

AŞILAMADAKİ HIZ İHRACATA OLUMLU YANSIYOR



Tercihim Tekstil Mühendisliği burs projesi bu yıl da başarıyla sürüyor

İhracatçı birlikten tarafından hayata geçirilen proje sayesinde öğrenciler burs ve iş olanağına sahip oluyor.

İhracatçı firmalara pazara giriş belgeleri desteği

Pazara giriş belgelerine yönelik harcamaların belirli bir bölümü, firmaların ihracat yetkinliklerini artırmak amacıyla devlet tarafından destekleniyor.

 StyleShoots

Yatay Çekimler için
Fotoğraf Stüdyosu



Styleshoots Horizontal'i Instagram'da
keşfetin! @astasjuki

ASTAS JUKI

Astaş Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Koçman Cad. No: 57 34212 Güneşli/İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) Faks: (0212) 630 89 27 Web: www.astasjuki.com - E-mail: cadcam2@astasjuki.com

     /astasjuki

İTKİB HEDEF

İÇİNDEKİLER

KONULAR

64

Fark Yaratıcılar

DR. A.BÜLENT SABUNCU:
"MÜŞTERİYİ EN ÖNE
KOYMAK, KOTON'U
HER ZAMAN DOĞRU
İSTİKAMETTE TUTTU"

70

Anadolu'da Yatırım

İBRAHİM DUMAN:
"YATIRIM YAPAN
FİRMALAR, KRİZLERDEN
DAHA SAĞLAM ÇIKIYOR"

İÇİNDEKİLER

48



BÖLÜMLER

06

Kısa Haberler

Kişisel koruyucu donanım ürünleri ihracatında hibe uygulaması kaldırıldı

48

Kapak

*Dünya aşılanıyor
Türkiye, ihracatta hedef büyütüyor*

56

Tesvikler

Pazara giriş belgeleri desteği

58

Gündem

Tercihim Tekstil Mühendisliği projesi sektöre nitelikli iş gücü kazandırıyor

84



74

Sektörel Buluşmalar

TASD, ayakkabı sektörünün yaşadığı sorunları anlattı

82

Moda Tasarımcısı

ASLI JACKSON:
"Eklektik köklerine aşık bir tasarımcıyım"

84

Etkinlik

*Premiere Vision New York fuarı,
Türk firmaların yoğun katılımıyla düzenlendi*

86

Kültür

*Kültür mirasına yolculuk
Yörük Müzesi*



İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.
Mustafa BEKTAŞ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Hikmet ÜNAL

YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan TEPE

Bekir Burak UYGUNER

İbrahim GEYİKOĞLU

YAYIN KURULU

HAZIR GIYİM

İlker KARATAŞ

Mithat SAMSAMA

TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ

Ali Sami AYDIN

Orhan AYDIN

Fatma UÇURUM

DERİ

İlhan KUŞELİ

Serkan CEVAHİRCİOĞLU

HALI

Bülent METİN

Haşim GÜRELİ

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.

Diş 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



YAYINA HAZIRLIK

AJANS BAŞKANI

Selda YEŞİLTAS

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

ŞEF EDITÖR

Peri ERBUL

GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ

EDİTÖR

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Fatih YALÇIN

REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULLUSOY

ilknur@viyamedya.com

REKLAM SORUMLUSU

Sırma SAMAY YABANCI

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİSANTASI - SİSİLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com

Twitter Facebook Instagram

/viyamedya

ÖZGÜN OFSET

Seyrantepe, Aytekin Sok. No:21, 34418

Kağıthane/İstanbul

Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflar tırsız kullanılmaz.
Dergimizde yer alan ilan, yazı ve fotoğrafların sorumluluğu sahiplerine aittir.

brother

GTX pro Bulk

ENDÜSTRİYEL DİJİTAL BASKI MAKİNESİ



Video için Tarayınız



EN YÜKSEK BASKI KALİTESİNİ EN UCUZA ÜRETİN

Ayrıntılı Bilgi :

www.ugurbrother.com | uguras@brothertr.com | www.ugurbrother.com

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ
UĞUR
M A K İ N A

444 0 915

GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD
GOTS

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
ECO PASSPORT

innobella
TEXTILE

Yeşil Mutabakat Eylem Planı Genelgesi yayımlandı



CUMHURBAŞKANI Recep Tayyip Erdoğan, Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan Yeşil Mutabakat Eylem Planı'na ilişkin bir genelge yayımlayarak plan çerçevesinde gerekli koordinasyonu sağlamak üzere Yeşil Mutabakat Çalışma Grubu oluşturulduğunu duyurdu.

Uluslararası ekonominin ileri gelen aktörlerinin yeşil dönüşüme yönelik hedefler belirlediğine vurgu yapan Erdoğan; "Avrupa Yeşil Mutabakatı ile AB politikalarında öngörülen değişiklikler, uluslararası ticaret ve ekonomide meydana gelen dönüşüm ile 2023 ve kalkınma hedeflerimiz doğrultusunda; ekonomimizin lokomotifini oluşturan ihracatımızda rekabetçiliğimizin korunması ve geliştirilmesi, AB ile Gümrük Birliği kapsamında tesis edilen ileri ekonomik bütünleşme ile ülkemizin küresel ekonomiye ve tedarik zincirlerine sağladığı entegrasyonun güçlendirilmesi bakımından büyük önem arz etmektedir" ifadelerini kullandı.

YEŞİL MUTABAKAT ÇALIŞMA GRUBU OLUŞTURULDU

Yeşil Mutabakat Çalışma Grubu; Ticaret Bakanlığının ilgili bakan yardımcısının başkanlığında, Strateji ve Bütçe Başkan Yardımcısı ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Çevre ve Şehircilik, Dışişleri, Enerji ve Tabii Kaynaklar, Hazine ve Maliye, Millî Eğitim, Sanayi ve Teknoloji, Tarım ve Orman, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlıklarının bakan yardımcılarının katılımıyla oluşturuldu. Erdoğan; "Çalışma grubuna yardımcı olmak amacıyla ihtisas çalışma grupları oluşturulabilecektir. Tüm çalışma ve toplantılara, ihtiyaç duyulması halinde ilgili kurum ve kuruluşların yanı sıra üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, meslek birlikleri, konu ile ilgili özel sektör temsilcileri de dahil edilebilecektir" dedi.



Kişisel koruyucu donanım ürünleri ihracatında hibe uygulaması kaldırıldı

DEVLET Malzeme Ofisi (DMO), internet sitesinde yaptığı duyuruda; kişisel koruyucu donanım ürünleri ihracatında hibe uygulamasının 16 Temmuz itibarıyla kaldırıldığını açıkladı. Açıklamada koronavirüs salgını kapsamında kamu kurum ve kuruluşlarının ihtiyaç duydukları kişisel koruyucu donanım ürünleri taleplerinin tedarik edilmesi ve bunların dağıtımının sağlanması konularında genel müdürlüklerinin görevlendirildiği bilgisi verildi. Pandemi sürecinin başlangıcından itibaren salgının kontrol altına alınabilmesi için ülke genelinde yürürlükte olan kısıtlama döneminde uygulanan hibe-ihracat modeli ile kamu kurum kuruluşlarının kişisel koruyucu donanım ürünleri ihtiyacı tedarik edildi. Salgının kontrol altına alınması, kişisel koruyucu donanım

tedarikinde arz güvenliğinin sağlanması, Cumhurbaşkanlığı kabinesinde kademeli normalleşme sürecinin üçüncü etabına geçilmesi ve 1 Temmuz itibarıyla kısıtlamaların kaldırılması ile birlikte hibe-ihracat uygulaması ve TİTCK ile imzalanmış olan İhracı Yasak ve Ön İzne Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ Uyarınca Verilecek İhracat Ön izinlerine İlişkin Protokol; sonlandırıldı.

Bu çerçevede tedarikçi firmalarla imzalanan mal alım sözleşmelerinin feshedildiği, ihracat izni talebinde bulunmayan firmaların teslim ettiği ürün sayılarının 16 Temmuz'a kadar TİTCK'ya bildirileceği ve ihracat izni verilecek ürün sayısının, ürünlerin teslim tarihinde geçerli olan hibe-ihracat oranları üzerinden hesaplanacağı hususları da açıklamada yer aldı.

AYAKKABI SEKTÖRÜ, 64. AYSAF FUARINDA BULUŞTU

CNR Expo İstanbul Fuar Merkezinde bu yıl 64'üncüsü düzenlenen AYSAF-Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi fuarı, 30 Haziran-3 Temmuz tarihleri arasında düzenlendi. Ayakkabı yan sanayi sektöründe dünyanın en büyük iki fuarından biri olan AYSAF, 60 bin metrekare alanda, yerli ve yabancı 20 bin alıcı tarafından ziyaret edildi. 20'den fazla ülkeden, binin üzerinde markanın ürünlerinin yer aldığı fuarda; tabandan ökçeye, aksesuardan tekstil ve kimyevi maddelere, deri ve suni deriye kadar sektöre

yönelik tüm yeni ve yenilikçi ürünler sergilendi. Küresel ayakkabı yan sanayinin kalbinin attığı fuarda, yabancı ziyaretçi sayısı geçen yıla göre yüzde 10'luk bir artış gösterirken yabancı katılımcı firmaların, Türk satın almacılarla ürün satma isteğiyle birlikte ihracatın yanı sıra ithalata önemli bir destek sağlamış oldu. Global ticaret platformlarının öne çıkacağı yeni normal dönemde, dünyanın en büyük ayakkabı yan sanayi fuarlarından biri olan AYSAF'ın değeri de oldukça arttı.

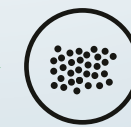
Welcome to Greener World



RECYCLED BOTTLE



FLAKE



CHIP



RECYCLED YARN

POLY - eco is an eco - friendly yarn, reducing raw material consumption by recycling used pet bottle and minimizing necessary energy and greenhouse gases in the manufacturing process

KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!

"The environment is everything that isn't me."

-Albert Einstein



OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100
07.MO.49689 HOHENSTEIN HTTI

Tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/standard100



OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
STeP
19001236 HOHENSTEIN HTTI

Sustainable Textile & Leather Production.
www.oeko-tex.com/step



OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN LEATHER
LEATHER STANDARD
19.0.89455 HOHENSTEIN HTTI

Leather goods tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/leatherstandard



UNICERT
ISO 50001



ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 45001



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 14001



ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 9001



QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

www.kometmetal.com.tr

 @kometmetal

 kmt@kometmetal.com.tr

 +90 212 481 22 17

Sedex Member

www.kometmetal.com.tr

Modada 2030 trendleri belirlendi

KPMG, COVID-19 sonrasında değişen moda trendlerini ve tüketicinin moda anlayışının nasıl şekillendiğini inceledi. 'Geleceğin Modasını Görmek' başlıklı araştırmada, 'sürdürülebilir moda' ve 'modada dijitalleşme' başlıkları öne çıktı. Bu trendlerin, gelecek 10 yıla damga vurması bekleniyor. Tüketicisi ise ihtiyaca göre ısıtan/soğutan, renk değiştiren, sağlık sorunları teşhisini destekleyen ürünler bekliyor.

Araştırmayı değerlendiren KPMG Türkiye Tüketici Ürünleri ve Perakende Sektör Lideri Gökhan Kaçmaz; "Moda endüstrisindeki yöneticiler arasında pazarın gelecekte nasıl gelişeceği ve bu gelişim doğrultusunda doğru kurumsal stratejinin nasıl kurulacağı ile ilgili belirsizlikler var. Zamanın ruhunu yakalamaya odaklı sektörde müşteri deneyimi, dijitalleşme ve hizmetin duygusallaştırılması gibi konular; pandemiden sonra da önemli olacak. Bunlara ilaveten, sosyal bir trend olarak sürdürülebilirlik, moda pazarında hem endüstriyel hem de perakende açısından önem kazanıyor. Çevrim içi-çevrim dışı entegrasyon, çok kanallı yönetim, müşteri uygulamaları, sosyal medya yönetimi, platform ekonomisi 'moda' sözcükler değil; aksine birçok moda markasının stratejilerini şekillendiren kavramlar" diye konuştu.



E-ticaretin tüketicilere sunduğu kolay alışveriş imkânı, ürün çeşitliliği, fiyat uygunluğu ve zaman tasarrufu gibi kritik faktörlerin yanı sıra önümüzdeki birkaç yıl içinde sektörde yüzde 20'nin üzerinde istihdam artışı kaydedilmesi bekleniyor. Önümüzdeki yıllarda daha fazla firma, KOBİ ve girişim; faaliyetlerini e- ticaret ve e-ihracat gibi alanlara yönlendirecek. Bu da e-ticaret endüstrisindeki rekabetin daha da yoğunlaşacağı anlamına geliyor.

E-ihracat, sürdürülebilir büyüme kaynağı olacak

PANDEMİ döneminde e-ticaret sektörü yalnızca tüketicilerin temel mal ve hizmetlere ulaşmalarında değil, aynı zamanda işletmelerin ürünlerini veya hizmetlerini tüketicisi iletebilmelerinde kritik bir rol oynuyor. Yapılan araştırmalar, tüketicinin alışveriş alışkanlıklarında yaşanan bu değişimin büyük oranda kalıcı olduğunu ve pandemi sonrasındaki dönemde de varlığını sürdüreceğini öngörüyor. Deloitte Digital tarafından açıklanan, Ekonominin Dönüştürücü Gücü: E-Ticaret Etki Analizi 2020 raporu sonuçlarına göre 2021 yılında küresel e-ticaret hacminin yüzde 14 artış göstererek 4,9 trilyon dolar seviyelerine çıkacağı tahmin ediliyor.

E-ticaretin tüketicilere sunduğu kolay alışveriş imkânı, ürün çeşitliliği, fiyat uygunluğu ve zaman tasarrufu gibi kritik faktörlerin yanı sıra önümüzdeki birkaç yıl içinde sektörde yüzde 20'nin üzerinde istihdam artışı kaydedilmesi bekleniyor. Önümüzdeki yıllarda daha fazla firma, KOBİ ve girişim; faaliyetlerini e- ticaret ve e-ihracat gibi alanlara yönlendirecek. Bu da e-ticaret endüstrisindeki rekabetin daha da yoğunlaşacağı anlamına geliyor.



trafik yoğunluğuna sahip en büyük pazar yerleri ile iş birlikleri yapmanın değer taşıdığını söyledi. Ahmadov; "Amazon, Etsy, Allegro, Cdiscount, Tmall, Zalando, Aliexpress gibi platformlar üzerinden ağırlıklı olarak Amerika, Avrupa ve Uzak Doğu pazarlarına; Brendfoni gibi markalar ile de Azerbaycan ve BDT pazarlarına ulaşmak mümkün olabilir" dedi.

Brendfoni İş Geliştirme Direktörü Nicat Ahmadov; şirketlerin web sitelerinin çok dilli hale getirilmesi, teknolojik araçlara yatırım yapılması ve ilgili pazarlarda yerel dille etkileyici kampanyalar yürütülmesinin faydalı olacağını belirtti.

Tüm bu adımların ciddi bir yatırım istediğini ve zaman aldığını belirten Ahmadov; daha hızlı geri dönüş almak ve daha kolay şekilde yabancı pazarlara adım atmak için ilgili ülkelerin ciddi

trafik yoğunluğuna sahip en büyük pazar yerleri ile iş birlikleri yapmanın değer taşıdığını söyledi. Ahmadov; "Amazon, Etsy, Allegro, Cdiscount, Tmall, Zalando, Aliexpress gibi platformlar üzerinden ağırlıklı olarak Amerika, Avrupa ve Uzak Doğu pazarlarına; Brendfoni gibi markalar ile de Azerbaycan ve BDT pazarlarına ulaşmak mümkün olabilir" dedi.

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE SU KULLANIMINA YÖNELİK ÖNEMLİ PROJE

Su kullanımının azaltılması noktasında sektörler yeni yollar ararken Bursa'da bilim insanları, tekstil alanında önemli bir çalışmaya imza attı. Uludağ Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hüseyin Aksel Eren'in yürütücülüğünde gerçekleştirilen projede; su kullanılmadan pamuk lifinin ağartılması ve hidrofilleştirilmesi sağlandı. TÜBİTAK tarafından desteklenen deneysel çalışmanın sonuçları, uluslararası dergide makale olarak yayımlanmaya da hak kazandı.

Eren yaptığı açıklamada: "Pamuk lifi dünyada en çok üretilen ve tüketilen doğal lifdir. Türk tekstil sektörü içinde pamuğun özel bir



çıkan süperkritik karbondioksit, muazzam miktarda su tasarrufu sağlayarak temiz su kaynaklarının korunmasına ve dünyamızın sürdürülebilir olmasına önemli katkıda bulunacaktır" dedi.

Be a part of
the most
awaited
virtual trade
fair of the
year!

F2F SOURCING
SHOW 2021

2nd Edition

The virtual trade show
for Textile, Apparel & Yarn

06 to 19 SEPT 2021

Network with
Global Buyers

Generate Business
Opportunities

Get Market
Insights

Digital
Draping

360°
360° Product
Showcase

Visiting Brands

LACOSTE ZARA vf Lee GAP

HANES Brands Inc lululemon amazon.com

and many more...

Know more





Bangladeş'in hazır giyim ihracatı ilk yarıda %15 arttı

PANDEMİ sonrasında batı ülkelerinde yaşanan toparlanmanın, hazır giyim talebine olumlu yansımaları sonucunda Bangladeş'in hazır giyim ihracatı arttı. 2021 yılının ilk yarısında ülkedeki hazır giyim ihracatının yüzde 15 artış göstererek 38,76 milyar dolara çıktığı bildirildi. Bu artışa rağmen Bangladeş'in hazır giyim ihracatı, salgın öncesi döneme göre henüz yüzde 7 düşüştü görünüyor. Ülkedeki hazır giyim ihracatı, 2021 yılı haziran ayında ise ABD ve Avrupa'daki talep artışının etkisiyle bir önceki yılın aynı ayına kıyasla yüzde 31 gibi rekor bir düzeyde artarak 3,58

milyar dolara ulaştı. Sektör temsilcileri, ülkenin hazır giyim ihracatında artış bekladıklarını ancak navlun ve ham madde fiyatlarındaki artışın, beklenen büyümeyi sınırladığını ifade etti.

Hazır giyim sektörünün Bangladeş ekonomisinin belkemiği olduğu ve sektörün, ülke GSYİH'sinin yüzde 16'sını oluşturduğu biliniyor. 23 Temmuz -5 Ağustos tarihleri arasında ülkedeki tüm fabrikaların, hükümet kararı ile kapalı kalacağı bilinirken, kapanmanın ardından fabrikaların yeniden çalışmaya başlamasının zaman alacağı düşünülüyor.



Çin, pamuk standardı geliştiriyor

ÇİN'İN Sincan Bölgesi'ndeki Uygur Türklerine olan baskılar ve zorla çalıştırma uygulamaları nedeniyle bu bölgede üretilen pamuk ve pamuktan üretilen ürünlerin ABD'ye ithalatı yasaklandı. Birçok hazır giyim, ayakkabı ve spor markası da Sincan pamuğunu kullanmayacaklarını ilan etti. Söz konusu markalar, Çin hükümeti ve Çin tüketicisinden tepki gördü ve Çin pazarında boykot tehdidiyle karşı karşıya kaldı. Bu markaların ürünleri, alışveriş siteleri ve mağazalardan kaldırıldı.

Gelişmelerin ardından Çin, insan hakları ihlali ve zorla çalıştırma suçlamaları karşısında ulusal sürdürülebilir pamuk sertifika programı ve yerli pamuk standardını geliştirmeyi planlıyor. Sertifika programı ve yerli pamuk standardının, Çin Pamuk Birliği (CCA) tarafından geliştirildiği biliniyor. Birlik; diğer Çinli kuruluşlarla da iş birliği yaparken geliştirilecek ulusal program ve standardın, küresel pamuk standardı olan Better Cotton Initiative (BCI) programı ile rekabet etmesini hedefliyor.

ABD'DE HAZIR GİYİM VE AYAKKABI HARCAMALARI ARTIYOR



ABD'de hazır giyim ve ayakkabı harcamaları, üst üste üç aydır gerileme trendinde. Ülke genelinde hazır giyim ve ayakkabı tüketiminin mart ayında 487 milyar dolarken, nisan ayında 479 milyar dolara, mayıs ayında ise 474 milyar dolar seviyesine gerilediği kaydedildi. Ancak harcamaların, geçen yıllara kıyaslandığında artış gösterdiği de dikkat çekti.

ABD perakende verilerine göre ise yılın ilk beş ayında, toplam perakende satışları geçen yıla göre yüzde 23,7 oranında arttı. Hazır giyim ve aksesuar perakende satışlarında ise yüzde 81,3 oranında artış kaydedildi. Uzmanlar, önümüzdeki aylar için hem hazır giyim hem de ayakkabı sektörlerinde umutlu olduklarını belirtti.

Lenzing'den tedarik zincirinin şeffaflığını artıracak elyaf tanıma teknolojisi

Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı'yla birlikte hareketlenen ve sürdürülebilirliği odağına alan tekstil sektörü, tedarik zincirine daha fazla şeffaflık ve izlenebilirlik katacak çözümlere ihtiyaç duyuyor. Lenzing'in tekstil sektöründe bir devrim olarak nitelendirilen yeni elyaf tanıma teknolojisi, tüm tedarik zinciri boyunca izlenebilirlik ve şeffaflık sağlarken sahte ürünleri ayırt etmeye de yardımcı oluyor. Lenzing bu teknolojiyi TENCEL™ markası altındaki tüm elyaf tiplerini içerecek şekilde genişletti.



TEDARİK ZİNCİRLERİ tekstil sektörünün çevresel etkisinin yüzde 90'ından sorumludur. Bunun nedeni ise tedarik zincirinin, ham maddeden son teslimata kadar bir işin pek çok bileşeni kapsaması. Bu nedenle, bir şirketin ya da markanın çevresel etkisini azaltması için tedarik zincirini yeniden ele alması gerekiyor.

Tedarik zinciri, sera gazı emisyonlarının yüzde 80'inden fazlasını oluşturuyor. Bu da bir şirketin kendi operasyonlarından çok daha büyük sosyal ve çevresel maliyetler yaratmasına neden oluyor. Dolayısı ile sürdürülebilir, adım adım izlenebilir, şeffaf bir tedarik zinciri ile bu maliyetler önemli ölçüde azaltılabilir. Ayrıca etkileyici bir şekilde artık tüketicilerin de yüzde 70'i sürdürülebilir ürünler için daha fazla para ödeyeceğini belirtiyor.

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) raporuna göre küresel tekstil tedarik zincirinde 450 milyondan fazla kişi çalışıyor. Dolayısı ile bu zincire değer katacak, sürdürülebilir çözümler; domino etkisi gibi tüm sektöre de yayılıyor.

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE DEVRİM
Yenilenebilir ağaç ham maddesinden çevreye duyarlı özel elyaflar üreten Lenzing Grubu, inovasyon lideri olarak yenilikçi teknolojilere de öncülük ediyor. Lenzing'in tekstil sektöründe bir devrim olarak nitelendirilen yeni elyaf tanıma teknolojisi, tüm tedarik zinciri boyunca izlenebilirlik ve şeffaflık sağlarken sahte ürünleri ayırt etmeye de yardımcı oluyor.

LENZING™ ECOVERO™ markalı viskon elyaflar için kullanılan bu sistem, sektörden son derece olumlu geri bildirimler aldı. Bu geri bildirimlerin yanı sıra ağaç bazlı selülozik elyaf üreticilerinin sayısının da giderek artması üzerine Lenzing, ürünlerinin izlenebilirliğini sağlamak için bu teknolojiyi TENCEL™ markasıyla genişletti.

Lenzing'in elyaf tanıma teknolojisi, kumaş ve giysi gibi tekstil ürünlerinin farklı aşamalarında elyaf kökeninin fiziksel olarak tespit edilmesini sağlıyor. Elyafın tam izlenebilirliğini ve sahte ürünlere karşı korunmasını sağlayan bu teknoloji, markalara ve perakende zincirlerine, ürünlerinin TENCEL™ markalı lyocell ve modal elyaflardan üretildiğine dair güvence de veriyor. Ayrıca elyafların kaynak verimliliği, çevresel ve sosyal sorumluluk açısından yüksek standartları karşılayan son teknoloji kullanan üretim tesislerinde üretildiğini de garanti ediyor. Bu sistemle markalar ve tüketiciler tekstil ürünlerinin nasıl ve nerede üretildiğini net olarak görebiliyor.

Moda endüstrisindeki sürdürülebilirlik baskısıyla giderek daha fazla marka, çevreye duyarlı üretilen selülozik elyaflar tedarik etmeyi taahhüt ediyor. Lenzing'in elyaf tanıma teknolojisini kullanarak süreç boyunca elyafları takip edebilme yeteneği, tüketicilere satın aldıkları giyim ve ev tekstil ürünlerinin sürdürülebilir TENCEL™ markalı elyaflardan üretildiği güvencesini veriyor.

Domotex'te ana tema; doğal ve sürdürülebilir ortamlar



DÜNYANIN en önemli halı ve zemin kaplamaları fuarı olan Domotex, 13-16 Ocak 2022 tarihleri arasında Almanya'nın Hannover kentinde düzenlenecek. Fuarın 33'üncü sezonunda ana tema, is ve yaşam için doğal ve sürdürülebilir ortamlar olarak belirlendi. Ziyaretçilerine kapılarını açmasına bes ay olan fuarın, yüzde 95'i şimdiden katılımcı firmalar tarafından rezerve edildi. Yeni uygulamalar, trendler ve yeniliklerin sergileneceği fuar ile ilgili açıklama yapan Deutsche Messe Domotex Direktörü Sonia Wedell-Castellano; "Kaynakların dikkatli kullanımı, döngüsel ekonomi arayışı, evde ve işte kaynak yaratma, sağlık ve refah için yeni yaklaşımlar ile modern yaşamın her kesimine nüfuz eden çevrim içi ticaret dalgası toplum için kilit öneme sahip hale geldi. Bu durum, döşeme endüstrisini ve sektörün en önemli fuarı olan Domotex'i de şekillendiriyor. Sürdürülebilir ve sağlıklı malzemelerin, yaşam ve çalışma ortamlarında büyük ilerlemeler kaydettiğini ve zemin kaplamalarının tamamen yeni rollerde, yenilikçi dekoratif öğeler olarak yer almaya başladığını görüyoruz" dedi.

Domotex 2022'nin, döşeme endüstrisinin karşı karşıya olduğu temel sorunları ele alarak katılımcıların aklındaki tüm sorulara yanıt vermesi ve Hannover Sergi Merkezi'nde hibrit bir etkinlik olarak gerçekleştirilmesi planlanıyor.



Navlun maliyetlerindeki yükselişin sürmesi bekleniyor

PANDEMİNİN başlangıcından bu yana dünya genelinde navlun maliyetlerinin artması, başta ihracatçılar olmak üzere birçok sektörü olumsuz etkiliyor. Yapılan araştırmalar ve uzman görüşlerine göre küresel bazda navlun maliyetlerindeki yüksek seyirin bir süre daha devam etmesi bekleniyor.

Navlun maliyetleri; özellikle Uzak Doğu-Avrupa ile Uzak Doğu-ABD hatlarında, pandemi öncesine göre neredeyse üçe katlandı. Bu maliyetlerin uluslararası ticaretin hacmini ve mahiyetini etkiler duruma geldiği belirtiliyor. Navlun maliyetlerindeki artışın, Türkiye çıkışı ve Türkiye varışlı seferlerde de geçerli olmasına karşın; Uzak Doğu ve Çin hatlarındaki maliyet artışının çok daha fazla

olması nedeniyle Türkiye'nin, başlıca pazarı olan Avrupa'ya ve ABD'ye olan ihracatında avantaj elde ettiği düşünülüyor.

Yüksek navlun maliyetlerinin yeni normalin bir parçası haline geldiği ve uluslararası ticareti tıkanma noktasına getirdiği biliniyor. Mevcut durumdan özellikle Çin'den ve Uzak Doğu'dan ham madde ve ara mal bekleyen imalatçı sektörler etkilenirken; Avrupa gibi hazır giyim ve tekstil sektörlerinde hem ham madde ve ara mal hem de nihai ürün anlamında Çin'e bağımlı ülkelerin daha fazla etkilendiği dikkat çekiyor. Navlun maliyetlerindeki artışın ham madde, ara mal ve nihai ürün fiyatlarını artırırken küresel enflasyona sebep olması da bekleniyor.

BİRLEŞİK KRALLIK'TA PERAKENDE SATIŞLAR ARTTI



Birleşik Krallık'ta perakende satışlar, haziran 2019'daki yıllık yüzde 1,3'lük düşüşe kıyasla bu yıl haziran ayında yüzde 13,1 arttı. İngiliz Perakende Konsorsiyumu'na (BRC) göre perakende satışlar böylece, yüzde 10,4'lük üç aylık ortalama büyümenin de üzerinde bir rakama ulaştı.

Online satışların da mevcut büyümede önemli bir etkisi olduğu düşünülüyor. BRC, haziran ayı için toplam mağaza içi satışların güçlü bir büyüme kaydettiğini açıkladı.

İhraç Ürünlerde Küfe ve Rutubete Kesin Çözüm



ERDOĞDU®

GROUP

MICRO-PAK®

Unrivaled Mold & Moisture Protection



PE SHEETS

Polietilen ambalaj içine konulan deri ürünleri, tekstil, mücevher, ev tekstili vb. gibi birçok ürünü küf oluşumundan tamamen uzak tutar.

STICKERS

Ayakkabı gibi kutu içerisine konulan tüm ürünlerin küflenmesini engellemede güvenle kullanılır. Kendinden yapışkanlı ve ambalaj içinde göze batmaz.

CONTAINER DRI II

Konteyner içerisinde rutubeti kontrol altına alarak ihraç ürünlerini meydana gelebilecek küf, pas ve korozyona karşı korur.

DRI-CLAY

Plastik içermeyen ve %100 doğal bir ürün olan Dri-Clay, küfe ve rutubete karşı hassas olan birçok ürüne mümkün olan en iyi korumayı sağlar.



Erdoğan Ayakkabı Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.
Akaçburgaz Mah. 3042. Sokak No: 12 Esenyurt - İstanbul / Türkiye
Tel: 444 9 373 Fax: +90 212 671 81 27
bilgi@erdogdu.com

erdogdu.com



444 9 373

TİM İklim Sohbetleri'nde AB Yeşil Mutabakatı ele alındı

Türkiye'yi geleceğe güvenle taşıyacak projeler üreten Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), "İklim Sohbetleri" serisiyle önemli bir adım daha atıyor. İklim farkındalığının artmasına büyük katkı sağlayacak projenin ilk programına, AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut ve İstanbul Bilgi Üniversitesi DTÖ Kürsüsü Profesörü Dr. Pınar Artıran katıldı.



"TÜRK İŞ İNSANLARINA BU KONUDA GÜVENİYORUZ"
Konuşmasında Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın önemine dikkat çeken AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut; karbon sektöründe Türk iş insanlarının, TİM gibi güçlü bir dönüşüm ajandası oluşturduğuna vurgu yaptı. Uluslararası ve küresel pazarla olan ilişkilerde iklim eylemlerinin tüm ülkeler için dünyanın her yerinde önemli olduğunu aktaran Meyer-Landrut, "Avrupa Yeşil Mutabakatı ile 2050 yılında, karbondan arındırılmış ilk kıta olmak istiyoruz. AB Konseyi, AB Yeşil Mutabakatı'nın ardından AB İklim Kanunu'nu 20 Temmuz'da kabul etti. Artık hedeflere uymak, üye ülkeler için yasal zorunluluk oldu. Tüm üye ülkeler; ilgili mevzuatlarını, kanunlarını; AB'nin uzun vadeli hedeflerine erişmekle, buradaki iklim nötrleme çalışmalarına uymakla adapte etmelidirler. 2030 yılına kadar karbon gazı emisyonunu en az yüzde 55 oranında azaltmayı hedefliyoruz. İklim politikasına uyum sürecinden kaçınmayız. Türkiye hükümeti de sanayideki yeşil dönüşümü destekliyor. Avrupa Birliği Konseyi Başkanı Charles Michel'in geçtiğimiz nisan ayındaki Ankara ziyaretinde AB, Türkiye için yeni bir kamu ve özel açılım yaptı. Bu da yeşile ve dönüşüme odaklandı. Gümrük Birliği modernizasyonuna ek olarak iklim değişikliğiyle savaşmak için yüksek seviyede diyalog önerildi. Bu diyalogun üzerinde Türk ortaklarımızla birlikte çalışmaya başladık. Bu konular, ekonomik ilişkilerimizin bir parçası olacak. Yeşil dönüşüm süreci, entegrasyon süreci için fırsat olarak kabul edilmeli. Yeşil ürün üretenler gelecekte piyasa lideri olacak. Türk iş insanlarına bu konuda güveniyoruz" şeklinde konuştu.

"TÜRKİYE VE AB ÖNEMLİ EKONOMİK PARTNER"
Türk ihracat firmalarının çok başarılı bir şekilde küresel değer zincirine katıldığını dile getiren Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut, sözlerini şöyle sürdürdü: "Türkiye ve Avrupa Birliği, önemli ekonomik partnerler. Türkiye, AB'nin altıncı büyük ticaret ortağı ve AB, Türkiye'nin en büyük ticari partneri. İki ülke arasındaki ticaret, Gümrük Birliği ile son 24 yılda 4,4 kat arttı. Türkiye, özellikle otomotiv, tekstil ve makine sektörlerinde AB'nin değer zincirinin önemli bir parçası. Bu değer zincirlerinin bazıları, çok uluslu şirketler tarafından kuruldu. Geçen yıl Türkiye'nin, AB'ye mal ihracatı pandemiye rağmen 62 milyar dolar oldu. Genel yıllık ticaret de art arda iki defa 120 milyar doları geçti."

TİM, "Dünyayı tüketmeden, dünya için üretmek" sloganıyla hazırladığı Sürdürülebilirlik Eylem Planı çerçevesinde "İklim Sohbetleri" serisine de başladı. İlk programa, AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut, TİM Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Bilgi Üniversitesi DTÖ Kürsüsü Profesörü Dr. Pınar Artıran katıldı. Programda, Dr. Artıran "AB Yeşil Mutabakatı ve Küresel Yeşil Yeni Düzen: Ticaret ve Rekabet Gücü için Fırsatlar ve Zorluklar" başlığında bir sunum gerçekleştirdi.

TİM Başkanı İsmail Gülle, programda yaptığı konuşmada yıl boyunca devamını getirecekleri "İklim Sohbetleri" etkinliğinin büyük faydalar getireceğini dile getirerek; "Meclisimiz; iklim değişikliği, sürdürülebilirlik ve Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan Avrupa Yeşil Mutabakatı hedeflerine uyum politikaları kapsamında, ihracatçılarımıza yol göstermek adına yoğun bir çalışma sürecine girdi. Bu bağlamda konuya ilişkin farkındalığı arttırmaya ilişkin muhtelif çalışmalar yürüttük" dedi. Sınırdaki karbon düzenlemesi mekanizması kapsamında, AB tarafından belirlenecek standart ve gelişmeleri yakından izlediklerini aktaran Gülle, şunları söyledi: "Avrupa Komisyonu'nun Yeşil Mutabakat noktasında 2030 ve 2050 hedefleri oldukça net. Diğer taraftan AB'nin sanayi, tarladan sofraya, biyoçeşitlilik, hidrojen ve enerji sistemi entegrasyonu, yenileme dalgası, tekstil, kimyasallar stratejileri de radarımızda. Söz konusu hedefler ışığında, biz de ihracat ailemizin tüm paydaşlarını bilgilendiriyor ve gereken sorumlulukları almaya davet ediyoruz."

İstanbul Moda Akademisi'nde yeni eğitim dönemi başlıyor

İstanbul Moda Akademisi (İMA), moda endüstrisinin tasarım alanının kuvvetlenmesine katkı sağlamak ve sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikte profesyonelleri Türkiye'ye kazandırmak üzere multidisipliner ve güncel eğitim programları ile ulusal ve uluslararası platformlarda önemli roller üstleniyor.

MODA ve endüstrisiyle ilgili tüm alanlarda güncel ve çağdaş yenilikler sunan, uluslararası platformlarda kabul görmüş, Türkiye'nin en yetkin moda ve tasarım okullarının başında gelen İMA; Türkiye'nin en temel endüstrilerinden tekstil ve hazır giyim sektörünün geleceğine yön verecek yaratıcı ve yenilikçi iş gücünü kazandırmayı amaçlıyor. Bu hedef ve misyonla yeni nesil moda tasarımcıları yetiştirirken uluslararası podyumlara varan uzun ve meşakkatli yolun her aşamasında öğrencileriyle birlikte yürüyen İMA; 360 derece eğitim anlayışı ile farklı seviyelerdeki öğrencilere yönelik uluslararası kalite ve standartlarda, yeni çalışma sistemlerinin uygulandığı, güncel ve teknolojik gelişmelerin yakından takip edildiği eğitim fırsatları sunuyor.

Dünya çapında başarısı kanıtlanmış sistem ve yapıları bünyesine adapte eden İMA; Uluslararası Moda Okulları Birliği (IFFTI) üyesi olarak, dünyanın dört bir yanından çeşitli kurumlarla iş birliği yaparak moda ve tekstil alanında yapılan araştırma ve yenilikleri takip ediyor. Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı'nda, University of Arts London (UAL)/London College of Fashion (LCF) ile yürütülen stratejik ortaklık doğrultusunda, öğrencilere uluslararası standartlarda eğitim müfredatı sunulurken öğrencilerin değerlendirilmesi LCF ve İMA eğitmenleri tarafından gerçekleştiriliyor. Bu ortaklık sayesinde portfolyoların kabul edilen ve istenilen kriterleri sağlayan öğrenciler, LCF'te eğitimlerine devam etme imkânına sahip oluyor.

İMA, lisans programına köprü oluşturacak ve moda tasarımına giriş sağlayacak Lisans Hazırlık; Tasarım



Teknikleri ve Introduction to Fashion Design eğitimleri ile lisans programına hazırlık süreci için de alternatifler sunuyor. Ön hazırlık eğitimini İMA'da alan öğrenciler, bir sonraki yıl burs sınavına katılabiliyor. Kriterleri sağlayan öğrenciler, çeşitli oranlarda burs kazanarak Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı'na geçiş yapma hakkına da sahip oluyor. Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı'na yetenek sınavı ve portfolyo değerlendirme ile seçilen öğrenciler; eylül ve ekimde gerçekleşecek yetenek sınavı ve portfolyo değerlendirme gününe başvuru yapabiliyor.

PROGRAMLAR İÇERİĞİNDE YENİ SİSTEMLERİ BARINDIRIYOR

Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans ile Master Class; Moda Tasarımı eğitimlerini tamamlamış, kendi markalarını geliştirme potansiyeline sahip genç yetenekleri moda dünyasına adım atmaları için hazırlayan İMA; bu hazırlığın ön adımı olarak New Gen defilesini gerçekleştiriyor. New Gen'de yer alacak tasarımcılar, jüri

değerlendirmesi sonucu seçilirken FWI'nın iki sezonunda yer alıyor. İMA; Moda Tasarımında Kalıp ve Model Geliştirme Programı ile mesleki teknik/Anadolu meslek liselerinin moda tasarımında giyim üretim teknolojileri bölümlerinden başarı ile mezun olan öğrencilere burs fırsatı sağlıyor. Öğrencilerin teknolojik yenilikleri yakalayabilmesini ve sektöre hazırlanmasında yeterlilik sağlayabilmesini hedefleyen program; üretim süreçlerine ek olarak teknolojik gelişme ve yeniliklerin de takip edilmesi için Adobe Photoshop/Illustrator ve 3 Boyutlu Kalıp ve Giydirmeye Programları gibi yeni sistemleri içeriğinde barındırıyor.

Moda tasarımına bir adım atmak ve CLO 3D Tasarım Programı hakkında bilgi sahibi olmak isteyen geleceğin tasarımcıları için Yeni Nesil Tasarım eğitimini planlayan İMA; Yaz Okulu Programları ile 14-25 yaş aralığındaki gençlere eğlenceli, dinamik ve uygulama temelli eğitimler veriyor. İMA'da eğitim süreci boyunca Türkiye'nin önde gelen moda tasarımcıları ve lider marka iş birlikleri ile başarılı projeler gerçekleştiriliyor. İMA'nın sektör ile iş birlikleri ve yakın ilişkileri; Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans, Master Class; Moda Tasarımı ve Moda Tasarımında Kalıp ve Model Geliştirme Programı öğrencilere staj imkânı sunarken mezun olan öğrencilere iş fırsatları yaratabilme alanında büyük rol oynuyor.



Kasım itibarıyla başlayacak yeni eğitim dönemi ve eğitim programlarına dair detaylı bilgi almak için QR kodu kullanabilirsiniz.

AKADEMİK EĞİTİM PROGRAMLARI

- Lisans hazırlık: Tasarım teknikleri
- Introduction to fashion design
- Güzel sanatlara hazırlık: Portfolyo ve çizim programı
- Moda tasarımı ve teknolojisi lisans programı
- Moda tasarımında kalıp ve model geliştirme
- Master class: Moda tasarımı
- Master class: Moda yönetimi
- Master class: Styling
- Yaz okulu - Tasarım atölyesi ve tasarım fabrikası
- Yeni nesil tasarım

Dijital Dönüşüm Merkezi, sektörün dijital dönüşümüne liderlik ediyor

Dijital Dönüşüm Merkezi (DDM), İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından yürütülen "Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm", AB IPA II projesi kapsamında kuruldu. Moda, tekstil, hazır giyim, üretim ve planlama alanlarında sektörün dijital dönüşümüne liderlik etmek, deneyim, gelişim ve katma değer sağlamak amacıyla kurulan merkez; İstanbul Moda Akademisi (İMA) ile eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermeyi hedefliyor.



