden Gülgün Yıldırım öğrencilerin hazırlanma süreciyle ilgili şunları söyledi: “Öğrencilerimiz seçtikleri

masal kahramanlarının değişim süreçlerini araştırarak, uygun görsel verileri oluşturdular. Masal kahramanları bugün yaşasaydı nasıl olurdu diyerek çizimler yaptılar. Sponsor firmalarımızla iş birliği içinde çalışarak, bir kombinin her detayını kendileri oluşturdular ve böylece sergimiz ortaya çıkmış oldu.”

“HAYATA FARKLI YERDEN BAKABİLMEK İÇİN SANAT ŞART”

Açılışa katılan Avcılar İlçe Milli Eğitim Müdürü Emin Engin öğrencilere sanatın hayatı renklendiren bir parçası olduğunu anlatarak tavsiyelerde bulundu. “Öğrencilerimiz sadece ders odaklı olduklarında onları kaybediyoruz. Hayat belli sıklardan ibaret değil. Farklı bakış açıları kazanabilmek için bol bol okumak ve sanatla iç içe olmak gerekiyor” diyen Engin, öğrencilere bir işi yapmak için nasıl davranmaları gerektiği tavsiyesinde bulundu.

İSTANBUL MODA AKADEMİSİ’NDE 2019 GÜZ EĞİTİM DÖNEMİ KAYITLARI BAŞLADI!

Moda sektörünün ihtiyaç duyduğu güncel meslek kollarını belirleyen ve buna yönelik eğitim programları geliştirerek, sektörün gelişmesinde ve yeni istihdam alanlarıyla zenginleşmesinde öncü rol oynayan İMA, Profesyonel Gelişim Programları, Akademik Programlar ve Yaz Okulu olmak üzere üç ana başlıkta devam eden güz eğitim dönemi kayıtlarını almaya başladı.

İMA, modanın merkezi Nişantaşı’nda yer alan binasında, Türkiye’nin en yetkin ve kapsamlı moda okulu olarak moda tasarımı, moda yönetimi, moda iletişimi ve medya ile teknoloji ve ürün geliştirme alanlarında çok geniş başlıklarda eğitim veriyor. Okul, sektör çalışanları ve moda alanında kariyer hedefleyen herkese moda tasarımından moda yönetimine; moda fotoğrafçılığı ve styling’den modelistlik ve görsel mağazacılığa kadar çok çeşitli

eğitimler sunuyor. Yaratıcılıkla görsel teknolojiyi birleştiren bir sistem benimseyerek, moda sektörünün temas ettiği her alanda eğitim veren İMA, en yetkin akademik kadro ve sektör profesyonelleriyle de gücünü pekiştiriyor.

Ayrıcalıklarla dolu bir moda eğitimi olarak moda profesyonelleri arasına katılmak isteyenler, 27 Mayıs – 27 Haziran tarihleri arasındaki ‘Erken Kayıt’ dönemini değerlendirebilir.

İMA, 27 Mayıs – 27 Haziran tarihleri arasında devam edecek olan erken kayıt döneminde katılımcılara Profesyonel Gelişim Programları’nda yüzde 10 oranında indirim fırsatı sunuyor.



6 MAYIS, PAZARTESİ
**MODA ÇİZİM
TEKNİKLERİ**
(BAŞLANGIÇ DÜZEYİ)

Süre: 18 Saat (3 Saat x 6 Gün)
Gün ve Saat:
P.tesi – Perşembe 18:30 – 21:30
Eğitmen: VERONIQUE POLAT



7 MAYIS, SALI
**MODADA
INFLUENCER
PAZARLAMASI**

Süre: 12 Saat (3 Saat x 4 Gün)
Gün ve Saat:
Salı – Perşembe 18:30 – 21:30
Eğitmen: BESTE EŞERLER