Beden tarama cihazı ile detaylı ölçümler, 3D görselleştirme yapılabilir. Tüm ölçümleri teknik hassasiyet ile otomatik olarak veren cihazlar, son teknoloji ile moda sektörüne en uygun şekilde entegrasyon sağlıyor.

NedGraphics yazılımı; hızlı raporlama, desen tasarımı, örme tasarımı, hızlı renk varyantları üretme ve sunum alanlarında, tasarımcılara en etkili desteği verebiliyor. Tekstil

sektöründe kullanılan program, moda tasarımı ve renk yönetimi konularında detaylı çözümler sunuyor.

Dalim yazılımı; dijital kaynakların yönetilmesi için geliştirilen, şirketlerin bilgi, doküman ve içerik yönetimi gibi kaynakları güvence altına almalarını sağlayan, kapsamlı bir dosya depolama yazılımı olarak biliniyor. Bu yazılım ile sektörde dijital kaynakların yönetilmesi ve korunması konularında, İMA tarafından çeşitli eğitimler düzenleniyor.

Aynı zamanda üç boyutlu tasarım programlarının çalışma prensiplerinin tamamının değişmesi ve gelişmesiyle birlikte moda ve tekstil sektöründe bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik CLO 3D tasarım programı ve 3D Vidya eğitimleri planlanıyor. DDM'de sektörün önde gelen hazır giyim firmalarının yanı sıra halı, aksesuar, ayakkabı, çanta firmalarına da dijital çözümler sunarak eğitimler ve danışmanlıklar düzenleniyor. Bütün bu hizmetlerin görsel hazırlık çalışmalarını, duyuru, satış ve eğitim koordinasyonu İMA ekibi tarafından yürütülüyor.

Verilen tüm hizmetler ile ilgili bilgi almak için info@istanbulmodaacademy.com adresinden iletişime geçilebilir.

YENİBOSNA'DA faaliyet gösteren DDM'nin içinde bulundurduğu alanlar, sektörün ihtiyaçları doğrultusunda farklı dijital çalışma platformlarından oluşuyor. Merkezde tasarım ve üretim süreçlerinde ekosisteminin sürdürülebilirliği hedeflenirken gelecek nesillerin ve yaşamın devamlılığı için üretimin ve çalışma sistemlerinin ihtiyaçları belirleniyor. DDM, yeni nesil üretim ve tasarım alanında dijital çözümler sunarak sektöre eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile katkıda bulunuyor.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ'NİN FAALİYET ALANLARI SEKTÖRE KATKI SAĞLIYOR

DDM'de yer alan fotoğraf stüdyosu ile moda, tasarım, üretim ve planlama çalışmalarında dijital dönüşüme geçiş kapsamında sektöre; deneyim, gelişim ve katma değer sunulması hedefleniyor. StyleShoots Live, StyleShoots Horizontal ve StyleShoots Eclipse olmak üzere üç farklı fotoğraf stüdyo ekipmanı ile fotoğraf çekimi yapılabilirken aynı zamanda sonsuz fon çekim alanı da kullanılarak sektörün ihtiyacı karşılanıyor.

Vizoo tarayıcı ve xTex yazılımı ile kumaşlar ve materyaller taranıp dijital ortama aktararak firmalara destek sağlanıyor. Program, 3D sistemler ile uyumlu çalışıyor. Bu kapsamda DDM; Vizoo tarama cihazı ile kumaşları detaylı bir şekilde taramak ve dijitalleştirmek için gereken en gelişmiş teknolojiyi, sektöre sunuyor.



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 işçilerinin, hassas makine parçalarının ve sistemlerin dünyada lider üreticisi olarak, ürünlerimizin ve servislerimizin kalite ve hassasiyet standartlarını mümkün olan en yüksek seviyede tutuyoruz. Yaklaşık 9.000 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



Haber Bülteni
Online kayıt olabilirsiniz



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

Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu toplantısı yapıldı

Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu toplantısı; 26 Haziran tarihinde, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe'nin başkanlığında düzenlendi. Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB) Başkanı Burak Sertbaş'ın ev sahipliğinde yapılan toplantıda sektörün güncel durumu değerlendirildi.



TÜRKİYE'NİN en önemli sektörlerinden biri olan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki güncel gelişmelerin ve ihracat rakamlarının değerlendirildiği Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu toplantısı; 26 Haziran'da, İzmir'de gerçekleştirildi. Sektörün gündemindeki önemli konulardan olan Avrupa Yeşil Mutabakatı ve sürdürülebilirlik stratejisi hakkındaki gelişmelerin ve bu konuda sektöre öncü olacak çalışmaların görüşüldüğü toplantıda; sanal fuarlar ve yurt içinde gerçekleştirilecek olan fiziki fuar çalışmalarını hakkında da bilgi verildi.

HAM MADDE FİYATLARINDA YAŞANAN ARTIŞ GÜNDEME ALINDI

İhracat anlamında hedef ülkeler değerlendirilirken Avustralya'nın da bu listeye eklenmesi hususu görüşüldü. 2021 yılı mart ayı itibarıyla sektör istihdamının 633 bin 336 kişiye ulaştığı vurgulanırken aynı dönemde iş yeri sayısının da artarak 36 bin 960'a ulaştığı ifade edildi. Sosyal Güvenlik Kurumu verilerine göre 2020 yılı sonunda sektörde faaliyet gösteren iş yeri sayısının 35 bin 934, sektör istihdamının ise 608 bin 587 olarak görüldüğü belirtildi. Sektörün 2021 yılı mayıs ayında kapasite kullanım oranının yüzde 74,43'e yükseldiğine dikkat çekilirken, bu rakamın; yılın en yüksek değeri olduğu da görüldü.

Toplantıda Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkelerine hazır giyim ihracatının, ocak-mayıs 2021 döneminde bir önceki yıla kıyasla yüzde 36,8 arttığı belirtildi. Eski Doğu Bloku ülkelerine ihracat yüzde 44,4 artarken Amerika ülkelerine ihracat yüzde

52,1, Afrika ülkelerine ihracat yüzde 61 ve Türk Cumhuriyetleri'ne ihracat yüzde 86,3 oranında arttı. Toplantı sırasında İHKİB tarafından hazırlatılan; pamuk ve pamuk ipliği fiyatlarındaki artışın, örne hazır giyim ihracatına ilişkin etki analizi de ele alındı. Yurt içi pamuk ipliği fiyatlarının, uluslararası piyasalardan daha fazla artması nedeniyle AB-27 ülkelerine yıllık 1,7 milyar Euro'luk bir ihracat kaybı hesaplandığı, 2021-2024 döneminde bu kayba yönelik yapılan projeksiyonda toplam ihracat kaybının 7,43 milyon dolar seviyesine erişmesinin beklendiği tahmini paylaşıldı.

İHRACATTAKİ ARTIŞA DİKKAT ÇEKİLDİ

2020 yılında COVID-19 salgını etkilerinin mart, nisan ve mayıs aylarında yoğun olarak hissedildiği, ancak haziran ayında yüzde 25, temmuz ayında yüzde 8,4 ve ağustos ayında yüzde 10,9'luk artışlarla sektörel ihracatın eski ivmesine kavuştuğu belirtildi. Yılın devamında ise kasım ayında yüzde 0,9 değerinde küçük bir azalma yaşayan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü; aralık ayında gerçekleşen yüzde 25,3'lük artış ile yükselme ivmesini yeniden yakaladı. 2021 yılı ocak-mayıs ihracatı; 2019 yılı aynı dönemine göre yüzde 19,6 oranında azalarak ve 2020 yılı aynı dönemine göre yüzde 56 oranında artarak 1,3 milyar dolar değerinde gerçekleşti.

Ürün grupları bazında bakıldığında ise ocak-mayıs döneminde 7,6 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 3,7 milyar dolarının örme giyim, 2,7 milyar dolarının dokuma giyim ve 1,1 milyar dolarının hazır eşya kategorilerinden oluştuğu görüldü.

İhracatçının yeni yol arkadaşı Maximiles TİM İhracatçı Kart

Türkiye İhracatçıları Meclisi ile işbirliği kapsamında ihracatçılara sunulan ilk ve tek kredi kartı olan Maximiles TİM İhracatçı Kart, hem alışverişlerde hem de Türkiye İş Bankası aracılığı ile gerçekleşen ihracatlar üzerinden mil kazandırıyor. Üstelik rezervasyon ve yurtdışı çıkış harcı gibi konularda da birçok avantaj sağlıyor.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir. Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr | Şubelerimiz

Örme Konfeksiyon UR-GE projesi kapsamında karbon yönetimi danışmanlık faaliyeti başladı

İHKİB tarafından 2016 yılından bugüne kadar yürütülen Örme Konfeksiyon Sektörüne Yönelik UR-GE projesi kapsamında, üretimin ve endüstrileşmenin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla yeni bir danışmanlık faaliyeti başlatıldı.



bekleniyor. Bu çalışmaların ihracata katkı olarak dönüştürülmesi de planlanıyor.

Firmaların karbondioksit (CO2) cinsinden ölçülen üretim, lojistik, ısınma ve üretim amaçlı kullanılan ısı kaynakları, elektrik tüketimi gibi faaliyetlerinden kaynaklanan sera gazı salım miktarları ölçüldüğü gibi tedarikçi ve diğer alt yüklenicilerinin üretim kaynaklı tüketimleri de kurumsal karbon ayak izi miktarlarına dahil ediliyor. Firmalar, danışmanlık faaliyeti sona erdikten sonra takip eden yıllarda kendi kurumsal karbon ayak izini hesaplayacak yetkinliğe de sahip olacak. Dolayısıyla bu faaliyetin sürdürülebilirliği, firmalar tarafından devam ettirilecek. Kurumsal karbon ayak izi uygulaması ile firmalar, sürdürülebilirliği sağlamak için doğru hesaplamayı ölçecek ve yönetebilecek. Bu hesaplama sonrası firma bazlı iyileştirme potansiyeli yüksek, sıcak noktalar kolaylıkla görülecek ve yönlendirilecek.

LCA/yaşam döngüsü analizi ve ürün karbon ayak izi hesaplama çalışmasında ise firmaların bir ürün için tüm evrelerindeki kaynak, enerji ve çevresel etkileri incelenerek ilgili standartlara göre değerlendirilecek. Firmaların üretimde çevresel etkileri kontrol altına almada hangi noktalara odaklanması gerektiği ve bu alanlardaki yatırımlar şekillendirilecek. Enerji, su ve kimyasal tüketimlerini hesaplayarak müşterilerine yönelik yeni ürün geliştirme, üretimde süreç iyileştirme ve global rekabetin çok büyük olduğu pazarlamada kullanacakları bir değerlendirme aracı olarak ön plana çıkacak.

Sekiz firmanın katıldığı proje; İstanbul, Sakarya, Tekirdağ, İzmir, Ordu ve Malatya yerleşkelerinde gerçekleştirilecek. Bu faaliyet ile firmalar, ürünlerinin çevresel performansını belirleyecekleri gibi marka oluşturma ve ürünün hedef pazarlarında görünürlüğünün artırılması için de bir fırsat yakalayacak.

KARBON YÖNETİMİ DANIŞMANLIK FAALİYETİ İLE;

- Firmalarda kurumsal karbon ayak izi ISO 14064, LCA/yaşam döngüsü analizi ISO 14040 ve ISO 14044 standartları ile ürün karbon ayak izi konularında farkındalık ve bilgilendirme eğitimleri,
- Kurumsal karbon ayak izi standardı (ISO 14064) ve HIGG Index gerekliliklerine uyumlu olacak şekilde her bir firma için;
- Kurumsal karbon ayak izi hesaplaması ve raporlaması,
- Prosedürlerin ve sera gazı kaynakları envanterinin hazırlanması,
- Firmaların ürettikleri ve tercih ettikleri birer ürün için ilgili standartlara göre LCA/yaşam döngüsü değerlendirmesinin tüm tedarik zinciri boyunca yapılması ve raporlanması,
- Firmaların bir ürün için ilgili standartlara göre firmaya özel verilerle ürün karbon ayak izinin hesaplanması ve raporlanması yapılıyor.

KARBON Ayak İzi ve Ürün Yaşam Döngüsü/ Karbon Yönetimi Danışmanlık faaliyeti; Semtrio Danışmanlık firması iş birliğinde sunuluyor. Faaliyet kapsamında proje firmalarına, sürdürülebilir üretim yaklaşımlarını destekleyecek ve firmaların çalıştığı ve çalışacağı uluslararası hazır giyim markalarının sorumlu ve sürdürülebilir üretim hedeflerine adaptasyonunu sağlayacak çözümlerin sunulacağı bir danışmanlık amaçlanıyor. Böylece, firmaların kurumsal karbon ayak izinin hesaplanması, global rakiplerine kıyasla azaltılması ve bunun sürdürülebilir kılınması için alınması ve iyileştirilmesi gereken raporlamalar ve uygulamalar ile ürün yaşam döngüsünün değerlendirilmesi de hedefleniyor.

AB'nin 2050 yılı itibarıyla karbon nötr bir kıta olma hedefi doğrultusunda hazırladığı ve 2021 yılında uygulamaya geçmesi beklenen Avrupa Yeşil Mutabakatı ve sınırda karbon düzenleme mekanizması (SKD) ile iklim değişikliği ve sera gazı azaltımı hedefleri zorunlu hale geliyor. AB'nin bu mekanizmalar nedeniyle mevzuat ve politika değişikliğine gideceği biliniyor. Ayrıca 11'inci Ulusal Kalkınma Programı (2019-2023), Ulusal İklim Değişikliği Strateji Belgesi (2011-2023) ve Enerji Verimliliği Strateji Planı (2010-2023) ve 2023 Endüstri ve Teknoloji Strateji Belgesi'ne göre global sera gazı emisyonlarını azaltma politikalarına uyumlu ve sürdürülebilir üretimin önemi, ülkemizde de vurgulanıyor.

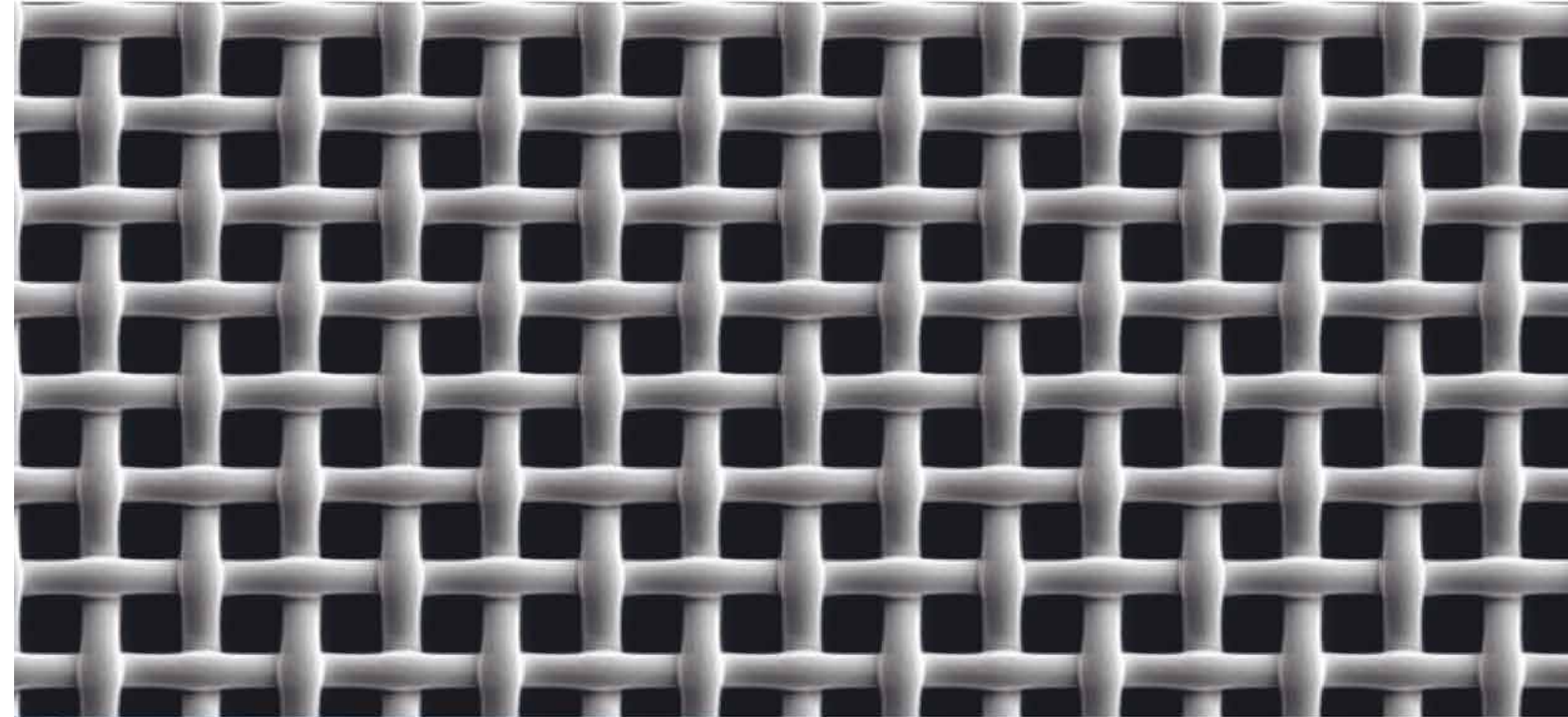
DANIŞMANLIK FAALİYETİ İLE İHRACATA KATKI SAĞLANMASI PLANLANIYOR

Daha çok Avrupa ülkelerine ihracat yapan küme firmalarının bu danışmanlık faaliyeti ile kurumsal karbon yönetimini sağlaması, sürdürülebilir iş yapış şeklini benimsemesi, mevcut ve hedef batılı müşterilerine yönelik kaynak tüketimlerini minimize ederek tasarruf odaklı sürdürülebilir üretim yapması ve devam ettirebilmesi, yeni ürün ve hizmetler geliştirip sunabilmesi

CANDAS İPEK
İPEK CANDAS TEKSTİL - İPEK CANDAS

Polyester Screen Mesh İpek Elek Bezi

www.candasipek.com www.candasipek.com www.candasipek.com www.candasipek.com



www.candasipek.com www.candasipek.com www.candasipek.com www.candasipek.com

Nickel Rotary Screen Rotasyon Baskı Şablonu

Yeni Yalova Yolu Buftim Is Merkezi C-Blok 5 Kat No:5150
Osmangazi / Bursa / Turkey

Phone : +90(224) 211 08 08 - +90(224) 211 08 09

Fax : +90(224) 211 08 10

ipekcandas@gmail.com - candas@candas.com.tr
www.candasipek.com - www.candas.com.tr

İTKİB, Magis Las Vegas fuarına milli katılım organizasyonu düzenliyor

ABD'İN ve dünyanın önde gelen moda fuarlarından biri olan Magic Las Vegas; 08-11 Ağustos tarihleri arasında, Las Vegas Convention Center'da düzenlenecek. Lüks markalardan fast fashion'daki son trendlere kadar birçok alana ışık tutan fuar; sektörün en iyi moda markaları ve moda perakendesinin en etkileyici karar vericilerini bir araya getiriyor. Sergilenen ürün çeşitliliği, alan büyüklüğü, katılımcı ve ziyaretçi sayısı açısından sektörde önemli bir yeri bulunan fuarda; hazır giyimden deri ve kürk ürünlerine, aksesuardan ayakkabıya tekstil, deri ve hazır giyim sektörüne ait tüm ürünler sergileniyor.

İTKİB'in milli katılım organizasyonu düzenlediği fuara, 29 Türk firma katılım sağlayacak. 50 bin metrekarelik fuar alanında İTKİB'in 18 metrekare alanı bulunurken firmalara da 594 metrekarelik alan tahsis edildi. Toplamda üç büyük salondan oluşan fuarda; ABD, Kanada, Meksika, Güney Amerika kıtası ve Avrupa'nın en önemli markaları ile tasarımcıların yer alması bekleniyor. Fuarın en dikkat çekici yanı ise dünyanın



her yerinden butik, zincir mağaza ve online satış sitelerinin düzenli olarak katılım sağlaması. Şubat döneminde gerçekleştirilen fuarda Türk stantlarına uğrayan alıcılar arasında ABD, Kanada, Latin Amerika, İspanya, İtalya, Yunanistan, İngiltere, Fransa, İsrail, İrlanda, Almanya, Belçika, Hollanda, Danimarka gibi ülkelerden gelen alıcılar yer aldı.

TÜRK HAZIR GİYİM ALGISININ KUVVETLEDİRİLMESİ HEDEFLENİYOR

Fuar idaresi, fuar süresince basılı materyal kullanmama kararı aldı. Magic mobil uygulamasında tüm katılımcıların stant numaraları ve iletişim bilgileri bulunurken

alıcılar, katılımcı firmaları bu uygulama sayesinde inceleyebilecek. Uygulamanın ana sayfasında "Time For Turkish Apparel" sloganıyla yayınlanan ilana tıklayarak alıcılar, İTKİB patronajında fuara katılan firmaların bilgilerini içeren dijital kataloga ulaşacak. Dijital katalogta yer alan sektör ve Türkiye logosu sayesinde Türk hazır giyim algısının kuvvetlendirilmesi hedefleniyor.

İHKİB sanal platformunun kasım ayında açılması planlanıyor

SÜREKLİ güncellenen firma bilgileri ve yurt dışı tanıtım çalışmalarıyla beslenen bir dijital platform olma özelliğini taşıyacak olan İHKİB sanal platformunun, kasım ayında kurulması planlanıyor. Sanal platform üzerinde düzenlenmesi planlanan markalar ve sourcing odaklı sanal fuarın da platformun devamlı canlı kalması ve platforma ticari değer katması bekleniyor.

Sanal platformun süreç yönetim planı konusunda çalışmalar devam eden İHKİB; bu kapsamda dijital altyapı çalışmalarını, tüm sanal fuar ve platform hazırlıklarını sürdürüyor. Sıfırdan yazılmaya başlanan platformun yazılımı titizlikle devam ediyor. Platformun ve fuarın, logo ve kimlik tasarımları



da sürerken platform üzerinde alıcı listelerinin oluşturulması, alıcıların doğrulanması, hedef ülke odaklı alt yükleniciler ile çalışılması gibi hizmetlere de hazırlanıyor.

Hazırlıklar, İstanbul ve Anadolu'daki hazır giyim dernekleri ile iş birliği içerisinde yürütülüyor. Dernek başkanlarından oluşan ve sekreteryası İHKİB tarafından yürütülen İstişare Kurulu ve dernekler tarafından belirlenen fuar temsilcileri ile fuar hazırlıkları kapsamında hizmet sağlayacak profesyonellerden oluşan Danışma Kurulu'yla aylık ve düzenli toplantılar devam ediyor. Yapılan aylık toplantılarda sürece ilişkin tüm gelişmeler ve çalışmalar, dernek temsilcileri ile paylaşılıyor. Yapılan toplantılar neticesinde dernekler ile iş birliği protokolü hazırlanırken protokol imzalarının büyük oranda tamamlandığı da biliniyor.

GÖMLEK ÜTÜLEME OTOMATLARI



Head Office: Şenlikköy Mah. Şehit İlhan Yalçın Sok. Neptün Sitesi
A Blok D2 Florya 34153 Bakırköy - İstanbul
Factory: Yenidoğan Mah. Cicoz Yolu Polat Sok. 31-33/35
Bayrampaşa - İstanbul

+90 212 567 62 12

www.ustun-makina.com

24. Avrasya Ekonomi Zirvesi, İHKİB'in desteği ile düzenlendi

Marmara Grubu Vakfı tarafından İHKİB'in desteği ile düzenlenen Avrasya Ekonomi Zirvesi, 40 ülkeden siyasetçi, diplomat, akademisyen, inanç önderi ve iş insanlarını bir araya getirdi. 7-9 Temmuz tarihleri arasında gerçekleştirilen zirve, pandemi nedeniyle sanal ve yüz yüze olmak üzere ikiz formatta düzenlendi.

AVRASYA Ekonomi Zirvesi'nde katılımcılar; pandeminin uluslararası ekonomi ve ticarete etkileri, iklim değişikliği, sürdürülebilir üretim, enerji kaynakları gibi küresel düzeyde çözüm bekleyen konularla ilgili değerlendirmelerini ve önerilerini kamuoyu ile paylaştı. Marmara Grubu Vakfı Başkanı Dr. Akkan Suver, salgın sürecinde küresel ölçekte iş birliği ve dayanışma gereğinin bir kez daha görüldüğüne dikkat çekti. Suver; "24'üncüsünü düzenlediğimiz Avrasya Ekonomi Zirvesi'nde pandemi döneminin deneyimleri ışığında, hükümetlerin ve sivil toplumun sağlık konularına katılımları ile ilgili rollerini tartışmaya açtık. Pandemi ile mücadeleyi kazansak bile dünyamız, gelecekte kitlesel can kayıplarına yol açabilecek yeni salgın riskleriyle karşı karşıya. COVID-19'dan daha büyük riskleri barındıran küresel iklim değişikliği, dünyamızı tehdit ediyor. İnsanlık için vahim sonuçları olabilecek bu tehditle baş edebilmek için uluslararası toplumun kısa, orta ve uzun vadeli eylem planlarını belirleyerek hızla harekete geçmesinden başka çare görünmüyor" dedi.

"ÇEVRE DOSTU VE SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMDE SEKTÖRE ÖNCÜLÜK EDİYORUZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin insanlığın ortak sorunlarına çözümlerin önerildiği, uluslararası bir düşünce platformu olduğunun altını çizdi. Zirvede bu yıl yine insanlık için çok kritik başlıkların ele alındığını belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin gündemini oluşturan konular, küresel ekonominin tüm aktörlerini olduğu gibi Türk moda endüstrisini de yakından ilgilendiriyor. Türkiye'nin hazır giyim ihracatının yüzde 70'e yakın bölümünü gerçekleştiren İHKİB olarak, daha önce olduğu gibi pandemi sürecinde ve sonrası için sektöre liderlik etme sorumluluğumuzun bilinci ile hareket ediyoruz. Özellikle dijitalleşme konusunda yıllardır

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin insanlığın ortak sorunlarına çözümlerin önerildiği, uluslararası bir düşünce platformu olduğunun altını çizdi.



yürüttüğümüz çalışmaların karşılığını salgın döneminde aldık. Bir yandan salgının olumsuz etkileri ile mücadele ederken diğer taraftan bizi 33 milyar dolarlık ihracat hedefimize taşıyacak stratejimizi uygulamaya ve sektörü dönüştürecek hamlelerimize ara vermeden devam ettik. 2018'de başlattığımız ve AB tarafından desteklenen Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşümü Projesi'nde sona yaklaştık. Proje kapsamında sektöre danışmanlık hizmeti üzere Dijital Dönüşüm Merkezi'ni kurduk. Bilindiği gibi AB, Yeşil Mutabakat çerçevesinde 2050'de sıfır karbon hedefini önüne koydu. Küresel markaların önemli bir kısmı da 2025'ten itibaren tedariklerini sürdürülebilir ürünlerden yapacaklarını ilan ettiler. Biz de çevre dostu ve sürdürülebilir üretim konusunda sektöre öncülük etme bilinciyle hareket ediyoruz. AB tarafından desteklenen iki proje üzerinde yoğun bir çalışma yürütüyoruz. Bu projelerden ilki ile sektörün karbon ayak izinin ölçümü ve azaltılmasını sağlayacağız. Döngüsel ekonomi projemizle de sektörün yenilikçi yapılanmasını geliştireceğiz."

24. Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin açılışında İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Urfi Akbalık da bir konuşma gerçekleştirdi. Etkinliğin açılış töreninde aynı zamanda artık gelenekselleşen moda gösterisi de sunuldu. İHKİB'in sponsorluğunda gerçekleştirilen etkinlikte, tasarımcı Ceren Ocak; sonbahar/kış koleksiyonunu sanal platformda sergiledi.

TİGSAD'ın yeni yönetimi İHKİB'i ziyaret etti



TÜM İÇ GİYİM Sanayicileri Derneği'nin (TİGSAD) yeni Başkanı Nazım Kanpolat ve beraberindeki yeni dernek yönetimi, İHKİB Yönetim Kurulu'nu ziyaret etti. 6 Temmuz tarihinde gerçekleştirilen ziyarette; İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Paşahan ve İTKİB Genel Sekreterliği bulundu.

TİGSAD'ın yeni yönetimi; ziyaret sırasında yeni dönem hedef ve vizyonlarını anlattı. 3-6 Ağustos tarihleri arasında TİGSAD tarafından düzenlenen Linexpo Street Fest ile ilgili gelişmelerin değerlendirildiği görüşmede TİGSAD Başkanı Nazım Kanpolat; ihracatı geliştirmek adına yaptıkları projeler hakkında bilgiler verdi. Kanpolat; "Sektör olarak gerçekleştirdiğimiz B2B faaliyetler kapsamında Rusya, İtalya, İspanya'dan gelen firmalarla, iç giyim firmalarımızı bir araya getiriyoruz. Önümüzdeki dönemde farklı ülkelere yönelik alım heyetleri

düzenlemeyi planlıyoruz. Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği'nin ismini "Türkiye İç Giyim Sanayicileri Derneği" olarak değiştirmek üzere başvurularımızı yaptık. Avustralya'da TİGSAD'ın şubesini açacağız" dedi. Sektörün fuar gündemi ile ilgili bilgileri de veren Kanpolat; "2022 yılı şubat ayında düzenlenecek olan Linexpo fuarımızın hazırlıklarına başladık. Sektör olarak İstanbul dışında yatırım alanları arıyoruz. Yurt dışı alım heyetleri düzenlenmesi konusunda İHKİB ile organizasyonlar yapmak istiyoruz. İHKİB'in fuar organizasyonlarını geniş katılımı destekliyoruz. Kasım ayında İHKİB tarafından yapılacak olan sanal fuar da yer alacağız" şeklinde konuştu.

Ziyaret sırasında İTKİB Genel Sekreterliği tarafından sektörün son dönem gelişmelerine yönelik bir sunum gerçekleştirildi. Sunumun ardından TİGSAD ve İHKİB arasında ileriye dönük olası iş birlikleri, karşılıklı beklentiler ve sektörün sorunları görüldü.

İstanbul'da düzenlenmesi planlanan uluslararası hazır giyim fuarının hazırlıkları sürüyor

İSTANBUL HAZIR Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenecek olan ve 2022 yılında gerçekleştirilmesi öngörülen fiziki fuarın çalışmaları tüm hızıyla sürdürülüyor. İstanbul Fashion Connection ismiyle katılımcılar ile alıcıları buluşturacak olan fuarın, Türk hazır giyim sektörüne önemli katkılar sağlaması bekleniyor.

Dünyanın en önemli tekstil ve hazır giyim merkezlerinden biri olan İstanbul'da düzenlenecek uluslararası fuarın, yılda iki kez gerçekleştirilmesi planlanıyor. Kendi markası ve yüksek üretim kalitesiyle dünya genelinde ön plana çıkan Türk hazır giyim üretici firmalarını, dünyanın dört bir yanından alıcılarla bir araya getirmeyi hedefleyen İstanbul Fashion Connection fuarının lansmanı için hazırlıklar devam ediyor. Hazırlıklar kapsamında fuarın dünya genelindeki

hazır giyim fuarları arasındaki konumu, marka stratejisi, tanıtım planları, ulusal ve uluslararası iş birliği modelleri, katılımcı ve ziyaretçi profili üzerinde çalışmalar yapılıyor. İTKİB Fuarçılık A.Ş. tarafından düzenlenecek fuarın; tüm dünyada ses getirecek tasarımların, trendlerin ve markaların sunulacağı uluslararası bir etkinlik haline dönüşmesi planlanıyor.

İstanbul Fashion Connection fuarında kadın, erkek ve çocuk giyiminden spor giyime, çorap ve iç çamaşırından abiye ürünler kadar oldukça geniş bir yelpazede ürün kategorileri sunulacak. Kendi markalarıyla ihracat yapmayı hedefleyen ve dünyadaki pek çok fuara katılan yüzlerce Türk üretici ile AB ülkeleri, Rusya, Ukrayna ve ABD başta olmak üzere dünyanın her birçok ülkesinden alıcı firmalar; İstanbul Fashion Connection'da buluşacak.



İHKİB, Almanya basınında Türk hazır giyim sektörünü anlattı

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Just Style, Sourcing Journal, Textil Wirtschaft ve Drapers gibi küresel çapta önde gelen sektörel haber platformlarında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tanıtımını yaparak dünya pazarlarında sektörün payını artırmayı hedefliyor.

TÜRK hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki gelişmelerden ve yeniliklerden uluslararası alıcıları ve müşterileri haberdar etmek, sektörün dünya çapındaki algısını yükseltmek ve ABD, İngiltere, Almanya gibi sektörün önemli ihracat pazarlarında tanıtım yapmak amacıyla İHKİB; dünya çapında önde gelen sektörel medya kuruluşlarıyla iş birliği yapıyor.

Almanya pazarına yönelik tanıtım faaliyetleri kapsamında sektörün önde gelen yayını Textil Wirtschaft ile yapılan iş birliğinde; sektörün Almanya ve Avrupa pazarına yönelik mesajları makaleler vasıtasıyla sunuldu. Textil Wirtschaft'ta, 2021 yılının mart ayında yayınlanan, "Başarı hikâyesi devam ediyor" başlıklı ilk makalede Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Alman müşterileriyle geliştirdiği mükemmel ilişkiler konu alındı. Makalede güvenilirlik, hız, esneklik, moda çeşitliliği, yüksek sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik standartları sayesinde Türk hazır giyim sektörünün, uzun yıllardır Almanya'daki müşteriler için önemli bir ortak olduğuna değinildi. Türk hazır giyim tedarikçilerinin 2020'de Almanya'ya ihracatlarını yüzde 3 artırarak 3,14 milyar dolara çıkardıkları vurgulanırken Alman pazarının Türk konfeksiyon ihracatının neredeyse beşte birini oluşturduğu ifade edildi.

SEKTÖRÜNÜN EKOLOJİ VE SOSYAL UYGUNLUĞA YAPTIĞI YATIRIMLAR ANLATILDI

Textil Wirtschaft'ta yayınlanan 26 Nisan tarihli, "Sürdürülebilirliği en yüksek AB seviyesinde sunuyoruz" başlıklı makalede ise Türk hazır giyim sektörünün ekolojik ve sosyal uygunluğa yaptığı yatırımlar anlatıldı. Ekolojik ve sosyal sürdürülebilirliğin, Türk hazır giyim endüstrisi için yeni konular olmadığı ifade edilirken; İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin şu sözlerine yer verildi: "Şirketlerimiz onlarca yıldır sürdürülebilirlik alanında sürekli iyileştirmeye büyük meblağlar yatırıyorlar.



Schnell, flexibel und nachhaltig dank Digitalisierung

Türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind nicht nur zwei voneinander unabhängige Bereiche moderner Bekleidungsproduktion, sondern sie sind auch in hohem Grade miteinander verknüpft. Dank der digitalen Optimierung aller Prozesse ist die türkische Bekleidungsindustrie sehr flexibel und nachhaltig. Ein Beispiel dafür ist die Produktion von Sportbekleidung. Durch diese Anpassungen können die türkischen Bekleidungsunternehmen heute weltweit eine Vielzahl von Produkten anbieten, die in diesem Jahr ebenfalls bereits auf der Fashion Week Istanbul zu sehen waren. Die türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse, um die Produktion zu beschleunigen und die Qualität zu verbessern. Dies ermöglicht es den Unternehmen, schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und die Produktion zu optimieren. Die türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse, um die Produktion zu beschleunigen und die Qualität zu verbessern. Dies ermöglicht es den Unternehmen, schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und die Produktion zu optimieren.

www.ihkib.org.tr/en

„Wir bieten Nachhaltigkeit auf höchstem EU-Niveau“

Türkische Bekleidungsindustrie investiert große Summen in Ökologie und Social Compliance

Ökologische und soziale Nachhaltigkeit sind für die türkische Bekleidungsindustrie kein neues Thema. Diese Faktoren sind seit Jahren ein integraler Bestandteil der Produktion. Die türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse, um die Produktion zu beschleunigen und die Qualität zu verbessern. Dies ermöglicht es den Unternehmen, schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und die Produktion zu optimieren. Die türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse, um die Produktion zu beschleunigen und die Qualität zu verbessern. Dies ermöglicht es den Unternehmen, schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und die Produktion zu optimieren.

www.ihkib.org.tr/en

Die Erfolgs-Story setzt sich fort

Die türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse, um die Produktion zu beschleunigen und die Qualität zu verbessern. Dies ermöglicht es den Unternehmen, schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und die Produktion zu optimieren. Die türkische Bekleidungsindustrie investiert hohe Summen in die Optimierung aller Prozesse, um die Produktion zu beschleunigen und die Qualität zu verbessern. Dies ermöglicht es den Unternehmen, schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und die Produktion zu optimieren.

www.ihkib.org.tr/en

Pandemienin başlangıcından bu yana, bu çabalar daha da yoğunlaştırıldı. Sürdürülebilir moda, salgınla daha çok gündemden Türk hazır giyim endüstrisinin tutarlı sürdürülebilir yönelimi artık tüm küresel hazır giyim değer zinciri için daha değerli."

PANDEMİ DÖNEMİNDE ARTAN DİJİTALLEŞME YATIRIMLARINA DİKKAT ÇEKİLDİ

Textil Wirtschaft'ta yayınlanan 3 Mayıs tarihli, "Fashion Week İstanbul (IFW) Dört Günlük Muhteşem Defilelerin Ardından Sona Erdi" başlıklı makale; modanın görsel sanatla buluştuğu ve kısa filmlerle sınırları aşarak dünyayla buluşan Fashion Week İstanbul'a dikkat çekildi. Dört gün süren etkinliğin; 30 kısa filmle ve göz kamaştırıcı gösterilerle Türk tasarımcılarını dünyaya tanıttığı belirtildi.

"Dijitalleşme sayesinde hızlı, esnek ve sürdürülebilir Türk hazır giyim endüstrisi; tüm süreçleri optimize etmek için büyük meblağlar yatıyor" isimli makalede; dijitalleşme ve sürdürülebilirliğin modern hazır giyim üretiminde belirleyici faktör ve birbirleriyle oldukça bağlantılı konular olduğu dile getirildi. Makalede Türk hazır giyim endüstrisinin uzun yıllardır süreçlerinin dijitalleşmesi için büyük yatırımlar yaptığı ve şu anda bu nedenle dünya çapında lider konumda olduğu ifade edildi. Sektörün yatırımlarının pandemiden başlangıcından bu yana arttığına da dikkat çekildi.

İHKİB temmuz ayı Yönetim Kurulu toplantısı yapıldı



İSTANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) temmuz ayı Yönetim Kurulu toplantısı, 13 Temmuz tarihinde gerçekleştirildi. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla düzenlenen toplantıda, sektör ile ilgili gündem maddeleri değerlendirilirken İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Yönetim Kurulu, Kurban Bayramı dolayısıyla bayramlaştı.

TİM Başkanı İsmail Gülle; toplantıda hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün sorunlarını dinledi. İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri, sorun ve düşüncelerini Gülle ile paylaşma fırsatı buldu. Toplantıda ayrıca e-ticaret konusunda ve Türkiye Tanıtım Grubu (TTG) ile devam eden ve planlanan yeni projeler hakkında da görüş alışverişinde bulunularak sektörün diğer gündem konuları hakkında istişarelerde bulunuldu.

Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE projesi ön değerlendirme toplantısı gerçekleştirildi

İTKİB bünyesinde hayata geçirilen ve firmaların farkındalığını yükseltmeyi hedefleyen Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE projesinin, ön değerlendirme toplantısı gerçekleştirildi. 8 Temmuz tarihinde gerçekleştirilen toplantıda konuşan İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe; projeye duyulan ilgiden büyük memnuniyet duyduklarını belirterek firmalarla birlikte yol haritası çıkarmak istediklerini dile getirdi.

alanında da dönüşüm sağlanmasının önemine değinildi. Enerji tasarrufunun yanı sıra minimum ham madde ile maksimum ürün tasarlanmanın önemine vurgu yapılan toplantıda, çok fazla ıslak işlem yapılan tekstil sektöründeki tüketimin önüne geçmek için susuz boyama uygulamalarının artırılmasının da önem teşkil ettiği ifade edildi. 60'a yakın katılımcının yer aldığı toplantıda firmalar, gerçekleştirilecek eğitimler ve sektör genelinde düzenlenecek webinarları değerlendirerek en çok ihtiyaç duyulan konu başlıklarını dile getirdi. Proje ile firmaların üretim süreçlerinde sürdürülebilirlik ve enerji verimliliği sağlanması için eğitimlerin düzenlenmesi konuları ele alındı.

Sürdürülebilir Tekstiller URGE Projesinin Ön Değerlendirme Toplantısını Gerçekleştirdik

İTKİB

Türk tekstil sektörü sürdürülebilirlikte öncü olacak

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) öncülüğünde, tekstil ve ham maddeleri ihracatçı birlikleri tarafından 'Türk Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı' açıklandı. Sektör, eylem planıyla kalıcı bir dönüşüm sağlayarak küresel ihracattaki pazar payını daha da artırmayı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına üst düzey uyumu hedefliyor.



YILIN ilk yarısında 6,2 milyar dolar ihracatla tüm zamanların en yüksek ihracatını gerçekleştiren ve dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı olan Türk tekstil sektörü, sürdürülebilirlik konusunda öncü olmak için harekete geçti. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) öncülüğünde tekstil ve ham maddeleri ihracatçı birlikleri tarafından, 'sürdürülebilir tekstil' vizyonunu tüm sektörde tabana yaymak amacıyla hazırlanan eylem planının detayları açıklandı. Sektör, eylem planıyla kalıcı bir dönüşüm sağlayarak küresel ihracattaki pazar payını daha da artırmayı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına üst düzey uyumu hedefliyor. Plan kapsamında tekstil sektörü atık suların geri kazanımı, enerji tüketiminin azaltılması, geri dönüşüm gibi birçok önemli konuda somut adımlar atacak.

"TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ BU VİZYONER HAMLE ADINA TEBRİK EDİYORUM"

Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı toplantısında açılış konuşmasını yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, "Geçtiğimiz haftalarda 12 ana maddeden

oluşan Sürdürülebilirlik Eylem Planı kapsamında açıkladığımız hedeflerin başında, sektörel eylem planları oluşturmak geliyor. Bugün öncü sektörümüz olan tekstilde, bu adımın ilk karşılığını görmekten büyük mutluluk duyuyor ve sektörümüzü bu vizyoner hamle adına tebrik ediyorum. TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulumuz, sanayide sürdürülebilir politikaların belirlenmesi ve uygulanması noktasında sektörlerimize rehberlik ederek, yeşil dönüşüm sürecinde kritik bir sorumluluk üstlenecek. Bununla beraber, ALO TİM bünyesinde Yeşil Hat'ı devreye alıyoruz. Firmalarımız sektör bazında yeşil dönüşümle ilgili soruların cevaplarını, TİM ve birlik çatısı altındaki uzman ekiplerimizden alacak. Tüm sanayicilerimizi, üreticilerimizi, tedarikçilerimizi ve ihracatçılarımızı; doğayı ve çevreyi önceleyen bir üretim anlayışına davet ediyorum. Gelin, fabrikalarımızın eski altyapılarını yenileyelim, yıkama ve boyama suyu altyapısını ayırıp, yıkama suyunu geri kazanalım, yıkama ve boyamada daha az su kullanan teknolojileri yaygınlaştıralım, üretimde mümkün olduğunca fosil

yakıtların payını azaltalım. Çocuklarımıza, gelecek nesillerimize bırakacağımız en büyük miras; temiz bir dünya, temiz bir atmosferdir" dedi.

"SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ RİSK DEĞİL, FIRSAT OLARAK GÖRMELİYİZ"

Toplantıda konuşma yapan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Türk tekstil sektörünün, dünyanın en büyük beşinci, AB'nin ise en büyük ikinci ihracatçısı olduğunu belirterek rekabetçiliğin hızla arttığı günümüzde, sektörün küresel güçlerini daha da artırabilmesi için yeni başarı hikâyeleri yazmak zorunda olduğunu belirtti. Öksüz sözlerine şu şekilde devam etti: "Türkiye İhracatçılar Meclisimizin öncülüğünde gerçekleştirdiğimiz Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı ile birçok konuda bakanlıklarımız ile iş birliği içerisinde, somut projeler gerçekleştirerek sürdürülebilirliği sektörümüzde tabana yaymayı ve ihracatta öncü olduğumuz gibi bu konuda da öncü olmayı hedefliyoruz. Sürdürülebilirlik olgusunu bir risk değil, dönüşüm süreci olarak görmeli ve fırsat olarak değerlendirmeliyiz."

Ticaret, Tarım ve Orman Bakanlıklarından beklentilerini dile getiren Öksüz; "Bu hedefler ancak kamu-özel sektör iş birliği ortak vizyonu ile başarıya ulaşabilir. Tarım ve Orman Bakanlığımız ile organik pamuk üretiminin daha fazla teşvik edilmesi için pamuk prim fark desteğinin artırılması ve üretim alanlarının artırılması çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Ticaret Bakanlığımız ile sektörümüzün sürdürülebilirlik politikaları üzerinde ayrı bir destek mekanizması oluşturması için girişimlerde bulunuyoruz. Ham madde niteliğine sahip geri dönüştürülmüş tekstil ürünlerinin ithalatındaki zorluk, sektörümüzün yaklaşımıyla uyuşmuyor. Sektörümüzün sıfır atık yaklaşımı ve sürdürülebilirlik vizyonu çerçevesinde geri dönüştürülmek üzere kullanılmış giyim ürünleri ithalatının, iç piyasa dinamiklerini bozmayacak şekilde Ticaret Bakanlığımızın denetimi ve kontrolüyle kolaylaştırılması gerekiyor" diye konuştu.

"ÇEVREYE DUYARLI SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM TERCİH DEĞİL ZORUNLULUK"

Türkiye'de sürdürülebilirlik farkındalığını artırmak ve gelecek dönem uygulamalarına zemin hazırlamak adına çok önemli bir atılım yapıldığını vurgulayan TİM



Sektörler Konseyi Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Başkanı Zeki Kıvanç, "Tekstil ve hazır giyim sektörü üretim ve iş gücü açısından dünyadaki en büyük ve en önemli endüstrilerin başında yer alıyor. Hiç şüphesiz ki sürekli olarak gelişen fonksiyonları ve giderek artan farklı kullanım alanlarıyla gelecekte de insan hayatı için önemini korumaya devam edecektir." dedi. Kıvanç, sözlerine şu şekilde devam etti, "Sürdürülebilir bir dünya, gelecek dönemin en önemli önceliklerinden biri olacaktır. Bugün geline nokta sadece ABD ve Avrupa Birliği değil, dünyanın neredeyse tamamına yakını iklim değişikliğinin olumsuz etkilerine karşı topyekûn bir mücadelenin hazırlığı içinde. Döngüsel ekonomi, kaynak verimliliği, dijital dönüşüm, karbon ayak izi gibi konular, önümüzdeki dönemde en çok konuşacağımız konuların başında gelecektir. Çevreye duyarlı sürdürülebilir üretim Türkiye'miz ve dünyamız için bir tercih değil, bir zorunluluktur. Türkiye sanayisinin daha temiz üretim yöntemi ve faydaları konusunda teknik kapasitesinin geliştirilmesi ve farkındalık düzeyinin artırılması için Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı büyük önem taşımaktadır. Rekabet gücümüzü korumak, daha çok ve uzun süreli katma değer yaratmak için hazırladığımız sürdürülebilirlik eylem planı çok önemli."

"SEKTÖRLERİMİZİN KARBONSUZLAŞMASI, ULUSLARARASI REKABET DÜZEYİNİ KORUMAMIZ AÇISINDAN YÜKSEK ÖNEMDE"

Eylem planının, sektörün Avrupa Yeşil Mutabakatı'na uyum sürecini hızlandıracağını ve küresel ticaretteki pazar payını artıracığını belirten Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Fikret Kileci, "Üretim sürecinde elektriği yoğun olarak kullanan tekstil gibi ihracatçı sektörlerimizin, AB ihracatında karbon engeline takılma riski bulunuyor. Bu sektörlerimizin karbonsuzlaşması, uluslararası rekabet düzeyini korumamız açısından yüksek önemdedir. Dolayısıyla Türkiye'nin bir an evvel karbon yoğunluğu düşük bir üretim modeline geçmesi ve ekonomisini bu çerçevede şekillendirmesi gerekmektedir. Bu

Türk tekstil sektörü, eylem planıyla kalıcı bir dönüşüm sağlayarak küresel ihracattaki pazar payını daha da artırmayı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına üst düzey uyumu hedefliyor.

Boyahane ve diğer işletmelerde su ve enerji tüketiminin asgariye indirilmesi için finansal kaynak yaratmak üzere girişimlerde bulunulacak.

dönüşüm; bir zorunluluk olarak değil, sürdürülebilir kalkınma için bir fırsat olarak görülmelidir. Ülkemiz; üretimde karbonsuzlaşma süreciyle birlikte güçlenerek teknoloji ve finans sektöründe, yeşil teknoloji yatırımları ve sürdürülebilir finansman modelleri gibi önemli fırsatlar yaratabilir. Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde verilecek fon fırsatından yararlanılarak, bu alandaki Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine ivme kazandırılabilir. Üreticiler ve ihracatçılar olarak bu sürdürülebilir düzenin hayata geçirilmesi noktasında baş aktörler konumundayız. Bu anlamda, konuyu oldukça önemsiyor ve reel sektörün temsilcileri olarak üzerimize düşenleri yapacağımızı belirtmek istiyorum. Sahadaki etkinliğimizin yüksek olması dolayısıyla eylem planı çerçevesinde oluşturulacak yol haritası, ihracatçımızla hayat bulacaktır” dedi.

SULTAN TEPE, PLANIN DETAYLARINI AÇIKLADI

Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nın detaylarını açıklayan TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı ve Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Komite Başkanı ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, “Planı hayata geçirmek üzere Sürdürülebilirlik Platformu oluşturulacak. Platform içerisinde alt komiteler kurulacak. Ham madde ve ürün özelinde sürdürülebilir ham madde girişimlerinin teşvik edilmesi ve Ar-Ge çalışmalarının gerçekleştirilmesi sağlanacak, üretimde sertifikalı materyallerin kullanımı ve bu kaynakların gelişimine yönelik teşvik çalışmaları yürütülecek. Organik pamuk üretiminin daha fazla teşvik edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilecek. Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi başlığında ise tekstil tedarik zincirinde izlenebilirliği desteklemek ve şeffaflığı



kolaylaştırmak amacıyla uluslararası paydaşlarla projeler geliştirilecek. Döngüsellik kapsamında tekstil atıklarının toplanması, ayrıştırılması, geri kazanımı ve dönüştürülmesi konusunda yerel yönetimler ve markalar ile iş birliği çalışmaları planlanacak. Tekstil Geri Dönüşüm Merkezi Projesi'nin hayata geçirilmesi için girişimler başlatılacak” dedi. İklim çalışmalarıyla kurumlarda bilimsel karbon ayak izi ölçüm ve raporlaması ile pilot uygulamaların hayata geçirilmesinin sağlanacağını ifade eden Tepe, “Karbon emisyonu azaltmaya yönelik yol haritası hazırlanacak. Boyahane ve diğer işletmelerde su ve enerji tüketiminin asgariye indirilmesi için finansal kaynak yaratmak üzere girişimlerde bulunulacak. Son olarak kurumsal sosyal sorumluluk konusu başlığında iş sağlığı ve güvenliği risklerinin en aza indirilmesi, kadın çalışan istihdam oranının artırılması için projeler geliştirilecek” diye konuştu.

“SEKTÖRÜMÜZÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VİZYONUNU ARTIRMAYI HEDEFLİYORUZ”

İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ise yaptığı konuşmada Türk tekstil sektörünün sürdürülebilirlik eylem planıyla Türkiye markasına, ihracatına ve katma değerine en önemli katkılardan birini sağlamaya devam edeceğini belirtti. Bilici sözlerine şöyle devam etti: “Eylem planı kapsamında sektörümüzün sürdürülebilirlik alanındaki örnek çalışmalarını tabana yaymak, sektörümüzü sıfır atık, enerji tüketimi ve döngüsel ekonomi alanında bilinçlendirmek, sürdürülebilir bir gelecek inşa eden Türk tekstil sektörünün marka algısını tüm dünyada yükseltmek, ulusal ve global fon kaynaklı projeler gerçekleştirmek en önemli önceliklerimiz arasında yer alıyor. Böylelikle; sektörümüzün sürdürülebilirlik vizyonunu artırmayı, küresel ihracatta daha üst basamaklara ulaşmayı hedefliyoruz.”

Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Turan Göksan, “Türk tekstil sektörünün küresel sistemde yerini koruması ve daha üst sıralara çıkması için dünyadaki gelişmelere kolay uyum gösteren, şeffaf ve dünyamızın geleceğine karşı sorumluluk hisseden üretim ve satış süreçlerine sahip olmaları ve bu dönüşüme uygun hareket etmeleri büyük önem taşıyor. Eylem planıyla birlikte sektörümüz sürdürülebilirlik konusunda projeler geliştirerek rekabetçi avantajını artıracak ve üretimi gelecek kuşaklara taşıyabilme fırsatı bulacak” dedi.

TEKSTİL SEKTÖRÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EYLEM PLANI ADIMLARI

- Tekstil sürdürülebilirlik platformu
- Ham madde ve ürün
- Tedarik zinciri
- Döngüsellik
- İklim
- Su ve enerji
- Kurumsal sosyal sorumluluk



ÇAVUŞOĞLU

ÖRME & TEKSTİL

2021

20 YILDIR

KALİTE VE GÜVENE ATILAN İMZA!

Makina Parkuru

Adet	Marka	Pus/Fein	Sistem	Açıklama
2	2015 Terrot	34" 10F	54	A.En Elk.Jakar Süprem,F.Elastan,Mesh Kitli
2	2015 Terrot	34" 7F	54	A.En Elk.Jakar Süprem,F.Elastan,Mesh Kitli
8	2011 Pilotelli	34" 10F	102	Açık En Süprem,F.Elastan
4	2009 Pilotelli	34" 14F	102	Açık En Süprem,F.Elastan
2	2007 Pilotelli	34" 18F	102	Açık En Süprem,F.Elastan
5	2000 Pilotelli	36" 10F	60	Açık En Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
5	2005 Mayer	36" 10F	60	Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
8	2000 Mayer	30" 12F	48	Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
8	2020 Mayer	34" 18F	72	Açık En Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
4	2020 Mayer	34" 12F	72	Açık En Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse

15 Ton / Gün Kapasiteli Farklı İplik Grupları Değişik Hız ve Barlarda Puntalama Kapasitemiz Bulunmaktadır.

DENEYİMLİ
KADRO

ÜRETİMDE YÜKSEK
TEKNOLOJİ

HER AŞAMADA
KONTROL

ÜRETİM
RAPORLAMA

ÖZENLİ VE HİJYENİK
SEVKİYAT

DOĞA DOSTU
ÜRETİM

Çünkü, Kalite her şeydir..

Because, Quality is everthing..

(0212) 565 30 16

www.cavusogluorme.com

info@cavusogluorme.com

Osmangazi Mahallesi 3141. Sokak No: 7-9 Kat: 1 ESENYURT / İSTANBUL

İTHİB'den Hollanda'nın İstanbul Başkonsolosluğu'na ziyaret

İTHİB'in Hollanda İstanbul Başkonsolosluğu ziyaretinde, iki ülke arasındaki ticari ilişkiler ve tekstil sektörünün gündemindeki konular değerlendirildi. Her iki ülkenin tekstil alanındaki sürdürülebilirlik çalışmaları ve iş birlikleri de ziyaret sırasında gündeme geldi.

giyim sektörleri olduğunu belirten Ahmet Öksüz, iki ülke arasındaki dış ticaret hacminin yaklaşık 1,5 milyar dolarını; tekstil ve hazır giyim ihracatının oluşturduğuna dikkat çekti. Sürdürülebilirlik temelinde yapılacak iş birliğinin büyük önem arz ettiğini belirten Öksüz, geri dönüştürülmüş ham madde kullanımı, sürdürülebilir tekstiller ve dögüsel ekonomiyi öncelleyen stratejilerin hedeflendiğini belirtti.

TÜRKİYE VE HOLLANDA'NIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GÜNDEMİ
Bart van Bolhuis; Hollanda 2020-2025 dönemi Dögüsel Tekstiller Politika Programı'nda dögüsel tekstil üretimi için önemli hedefler belirlediğini, Hollanda Hükümeti'nin 2025 yılına kadar tüketilen tekstil ürünlerinin yüzde 25 oranında geri dönüştürülmüş materyalden üretilmesini hedeflediğini, 2030'a kadar ise bu rakamın yüzde 30'a çıkarılacağını

belirtti. Türkiye'nin sürdürülebilir tekstillerdeki güçlü konumu, ülkenin tekstil üretim ve ihracat kapasitesinin korunması ve Avrupa'daki pazar payını artırması için stratejik bir öneme sahip olduğunun altı çizilirken Türkiye'nin, Hollanda için en önemli partnerlerden biri olduğu belirtildi.

Dünyanın en önemli tekstil ithalatçılarından biri konumundaki Hollanda'nın ithalatından, sadece yüzde 6,6 oranında pay alındığını belirten Ahmet Öksüz, Ticaret Bakanlığınca kullanılmış giyim eşyası ithalatında gerçekleştirilebilecek düzenleme ile Hollanda'ya katma değerli ihracatın artacağını, öte yandan iki ülke arası dögüsel ekonomi alanındaki iş birliğinin ve karşılıklı yatırımların derinleşmesinde de önemli bir rol oynayacağını vurguladı.



İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe ile Muammer Akçay, Hollanda İstanbul Başkonsolosu Bart van Bolhuis'i ziyaret etti. 1 Temmuz tarihinde gerçekleşen toplantıda, tekstil sektöründe sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm konularında kurulabilecek kapsamlı iş birliği modelleri değerlendirildi.

Bart van Bolhuis; gerçekleşen toplantıda Hollanda ve Türkiye'nin sürdürülebilir tekstiller yaklaşımı, geri dönüşüm ve dögüsel ekonomi politikaları hususlarında istişarede bulunmaktan büyük memnuniyet duyduklarını belirtti. İklim değişikliği ile mücadelenin Avrupa Birliği'nin en önemli politikası haline geldiği bugünlerde; Avrupalı büyük alım gruplarının da geri dönüştürülmüş ürünlerden üretilen tekstil ürünleri talebinin her geçen gün arttığına dikkat çekildi. Bu çerçevede Türk tekstil sektörünün Avrupa'da rekabet avantajlarını artırmak ve güçlendirmek için tüm üretim süreçlerinin sürdürülebilirlik temeli üzerinden kurgulamasının büyük önem taşıdığını belirtti.

"SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK TEMELİNDE YAPILACAK İŞ BİRLİĞİ BÜYÜK ÖNEM ARZ EDİYOR"

Hollanda Krallığı ve Türkiye Cumhuriyeti arasında her geçen yıl artan; 2020 yılında ise yaklaşık 9 milyar dolar değerinde gerçekleşen dış ticaret hacminin en önemli sektörlerinin başında tekstil ve hazır



ENGELSİZ IŞIK, SORUNSUZ EKOSİSTEM, YÜZEN AKILLI SİSTEMLER



ÖZEL YÜZDÜRÜCÜLER:

- ✓ Dalgalanmaya, rüzgara, yangına ve delinmeye karşı dayanıklı,
- ✓ 25 yıla kadar uzun ömürlü



ÖZEL KONSTRÜKSİYON:

- ✓ Yüksek albedo yüksek kazanç
- ✓ Sahanın güneşlenme özelliğine göre geniş açı seçeneği,
- ✓ Gölge etkisini en aza indiren,
- ✓ Korozyona karşı yüksek korumalı,

ÖZEL PANELLER

- ✓ Tuzlu su dayanımlı,
- ✓ Çift yüzlü panellerle m²'de daha yüksek elektrik üretimi seçeneği,
- ✓ Çerçevesiz özelliği ile korozyon riski olmayan,
- ✓ Çevre dostu

sales@gtctrade.com

+90 416 290 35 35

+90 216 370 52 16

YouTube /GtcSolar

Facebook /GTCsolarsystems

Instagram /gtcsolar

LinkedIn /company/gtc-solar

Twitter /GtcSolar

İTHİB temmuz ayı Yönetim Kurulu toplantısı gerçekleştirildi

İTHİB YÖNETİM Kurulu toplantısı, 29 Temmuz tarihinde gerçekleştirildi. Üyelerin geniş katılımıyla düzenlenen toplantıda, temmuz ayında gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin hususlar görüşülürken sektörel projeler de ele alındı.

Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan Yeşil Mutabakat Eylem Planı'nın değerlendirildiği toplantıda, tekstil sektöründe uygulanması planlanan vizyon çalışmasına ilişkin görüş alışverişinde bulunuldu. Toplantıda sektörel sorunlar istişare edilirken, aylık ihracat verileri ile fuar ve heyet çalışmalarını değerlendirildi.



OTİAD Yönetim Kurulu ile İTHİB bir araya geldi



OSMANBEY Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) Yönetim Kurulu, 1 Temmuz tarihinde İTHİB Yönetim Kurulu ile bir araya geldi. TİM Başkanı İsmail Güllü'nün teşrifleriyle gerçekleşen toplantıda, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve OTİAD Başkanı Eda Arpacı da yer aldı.

Toplantıda yeni iş birliği imkânları ile sektörü ileri taşıyacak gündem maddeleri değerlendirildi. Sektörde üretimi artıran ve ihracatta payı yükselen ürün gruplarına ilişkin öneriler ve projeler görüşülürken kumaş fuarı yapılması konusunda da karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu.



İTHİB Ar-Ge&İnovasyon Kapasite Geliştirme Programı başlıyor

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından başlatılan Ar-Ge&İnovasyon Kapasite Geliştirme Programı sayesinde firmaların; dijitalleşme ve Endüstri 4.0, enerji verimliliği, iklim değişikliği, çevre ve döngüsel ekonomi alanlarına yönelik olarak gerçekleştireceği Ar-Ge ve inovasyon projeleri ile kurumsal kapasitelerinin geliştirilmesi hedefleniyor.

İTHİB bünyesindeki firmaların olgunluk seviyelerine göre belirlenecek olan inovasyon odaklı projeler ile mentorluk, tasarım ve başvurulara yönelik finansman mekanizmalarının desteklenmesi hedefleniyor. İTHİB tarafından ilk kez başlatılan hızlandırma destek programı ile ayrıca firmaların; Ar-Ge olgunluk seviyesine göre inovasyon kabiliyetlerinin güçlendirilmesi, firma bünyesinde Ar-Ge odaklı kurumsal kapasitenin oluşturulması, olgunluk seviyesi yüksek firmaların katma değeri daha yüksek ürünlerinin sektöre kazandırılması amaçlanıyor.

PRAGRAM, 2021 YILI İKİNCİ YARISI İLE 2022 YILI İLK YARISI ARASINDA GERÇEKLEŞTİRİLECEK

30 Temmuz itibarıyla başvuru süresi sona eren program, firmaların olgunluk seviyesine göre iki kategoriden oluşuyor. Birinci kategori, Ar-Ge ve inovasyon kapasitesinin artırılması olarak belirlendi. Bu kategoride orta ölçekteki firmaların yenilikçilik, verimlilik, dijitalleşme ve çevresellik gibi alanlarda güçlendirilmesi hedefleniyor. İkinci kategoride ise uluslararasılaşma ve uluslararası fonlara erişim konu alındı. Ar-Ge olgunluk seviyesi yüksek, tasarım ve mühendislik altyapısını tamamlamış firmaların; uluslararası proje konsorsiyumlarına (Erasmus+, Horizon Europe, InvestEU v.b.) erişimleri hedefleniyor. Projenin 2021 yılı ikinci yarısı ile 2022 yılı birinci yarısı arasında gerçekleştirilmesi öngörülüyor.

Proje kapsamında mentorluk, tasarım, başvuru ve yönetim alanlarında danışmanlık hizmeti verilirken yüzde 50 hibe desteği de sağlanıyor. Birinci kategori için maksimum destek tutarı 25 bin TL, ikinci kategori için ise 50 bin TL olarak belirlendi.

PROGRAM İLE MARKA ÇALIŞMALARININ YAYGINLAŞTIRILMASI DA HEDEFLENİYOR

Program sayesinde firmaların; dijitalleşme ve Endüstri 4.0, enerji verimliliği, iklim değişikliği, çevre ve döngüsel ekonomi alanlarına yönelik olarak gerçekleştireceği Ar-Ge ve inovasyon projeleri ile kurumsal kapasitelerinin geliştirilmesi hedefleniyor. Firmalar için yeni ağ ve iş birliği kanallarının yaratılması ve uluslararası alanda yeni aktörler ile farklı konsorsiyumların oluşturulması,



birlik bünyesinde güdümlü programların geliştirilmesi ile üyelerin proje yönetim kabiliyetinin güçlendirilmesi de hedefler arasında. Ayrıca sektörün yeni proje kaynakları ile tanıştırılması ve uluslararasılaşılmasının hedeflendiği programda, patentli ürün/marka çalışmalarının da yaygınlaştırılması amaçlanıyor.

Programın başvuru kriterleri arasında İTHİB üyesi olmak, limited şirket veya anonim şirket statüsünde tüzel kişilik olmak bulunuyor. Başvuru yapan firmalarda aranan diğer özellikler ise sürdürülebilirlik ve verimlilik planlarını yapmış olmak, üretici-ihracatçı olmak, farklı kurum ve kuruluşlarla iş birliğine açık ve hazır olmak, ulusal ve uluslararası kongrelere katılım sağlıyor olmak. Program süresince yürütülecek faaliyetlere aktif katılım sağlamak ve üniversite-sanayi iş birliği ile yapılan bir çalışmaya sahip olmak da başvuru kriterleri arasında yer alıyor.

Proje kapsamında mentorluk, tasarım, başvuru ve yönetim alanlarında danışmanlık hizmeti verilirken yüzde 50 hibe desteği de sağlanıyor.

Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu toplantısı gerçekleştirildi



DERİ VE DERİ Mamulleri Sektör Kurulu toplantısı, 1 Temmuz tarihinde Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla hem fiziki hem de çevrim içi ortamda gerçekleştirildi. Toplantıya geniş katılım sağlayan İDMİB ve EİB temsilcilerinin yanı sıra Ticaret Bakanlığı temsilcisi de çevrim içi olarak toplantıda hazır bulundu.

En önemli gündem maddesini ham ve yarı işlenmiş deri tedarikinin oluşturduğu toplantıda, ham deri tedarikinde önemli yeri olan Kurban Bayramı'nda derilerin zayı olmaması için hazırlanan kamu spotu hakkında da bilgi verildi. Toplantıda ayrıca, ham ve

yarı mamul derilerin işlenerek yurt içinde nihai ürün haline getirilmesinin katma değerli ihracat hedefi için önemine vurgu yapıldı.

Sektöre nitelikli iş gücü kazandırılmasını amaçlayan Deri Mühendisliği Burs Programı'na ilişkin olarak ise tanıtıma yönelik önemli adımlar değerlendirildi. Burs programıyla ilgili yapılacak duyuru ve tanıtımların etkin bir şekilde yürütülmesi için gerekli iş birlikleri görüşüldü. Toplantı, deri ve deri mamulleri ihracat ve ithalat istatistiklerinin incelenmesi ve potansiyel pazarların değerlendirilmesiyle sona erdi.

İDMİB'in dijital medya içeriği uygulama danışmanlığı çalışmaları başladı



İDMİB'İN Ticaret Bakanlığı destekleri ile sürdürülen Deri ve Deri Mamulleri Sektöründe Dijital Dönüşüm ve E-ihracat projesi kapsamında küme üyelerine yönelik 'Dijital medya içeriği uygulama danışmanlığı' çalışmaları başladı. Günümüzün en önemli kavramlarından dijital dönüşüm süreçlerinin tamamında üye firmaların dijital pazarlamaya ilişkin yetkinliklerini ve kabiliyetlerini artırmalarının amaçlandığı çalışma, İstanbul Moda Akademisi Dijital Dönüşüm Merkezi'nde sürdürülüyor.

Danışmanlık faaliyeti kapsamında firmaların dijital dönüşüm süreçlerinde dijital pazarlamanın en önemli gerekliliklerinden biri olan e-ticaret için en uygun dijital ürün görsellerinin

hazırlanmasını kapsayacak uygulamalı hizmetler sunuluyor. B2B platformlar ve tüm genel dijital mecralara uygun tanıtım materyallerinin ve medya içeriklerinin oluşturulması uygulamaları; küme üyesi firmaların dijital pazarlama departmanlarında yer alan kişi veya ekipler tarafından gerçekleştiriliyor. Ekiplere Dijital Dönüşüm Merkezi'nin uzman fotoğraf ve stilistleri de eşlik ediyor.

İlgili danışmanlık çalışması sonunda küme üyesi firmaların, sürekli değişen ve gelişen dijital tanıtım ve pazarlama koşul ve yöntemlerine uyumlu olacak şekilde ihtiyaç duyulan her an uygulama yapabilir ve istediği dijital materyalleri sürdürülebilir şekilde hazırlayabilir hale gelmeleri bekleniyor.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

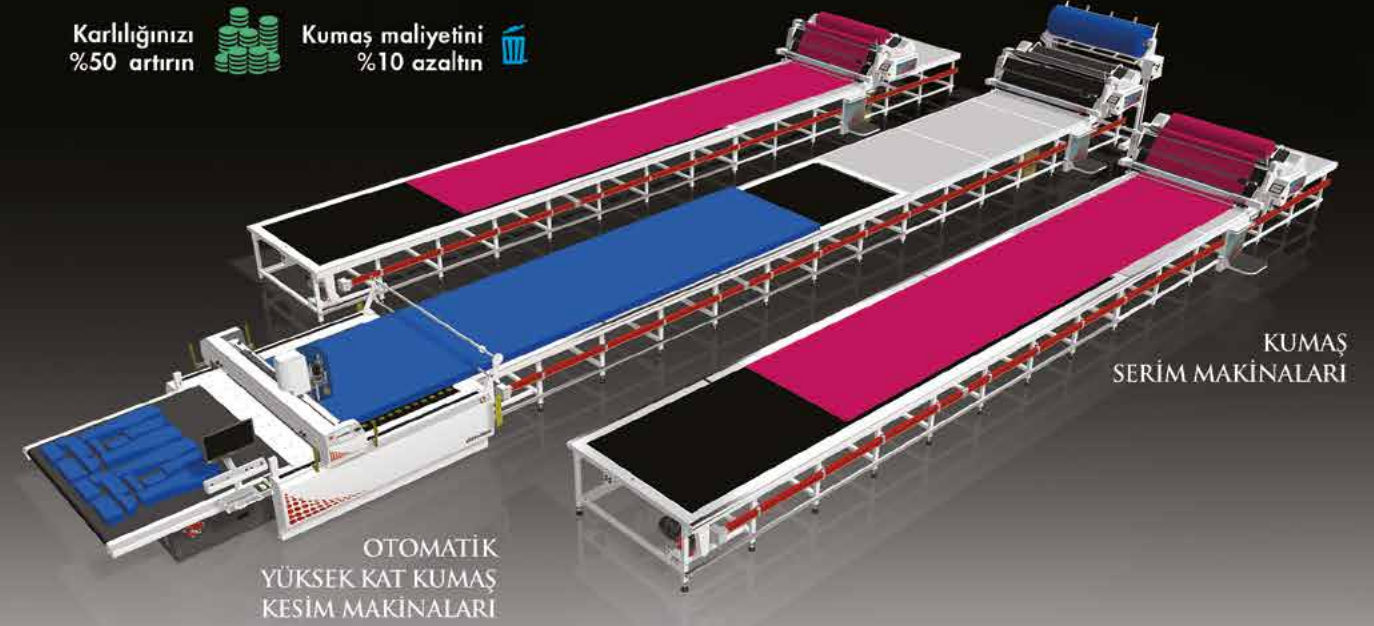
intelloCut



Karlılığınızı
%50 artırın



Kumaş maliyetini
%10 azaltın



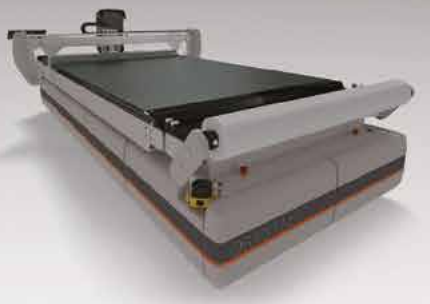
KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK
YÜKSEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI

CRYSTAL
OTOMATİK
TEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL
SADECE 500W İLE
9 DAKİKADA
BİR TAKIM ELBİSE



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



bierrebi
OTOMATİK
DANTEL
KESİM
MAKİNASI



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 sektör duayenleri ile genç tasarımcıları buluşturdu



İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Güven Karaca, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi-Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Başkanı Burak Uyguner katıldı.

Ayakkabı, saracıye ve mamul deri sektörünün önde gelen isimleri; uzun yıllardır sektörde edindikleri tecrübeleri, genç tasarımcılarla paylaştı. Özellikle yeni kurulacak markalar için sektör bazlı öneriler, yeni dönemde ihracatın gerektirdiği değişen ihtiyaç ve nitelikler, tek tipten uzaklaşan müşteri profilleri gibi konuların altı çizildi. Deriye katma değer ekleyen en önemli unsurun tasarımcılar olduğu, genç tasarımların sektörü yukarı taşıyacağı da vurgulandı. Etkinlikte genç tasarımcılar, aldıkları eğitimlerle elde ettikleri kazanımları paylaşarak deri ve deri mamulleri sektöründe tasarımcı marka kurmak, sürdürülebilir ürün tasarımları, mamul deri ve aksesuar tedarikinde yaşanan sıkıntılar, sektörün geleceği hakkındaki görüş ve sorularını duayenlere iletti.

Etkinlik sonunda genç tasarımcıların marka kurma yolunda portföy ve öz geçmişlerinin sektördeki üreticilerle paylaşılması, uygun tasarımcı-üretici eşleşmelerinin sağlanması ve genç tasarımcı markalarının tanıtımına yönelik desteklere dair birçok alanda çözüm önerilerine yönelik adımlar görüşüldü.

İDMİB tarafından 22 Mayıs tarihinde başlatılan Girişimci Tasarımcılar Programı, 82 saatlik ders programının tamamlanmasının ardından 11 Temmuz'da başarıyla son buldu. Programa 21 genç tasarımcı, yüksek devamlılık oranları ile katılım sağladı.

Program kapsamında yer alan 'Sektör Duayenleri ile Buluşmalar' etkinliği ise 3 Temmuz'da gerçekleştirildi. Çevrim içi olarak yapılan etkinliğe

Genç tasarımcılar, tabakhane ziyaretini gerçekleştirdi

GİRİŞİMCİ Tasarımcılar Programı kapsamında yer alan 'Tabakhane Ziyareti' etkinliği, 10 Temmuz günü gerçekleştirildi. Teorik ve uygulamalı eğitim programını tamamlayan genç tasarımcılar, mamul derinin tüm üretim süreçlerini yerinde görmek üzere Tuzla Deri Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan Derimsan'ı ziyaret etti.

Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Genel Sekreteri Onur Görgün ve firmanın deri mühendisleri eşliğinde gerçekleşen bilgilendirici bu faaliyet ile genç tasarımcılar, ham derinin temini ve fabrikaya girişinden başlayarak ıslatma, kireç ve yağ giderme, piklaj, tabaklama, retenaj, boyama, yağlama, kurutma, finisaj ve sürdürülebilir arıtmaya kadar olan tüm süreçleri detaylı olarak gözlemledi.

Mamul derinin çeşitliliği ve Türkiye'deki üretim kalitesi, derilerin kullanım olanakları, sürdürülebilir ve çevre dostu üretim imkânları hakkında da detaylı bilgiler edinen genç tasarımcılar; tasarımlarında uygulanabilir, özgün fikirleri geliştirebilmek için önemli bir tecrübeye sahip oldular.



YENİ

epa® 5001

OTOMATİK KATLAMA
ve PAKETLEME
MAKİNESİ



epa®
akın

"TUBİTAK BAŞARI BELGELİ
ve PATENTLİDİR"



TÜRKİYE'de İLK!
YERLİ
ÜRETİM

KOMİD
üyesidir

Turkish
Machinery



İDMİB, Arnavutluk Ayakkabı ve Hazır Giyim Üreticileri Derneği ile bir araya geldi

İDMİB, deri ve deri mamulleri sektörünün ihracatını artırmaya yönelik faaliyetlerine devam ediyor. İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İslam Şeker'in katılımıyla Arnavutluk Ayakkabı ve Hazır Giyim Üreticileri Derneği temsilcileri, 2 Temmuz tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde bir görüşme gerçekleştirdi. Toplantıda iki ülke arasındaki ticareti güçlendirmek ve geliştirmek için olası iş birliği fırsatları değerlendirildi. Dernek Başkanı Edvin Prence'nin de bulunduğu toplantıda iki ülke arasındaki ticaretin yeteri kadar gelişmediğine dikkat çekilirken ticari ilişkilerin geliştirilmesi adına

organizasyonlar düzenlenmesinin pazarın daha yakından tanınmasına fayda sağlayacağı görüşüldü.

Arnavutluk'ta yan sanayi ürünlerine büyük talebin olduğu ve talebin her geçen gün arttığı, özellikle ayakkabı ve hazır giyim yan sanayi için Arnavutluk'un büyük bir potansiyel barındırdığı belirtildi. Türkiye'de organize edilen güçlü yan sanayi fuarlarının Arnavutluklu alıcılar tarafından ziyaret edilmesinin Türk üreticileri ve ürünleri tanımak açısından önemli olduğu dile getirilirken ticaret ve alım heyetlerinin organize edilmesinin de iki ülke arasındaki ticarete katkı sunacağı ifade edildi.

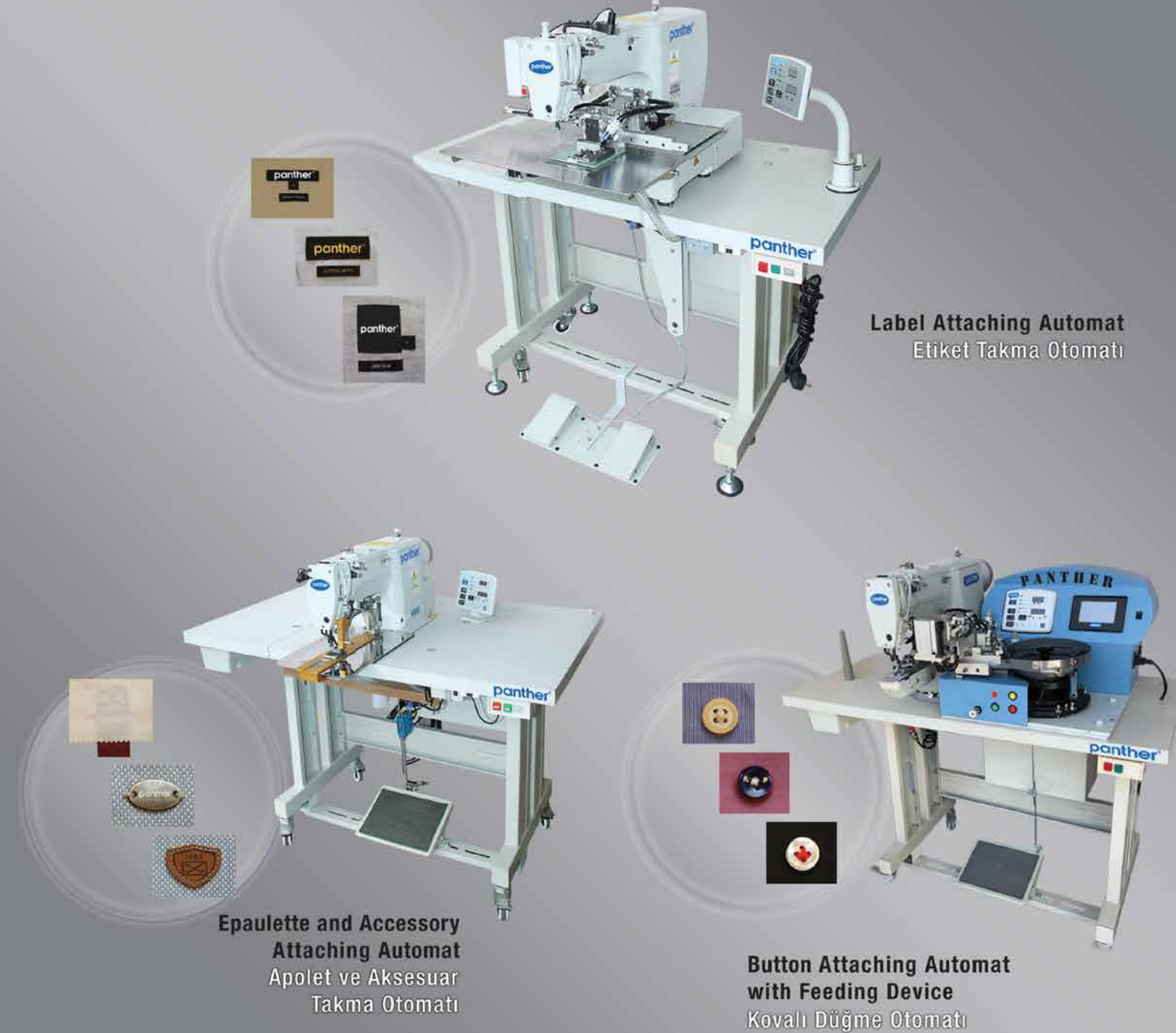
İHİB mimarlarla kahvaltı etkinliği düzenledi



İSTANBUL Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), 13 Temmuz tarihinde düzenlenen kahvaltı etkinliğinde mimarlar ile bir araya geldi. Gerçekleşen etkinliği Türkiye'nin önemli mimar ve iç mimarları katılım sağladı.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin katkılarıyla hazırlanan, mimarlık dünyasının yakından takip ettiği Carpetart Dergisi ile mimarlar arasında bir bağ kurulmasını hedefleyen etkinlik, Kanyon Alışveriş Merkezi'nde düzenlendi. Halı ve mimarın yakın bağları göz önünde bulundurularak mimarlara İHİB'i daha yakından tanıtmının amaçlandığı etkinliğe, önemli mimarlık ofisleri katılım sağladı.

panther[®]
Sewing Automats
Dikiş Otomatları



Label Attaching Automat
Etiket Takma Otomatı

Epaulette and Accessory
Attaching Automat
Apolet ve Aksesuar
Takma Otomatı

Button Attaching Automat
with Feeding Device
Kovalı Düğme Otomatı

uzay
KONFEKSİYON MAKİNALARI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Basın Ekspres Yolu Uzay Plaza İkitelli Caddesi
Gülistan Sokak No: 2 İkitelli / İSTANBUL - TÜRKİYE
Tel: +90 212 693 55 55 Fax: +90 212 472 90 05

www.uzaymakine.com • uzaymakine@uzaymakine.com

Halı Belgeseli çekimlerinin keşif gezisinde eşsiz görüntüler elde edildi

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB); Türkiye'nin en büyük miraslarından olan dokumacılığın, gelecek nesillere aktarılmasında büyük rol oynayacak Halı Belgeseli için çalışmalarına devam ediyor. Türk halısının dünyaya en iyi şekilde tanıtılmasını amaçlayan proje kapsamında keşif gezisine çıktı.