10 MAYIS, CUMA
TRİKO ve ÖRME

Süre: 6 Saat (1 Gün)
Gün ve Saat:
Cuma 10:00 – 17:00
Eğitmen: DENİZ SARRAFİ



13 MAYIS, PAZARTESİ
**KARAKTER
VE PSİKOLOJİYE
GÖRE GİYİM**

Süre: 12 Saat (3 Saat x 4 Gün)
Gün ve Saat:
P.tesi – Çarşamba 18:30 – 21:30
Eğitmen: ZEYNEP ERKAN



13 MAYIS, PAZARTESİ
**MODA
TASARIMINDA
PHOTOSHOP:
MOOD BOARD ve PATTERN
(DESEN) OLUŞTURMA**

Süre: 15 Saat (3 Saat x 5 Gün)
Gün ve Saat:
P.tesi – Çarşamba 18:30 – 21:30
Eğitmen: UFKU SUÇSUZER



16 MAYIS, PERŞEMBE
**FİNANŞÇI
OLMAYANLAR İÇİN
FİNANS YÖNETİMİ**

Süre: 18 Saat (3 Saat x 6 Gün)
Gün ve Saat:
Perşembe 10:00 – 17:00
Eğitmen: SELDA EKE



21 MAYIS, SALI
**STİL
DANIŞMANLIĞINA
GİRİŞ 2: KENDİ STİL
DANIŞMANIN OL**

Süre: 12 Saat (3 Saat x 4 Gün)
Gün ve Saat:
Salı – Perşembe 18:30 – 21:30
Eğitmen: TULİN KERMEN



31 MAYIS, CUMA
**SAHNE ve
OBJEKTİF
MAKYAJI**

Süre: 12 Saat (6 saat x 2 Gün)
Gün ve Saat:
Perşembe – Cuma 10:00 – 17:00
Eğitmen: TUĞÇE DİLAVERLER



31 MAYIS, CUMA
**İHRACAT
STRATEJİLERİ
VE YENİ PAZARLAR
BULMA**

Süre: 6 Saat (1 Gün)
Gün ve Saat:
Cuma 10:00 – 17:00
Eğitmen: HAKAN OKAY

**Bu sezon
kısa eğitim-
ler moda.**

HAZIRGIYİM İHRACATI

Ocak-Nisan döneminde AB'ye yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 3,7 düşerek 4,1 milyar dolar oldu.

Ocak-Nisan döneminde ABD'ye yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 10,5 arttı.

Ocak-Nisan döneminde Orta Doğu ülkelerine hazırgiyim ihracatı yüzde 20,3 artarak 816 milyon dolar oldu.

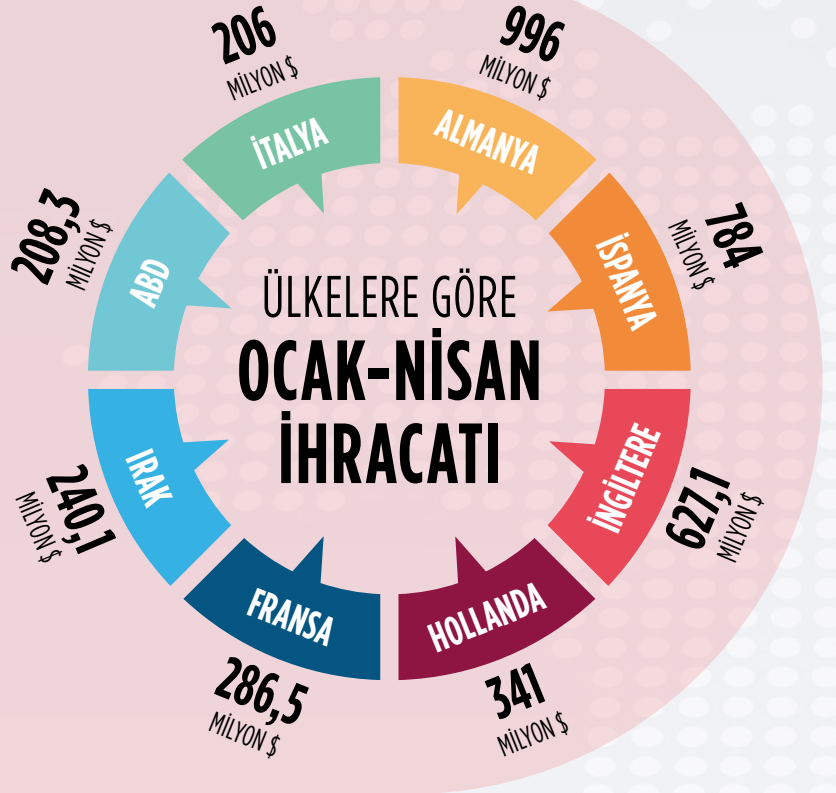
OCAK-NİSAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,7 ARTIŞLA
6 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI AB ÜLKESİ