KAYBOLMAYA yüz tutan meslekler arasında yer alan dokumacılığın, gelecek nesillere aktarılabilmesi amacıyla çekimlerine başlanan belgesel için yörelerin keşif yolculuğuna Temmuz ayında çıktı. Batı Anadolu'da 11 gün süren keşif seyahatinde, çekimleri gerçekleştirilecek olan belgeselde yer alacak köyler, beldeler, kasabalar ve kentler belirlendi. Seyahat süresince dokumacılığın halen canlı olduğu birçok yöre tespit edildi. Bu kadim zanaatı, büyük bir zevkle devam ettiren çok sayıda dokuyucuyla karşılaşıldı. Dokuma ustalarının yaşlarının kırkın üstünde olduğu, yeni kuşağın ise halı ve kilim dokumacılığının getirisinin düşük olması nedeniyle bu ata sanatında gelecek görmedikleri için farklı meslek dallarına yöneldikleri gözlemlendi. Yaşadığımız topraklarda en önemli ve en eski zanaatlardan olan dokumacılığın devam ettirilebilmesi için çözüm yolları belirlendi. Aslında basit önlemler ve genel bir devlet politikasıyla bu kadim sanatın devam ettirilmesi mümkün görünürken çok sayıda belediyenin, dokumacılık alanında girişimlerinin olduğu da görüldü. Bu tür girişimlerin, uzun soluklu olması için genel bir koordinasyona ihtiyacı olduğu anlaşılıyor.

İLK DURAK HEREKE OLDU

Gezinin ilk durağı Hereke oldu. Dünyanın en ince ipek halılarının dokunduğu yörede halen kaliteli, eşi benzeri olmayan ipek halılar dokunmaya



devam ediyor. Bu heyecanı taşıyan usta dokuyucuları koordine eden, hem evlerde hem de ailenin Osmanlı döneminden beri var olan atölyesinde, ancak mercek yardımıyla görülebilecek incelikte halıları dokutturan Han Halı'dan Nurhan Ör, keşif ekibine Hereke halıcılığıyla ilgili detaylı bilgiler verdi. Dokuz yaşından beri ince ipek halılar dokuyan Tünay Demirel; evinde, tezgahının başında ziyaret edildi. Demirel; zanaatkarlara has bilgelik ve sevecenlikle ekibi karşıladı. Düğümlerin adeta klasik müzik icra edercesine ahenkli bir şekilde, büyük bir beceriyle çözgüye atılması hayranlıkla izlendi.



Dünyanın en ince ipek halılarının dokunduğu Hereke'de halen kaliteli, eşi benzeri olmayan ipek halılar dokunmaya devam ediyor.

BURSA'DA YENİDEN İPEK HALI ÜRETİLMEME BAŞLANDI

Gezinin ikinci durağı olan Bursa'da, 15 asırlık yöntemlerle kozadan ipek üretimi gerçekleştiren Mehmet Ünal'ın idealist girişimleriyle faaliyete geçen, 1810 yılında kurulan Umurbey İpek Üretim ve Tasarım Merkezi ziyaret edildi. Merkez sayesinde Bursa ipeği yeniden hayat bulurken çevre köylerde de tekrar ipek halılar üretilmeye başlandı. Aynı zamanda yaşayan bir müze olan bu tesis, Osmanlı'nın ilk fabrikalarından biri olarak biliniyor. Merkez, gelenekselin yanında özgün tasarımlarıyla ipek halıcılığına yeni bir dinamizm katıyor.

Balıkesir İvrindi'nin Çelimler Köyü'nde halen sumak ve cıçım dokumaların, geleneksel olarak yapıldığı görüldü. Bir zamanlar ünlü Dobag (doğal yöntemlerle boyanmış, el eğirmesi yünlerle üretilen halılar) projesinin uygulandığı Ayvacık ilçesinin Kaşkaya Köyü'nde kızlarına çeyiz olarak Kıymet

Özkan'ın zili tekniğiyle dokuduğu olağanüstü güzellikteki yaygı, tezgâhın üzerinde görmek keşif ekibini hayli heyecanlandırdı. Yine aynı ilçenin Çamkalabak Köyü'nde dokunan, ortası boş, kırmızının tonlarından oluşan farda kilim ise ekibi adeta büyüledi.

BERGAMA KÖYLERİNDE HALI DOKUMACILIĞI DEVAM EDİYOR

Bergama Belediyesi; restore edilmiş 1875 tarihli havra kompleksinin tarihi binasında, ünlü Bergama halıların devamlılığının sağlanması için usta bir dokuma öğretmenin gözetiminde, halı dokutturuyor. Bu zanaata gönül vermiş kadınlar, ilmek ilmek şaheserler yaratıyor. Bergama yöresinin en gelişmiş el sanatlarından olan halı, kilim, çuval, heybe, seccade gibi yünlü dokumalar; yöresel olarak ıstar da denilen el tezgahlarında dokunuyor. Yapağı halinde koyundan elde edilen yünler; eğrilip bükülerek ip haline getiriliyor. Tabiatta bulunan çeşitli bitkilerden elde edilen kök boyalarla renklendirilen yün ipler sayesinde Bergama halıları, canlı rengini ve parlaklığını çok uzun süre koruyor. Halıların Gördes-Türk düğümü ile dokunmuş olması



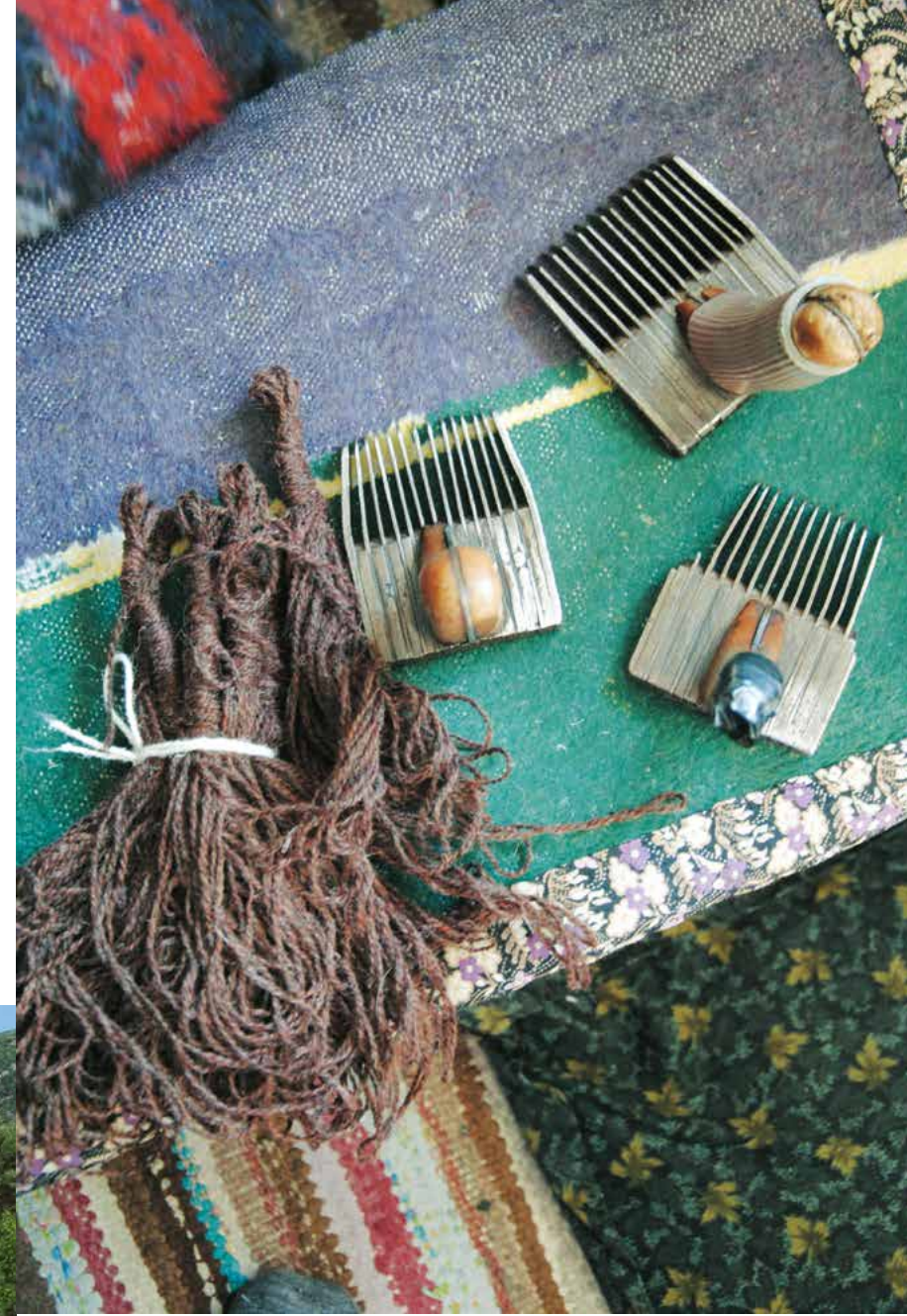
da sağlamlık açısından ayrı bir özellik taşıyor. Günümüzde halen Bergama'nın bazı köylerinde, halı üretimi yapılıyor. Bergama halıları, 16'ncı yüzyıldan 19'uncu yüzyıla kadar çok fazla rağbet görürken Avrupalı ressamların tablolarında Bergama halılarına da yer verdiği biliniyor. Bergama halıları, geç ve erken dönem olmak üzere iki dönem ve 18 alt başlıkta sınıflandırılıyor. Bölgesel olarak da Yağcıbedir, Karadağ, Kozak ve Yuntdağ olmak üzere dört bölgeye ayrılıyor.

Bergama halıları, çeşitli renk ve özelliklerinin yanında öyküleri ile de ilgi çekiyor. Özellikle "Kız Bergama" adı ile anılan halıları dokuyan Yağcıbedir Aşireti'nin bir öyküsü, bahse konu

halının içine sığdırılıyor. Dikili'ye bağlı Samanlık Köyü'nde de Hanife Gülcan, kaliteli "Kız Bergama" halısı dokumaya devam ediyor.

BALIKESİR'DEN KÜTAHYA'YA, USAK'TAN MUĞLA'YA UZANAN DOKUMA YOLCULUĞU

Sındırgı Belediye başkanı Ekrem Yavaş da Yağcıbedir halılarına gönül vermiş biri olarak, geleneksel yöntemlerle halı dokuma zanaatının devamı için



Geçmişte Avrupa'da çok sayıda sarayları ve görkemli mekanları süsleyen Uşak halıları, Lotto, Holbein gibi ünlü Avrupalı ressamlarının tablolarında da yer aldı.

Muğla-Milas'ın Bozalan Köyü'nde olduğu gibi yörenin birçok köyünde, halı dokumacılığının canlı olmaya devam ettiği görüldü. Maharetli küçük elleriyle Kerem Yavuz'un, annesiyle halı dokuduğunu görmek, ekibi halıcılığın geleceği adına umutlandırdı. Fethiye'nin Seki beldesinde rengarenk Seydiler kilimi, Seki fardası dokuyan kadınlarla, dokuma üzerine sohbet edildi. Ayrıca Fethiye'de, Halk Eğitim Merkezi'nde kilim zanaatını geleneksel yöntemlerle 16 tezgâhla (ıstar) kurs vererek devam ettiren, Isparta Üniversitesi Halı/Kilim Bölümü mezunu Meryem Atmaca ile güzel bir söyleşi gerçekleştirildi.

İHİB adına çekilecek olan belgeselin ilk keşif gezisinde; Antalya-Döşemealtı yöresinde, Türkiye'nin değişik bölgelerinden, özellikle İstanbul'dan gelen yeni eski halı ve kilimlerin renklerini pastelleştirip, dokularının içinde bulunması muhtemel bakterilerin yok edilmesi amacıyla uçsuz bucaksız tarlalarda serilen halıların görsel şölenine tanıklık edildi.

Tabiatta bulunan çeşitli bitkilerden elde edilen kök boyalarla renklendirilen yün ipler sayesinde Bergama halıları, canlı rengini ve parlaklığını çok uzun süre koruyor.

elinden geleni yapıyor. Yavaş'ın verdiği somut desteklerle yörede tezgâh sayısı 250'ye kadar yükseldi. Yavaş, aynı zamanda Yağcıbedir halılarıyla ilgili bir belgesel hazırlattı. Sındırgı ilçesinin Eğridere-İşinibilir Köyü'nün içinde bulunan caminin Yağcıbedir-Eşmedere halılarıyla kaplı olduğu gözlemlendi. Eşmedere Dalcıkuyu Köyü'nde, kızları Fatmanur ve Gamze'nin dikkatli bakışları önünde Hafize ve Mustafa Kocairi çifti; inceliğiyle ünlü Eşmedere halılarını dokumaya devam ediyor.

İsmi simetrik Türk düğümüne veren Gördes'te, dokumanın bir hayli azaldığı görülüyor. Fakat Şeyhyayla, Dargıl ve Güneşli köylerinde halı dokumacılığının devam ettiği görüldü. Kütahya iline bağlı Simav ilçesinin Bahtılı Köyü'nde, çarpana tekniğiyle dokunan kuşak ve kolanların hemen hemen her evde yapıldığı dikkat çekti. Köyün sevecen ve cana yakın muhtarı, belgesel ekibine detaylı şekilde köyü tanıttı.

Uşak Belediyesi; tarihi bir Osmanlı konağında, Dokurevi Halı Kilim Dokuma Atölyesi'nde, geleneksel yöntemlerle, tıpkı eski dönemlerdeki kalitesiyle ihtişamlı Uşak halılarını üretmeye devam ediyor.





Dünya aşılanıyor TÜRKİYE, İHRACATTA HEDEF BÜYÜTÜYOR

COVID-19'un gölgesinde geçen bir yılı aşkın süre boyunca durma noktasına gelen küresel ticarete, olumlu gelişmeler yaşanıyor. Başta Avrupa Birliği (AB) ülkeleri olmak üzere ABD ve İngiltere pazarlarındaki normalleşme adımları, Türkiye ihracatına olumlu yansıyor. Dünya genelinde hız kazanan aşılama çalışmaları da küresel ticaretin yeni bir atak gerçekleştireceğinin sinyallerini veriyor.

BİR YILI aşkın süredir devam eden COVID-19 salgını; sağlıktan eğitime, ticaretten ekonomiye kadar birçok alanda önemli yapısal değişikliklere neden oldu. Pandemi ile birlikte ülkelerin aldıkları önlemler, iş dünyasının ve küresel ticaretin neredeyse durma noktasına gelmesini sağladı. Bu süreçte sektörler, öncelikle dijitalleşme olmak üzere yeni vizyonlar ve stratejiler belirlerken ekonomik daralmalar nedeniyle zorluklar yaşadı. Türkiye, ihracat hacminin korunması ve ticaretin devamlılığının sağlanması noktasında önlemler alarak sektörlerle avantaj yarattı ve ihracatta yeni pazarlar kazanarak başarıya ulaştı. Ülke ihracatında önemli hedef pazarlar arasında yer alan başta AB ülkeleri olmak üzere, ABD ve İngiltere gibi ülkelerin koronavirüs tedbirleri, Türkiye ihracatında değişimlere sahne oldu. Geline nokta normalleşme

Türkiye'de 31 Temmuz itibarıyla 73,2 milyona yakın aşılama yapıldı. Aşılama çalışmalarının dünya genelinde hız kazanmasının küresel ticarete canlılık kazandıracağı düşünülüyor.

adımlarının ve aşılama çalışmalarının hızlanmasının, küresel ticarete önemli bir katkı sunacağı bekleniyor.

TÜRKİYE İÇİN KADEMELİ NORMALLEŞME HAZİRAN AYINDA BAŞLADI

Türkiye, 2021 yılı haziran ayı itibarıyla COVID-19 salgını sürecinde kademeli normalleşme sürecine geçiş yaptı. Normalleşme adımları kapsamında sokağa çıkma kısıtlamasının 22.00'a kadar uzatılması ve cumartesi günlerinde 22.00'a kadar sokağa çıkma serbestisi uygulanması kararı memnuniyet yarattı. Sokağa çıkma yasağının uygulanacağı günlerde üretim, imalat, tedarik ve lojistik zincirlerinin aksamaması amacıyla bu iş kollarında çalışanlara muafiyet tanınmaya devam edildi. Yeni süreçte perakende ve hizmet sektöründe yer alan mağazaların ve alışveriş merkezlerinin belirlenen kurallar çerçevesinde açık olabileceği de duyuruldu. Cumhurbaşkanı Erdoğan, tam kapanma döneminin sona erdiği 17 Mayıs'tan itibaren kademeli normalleşme sürecine geçildiğini, 1 Haziran itibarıyla yeni aşamanın başlayacağını belirtti. 1 Temmuz tarihi itibarıyla ise mesai düzenlemeleri başta olmak üzere birçok alanda yeni normalleşme sürecine geçildi.

AŞILAMA ÇALIŞMALARI HIZ KAZANDI

Dünya geneline bakıldığında 2021 yılının ilk çeyreği itibarıyla aşılama çalışmalarının hız kazandığı görülüyor. Dünya Sağlık Örgütü, eylül ayına kadar bütün ülkelerin nüfusunun en az yüzde 10'unu aşılması gerektiğiyle ilgili bir çağrı yaptı. Türkiye'de 31 Temmuz tarihi itibarıyla 73 milyon 222 binin üzerinde aşı yapıldı. 41 milyonun üzerinde kişinin birinci doz aşılması gerçekleştirilirken 27 milyon 328 bin kişinin de ikinci doz aşı işlemleri tamamlandı. Aşı istatistiklerini derleyen Our World In Data verilerine göre İzlanda, Kanada, İsrail, Bahreyn ve Uruguay'da halkın yüzde 60'ından fazlası, en az bir doz aşı yaptırdı. Dünya nüfusunun çeyreği de virüse karşı en az bir doz aşılandı. Avrupa ve Kuzey Amerika'da neredeyse her iki kişiden biri aşı yaptırmaya imkânı bulurken Afrika'da bu sayısı 100 kişide üç olarak görülüyor. Fransa, Almanya, Polonya, Macaristan İspanya ve İtalya'nın aşılama konusundaki büyük yükselişi



göze çarpıyor. Bu ülkelerde nüfusun yarısının ilk doz aşısı yaptırmış durumda olduğu biliniyor. İngiltere'de ise aşılana oranı nüfusa oranı yüzde 60'ı geçti. Hem Türkiye'de hem de dünya genelinde hızla devam eden aşılama çalışmaları da normalleşme sürecine geçilmesine ve pandemiyin etkilerinin azaltılmasına katkı sağlıyor. Belirli sektör çalışanlarına aşılama takviminde öncelik tanınması da ticari faaliyetlerin devamlılığı noktasında büyük önem taşıyor.

KÜRESEL TİCARET %8,8 BÜYÜYECEK

OECD, küresel büyüme beklentilerinin önemli ölçüde arttığını ortaya koyan Mayıs ayı Ekonomik Görünüm raporunu yayınladı. Pandemi nedeniyle 2020'de dünya ekonomisinin yüzde 3,5 oranında daraldığı tarihi bir durgunluğun ardından, 2021 ve 2022 tahminlerini yukarı çeken OECD'ye göre 2021'de küresel ekonomi yüzde 5,8, 2022'de ise yüzde 4,4 civarında büyüyecek. OECD Başekonomisti Laurence Boone, küresel büyüme tahminlerinin beklenenin üzerinde olacağını söylerken önümüzdeki altı aylık dönemde aşı kampanyalarında düşüş yaşanmasının büyüme rakamlarını da yeniden gerileteceğini vurguladı. Raporla, Çin'in pandemi öncesi oranı altı ay sonunda, Güney Kore ve ABD'nin ise 18 ay sonra kişi başına salgın öncesi gelir düzeylerine geri döndüğüne değinildi. Avrupa'nın iyileşmesinin üç yıl alması bekleniyor. OECD tahminlerine göre çoğu gelişmiş ekonominin 2022'nin sonunda kriz öncesi büyüme rakamlarına yeniden kavuşması muhtemel. Raporla, Türkiye ekonomisine ilişkin büyüme tahmini ise 2021 için yüzde 5,9'dan yüzde 5,7'ye çekildi. 2022 için ise yüzde 3'ten yüzde 3,4'e yükseltildi.

Euler Hermes'in Makroekonomik Görünüm Raporu'na göre dünya, COVID-19 krizinin etkilerinden yavaş yavaş sıyrılarak ekonomilerde yeni bir açılışa hazırlanıyor. Raporla, küresel GSYH büyüme tahmini yüzde 5,5 olarak verilirken, küresel ticaretin hacim

olarak yüzde 7,7, nominal olarak da yüzde 15,9 büyümesi öngörülüyor. Raporla göre 2022 yılının ilk çeyreğinde, kriz öncesi büyüme rakamlarını yakalayacak ve aşacak tek ülke ABD olacak. Avrupa'nın kriz öncesi büyüme rakamlarına ulaşması ise fazladan dört yıl alacak. Asya-Pasifik'ten güçlü ihracatın yanı sıra ABD, Avrupa ve Çin'deki güçlü ithalat beklentilerinin küresel ticaret hacminde etkili olacağı belirtiliyor. IMF ise nisan ayında yayımladığı Dünya Ekonomik Görünüm raporunda küresel ekonominin 2021 yılı büyüme beklentisini, yüzde 6'ya yükseltti. Kuruluşun Türkiye ekonomisi için beklediği büyüme oranı, yüzde 6'da sabit kaldı.

Küresel ticaret, pandemiyin tüm dünyaya yayıldığı 2020 yılı genelinde önemli ölçüde daraldı. Ancak Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), 2021 yılı için küresel capta yüzde 8,8'lik ticari büyüme beklediğini açıkladı. Küresel ticaret piyasasının, pandemiyin sebep olduğu krizden tahmin edilenden daha çabuk toparlanacağını açıklayan DTÖ, ekim ayında küresel ticaretteki büyüme beklentisini yüzde 7,2 olarak açıklamıştı. Örgüt aynı zamanda 2020 yılında yüzde 3,8 oranında küçülen küresel ekonominin, 2021 yılında yüzde 5,1 büyüyeceğini öngörüyor. Ticaretin iyileşmesini sağlayacak en önemli hedefin aşıya erişim olduğunu belirten DTÖ Başkanı Ngozi Okonjo-Iweala, bu sene büyümenin tahminlerden daha iyi olmasının sebebinin, hızlı ve çok sayıda aşı geliştirilmesi olduğunu dile getirdi. Okonjo-Iweala, küresel ürün ticaretine arzın Kuzey Amerika'da artırılabileceğini, Avrupa'da ise tahminlerin şimdilik yüzde 8,3 oranında artışa işaret ettiğini vurguladı. DTÖ'ye göre Orta Doğu, Güney Amerika ve Afrika ise pandemiden olumsuz etkilenen bölgeler arasında.

TÜKETİCİ TALEPLERİNİN ARTMASIYLA SİPARİŞLER HIZ KAZANDI

2020 yılın son çeyreği itibarıyla toparlanmaya başlayan küresel ticaret, hükümetlerin ekonomiye destekleri

ve sektörlerin tedarik stratejilerindeki değişikliklerle birlikte büyüme eğilimine geçti. Dünya genelinde uzayan kapanma önlemleri ve pandemiyin üçüncü dalgasına rağmen ticarete görülen olumlu seyir, aşılamanın da etkisiyle yıl sonuna yönelik pozitif beklentileri kuvvetlendiriyor. Artan tedarik ihtiyaçları ise yeni siparişlere yol açıyor. Çin, Güney Kore ve Japonya ihracatlarında önemli artışlar görülürken aşılamanın tamamlanmasına bağlı olarak ABD, İngiltere ve Avrupa'da da yılın geri kalanına ilişkin olumlu beklentiler sürüyor. Sektörlerin, bu tabloya istinaden talep artışına yönelik hazırlıklarını hızlandırdığı, üretim kapasitelerini artırdığı ve siparişlerin yeniden canlanmaya başladığı biliniyor.

ABD'de uygulamaya konulan 1,9 trilyon dolarlık destek paketinin ülke ve dünya ekonomisine katkı sağlaması, destek sonucunda ABD'de ithalatın 360 milyar dolar civarında artması tahmin ediliyor. 2021 yılında Asya ve Avrupa pazarlarında da ithalatta büyümenin hızlandığı görülüyor. Ancak uzmanlar küresel ticaretteki büyüme ile salgının etkileri nedeniyle ham madde ve navlun fiyatlarındaki yükselişe dikkat çekiyor. Ham madde tedarikinde yaşanan sorunların, artan emtia ve girdi fiyatlarının, konteyner sorununun yıl genelinde sürmesi bekleniyor.

AYLAR SÜREN KAPANMALARIN SONA ERMESİ, CİROLARA YANSIYACAK

Küresel sağlık krizi, ekonomik anlamda yarattığı sorunlara ek olarak tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını da değiştirdi. Ekonomik belirsizlikler ve kısıtlamalar, tüketicilerin perakende sektöründen uzak durmasına, birincil ihtiyaçları dışındaki harcamalarını sınırlandırmasına neden oldu. Ancak kısıtlamaların gevşetilmeye başlaması ve mağazaların açılması ile perakende sektöründe önemli bir hareketlilik yaşanacağı, bu durumun ihracata da yansıtacağı düşünülüyor.

Aylar süren kapanma önlemlerinin son bulması ile tüketicilerin azalan hane halkı harcamalarını artıracacağı, ertelenen ihtiyaçlarını tedarik etme yoluna gideceği öngörülüyor. Bu durumun sektörlerin cirolarına olumlu

Aylar süren kapanma önlemlerinin son bulması ile tüketicilerin azalan hane halkı harcamalarını artıracacağı, ertelenen ihtiyaçlarını tedarik etme yoluna gideceği öngörülüyor.

yansıtması bekleniyor. Avrupa'da 500 milyar Euro ve ABD'de 1 trilyon dolar kadar elde tutulan tasarruf bulunuyor. Toparlanmaya öncülük etmesi beklenen bastırılmış tüketimin, 2021'de ABD ve İngiltere'de GSYH'nin yüzde 3'ü ve çoğu Avrupa ülkesinde GSYH'nin yaklaşık yüzde 1,5'i kadar olacağı tahmin ediliyor.

GELİNLİK VE ABİYE SEKTÖRÜ CANLANIYOR

Kademeli normalleşme sürecine geçişle birlikte ertelenen ya da iptal edilen düğün, davet gibi organizasyonların yeniden başladığı göze çarpıyor. Bu süreç, abiye ve gelinlik sektörünün de hareketlenmesine zemin hazırlıyor. Üretim kapasitesiyle iç pazar ve ihracat konusunda önemli bir paya sahip olan sektör, salgın döneminde organizasyonlarla ilgili kısıtlama tedbirleri uygulanması nedeniyle zor zamanlar geçirdi. Ancak bu alanda beklenen talepler, kademeli normalleşme sürecinde hayata geçirilmeye başlanınca sektörde de önemli bir üretim ve satış artışı heyecamı yaşandı. Sektör temsilcileri, ilerleyen aylarda mevcut talebin daha fazla artış göstereceğini ve satış oranlarının artmaya devam edeceğini tahmin ediyor. Aşılamanın ilerlediği ülkelerden de talepler almaya başlayan sektör, yaz sezonundan umutlu olduğunu vurguluyor.

ETKİNLİKLER VE FUARLAR FİZİKİ OLARAK GERÇEKLEŞTİRİLİYOR

Pandemi sürecinde ticareti olumsuz etkileyen faktörlerden biri de etkinlik ve fuarların ertelenmesi ya da iptal edilmesi oldu. Ancak tüm dünyada normalleşme





Ticari etkinliklerin yeniden fiziksel yapılara taşınması, sektörlerimize dinamizm kazandırıyor.

adımlarının devreye girmesiyle birlikte ticari etkinliklerin de fiziki olarak başlatıldığı bir süreç yaşanıyor. Ticari alım heyetleri ve fuarlar bu dönemde yeniden fiziki olarak gerçekleşmeye başlıyor. Sektörlerin yeni ürünlerini sunduğu ve hem mevcut müşteri kitleleri hem de yeni hedef pazarları ile bir araya geldiği ticari etkinliklerin yeniden fiziksel yapılara taşınması, sektörlerimize dinamizm kazandırıyor.

Bu süreçte fiziki etkinliklerin dijital altyapılarla da desteklendiği dikkat çekiyor. Uzmanlar, pandemi döneminde artan dijitalleşme çalışmalarının, pandemi sonrasında da etkisini devam ettireceğini ve yeni etkinlik anlayışının hem dijital hem de fiziki olarak hibrit bir altyapıya kavuşacağını vurguluyor.

“ONLINE ALIŞVERİŞ ALIŞKANLIKLARI DEVAM EDECEK” Katıldığı bir panelde COVID-19’un hem hazır giyim üreticileri hem de markalar için dijitalleşmenin ve e-ticaret altyapısının ne kadar önemli olduğunu gösterdiğini söyleyen TGSD Müşterek Başkanı Sanem Dikmen, “Bankalararası Kart Merkezi’nin (BKM) verilerine göre ülkemizde salgının ilk dalgasının yaşandığı



SANEM DİKMEN
TGSD MÜŞTEREK BAŞKANI

mart-nisan 2020 döneminde 5 milyon kartla ilk kez online alışveriş yapıldı. 2020 geneline bakıldığında da internetten kartlı ödeme tutarı yüzde 37 büyüyerek 260 milyar TL’ye ulaştı. Hazır giyim perakendesinde de e-ticaretin payının yaklaşık bu oranlarda olduğunu söyleyebilirim. Salgın tamamen kontrol altına alınsa ve normale dönsük bile abiye kıyafet ve takım elbise gibi kategoriler dışındaki giyim ürünlerinde online alışveriş alışkanlıkları devam edecek.

AVM ve cadde mağazaları hem satışın yapıldığı hem de ürünlerin sergilendiği alanlara dönüşecek. Müşteri mağazada ürüne dokunacak, deneyimleyecek sonra telefonundan ya da bilgisayarından online sipariş verecek. Diğer taraftan özellikle genç tüketicilerin sürdürülebilir, çevre dostu ürünlere olan talebi hızla artacak. Dolayısıyla hazır giyim üreticilerinin ve markaların bu gerçeklerden hareketle planlamalarını yapmaları gerekiyor” dedi.

YENİ NORMALE HAZIRLIK, SEKTÖRLER İÇİN ÖNEM KAZANIYOR

Pandemi sürecinde azalan küresel ticarete ve ekonomideki durgunluğa istinaden birçok sektörde küçülmeler yaşandı. İstihdam ya da üretim anlamında kapasitelerini küçülten sektörlerin, yeni normal ile birlikte önlemler alması gerekiyor. İstihdam ve üretim kapasitelerinin yeniden artırılması bu önlemlerin başında gelirken, iş süreçlerinde yaşanan değişim de gündemde. Salgın sürecinde çoğu işletme evden/uzaktan çalışma metodunu uygulamaya alırken, bu sürece adapte olamayan ya da iş süreçlerini uzaktan yönetmeye hazır olmayan sektörlerin süreçlerini gözden geçirmesi gerekiyor. Ek olarak bu süreçte artan

e-ticaret faaliyetleri ile birlikte fiziki satış kanalları her ne kadar tercih edilmese de yeni normale geçişte fiziki satış metodlarının yine ana dağıtım kanalı olarak konumlanacağı belirtiliyor. Dolayısıyla işletmelerin, fiziki mağazalarını ve dağıtım kanallarını bu sürece hazırlıklı hale getirmesi ve müşteri ile temas edilen fiziki alanlarda salgın önlemlerinin uygulanabilirliği, belirlenen mağaza açılış kriterlerine yönelik hazırlıkların tamamlanması büyük önem taşıyor. Değişen tedarik zincirlerine ve yeni hedef pazarlara göre de stratejilerin uygulanması öncelik olarak görülüyor.



ABD’DE PERAKENDE SATIŞLAR ARTIYOR

ABD ekonomisi, 2021 yılının ilk çeyreğinde yüzde 4 oranında büyüdü. İssizlik oranının yüzde 6 seviyelerine gerilediği ülkede, kişisel gelirler mart ayında yüzde 21,1 oranında arttı. Aynı dönemde tüketici harcamaları, yüzde 4,2 artışla 616 milyar dolar seviyesine yükseldi. ABD Tekstil ve Konfeksiyon Ofisi verilerine göre subat ayında ABD, 10,9 milyar dolar değerinde hazır giyim ithalatı yaptı. 2020 yılının subat ayına kıyasla ithalatta yüzde 13,8’lik düşüş görüldü. Ülke genelinde perakende satışlar, yılın ilk çeyreğinde yüzde 15,8 oranında arttı. Hazır giyim ve aksesuar perakende satışları ise yüzde 14,7 artış kaydetti. Mart ayında yüzde 9,8 artan perakende satışlarının, geçen yılın mayıs ayından bu yana en yüksek hacme ulaştığı biliniyor. Ülkede talep artışının hızla yükseldiği dikkat çekerken hazır giyim ve aksesuar perakende satışlarının mart ayı artış oranı yüzde 18,3 oldu.

İNGİLTERE’DE MAĞAZALARIN YENİDEN AÇILMASI EKONOMİYE KATKI SAĞLIYOR

Birleşik Krallık hükümeti, aşılama konusunda önemli bir başarı elde etti. Aylar süren ve oldukça sıkı kurallara bağlı kapanma önlemleri uygulanan ülkede, salgın önlemleri aşamalı olarak azaltılıyor. İngiltere’de, nisan ayının ortaları itibarıyla perakende mağazalar yeniden açıldı. Gevşetilen önlemlerle birlikte alışveriş hacminin artması ve bu durumun ihracata olumlu yansımaları öngörülüyor. İngiliz Ulusal İstatistik Ofisi, ülkede perakende satışların nisan ayında yüzde 9,2, giyim ürünlerindeki satışın ise yüzde 25,3 arttığını açıkladı. İngiliz Perakende Konsorsiyumu (BRC) üst yöneticisi Helen Dickinson; perakendecilerin müşterilerine yeniden kapılarını açtığı için heyecanlı olduğunu, mağazalarda salgın önlemlerinin uygulanabilmesi için yüzlerce milyonluk harcama yapıldığını belirtti. Ülkedeki perakende sektörünün kapanmalar nedeniyle bugüne kadar 30 milyar Sterlin satış kaybı yaşadığı belirtiliyor.



AB’DE AŞILAMA ORANININ YÜKSELMESİNİN İHRACATA YANSIMASI BEKLENİYOR

Tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinin başlıca hedef pazarı olan AB, yılın ilk çeyreğinde bir önceki yıl yaşanan ekonomik daralmayı kısmen tolere etti. 2020 yılında yüzde 6,1 oranından küçülen AB ekonomisi, hane halkı tüketim harcamalarının da sert biçimde gerilemesine neden oldu. AB genelinde perakende ticaret hacmi subat ayında, ocak

ayına kıyasla yüzde 2,9 oranında arttı. Birlik genelindeki işsizlik oranı da yüzde 7,5 seviyesine yükseldiği kaydedildi. DTÖ verilerine göre AB’nin mal ihracatı, 2020 yılında yüzde 8 azaldı. İhracatın 2021’de yüzde 8,1, 2022’de ise yüzde 3,9 artması bekleniyor. Aşılama çalışmalarının hız kazanmasıyla birlikte ekonominin canlanması ve AB ülkelerine ihracatın artması öngörülüyor.

“PİYASALAR HAREKETLENDİ”

SALGIN nedeniyle uygulanan kısıtlamaların 17 Mayıs'tan itibaren kısmen kaldırılmasıyla birlikte piyasada önemli bir hareketlenme olduğunu belirten Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel; mağazaların cumartesi günleri de açık olmasının cirolara olumlu yansımalarını gördüklerini söyledi. Öncel; "Ancak 15-16 ayda perakende sektörünün aldığı hasar o kadar büyük ki; toparlanmak, normale dönmek, çalışanları motive etmek uzun zaman alacak. Asiya erişimin nispeten kolaylaşması, asılanan nüfusun giderek artması, pazar günlerinde uygulanan kısıtlamanın kaldırılması ve düşük sezonunun başlamasının perakende satışlarına olumlu yansımalarını bekliyoruz. Bizim için bir diğer önemli bir konu da turizm. Turiste satış, perakendenin cirosunda önemli yer tutuyor. Özellikle yaz sezonunda İstanbul'da ve turistik noktalarda bazı mağazaların cirosunun yarıdan fazlası turistten geliyor. Kurların geldiği seviye nedeniyle yabancılar için Türkiye'de çok cazip bir alışveriş ortamı oluştu. Önümüzdeki günlerde Rusya'nın yurttaşlarına Türkiye'ye turistik seyahat kısıtlamasını kaldıracağı beklentisi, perakende sektörünü umutlandırıyor. Sezon bitmeden Almanya, İngiltere gibi ülkelerin de Türkiye'ye turistik seyahat kısıtlamalarını kaldırması halinde kısmen de olsa sektörde bir rahatlama görülebileceğini söyleyebilirim" dedi.



SINAN ÖNCEL
BMD BAŞKANI

“NORMALLEŞME, MARKALARIN YURT DIŞI SATIŞ CIROLARINA POZİTİF YANSIYACAK”

BMD üyesi markaların, yurt dışında 5 bin 500 civarında mağazası ve 14 bini aşkın satış noktası bulunduğunu ifade eden Öncel; normalleşme sürecinin markaların yurt dışı satış cirolarına pozitif yansıtacağını vurguladı. Kur seviyesinin de firmalar için yurt dışı satışları cazip hale getirdiğine değinen Öncel; "Salgın sürecinde Avrupa'da bazı lokasyonlarda kiralardan yarı yarıya düşmesi, bu noktalarda mağaza açma planı olan markalarımız için uygun yatırım fırsatı sunuyor. Markalarımızın bu fırsattan da yararlanarak bu yıl yurt dışında 400-600 civarında yeni mağaza açacaklarını öngörüyoruz" açıklamasını yaptı.

Pandemi döneminde özellikle hazır giyim ve ayakkabı markalarının yüzde 50-60'a varan oranlarda ciro kaybına uğradığını belirten Öncel; "Kademeli normalleşme ile birlikte cirolarda bir artış olmakla birlikte satışlar henüz normal dönemlerle kıyaslandığında istenen düzeyin çok uzağında bulunuyor. Pandemi döneminin kaybı, kullanılan

kredilerin geri ödemesi bugünkü iş hacmiyle beş yıldan önce telafi edilebilecek gibi görünmüyor. Son dönemde emtia fiyatlarında yüzde 50 artış oldu, navlun maliyetlerinde ise dört kata varan artışla karşı karşıyayız. Dolayısı ile bu durum markalarımızın üzerinde büyük bir maliyet baskısı oluşturuyor. Mayıs ayındaki yüzde 38 ÜFE'ye rağmen yüzde 16 TÜFE, firmaların üzerindeki bu maliyet baskısını açık bir sekide ortaya koyuyor. Tüketicinin alım gücü belli olduğu için markalar, TÜFE ile ÜFE arasındaki 22 puanlık maliyet farkını fiyata yansıtıyor. Markalarımız kârı minimize ediyor, hatta bazen zararına satış yapmak zorunda kalıyor. Bu durum devletin de vergi kaybetmesi anlamına geliyor. Sadece Türkiye'de değil, perakende küresel olarak çok sıkıntılı bir dönemden geçiyor" şeklinde konuştu.

“MAĞAZA YATIRIMLARI VERİMLİLİK İLKESİNDEN HAREKETLE YAPILMALI”

Pandemi sürecinde e-ticarete yapılan yatırımın önemini ve avantajlarını yaşayarak deneyimlediklerini söyleyen Öncel; perakende cirolarında salgın öncesi ortalama yüzde 6-7 düzeyinde olan online satışların payının yüzde 20'ye ulaştığına vurgu yaptı. BMD üyesi markalar arasında cirosunun yüzde 40-50'sini online satışlardan elde eden markalar bulunduğunu söyleyen Öncel; "Perakende için e-ticaret altyapısını güçlendirmek önemli. Ancak fiziki mağazacılık önümüzdeki dönemde de ana kanal olmaya devam edecek. Bu tespitten hareketle markalarımızın mağaza yatırımlarını verimlilik ilkesinden hareketle yapmaları, zarar eden noktalardaki mağazalarda ısrarcı olmamaları gerekiyor.

Salgın süreci bize olağanüstü koşullarda kiralamalar konusunda mevzuatın da yetersiz olduğunu gösterdi. Biz salgın, afet ya da benzeri nedenlerden kaynaklanan zorunlu

kapalı kalınan günlerden ve kaybedilen saatlerden kira alınmamasını istiyoruz. Bu konuda Ankara'da üzerinde çalışılan düzenlemenin en kısa zamanda tamamlanarak yürürlüğe gireceğini ümit ediyoruz. Böyle bir düzenleme hem bizim omuzlarımızdaki yükü önemli ölçüde kaldırır hem de tartışmaları noktalayacağından her iki taraf için de psikolojik bir rahatlama sağlar. AVM'lerin önemli bir bölümünde ortak alan giderleriyle ilgili seffaf ve adil olmayan uygulamalarla ilgili sıkıntılar devam ediyor. Ticaret Bakanlığı'nın gündeminde bulunan Ortak Alan Gider Yönetmeliği'nin markalarımızın beklentileri doğrultusunda bir an önce tamamlanarak yürürlüğe girmesini bekliyoruz" dedi.

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

PAZARA GİRİŞ BELGELERİ DESTEĞİ

Şirketler tarafından çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini teminen; akredite edilmiş kurum ve/veya kuruluşlardan alınan pazara giriş belgelerine yönelik gerçekleştirilen harcamaların belirli bir bölümü, firmaların ihracat yetkinliklerini artırmak amacıyla destekleniyor.



KİMLER YARARLANABİLİR?

■ Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan ve Türk Ticaret Kanunu'nun 124'üncü maddesinde belirtilen kolektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketleri; üretimini ve/veya ihracatını yaptıkları ürünlere ilişkin aldıkları pazara giriş belgeleri için destek başvurusunda bulunabilir.



DESTEK KALEMLERİ

Sertifika

■ Bakanlığın yayımlanmış olduğu EK-1 listesinde mevcut olan sertifika giderleri, destek kapsamında yer alıyor. Listede olmayan sertifikaların, destek kapsamına alınması için firma talepleri DYS yolu ile bakanlığa iletilebiliyor.

Test Analiz Raporları

■ Yabancı müşteri talebi ile yaptırılan test giderleri,
■ Bir ülke pazarına giriste zorunlu olan test giderleri,
■ İhale veya bir belge alımı için zorunlu olan test analiz giderleri.

Bir takvim yılı içinde yapılan başvurular için yıllık
250.000 \$
üst limite kadar,

%50
oranında destekleniyor.

DESTEK BAŞVURU SÜRESİ

■ Test Analiz Raporu/Sertifika tarihinden itibaren 6 ay içinde, üyesi olunan ihracatçı birliğine başvuru yapılması gerekiyor.
■ Eksik bilgi ve belgelerin, İBGS'ler tarafından firmaya bildirim tarihinden sonra 3 ay içinde tamamlanması gerekiyor.



TEST/ANALİZ RAPORLARI İÇİN İÇMAL TABLOSU İLE BAŞVURU KOLAYLIĞI

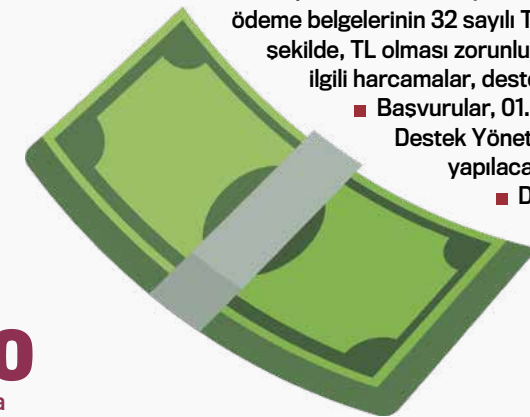
Pazara giriste avantaj sağlayan test/analiz rapor giderleri için firmalar, EK-2 (Test/Analiz Raporlarına İlişkin İcmal Tablosu) ile başvuru yapabilir.



İcmal tablosu ile yapılacak başvurularda ayrıca fatura, ödeme belgeleri, sözleşme veya hizmet fiyat listesi sunulmasına gerek bulunmamaktadır. İcmal tablosu, testi/analizi gerçekleştiren kurum tarafından düzenlenir.

DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

- Harcamalara ilişkin ödemelerin destek başvuru süresi içinde tamamlanmış olması gerekir.
- Sistem belgelerinin yenileme giderleri destek kapsamı dışındadır.
- Ürün sertifikaları yenileme giderleri, ihracat gerçekleştirildiğinin tevsiki halinde desteklenir.
- Yurt içinde düzenlenmiş olan fatura/sözleşme ve ilgili ödeme belgelerinin 32 sayılı TL Koruma Kanunu'na uygun şekilde, TL olması zorunludur. Döviz olması halinde ilgili harcamalar, destek kapsamı dışındadır.
- Başvurular, 01.01.2021 tarihi itibarı ile Destek Yönetim Sistemi (DYS) üzerinden yapılacaktır.
- DYS üzerinden başvuru iletecek olan firmaların öncelikle DYS kullanıcı/ yararlanıcı tanımlama işlemlerini tamamlaması gerekmektedir.



TERCİHİM TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ PROJESİ SEKTÖRE NİTELİKLİ İŞ GÜCÜ KAZANDIRIYOR

Tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin nitelikli iş gücü kazanma noktasında en önemli adımlarından biri olan Tercihim Tekstil Mühendisliği burs projesi; üçüncü yılında da başarıyla devam ediyor. Son iki yılda üniversitelerin ilgili bölümlerinin kontenjanlarının artırılması, puanlarının yükselmesi ve gençlerin bölümlere olan ilgisinin artmasına katkı sağlayan proje; yeni eğitim döneminde de öğrencilere burs ve istihdam fırsatları sunuyor.



Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

İSTANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (İTHİB) de aralarında bulunduğu ihracatçı birlikleriyle birlikte Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ve Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) arasında imzalanan protokol kapsamında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Ticaret Bakanlığı'nın destekleriyle 2019-2020 eğitim döneminde hayata geçirilen Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi; 2020-2021 eğitim döneminde büyük başarılarla imza attı. Gençlerin sektöre olan ilgisinin artmasına katkı sağlayan proje, yeni eğitim döneminde çalışmalarına hızla devam ediyor.

Yaklaşık 2,5 milyon gencin katılım gösterdiği Yükseköğretim Kurumları Sınavı'nın ardından 5-20 Ağustos tarihleri arasında üniversite tercih dönemi gerçekleştirilecek. Milyonlarca öğrencinin sınav sonuçlarına göre üniversite ve bölüm tercihi yapacağı bu süreçte, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) sekreteryası tarafından çalışmaları yürütülen Tercihim Tekstil Mühendisliği burs projesi dikkat çekiyor. Üç yıldır devam eden proje, büyük bir başarıya imza atarken tekstil mühendisliği bölümünü tercih eden öğrencilere sağladığı avantajlarla ön plana çıkıyor.

GELECEĞİN TEKSTİL MÜHENDİSLERİNİ YETİŞTİREN PROJE

Tekstil ve hazır giyim sektörleri; sağladığı istihdam ve ülke ekonomisine katkıları ile biliniyor. Türkiye'nin en önemli sektörleri arasında yer alan tekstil ve hazır giyim endüstrisi, nitelikli iş gücü sayesinde ihracat hedeflerine daha hızlı ulaşmayı ve daha fazla büyümeyi hedefliyor. Genç neslin ilgisini sektöre çekmek ve aynı zamanda sanayi-akademi iş birliği ile henüz öğrencilik dönemlerinde gençlere iş olanağı sunmak ve sektörün nitelikli çalışan profiline genişletmek isteyen tekstil, hazır giyim ve deri sektörleri; Tercihim Tekstil Mühendisliği burs projesinin üçüncü yılında da çalışmalarına devam ediyor.

Proje sayesinde 2018 yılında yüzde 42 olan tekstil mühendisliği bölümü doluluk oranı, 2019'da yüzde 92'ye yükseldi. Aynı yıl bölüm puanları da ortalama 100 puan arttı. Birçok üniversitenin bölüm kontenjanları ise kısa süre içerisinde yüzde 100 doluluğa ulaştı. Öğrencilere asgari ücretin yüzde 50'sinden, yüzde 100'üne kadar burs olanağı sağlayan projeden; tekstil ve deri mühendisliği bölümünü ilk beş tercihinde seçen ve ilk 80 bine giren öğrenciler faydalanabiliyor. Burs desteğinin yanı sıra proje kapsamında öğrencilere, sektörün önde gelen şirketlerinde staj yapma imkânı da tanınıyor. Öğrenciler staj aramakla vakit kaybetmeden eğitimleri ile eş zamanlı olarak staj yapabiliyorlar.



RAKAMLARLA TERCİHİM TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ BURS PROJESİ

14
Türkiye'de tekstil mühendisliği bölümü sayısı

%39.7
Proje öncesi bölümlerin doluluk oranı

%90.7
Proje sonrası bölümlerin doluluk oranı

166
Proje ile burs almaya hak kazanan öğrenci sayısı

%173
Fen lisesi mezunların bölümü tercih etmesindeki artış

ÖĞRENCİLERE SAĞLANAN BURS

- İlk 20 bin içinde olan öğrenciye asgari ücret
- 20-50 bin içinde olan öğrenciye asgari ücretin %70'i
- 50-80 bin içinde olan öğrenciye asgari ücretin %50'si

BURSTAN YARARLANABİLMEK İÇİN GEREKLİ BAŞARI KRİTERLERİ

- Öğrencinin üniversiteye girişte başarı sıralamasının ilk 80.000 içerisinde olması
- İlk 5 tercihten birinin "Tekstil Mühendisliği" olması ve bu tercihlerden birine yerleşmiş olması
- Her yıl 4 üzerinden 2,5 (100 üzerinden en az 65) genel not ortalamasına sahip olması

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜNÜN BULUNDUĞU ÜNİVERSİTELER

- Adıyaman Üniversitesi
- Bursa Uludağ Üniversitesi
- Çukurova Üniversitesi
- Dokuz Eylül Üniversitesi
- Ege Üniversitesi
- Erciyes Üniversitesi
- Gaziantep Üniversitesi
- İstanbul Teknik Üniversitesi
- Kahramanmaraş Üniversitesi
- Marmara Üniversitesi
- Namık Kemal Üniversitesi
- Pamukkale Üniversitesi
- Süleyman Demirel Üniversitesi
- Uşak Üniversitesi

Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi verilerine göre, mezun olmadan önce en fazla iş yerleşme oranı yüzde 27 ile tekstil mühendisliği bölümünde bulunuyor.

“TEKSTİL MÜHENDİSLERİ, 33 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİMİZİN İTİCİ GÜÇLERİNDEN OLACAK”

TERCİHİM Tekstil Mühendisliği projesi çok başarılı bir şekilde devam ediyor. 2019'da başlattığımız projede kısa sürede büyük mesafe kat ettik. Türkiye'de 14 tekstil mühendisliği bölümü var. 2018'de bu bölümlerden sadece ikisi kontenjanlarını doldurabiliyordu. Bölümlerin ortalama doluluk oranı ise sadece yüzde 39,7'di. Projenin daha ilk yılında 14 bölümden dokuzunda kontenjanlar yüzde 100 dolarken, ortalama doluluk oranı yüzde 90,7'ye yükseldi. Daha önemlisi; taban puanlar ortalama 100 puan arttı. Projenin ilk yılında 92, ikinci yılında 74 olmak üzere toplam 166 öğrenciye burs sağladık.

Türkiye'de tekstil mühendisliği bölümleri arasında en yüksek puan; İstanbul Teknik Üniversitesi'ne (İTÜ) ait. İTÜ'nün 2019'daki tavan puanı, 2020'de taban puan haline geldi. Sadece bu verinin bile projenin başarısını ortaya koyduğunu düşünüyorum. Projeden önce tekstil mühendisliğini tercih eden adayların başarı sırası 80 binlerden başlarken artık ilk altı bin içinden bölüm tercihi yapan adayları görebiliyoruz. Adayların, bölümü ilk beş tercih arasında yazma oranında da ciddi bir artış var. Projeden önce sadece 31 öğrenci tekstil mühendisliği bölümünü ilk tercihi olarak yazarken bu sayı, 54'e yükseldi. Kayıt yaptıran toplam 363 öğrenciden yüzde 61'inin tekstil mühendisliğine ilk beş tercihi arasında yer verdiğinin altını çizmek istiyorum. Diğer taraftan fen lisesi mezunlarından tekstil mühendisliğini tercih eden aday sayısının 11'den 62'ye yükselmesini, yani yüzde 473 artmasını ve dört okul birincisinin bu bölümü tercih etmesini de önemsiyorum.

Projenin ilk iki yılında elde ettiğimiz başarının artarak devam edeceğinden eminim. Projeye öğrencilere okurken staj, mezun olduktan sonra da istihdam garantisi sağlıyoruz. Bu yıl ek olarak üçüncü sınıf öğrencilerimize en az bir dönem fabrikada, yani üretim ortamında uygulamalı eğitim yaptırmayı hedefliyoruz. Ayrıca bölümlerdeki uygulamalı derslerin ağırlığını artırma çalışmaları da devam ediyor. Bu çalışmaların sonunda özellikle üçüncü sınıftan itibaren öğrencilerimize eğitimlerini, sektörle iç içe sürdürebilecekleri bir ortam sunacağız.

“REHBER ÖĞRETMENLERİMİZİN ROLÜNÜ ÇOK ÖNEMSIYORUZ”

Projenin tanıtımı konusunda ülke genelinde rehber öğretmenlerimizin rolünü çok önemsiyoruz. Dijital platformlarda yaptığımız toplantılarda öğrencilerle birebir iletişim kurma imkânı olan 12'nci sınıf rehber öğretmenlerine projeyi tanıtırken sektördeki iş ve kariyer fırsatlarını anlattık. Ulusal ve yerel medyada projeyi tanıtıcı haberlerin yayınlanmasını sağladık ve programlar düzenledik. Eğitim yazarları ve editörleri



MUSTAFA GÜLTEPE
İHKİB BAŞKANI

başta olmak üzere birçok kişiye, projeyi tanıttık. Değerli akademisyenlerimiz ve üniversitelerimizin desteği ile bölümü tanıtıcı filmler hazırlayıp ilgili mecralarda paylaştık. En geniş aday kitlesine ulaşabilmek için hazırladığımız tanıtım materyallerinin proje paydaşlarımızın yanı sıra Tekstil Mühendisleri Odası, üniversiteler ve milli eğitim müdürlüklerimize dağıtımını yaptık.

Proje çerçevesinde tekstil mühendisliği bölümündeki hocalarımızla sık sık toplantılar düzenliyoruz. Bu toplantılarla sadece öğrencilerimizin takibini yapmakla kalmıyor, sektör-akademi iş birliğini daha ileriye taşıyabilmeyi yollarını arıyoruz. Bu yıl üçüncü sınıfa geçen öğrencilerimiz, yarım dönem sektörün önde gelen fabrikalarında uygulamalı dersler alacak. Öğrenciler böylece ilk iki yılda edindikleri teorik bilgileri, pratiğe dökme imkânını elde edecek ve mezuniyet sonrasında sektöre her anlamda hazır hale gelecek. Hem teorik hem pratik bilgi birikimine sahip tekstil mühendislerinin katma değerli üretimimizin ve 33 milyar dolarlık ihracat hedefimizin itici güçlerinden biri olacağına inanıyorum. Bu inançla projeye katkı veren hazır giyim ve tekstil ihracatçı birliklerimize, Tekstil İşverenleri Sendikası'na ve YÖK'e bir kez daha şükranlarımı sunuyorum.

Projeden önce tekstil mühendisliğini tercih eden adayların başarı sırası 80 binlerden başlarken artık ilk altı bin içinden bölüm tercihi yapan adayları görebiliyoruz.

“BU YIL DA BURSLULUK VE TERCİH EDİLME ORANLARININ ARTACAĞINI ÖNGÖRÜYORUZ”

2019 YILINDA tekstil ve hazır giyim ihracatçı birliklerimiz ile Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası iş birliğinde, YÖK ile imzalanan protokol çerçevesinde, TİM ve Ticaret Bakanlığımızın destekleriyle hayata geçirdiğimiz burs projemiz; sektörümüzün geleceği açısından büyük bir başarıya imza attı. Tercihim Tekstil Mühendisliği burs projemizle birlikte tekstil mühendisliği bölümleri doluluk oranı, yüzde 42'den yüzde 90'lara çıktı. Bununla birlikte tekstil mühendisliği puanları yaklaşık 100 puan yükseldi.

Burs projemiz; üniversite kontenjanlarının artırılmasını ve çoğu bölümümüzün yüzde 100 doluluk oranlarına ulaşmasını sağladı. 2020 yılında 14 tekstil mühendisliği bölümümüzün dokuzunda, kontenjanlar yüzde 100 dolduruldu. Aynı zamanda 2020 yılında tekstil mühendisliğinin ilk üçte tercih edilme oranlarının yükseldiğini ve burs almaya hak kazanan öğrencilerimizin yüzde 14'ünün tekstil mühendisliğini ilk sıraya yazdıklarını görüyoruz. Proje, genç mühendislerimiz okullarından mezun olmadan meyvelerini vermeye başladı. Maalesef uzun bir süredir olumsuz algı problemi ile karşı karşıya kalan sektörümüz, burs projesinin getirdiği ilgi ile güven tazelenmiş. Birçok farklı sektöre örnek ve öncü olan projemiz; üniversite-sanayi iş birliğinin en somut adımlarından biri oldu. Proje ile tekstil mühendisliğine yönelik algının yükseldiğini ve öğrencilerimizin bölümü tercih etme oranının her geçen yıl arttığını görüyoruz. Yeni eğitim-öğretim döneminde projeye ilginin, geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi katlanarak artacağını öngörüyoruz. Geçtiğimiz yıl üniversite sınavına girişte ilk 20 bine giren iki öğrencimiz, burs almaya hak kazandı. Bu yıl ise diğer mühendislik bilimlerinden ve başka bölümlerden yatay geçiş yapmak için öğrencilerden talepler geldiğini müşahade ediyoruz. Sektörümüzü en çok sevindiren gelişmelerden biri ise öğrencilerimizin burs alma beklentisi ile değil; sektörümüzün gücü ve vizyonuna olan inancı ile bölümü tercih etmek istemesi oluyor. Dolayısıyla bu yıl da bursluluk ve tercih edilme oranlarının katlanarak artacağını öngörüyoruz.

“ÖĞRENCİLERİMİZİ SEKTÖRE HAZIR HALE GETİRMEK İÇİN AKADEMİSYENLERİMİZLE GÖRÜŞ ALIŞVERİŞİNDE BULUNUYORUZ”

Projemizin tanıtım çalışmalarını yalnızca tercih döneminde değil, yıl boyunca sürdürüyoruz. Tekstil sektörümüzün farklı çalışmalarını öğrencilere tanıtırken burs projemizin kapsamını da anlatmaya çalışıyoruz. Tercih döneminde yoğunlaştığımız çalışmalarımız kapsamında, devlet okulları ve özel eğitim kurumlarında görev yapan rehber öğretmenlerimiz ile bir araya gelerek projemizi tanıtıyoruz. Öğretmenlerimizin değerli geri dönüşleri ile sınav sonrası dönemde, tekstil mühendisliği olan üniversitelerimizin bulunduğu şehirlerde, kamusal alanlarda, billboardlar aracılığıyla projenin görünürlüğünü artırıyoruz.

Maalesef uzun bir süredir olumsuz algı problemi ile karşı karşıya kalan sektörümüz, burs projesinin getirdiği ilgi ile güven tazelenmiş.



AHMET ÖKSÜZ
İTHİB BAŞKANI

Yıl boyunca Türkiye geneline yayılmış 14 tekstil mühendisliği bölümümüzün değerli akademisyenleriyle bir araya gelerek gerçekleştireceğimiz tanıtım faaliyetlerine ilişkin görüş alışverişinde bulunuyoruz. Ulusal-yerel yayın organlarında burs projemizi anlatıyor; reklam çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Öğrencilerimize en rahat ulaşabildiğimiz sosyal medyayı çok etkin kullanıyoruz ve en çok etkileşim aldığımız tanıtım alanımız da sosyal medya oluyor.

Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi verilerine göre, mezun olmadan önce en fazla işe yerleşme oranı yüzde 27 ile tekstil mühendisliği bölümünde bulunuyor. Tekstil mühendisliği okuyan öğrencilerimizin yüzde 49,3'ü ise ilk altı ay içerisinde sektörde istihdam ediliyor. Proje, sektörümüzdeki nitelikli tekstil mühendisi sayısını artırma gayesiyle başladığımız çalışmaların ilk aşamasını oluşturunca. Tekstil mühendisliği öğrencilerimizi sektöre hazır hale getirmek ve eğitim müfredatının zenginleştirilmesi için değerli akademisyenlerimiz ile görüş alışverişinde bulunuyoruz. Uzun süredir üzerinde çalıştığımız uygulamalı mesleki eğitim programı ile öğrencilerimizin akademik gelişmelerini desteklemeyi amaçlıyoruz. Bu kapsamda, akademisyenlerle yaptığımız istişare toplantılarının yanı sıra, ihracatçı birlikleri, YÖK ve üniversiteler olarak çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

“DERİ MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜNÜ SEKTÖRÜMÜZÜN GELECEĞİ ADINA ÇOK ÖNEMSIYORUZ”

DÜNYA GENELİNDE üretimde tasarım ve dijital dönüşüm, her geçen gün önemini artırıyor. Deri ve deri mamulleri sektörümüz de bu anlamda kalifiye ve yetmiş insan gücüne en çok ihtiyaç duyan sektörlerden biri. Bu nedenle deri mühendisliği bölümünü sektörümüzün geleceği adına çok önemsiyoruz. Türkiye'deki ilk ve tek deri mühendisliği bölümü olan Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği bölümü, geçmişte tercih edilmemesi sebebiyle kontenjanını dolduramıyordu, hatta kapanmak üzereydi. Genelde puanı yeten öğrenciler mecburi bir tercih sonucu bölüme dahil oluyordu. Bu da uzun vadede sektör beklentilerini karşılamakta yetersiz kalıyordu. Ticaret Bakanlığımızın onayları ve TİM'in destekleri ile asgari ücrete varan burs projemizin ardından kontenjanı da artan bölümümüz, iki yıldır yüzde 100 doluluk oranına ulaşıyor. Bununla birlikte bölümümüzde üniversite giriş sınavında ilk 100 bine giren öğrencilerin oranı da geçmişe kıyasla büyük ölçüde artmış durumda.

Bu dönem kontenjanı doldurmanın yanında ilk 20 binden öğrencileri de bölümümüze kazandırmak istiyoruz. Bu konuda tercih maratonu öncesinde tanıtım çalışmalarımıza ağırlık vereceğiz. Bölümümüzü ve burs projemizi daha güçlü şekilde duyurmak adına çalışmalarımıza başladık. Bu dönem bölümümüzün taban puanlarını da önemli ölçüde artırmayı hedefliyoruz.

Geçmiş dönemde sosyal mecralardan video içerikleri ve görsel tanıtım postları ile projemizi geniş kitlelere duyurmuştuk. Fiziki anlamda da özellikle sektör firmalarının yoğun şekilde faaliyet gösterdiği Zeytinburnu ilçemizde, billboard duyuruları ile projemizi tanıtmıştık. Bu dönemde ise sosyal medya tanıtımlarına ek olarak fiziki anlamda etkileşimin yoğun olduğu alanlarda da tanıtım faaliyetlerini çeşitlendirmek istiyoruz. Bu konuda paydaşlarımızla çalışmalarımızı yoğun şekilde sürdürüyoruz.

“MODERN BİR MÜFREDATIN OLUSTURULMASI ÖNCELİKLERİMİZ ARASINDA”

Eğitim ayağı esasen projenin en önemli kısmını oluşturuyor. Başarılı öğrencilerin bölümümüze yerleşmesinin ardından



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB BASKANI

beklentileri tam anlamıyla karşılayacak, modern bir müfredatın oluşturulması önceliklerimiz arasında. Sektörümüzün de buna yönelik yoğun talepleri var. Ayrıca müfredatın ayakta sektörümüzü daha fazla kapsaması adına da birtakım çalışmalar yürütüyoruz. Bunun yanında uygulamalı eğitim, dijital tasarım, ek yabancı dil ve uluslararası pazarlama gibi konu başlıklarına da ağırlık verilmesi gerekiyor.

İngiltere ve İtalya'daki muadil eğitim kurumları ile rekabet alanında ticari rekabetin de ön safhasını oluşturuyor. Katma değeri yüksek üretim ve ihracatın modern müfredat ile mümkün olduğu çok açık bir realite. Bu anlamda tüm sektör paydaşlarımız ve üniversite yönetimi ile yoğun şekilde işbirliği halindeyiz. Bu çalışmalarımız ile kısa ve orta vadede üniversite-sanayi iş birliğine örnek teşkil edecek geniş kapsamlı bir projenin meyvelerini toplayacağımıza inanıyoruz.

Katma değeri yüksek üretim ve ihracatın modern müfredat ile mümkün olduğu çok açık bir realite.

TERCİHİM DERİ MÜHENDİSLİĞİ BURS PROJESİ

Deri mühendisliği bölümü, yalnızca Ege Üniversitesi'nde yer alıyor.

Proje kapsamında;

- İlk 20 bin içinde olan öğrenciye asgari ücret
- 20-60 bin içinde olan öğrenciye asgari ücretin %70'i
- 60-100 bin içinde olan öğrenciye asgari ücretin %50'si kadar burs sağlanıyor.



TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ

TERCİH EDEN

ÖĞRENCİLERE

BURS MÜJDESİ

BURS KRİTERLERİ

- Üniversiteye giriş sınavında öğrenci başarı sıralamasının ilk 80.000 içerisinde olması,
- Öğrencinin ilk 5 tercihinden birinin “Tekstil Mühendisliği” olması ve bu tercihinin yerleşmiş olması,
- Öğrencinin her yıl 4 üzerinden 2,5 (100 üzerinden en az 65) genel not ortalamasına sahip olması gerekmektedir.

Sayı sınırı olmaksızın kriterleri sağlayan tüm öğrencilerimiz, lisans eğitimleri boyunca burs almaya hak kazanacaktır.

BURS TUTARI

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

Detaylı bilgi için
www.tercihimtekstil.com

TERCİHİM
TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ
TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ ÖĞRENCİLERİNİN BURS

İŞ

GARANTİLİ

tercihimtekstil

tercihimtekstilmuhendisligi

tercihim_tekstilmuhendisligi



KOTON CEO'SU
DR. A. BÜLENT
SABUNCU



“MÜŞTERİYİ EN ÖNE KOYMAK, KOTON’U HER ZAMAN DOĞRU İSTİKAMETTE TUTTU”

Hazır giyim sektörünün Türkiye’deki en önemli markalarından biri olarak, küresel piyasalarda da ülkeyi temsil eden Koton’un; son dönem çalışmalarını, pandemi sürecindeki faaliyetlerini ve yurt dışı hedeflerini Koton CEO’su Dr. A. Bülent Sabuncu ile konuştuk.

Ö

ncelikle Koton’un ihracat yolculuğuna başlama hikâyesini sizden dinlemek isteriz. Kuzguncuk’ta küçük bir dükkân ile hazır giyim sektörüne giren Koton’un ilk ihracatının tam bir cesaret hikâyesi olduğunu söyleyebilirim. Süreci; Merter’de bir imalatçının elindeki yüksek adette (33 bin adet) ürünü, iyi fiyata verebileceğini söylemesiyle başlıyor. Henüz bir deposu olmamasına rağmen Koton’un kurucuları Gülden Yılmaz ve Yılmaz Yılmaz, o

ürünleri almaya karar veriyor. Kısa sürede uygun bir depo kiralıyor ve toptan satış yapılacak ürünler, piyasadan toplanmaya başlıyor. Diğer yandan bu ürünü satacak toptan müşteri arayışı başlıyor. Laleli piyasasındaki bir tekstilciyle iletişime geçiliyor, eldeki ürünü birlikte satma önerisi geliyor. Bu görüşme, Avusturyalı bir alıcıyla buluşma fırsatı getiriyor. Ürünler tek tek seçilip ütülenerken özenle hazırlanıyor. Depo düzeni oluşturulmamış olmasına rağmen bu titiz hazırlık, güzel bir iş birliğinin başlangıcı oluyor. Koton markalı karton kolilerin bile olmadığı ilk ihracat, Avusturya’ya yapılıyor.

Yurt içindeki üretim, markalaşma ve mağazalaşma sürecinizde karşılaştığınız zorluklar neler oldu?
Şirketin kurucu ortaklarının; markalaşmanın önemini daha işin başındayken fark etmiş olmaları, Koton’un büyüme yolculuğunda önemli bir avantaj sağladı. Kuzguncuk’taki ilk mağazada bile ürün seçkisi, müşterilerin kendilerini rahat ve özel hissedecekleri mağaza ortamı, vitrin tasarımı gibi düzenlemeler; Koton’a özgü bir deneyim yaratmak üzere kurgulanmıştı. Türkiye’de markalaşma konusunda yeterli altyapının olmadığı bir dönemde; markalaşma



ve mağazalaşma sürecini bu vizyonla tasarlamak, yarışta öne çıkmayı sağladı.

Ülkenin ekonomik ve ticari politikaları da belirleyici fırsatlar ve zorluklar getiriyor. Örneğin 80'li yıllar; Türkiye'de tekstilin hızla büyümesi, ülkenin potansiyeli, üretim ve pazara uyum kabiliyeti, bu alanda iş yapmak için elverişli bir ortam sunuyordu. 90'lı yıllarda açılmaya başlayan AVM'ler, perakende şirketlerinin büyümesi, yaygınlaşması tüketicilerde marka farkındalığı ve bilinirlik yaratmada çok önemli bir işlev üstlendi. Bununla beraber ekonomik zorluklar da yaşandı. Yine de 1994 ve 2001 krizleri, Koton'un büyüme kaydettiği dönemler oldu. İlerleyen dönemde de ülke ekonomisinin gelişimine paralel olarak büyüme, ciddi bir ivme kazandı.

Koton'un markalaşma ve mağazalaşma yolculuğunda her zaman gözettiği bir ana dinamik de müşterisini dinlemek oldu. 2000 yılında yapılan geniş kapsamlı tüketici araştırması, Koton'un büyümesinde kilit stratejiler oluşturacak değerli veriler sağladı. Bol çeşit, ferah mağaza ortamı ve uygun fiyat olarak özetlenebilecek bu ana çıktılar, Koton'un tasarım departmanına yatırım yapmasına, mağazaları daha ferah hale getirmesine ve fiyat politikalarını belirlemesine dayanak oluşturdu. Çift haneli rakamlarla büyüme, 2012 yılında Türkiye'nin öncü girişim sermayesi şirketi Turkven ortaklığını getirdi, markalaşma süreci güçlü bir ortaklıkla hız kazandı.

Dünyadaki hızlı moda markaları arasında çeşitlilik açısından birinci sırada yer almak hedefiyle 2016 yılında Design Lab olarak adlandırdığımız bir tasarım merkezi kuruldu. Türkiye'de tasarım konusunda Ar-Ge teşviki alan ilk tasarım merkezini oluşturduk. Moda markası yaratmak, istikrarlı ve çitayı hep ileriye koyacağınız bir tasarım ve tedarik gücü gerektiriyor. Standartlarını yükselten mağaza ve müşteri deneyimi, etkili bir pazarlama stratejisi gerektiriyor. Bu anlamda hedefimizi hep en yukarıya koyduk. Tasarımlarımız ve pazarlama

iletişimi konularında global bir moda markası olarak hareket ettik. Dünya çapında tanınmış modellerle ve fotoğrafçılarla çalıştık. Ulusal ölçekte yaptığımız pazarlama faaliyetlerimiz ve iletişim stratejimizden kısaca bahsetmek gerekirse; Fahriye Evcen ile uzun soluklu ve başarılı iş birliğimizin, Koton'un moda markası konumlanmasında çok önemli katkıları olduğunu söylemek isterim. 2019 yılında Bensu Soral ile tüm ihtiyaçlara cevap veren uzman moda markası olarak konumlandığımız "Koton'a Sor Al" kampanyamızı hayata geçirdik. Genç ve casual koleksiyonlarımızı "Tam Benim Tarzım" sloganımızla Melisa Şenolsun ve Burak Deniz ile çektiğimiz üç TV kampanyasıyla tanıttık. Teoman ile jean'de modayı tanımlayan, Can Bonomo ile rahat ve özgür stilleri anlatan erkek kampanyaları yaptık. 2020 yılında Etiketleri Çıkar diyerek çok ses getiren bir kampanya yaptık. Koton'un modanın öncü markası olarak konumlanmasında bu iletişim çalışmalarının önemli bir rolü olduğunu düşünüyorum.

28 ülkede faaliyet gösteren Koton'un yurt dışı stratejileri nasıl şekilleniyor? Gelecek dönem hedef ve planlarınız nelerdir? Ticaret hayatında karşılaşılan zorlukları, fırsatlara odaklanarak aşmak başarıyı getirir. Koton'un büyüme yolculuğunda da böyle oldu. Henüz yurt dışında tanınan bir ihracatçı değilken, Münih'te bir showroom açıldı. Teknolojinin bugünkü imkânlarına sahip olmadığımız, fuarların bugünkü gibi olmadığı bir dönemde bu showroom'un çok önemli katkıları oldu. Koton ve Ole markaları, Almanya pazarında satılmaya başlandı. İlk yıl 200 bin Mark zarar, ikinci yıl başa baş noktası, üçüncü yıl kâra geçildi. 2000 yılında Almanya'da Koton etiketiyle ürün satan, Türkiye'de de ağırlıklı olarak ihracata üretim yapan bir marka haline geldi. 2002 yılında Orta Doğu, Rusya ve Balkanlar'da mağazalarımız açıldı. Modayı Avrupa müşterisi gözüyle değerlendirme fırsatı yakalamak, her sezon bu alıcılar için koleksiyon hazırlamak çok önemli bir deneyim kazandı. Geldiğimiz noktada global olarak mağazalarımızda yılda 345 milyon müşterimizi ağırlıyoruz. Yıllar içinde yapmış olduğumuz marka yatırımlarımız, bugün yurt dışı büyümede bize önemli avantajlar sağlıyor. Yurt dışında büyümeyi online satış kanalları, dünyanın farklı coğrafyalarındaki pazar yerleri gibi farklı iş modelleriyle sürdürüyoruz. Nitekim farklı ve uzak coğrafyalardan franchise çalışma teklifleri geliyor.

33 yıllık bir marka olan Koton'un başarısının sırrının ve fark yarattığı noktaların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Başarının formülünü bir reçeteye yazmak mümkün olmasa da bence birkaç konu var ki; bunlar Koton'un başarısının anahtarları. Kurulduğu günkü heyecanla çalışan, işine dört elle sarılan, hep daha iyisini başarma motivasyonu taşıyan bir çalışma kültürünü en başa koymak gerekir. Bu kültür gençlere inanmakla, onların becerilerini geliştirmeye imkân tanıyan politikalarla güçleniyor. İnsan kaynakları felsefemiz, kapsayıcı, çeşitliliği destekleyen, her görüşe açık bir anlayıştan besleniyor. Hiçbir başarının çalışmadan gelmesi mümkün değil, çalışkanlığımızın altını çizmek isterim. Diğer tarafta müşteriye en öne koymak, her zaman Koton'u doğru bir istikamette tuttu.

19 ülkedeki e-ticaret satışımızı, 2021 sonunda 39 ülkeye çıkaracağız.

Marka olarak tasarım ve Ar-Ge yatırımlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Koton'da en büyük yatırımımızın insan kaynağı olduğunu belirtmem gerekir. Koton, ülkemizde moda sektörünün yüzü akı bir marka olmakla birlikte, perakende sektöründe de adeta bir okul. Teknolojinin gelişmesi, dünyada tekstildeki gelişmeler, sürdürülebilir alternatif materyallerin gelişimi de işimizin çok önemli bir parçası. Global olarak endüstrimiz üzerine yapılan çalışmaları ve gelişmeleri çok yakından takip ediyoruz. Bu alandaki yenilikleri ve inovatif uygulamaları ülkemizde uyarlıyor, tedarikçilerimizle paylaşıyoruz. Tedarikçi ile gelişimi bilhassa önemsiyoruz ve bu anlamda sektörümüze yön veren bir konumdayız. Bütün bu süreç, müşterimize en yenilikçi ürünün, en sağlıklı, en hızlı ve en uygun şekilde ulaşması ile tamamlanıyor. İnovasyonu; kurum kültürümüz, tedarikçilerimiz ve müşterilerimiz olmak üzere üç odaklı bir anlayışla yönetiyoruz.

Perakende ve hazır giyim sektörleri, pandemi sürecinden en fazla etkilenen sektörlerden oldu. Marka olarak bu süreci nasıl geçirdiniz?

2020'nin şubat ayının ortalarından itibaren müşterilerimizde COVID-19 tedirginliğini hissetmeye başladık. Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü mart ayında ise cirolarımız, olması gerekenin yarısından bile daha geride kaldı. Bu süreçte, salgının yayılmasını önlemeye katkıda bulunmak üzere dünyada ve Türkiye'de bulunan tüm mağazalarımızı yaklaşık iki ay boyunca kapatma kararı aldık. Yaz ayları, vaka sayısındaki azalış ve mevsimsel ihtiyaçlar nedeniyle daha iyi geçti, olumlu bir tablo oluştu. Ancak sonbaharda artan vaka sayılarıyla birlikte başlayan ve 1 Temmuz 2021'e kadar süren kapanmalarla kolay bir süreç geçirmedığımızı söylemek gerekir. Pandemi döneminde birinci önceliğimiz çalışanlarımızın ve müşterilerimizin sağlığı oldu. Hijyen ve sağlık konusundaki önlemlerimizle Türkiye'deki tüm mağazalarımız, genel müdürlük ve lojistik binamız TSE tarafından verilen COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi almaya kazandı. Bu belge, tüm perakende sektöründe ilk olması bakımından bizim için ayrıca gurur verici.

Koton, online alışveriş yatırımları olan bir marka olarak fiziksel mağazaların devamlılığı konusunda ne düşünüyor? Pandemi, büyük bir değişimin tetikleyicisi oldu. Pandeminin dönüm noktası olduğu iki kavram; dijitalleşme ve sürdürülebilirlik. Tüketici davranışındaki dönüşümün bir yanını, dijitalleşmenin getirdiği yeni alışveriş biçimleri oluşturuyor. Satış ve pazarlama kanalları çeşitlendikçe müşterinin alışveriş davranışı da bu hızda çeşitleniyor. Mağaza ve online entegre alışveriş deneyimi kaçınılmaz bir gerçeklik haline geldi.

Pandeminin getirdiği ekonomik zorluklar nedeniyle, dünyada bazı markaların mağaza sayılarını

462
Toplam mağaza sayısı



190
Yurt dışı mağaza sayısı



10.000
İstihdam



%64
Kadın çalışan oranı



%25
Online satışın toplam cirodaki oranı



110
milyon+ USD
İhracatta 2021 hedefi

azaltma kararları peş peşe geldi. Bir kısmı geleneksel mağazalarını kapatarak online satış ile ilerleme kararı aldı. Bunun yanı sıra markalar, mağaza açmadan e-ticaret kanalları ve pazar yerleri sayesinde dünyanın her tarafında mal satılabilir hale gelebildiler. Bu trendin daha da güçlenmesi bekleniyor. Koton'da büyüme odaklı bu yönde şekilleniyor. 19 ülkedeki e-ticaret satışımızı, 2021 sonunda 39 ülkeye çıkaracağız. Fiziksel mağaza açılışları da verimli lokasyonlarda devam edecek. Mağazacılık ve online satış birbirini besliyor, büyüme bu satış kanallarının doğru entegrasyonu ile mümkün. E-ticaret giderek büyümeyi sürdürecektir de mağazacılık devam edecek. Perakendede büyümenin omnichannel ile mümkün olduğunu düşünüyoruz.

Koton'un sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarından ve Suya Saygı Projesi'nden bahsedebilir misiniz?

Doğal kaynakların tükenmekte olduğu, ilkim değişikliğine bağlı olarak toplumların ve ekonomilerin geleceğiyle ilgili endişelerin yükseldiği bir dönemdeyiz. Sürdürülebilirlik alanında müthiş bir bilinçlenme ve atılım var. Bu yükselişte; tüketicilerin, markaların, yatırımcıların, hükümetlerin ve toplumun her kesiminin pandemiyle birlikte artan farkındalığının önemli bir rolü olduğunu düşünüyorum. Sürdürülebilir yaşam taahhütlerimizi, 'Yaşama Saygı Manifestomuz' ile geçtiğimiz kasım ayında açıklamıştık. Yaklaşımımızda Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nı rehber alıyor ve stratejilerimizi "saygı" odağında sürdürmeyi taahhüt ediyoruz. Dünyamıza, topluma, insana ve işimize saygı ana başlıklarında, tüm faaliyetlerimizi kapsayacak bir çerçevede oluşturduk. Bu manifestoyla birlikte Türkiye'de Better Cotton Initiative'e (BCI) üye olan ilk Türk markası olduk. BCI üyeliğimizin birinci yılı tamamlandığında, tüm pamuk içeren ürünlerimizin yüzde 10'unu ve beş sene içinde pamuk içeren ürünlerimizin yüzde 60'unu BCI standartlarına uygun olarak tedarik etmeyi hedefliyoruz. Beş yıllık BCI kullanımımız sonucunda, yaklaşık sekiz milyon metre kupa su tasarrufu oluşacak ve kimyasal ilaç kullanımımız beş ton azalacak. Daha az kimyasal gübreyle ihtiyaç duyulacak ve verimlilik artışı kaynaklı yaklaşık bin 100 ton daha fazla pamuk elde edilecek.