SLOVAKYA
% 111,1

Ocak-Nisan döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı Avrupa Birliği ülkesi, yüzde 111,1 artışla Slovakya olurken, ihracatta öne çıkan ülkeler arasında Beyaz Rusya'ya ihracat, yüzde 99,4, Macaristan'a yüzde 65,2 ve Libya'ya yüzde 54,4 arttı.



**TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HAZIRGIYİMİN PAYI**

% 10,1

OCAK-NİSAN 2019

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-NİSAN DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE
AKSESUARLARI

3

MİLYAR \$

DOKUMA GİYİM
VE AKSESUARLARI

2,3

MİLYAR \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR
VE EV TEKSTİLİ

631

MİLYON \$

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

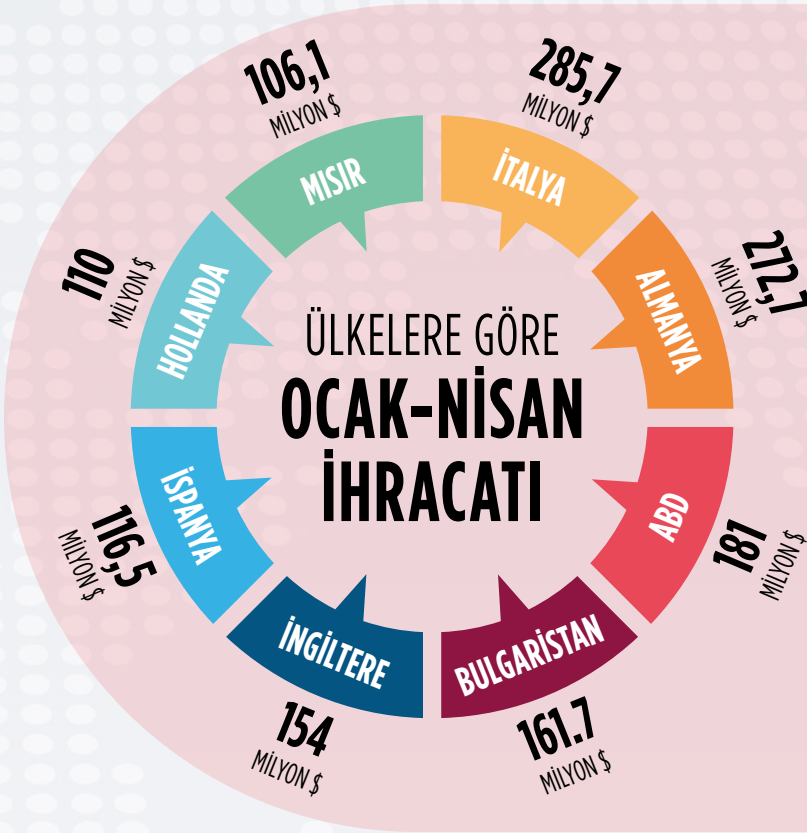
OCAK-NİSAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 5,8 DÜŞÜŞLE
3,3 MİLYAR DOLAR
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

Ocak-Nisan döneminde AB'ye ihracat yüzde 9,6 azalarak 1,7 milyar dolar değerinde gerçekleşti.