Sürdürülebilir ürünlerimizin Koton ürünleri içindeki payını artırırken bu alandaki iletişimimizi de farklı bir boyuta taşıma kararı aldık. Milli sporcumuz, dünya serbest dalış rekortmeni ve UNDP Türkiye Sudaki Yaşam Savunucusu Şahika Ercümen; sürdürülebilirlik çalışmalarımızda marka temsilcimiz oldu. Ondan aldığımız ilhamla Suya Saygı koleksiyonumuzu oluşturduk. Koleksiyondaki ürünler ile suyun her damlasını korumayı hedefledik. Koleksiyonumuzda organik pamuklu, BCI pamuklu, ecovera viskonlu ve geri dönüştürülmüş kumaşlarW kullandık. Ürünlerin dikiş ipliklerini ve diğer aksesuarlarını da doğal ve doğa dostu ürünlerden seçtik. Tamamen doğa dostu materyal ve üretim teknikleri kullanılan Suya Saygı koleksiyonumuzun kazanımları sayesinde 45 ton daha az karbon salınımı gerçekleşti, 28 milyon litre su tasarrufu elde edildi ve 90 bin adet pet şişe geri dönüştürüldü.



Bu kadar borç nasıl ödenecek?

Uluslararası Finans Enstitüsü'nün (IIF) 2021 haziran itibarıyla açıkladığı istatistiklere göre devletlerin toplam borcu, geçen sene 10 trilyon dolar daha artmış ve 92 trilyon dolara ulaşmış. Bir başka ifadeyle COVID yılı diye tarihe geçen 2020'de, pandeminin yarattığı ekonomik şoku azaltmak için kamu kaynaklarının yoğun kullanılması neticesinde; devletlerin toplam borcunun küresel GSYİH'ya oranı, bir yıl içinde 18 puan yükselerek yüzde 1102'ye çıkmış.

IMF'İN hazırladığı veri setine baktığımızda işin vahametini ve detaylarını daha iyi görebiliyoruz. (<https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/fiscal-monitor/2021/April/English/text.ashx>)

COVID-19'un etkilerini ağır hissettiğimiz geçen bir buçuk yıl boyunca; büyük çoğunluğu gelişmiş ülkeler tarafından sağlanan ve sağlık sistemini ayakta tutmak, şirketlerin batmasını engellemek ve işsiz kalan hane halkını hayata bağlamak için harcanan kamu kaynağı; 16 trilyon doları bulmuş.

Son 70 yıldır görülmeyen bu devasa harcamalar neticesinde, gelişmiş ülkelerde ortalama yüzde 3-4 bandında dolaşan bütçe açıkları; 2020 sonunda yüzde 11,7 ortalamaya yükselmiş. Pandemiye daha sınırlı ekonomik imkânlarla karşılık vermek zorunda kalan gelişmekte olan ülkelerde ise yapılan kamu harcamaları sonrasında, bütçe açığı oranları yüzde 5-6 ortalamadan yüzde 10'lara çıkmış.

Gelişmiş 20 ülke kategorisinde bakıldığında, bu ülkelerin toplam borçlarının GSYİH'larına oranının yüzde 125 seviyesine geldiğini ve bu oranın İkinci Dünya Savaşı sonrası görülen en yüksek borçluluk oranı olduğunu anlıyoruz.

Sanırım rakamlar ve oranlar, durumu yeterince özetliyor. Ancak işin "Bundan sonra bizi ne bekliyor?" kısmına girmeden önce biraz daha tarihsel detay paylaşmak isterim.

İkinci Dünya Savaşı sırasında milyonlarca insanın hayatını kaybetmesi, Avrupa başta olmak üzere dünyanın dört yanında şehirlerin yerle bir edilmiş olmasının yanında ekonomik olarak da büyük bir enkaz ile baş başa kalındı.

IMF'nin verilerine göre savaşın galipleri arasında yer alan ABD'de dahi birçok cephede savaşmak durumunda kalınması

Gelişmiş 20 ülkenin toplam borçlarının GSYİH'larına oranının yüzde 125 seviyesine geldiğini ve bu oranın İkinci Dünya Savaşı sonrası görülen en yüksek borçluluk oranı olduğunu görüyoruz.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

sebebiyle Borç/GSYİH oranı; 1946'da yüzde 106'yı bulmuştu. Bir başka galip devlet İngiltere'de de savaş sonrasında bu oran, yüzde 200'leri bulmuştu.

Gelin İngiltere özelinde 1946'dan sonra olanlara biraz daha detaylı bakalım.

"İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDAN SONRA KAMU BORCU HİÇ BU KADAR YÜKSEK OLMAMIŞTI"

Britanya Kamu Maliyesi Ofisi'nin verdiği istatistiklere göre Britanya'nın İkinci Dünya Savaşı sonrasında GSYİH'nın yüzde 270'ine kadar çıkan kamu borç oranı, 30 yıl sonra GSYİH'nın yüzde 50'sine kadar gerilemiş.

Bahsi geçen süre içinde Britanya'nın kamu borcu, 37 milyar Pound artarak toplam 64 milyar Pound'u bulmuş. Bu borçlanmanın hemen tamamı İkinci Dünya Savaşı sırasında yapılan borçlanmanın faiz ödemeleri için yapılmış. Faiz ödemeleri dışında Britanya maliyesi, oldukça sıkı politikalar üretmiş ve 30 yıl boyunca ortalama yıllık GSYH'nın yüzde 1,5'i kadar faiz dışı (primary surplus) vermiş.

Bir başka ifade ile İkinci Dünya Savaşı sonrası, 30 yıl boyunca Britanya'da hükümetler kemerleri sıkımsı ve borç ödemiş.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kamu borcu hiç bu kadar yüksek olmamıştı.

Tarih tekerrür edecek.

Yüksek büyüme için enflasyona göz yumulacak.

Böylece bir yandan COVID-19'un etkileri hızla geride bırakılmış olacak, diğer yandan dağ gibi birikmiş kamu borcu; yüksek enflasyon ve negatif faizle borçlanma sayesinde zamanla eriyecek.

Kamu borcunun düşürülmesi için makul bir plan.

Ancak olan bireysel yatırımcıya olacak.

Enflasyona karşı birikimlerin erimesini engellemek çok zorlaşacak. Zor bir döneme giriyoruz.

TÜRKİYE DOKUMA ATLASI SERGİSİ

ANADOLU'NUN MİRAS KUMAŞLARI ANATOLIAN HERITAGE FABRICS

22 HAZİRAN - 22 EYLÜL 2021
JUNE 22 - SEPTEMBER 22

Cumhurbaşkanlığı Beştepe Sergi Salonu
Presidential Beştepe Exhibition Hall



İBRAHİM DUMAN
VOGEL AYAKKABI
GENEL MÜDÜRÜ

“Yatırım yapan firmalar, krizlerden daha sağlam çıkıyor”

Ayakkabı sektöründe genç bir firma olan Vogel Ayakkabı'nın Genel Müdürü İbrahim Duman; “Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde, bu gibi süreçlerde yatırım yapan ve zor durumlarda dik durabilen firmaların genellikle krizlerden daha sağlam ve güçlü çıktıkları görülmüştür. Bu doğrultuda al-sat faaliyetleri yapan bir firmadan çok, üretim yapan bir firmaya dönüşebileceğimizi düşündük ve bu yolda planlamalar yaptık” dedi.

PANDEMI sürecinde Balıkesir'de üretim fabrikası yatırımını gerçekleştiren Vogel Ayakkabı, yıl sonuna kadar entegre tesise dönüşme yolunda hızlı adımlar atıyor. Vogel Ayakkabı Genel Müdürü İbrahim Duman ile Balıkesir yatırımlarını, askeri malzeme üretimini ve gelecek dönem hedeflerini konuştuk.

Vogel Spor Tekstil'in kuruluş öyküsünü ve faaliyet alanlarını bizimle paylaşabilir misiniz?

2000 yılında ticari hayatına başlayan Vogel Spor Tekstil; babam Mustafa Duman tarafından İstanbul'da, tekstil sektöründe faaliyete başladı. Orta ölçekli kamuflaj kumaş alım satımı ve güvenlik kuvvetlerinde çalışan personellere yenilikler getirerek tekstil sektörümüzün çağdaş düzeye ulaşmasına katkı sunmak amacıyla kurulan firmamız; kuruluşundan beri süregelen profesyonellik, yaratıcılık, dürüstlük ve pazarı geliştirme özellikleriyle istikrarlı bir büyüme göstererek saygın bir yer edindi. Çeşitli sektörlerde faaliyetlerde bulunan firmamızı, 2012 yılında devralarak çalışmalara başladım. Üniversite eğitimimi gerçekleştirirken bir yandan da iş hayatına dair çalışmalar yapmaya başlamış oldum.

Faaliyet gösterdiği ana sektör, askeri kamuflaj ve kumaş toptan ticareti olan firmamız; 2015 yılında askeri bot ve askeri malzeme alanlarında da kendini geliştirdi. Bu zaman zarfında Türkiye genelinde güçlü bir bayi ağı kurarak iş ortaklarımızın da katkısıyla askeri bot ve malzeme alanında ön plana çıkan markalar arasında yer edindik. Askeri bot, outdoor giyim ve iş güvenliği ayakkabılarının hem üretimini hem de yurt içi ve yurt dışı satışını gerçekleştiriyoruz.

Vogel Ayakkabı A.Ş. çatısı altında toplanan şirketler grubumuz, 2020 yılında, piyasadaki ihtiyacı doğru analiz ederek yatırım yapma kararı aldı. Bu doğrultuda firma olarak Balıkesir ilinde, özel endüstri bölgesinde, 4 bin metrekare kapalı alan içerisine ayakkabı, iş güvenliği ve bot enjeksiyon taban makinesi yatırımımızı gerçekleştirdik. Fabrikamızda enjeksiyon taban makinesi hattı, monte hattı ve finiş hattını kurduk.



4.000
metrekare

Balıkesir
fabrikasının
kapalı alanı



100
Bayi sayısı

Ege ve Güneydoğu
Anadolu
Bayilerin
yoğunlaştığı
bölgeler

45
İstihdam



%10

Toplam satış
hacmi içinde
online satışların
payı



1.500
Günlük ayakkabı
üretimi

Kısa zaman içerisinde kesim hattı ve saya dikim hattını da katarak sene sonuna kadar entegre tesis olma yolundaki çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Aynı zamanda çeşitli tekstil ürünlerinde anlaşmalı olduğumuz üretim tesisleri aracılığı ile fason üretim yaparak ürün gamımızı zenginleştirmeye devam ediyoruz.

Sektördeki gelişmeleri ve pazardaki yeni talepleri yakından takip ederek güçlü idari ve mali birikimimiz ile sektörde öncü firmalardan biri olmayı hedefliyoruz.

Vogel Ayakkabı; askeri bot ve iş güvenliği ayakkabılarının üretimini ve ihracatını yapan bir firma olarak Türk Silahlı Kuvvetleri ya da farklı kurumlar ile ne tür iş birlikleri yapıyor?

Vogel Ayakkabı olarak üretmiş olduğumuz bot ve tekstil ürünlerini bayiler aracılığıyla profesyonel ordu çalışanlarının beğenisine sunuyoruz. Türk Silahlı Kuvvetleri personelleri, Milli Savunma Bakanlığı'nın açmış olduğu ihaleler ya da birliklerin bulunduğu yerlerdeki kantinler üzerinden ürünleri temin edebiliyor. Milli Savunma Bakanlığı'nın yaptığı ihalelerle ürünler devlet tarafından temin ediliyor. Kantinlerde ise personel, ürünleri kendisi temin edebiliyor. Bizim şu an ürünlerimizi sunduğumuz yerler, personelin ürünleri kendi temin ettiği alanlardır.

Ürünlerimizin satışını; askeri birliklerin kantinlerinde, o sene askeriye ile anlaşma sağlamış firmalar üzerinden gerçekleştiriyoruz. Balıkesir'deki üretim tesisi yatırımımızla birlikte Milli Savunma Bakanlığı'nın açmış olduğu ihalelere katılım sağlamak istiyoruz.

Üretmiş olduğumuz bot ve tekstil ürünlerini bayiler aracılığıyla profesyonel ordu çalışanlarının beğenisine sunuyoruz.



İleriye dönük planlarımız arasında genç istihdamı sağlamak adına Balıkesir Üniversitesi Ayakkabı ve Tekstil Bölümü mezunlarından yararlanabilmek bulunuyor.

Deri ve deri mamulleri sektöründe faaliyet gösteren bir firma olarak, pandemiden nasıl etkilendiniz? Bu süreçte yaşadığınız sorunlar ve aldığınız önlemler neler oldu? Pandemi sürecinden birçok firma gibi biz de çok etkilendik. Özellikle karantina döneminde tedbir amaçlı uygulanan kapanmalar, satışlarımızı çok düşürdü. Bizim kadar bayilerimiz de bu süreçten etkilendi. Vogel Ayakkabı olarak 100 civarında bayimiz bulunuyor. Bayilerimiz genel olarak Ege ve

Güneydoğu Anadolu bölgelerimizde yer alıyor. Bayi ağımızı daha fazla genişletmeyi ve ürün çeşitliliğimizi artırmayı planlıyoruz. Şu an için mağazamız bulunmuyor. Ancak önümüzdeki süreçte bizim faaliyet alanımıza uygun olacağını düşündüğümüz İstanbul Karaköy'de bir mağaza açmayı hedefliyoruz. Firma olarak pandemiden daha az etkilenmek için online satış platformlarına yöneldik ve süreci bu şekilde idame ettik. Tüm dünyanın içinden geçtiği bu dönemde çeşitli iş ortaklıkları ve bayilikler kurduk. Böylece pandemi sonrası için planlar yaparak uzun vadeli hedefler oluşturduk.

Balıkesir'deki fabrika yatırımımızın kurulum sürecinin pandemiye denk gelmesi, üretim tesisimizdeki işleyişi ve istihdamı sağlamak adına bizim lehimize oldu. Şu an için üretim sürecindeki departmanların yüzde 80'ini kendi bünyemizde sağlayabiliyoruz.

Pandemi döneminde birimlerde çalışan iş arkadaşlarımızı, şirket imkânlarını kullanarak mümkün olduğunca muhafaza etmeye çalıştık. Pandemi gereği alınması gereken tüm önlemleri çalışanlarımıza aktardık ve şirket içerisinde tüm önlemlerimizi alarak çalışmalarımıza devam ettik.

Pandemi döneminde Anadolu'da bir yatırıma imza attığınızı ve Balıkesir fabrikanızı kurduğunuzu söylediniz. Bu noktada krizi fırsata çevirdiğinizi söyleyebilir miyiz? Yatırım kararını nasıl aldınız?

Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde, bu gibi süreçlerde yatırım yapan ve zor durumlarda dik durabilen firmaların genellikle krizlerden daha sağlam ve güçlü çıktıkları görülmüştür. Bu doğrultuda al-sat faaliyetleri yapan bir firmadan çok, üretim yapan bir firmaya dönüşebileceğimizi düşündük ve bu yolda planlamalar yaptık. İstedığımız ürünleri temin etmek yerine, üretmeyi tercih ettik. Sevilen ve tercih edilen bir marka olmamız ve piyasadaki ihtiyaçlar, bizi fabrikamızın temellerini atmaya yöneltti.

Süreç içerisinde dördüncü teşvik bölgesi olarak geçen Balıkesir iline, 2020 yılı başı itibarı ile devletin sunduğu teşviklerden faydalanarak üretim tesisimizi kurmaya başladık.

Fabrika yatırımı için Balıkesir ilini tercih etmeniz sebepleri nelerdi? Balıkesir'de yatırım yapmanın size ne tür avantajlar sağladığını düşünüyorsunuz?

Bu yatırım için Balıkesir ilini tercih etme sebeplerimizden biri; Balıkesir'in bulunduğu konum ve büyük şehirlere olan yakınlığıydı. İlin bu avantajlarının bize de fayda sağlayacağını düşündük. Ayrıca ileriye dönük planlarımız arasında genç istihdam sağlamak adına Balıkesir Üniversitesi Ayakkabı ve Tekstil Bölümü mezunlarından da yararlanabilmek bulunuyor. Aynı zamanda Balıkesir, teşvik bölgesinde yer alıyor. Bu nedenle KDV indirimi, vergi indirimi, sigorta primi desteği gibi imkânlardan da yararlanabiliyoruz.

Üretim süreçleriniz, bayilik sisteminiz, mağazalasma yapınız ve istihdamınız hakkında da bilgi verebilir misiniz? Deri gibi ayakkabı malzemelerinin alımı ile başlayan üretim süreci, alınan malzemelerin kesimi ile devam

Önümüzdeki dönem hedef ve planlarınız nelerdir? Anadolu'nun farklı coğrafyalarında yatırım yapmaya devam etmeyi planlıyor musunuz?

Çalışkan ve genç bir ekibiz; bu doğrultuda ilk hedefimiz, kaliteli ürünler ortaya koyarak markamızı duyurmak olacaktır. Sonrasında yurt içi talebini karşılayıp çeşitliliğimizi artırarak öncelikle dış pazarlara yönelerek ihracatımızı artırmak ve bu konuda iyi bir konuma gelmek istiyoruz. Bununla beraber devlet ihaleleri de hedeflerimiz arasında, bu konu özelinde bir ekip oluşturuyoruz.



ediyor. Kesilen parçaların dikimi ile bir ayakkabının ana şeması ortaya çıkıyor. Saya dediğimiz bu kısım, enjeksiyon makinesinde taban ile birleşiyor. Ortaya çıkan ayakkabının son işlemleri gerçekleştiriliyor. Kalite kontrol sonrasında ise ürünler kutulanıyor ve satışa hazır hale getiriliyor. Satışa hazır ürünlerimiz, kargo ve nakliye firmaları ile bayi ve müşterilerimize ulaşıyor. 15'i İstanbul'da, 30'u Balıkesir'de olmak üzere toplam 45 çalışanımız bulunuyor. Önümüzdeki dönemde fabrikamıza ekleyeceğimiz yeni makine parkurları ile birlikte çalışan sayımızı da artırmayı planlıyoruz.

Yıllık ayakkabı üretim kapasiteniz ne kadar?

Tek vardiya kapasitemiz ile günlük 700 çift enjeksiyon tabanlı ayakkabı ve bot üretiyoruz. Gerektiğinde iki vardiya çalışabilecek durumdayız. İki vardiyalı sistemde kapasitemiz bin 500 çifte çıkıyor. Aylık ortalama üretim kapasitemiz yaklaşık 33 bin çift ürün, yıllık ise yaklaşık olarak 400 bin çift ürün üretebiliyoruz.

Yurt dışı satış çalışmalarımız devam ediyor. Ancak şu anki taleplerimiz yoğun olarak yurt içi piyasasından geldiği için öncelikli olarak iç pazardaki talepleri karşılıyoruz.

İhracat alanındaki hedefleriniz ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Orta Doğu ve Avrupa pazarlarına yönelik ürünler üretiyoruz. Avrupa bölgesinde, Sırbistan'da bir bayimiz bulunuyor. Ürünlerimiz özellikle Katar'dan yoğun ilgi görüyor. Ancak şu an için kapasitemizin tamamını iç piyasaya ayırıyoruz. Üretim ağımız genişledikçe ihracat taleplerine de karşılık vermek istiyoruz.

Ar-Ge ve inovasyon anlamında ne tür çalışmalarınız bulunuyor? Özellikle pandemi sürecinde tüm sektörlerde gördüğümüz dijitalleşme hızı, sizi nasıl etkiledi?

Ayakkabı sektöründe yeni bir firmayız. Ürünü doğru ve kaliteli bir şekilde üretmeye odaklanmış durumdayız. Bu doğrultuda sağlam adımlarla ilerlemek adına üretim takip sistemimizi oluşturuyoruz. Geliştirmekte olduğumuz bu sistem ile üretimin her aşamasında hedeflediğimiz adetlere ulaşabiliyoruz. Hem kontrol sağlayabiliyoruz hem de sürecin ne kadar zamanda tamamlanacağına karar verebiliyoruz.

Bayilerimiz ve perakende satış mağazası olan müşterilerimiz, pandemi sürecindeki kapanma kararları ile satışlarını durdurdu. Biz de bu süreçte e-ticaret alanında yoğunlaştık. Mevcut pazarımızı dijital alanlar ile daha da genişlettik. Halkımızın da pandemi sürecinde online alışverişe yönelmesi ile markamızı ve ürünlerimizi daha çok kişiye ulaştırdık ve bilinirliğimizi artırdık.

TASD, ayakkabı sektörünün yaşadığı sorunları anlattı

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının üçüncüsü, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) katılımıyla gerçekleştirildi. Derneğin mevcut dönem başkanı Abdulsabur Endican; ayakkabı sektörünün pandemi döneminde yaşadığı sorunların altını çizdi.



İTKİB HEDEF Dergisi Yayın Kurulu, sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere Sektörel Buluşmalar toplantılarının üçüncüsünü Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) ile gerçekleştirdi. 29 Haziran tarihinde düzenlenen toplantıya İDMİB Ar-Ge Şubesi temsilcileri ve TASD'nin mevcut dönem başkanı Abdulsabur Endican katıldı.

2021 yılının ilk yarısında, bir önceki yıla kıyasla yüzde 21 artış kaydeden ayakkabı sektörünün ihracatı; 507 milyon dolar seviyesine ulaştı. Sektör, haziran ayında ise tüm zamanların haziran ayı ihracat rekorunu kırarak yüzde 35 artışla 85 milyon dolarlık ihracata imza attı.

"2019'DAN DAHA İYİ NOKTAYA GELECEĞİZ"

Türkiye ayakkabı sektöründe 15 bin 700 üreticinin ve 320 bin çalışanın faaliyet gösterdiğini belirten Endican; "Derneğimizin Türkiye çapında toplamda

710 üyesi bulunuyor. TASD'nin kuruluş amacı; ilgili bakanlıklara ve üst mercilere sektörün sorunlarını iletmek, sektörün önünü açmaktır. İmalat bazında faaliyet gösteren tüm sektör mensupları, derneğimize üye olabiliyor. Türkiye ayakkabı ihracatının yüzde 75'i üyelerimiz tarafından yapılıyor. Mayıs ayı itibarıyla ayakkabı sektörü ihracatımız, geçen yıla kıyasla yüzde 19 arttı" şeklinde konuştu. Pandemi sürecinde sektörün yaşadığı sorunlardan da bahseden Endican, sözlerine şöyle devam etti: "Son bir buçuk yılda sektörümüz çok kötü günler geçirdi. İhracatımız iyi durumda olmasına rağmen iç piyasadaki tüketim çok azaldı. Mağazaların kapalı olması nedeniyle üretimin azalması da üreticiyi sarstı. Ayakkabı sektörünün yüzde 80'ini oluşturan küçük ölçekli firmalar, ekonomik açıdan zorluklar yaşadı. Bu süreçte sektör firmalarımız yüzde 30-50 kapasitede çalışsa da ihracat yapmaya devam etti. Fakat geldiğimiz noktada pandeminin etkilerinin azalmasıyla sektör

olarak kendimizi daha iyi durumda değerlendiriyoruz. İç piyasadaki satışlar yaklaşık yüzde 50 düştü. Tamamen normalleşmeye geçtiğimizde bu sorunun da çözüleceğini ve sektörümüzün 2019 yılından çok daha iyi bir noktaya geleceğine inanıyoruz."

"PANDEMİ SÜRECİNDE ÇOK SAYIDA YENİ FABRİKA AÇILDI"

Pandemi döneminde sağlanan devlet desteklerinin firmalar açısından yeterli olmadığını vurgulayan Endican, sektör olarak beklentilerinin tüm insanların normal yaşama geri dönmesi ve mağazaların açık kalması olduğunu belirtti. Pandemi sürecinde çok sayıda yeni fabrika açıldığını söyleyen Endican; bu fabrikaların, pandemi döneminde iç piyasaya tam kapasite çalışmadıklarını da dile getirdi. Sektörün fuarlar konusundaki faaliyetlerine de değinen Endican; yılda iki kez yapılan AYMOD fuarının pandemiye rağmen düzenlenmeye devam ettiğini vurguladı. 64. AYMOD fuarının yaklaşık 420 katılımcı ile gerçekleştirildiğini söyleyen Endican; "İDMİB ile birlikte fuara 610 adet alım heyeti getirdik. Oldukça başarılı geçen fuarımız, ayakkabı sektöründe MICAM fuarının ardından dünyanın en önemli ikinci ayakkabı fuarıyken bu yıl, katılımcı ve ziyaretçi sayısı açısından birinciliğe yükseldi. Pandemi döneminin ardından sektörün ilk fiziki fuarlarından olan Garda fuarının da yüzde 50 oranında küçüldüğüne yönelik bilgiler aldık. Türkiye olarak 43 firmamızla bu fuarda da yer alacağız. TASD olarak 115 firmamızın katılımıyla başarılı bir sanal fuara da imza attık. Pandemi sürecinde birçok firma, internet üzerinden satış yapmaya başladı. EİB'in iki kez düzenlediği sanal fuara ve MICAM'ın sanal fuarına da katılan firmalarımız oldu. Yeni bir faaliyet olsa da sektörümüz sanal fuarlara gereken ilgiyi gösteriyor" dedi.

"DİŞA BAĞIMLI OLMADAN DA ÜRETİM YAPABİLME KAPASİTEMİZ VAR"

Dünya genelinde birçok sektörde yaşanan ham madde sorununun, ayakkabı sektöründeki yansımalarına değinen Abdulsabur Endican; "Ayakkabı sektörü olarak bizim ham maddemiz deri ve taban. Yüzde 60 oranında yerli ham madde kullanıyoruz. Ancak ithal ham madde fiyatlarında yüzde 100 artış var. Talep düşük olmasına rağmen deri fiyatları yükselmeye başladı. Talep arttığında bu artış daha da yükselecek. Sektör olarak en önemli avantajımız; ham maddede dışa bağımlı olmadan da üretim yapabilmeye kapasitemizin bulunması" şeklinde konuştu.

"İDMİB AYAKKABI SEKTÖRÜNE BÜYÜK DESTEKLER VERDİ"

İDMİB'in stratejilerine yönelik açıklamalarda bulunan Endican; "İDMİB, ayakkabı sektörüne büyük destekler verdi. Pandemi nedeniyle




507
milyon dolar
Ayakkabı sektörünün ilk yarı ihracatı


15.700
Sektördeki üretici sayısı


320.000
Sektörün yarattığı istihdam


710
TASD üye sayısı

firmalarımız yurt dışına açılmadı ancak İDMİB'in hazırlıkları ile birlikte pandemi sonrasında hazır hale geldik. Tüm projeler hazırlanmış durumda, bu nedenle çok memnunuz. İDMİB yönetiminde olduğumuz için yapılan çalışmalarını anında üyelerimize bildiriyoruz. Diyalog halinde, her şeyi beraber yapıyoruz. Turkishleather.com platformu da İDMİB'in en başarılı projelerinden biri. Platformda en fazla ayakkabı sektöründen firma bulunuyor. Şu anda 164 üyemiz, platforma üye oldu" dedi.

Sektörün tasarım anlamındaki çalışmalarına vurgu yapan Endican, ayakkabı sektöründeki orta ölçek üzeri birçok firmanın kendi içerisinde tasarımcılar yetiştirdiğini, İDMİB okulunun ve üniversitelerin tasarım bölümlerinin de bu anlamda artı değer yarattığını ifade etti. Modadaki dönüşümün sektöre yansımalarını belirten Endican, tüketicilerin artık klasik tarzlar yerine günlük ayakkabıları daha fazla tercih etmeye başladığını söyledi. Sektördeki markalaşma faaliyetlerini de değerlendiren Endican, yurt dışında mağaza açan ve markalaşan firmaların olduğunu, önümüzdeki dönemde markalaşma anlamında sektörün yeni atılımlar yapabileceğini vurguladı.

"ÜRETİMDE AVRUPA BİRİNCİSİYİZ"

Abdulsabur Endican sözlerine şöyle devam etti: "Türkiye ayakkabı sektörü olarak Avrupa'da üretim anlamında birinci, dünyada ise yedinci sıradayız. Türkiye'de ayakkabı sektörü oldukça ilerlemiş durumda. Yılda 550 milyon çift ayakkabı üretiyoruz. Pandemi sürecinde 14 sektör firmamız konkordato ilan etti. 18 aylık çek süreleri, 3-6 ay arasına düştü. Şu anda piyasanın neredeyse yüzde 50'si, nakit bızlı ilerliyor. İç piyasada vadeler kısaldı ama dış piyasada uzadı. 1 Temmuz itibarıyla iç piyasanın da düzeleceğini öngörüyoruz. Yurt dışına kışlık ayakkabı göndermeye başladık, pandemi kaynaklı sıkıntılardan aşıldığını görüyoruz. Kimsenin elinde pandemi nedeniyle mal kalmadı. Ertelenen siparişlerin tamamı teslim edildi."

Turkishleather.com,
İDMİB'in en başarılı
projelerinden biri.

İOSİD firmalarının beklentilerini paylaştı

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının dördüncüsü, İkitelli Organize Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği'nin (İOSİD) katılımıyla gerçekleştirildi. Derneğin Genel Sekreteri İslam Tiryaki; İkitelli OSB'deki firmaların mevcut durumunu ve beklentilerini paylaştı.



İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu, sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere Sektörel Buluşmalar toplantılarının dördüncüsünü, İkitelli Organize Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (İOSİD) ile gerçekleştirdi. 29 Haziran tarihinde düzenlenen toplantıya İTHİB Ar-Ge Şubesi temsilcileri ile Hedef Dergisi Yayın Kurulu Üyesi Bülent Metin, İOSİD Genel Sekreteri İslam Tiryaki, İOSİD yönetim kurulu üyeleri Fikret Aslanhan, Kubilay Yetim ve Fahriye Erbil katıldı.

“ORTAK SİNERJİ İLE ÜLKE EKONOMİSİNE KATKI SAĞLAMAYI HEDEFLİYORUZ”

İOSİD'in 2019 yılının şubat ayında kurulduğunu ve İkitelli OSB'nin tek STK'sı olduğunu belirten İslam Tiryaki; “Dernek olarak dinamik bir yapıya sahibiz. İkitelli OSB, halihazırda 34 bini aşkın işletmenin faaliyet gösterdiği, ülkemizin üretim dinamosu sayılan bir yer. 40'a yakın sektörde, 400 bini aşkın çalışmanı istihdam eden makro bir endüstri merkezi. Bu noktada STK olarak üzerimize düşen sorumluluğun farkındayız. Kuruluşumuzun ardından işe koyulduğumuz anda pandemi süreci başladı. Buna rağmen durmadık, KOBİ'lerin dikkatini ihracata yöneltmek amacıyla bir ihracat zirvesi planladık fakat gerçekleştiremedik. Bu süreçte İTHİB'in bize değerli katkıları oldu. Derneğimizin şu anda 206 üyesi var. Bir o kadar da üye

olmak için bekleyen potansiyelimiz var. Pandeminin etkilerinin azalmasıyla nitelikli üye sayımızı artırmayı hedefliyoruz. Hemen hemen her sektörde üyemiz var. Üyelerimiz arasında ihracat yapma oranı da yüzde 50'nin üzerinde. Var oluş nedenimiz; işletmeleri bir araya getirip ortak bir sinerji oluşturarak ülkemizin ekonomisine katkı sağlamak. Bu amaçla üyeler arası ticari iş birlikleri, iş yönlendirmeleri, nitelikli personel bulma yolunda yardım ve İngilizce eğitimi dahil yoğun danışmanlık hizmetleri veriyoruz” şeklinde konuştu.

“NİTELİKLİ PERSONEL İHTİYACIMIZ VAR”

İki yıllık bir dernek olmalarına rağmen vizyonları doğrultusunda hareket etmeye devam ettiklerinin altını çizen Tiryaki; “Özellikle üyelerimizin ihracatlarını artırmak amacıyla fizibilite çalışmalarını yapmaya devam ediyoruz. Ülke olarak üretmek zorundayız. Pandemi, bize bu gerçeği gösterdi. Ülkemizde 4 milyona yakın KOBİ var. Üretimimizi ve imalatımızı artırmamız gerekiyor. Üyelerimize şu anda bürokrasi noktasında yardımcı oluyoruz. Bu konuda İTHİB'e de özellikle teşekkür etmek istiyorum. Kuruluşumuzda açılış kurdelemizi İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz kesti. O günden sonra iş birliklerimiz devam etti. Bunun devamını diliyoruz” dedi.

Nitelikli üretimin önemine değinen Tiryaki; “Yaptığımız toplantılarda üyelerimizi bu konuda

bilinçlendirmeye çalışıyoruz. Nitelikli personel ihtiyacımız var. Çalışanlar firmaya, firmalar da çalışanlara ulaşmıyor. Maalesef arada bir kopukluk var. Bu noktada dernek olarak çok ciddi planlarımız var. Nitelikli personel konusu, üretim kadar önemli. Ülkemizde işsizlik oranı yüksek ancak OSB'de sektör fark etmesizin eleman aramayan firma yok” şeklinde konuştu.

“YENİ NESLİ ÜRETİME VE SANAYİYE KATMAK ÜZERE BİR PROJEMİZ VAR”

Özellikle ihracat ve dış pazar analizi noktasında İTHİB'den yardım talep ettiklerini belirten Tiryaki; “Ülkenin ve dünyanın dikkatini, İkitelli OSB'ye çekmek istiyoruz. Organizasyonlarımızın ana amacı da bu. Firmalarımızın dış ticarete erişimi noktasında ihracatçı birliklerle iş birlikleri yapmayı amaçlıyoruz. 400 bine yakın çalışanın bulunduğu İkitelli OSB'de gün içinde 1 milyon civarında hareketlilik yaşıyoruz. İkitelli OSB'deki işletmelerimizin yüzde 90'a yakını KOBİ'lerden oluşuyor. İşletmelerimizin yüzde 10'unun 20-50 arasında çalışmanı bulunuyor. Z kuşağının da farkındayız. Yeni nesli üretime ve sanayiye katmak üzere nitelikli ara eleman noktasında meslek liseleriyle ilgili bir projemiz var. Projemizi Milli Eğitim ve Çalışma Bakanlıklarına da sunacağız. Meslek liselerindeki şu anki staj süresini; okulun son iki senesi, haftada üç gün, yarım gün olacak şekilde yapmak üzere uzatmayı planlayan proje sayesinde öğrenciler, sanayide çalışabilecek. Biz de işletmelerimizi bu noktada hazırlayacağız ve ücret mukabilinde öğrencilerin staj yapabildiğini sağlayacağız. Öğrenciler hem para kazanacak hem sanayide çalışma deneyimi elde edecek. Liseden mezun olunca da iş hayatlarındaki yerleri hazır olacak. Projemizin gerçekleşmesi için gereken kamuoyunu oluşturmak istiyoruz” dedi.

“DERNEĞİMİZDE KADININ GÜCÜNÜ GÖSTERMEMİZ GEREKİYOR”

Kadınların iş hayatındaki ve İOSİD'deki önemine vurgu yapana Fahriye Erbil; “Sanayide çok güçlü iş insanlarımız var. Bir kadının inceliğinin, sanayide olması gerektiğini düşünüyorum. Derneğimizde de kadının gücünü göstermemiz gerekiyor. Kadınlar; daha disiplinli çalışırlar, verilen görevi tam anlamıyla yaparlar. Sanayide bir kadın olarak çok mutluyum. Üye kadın sayımızı da artırmaya çalışıyoruz. Bölgede çok fazla kadın sanayicimiz var ancak biraz geri planda kalmışlar” dedi. İOSİD üyelerinin genel isteğinin ihracat anlamında desteklerin artırılması olduğunu belirten Erbil; “İhracatçılarımız çalışmalarına destek istiyorlar. Bu

Var oluş nedenimiz; işletmeleri bir araya getirip ortak bir sinerji oluşturarak ülkemizin ekonomisine katkı sağlamak.

RAKAMLARLA İKİTELLİ OSB



34.000+
İşletme



40
Sektör



400.000+
Çalışan



206
iosid
üye sayısı



%50
İhracat
yapan
firmaların
oranı

konuda dernek olarak elimizden geleni yapıyor ve pazar araştırmaları, yurt dışı temasları ile üyelerimize destek olmaya çalışıyoruz. En önemli sorunlarımızdan biri de işçi bulamamak. Sektörler olarak birçok alanda işçi arayışlarımız sürüyor” şeklinde konuştu. İOSİD olarak sadece üyelerinin yer alacağı bir e-ticaret platformu kurduklarını belirten Erbil; altyapısı tamamlanan platformun ses getireceğine inandıklarını söyledi.

TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN YAŞADIĞI ZORLUKLAR DİLE GETİRİLDİ

Fikret Aslanhan, tekstil sektörünün mevcut sorunları ile ilgili bilgi verdi. Özellikle pandemi döneminde sektörün, maliyet girdileri anlamında çok ciddi sorunlar yaşadığını belirten Aslanhan; “Bir kilogram iplik, 15 TL'den 30 TL'ye çıktı. Yurt dışından ithal edilen mallar konusunda ciddi sorunlar yaşadık. Geçen sene işler iyi gitti fakat buna rağmen kurdaki iniş ve çıkışlar nedeniyle ihracatçılar olarak istikrar sağlayamıyoruz. Ürünlerimizi satıyoruz ancak ödeme alacağımız dönemde maliyetimizi hesaplamakta zorluk çekiyoruz. Piyasada bir belirsizlik var. Fırsatçılık hat safhaya ulaştı. Arz-talep varsa bir ürünü bulmakta zorlanıyoruz ve üretici istediği gibi fiyat belirleyebiliyor. Yine de mücadele ediyor ve ihracat yapmaya çalışıyoruz” dedi.

Tekstil sektörünün e-ticaret sistemine konfeksiyon sektörü kadar giremediğini belirten Aslanhan; “Pandemi döneminde e-ticarette çok ciddi bir artış yaşandı. Bu durum bir taraftan oldukça verimli olsa da tüketiciyle imalatçının direkt temas kurmasında bazı sorunlar olduğunu düşünüyorum. Orta direk esnaf, e-ticaret nedeniyle iş yapamaz hale geliyor. İhracat açısından da e-ticarette özellikle tekstil sektöründe aşırı rekabet oluştu” şeklinde konuştu.

“İOSİD TÜM SANAYİCİLERİN SESİ OLDU”

Kubilay Yetim; sanayicilerin, ülkeye önemli katkılar sağladığını ancak seslerini duyurmak konusunda başarılı olamadıklarını vurguladı. İOSİD'in her sektörü kapsayan yapısıyla tüm sanayicilerin sesi olduğunu belirten Yetim; “Firma olarak dernekte oluş sebebimiz; hayallerimizi, düşüncelerimizi, gelecekle ilgili planlarımızı daha çok insana duyurmak. Sektörel problemlerimizi daha iyi çözmek, müşteri ve tedarik zincirindeki kaliteyi yükseltmek için İOSİD kuruldu. İkitelli OSB'de böyle bir sivil toplum örgütüne ihtiyaç vardı” dedi. E-ticaretin, online yaşam havuzuna ulaşmayı sağladığına değinen Yetim; “Bizim gibi üreticiler için e-ticaret çok önemli. Firma olarak 10 senedir ihracat yapıyoruz. Burada kazandığımız müşterilerimizin birçoğunu e-ticaret siteleri üzerinden edindik. Müşteri ile tedarikçiyi bir araya getiren e-ticaret faaliyetlerinin, İkitelli OSB ve ülke ekonomimiz için müşteriye buluşma noktasında önemli katkılar sağlayacağına inanıyorum. İkitelli OSB'de çok yetenekli, Türkiye'de ya da dış piyasada çok kısa zamanda kendine göre çok büyük adımlar atmış firmalarımız var. Bizim amacımız, bu firmaları bir araya getirmek. Üretmenin özgürlük olduğuna inanıyorum. Bir ürünün çok iyi yapmamız yetmiyor, ülke olarak üzerimizdeki algıyı da değiştirmemiz lazım. KOBİ'lere ihracat yapmanın, doğru iletişim ve doğru ürünle insanlara ulaşmanın çok kolay olduğunu anlatmaya çalışıyoruz” dedi.

“Yerli yan sanayi ürünlerinin daha fazla tercih edilmesi gerekiyor”

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının beşincisi, Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği'nin (KYSD) katılımıyla gerçekleştirildi. Dernek Başkanı Murat Özpehlivan; başta tela üreticileri olmak üzere konfeksiyon yan sanayiinde yerli üreticilerin desteklenmesi gerektiğine dikkat çekti.

İTKİB HEDEF Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının beşincisi, Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD) ile gerçekleşti. 27 Temmuz tarihinde düzenlenen toplantıya Hedef Dergisi Yayın Kurulu Başkanı Hikmet Ünal, KYSD Başkanı Murat Özpehlivan, KYSD Başkan Yardımcısı Muharrem Özçelik ve İHKİB ile İTHİB Ar-Ge Şubesi temsilcileri katıldı.

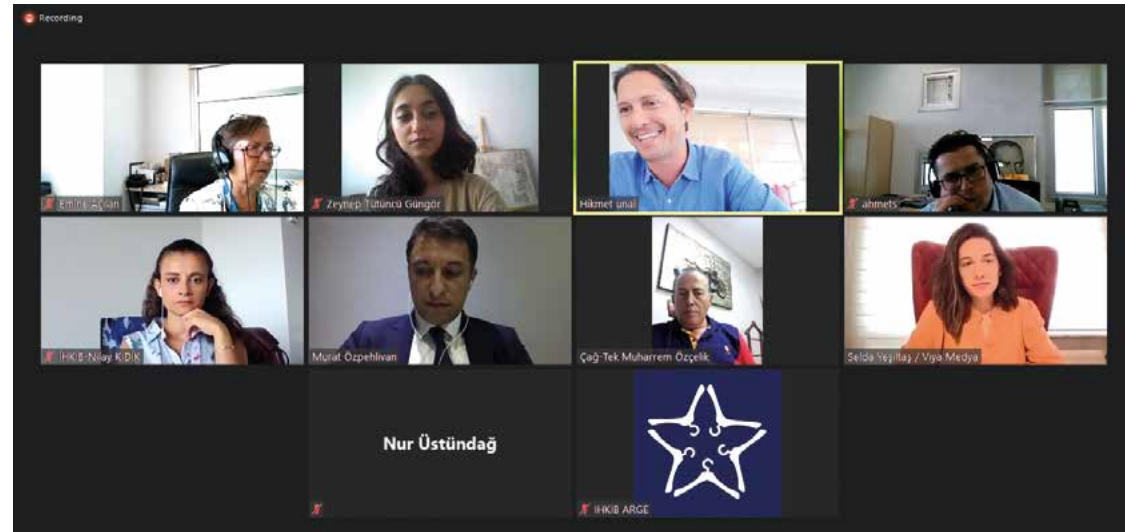
KYSD'nin 1995 yılında kurulduğunu belirterek sözlerine başlayan Özpehlivan; askı, astar, düğme, etiket, fermuar, kapitone, metal aksesuar, dantel gibi alanlarda hazır giyim, kumaş ve işçilik hariç tüm ürünleri üreten bir sektör olduklarını ifade etti.

İhracatçı bir sektör olduklarını söyleyen Özpehlivan; “Hazır giyim ürünlerinin üzerindeki payımızın ortalama yüzde 10 olduğunu düşünüyoruz. Bu şekilde dolaylı ihracatımız bulunurken direkt ihracat da yapıyoruz. Özellikle maske ve tek kullanımlık kıyafet krizinin yaşandığı süreçte, ülkemizde çok önemli bir misyon üstlendik. Çünkü bu ürünler üzerindeki birçok malzemeyi sektörümüz üretiyor. Bunun yanı sıra hazır giyim ihracatında da önemli bir rolümüz var. Ürünlerimiz ufak ya da

görünmez olsa da ülkemizin hazır giyimde rekabet ettiği ülkelere nazaran tercih edilme noktasında önemli bir misyon üstleniyoruz. Hızımız, koleksiyon yeteneğimiz, kalitemiz, çevreciliğimiz ve sosyal altyapımızla Türk hazır giyim sektörüne önemli katkılar sunuyoruz. Uzun yıllardır çevreci üretim gerçekleştiren üyelerimiz; global markalar tarafından denetlenmiş ve onaylanmış firmalardan oluşuyor. Dernek olarak 26'ncı senemizde, 100'ün üzerinde hem ülkemizde hem dünyada seçkin kabul edilen sanayici üyemiz bulunuyor. Dünyanın birçok sektöründeki fuarlara özel olarak davet edilen firmalarımız, derneğimiz çatısı altında buluşuyor” şeklinde konuştu.

“TİM, İHKİB VE İTHİB, BİZİ HER ANLAMDA DESTEKLİYOR”

Dernek olarak sosyal ve sektörel eğitim faaliyetleri gerçekleştirdiklerini ifade eden Özpehlivan; “İHKİB ile gerçekleştirdiğimiz Aksesuar Satın Alma Geliştirme Sertifika Programı çok başarılı geçti. Sektörümüzün muhatap olduğu yapılar genellikle firmaların satın alma ekipleri oluyor. Bu alanda yaşanan sorunları gidermek adına gerçekleştirdiğimiz bu sertifika programında 200'ü aşkın sektör temsilcimiz eğitim aldı. Oldukça efektif ve faydalı olan programın bu yıl da devam etmesini umuyoruz. Pandemiye rağmen yedincisini gerçekleştirmeyi planladığımız, sektörün zor dönemlerde dahi vitrini olan bir fuarımız var. Fuarımızda sektörün bir araya gelmesi, iş birliği halinde kendini tanıtmayı,



trend alanlarıyla sektörün geldiği noktanın ortaya konulması bizler açısından önemli. Fuarımızı yaparken akademi-sanayi iş birliği adına altı yıldır Okan Üniversite ile iş birliği yapıyoruz. Öğrenciler, sadece aksesuarlarla hazır giyim tasarımları oluşturarak sektörümüzün marka değerini yükseltiyor. Sektörümüzün 2030 vizyonunu ortaya koyduk. TİM, İHKİB ve İTHİB, bizi her anlamda destekliyor. Bu durum bizi daha iyi projeler yapma noktasına getiriyor. Belirli periyotlarda yayınladığımız bir dergimiz bulunuyor. İzmir'de bir fuara partnerlik yapıyor, birçok sektörün küresel fuarında da derneğimizle birlikte hareket ediyoruz. Üyelerimizin yurt dışına açılmalarına katkı sağlıyoruz. Sektörümüzde

ve ülkemizde faaliyet gösteren paydaş gruplarımızla, birliklerimizle, odalarımızda ahenk halinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz” dedi.

“YAPTIĞIMIZ KOLEKSİYONLAR, HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE İLHAM KAYNAĞI OLUYOR”

İHKİB Kariyer platformunun sektöre olan katkısına vurgu yapan Özpehlivan; dernek olarak platform ile iş birliği yapılabileceğini ve sektörün çalışan ihtiyacının platform üzerinden karşılanabileceğini belirtti. Türkiye konfeksiyon yan sanayi sektörünün, dünya genelinde kalitesi, üretim kapasitesi ve ihracat potansiyeli ile ilk üçün içerisinde yer aldığı altını çizen Özpehlivan; “KYSD olarak son derece dinamik olan sektörümüze yetişebilmek bizim için önemli. Yaptığımız koleksiyonlar, hazır giyim sektörüne ilham kaynağı oluyor. Üzerimizde önemli bir misyon olduğunu düşünüyoruz. Bu gücü dünyaya doğru anlatabilmemiz gerekiyor. Biz kendimizi ne kadar doğru anlatabilsek Türkiye'nin hazır giyim sektörünün ihracatı da o kadar yükselecek. Özellikle Kuzey Afrika ve Doğu Avrupa ülkelerine yönelik sektörümüzü tanıtmaya projeler gerçekleştiriyoruz” dedi.

“HAZIR GİYİM ÜRETİCİLERİNDEN BEKLENTİLERİMİZ, YERLİ YAN SANAYİYE POZİTİF AYRIMCILIK SAĞLAMALARI”

Sektörün pandemi döneminde yaşadığı sorunlara da dikkat çeken Özpehlivan, bu noktada gerekli kurumlarla iletişim halinde olduklarının altını çizdi. Özpehlivan, sözlerine şöyle devam etti; “Derneğimiz, sektörün sesi oluyor. Belirli dönemlerde anketler yaparak sektörün güncel ve ekonomik durumunu da ölçüyoruz. Bunu üyelerimizle ve kamuoyu ile paylaşıyoruz. Bu da sektörün kendini ölçmesi adına katkı sağlıyor. Dünyanın birçok yerinde zor bulanabilen ürünlerin, sektörümüz vasıtasıyla Türkiye'de çok hızlı tedarik edilebilmesi yerli alıcılara da avantaj sağlıyor. Sektör olarak rekabete açıldık. Ancak ülkemizde, sanayide milliyetçilik eksikliği olduğunu düşünüyorum. Türkiye'de üretilen yan sanayi ürünlerinin daha fazla tercih edilmesi gerekiyor. Özellikle tela alanında bir elin parmakları kadar üretici kaldı ve üreticilerimiz ciddi anlamda zorluk çekiyor. Bu firmalar olmazsa ithal ürünler, bu fiyatlara satılmayacak. Hazır giyim üreticilerinden beklentilerimiz, yerli yan sanayiye pozitif ayrımcılık sağlamaları. Sektörümüzün varlığını sürdürmesi, onlara sipariş ve hız noktasında değer katıyor. İthalat önemli bir sorun. Maalesef ilave vergiler de çözüm sağlamıyor. Yerli üreticilerimizin kalitesi belli olmayan ürünler yerine, Türkiye'de üretilen ürünleri tercih etmesi ülkemize katma değer oluşturacaktır. Bu konuda gerekli çalışmaları yaptık ancak sonuç alamamak bizleri üzüyor. Sektör olarak şu anda dünya ile rekabet edebilecek yapıdayız fakat bu tip sorunlar hem ülkemize ve hazır giyim sektörüne zarar verebiliyor. Sektör firmalarımız, yurt dışı talebinde



oldukça aktifler. Dönemsel olarak ham madde fiyatlarındaki artış gibi unsurlar kontrol edilebilir olduğu sürece sektörümüz yoluna devam edecektir. Lojistik anlamda hava yolu maliyetleri konusunda sektörümüze destek sağlanabilir. Zorlu pandemi sürecinde yaşanan kapanmalar, sektörümüze de zarar verdi. Bu zararın sübvansede edilebilmesi anlamında finansal ve yapısal destek sağlanmasına ihtiyaç var.”

“ÜRETTİĞİMİZ HER ÜRÜN, ARKASINDA ÇOK BÜYÜK HİKAYELER BARINDIRIYOR”

İHKİB'in Türkiye'de çok kritik bir kurum olduğunu ve hazır giyim ihracatının dinamosu niteliği taşıdığını belirten KYSD Başkanı Murat Özpehlivan; İHKİB'in tüm faaliyetlerinin konfeksiyon yan sanayi sektörüne de fayda sağladığını ifade etti. Türk hazır giyim sektörünün dünya çapında söz

Hızımız, koleksiyon yeteneğimiz, kalitemiz, çevreciliğimiz ve sosyal altyapımızla Türk hazır giyim sektörüne önemli katkılar sunuyoruz.

sahibi olmasının ve daha güçlü adımlarla ilerlemesinin en önemli beklentileri arasında bulunduğunu söyleyen Özpehlivan, “Sektörümüz açısından yerli üretimin pozitif ayrımcılığa tabi tutulması çok önemli. Ürettiğimiz her ürün, arkasında çok büyük hikâyeler barındırıyor. Bu ürünlerin salt fiyat odaklı değerlendirilmesi çok yanlış. Bugün gelinen noktada fiyat odaklı ilerlenmesi, bizleri biraz yoruyor. Çünkü zaten çok fazla kârlılığın olmadığı bir dönemde yaşıyoruz. Döviz kurları, ham madde fiyatları, faiz ve enflasyona ek olarak işlerde durgunluk olduğunda hoş olmayan bir tabloyla karşılaşıyoruz. O anlamda İHKİB'den konfeksiyon yan sanayi sektöründe pozitif ayrımcılığı geliştirecek projeler geliştirilmesi konusunda destek bekliyoruz. Yaptığımız fuar organizasyonumuzun tanıtılması ve desteklenmesi noktasında bir arada hareket etmek bizim için önemli. Sektörümüzü özellikle satın alma tarafında yoran durumlar olabiliyor. Çok büyük yatırımlar yapıyoruz. Birçok sanayici firmamız, çalıştığı hazır giyim firmalarından büyüktür. Fakat zaman zaman bir satın almacı çalışanın kararına kalabiliyoruz. Bu büyük yatırımların, firma sahipleri tarafından biraz daha dikkate değer görülmesi gerekiyor. Algı uyandırıcı projeler yapılabilir. Bununla beraber karşılıklı interaktif buluşmalar, projeler yapabiliriz” ifadelerini kullandı.

İhracatçı birliklerin faaliyetlerinin, sektörel derneklerle daha yoğun şekilde paylaşılmasının karşılıklı fayda sağlayacağını altını çizen Özpehlivan; sektörün güncel durumuna ilişkin olarak ise ihracatçı firmaların iş yoğunluğu olduğunu ancak iç pazarda talep durgunluğu yaşandığını aktardı. Pandemi kaynaklı kısıtlamaların son bulmasıyla iç pazara yönelik çalışan firmaların satışlarını arttırabileceğini de sözlerine ekledi.

KYSD Başkan Yardımcısı Muharrem Özçelik de ihracatçı birliklerle iş birliğinin artırılmasının, sektörün başarısını arttıracağına dikkat çekerek dernek yönetim kadrosu ve piyasaların son dönemdeki hareketliliği ile ilgili bilgiler verdi.

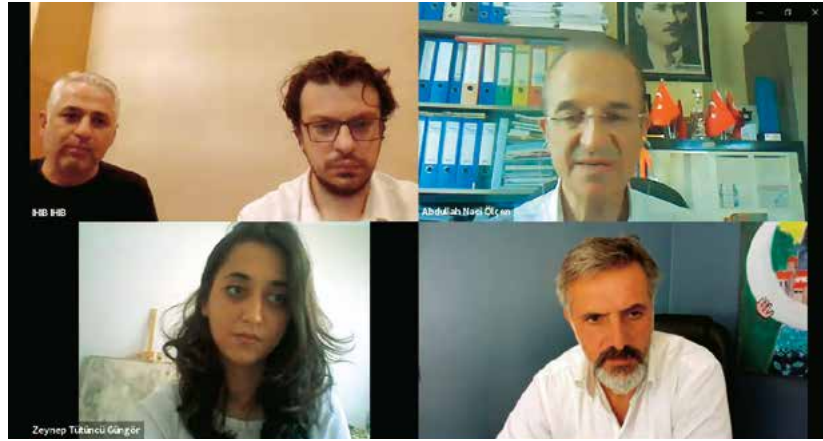
Halı sektörü devletten daha fazla destek bekliyor

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının altıncısı, İzmir Halıcular ve Yer Döşemecileri Derneği'nin (İzmir Halımder) katılımıyla gerçekleştirildi. Dernek Başkanı Abdullah Naci Ölçen; "Bu kadar fedakârca faaliyet gösteren sektörümüzün, devlet tarafından daha fazla desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum" dedi.

İTKİB HEDEF Dergisi Yayın Kurulu, sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere Sektörel Buluşmalar toplantılarının altıncısını, İzmir Halımder ile gerçekleştirdi. 28 Temmuz tarihinde düzenlenen toplantıya Hedef Dergisi Yayın Kurulu Üyesi Bülent Metin ile İzmir Halımder Başkanı Abdullah Naci Ölçen katıldı.

2005 yılında kurulan derneğin amacının, üyeleri için faydalı hizmetler verebilmek olduğunu belirterek sözlerine başlayan Ölçen; "Derneğin kurucu başkanı olarak altı dönemdir göreve devam ediyorum. Derneğimizi; İzmir'in duvardan duvara, makine ve el halısı toptancıları ile kurmuştuk. Şu anda el halısı, makine halısı, duvardan duvara halı, duvar kâğıdı, laminant parke, lamine parke, halı yıkamacılığı ve plastik yer kaplamaları olmak üzere yedi sektörü derneğimiz çatısı altında toplamış bulunuyoruz. Kurucu üyeler haricinde, genellikle ticaretlerinde çok başarılı olan küçük, orta ve toptancı, üretici üyelerimiz bulunuyor. Üye hacmimizi genişletmek istemiyoruz. Şu an üye sayımız 73. Ege Bölgesi ile birlikte Marmara'nın Çanakkale ve Balıkesir kısımları, Akdeniz'in Antalya'ya kadar olan bölümü, hatta İç Anadolu Bölgesi'nden bazı firmalarımız da üyelik talebinde bulundular ve derneğimize üye oldular. Yaklaşık bin 100 meslektaşımıza hitap ediyoruz. Üyelerimizin sektörel menfaatleri için bazı organizasyonlar yapıyoruz. Dernek faaliyetleri, fedakârlık istiyor. Üye aidat zorunluluğu olmadığı için genellikle bağışlar ya da sponsorlar vasıtasıyla hareket edebiliyoruz. İHİB, bu anlamda bugüne kadar bizleri çok destekledi" dedi.

"HEDEFLERİMİZDEN BİRİ; İHRACATTA VE YURT DIŞI PAZARLARDA KENDİMİZE YER EDİNEBİLMEK"
Sektör olarak özellikle ihtisas fuarlarına çok önem verdiklerinin altını çizen Ölçen; pandemi döneminde düzenlenen hibrit fuarların sektörel açıdan çok başarılı olmadığını belirtti. Dernek olarak yaptıkları faaliyetlerden bahseden Ölçen, sözlerine şöyle devam etti: "Türk halkı, temas etmediği malı kolay kolay almaz. Dolayısıyla birebir görüşmeler, aynı anda birçok firmanın ürününü görüp mukayese etmek, direkt satış yapılacak pazarı bulabilmek anlamında fiziki fuarlar çok önemli. Geçtiğimiz yıllarda yurt dışı



pazar arayışlarımız oldu. Bakanlıklar seviyesinde görüşmeler de yaptık. Halı sektöründe dünyanın en büyük markalarının girmediği, ikincil bölge olarak tayin ettikleri coğrafyaları hedeflemiştik. Malezya, Singapur, Endonezya, Bosna Hersek ve Afrika'da birkaç bölge; nüfus yoğunluğu az olduğu için büyük markalar tarafından tercih edilmiyor. Rekabet gücümüzün yüksek olabileceğini düşünerek bu pazarlara yönlendik. Dönemin Ekonomi Bakanlığı, yurt dışındaki hedef firmalar ile irtibat kurmamız, toplantı yapmamız gerektiğini belirtti. Bu uygulamanın yanlış olduğunu bakanlığa da aktardık. Hedeflerimizden biri; ihracatta ve yurt dışı pazarlarda kendimize yer edinebilmek. Bu nedenle fuarlar bizim için çok önemli. Katıldığımız fuarlarla üyelerimizin ticaretlerine önemli katkılar sağladık. Katıldığımız fuarlar sayesinde bölge bayiliği veya Türkiye distribütörlüğü alan üyelerimiz oldu. 80 dönüm üzerine kurduğumuz İzmir Toptan ve Depolama Merkezi'nde 80 tane iş yerimiz bulunuyor. Merkezde tekstil, halı, yer döşemeleri, duvar kağıtları ve laminant parke toptancılarımıza yer edindirdik. Bazı bankalarla uygun kredi şartları konusunda protokoller imzaladık"

"HALI KÜLTÜRÜ, TÜRKİYE'DE ZAYIFLADI"

El halıcılığının, Türkiye'nin kültür mirası olduğunu belirterek geçmiş yıllarda el halıcılığının daha fazla tercih edildiğini ifade eden Ölçen; "O dönemde

üreticiler, köylerde halı dokutabiliyorlardı. Genç kızlarımız, kadınlarımız göz nuru halıları aylarca tezgâh başında dokuyordu. Fakat üreticiden yeterli ekonomik katkısı alamadıklarından, zaman içinde bilişim ve teknolojinin gelişmesinden ötürü dokumacılık yapan kişiler şehirlerde SGK'lı işlerde çalışmayı tercih eder hale geldi. Bu durumda dokumacılığın kısa sürede canlandırılmasının çok mümkün olmadığını düşünüyorum. Evlerin ufalması, yerden ısıtma sistemlerinin çıkması gibi etkenler de kullanılan halıların metrekaresini düşürdü. Ayrıca dijitalleşen dünyada herkes, ekonomik kararlar vermeye çalışıyor. Tüm bu nedenlerden dolayı halı kültürü, Türkiye'de zayıfladı. Bu duruma gelinmesinde hepimizin eksikliği olduğunu zaman içinde görüyoruz. 1979 yılında İzmir'de yaklaşık 138 el halıcısı vardı. Şimdi bu rakam, 20'yi bulmuyor. Dünyanın bir numaralı düğümünü, Gördes düğümünü atabilen, desen ve model çeşitliliğiyle öne çıkan Anadolu'daki el halıcılığımız; biraz da ülkenin ticaret politikalarında zayıf kalmasından ve devletin bu işe yeterli önemi vermemesinden kaynaklı olarak düşüş yaşadı. İran, Afganistan ve Hindistan'ı, lobi anlamında bizden çok daha üstün görüyorum. El halıcılığını yeniden geliştirmek üzere üyelerimizle de istişarelerde bulunuyoruz" şeklinde konuştu.

"GENEL SORUNUMUZ İŞÇİ BULAMAMAK"

Halı sektörünün genel sorununun işçi bulamamak olduğuna dikkat çeken Ölçen; işletmelerin gerekli finansal altyapıya sahip olmadığını, çalışanların ise asgari ücretten memnun olmadığına vurgu yaptı. Özel sektörün elini taşın altına koyduğunu fakat devletten yeterince destek göremediklerini ifade eden Ölçen; "Bu kadar fedakârca faaliyet gösteren sektörümüzün, devlet tarafından daha fazla desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum. Örneğin dokuyucularımız için SGK desteği çok önemli. Devlet bize bu konuda destek verirse, firmalar olarak çalışan sayılarımızı arttırabiliriz. Anadolu'daki kentlerimizde, ilçelerimizde çalışmaya ihtiyacı olan, aile bütçelerine katkı sunmak isteyen kadınlarımız bulunuyor. Yerel yönetimlerde halı sektörüne bir kaynak yaratılabilir. Dünyanın en eski mesleği olan halıcılık alanında Türkiye olarak geçmişimize sahip çıkmamız için devletin baş rol üstlenmesi lazım. Türkiye'de halı sektöründe faaliyet gösteren iki oda, iki birlik ve iki dernek bulunuyor. Bu kurumların bir araya gelerek hükümet ile görüşmesi gerektiğini düşünüyorum. Böylece yasal değişiklik ya da mevcut yasalar içinde istediğimiz destekleri iletebiliriz" ifadelerini kullandı.

"EL HALILARINA OLAN TALEP ZAMANLA AZALDI"

Sektörün tarihçesi ile ilgili bilgiler de paylaşan Ölçen; 1970'li yıllarda, Gaziantep'te makine halısı bulunmadığını, kilim üretimi yapıldığını belirtti. Sonrasında başlayan orlon halıların kullanım kolaylığı ile dikkat çektiğini söyledi Ölçen; "Gaziantep'te önce akrilik halı üretimi, sonrasında ise makineleşme ve teknoloji ile birlikte polip halı üretimi başladı. Bu süreçte el halısının ivme kaybettiği fark edilmedi. Günümüzde Gaziantep'teki son trend baskılı makine halıları oldu. Bu ürünlerin

fiyatları el halılarına kıyasla çok daha uygun. El halıları bakım istiyor, aynı zamanda bir kültüre dayanıyor. Ancak dünya bu kültürden uzaklaşmış gibi görünüyor. Dolayısıyla el halılarına olan talep azaldı. Son yıllarda global rekabetten dolayı araçlar da aradan çıktı. Sektör, direkt üreticiden tüketiciye gitme aşamasına geldi" dedi.

"PANDEMİDE MAKİNE HALISI SATIŞLARI ARTTI"

Makine ve duvardan duvara halı sektörlerine pandeminin yaradığını söyleyen Ölçen; bu süreçte tüketicilerin evlerindeki, yazlıklarındaki ya da işletmelerindeki ihtiyaçlarını fark ettiğini belirterek; "İhtiyaçlarını sürekli öteleyen kişi ve idareciler, artık o mekanlarda sürekli yaşamış olmanın ve yeni koşullara uymak zorunluluğunun etkisiyle bütün birikmiş ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitti. Sektör olarak makine halısı ve duvardan duvara halıda satışlarımız ortama yüzde 25 civarında arttı" dedi. Sektörün dijitalleşme alanındaki adımlarından da bahseden Ölçen; el halısında online satışın oldukça zor olduğunu, çünkü her halının bir hikâyesi olduğunu belirtti. Makine halısının online satışını kolaylaştırıcı unsurlar olduğunu söyleyen Ölçen; lojistik ve zaman açısından makine halısının online satışının önümüzdeki dönemde daha da artacağını dile getirdi. İhracatın ve üretimin öneminden bahsederek sözlerini noktalayan Ölçen; "İhracatçılarımızı el üstünde tutuyoruz. İhracatçı olabilmek için mevcut piyasada biraz önde olmak gerekiyor. Birlik üyelerinin mali yapılarının ortalama sektörün üzerinde olduğunu düşünüyorum. Bizim tarafta birikmiş bir ekonomik sıkıntı var. Sektör olarak uygun fiyatlı kredilere ve KGF kredisine ihtiyaç duyuyoruz" ifadelerini kullandı.

"SEKTÖR OLARAK DOKUYUCULARIMIZI YASATMALIYIZ"

Sektörün ciddi manada eleman bulma sorunu yaşadığını belirten Bülent Metin de halı sektörünün sorunlarını çözebilecek ve bürokratik engelleri aşabilecek bir birim kurması gerektiğine dikkat çekti. Metin; "Bu birim yalnızca pazarlama ve üretimde değil; eğitim, inovasyon, Ar-Ge, eleman bulma gibi birçok noktada, devletle olan ilişkilerimizde tüm sorunları ortadan kaldırabilir. Özel sektör, bu konuda üzerine düşeni yapıyor. Yakın zamanda çıktığımız Halı Belgeseli keşif gezisinde de birçok belediyenin iyi niyetle çalışmalar yaptığını gördüm. Onları tebrik ediyorum. Fakat belediyeler, halı ile ilgili bir şey bilmeden üretim işine girmişler. Bahsettiğimiz bu birim, belediyelere de destek olacaktır. Sektör olarak yalnızca halı satmıyoruz, aynı zamanda kendi kültürümüzü pazarlıyoruz. Neolitik Çağ'dan bu yana Anadolu topraklarında devam eden dokumacılık konusunda ülkemiz çok zengin. Her bölgenin, her köyün kendine has motifleri var. Tüm bunları, bütünsel olarak bir araya getirecek bir yapı arıyoruz. Bu iş münferit çabalarla olmuyor. Bu anlamda devlet eline ihtiyacımız var. Kendimizi doğru bir şekilde anlatabilmek adına bir çatı kuruluş olması gerekiyor. Aynı zamanda dokuyucularımızın ciddi sorunları var, sektör olarak onları yaşatmak hepimizin görevi" dedi.



73

İzmir Halımder üye sayısı



1.100

Derneğin hitap ettiği firma sayısı



%25

Pandemi döneminde makine ve duvardan duvara halı satışlarındaki artış

ASLI JACKSON

“Eklektik köklerine aşık bir tasarımcıyım”

İngiltere’den Türkiye’ye dönerek kültür mirasını, otantik ekolü, giyilebilir sanata yansıtan Aslı Jackson; köklerinin çeşitliliğinden aldığı ilhamı ve bu değerlere sahip çıkmayı kendine misyon edinirken; “Gelenekseli, ileri dönüşümle ele almalı ve modern tasarımlarla var etmeliyiz” diyor.

Öncelikle sizi biraz tanımak ve kariyer yolculuğunuzdan bahsetmek isteriz.

Rüyaları ve anıları müstesna tek bir giysi haline getiren, modadan ziyade eşsizlikten hoşlanan ruhları özgür bırakan bir kızın öyküsü bu. Yani sektörle değil, rüyamla tanıştım ve rüyalarım her zaman benim rehberim oldu. Anılar, gardıroplar da kalanlar ve sandıklardaki miraslar benim en büyük tutkum. Tüm bu değerlerin, insan yaratıcılığının dünyaya renk katan ve ihtişamı taçlandıran şeyler olduğunu düşünüyorum. Ben buradan yola çıkarak başladım ve bu benim için varoluş oldu. İngiltere’ye giderek güzel sanatlar fakültesinden mezun oldum. Yüksek eğitimimi moda tasarım teknolojileri üzerine yaptım. Mezuniyet projemi Anadolu kültürü, dokumaları ve giysileri üzerine hazırladım. Sonrasında Vivienne Westwood ve Alexander McQuenn ile çalışma imkânı yakaladım. 2010 yılında Bilgi Üniversitesi’nde moda psikolojisi bölümünü kurmak için Türkiye’ye geldim. Öğrencilerle birlikte İstanbul Bienali’ne, Imperfection temasından yola çıkarak bir upcycle koleksiyonu hazırladık.

Pandemi sürecinin moda dünyasına etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Moda, genel tanımıyla değişimi ifade eder, insana dair her alanı kapsayan bir olgudur. Lock down büyük bir değişimin ev sahipliğini yaptı. Bu kapanış, tüm dünyada bir “uyanış” oldu. Pandeminin etkileri sanata, bilime, edebiyata, tasarımlara başka türlü yansıdı. Sürdürülebilirlik moda oldu. Yeni fikirler, dünyayı kurtarmak isteyen süper kahraman tasarımcılar, sorumlu üreticiler, çevre aktiviteleri, sıfır atık, iklim krizi derken her şey gibi moda da değişiyor.



Kaftan-ı Kimono

Moda tarihi yeniden yazılıyor.

Bu süreçte kendi adıma sadeleştiğimi görüyorum. İnsanlar artık kendilerini iyi hissedebilecekleri, uzun ömürlü ve dayanıklı kıyafetleri tercih ediyor. Yaşadığımız süreçte herkesin kendini iyi hissetmeye ihtiyacı olduğunu düşünüyorum. Moda dünyasında da herkes, kendi özgün hikâyesini yaratmalı. İki yıldır tasarım alanında bunun olmaya başladığını görüyoruz. Örneğin Fashion Week İstanbul’da tasarımcıların özgün hikâyelerini gördük.

Bundan sonra modanın nasıl olacağı da bize ve aldığımız sorumluluklara bağlı. Aynı şeyi yaparak farklı sonuç bekleyemeyiz. Umuyorum ki sürdürülebilirlik kavramı; sadece bir trend olarak değil, gerçekten herkesin sahip çıktığı ve uygulamaya geçtiği bir alan olarak devam eder.



Sürdürülebilirlik sizce sadece bir moda anlayışı olarak mı okunuyor, yoksa gerçekten bir değere dönüştüğünü söylemek mümkün mü?

Bunu gerçekten bir yaşam biçimine dönüştüren tasarımcılar ve markalar var elbette. Ama dönemin en çok konuşulan trendi olduğu için daha görünür oldu, iyi de oldu. Sürdürülebilir moda kavramı ile bundan 20 yıl önce Londra’da Charity Shop’lar ile tanıştım. Vivienne Westwood ile çalıştığım dönemde arşivdeki koleksiyonlara yeniden kullanım alanı açmıştık. Önce lüks ve sorumlu moda markalarının temsilcilerinden Stella McCartney, sonra hazır giyim sanayinin devlerinden H&M ile bu kavramın geri dönüşüm versiyonu ile bir kez daha tanıştık. Şimdi ise Aslı Jackson’ın “İleri dönüşüm muhteşem olacak-Upcycle” ile bu konuda ustalaşma yolunda beraberiz. Yaptığım işi sürdürülebilir giysi kullanım zincirinin büyük bir halkası olarak görüyorum. Sürdürülebilirlik, geri dönüşüm ve ileri dönüşüm, moda endüstrisinin daha ciddi bir şekilde eğilmesi ve girişimlerini hızlandırması gereken konular.

2015 yılında hazırladığınız “Nasrettin Hoca” koleksiyonunun hikâyesini de anlatabilir misiniz?

Moda tasarım eğitimi vermek üzere Konya Akşehir’e davet edildim ve burada Nasreddin Hoca ile tanıştım. Nasrettin

Hoca; felsefesine rağmen popüler kültürde yalnızca bir fıkra kahramanı olarak kalmış ve unutulmaya yüz tutmuş, samimi bir filozof. Bugün dünyaya hâkim marka kültürleri; kendi miraslarını sembolleştirerek, zihinlere kazınan logolar haline getirerek dünya ile bağlantı kurabildi.

İngiltere’deki Yahudi okullarında, çocuklara Nasreddin Hoca felsefesi öğretiliyor. 2015 Preté Porter koleksiyonumda Nasreddin Hoca figürünü yeniden illüstre edip pop desenler serisiyle giyilebilir sanat eserlerine dönüştürdüm. Teknolojik ürün tasarımı, kemer, çanta, ayakkabı, takı gibi üç boyutlu aksesuarlarla yeniden hayata geçirilmesini hedefledim. Kültürel bir değer olan Nasreddin Hoca figürünün, popüler kültüre kazandırılması, kolektif bilinçte bu figürün kendine has hicviyle oluşturduğu perspektifin küresel boyuta taşınmasını amaçladım. Tote Bag tasarımlarımda doğada çözülebilen Tivex kâğıt kumaşı kullandım. Toynak ve eşeğin simgesel yansımaları Aydın Üniversitesi Ayakkabı Tasarım Atölyesi’nde eşsiz birer sanat eserine dönüştürdük. Kültür mirası ile ilgili çalışmalarımı, yerli markalarla iş birliği yaparak sürdürmek arzusundayım.

Sizce bir tasarımcı olarak marka yaratmak, küresel piyasalarda bilinirliği artırmak ve küresel pazarlara açılmak nasıl bir önem taşıyor?

Bir tasarımcı ve kreatif direktör olarak sürdürülebilir bir marka yaratmanın ticari alanda ve bilinirlik açısından büyük bir önemi olduğunu düşünüyorum.

Küresel platformlarda yer alabilmek, dijital showroom’lar ile fark yaratılabilmek ve ihracat yapabilmek için de oyunun içinde olmak ve finansal güç şart. Üretim faaliyetlerimde, ihracat hedeflerime ulaşma doğrultusunda desteğe gereksinim duyuyorum. Moda; benim için bir sanat, kavramsal hikâyelerime hayat vermeye devam ederken ihracatın içinde yer almayı düşünüyorum. Bunun için koleksiyonlarımda kültürel miras entegrasyonu ile empati yaratmayı, kadın istihdamına yönelik projeler üretmeyi ve yerli markalarla kolektif iş birliği yapmayı hedefliyorum.

Hem İngiltere’de hem de Türkiye’de üreten ve yaratan bir tasarımcı olarak iki ülke arasında ne tür farklar olduğunu düşünüyorsunuz?

Londra’da yaşadığım 15 yıl boyunca Balkanlar’dan Japonya’ya, Hindistan’a uzanan farklı kültürlerle tanıştım. Türkiye, tekstil ve üretim bağlamında bir cennet. Bu topraklar, bolluğun ve bereketin habercisi. İhtiyacınız olan her türlü materyale,

daha hızlı sahip olabiliyorsunuz. Türkiye’de 2010 yılında, ilk sürdürülebilir ve kültür mirası



Koleksiyonlarımda Anadolu kültürü entegrasyonu ile fark yaratmaya, kadımlarla iş birliği yapmaya, sürdürülebilir projeler hazırlamaya odaklanıyorum.

projelerimi sunduğumda; tasarımcıların “uçuk” fikirleri olduğuna dair bir kanı vardı. Ancak günümüzde tasarımcıların bu algıyı değiştirdiğini, moda ve modayla ilgili alanlarda sektöre yön verdiklerini görüyoruz. Yenilikçi fikirlerimle, tasarımcı ve kreatif direktör olarak sektörle yakın temas ve iş birlikleri kapsamında bağlantıda olmak isterim. 2012 yılında “kültürüne sahip çık” hashtag’iyle kadın girişimci dünya birincisi olarak Türkiye’yi temsil ettim. Tasarımlarımla bir kültür yaratıyorum. Çünkü bu toprakları seviyor, merak ediyorum. Türk hazır giyim markalarında bu ürünlerimin satılabildiğini görmek istiyorum.

Tasarımlarınıza Türk kültürüne ait değerleri de başarılı bir şekilde entegre ediyorsunuz. Modada kültürel mirasa sahip çıkmak adına yaptığınız çalışmalardan bahsedebilir misiniz?

Kültürel mirasın, tasarımın döngüsel yolculuğunda tasarımcıya ilham olabilecek en kıymetli yol olduğunu düşünüyorum. Benim misyonum ve sorumluluğum; kültürle moda arasında dünya ile bir bağlantı kurmak. Nasrettin Hoca’dan Argande’ye, Kaftan-ı Kimono’dan Mr&Mrs Simit’e uzanan zaman tüneline; her yeni projeme zengin kültür mirasımızı, Türk kumaşı ile buluşturarak tasarıma nasıl daha yenilikçi ve sürdürülebilir bir değer katabilirim diye sorarak başlıyorum. Anneannem Makedonya göçmeni, köklerimde Yunanistan ve Gürcistan var. Bu çeşitliliğe hayran, eklektik bir tasarımcıyım.



Premiere Vision New York fuarı, Türk firmaların yoğun katılımıyla düzenlendi

ULUDAĞ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) ile İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) iş birliğinde, Premiere Vision New York fuarına milli katılım organizasyonu düzenlendi. Pandemi sonrasında tekstil sektöründe, ABD'de düzenlenen ilk milli katılım organizasyonu olan Premiere Vision New York fuarı 20-21 Temmuz tarihleri arasında düzenlendi. Sektörün en önemli fuarlarından biri olan ve iplik, kumaş, aksesuar, deri, tasarım ile imalat alt sektörlerini kapsayan Premiere Vision New York'un toplam katılımcı firma sayısı 80 oldu. İTHİB ile UTİB iş birliğindeki milli katılım organizasyonu ile fuara katılan Türk firma sayısı 14 iken fuara katılan toplam Türk firma sayısı 18 olarak görüldü. Fuar, ABD'nin tüm bölgelerinden gelen alıcılar tarafından ziyaret edildi.

Ürünlerini New York'tan dünya pazarına sunan firmalar; kumaş, aksesuar, deri, hazır giyim ve tasarım ürünlerinin sergilendiği,

yılda iki kez düzenlenen Premiere Vision New York'tan memnun ayrıldılar. Türk tekstil sektörünün önem verdiği pazarlardan biri olan ve her geçen yıl ihracatın arttığı ABD'de düzenlenen fuar, dünyanın önemli alıcılarının da yakından takip etmesi anlamında büyük bir önem taşıyor.



Fuara 18'i Türk olmak üzere toplamda 80 firma katılım sağladı.

OZAN BİLGİN

ALMODO TEKSTİL İŞ OPERASYONLARI DİREKTÖRÜ

"FUAR, GÜZEL BİR BAŞLANGIÇ OLDU VE GELECEK DÖNEM İÇİN FİRMALARA UMUT VERDİ"

PANDEMİ öncesi dönemde yapılan fuarlar ile Premiere Vision New York fuarının karşılaştırılmaması gerektiğini söyleyen Almodo Tekstil İş Operasyonları Direktörü Ozan Bilgin; böyle bir karşılaştırma sonrasında fuarın bu sezonunun zayıf geçtiği sonucuna ulaşılacağını söyledi. Katılım ve katılımcı sayısında da ciddi düşüşler olduğunu ifade eden Bilgin; "Tüm bunlara rağmen pandemi sonrası ilk fuar olduğunu düşünürsek, iyi bir fuar olduğunu söyleyebiliriz. Bu fuar, müşteriler ile tekrar yüz yüze görüşmemizi ve toplantı yapmamızı sağladı. Güzel bir başlangıç oldu ve gelecek dönem için firmalara umut verdi. Pandemi öncesi bu fuara katılım sağlamayan ve artık Premiere Vision New York'a katılmayı düşünmeyen bazı firmalar, tekrar fuara dönüş yaptı. Bu bile, fuara değer verildiğinin göstergesidir diye düşünüyorum. Katılımcı firmaların çoğunun fuardan memnun ayrıldığına eminim" dedi. Ziyaretçi ve katılımcı sayısı, ticari ilişkilerin geliştirilmesi ve Türk üreticilere gösterilen ilgi açısından fuarın etkinliğini de değerlendiren Bilgin; "Genele bakıldığında, bu fuarda Türk katılımcıların oranı çok yüksekti. Avrupalı üretici firmaların Premiere Vision New York'a daha az katılım sağladıklarını gördüm. Dolayısıyla ziyarete gelen firmalar, Türk firmaların bu fuarda ağırlıklı olduğunu görünce Türkiye'nin ne başarılı bir tekstil ülkesi olduğunun daha fazla farkına vardı" şeklinde konuştu.

24. LeShow fuarı gerçekleştirildi

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) de yer aldığı 24. LeShow Uluslararası Dış Giyim Moda fuarı; 57 Türk firmasının katılımıyla düzenlendi. Firmalar fuar süresince önemli iş bağlantıları kurarken Rusya'da artan COVID-19 vakaları, ziyaretçi sayısını etkiledi.

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **105**
Fuara katılan Türk firma sayısı: **57**
Ziyaretçi sayısı: **4.757**



DERİ VE DERİ mamulleri sektörünün küresel olarak en önemli fuarları arasında yer alan 24. LeShow Uluslararası Dış Giyim Moda fuarı; 6-8 Temmuz tarihleri arasında, Rusya'nın Moskova kentinde gerçekleştirildi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), 24. LeShow fuarına katıldı. Fuarda toplam 105 firma yer aldı. Üç gün boyunca süren fuarda, 57 Türk deri ve kürk konfeksiyon firması ürünlerini sergiledi. Fuarı İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Yücel Elibol da katıldı. Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar ve Moskova Ticaret Başmüşaviri Alper Eriten de Türk markalarını fuar alanında ziyaret etti.

Pandemi kaynaklı kısıtlamalar nedeniyle her sene fuara katılan Alman, İspanyol, Çin ve Hintli firmaların



fuara katılmadığı gözlemlendi. Diğer taraftan Yunanistan'ın iki önemli kürk firması, oldukça büyük stantlar ile fuarda yer aldı. 3 bin 557'si kayıtlı olmak üzere, 4 bin 757 kişi fuarı ziyaret etti.