Ocak-Nisan döneminde Brexit sürecindeki İngiltere'ye yapılan ihracat yüzde 5,3 artarak 154 milyon dolara ulaştı.

Ocak-Nisan döneminde tekstil ve hammaddeleri sektörü, 186 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-NİSAN İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE KIRGIZİSTAN % 177,7

Ocak-Nisan döneminde tekstil ve hammaddeleri ihracatının en fazla yapıldığı ilk 50 ülke arasında, Kırgızistan'a yapılan ihracat, yüzde 177,7 artarken, Endonezya'ya yapılan ihracat, yüzde 94,5, Beyaz Rusya'ya yapılan ihracat yüzde 60,3 arttı.

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-NİSAN DÖNEMİ İHRACATI

DOKUMA
KUMAŞLAR
801,7
MİLYON \$

İPLİK
634,7
MİLYON \$

TEKNİK
TEKSTİL
592,8
MİLYON \$

EV TEKSTİLİ
579
MİLYON \$

TEKSTİL VE
HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNÜN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 5,6
OCAK-NİSAN 2019

DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Ocak-Nisan döneminde ayakkabı ihracatı tüm zamanların en yüksek Ocak - Nisan dönemi ayakkabı ihracat rekoruna ulaştı.

Ocak - Nisan döneminde Romanya, Suudi Arabistan, İspanya ve Libya'ya deri ve deri mamulleri ihracat artışı dikkat çekti.

Ocak-Nisan döneminde deri ve deri mamulleri sektörü 171 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.

OCAK-NİSAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 1,7 GERİLEYEREK
582 MİLYON DOLAR
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE NİJERYA % 107

Ocak-Nisan döneminde ilk 50 ülke içerisinde ihracatın en fazla arttığı ülkeler yüzde 107 ile Nijerya, yüzde 50,3 ile Ukrayna, yüzde 50,3 ile Dominik Cumhuriyeti oldu.



ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-NİSAN DÖNEMİ İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI
% 1

OCAK-NİSAN 2019

AYAKKABI
383
MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ
DERİ VE KÜRK
78
MİLYON \$

SARACİYE
77
MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN
GİYİM EŞYALARI
43
MİLYON \$

HALI İHRACATI

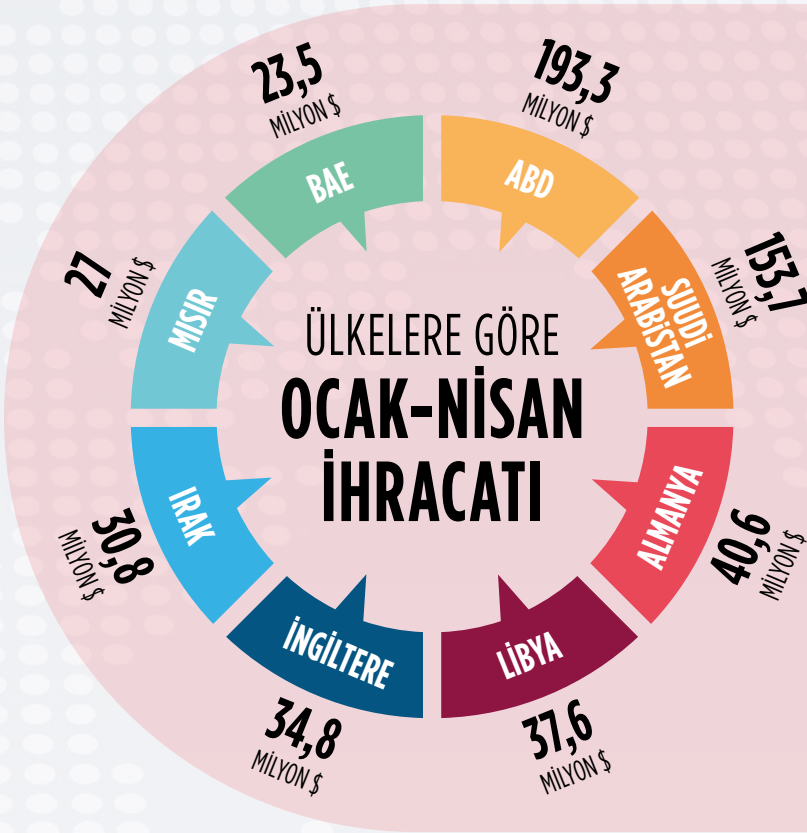
OCAK-NİSAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 8,5 ARTARAK
807,6 MİLYON DOLAR
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

Ocak-Nisan döneminde en fazla halı ihracatı, 193,3 milyon dolar değer ile ABD'ye gerçekleştirildi.

Ocak-Nisan döneminde Avusturya, Belçika, Danimarka ve İsviçre gibi gelişmiş ülkelere el halısı ihracatında artış yaşandı.

Ocak-Nisan döneminde el halısı ihracatı azalırken, makine ve tüfte halı ihracatında artış oldu.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-NİSAN İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

LİBYA
% 207

Ocak-Nisan döneminde ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 207 ile Libya olurken, aynı dönemde Etiyopya'ya'ya ihracat yüzde 104,4, Yemen'e ihracat yüzde 87,4 arttı.

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-NİSAN DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE
HALILARI

697,5
MİLYON \$

TÜFTE
HALILARI

105,2
MİLYON \$

EL
HALISI

14,8
MİLYON \$

**TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HALININ PAYI**

% 1,4

OCAK-NİSAN 2019



İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (İTKİB)

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

TİCARET BAKANLIĞI

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



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii
Sanayi Cd. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul
Tel: 0212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0212 454 04 13 / 454 04 83
e-mail: tim@tim.org.tr
Web: www.tim.org.tr



İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-posta: akib@akib.org.tr
Web: www.akib.org.tr

Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB)

Tel: 0 442 214 11 85-86
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-posta: daibarge@daib.org.tr
Web: www.daib.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

Tel: 0 342 211 05 00
Faks: 0 342 211 05 09
e-posta: gaibevrak@gaib.org.tr
Web: www.gaib.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

Tel: 0 454 216 24 26
Faks: 0 454 216 48 42
e-posta: kib@kib.org.tr
Web: www.kib.org.tr

Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB)

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

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB)

Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01 - 02
e-posta: dkib@dkib.org.tr
Web: www.dkib.org.tr

İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
e-posta: immib@immib.org.tr
Web: www.immib.org.tr

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05
e-posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web: www.oaib.org.tr

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)

Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 258 274 72 22-62
e-posta: denib@denib.gov.tr
Web: www.denib.gov.tr

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-posta: eib@egebirlik.org.tr
Web: www.egebirlik.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-posta: iib@iib.org.tr
Web: www.iib.org.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

Tel: 0 224 219 10 00
Faks: 0 224 219 10 90
e-posta: uludag@uib.org.tr
Web: www.uib.org.tr

İLGİLİ KURUMLAR

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 549 36 12
Web: www.aysad.org

Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

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

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

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

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

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

Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD)

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

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
Web: www.mesiad.org.tr

Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

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

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56
Web: www.tgsd.org.tr

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

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

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

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

Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)

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

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

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

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

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

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

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

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60
Web: www.trisad.org

İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66
Web: www.ihkibev.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

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

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

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

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

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

Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

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

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

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSAD)

Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Web: www.kysad.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



Green & **C**ountry

Factory

Güvenç St. No:17 Bomonti / Şişli - İstanbul TR.
Tel: +90 (212)233 30 75-76 Fax: +90 (212)231 30 73

Store

Hacımansur St. No:62 Osmanbey / Şişli- İstanbul TR.
Tel: +90 (212)233 61 18 - 233 68 26 Fax: +90 (212)233 73 92

www.green-country.com.tr

INO[®]

ZIPPERS / ACCESSORIES

#artoffinesse