"SEKTÖRÜMÜZDE DÜZENLENEN FUARLAR ARASINDA EN AZ BİR AY SÜRE OLMALI"

"FUAR alanının hemen girişindeki Türkiye standımız oldukça dikkat çekiciydi. Standımızda hem sektörümüzün üretim gücünü hem de dünya trendleri ile uyumlu tasarım yeteneğimizi anlatan videolarımız ve tanıtım broşürümüz ile sektörümüzü, katılımcılara tanıtmaya devam ettik.

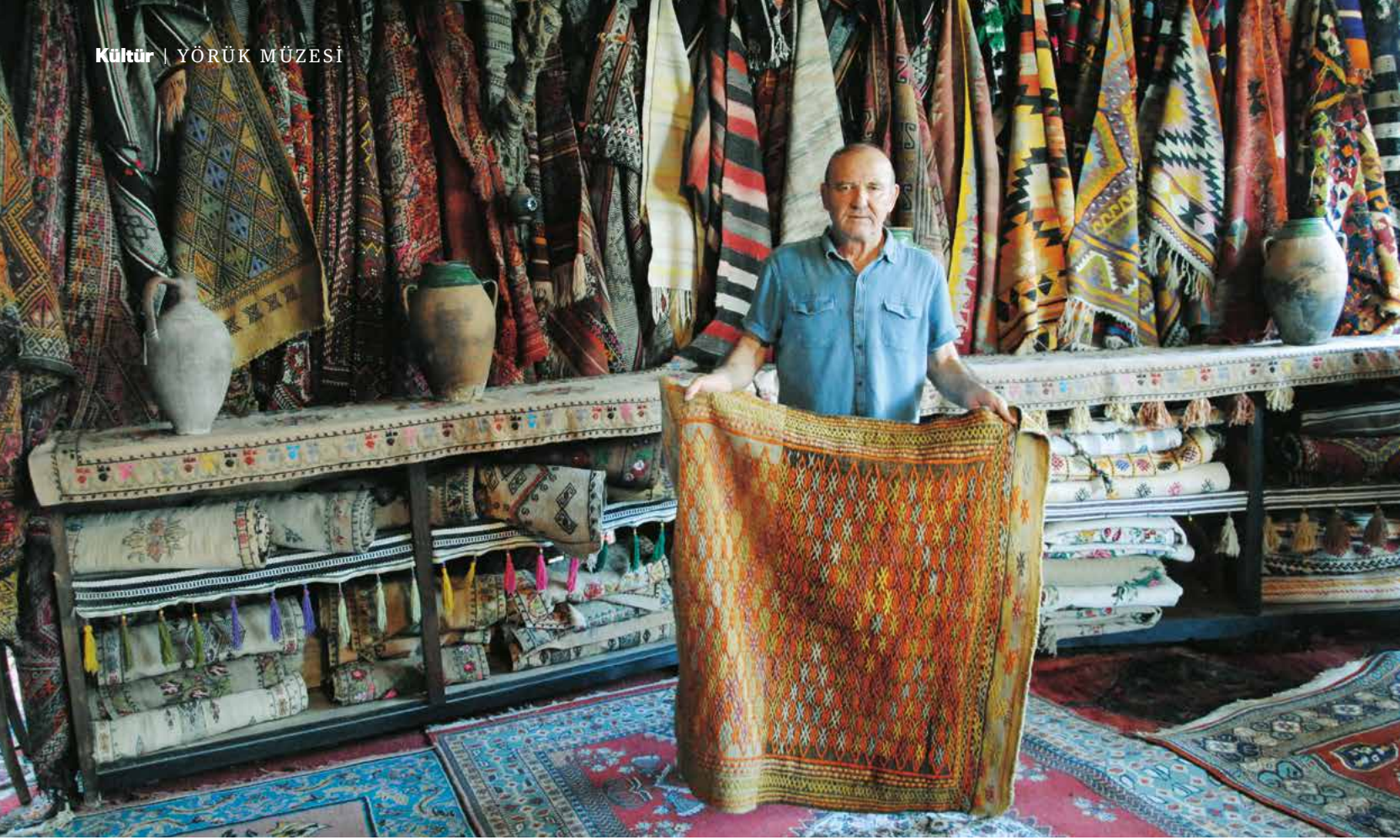
LeShow fuarı; 24 yıldır yapılan, milli yurt dışı fuar organizasyonu olması açısından ayrıca dikkat çekici. Organizatör firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Korhan Yazgan ile yaptığım görüşmede; ziyaretçi sayısının normal dönemin yüzde 20 civarında altında olduğu, fakat Eylül 2020 fuarına göre artış gösterdiği bilgisini aldım.

Fuara katılan firmalarımız arasında önemli iş bağlantıları yapanlar oldu. Ancak beklentileri karşılanmayan firmalarımız da oldu maalesef. Rusya'da fuar öncesi günlük 5 binler düzeyinde seyreden vaka sayıları, fuarın hemen öncesi ve esnasında 20 binlerin üzerine çıktı. Rusya Federasyonu'nun aldığı bazı kısıtlayıcı önlemler, özellikle uzak bölgelerdeki alıcıların fuarı ziyaretlerini olumsuz etkiledi.

Deri/kürk giyim gibi son derece spesifik bir kitleye hitap eden sektörlerimizde; fuarlar arasında en az bir ay süre olmasının, sektörün menfaatine olacağına dair inancımı belirtmek isterim. Mutlaka değinmem ve çözüm bulmamız gereken bir konu da navlun maliyetleri. Devletimiz, fuar katılımcılarına navlun dahil önemli destekler sağlıyor. Ancak sektörümüzün yapısı gereği birçok firmamız, son ana kadar koleksiyon yetiştirme telaşı ile sıklıkla ürünlerini yolcu beraberinde taşıma zorunluluğu ile karşı karşıya kalıyor. Bu durum ise nihayetinde firmalarımızın karşısına, ilave bagaj ücreti ve maliyet olarak çıkıyor. Bu alanda sağlanabilecek bir kolaylığın, firmalarımızın yurt dışı fuarlarda daha fazla ürün sergilemesine yardımcı olacağını ifade etmek isterim. Gelecek sene LeShow fuarının 25'inci yılı olacak. Umarım sektör adına potansiyeli çok daha yüksek bir fuar yaparız."



YÜCEL ELİBOL
İDMİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ



Kültür mirasına yolculuk YÖRÜK MÜZESİ

Fethiye Çalış'ta bulunan, İsmail Uzunoğlu'na ait Yörük Müzesi ve Yörük Çadırı; ziyaretçilerine kültür mirasında bir yolculuk olanağı sunuyor. Atalarının miras bıraktığı eşyaların yanı sıra 20 yıllık çalışmanın sonucunda çeşitli yörelerden Yörükler tarafından kullanılan eşyaları toplayan İsmail Uzunoğlu; oluşturduğu Yörük Müzesi ve Yörük Çadırı ile yaz-kış ilçeye gelen misafirlere ve yeni nesle Yörük kültürünü tanıtıyor.

YÖRÜKLERİN hayat tarzlarının anlatıldığı, geçmişten günümüze zaman tüneline yolculuk edilebilen müzede; Yörük kadınlarının yüzlerce yıldır dokuduğu halı ve kilimler de ziyaretçilerle buluşuyor. Müze ve çadırlar aynı zamanda bölgenin turizm faaliyetlerine de ciddi katkı sağlıyor. Müzenin; Türkiye'de kurulan ilk Yörük ve köy müzesi olma özelliğine sahip olduğunu vurgulayan İsmail Uzunoğlu; "Müzeyi kurarken hedefim; Yörük kültürünü tanıtmak, gelecek kuşakların bu kültürü yaşatması adına bir parça da olsa katkıda bulunmak ve farklı ülkelerden insanların Yörük-Türkmen kültürü hakkında fikir edinmesini sağlamaktır" diyor.

Öncelikle sizi tanımak isteriz. Bir Yörük müzesi kurma fikri nasıl doğdu? Bu müzeyi kurarken hedefleriniz neydi? 1961, Muğla/Seydikemer doğumluyum. Fethiye Çalış Plajı'nda yer alan Kerimoğlu İsmail Yörük Çadırları ve

Müzesi'ni işletiyorum. Aynı zamanda Muğla Yörük İl Beyliği ve Seydikemer Yörük Türkmen Kültür Derneği Başkanlığı'nı yürütüyorum. İki dedem de Yörük beyiydi. Torosların ünlü geçidi Güğü Beli Yaylası'nda yurtları, obaları, otağları ve sürüleri ile yaşamlarını sürdürürlerdi. Çocukluk yıllarımı bu kültürün içinde geçirdiğim için Yörük kültürüne olan bağlılığım, her zaman devam etti. Bir Yörük müzesi kurma fikri, aslında bu kültüre bağlılığım ve kültürü yaşatma isteğimle doğdu. 1987 yılından itibaren her bölgeden, Yörük kültürüne ait eserleri toplamaya başladım. 1999 yılında da Fethiye Çalış Plajı, Yörük Çadırları içerisinde yer alan Yörük Müzesi'ni kurdum.

Müzemiz; Türkiye'de kurulan ilk Yörük ve köy müzesi olma özelliğine sahip. Müzeyi kurarken hedefim; Yörük kültürünü tanıtmak, gelecek kuşakların bu kültürü yaşatması adına bir parça da olsa katkıda bulunmak ve farklı ülkelerden insanların

Anadolu'muzun pek çok bölgesine ait halı ve kilimlerimizi müzemizde sergiliyor, hikâyelerini misafirlerimizle paylaşıyoruz. Böylece azalmakta olan dokumacılık kültürünü, yeni nesillere aktarıyoruz.

Yörük-Türkmen kültürü hakkında fikir edinmesini sağlamaktı.

Yörük kültürünü nasıl tanımlarsınız?

Yörükler; üreten, kendi yağıyla, tuzuyla geçinen; doğayı, hayvanı koruyarak ve yaşatarak yaşamayı seven, devletine bağlı, binlerce yıllık bir kültürün temsilcileri, taşıyıcıları ve yaşatanlarıdır. Yörüklerin ata yurtları; Orta Asya, Türkistan bozkırları, Altaylar ve Tanrı Dağları'dır. Yaylak ve kışlak arasında geçen hayatları, Anadolu'yu yurt edindikten sonra da devam etmiştir. Günümüzde Anadolu'muzun bazı yörelerinde, genellikle de Teke yöresi, Beşkaza coğrafyası ve Toroslar'da az da olsa Yörük Türkmenler; konar-göçer hayatı sürdürüyor.

Müzede hangi eserler sergileniyor? Kurulardan bu yana ziyaretçilerden nasıl tepkiler alıyorsunuz? Müzenin bölgedeki turizm faaliyetlerine nasıl bir katkısı oldu?

Müzemiz, Yörük kültürüne ait pek çok eşyayı içinde barındırıyor. Bakır kaplar, sürahiler, yemek yaptıkları mutfak eşyaları, tarım ve hayvancılıkta kullandıkları ahşap malzemeler, dokuma tezgâhları ve pek çok yöremizden topladığımız geleneksel halı ve kilimlerimiz müzemizde yer alan eserlerden bazıları. Müzemizde Yörük göçü, buğdayın yolculuğu, Yörüklerin yaşadığı ev türleri ve geleneksel sanatlarımızı işlediğimiz bazı bölümler yer alıyor. Yöresel kıyafetler ve aksesuarlar ile giydirilen mankenler, maketlerle canlandırdığımız bölümler; ziyaretçilerimizin zamanda yolculuk yapmasını ve bu



ziyaretin kalıcı bir iz bırakmasını sağlıyor.

TRT başta olmak üzere birçok ulusal ve bölge kanalı, çekimler ve belgeseller için müzemizi ziyaret ederek tanıtımına yardımcı oldular. Ziyaretçilerimizin ilgisi, bizi çok mutlu ediyor. Çünkü buraya her kesimden, her yaştan, her ülkeden gelen kişilerin takdirini kazanıyoruz. Yıl boyunca bizi ziyaret eden yerli ve yabancı binlerce ziyaretçi sayesinde bölge esnafı da kalkınmış oluyor ve ekonomik anlamda olumlu geri dönüşler yaşıyoruz.

Yörük kültüründe halı ve kilimlerin nasıl bir önemi bulunuyor? Müzede yer alan halı ve kilim eserleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Halı ve kilimler, geleneksel Yörük-Türkmen yaşamının bir ürünüdür. Bozkırda hayvancılıkla hayatını devam ettiren atalarımız hem çadırlarını süslemek hem de bozkırın sert rüzgârlarına karşı bir yalıtım aracı olarak hayvanlarının yünlerinden halı ve kilim dokumayı keşfetmişler. Doğaya zarar vermeden, doğadan en iyi şekilde yararlanmanın bir örneği olan halı ve kilimlerdeki motifler, bize çok şey anlatıyor. Türk boylarının damgalarının yer aldığı, doğa sevgisinin işlendiği kilimlerde kullanılan renkler; kadınlarımızın sevgi, özlem, kavuşmak gibi duygularını yansıtıyor.

Biz de Anadolu'muzun pek çok bölgesine ait halı ve kilimlerimizi müzemizde sergiliyor, hikâyelerini misafirlerimizle paylaşıyoruz. Aynı zamanda artık azalmakta olan dokumacılık kültürünü, yeni nesillere aktarmış oluyoruz.

Yörük kadınlarının asırlardır el halısı dokuduğu biliniyor. Bu kültür hâlâ devam ediyor mu? Yörük kadınları tarafından üretilen halıların en temel özellikleri nelerdir?

Günümüzde dağ köylerinde çok az sayıda kişi, halı dokuma kültürünü sürdürüyor. Teknolojinin gelişmesiyle makine halısının zamanda tasarruf sağlaması ve insan gücü gerektirmemesi, seri üretim gibi etkenler el dokuması halı ve kilime olan rağbeti azalttı. Yörük kadını, dokuduğu kilimleri kendi beslediği koyunun yününden, keçinin kılından yapar. Kilimine verdiği renk ise doğadaki ağaç ve bitkilerin kaynatılarak kök boya haline gelmesiyle oluşur. Bu nedenle Yörük kadınlarının dokumuş olduğu halı ve kilimler; emeğin, alın terinin ta kendisidir.



Yakın dönem fuar haritası

HEYETLER

■ İHKİB İc Giyim Alım Heyeti / 3-6 Ağustos / İstanbul



Gerçek faydalancı bilgisi bildirme zorunluluğu

Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yayımlanan, 529 sıra numaralı VUK Genel Tebliğiyle; tüzel kişiler ve tüzel kişiliği olmayan teşekküllerin; gerçek faydalancı bilgisinin güncel, tam ve doğru bir şekilde tespit edilebilmesi amacıyla gerçek faydalancının belirlenmesine ve bildirilmesine ilişkin bildirim zorunluluğu getirildi.

GERÇEK faydalancı; tüzel kişi veya tüzel kişiliği olmayan teşekkülleri, nihai olarak kontrolünde bulunduran ya da bunlar üzerinde nihai nüfuz sahibi olan gerçek kişi veya kişileri ifade etmektedir.

GERÇEK FAYDALANCI NASIL BELİRLENİR?

Tüzel kişilerde:

- Tüzel kişiliğin yüzde 25'i aşan hissesine sahip gerçek kişi ortakları,
- Tüzel kişiliğin yüzde 25'i aşan hissesine sahip gerçek kişi ortağının, gerçek faydalancı olmadığından şüphelenilmesi veya bu oranda hisseye sahip gerçek kişi ortak bulunmaması durumunda, tüzel kişiliği nihai olarak kontrolünde bulunduran gerçek kişi ya da kişiler,
- a ve b bentleri kapsamında gerçek faydalancının tespit edilemediği durumlarda, en üst düzey icra yetkisine sahip gerçek kişi ya da kişiler; gerçek faydalancı olarak kabul edilerek bildirmeye konu edilecektir.

Tüzel kişiliği olmayan iş ortaklıkları gibi teşekküllerde:

- Tüzel kişiliği olmayan, teşekkülleri nihai olarak kontrolünde bulunduran gerçek kişi ya da kişiler,
- a bendi kapsamında gerçek faydalancının tespit edilememesi halinde; tüzel kişiliği olmayan, teşekkül nezdinde en üst düzeyde icra yetkisine sahip gerçek kişi ya da kişiler, üst düzey yönetici sıfatıyla gerçek faydalancı olarak kabul edilecek ve bildirmeye konu edilecektir.

Trust ve benzeri teşekküllerde:

Kurucular, mütevellî, yönetici, denetçi veya faydalancı sıfatına haiz olanlar ya da bu teşekküller üzerinde nüfuz sahibi olanlar gerçek faydalancı olarak kabul edilerek bildirmeye konu edilecektir.

Trust; bir mal varlığının belirli bir lehtar ya da lehtar grubunun yararlanması için maliki olan sözleşme kurucusu tarafından yönetimi, kullanımı ya da sözleşmede belirtilen diğer tasarruflarda bulunulması amacıyla sözleşmeyi icra eden bir mütevellinin kontrolüne bırakılmasını hüküm altına alan hukuki ilişkiyi ifade etmektedir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Yapılan bu yeni düzenleme ile gelirlerin/servetlerin arkasındaki gerçek isimlerin bilinmesi amaçlanmaktadır.

GERÇEK FAYDALANCI BİLGİSİ BİLDİRİMİ VERME ZORUNLULUĞU GETİRİLENLER KİMLERDİR?

Gerçek faydalancı bilgisini bildirimini, bildirim verme süresinin başladığı 1 Ağustos 2021 tarihi itibarıyla faal olan (tasfiye işlemi devam edenler dahil);

- Kurumlar vergisi mükellefleri,
- Kolektif şirketlerde şirketi temsile yetkili kimse veya ortak, eshamsız komandit şirketlerde komandite ortaklardan biri ve adi ortaklıklar adına en yüksek ortaklık payına sahip kişi, Türkiye'de yönetim merkezi olan veya Türkiye'de mukim yöneticisi olan yabancı ülkede kurulmuş trust ve benzeri teşekküllerin yöneticileri, mütevellileri veya temsilcileri vermek zorundadır. Ayrıca Tedbirler Yönetmeliği'nde 11 Ekim 2006 tarihli ve 5549 sayılı Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun'un uygulanmasında yükümlü sayılan;
 - Bankalar,
 - Bankalar dışında banka kartı veya kredi kartı düzenleme yetkisine haiz kuruluşlar,
 - Kambiyo mevzuatında belirtilen yetkili müesseseler,
 - Finansman ve faktöring şirketleri,
 - Sermaye piyasası aracı kurumları ve portföy yönetim şirketleri,
 - Ödeme kuruluşları ile elektronik para kuruluşları,
 - Yatırım ortaklıkları,
 - Sigorta, reasürans ve emeklilik şirketleri ile sigorta ve reasürans brokerleri,
 - Finansal kiralama şirketleri,
 - Sermaye piyasası mevzuatı çerçevesinde takas ve saklama hizmeti veren kuruluşlar,
 - Kıymetli madenler ve kıymetli taşlar piyasasına ilişkin saklama hizmeti ile sınırlı olmak üzere Borsa İstanbul Anonim Şirketi,
 - Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi ile kargo şirketleri,
 - Varlık yönetim şirketleri,
 - Kıymetli maden, taş veya mücevher

alım satımı yapanlar ile bu işlemlere aracılık edenler,

- Cumhuriyet altın sikkeleri ile Cumhuriyet ziynet altınlarını basma faaliyeti ile sınırlı olmak üzere Darphane ve Damga Matbaası Genel Müdürlüğü,
- Kıymetli madenler aracı kuruluşları,
- Ticaret amacıyla taşınmaz alım satımıyla uğraşanlar ile bu işlemlere aracılık edenler,

o) İş makineleri dahil her türlü deniz, hava ve kara nakil vasıtalarının alım satımı ile uğraşanlar ile bu işlemlere aracılık edenler,

ö) Tarihi eser, antika ve sanat eseri alım satımı ile uğraşanlar veya bunların müzayedeciliğini yapanlar,

p) Milli Piyango İdaresi Genel Müdürlüğü, Türkiye Jokey Kulübü ve Spor Toto Teşkilat Başkanlığı dahil talih ve bahis oyunları alanında faaliyet gösterenler,

r) Spor kulüpleri,

s) Noterler,

ş) Savunma hakkı bakımından diğer kanun hükümlerine aykırı olmamak ve 19 Mart 1969 tarihli ve 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35'inci maddesinin birinci fıkrası ile alternatif uyuşmazlık çözüm yolları kapsamında ifa edilen mesleki çalışmalar nedeniyle edinilen bilgiler hariç olmak üzere; taşınmaz alım satımı, sınırlı ayni hak kurulması ve kaldırılması, şirket, vakıf ve dernek kurulması, birleştirilmesi ile bunların idaresi, devredilmesi ve tasfiyesi işlerine ilişkin finansal işlemlerin gerçekleştirilmesi, banka, menkul kıymet ve her türlü hesaplar ile bu hesaplarda yer alan varlıkların idaresi işleriyle sınırlı olmak üzere serbest avukatlar,

t) Bir işverene bağlı olmaksızın çalışan serbest muhasebeci, serbest muhasebeci mali müşavir ve yeminli mali müşavirler,

u) Finansal piyasalarda denetim yapmakla yetkili bağımsız denetim kuruluşları,

ü) Kripto varlık hizmet sağlayıcılar,

v) Tasarruf finansman şirketleri ile merkezi yurt dışında bulunan yükümlünün ve bunların şube, acente, temsilci ve ticari vekilleri ile benzeri bağlı birimleri Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından talep edildiğinde müşterileri tarafından gerçekleştirilen işlemlerin gerçek faydalancı bilgisini başkanlığa bildirmek zorundadır.

BİLDİRİMİN DÖNEMİ VE VERİLME ZAMANI

Gerçek faydalancı bilgisi verme yükümlülüğü getirilen kurumlar

vergisi mükellefleri dahil bütün mükellefler ile diğer kişiler, ilk bildirimlerini en geç 31 Ağustos 2021 günü sonuna kadar elektronik ortamda Gelir İdaresi Başkanlığı'na bildirmelidir.

Genel kural ise bildirim yapma yükümlülüğü getirilen; - Kurumlar vergisi mükellefleri, gerçek faydalancı bilgisini geçici vergi beyannameleri ve yıllık kurumlar vergisi beyannamesi ekinde bildirmek zorundadır. - Kurumlar vergisi mükellefleri dışında kalan diğer mükellefler ile diğer kişiler; gerçek faydalancı bilgisini her yılın ağustos ayı sonuna kadar Gelir İdaresi Başkanlığı'na bir form ile elektronik ortamda bildirmek zorundadır.

Yukarıda belirtilenlerin yeni mükellefiyet tesis ettirmesi veya daha önce bildirmeye ekledikleri bilgilerde değişiklik olması halinde, yeni mükellefiyet tesisini veya bilgi değişikliğini, bunların gerçekleştiği tarihi takip eden bir ay içerisinde bildirmeleri gerekmektedir.

BİLDİRİM YAPILMA ŞEKLİ

Gerçek faydalancıya ilişkin bildirim formu, mükellef tarafından elektronik ortamda bizzat gönderilebileceği gibi ilgili dönemde, aracılık ve sorumluluk sözleşmesi bulunan serbest muhasebeci, mali müşavir veya gelir veya kurumlar vergisi beyannamesi tasdik sözleşmesi (tam tasdik sözleşmesi) bulunan yeminli mali müşavirler aracılığıyla da gönderilebilecektir.

KURUMLAR VERGİSİ MÜKELLEFLERİ

Kurumlar vergisi mükellefleri, yıllık ve geçici vergi beyannamelerinin ekinde bildirim yapacaklardır. Bildirim yapma yükümlülüğü getirilen kurumlar vergisi mükellefleri, söz konusu beyannameler aracılığıyla; gerçek faydalancıların adı, soyadı, vatandaşlıkları, kimlik numaraları ve adresleri, varsa telefon, faks ve elektronik posta bilgileri ile gerçek faydalancının sebebini bildireceklerdir.

BİLDİRİMDE BULUNULMAMASININ CEZASI VAR MIDIR?

Bildirilmesi gereken bilgileri bildirmeyen, eksik veya yanıltıcı bildirimde bulunan mükellefler hakkında Vergi Usul Kanunu'nun ilgili ceza hükümleri uygulanacaktır.

Mali Suçları Araştırma Kurulu Başkanlığı tarafından yapılacak araştırma, inceleme ve uluslararası bilgi değişimi ile vergi incelemesine yetkili olanlar tarafından yapılacak araştırma ve incelemeler neticesinde; gerçek faydalancı bilgisi bildirimini verme zorunluluğu getirilen mükellef ve diğer kişilerin gerçek faydalancı bilgisine ilişkin hatalı kayıtları bulunduğu tespit edilmesi halinde gerekli cezai işlemlerin ve sicil kayıtlarında gerekli değişikliklerin yapılabilmesi amacıyla Gelir İdaresi Başkanlığı'na bilgi verilecektir.

SONUÇ

Yapılan bu yeni düzenleme ile gelirlerin/servetlerin arkasındaki gerçek isimlerin bilinmesi amaçlanmaktadır. Gerçek faydalancının bilinmesi, vergi kaçakçılığı ile mücadele açısından büyük önem arz etmektedir. Suç gelirlerinin aklanması ve terörizmin finansmanının önlenmesi amacıyla da katkı sağlayacak bir uygulama olması bakımından önemli bir düzenlemedir.

Bildirilmesi gereken bilgileri bildirmeyen, eksik veya yanıltıcı bildirimde bulunan mükellefler hakkında Vergi Usul Kanunu'nun ilgili ceza hükümleri uygulanacaktır.



İş hukukunda ibra süreçleri

İbraname, sözlük anlamı olarak “aklanma” demektir. Hukuki işlemlerde ise taraflardan birinin diğerinden veya birbirinden her türlü hak ve alacağını aldığına veya bir alacağı kalmadığına işaret eden tabirdir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



- İbra sözleşmesi yazılı olmalıdır.
- İş sözleşmesinin sona erme tarihiyle ibra sözleşmesi tarihi arasında en az bir aylık süre bulunmalıdır. Bir aylık süre; işçinin kıdem, ihbar ya da fazla mesai alacaklarının ödenmesine ilişkin değildir. Süre, ibra sözleşmesinin geçerliliği ile ilgili şekil şartı olup işçinin fesih veya işten ayrılış gününden itibaren hesaplanmalıdır.
- İbra sözleşmesinde yer alan ibra konusu, alacakların türü ve miktarı ayrı ayrı yazılmak suretiyle açıkça belirtilmelidir. Örneğin kıdem tazminatı 10 bin TL, ihbar tazminatı 3 bin TL, fazla mesai ücreti 3 bin TL vb. şekilde, tek tek döküm olarak belirtilmelidir.
- Ödemeler mutlaka bir banka kanalıyla ve noksansız şekilde yapılmalıdır. Kısmi ödeme halinde bile ibra sözleşmesi geçerli kabul edilmemektedir.

Eğer ibra sözleşmesi yukarıdaki şartları taşıyorsa bu durumda hükümsüzlüğü iddiasında bulunulabilir.

SARTLARA DİKKAT EDİLMESİ ÖNEMLİ

Yargı kararlarına da bakıldığında, iş ilişkisi devam ederken yapılan ibra sözleşmeleri, sözleşmenin tarih içermemesi veya içeriğinden fesih sonrası düzenlendiğinin anlaşılabilmesi, ibra edilen meblağın uzlaşılabilir tarihte kısmen ödenmiş olması ve işçinin ibranamede yasal haklarını saklı tuttuğuna ilişkin bir beyanda bulunması durumunda ibraname geçerli görülmemektedir.

İşçinin işten çıkışı sonrasındaki ibra süreçleri kesin hukuki şekil şartlarına bağlı tutulduğundan, bu şekil şartlarına çok dikkatle riayet edilmesi, yapılan işlemlerin sağlığı ve geçerliliği açısından önem arz etmektedir. Bu sebeple, işveren nezdinde bu süreçleri yürütecek olan ilgili birimlerin (hukuk müşavirliği, insan kaynakları, muhasebe vb.), bu konudaki güncel yargı kararlarını ve mevzuat değişikliklerini takip etmeleri gerektiğini hatırlatmakta fayda görmekteyiz.

Ödemeler mutlaka bir banka kanalıyla ve noksansız şekilde yapılmalıdır. Kısmi ödeme halinde bile ibra sözleşmesi geçerli kabul edilmemektedir.

İŞ HUKUKUNDA yıllar boyu süregelen uygulama; işten ayrılmış olan işçinin, işverene verdiği ve yalnızca kendi beyanını içeren bir ibraname ile hak ve alacakların sona erdiğini bildirmesidir. Ancak 2011 yılında yürürlüğe giren Borçlar Kanunu 420’nci maddesi; “ibraname” yerine, “ibra sözleşmesi” kavramını getirmiştir. Sözleşme, “hukuki sonuç doğurmak amacıyla iki veya daha çok kişinin, karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarıyla gerçekleşen işlem” olarak tanımlandığından, en az iki taraflı bir belge olarak anlaşılır. Dolayısıyla, yeni Borçlar Kanunu ile artık işçinin tek taraflı irade beyanı ile verdiği “ibraname” yerine, işçi ve işverenin karşılıklı uygun rızası ile oluşan bir sözleşme şeklinde olması gerektiği hükme bağlanmıştır.

İşçi ve işveren arasındaki ibranın şartları da yine kanunun 420’nci maddesinde net olarak ifade edilmiştir. Bu yasal düzenlemeye göre işçi de işveren de birtakım hususlara dikkat etmek zorundadır. Buna göre;

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 İhracatçıları 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 İhracatçıları 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 İhracatçıları 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 İhracatçıları 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 Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

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

Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD)

Tel: 0 216 394 07 40-41
Web: www.tdsd.org.tr

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.tttsd.org.tr

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

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

Saraciyeye Sanayicileri Derneği (SSD)

Tel: 0 212 543 39 07
Web: www.saraciyeye.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 (KYSYD)

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

Hazır giyim ihracatı

2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



2021 yılı ocak-temmuz dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre **%26,8** arttı.



Ocak-temmuz döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%27,7** arttı.

ÜLKE
İHRACATINDAKİ
PAYI



2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



Sektörün ocak-temmuz dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%42**, 2019 yılına göre **%22** arttı.



Ocak-temmuz döneminde sektörün AB ülkelerine ihracatı, **%42,7** arttı.

ÜLKE
İHRACATINDAKİ
PAYI



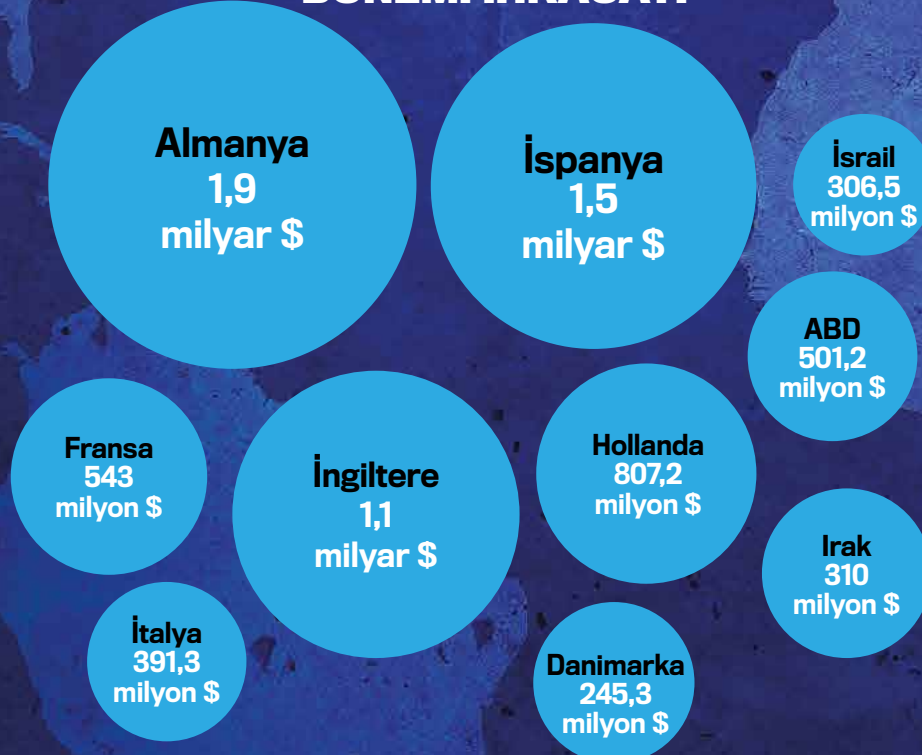
İHRACATIN EN
FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



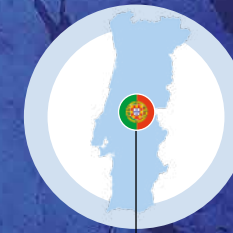
Tunus
%250,8

Ocak-temmuz döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke **%250,8** ile Tunus olurken, Çekya'ya ihracat **%201,8**, Kosova'ya ise **%96,8** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



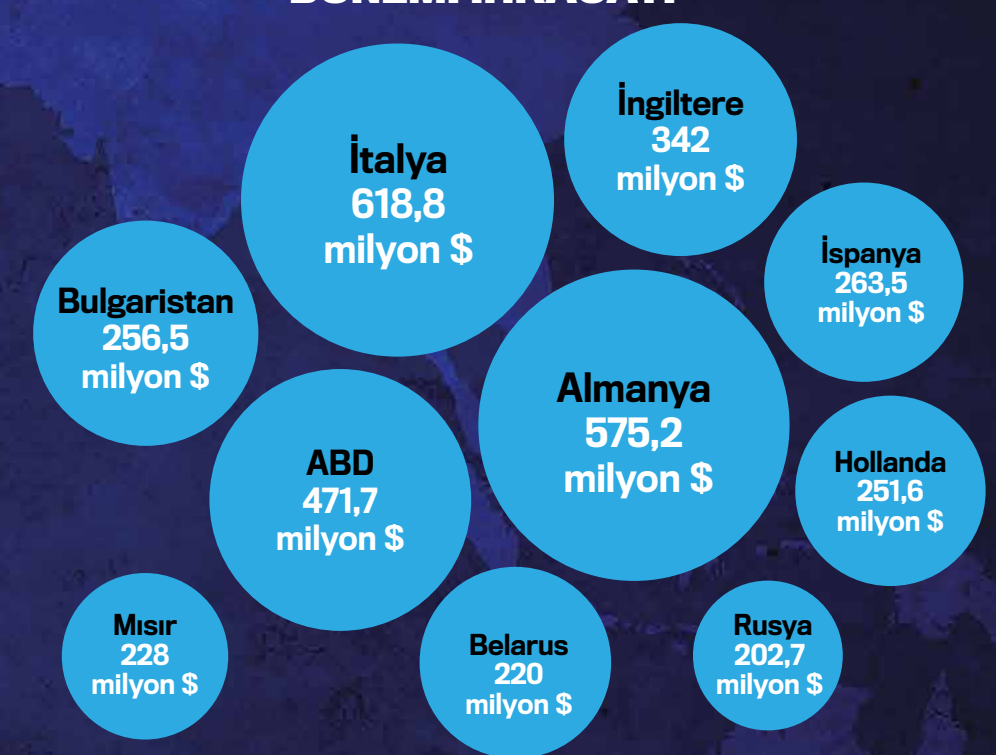
İHRACATIN EN
FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Portekiz
%161

Ocak-temmuz döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke **%161** ile Portekiz olurken, Brezilya'ya ihracat **%160**, Libya'ya ise **%120** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN
GRUPLARININ 2021
OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

%37,8 5,5 milyar \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

%14,4 3,9 milyar \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

%25,1 1,5 milyar \$

BAZI ALT ÜRÜN
GRUPLARININ 2021
OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%88 1,5 milyar \$

TEKNİK TEKSTİL

%-8,5 1,4 milyar \$

DOKUMA KUMAS

%26,1 1,3 milyar \$

EV TEKSTİLİ

%38,6 1,3 milyar \$

Deri ve deri mamulleri ihracatı

2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



2021 ocak-temmuz döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yıla kıyasla %23,7 arttı.

2021 yılı temmuz ayı ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre %13,8 yükseldi.

ÜLKE
İHRACATINDAKİ
PAYI



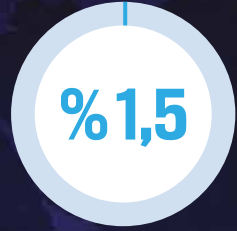
2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



Ocak-temmuz döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %41,5 arttı.

Ocak-temmuz döneminde bir önceki yıla kıyasla Amerika ülkelerine halı ihracatı %61,2 oranında artış gösterdi.

ÜLKE
İHRACATINDAKİ
PAYI



İHRACATIN EN
FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Tunus
%267,4

Ocak-temmuz döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke %267,4 ile Tunus olurken, Dominik Cumhuriyeti'ne ihracat %137, Avustralya'ya ihracat ise %104,9 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



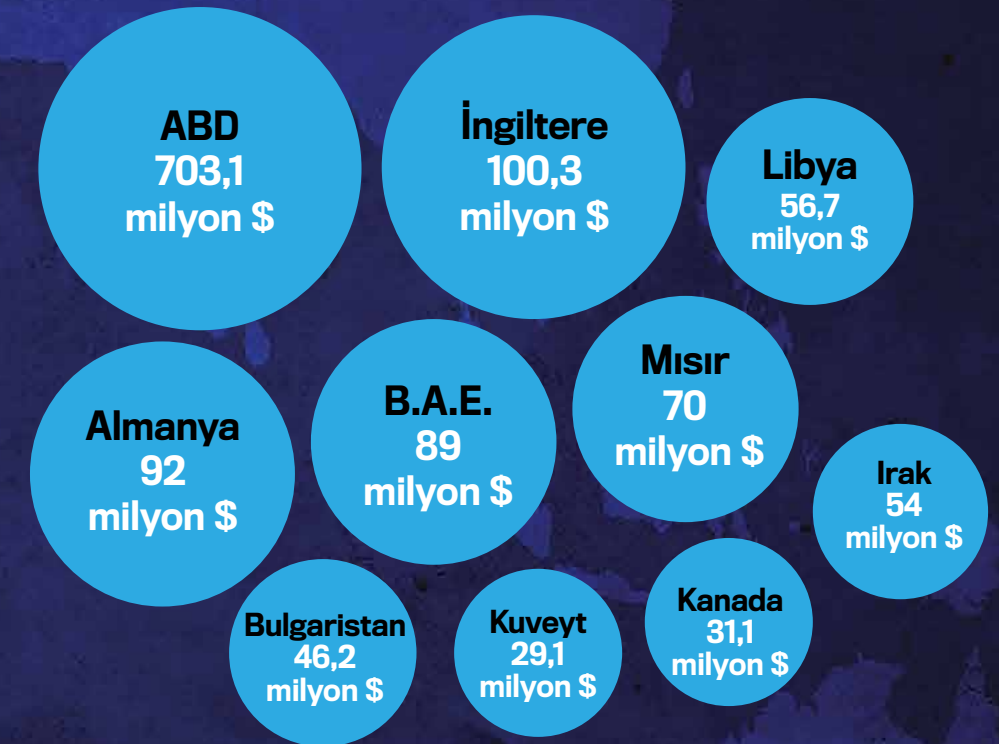
İHRACATIN EN
FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Bulgaristan
%1.100

Ocak-temmuz döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, %1.100 payla Bulgaristan oldu. Dubai ihracatı %353,9, Sili ihracatı ise %337,8 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN
GRUPLARININ 2021
OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN
GRUPLARININ 2021
OCAK-TEMMUZ
DÖNEMİ İHRACATI



SERAY GÜVENCESİ İLE
UÇAK HIZINDA HİZMET AYNI ZAMANDA

DAHA EKONOMİK

TÜM AVRUPA'YA
(İNGİLTERE, İRLANDA,
İTALYA, FAS VE RUSYA
DAHİL) 24-96 SAAT
ARALIĞINDA
TESLİMATLAR

**KAPIDAN
KAPIYA
TESLİMAT!**



**MINIVAN-EXPRESS
LOJİSTİK ÇÖZÜMLERİ!**

TENTELİ / ASKILI / KAPALI / FRİGO

Konfeksiyon ve tekstil endüstrisi için
dünyanın en büyük B2B platformu



80.000+ Kayıtlı şirket 300.000+ Ürün görseli 120+ Ülke 400M USD+ İş hacmi 80.000+ Ürün arama

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın 2021 Yılı Onaylı E-Ticaret
Siteleri arasında ve %60 teşvik fırsatıyla



Ayrıntılı bilgi için turkey@foursource.com

"One Step Ahead With KOMET"

About Sedex

Sedex is an ethical trade membership organisation that helps businesses to uphold responsible business practices and source responsibly.

The importance of responsible sourcing

Responsible sourcing is when a business proactively sources products and services ethically and sustainably, throughout each tier of the supply chain.



As a Sedex member we are working towards:



Living wages to be paid



No use of child labour



No form of discrimination



Free choice of employment



Safe working conditions



Managing environmental impact

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100
07.MO.49689 HOHENSTEIN HTTI

Tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/standard100

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
STeP

19001236 HOHENSTEIN HTTI

Sustainable Textile & Leather Production.
www.oeko-tex.com/step

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN LEATHER
LEATHER STANDARD
19.0.89455 HOHENSTEIN HTTI

Leather goods tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/leatherstandard

Sedex Member

UNICERT
ISO 50001

ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 45001

OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 14001

ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 9001

QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM