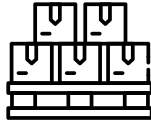


TÜRKİYE'Yİ UÇURAN HAZIR GİYİM İHRACATÇILARI ÖDÜLLENDİRİLDİ



17,1
MİLYAR DOLAR
HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN
2020 İHRACATI



19
MİLYAR DOLAR
YIL SONUNDA
HEDEFLenen İHRACAT



2.240
ÖDÜL VERİLEN
FİRMA SAYISI



44
PLATİN
ÖDÜL ALAN
FİRMA SAYISI

StyleShoots

Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu



COLIN'S

SARAR

SAFRAN
TEXTILE



HORIZONTAL

StyleShoots Horizontal'ı 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



TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE SORUMLU ÜRETİM, SORUMLU TÜKETİM



MorganTecnica



Aklınız kessin... Otomatik Kumaş Kesici



İTALYA'DA
ÜRETİLMİŞTİR



Kolay Toplama
sistemleri

NEXT 2

Hız ve maksimum hassasiyet

MorganTecnica otomatik kesicilerinin yeni serisi, hazır giyim, mobilya, otomotiv ve aksesuar sektörlerinin tüm üretim ihtiyaçlarını karşılamak üzere geliştirildi.

Yüksek hız, hassasiyet ve esneklik.

Next2 Delta, düşük kullanım maliyetleriyle yüksek üretkenlik ve güvenilirliği garanti eder.

Next2 Delta: günümüz kesimhaneleri için temel seçiminiz olacaktır.

- "30, 50, 70 ve 90 mm yükseklik versiyonları + Denim ve iç çamaşırı özel versiyonları"
- Paysız kesim özelliği
- Keserken yürütme özelliği
- Düşük gürültü seviyesi
- Önleyici oto-kontrol sistemini sağlayan yeni sensörler
- Anlık veri izlemek için yeni Veri Merkezi
- Çok amaçlı ve kullanışlı PC iş istasyonu
- Opsiyonel kolay toplama sistemi.



Next2 Delta
videosunu izleyin

www.morgantecnica.com   

UĞUR TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Halkalı Merkez Mah. Basın Ekspres Cd. No:5 34303 Küçükçekmece/İstanbul

Tel: 0212 495 00 00 Faks: 0212 495 39 77 Web: www.brothertr.com

Online satış: www.ugurbrother.com e-mail: uguras@brothertr.com

Türkiye Distribütörü



İTKİB HEDEF

İÇİNDEKİLER

KONULAR

52

Fark Yaratanlar

Engin Ayşe Demirkol:
EN BÜYÜK TUTKUM
ANADOLU KİLİMLERİ

66

Anadolu'da Yatırım

Urfi Akbalık:
DOĞRU İLLERDE
KAPASİTEYİ
ARTIRMALIYIZ



İÇİNDEKİLER



BÖLÜMLER

08

Kısa Haberler

Türkiye ekonomisi ikinci çeyrekte %21,7 büyüdü

44

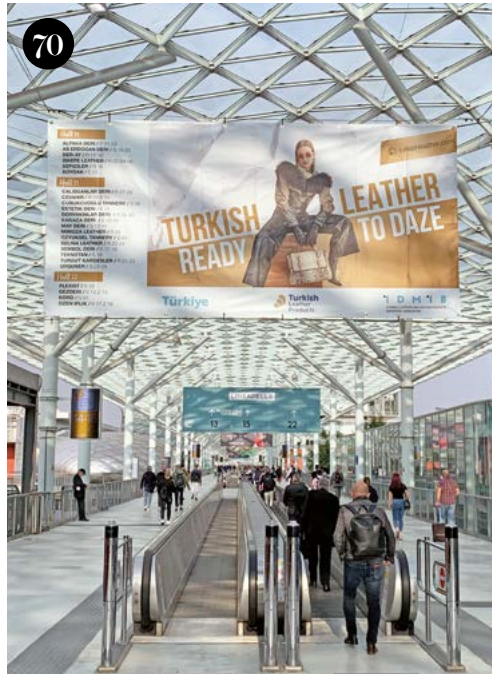
Kapak

Türkiye'yi uçuran hazır giyim ihracatçıları ödüllendirildi

56

Sürdürülebilirlik

Tekstil ve hazır giyimde sorumlu üretim, sorumlu tüketim



62

Brüksel Mektubu

M.Haluk Özelçi

AB'nin ticari savunma araçları, pandemiye rağmen sorunsuz işledi

70

Fuar

Türk hazır giyim firmaları CPM'e damga vurdu

90

Mevzuat Köşesi

Erdoğan Karahan

Bildirim alacak ve bildirim satacak form bildirim karışıklığı

92

Hukuk Köşesi

Ozan Öğüt

Türk Borçlar Kanunu kapsamında kira bedeline getirilen koruyucu düzenlemeler



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.
Dış Ticaret Kompleksi B Blok
34530 Yenibosna - İSTANBUL

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

AJANS BAŞKANI

Selda YEŞİLTAS

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ

EDİTÖR

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

MUHABİR

Melis ALPAY

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Fatih YALÇIN

REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY

ilknur@viyamedya.com

REKLAM SORUMLUSU

Sırma SAMAY YABANCI

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİŞANTASI - SİSİLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

SAN OFSET

Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No 50
Kağıthane/İstanbul

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

SONBAHAR-KIŞ 2021-2022

LINENS

SUNAR



BİR EVDE NE ARARSIN?
İÇİNİ ISITACAK BİR IŞIK, HUZUR ARARSIN
BİR EVDE RENK ARARSIN
LINENS'TE BULURSUN

KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!

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



ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

ONE
STEP
AHEAD
WITH
'KOMET'



@kometmetal



kmt@kometmetal.com.tr



+90 212 481 22 17



www.kometmetal.com.tr

İyi pamuk için iş birliği protokolü imzalandı

GAP BÖLGE Kalkınma İdaresi Başkanlığı tarafından yürütülen İyi Pamuk Projesi kapsamında Şanlıurfa Ticaret Borsası, Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası, Şanlıurfa Ziraat Odası ve Better Cotton (BC) sistemine kayıtlı 16 sözleşmeli çircir fabrikası temsilcisinin katılımıyla koordinasyon ve iş birliği protokolü imzalandı.

Türkiye'de üretilen pamuğun yüzde 60'ı GAP Bölgesi'nde, yüzde 45'i ise Şanlıurfa'da üretiliyor. Pamuk üretiminde kullanılan su, gübre ve ilaç gibi girdilerin aşırı kullanılması nedeniyle maliyetler artarken çiftçilerin rekabet gücü azalıyor, toprak ve su kaynakları da kirleniyor. İyi Pamuk Projesi ile bu

durumun önüne geçmek için imzalanan protokol sayesinde bölgedeki pamuğun, dünyaca tanınan İyi Pamuk (Better Cotton) standartları çerçevesinde yetiştirilmesi, çevre üzerindeki baskının azaltılması ve kalitenin artırılarak çiftçilerin refah seviyelerinin iyileştirilmesi hedefleniyor. Şanlıurfa başta olmak üzere, GAP Bölgesi'nde yetiştirilen pamuğun sürdürülebilir

bir şekilde yetiştirilmesi, kalitesinin yükseltilmesi ve korunması, çevresel zararın en aza indirgenip insan sağlığının ve doğanın korunması ile bölge ve ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlanması bekleniyor. İmzalanan iş birliği protokolü ile hem pamuğunun sürdürülebilir şekilde üretilmesine hem de Türk pamuk, iplik, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin bu yönde gelişen dünya talebine ayak uydurabilmesine ve bölge pamuğunun hak ettiği yere gelmesine önemli katkılar sağlanacağı düşünülüyor.



Türkiye ekonomisi ikinci çeyrekte %21,7 büyüdü

TÜRKİYE İSTATİSTİK Kurumu (TÜİK), 2021 yılının ikinci çeyreğine ilişkin büyüme sonuçlarını açıkladı. Açıklamalara göre yılın ikinci çeyreğinde ülke ekonomisi, yüzde 21,7 oranında büyüdü. Bu rakamın, 1999 yılından itibaren açıklanan yeni serideki en yüksek büyüme oranı olduğu ifade edildi. Ayrıca Türkiye, bu büyüme rakamı ile OECD ülkeleri arasında Birleşik Krallık'ın ardından ikinci sırada yer aldı. Uluslararası kuruluşlar, Türkiye ekonomisinin büyüme beklentilerine ilişkin

tahminlerinde pozitif güncellemeler yaptı.

Büyümede geçen yıl pandemi nedeniyle yaşanan küçülmenin, kapanmanın sona ermesinin, turizmin canlanmasının ve ihracatın artmasının etkili olduğu düşünülüyor. Söz konusu süreçte hizmetler sektörü yüzde 45,8, sanayi üretimi ise yüzde 41 artış gösterdi. Aynı dönemde hane halkı nihai tüketim harcamaları, geçen yıla kıyasla yüzde 22,9 yükselirken mal ve hizmet ihracatı yüzde 59,9, ithalatı ise yüzde 19,2 arttı.

AYAKKABI SEKTÖRÜ TÜM ZAMANLARIN İHRACAT REKORUNU KIRDI



Ağustos ayında 157 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren deri ve deri mamulleri sektörü, yılın ilk sekiz ayında 2020'nin aynı dönemine göre yüzde 27,8 artışla 1 milyar 95 milyon 217 bin dolarlık ihracat hacmine ulaştı. En fazla ihracat yapılan ilk üç ülke ise Rusya, Almanya ve İtalya oldu. Deri ve deri mamulleri sektöründe en yüksek ihracat gerçekleştirilen ürün grubu ayakkabı oldu. Ayakkabı sektörü, ocak-ağustos döneminde yüzde 24'lük artışla 674 milyon dolarlık ihracata imza attı. 2019 ve 2020 yıllarının aynı dönemlerini geride bırakarak tüm zamanların ağustos ayı

ihracat rekorunu kıran sektörde, pandemi sonrası çarklar yeniden dönmeye başladı. Ağustos ayı ayakkabı ihracatı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 65 artarak 90 milyon dolara ulaştı.

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Yönetim Kurulu Başkanı Berke İceten; "674 milyon dolarlık ayakkabı ihracatını bu yılın sonunda daha da yukarıya çekmeyi hedefliyoruz. Aynı zamanda 2023 yılı hedefimiz olan 2 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için yüz yüze gerçekleşecek fuarların önemine inanıyoruz." dedi.

Modanın inovatif projeleri ödüllendirilecek



DÜNYANIN en büyük inovasyon yarışması Global Change Award 2022; toprak, su, okyanus, iklim ve biyolojik çeşitlilik gibi tüm dünyanın odak noktalarını kapsayarak moda endüstrisinin döngüsel ve gezegen dostu olma yönündeki dönüşümünü hızlandırabilecek erken aşamadaki inovasyonları arıyor. Kazananlar, H&M Vakfı tarafından sağlanan 1 milyon Euro değerindeki ödülü paylaşacak.

H&M Vakfı tarafından 2015 yılında başlatılan yarışma, başlangıcından bu yana 20 binden fazla başvuru aldı. Yarışmanın daha önceki kazananları, önde gelen endüstri aktörleriyle iş birliği yapmaya devam ediyor. Bu yıl altıncısı düzenlenen yarışmanın kapsamı değişiyor. Moda endüstrisini döngüsel hale getirebilecek fikirler yerine, artık gezegende olumlu bir moda geleceği yaratmak için global ortak alanların bir veya birkaçına hitap eden çözümler aranıyor. Beş proje, uzmanlardan oluşan kurul tarafından seçilecek. Başvurular 20 Ekim'e kadar devam ederken kazananlar nisan 2022'de açıklanacak.



Inditex ivme kazanıyor

İSPANYOL hazır giyim devi Inditex, 2021 yılının ilk yarısında satışlarının yüzde 49 artışla 11,94 milyar Euro'ya ulaştığını açıkladı. Grup, online satışların bir önceki yıla kıyasla yüzde 36, 2019'a kıyasla ise yüzde 137 arttığını vurguladı. Inditex'in markaları arasında yer alan Zara'nın satışlarının 8,5 milyar Euro'ya, Pull&Bear'ın satışlarının ise 786 milyon Euro'ya yükseldiği açıklandı.

Grubun diğer markalarından olan Massimo Dutti 607

milyon Euro, Bershka 919 milyon Euro, Stradivarius 782 milyon Euro, Oysho 305 milyon Euro ve Utergüe 48 milyon Euro değerinde satış rakamlarına ulaştı. İlkbahar/yaz koleksiyonlarının müşteriler tarafından çok iyi karşılandığını açıklayan marka; bu süreçte mağaza satışlarının aşamalı olarak iyileştiğini, çevrim içi satışların ise hızla büyümeye devam ettiğini dile getirdi. Markanın yılın ilk yarısındaki brüt kârı 6,9 milyar Euro'ya yükseldi.



CROCS, 5 MİLYAR DOLAR GELİR HEDEFLİYOR

Kadın, erkek ve çocuklar için yenilikçi gündelik ayakkabı lideri olarak görülen Amerikalı Crocs markası, 2026 yılına kadar 5 milyar dolar gelir elde etmeyi hedefliyor. Hedeflenen bu büyümeyi destekleyen faktörlerin ise dijital satışlardaki artış, sandaletlerin artan pazar payı, Asya pazarında büyüme ve ürün ile pazarlamada yenilik yapmak olduğu ifade edildi. Marka

tarafından yapılan açıklamada; "Dijital satış birinci önceliğimiz olmaya devam edecek. 2026'nın sonuna kadar toplam gelirlerin en az yüzde 50'sinin dijital kanallardan elde edilmesini bekliyoruz." dendi. Sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarına da devam eden marka, 2030 yılına kadar net sıfır sera gazı salınımı taahhüdü kapsamında bir çift Crocs ayakkabısı başına, karbon ayak izinde yüzde 50 azalma hedefliyor.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan ihracatçılara müjde

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 28. Olağan Genel Kurulu ve İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nde ihracatçılara birçok konuda müjde verdi.



TİM'İN 28. OLAGAĞAN Genel Kurulu, 18 Eylül tarihinde gerçekleştirildi. Genel kurul ve ödül törenine Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yanı sıra Ticaret Bakanı Mehmet Muş, Hazine ve Maliye Bakanı Lütfi Elvan, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, ilk bin ihracatçı firma temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, dernek ve ilgili paydaş kurumların başkanları, TİM delegeleri, ihracatçı birliklerinin yönetim, denetim kurulu üyeleri ve delegeleri ile TİM konsey üyeleri katıldı. Türkiye'de 2020 yılında en fazla ihracat yapan ilk 10 firmaya ödülleri, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından takdim edildi. Törende 28 sektörün en fazla ihracat yapan şampiyonlarının ödülleri de Bakanlar ve TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından takdim edildi.

Kurulda, Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı 2020 Prestij Kitabı'nın tanıtımı gerçekleştirilirken yapılan araştırmanın sonuçları da paylaşıldı. İlk binde yer alan şirketlerin toplam ihracatı 92,6 milyar dolar, toplam ihracattan aldıkları pay ise yüzde 54,6 oldu. İlk binin yüzde 78,9'u yerli firmalardan oluştu. Bu firmalar, ilk bin firmanın toplam ihracatının yüzde 59,3'ünü gerçekleştirdi. İlk bin firmanın yüzde 57,5'i Marmara Bölgesi'nde yer aldı. 2020 yılında listede en fazla firması yer alan il ise 426 firma ile İstanbul oldu. Sektör bazında ilk bin ihracatçı listesindeki toplam ihracatın yüzde 9,4'ünü hazır giyim ve konfeksiyon sektörü gerçekleştirdi.

"YENİ İHRACAT REKORLARINI KIRMAYA DEVAM EDECEĞİMİZE SÖZ VERİYORUZ"
TİM Başkanı İsmail Gülle, törende yaptığı konuşmada Türk ihracatçısının başarısına dikkat çekti. Türk bayrağını dünyanın

dört bir yanında dalgalandıran ihracat ailesinin yeni rekorlara emin adımlarla yürüdüğünü vurgulayan Gülle; "İhracat ailesi olarak daha fazla üretim, daha fazla ihracat, daha fazla istihdam için elimizi taşın altına koymaya; Cumhuriyet tarihinin yeni ihracat rekorlarını kırmaya devam edeceğimize söz veriyoruz." dedi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ihracat ailesine verdiği desteğe vurgu yapan İsmail Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü: "İhracatçılarımızın son iki yılda hükümetimize ilettiğimiz 122 talebinin tamamı, ivedilikle çözüme kavuştuğu için müteşekkirimiz. Cumhurbaşkanımızın bizlere açtığı yolda ihracatımız, ihracatçı sayımız artıyor. İhracat birim değerimiz yükseliyor. Markalaşmayla, inovasyonla, tasarımla ürünlerimizin katma değerini yükseltiyoruz. Ülkemiz ve ihracatımıza değer katacak bir hayalimiz var; İstanbul'da ihracatçılarımızın ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte, ihracatçılarımızın ürünlerini gururla sergileyebileceği, uluslararası bir fuar merkezi. Bu hayalimiz için, ihracat ailesi olarak ne gerekiyorsa yapmaya hazırız. Eximbank'ın kaynaklarını güçlendirecek, ihracatçılarımızın finansmana erişimini kolaylaştıracak adımlar atılması, ihracatçılarımıza teminat şartı koşmayan yöntemlerin geliştirilmesi, ülkemizin cari işlemler dengesine önemli katkılar sağlayacaktır. Başta Cumhurbaşkanımızın destekleriyle bu hususların en kısa sürede çözüme kavuşacağına yürekten inanıyoruz."

Kurulda konuşan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; ihracatçılara sağlanacak destekleri açıkladı. Bu destekler arasında ihracatı geliştirme fonunun kurulması, Eximbank'ın yeniden yapılandırılması, İstanbul'a bir fuar merkezi kazandırılması ve uzak ülkelere ihracat stratejisi başlıkları ön plana çıktı.



"REFORMLAR SEKTÖRÜMÜZÜ DAHA İLERİ TAŞIYACAK"

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ihracat hedeflerine ulaşılmasına katkı sağlayacak müjdeleri ile ilgili değerlendirmelerde bulunan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe; "İhracatı geliştirme fonu, Eximbank'ın yeniden yapılandırılması, İstanbul'a bir fuar merkezi kazandırılması, uzak ülkelere ilişkin yeni ihracat stratejisinin açıklanması konularından büyük mutluluk duyuyoruz. 2021 yılında rekorlarına her geçen gün bir yenisini ekleyen, katma değerli ihracatta Türkiye'nin en büyük sektörlerinden biri olan hazır giyim sektörümüzü daha da ileriye taşıyacak bu reformlar için Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan, Ticaret Bakanımız Mehmet Muş ve TİM Başkanımız İsmail Gülle'ye teşekkürlerimizi sunuyoruz. Hazır giyim sektörünü temsil eden bir kurum olarak İstanbul'u moda merkezi haline getirmek istediğimizi her fırsatta söylüyoruz. Bu nedenle büyük bir fuar merkezine ihtiyacımız vardı. İhracatı geliştirme fonunun, sadece ihracatçılar tarafından kullanılacağı için sektörümüze büyük bir katkı sağlayacağına inanıyorum. Özellikle ham madde ulaşımında son dönemde yaşanan finansal problemlerin, bu şekilde kısa zamanda çözüleceğini düşünüyorum." şeklinde konuştu.



MUSTAFA GÜLTEPE
İHKİB BAŞKANI

"BU MÜJDELER BİZİ HEDEFLERİMİZE YAKLAŞTIRACAK"

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın müjdelere dolayısıyla büyük mutluluk duyduklarını ifade eden İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz; "Bu müjdeleri tekstil sektörümüzü ihracat hedeflerine daha çok yaklaştıracak reformlar olarak görüyoruz. İhracatçılarımızın finansman sorununun ihracatı geliştirme fonu ile çözüme kavuşturulması, Eximbank'ın yeniden yapılandırılması, İstanbul'a bir fuar merkezi kazandırılması ve ülkemizin uzak ülkelere ilişkin yeni ihracat stratejisi; tekstil sektörümüzü hedeflerine daha çok yaklaştıracaktır. Dünyanın en büyük beşinci tekstil ihracatçısı olan sektörümüzün, küresel ölçekte daha çok pay almasını sağlayacak bu reformlar için başta Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere, Ticaret Bakanımız Mehmet Muş ve TİM Başkanımız İsmail Gülle'ye teşekkürlerimizi sunuyorum ve tekstil sektörüne hayırlı olmasını diliyorum." dedi.



İTHİB BAŞKANI
AHMET ÖKSÜZ

"FUAR MERKEZİNİN HIZLI ŞEKİLDE HAYATA GEÇMESİNİ BEKLİYORUZ"

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ise "İhracatı geliştirme fonu sektör için çok önemli. Bu kaynağın sürdürülebilir ve yeterli olması gerekiyor. Fonun, sadece ihracata yönelik olması ve teminat sorununu çözen bir yaklaşım olması çok önemli. Altyapı çalışmalarının başlamış olduğu fuar merkezinin hızlı

bir şekilde hayata geçmesini bekliyoruz. İstanbul'a bir alanın yeterli olacağını düşünmüyorum. Mutlaka Anadolu yakasına, fuar merkezinin farklı bir konsepti yapılması gerekir. Türkiye ve İstanbul birkaç fuar merkezini kaldıracak kapasitede. Bu projeden sonra Türkiye'de ihracata yönelik fuarların daha iyi desteklenmesi lazım. Sekiz bin kilometre menzili hedef olan uzak ülkeler stratejisinde devletin desteği büyük önem taşıyor. Bu konuyla ilgili önemli olan noktalar; küçük ihracatçıları ve KOBİ'leri



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB BAŞKANI

buralara taşımak ve lojistik merkezleri. Özellikle Afrika'da ayakkabı sektörümüz için büyük potansiyeller var bunları değerlendirmemiz lazım." dedi.

"REFORMLAR İHRACATÇILARI GÜÇLENDİRECEK"

İHİB Başkanı Uğur Uysal, konuyla ilgili yaptığı açıklamada: "Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın ihracat ailesine verdiği ihracatı geliştirme fonu, İstanbul'da yeni bir fuar merkezi, Eximbank'ın yeni yapısı ve uzak ülkeler için oluşturulacak yeni ihracat stratejisi müjdeleri, ihracatımızın hedeflerimize yaklaşmasında büyük önem arz etmektedir. Ülkemize ve milletimize büyük katkısı olacak, ihracatçılarımızın güçlenmesinde etkin rol oynayacak bu reformlar için en başta Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'a, Ticaret Bakanımız Mehmet Muş'a ve TİM Başkanımız İsmail Gülle'ye tüm halı sektörü ailesi adına teşekkürlerimi sunuyorum." dedi.



UĞUR UYSAL
İHİB BAŞKANI

2020 İHRACATIN ŞAMPİYONLARI**Hazır giyim ve Konfeksiyon**

TGS DIŞ TİC. A.Ş.
PERGAMON STATUS DIŞ TİC. A.Ş.
TAHA PAZ. VE MAĞAZACILIK A.Ş.

Tekstil ve Ham Maddeleri

AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZARLAMA A.Ş.
KORDSA TEKNİK TEKSTİL A.Ş.
AKINAL SENTETİK TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.

Deri ve Deri Mamulleri

TGS DIŞ TİC. A.Ş.
FLO MAĞAZACILIK VE PAZARLAMA A.Ş.
TAHA PAZ. VE MAĞAZACILIK A.Ş.

Halı

ERDEMOĞLU DIŞ TİC. A.Ş.
DOST KARDEŞLER TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
KARTAL HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

İhracatçılar Ticaret Bakanı ile bir araya geldi



TİM GENİŞLETİLMİŞ Başkanlar Kurulu toplantısı, Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla 13 Eylül'de yapıldı. İhracat ailesinin Ticaret Bakanı Muş'a talep ve önerilerini aktarma imkânı bulduğu toplantıda; TİM Başkanı İsmail Gülle, yaptıkları çalışmalarını ve gelecek hedeflerini paylaştı.

İhracatçı birliklerin başkanlarının da katıldığı toplantı, Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi. Toplantıda yaptığı konuşmada pandemi döneminde ihracatçıların önlerine çıkan tüm zorlu engelleri aşmayı başardığına vurgu yapan TİM Başkanı Gülle; "Göreve geldiğimizden bugüne, ihracatçı birliklerimizin

başkanları ile ülkemiz ihracatını daha ileriye götürmek için ihracatı ilgilendiren her alanda sorumluluk ve farkındalık hisleriyle çalışmalarımızı yürütüyoruz. 2020 yılını, ihracat hedefimizin üstünde, 169,6 milyar dolarla kapattık. 2020'nin dördüncü çeyreğinden itibaren ihracatımızda güçlü bir toparlanma görüldü. Bu ivme 2021'de de artarak devam etti. Temmuz ayı itibarıyla tarihimizde ilk defa 12 aylık periyotta 200 milyar doları aştık. Son 12 ayımızın 10'unda aylık ihracat rekorlarına imza attık. Yılın ilk sekiz ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 37 artışla 140 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Bu büyük başarı, değerli başkanlarımızın ve ihracat ailemizin her bir üyesinin eseri. Tüm başkanlarımızı, bu büyük başarılarından dolayı bir kez daha tebrik ediyorum. Hükümetimizin de destekleriyle, yeni dönemde ihracat hedeflerimize kararlılıkla yürümeyi sürdüreceğiz. Ümit ediyorum ki; ihracatımızı bugüne getiren gayretlerimizi artıracacağız ve Türkiye'yi beş sene 300 milyar dolar ihracata taşıyacağız." dedi.

İhracatın tabana yayılması adına çalışmalar yaptıklarını aktaran Gülle, şöyle devam etti: "Ülkemizin dinamosu olan KOBİ'lerimizi de unutmadık. Bu kapsamda, TİM KOBİ ihracat seferberliği eğitim programlarını aralıksız şekilde sürdürdük. Seferberliğimizin sonuçlarını, ihracatçı firma sayılarımızda da net bir şekilde görmekteyiz. 2020'nin her ayında ortalama bin 500 yeni firmamız ihracata başladı. 2021'de bu ortalama, daha da yükselerek aylık bin 700 seviyelerine çıkmış durumda. Daha güçlü bir Türkiye için, daha güçlü ihracatın vazgeçilmezliğinin bilincinde olduk. Yıllık ihracatı da bu sene 200 milyar doların üzerine taşıdık. İnşallah yıl sonunda, Orta Vadeli Program'da belirlenen 211 milyar dolar ihracata hep beraber ulaşacağız."

Tim Kadın Konseyi'nin yol haritası, Ticaret Bakanı ile paylaşıldı

TÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi (TİM), bünyesinde faaliyet gösteren TİM Kadın Konseyi, kadın ihracatçı sayısının artması ve kadınların iş dünyasında daha etkin olması amacıyla çalışmalarına devam ediyor. Konsey, TİM Başkanı İsmail Gülle'nin başkanlığında, Ankara'da Ticaret Bakanı Mehmet Muş'u ziyaret ederek projelerini ve yol haritasını paylaştı. Ticaret Bakanlığı'nda yapılan ziyarette Gülle; "Güçlü kadın, güçlü ihracat, daha güçlü Türkiye" başlıklı, konseyin faaliyetlerini içeren bir sunum yaptı.

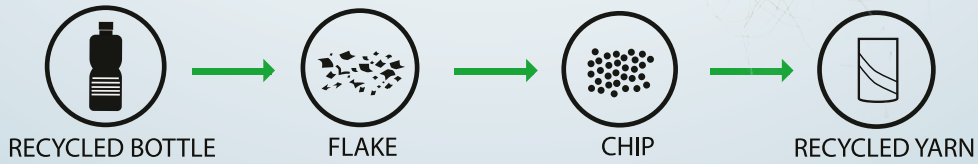
TİM olarak kadınları her alanda ve platformda desteklediklerine vurgu yapan Gülle, "Kadınlarımız; hayatın her alanında olduğu gibi ekonomide, istihdamda ve ihracatta fark yaratıyor. Sürdürülebilir kalkınmanın, ancak kadınlarımızla mümkün olduğunun bilincindeyiz. Bu bilinçle kadın ihracatçı ve girişimci sayımızı artırmak, iş dünyasında kadın istihdamını geliştirmek, daha fazla kadının iş dünyası ve sivil



toplum kuruluşlarında temsil edilmesini sağlamak amacıyla meclisimiz bünyesinde TİM Kadın Konseyi'ni oluşturduk. Kadın ihracatçılarımızın her bir başarısı, bizleri gururlandırıyor. Türkiye ihracatla, ihracat kadınlarımızla beraber yükselecek." dedi.



Welcome to Greener World



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



Alman Mamul Ürün İthalatçıları Birliği ile toplantı gerçekleştirildi

Alman Mamul Ürün İthalatçıları Birliği, Dış Ticaret Kompleksi'nde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'ni (İTHİB) ziyaret etti.

İHKİB BAŞKANI Mustafa Gültepe ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer, 1969 yılından bu yana faaliyet gösteren Alman Mamul Ürün İthalatçıları Birliği Genel Müdürü Dr. Michael Arretz ile bir araya geldi. İki ülke arasındaki karşılıklı iş birliği fırsatlarının değerlendirildiği 9 Eylül'de gerçekleşen toplantıda, tedarik zincirine yönelik yeni düzenlemeler ve olası iş birliği imkânları gündeme alındı.

YENİ YASANIN SEKTÖRLERE YANSIMALARI DEĞERLENDİRİLDİ

170'ten fazla üyesinin büyük bölümünün tekstil ve hazır giyim firmaları olduğunu belirten ve temsil ettikleri firmaların özellikle Amazon, Alibaba, Zalando gibi büyük pazar yerlerinde faaliyet gösterdiğini söyleyen Arretz; Almanya'da 2021 yılı haziran ayında yürürlüğe giren "Supply Chain Act" ile ilgili bilgiler verdi. Almanya'da yerleşik ya da yabancı, 2023 yılı itibarıyla ülkedeki kayıtlı şubelerinde 3 binden fazla çalışanı olan ve 2024 yılı itibarıyla da kayıtlı şubelerinde binden fazla çalışanı olan firmalar; tedarik zincirlerindeki sosyal sorumluluk ve çevresel etkilerden doğrudan sorumlu olacak. Yasanın ihlali durumunda Alman şirketleri için para cezası söz konusu olabilecek. Arretz; bu yeni düzenleme ile birlikte Almanya'daki ithalatçıların, tedarik tercihlerini sosyal sorumluluk ve çevresel standartlar çerçevesinde üretim yapan üreticilerden yana kullanmak istediklerini belirterek bu çerçevede ilk tercihlerinin Türkiye olduğunu ifade etti. Almanya'daki büyük markaların, özellikle tedarikçilerinden bu düzenleme ile sosyal sorumluluk ve çevre standartları konusunda

faaliyetlerini belgelendirmelerini bekleyeceklerini de sözlerine ekledi.

AB pazarında tekstil ve hazır giyim sektöründe Çin'in mevcut payının halihazırda Türkiye'ye kaydığı ve Türkiye'nin AB'de yükselen bir trend olduğunun belirtildiği toplantıda ayrıca Çin'in Sincan Bölgesi'ndeki insanlık dışı zorla çalıştırmalar sebebiyle küresel firmaların Çin'den ithalat yapmaya soğuk baktığı da gündeme getirildi. Bu durumun düşük fiyat-yüksek kalite kriterlerinin de sağlanması koşulu ile Türkiye için daha büyük fırsatlar yaratabileceği değerlendirildi.

"TÜRKİYE, ALICILARIN TALEPLERİNİ KARŞILAYABİLİR"

Mustafa Gültepe, Türk tekstil ve hazır giyim sektörlerinin sosyal sorumluluk ve çevre standartları konusunda diğer tedarikçi ülkelerden oldukça ileride olduğunu ve Türkiye'nin Supply Chain Act'e hazır olduğunu belirtti. Gültepe; ayrıca tasarım, kalite, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk konularında Türkiye'nin sektörel olarak alıcıların taleplerini doğrudan karşılayabileceğini ancak fiyat noktasında karşılıklı görüşmelerin gerekli olacağını değerlendirdi.

Mustafa Denizer ise Almanya başta olmak üzere diğer Avrupa Birliği ülkelerinde katılım sağlanan fuarların, Türk üreticilerin ilgili birliğin üyeleriyle bir araya getirilebilmesi için iyi bir buluşma olabileceğini aktardı. İş birliği geliştirilebilmesi için önemli ve olumlu bir ilk adım olarak değerlendirilen toplantı, her iki ülkenin sektörler özelinde karşılıklı dış ticaret hacmi ile ilgili bilgiler paylaşılmasının ardından sona erdi.

İŞ BANKASI VE TİM İŞBİRLİĞİ, İHRACATTA GÜCÜNÜZE GÜÇ KATIYOR!

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) üyelerine özel 500 bin dolar/euro veya 3 milyon TL'ye kadar kredi desteği yalnızca İş Bankası'nda! Üstelik Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olma, TİM ve İhracatçılar Birlikleri aidat taksitlendirmesi ve fuarlara katılım kredisi gibi imkânlar da sizleri bekliyor.



İş Bankası ve Türkiye İhracatçılar Meclisi, dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme, kampanyayı sona erdirmeye hakkını saklı tutar. Kredi talepleri için son karar İş Bankası tarafından verilecektir. İş Bankası, kredi talebini reddetme ya da gerekli gördüğü takdirde farklı şartlarda kredi tahsis etme ve teminat talep etme hakkına sahiptir.



25 Kasım 2021 Perşembe

Hibrit Etkinlik

Zorlu PSM - Sanal Platformda

Kayıt ve detaylı bilgi için: www.sustainabilitytalksistanbul.com

Turkish Textile ve Orbit Consulting İş Birliğinde



ORBIT CONSULTING



Ana Sponsor



Konu Başlıkları

- Döngüsellik • Hammadde • İzlenebilirlik
- Temiz Üretim • Dijitalleşme

Açıklanan Konuşmacılar

Andrew Olah - Kingpins Show

Calvin Woolley - IKEA

Chiara Catgiu - Ellen MacArthur Foundation

Denis Druon - Marmara Hemp

Ece Börü - TSKB

İhsan İpeker - İpeker

Liesl Truscott - Textile Exchange

Miguel Sanchez - Transformers Foundation

Nicholas Prophte - PVH Corporation

Romain Narcy - EREKS Blue Matters

Ruth Farrell - Eastman

Serdar Demircioğlu - Kaiser / Dystar

Volkan Takmaz - Vatek Çevre

Zafer Kaplan - Gama İplik

DyStar

EREKS | *Blue*
MATTERS

EASTMAN

ELLEN MACARTHUR
FOUNDATION

GAMA Recycle

IKEA

İPEKER

Kaiser
Sharing the Knowledge

**KINGPINS
SHOW**

**MARMARA
HEMP**

PVH

TextileExchange
Creating Material Change

**TRANSFORMERS
FOUNDATION**

TSKB

VATEK
ÇEVRE TEKNOLOJİLERİ

Diğer konuşmacılar için takipte kalın!

Fas Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi Birliği temsilcileri ile bir araya gelindi



İHKİB YÖNETİM Kurulu Üyesi Nazım Kanpolat ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ali Sami Aydın, 14 Eylül tarihinde Fas Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi Birliği (AMITH) temsilcileri ile bir araya geldi. Toplantıda, Türkiye-Fas iş birliği imkânlarına yönelik değerlendirmeler paylaşıldı.

Toplantıda, 2006 yılında imzalanan Türkiye-Fas serbest ticaret anlaşmasının (STA) sektörel ticaretimize etkileri değerlendirilirken STA kapsamı dışında bırakılan suni sentetik kumaşlar, battaniyeler, havlu ve bazı hazır giyim ürünlerinin mevcut durumu gündeme alındı. Fas tarafından ithalata getirilen vergilerin görüldüğü toplantıda, Fas gümrüklerinde yaşanan tarife dışı engellere ilişkin hususlar da paylaşıldı.

Ali Sami Aydın; toplantıda yaptığı konuşmada Türkiye ve Fas'ın gerek tarihi gerek kültürel gerekse lojistik yakınlıkları sebebiyle çok yakın ilişkiler geliştirebileceğini ifade etti. Aydın; "STA sonrası iki ülkenin de lehine gelişen ticaret hacmi, bunun en

açık göstergesi. Türk tekstil sektörü müteşebbisleri Fas'ta yatırım yapabilir, bu konuda firmalar ve sektörler arası iş birliği imkânları artırılabilir ancak Fas tarafının STA kapsamı dışında bıraktığı ürün grupları, artırdığı gümrük vergileri ve özellikle son birkaç yıldır uygulanan tarife dışı önlemler iki ülkenin ticaret hacminin potansiyelinin yansıtılmamasına sebep oluyor. Bu önlemler bizi, kazananı olmayan bir sonuca götürüyor. Türk tekstil sektörü olarak iki ülke arası iş birliğinin artırılmasına yönelik her türlü girişimin destekçisi olmaya hazırız. Sizlerden de Fas tarafının uyguladığı önlemlerin kaldırılmasına yönelik girişimlerde bulunmanızı bekliyoruz." dedi.

Gerçekleştirilen toplantıda Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörlerinin küresel ölçekteki rekabetçiliğine ilişkin veriler paylaşılırken, Fas'ın küresel ölçekte tekstil ve hazır giyim ithalatı, en büyük ithalat ve ihracat pazarlarına ilişkin veriler ve potansiyel iş birliği projelerine ilişkin görüşler değerlendirildi.

Amaç; sürdürülebilir pamuk üretimi

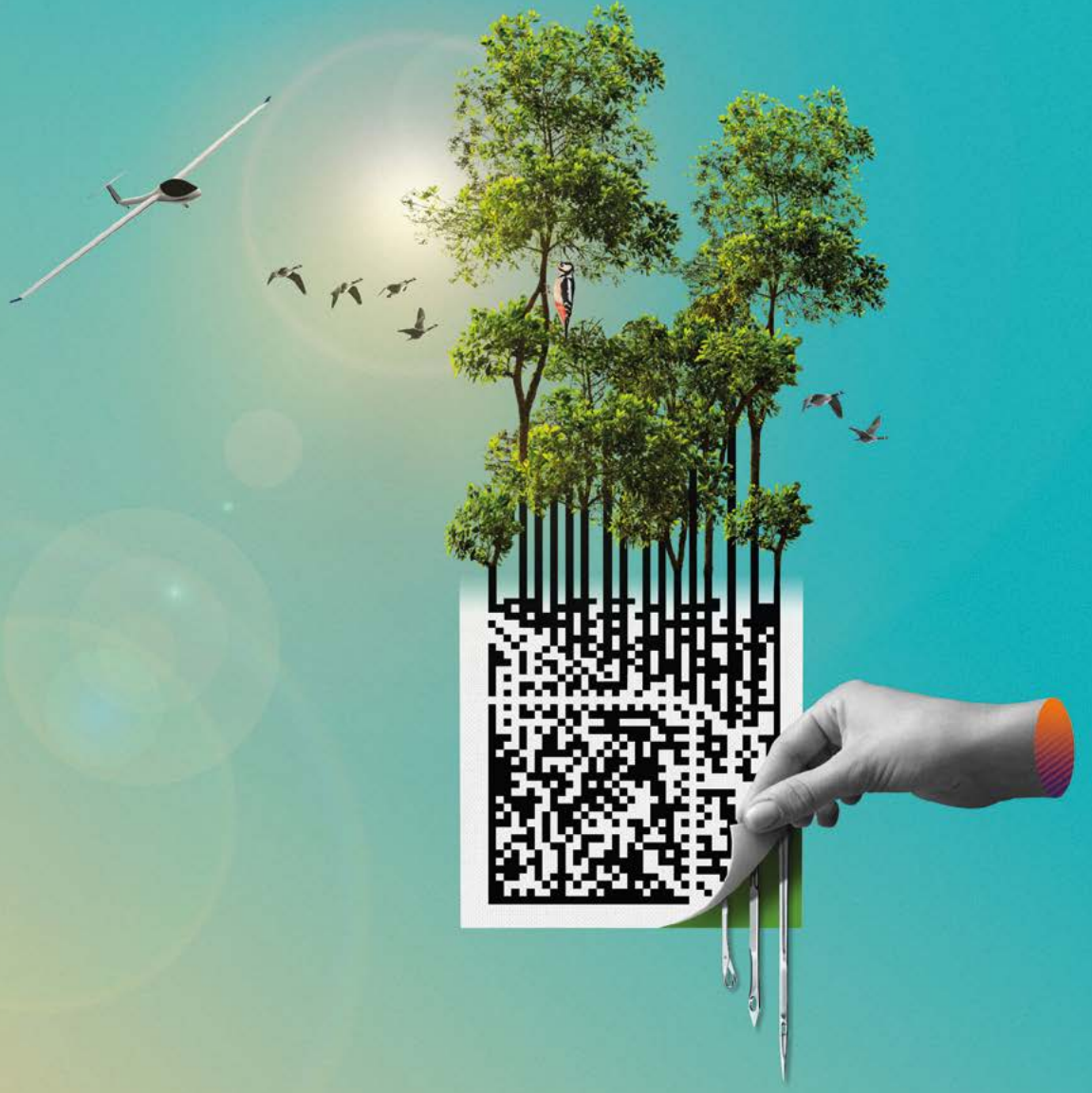
TARIM VE ORMAN Bakanlığı Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü ile 21 Eylül tarihinde, sürdürülebilir pamuk üretimine yönelik değerlendirme toplantısı gerçekleştirildi. Toplantıda, sürdürülebilir ve organik pamuk üretimine yönelik görüşler paylaşıldı. Tekstil sektörünün ana ham maddesi olan pamuk ürün grubunun daha fazla üretilmesine yönelik öneriler Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü katılımıyla değerlendirildi.

Toplantıya İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyesi Zekeriya Tanrıverdi ile İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet



Kaya katıldı. Toplantıda, Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü Daire Başkanı Dr. Başak Egesel; pamuk üretiminin teşvik edilmesi ve artırılmasına yönelik değerlendirmelerini paylaştı. Toplantıda, pamuk üretiminin artırılması için yeni tarım alanları oluşturulmasına yönelik değerlendirmeler paylaşıldı. Toplantıda ayrıca organik tarım yapılabilen alanların tespitinin yanı sıra

tarım üreticilerinin de aynı ölçüde teşvik edilmesine yönelik hususlar görüldü.



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 iğnelerinin, 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

Ekoteks, kırtasiye ve oyuncak testlerini gerçekleştiriyor

Okulların açılması ile piyasadaki kırtasiye ve oyuncak ürünlerine dair denetimlerin kapsamı da arttı. Ticaret Bakanlığı, piyasa denetimlerini resen veya tüketici şikayetleri üzerine gerçekleştiriyor. Çocukların riskli bir ürüne maruz kalmasını önlemek için ürünler üzerinde çeşitli fiziksel ve kimyasal testlerin yapılması zorunlu hale geldi.

ÜRÜN TASARIMINDAKİ yenilikler ve çeşitliliğin her geçen gün artması ile oyuncaklarda ürün güvenliği hem tüketiciler hem ülkelerin denetim otoriteleri hem de tedarik zincirindeki firmalar için en kritik konu olarak karşımıza çıkıyor. Oyuncaklarda en güncel standartlara ve gerekliliklere uygun şekilde akredite olarak testlerini gerçekleştiren Ekoteks, uzman kadrosu ve deneyimi ile ürün güvenliği testlerini Ticaret Bakanlığı'nın onaylı laboratuvarı olarak yapıyor.

Ekoteks oyuncakların güvenliğine ve serbest dolaşımına ilişkin usul ve esasları belirleme amacı taşıyan yönetmelik kapsamında, testleri kendi bünyesinde gerçekleştiriyor. Özellikle 14 yaş altı çocuklar tarafından oyunlarda kullanılan ürünler, ilgili yönetmelik kapsamında teste tabi tutuluyor. Oyuncakta teste başlamadan önce en önemli aşama, yaş grubunu belirlemek olarak biliniyor. Bunun için hem ürün üzerindeki etikette belirtilen yaş bilgisi kontrol ediliyor hem de laboratuvar tarafından uygun bulunan yaş grubu tespit ediliyor. Yaş grubunun tespitinde CR 14379 standardı referans alınır, EU kılavuz belgelerinde resimli örneklerden faydalanılır, oyuncakın kullanım özellikleri değerlendirilerek yaş grubu tayin edilmeye çalışılır ve RAPEX recall örnekleri de değerlendirmede dikkate alınabilir.

YAŞ GRUBUNA GÖRE ANALİZLER YAPILIYOR

Yaş grubu, 36 aydan küçükler ve büyükler olarak ikiye ayrılır. Eğer oyuncak üç yaş altı için uygun bulunursa bu durumda, 10 ay üzeri ve 18 ay üzeri için uygun olup olmadığına yönelik gruplandırılma yapılır. Bu kategorilere göre, oyuncak yönetmeliği içerisinde yer alan hangi maddelerin uygulanıp uygulanmayacağına karar verilir. Oyuncak bebekler, pelüş oyuncaklar, oyuncak kitaplar, yapbozlar, su oyuncakları, diş kaşıyıcılar, taşıtlar, toplar, oyuncak bebek arabaları, oyuncak kapsamına giren kırtasiye ürünleri başta olmak üzere, birçok oyuncak ve kırtasiye ürünleri için testler uygulama kapsamındadır. Ayrıca fiziksel ve kimyasal ürün güvenliği testleri, risk değerlendirmesi ve uygun yaş grubuna göre etiketleme kuralları;

Ekoteks analizleri ile gerçekleştiriliyor. Çocuk bakım ürünlerinin fiziksel ve kimyasal uygunluk testlerinden emzikler TS EN 1400, biberonlar ise TS EN 14350-1/2, emzik bağlayıcıları TS EN 12586 standardı kapsamında teste tabi tutuluyor. TS EN 1273 bebek yürüteçleri-güvenlik kuralları ve deney yöntemleri; Ekoteks'in akredite olarak gerçekleştirdiği testler kapsamında.

DENETİM SONUCU İDARİ PARA CEZASI UYGULANABİLİYOR

Piyasa gözetimi ve denetimi; ürünün piyasaya arzı veya dağıtım aşamasında veya ürün piyasada iken ilgili teknik düzenlemeye uygun üretilip üretilmediğini denetlemek, güvensiz ürünlerin güvenli hale getirilmesini temin etmek gerektiğinde yaptırım uygulanmasını sağlamak amacı ile bakanlık ve il müdürlükleri tarafından yapılan faaliyetleri kapsıyor. Piyasa gözetiminde denetçiler; denetleme, inceleme, araştırma ve gerekli önlemleri almakta yetkili ve görevlidirler. Denetim alanları; mağazalar, dükkân, depo, ambar, nakil araçları ve benzeri her türlü depolama ve satma faaliyetinin yapıldığı alanları kapsıyor. Bakanlık denetimleri, resen veya şikâyet üzerine yapılabilirken denetim sonucunda güvenli olmadığı belirlenen ürünlere ilişkin üreticinin tespiti yapılıyor. Bunun mümkün olmadığı durumlarda dağıtıcı, üretici olarak kabul ediliyor. İlgili üreticinin yurt dışında olması halinde temsilci veya ithalatçı muhatap alınırken denetim gerekli görülen durumlarda, bakanlıkça yetkilendirilmiş test ve



EKOTEKS BÜNYESİNDE AKREDİTE OLARAK GERÇEKLEŞTİRİLEN OYUNCAK VE KIRTASIYE TESTLERİ

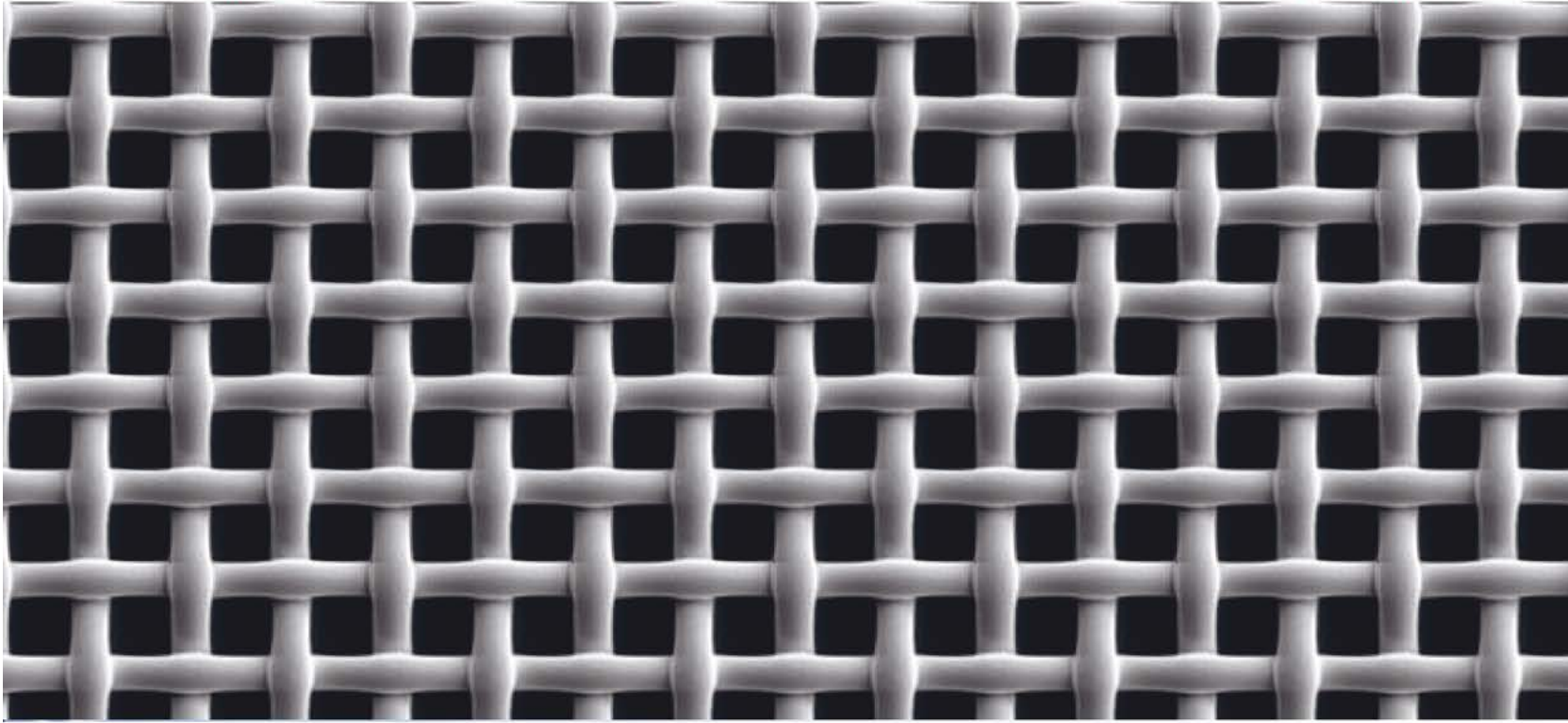
- EN 71-1: Mekanik ve Fiziksel Uygunluk
- EN 71-2: Alevlenebilirlik
- EN 71-3: Belirli Elementlerin Göçü
- EN 71-9.10.11: Organik Kimyasal Bileşikler
- EN 71-12: Nitrozamin ve Nitrozlanabilen Maddeler
- DIN EN 14362-1: Azo boyarmaddeler
- EN 14372: Fitalatlar

muayene laboratuvarlarından yararlanılıyor.

Denetimde görevli personel, gerekli gördüğü takdirde her türlü testi yaptırmak üzere numune alabiliyor. Oyuncak güvensiz ise il müdürlüğü, gerekli önlemleri alıyor. Ayrıca bakanlık tarafından idari para cezası uygulanıyor. Piyasa gözetiminde belirlenen faaliyetlerin masrafları, bakanlık tarafından karşılanıyor ancak teknik düzenlemeye uygun veya güvenli olmadığı belirlenen hallerde masraflar üreticiye ait oluyor. Denetim sonucunda güvenli olmayan ürünlerin piyasaya arzı yasaklanıyor.

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 Buttım 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

İMA'dan online eğitimler

Moda endüstrisinin ihtiyaç duyduğu güncel meslek kollarını belirleyen ve buna yönelik eğitim programları geliştirerek sektörün profesyonelleşmesi ve yeni istihdam alanlarıyla zenginleşmesinde öncü rol oynayan İstanbul Moda Akademisi; her ay planladığı kısa süreli online eğitimler ile geniş bir seçki sunuyor.



İSTANBUL MODA Akademisi'nde sektörel ilişkilendirilen eğitim içerikleri ve firmalar ile gerçekleştirilen projeler sayesinde öğrenciler, profesyonel iş yaşamlarıyla bir köprü kurarak diğer adayların önüne geçiyor. İMA'da ekim ayı için altı adet kısa online eğitim planlanırken eğitimler, uzaktan eğitim şeklinde gerçekleştirilecek.

Moda Tasarımında Çizim Teknikleri Orta Düzey - 05 Ekim

Moda tasarımı çizim teknikleri başlangıç düzey eğitiminin devamı niteliğinde olan bu eğitimde, tasarımda kullanılan figürlerin hareketi, kıyafet çizim teknikleri ile renkleri bir araya getirme, marker uygulama gibi teknik çizim becerilerinizi geliştireceksiniz.
Eğitmen: Dilara Bozdağ

Sürdürülebilir Moda - 06 Ekim

Sürdürülebilir moda kavramı, tekstil endüstrisinin çevreye etkileri, üretimde aranan global derecelendirme ve sertifikasyon kriterleri, bu akıma öncülük eden marka örnekleri ve çalışmaları hakkında bilgi sahibi olarak sürdürülebilir moda döngüsünün bir parçası olmaya adım atacaksınız.
Eğitmen: Sinem Çelik

Lüks Marka Yönetimi - 11 Ekim

Lüks ürünlerin tüketici üzerindeki psikolojik etkilerinden yola çıkarak yönetimsel stratejilerini



inceleyecek, hedeflenen tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını ve standartları öğreneceksiniz.
Eğitmen: Fatoş Özen

Moda Perakendesinde Merchandising ve Satın Alma - 11 Ekim

Moda ve tekstil sektöründe satın alma ve merchandising alanlarında kariyer hedefleyenlere yönelik hazırlanan başlangıç seviyesindeki bu eğitimde, satın alma süreçlerindeki temel dinamiklere hakim olacaksınız.
Eğitmen: Yulet Nur

Trend Takibi ve Analizi - 19 Ekim

Bu eğitimle trendleri anlayacak, nasıl belirlendiklerini keşfedecek, ardından trendleri analiz etmenize ve yorumlamanıza yardımcı olacak temel araçları öğreneceksiniz. Finalde ise gelecek sezonda bizleri hangi trendlerin beklediğine yanıt arayacaksınız.
Eğitmen: Tuba Yıldırım

Moda Tasarımında Çizim Teknikleri İleri Düzey - 26 Ekim

Moda tasarımı çizim teknikleri orta düzey eğitiminin devamı niteliğinde olan bu eğitimde, tasarımda kullanılan figürlerin hareketleri ve kıyafet çizim teknikleri ile renkleri ve dokuları bir araya getirerek moda tasarımı teknik çizim becerilerinde profesyonelleşeceksiniz.
Eğitmen: Dilara Bozdağ

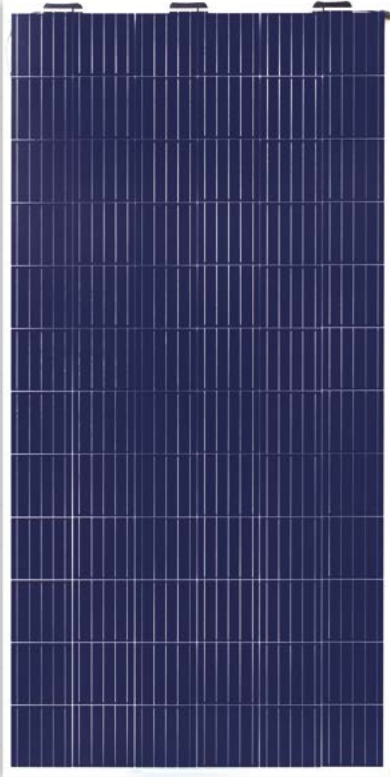


Detaylı bilgi için QR kodu kullanabilirsiniz.



AKILLI BİNALARIN, ÇATILARIN, ARAZİLERİN, OTOPARKLARIN
VE YÜZER GES'LERİN CAM CAM ÇİFT YÜZLÜ

PANEL LİDERİ GTC



- ✓ AA yangın koruma sınıfı,
- ✓ Çerçevesiz mekanik dayanıklılık,
- ✓ Çift yüzlü enerji,
- ✓ Estetik bütünlük,
- ✓ Yüksek enerji verimliliği bizimle mümkün..

sales@gtctrade.com

+90 416 290 35 35

+90 216 370 52 16

 /GtcSolar

 /GTCsolarsystems

 /gtcsolar

 /company/gtc-solar

 /GtcSolar



Hazır giyim sektörünün üretim üssü Anadolu

Anadolu'daki üretim yatırımlarını artırmaya devam eden hazır giyim sektörü, Malatya'da bir araya geldi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin başkanlığında gerçekleşen Anadolu üretim üssü/Yatırım teşvikleri basın toplantısı, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Urfi Akbalık ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Paşahan'ın katılımı ile düzenlendi.

KATMA DEĞERLİ üretimi, ülkeye her yıl kazandırdığı ortalama 16 milyar dolarlık net döviz getirisini ve istihdama katkısı ile Türkiye'nin stratejik sektörleri arasında yer alan hazır giyim endüstrisi, bölgesel teşviklerin amacına uygun kullanımında da fark yarattı. 10 yılda, 15,2 milyar TL'lik teşvikli yatırımla 386 bin kişilik yeni istihdam yaratan sektör, bu yıl 19 milyar doların üzerinde ihracatla yeni bir rekora hazırlanıyor.

İSTANBUL'A 10 YILDA 3,3 MİLYAR TL'LİK TEŞVİKLİ YATIRIM YAPILDI

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, hazır giyim firmalarının son dönemde yaptıkları yatırımlarla küresel markaların üretim üssüne çevirdikleri Malatya'daki fabrikaları ziyaret etti. Ziyaret ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Gültepe, Türkiye'yi moda endüstrisinde halen bulunduğu beşinci sıradan çıkarıp ilk üçe sokmayı hedeflediklerini hatırlattı. Bu hedef doğrultusunda İstanbul'u moda

merkezi, Anadolu'yu üretim üssü yapmak için kolları sıvadıklarını bildiren Gültepe; "Hazır giyim sektörü olarak Ar-Ge ve dijitalleşmeyi önemsiyor ve sektör firmalarımızın bu alandaki yatırımlarını destekliyoruz. Devletimizin 2012'de başlattığı bölgesel teşvik uygulamasının da pozitif etkisi ile firmalarımız, son 10 yılda Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde çok önemli yatırımlara imza attı. Özellikle beşinci ve altıncı bölgelere yaptığımız yatırımlarda uzun süreli iş birliği yaptığımız yabancı partnerlerimizin teşvikinin de altını çizmem gerekiyor. 2012'den bu yana sektörün toplamda 15,2 milyar TL'lik teşvikli yatırım yaptığı görülüyor. Bu yatırımlarda dünyanın en önemli moda merkezlerinden biri yapmak istediğimiz İstanbul, yaklaşık 3,3 milyar TL ile ilk sırada yer alıyor. İstanbul merkezli 408 firmamız; bu teşviklerle dijitalleşme, tasarım, Ar-Ge kapasitelerini geliştirdiler. Teşviklerle altıncı bölgede 4,8 milyar TL, beşinci bölgede ise 2 milyar TL olmak üzere 6,8 milyar TL'lik yatırım



yaptık. Teşvikli yatırımlarla sağlanan 386 bin kişilik istihdam kapasitesinin 294 binini, bu bölgelerde ülkemize kazandırdık.” dedi.

Anadolu’da hazır giyim firmalarının en çok teşvikli yatırım yaptığı iller sıralamasında Batman’ın başı çektiğine değinen Gültepe; “Batman’da 434 firmamız tarafından, 1,6 milyar TL’lik yatırıma imza atıldı. Batman’ı 934 milyon TL ile Malatya ve 823 milyon TL ile Diyarbakır izliyor. Bu teşviklerle aynı zamanda sektörümüzün ve ülkemizin geleceğine yatırım yapıyoruz. Birçoğu küresel markalara üretim yapan fabrikalarla katma değerli ihracat kapasitemizi artırıyoruz. Teşviklerin yanı sıra sektörümüzün hızı ve uyum kapasitesi sayesinde pandeminin ilk döneminde uluslararası bir krize dönüşen maske ve koruyucu giysi üretiminde Türkiye, küresel bir oyuncu oldu. Firmalarımız geçen yıl sadece birkaç ayda 3 milyar TL’nin üzerinde teşvikli yatırımla maske ve koruyucu giysi üretiminde Türkiye’yi, dünyanın en büyük ikinci ülkesi yapmayı başardılar.” şeklinde konuştu.

"SON 10 YILDA 386 BİN KİŞİLİK YENİ İSTİHDAM YARATTIK"

Mustafa Gültepe, hazır giyim sektörünün bölgesel teşviklerle özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde istihdama da önemli bir katkı sunduğunun altını çizdi. Teşvikleri en az birim maliyetle istihdama dönüştürmede de öncü olduklarını anlatan Gültepe, şöyle devam etti: “Firmalarımız 10 yılda, 15,2 milyar TL’lik teşvikli yatırımla 386 bin kişilik yeni istihdam yarattı. Bir

HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNDE YENİ NESİL İHRACAT TEŞVİK ÖNERİLERİ

- Nitelikli üreticiler; dijital altyapı yatırımları ile e-ihracat uygulamaları ve bu alanlarda kapasite geliştirme faaliyetleri, firmaların sermaye ve mali altyapılarını güçlendirme projeleri, sürdürülebilirlik ve uyum çalışmaları desteklenmeli.
- Besinci ve altıncı bölgelerde özel ihtisas bölgesi uygulamalarına benzer kümelenmeler oluşturulmalı.
- İstihdam desteği etkinliği artırılırken kadın istihdamına daha çok teşvik sağlanmalı.

ŞANLIURFA HOSAB PROJESİ

Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgesi (HOSAB) Projesi, 2013’te İHKİB ve Sanlıurfa İkinci Organize Bölgesi Yönetimi’nin iş birliği ile başlatıldı. Proje ile İHKİB’in 3 bin kişilik istihdam taahhüdü karşılığında hazır giyim firmaları için 350 dönüm alan tahsis edildi. Yatırım yapmak isteyen firmalar için mimarlık ofisi ile anlaşarak geliştirilmiş standartlarda ve teknik yapıda bütünlük sağlayacak projeler hazırlandı. Proje küme koordinasyon merkezi ve sosyal alanları ile birlikte sektör özelinde ülkenin ilk kümelenme modeli oldu.

TERSİNE GÖÇ PROJESİ

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde binlerce gence devlet tarafından işsizlik maaşı veriliyor. İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) tarafından hazırlanan Tersine Göç Projesi ile bölgede yatırımların artırılarak söz konusu gençlerin istihdama kazandırılması hedefleniyor. Proje çerçevesinde atıl durumdaki kamu binalarının tekstil ve konfeksiyon üretim atölyelerine dönüştürülmesi, istihdam edilecek gençlerin de işsizlik maaşının üzerindeki diğer maliyetlerinin işveren tarafından karşılanması öneriliyor.





HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN YATIRIM GÜNDEMİ

- Sektörümüzün üretim kapasitesini artırmalıyız.
- Avrupa ve ABD'den Türk hazır giyim sektörüne talep yağıyor. Rüzgâr arkamızda. Yatırım yapmak için en doğru zamandayız.
- Anadolu'yu üretim üssü haline getirmemiz gerekiyor.
- Özellikle altıncı bölge teşviklerini ilçe bazında yaygınlaştırmak lazım, bunun için bir formül geliştirilmeli.

başka ifade ile kullandığımız ortalama her 39,3 bin TL karşılığında bir kişi için iş fırsatı yaratık. İstanbul'daki 3,2 milyar TL'lik yatırım; doğrudan üretim yerine dijitalleşme, tasarım ve Ar-Ge için yapıldığı için ortalama yükseliyor. Örneğin Batman'da, 1 milyar 616 milyon TL'lik yatırımla 70 bin 209 istihdam yarattık. Bu kentimizde her 23 bin TL'lik teşvikli yatırımla bir kişiye istihdam sağladığımız görülüyor. Aslında firmalarımız sadece makine harcamasını üstlendiğinde 10 bin dolarlık yatırımla 15 kişiye, bir başka ifade ile bugünün kur değeri üzerinden yaklaşık 6 bin TL ile bir kişiye iş sağlayabiliyor.”

“ANADOLU'DA ÜRETİM KAPASİTESİ YÜKSEK, ÇEVRE DOSTU FABRİKALAR KURMALIYIZ”

Pandemi sürecinde tedarik zincirinin de değiştiğini hatırlatan Mustafa Gültepe, Avrupalı markaların ihtiyaçlarını Çin ya da Güneydoğu Asya ülkeleri yerine yakın coğrafyalardan karşılama arayışının, Türkiye için önemli bir fırsat olduğunu vurguladı. ABD’li markalardan da Türkiye’ye giderek artan bir ilgi olduğunu hatırlatan Gültepe; “İhracatçı firmalarımız yüzde 85-90 kapasite ile çalışıyorlar. Kapasitemiz yılbaşına kadar dolu olduğu için bazı siparişleri geri çevirmek zorunda kalıyoruz. Sektör olarak sekiz ayda, 12 milyar 868 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. Eğer bir aksilik olmazsa bu yıl 19 milyar doları geçerek rekor bir ihracata imza atacağız. Çok uzak olmayan bir tarihte de 33 milyar dolarlık hedefimizi yakalayacağımıza inanıyorum. Çünkü küresel tedarik zincirindeki değişimin de etkisiyle önümüzdeki yıllarda Avrupa ve ABD’li markaların, Türkiye’ye ilgisinin daha da artacağını öngörüyoruz.

Bu nedenle Anadolu’da üretim kapasiteleri yüksek, güneş enerjisi ile çalışan, çevre dostu yeşil fabrikalarımızın sayısını hızla artırmamız gerekiyor.” ifadelerini kullandı.

Tersine Göç Projesi ile bölgede kamuya ait olan ve halen atıl duran binaların, uygun koşullarda firmalara tahsis edilmesi talepleri olduğunu belirten Gültepe; “Bu talebimize olumlu yanıt alabilirsek atıl duran yüzlerce binayı birer üretim ve istihdam merkezine dönüştürebiliriz. Finansman kaynaklarımızı arazi ve bina için harcamazsak bir kişilik istihdamın maliyetini 6 bin TL’ye düşürebiliriz. Firmalarımızın kasasında kalacak parayı da katma değerli üretimimizi artıracak yatırımlar için kullanabiliriz. Ayrıca bölgesel teşviklerin yanı sıra günün koşullarına uygun yeni teşvik mekanizmalarının da geliştirilmesi gerekiyor. İHKİB olarak bu konuda da bir çalışma yaptık. Hazırladığımız hazır giyim sektöründe yeni nesil ihracat teşvik önerilerimizi Cumhurbaşkanlığı ve bakanlıklar başta olmak üzere devletimizin ilgili kurumları ile paylaştık.” dedi.

HAZIR GİYİMDE EN ÇOK BÖLGESEL YATIRIM TEŞVİKİ ALAN İLLER (2012 – 2021*)

	Teşvik alan firma Sayısı (Adet)	Teşvik miktarı (Milyon TL)	İstihdam (Kişi)
İstanbul	408	3.272	17.691
Batman	434	1.616	70.209
Malatya	128	914	22.943
Diyarbakır	218	823	33.335
Mardin	279	752	46.728
Tekirdağ	33	641	3.627
Şanlıurfa	150	528	23.166
Bursa	42	368	3.358
İzmir	51	353	3.288
Çankırı	16	313	1.784

*2021 ilk 6 ay

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

İHKİB protokol okulları açılış töreni

Yeni eğitim-öğretim dönemi, 6 Eylül tarihinde başladı. Uzun bir süredir koronavirüs tedbirleri kapsamında fiziki olarak okuldan uzak kalan öğrenciler, 2021-2022 eğitim-öğretim döneminin başlamasıyla yeniden okullara döndü. İHKİB protokol okullarının açılış törenlerine, İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri Mithat Samsama ile Müge Hepyüksel Keçik de katıldı.

İHKİB İLE MİLLÎ Eğitim Bakanlığı arasında; 9 Haziran 2016 tarihinde, Mesleki ve Teknik Eğitimin Sürdürülebilir Gelişiminin Sağlanması İş Birliği Protokolü imzalandı. Protokol kapsamında İHKİB okullarında eğitimi devam ettiren 500 öğrenciye başarı ve ihtiyaç bursu sağlanırken moda tasarım teknolojisi alanındaki 250 öğretmene de her yıl mesleki yeterliliklerinin geliştirilmesine ilişkin eğitimler veriliyor. Aynı zamanda her yıl 100 öğrencinin mesleki yaratıcılıklarının geliştirilmesine yönelik eğitim verilmesi, İHKİB okulları mezuniyet töreni ile sektör-öğrenci buluşmaları düzenlenmesi, protokol okullarına ihtiyaca yönelik makine, donanım ve usta öğretici desteği sağlanması, öğrencilerin staj ve işe yerleştirilmelerine destek olunması da protokol kapsamında uygulanan faaliyetler arasında yer alıyor.

"STAJ DÖNEMLERİ SEKTÖRE ADAPTASYON AÇISINDAN ÇOK ÖNEMLİ"

İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin açılış törenine katılan Müge HepYüksel Keçik; konuşması sırasında öğrencilere, sektör açısından oldukça değerli olduklarını hatırlatarak kadın istihdamının iş hayatı açısından önemini vurguladı. Öğrencilerin eğitim sürecinde sürekli eğitime açık ve yeni şeyler öğrenmeye adapte olmaları gerektiğini belirten Hepyüksel Keçik; "Son sınıf öğrencilerimizin staj dönemlerinin sektörümüze adaptasyon ve deneyim kazanmak açısından son derece önemli olduğunu düşünüyoruz. Yeni eğitim-öğretim döneminde okulumuzun tüm öğrencilerine başarılar diliyoruz." şeklinde konuştu.

"MEZUNLARIMIZIN SEKTÖRDE İSTİHDAM EDİLMELERİ KONUSUNDA ELİMİZDEN GELENİ YAPIYORUZ"

İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin açılış töreninde bir konuşma gerçekleştiren Mithat Samsama ise İHKİB olarak mesleki eğitimin yıldızı şeklinde gördükleri bu okulları çok önemsediklerini ifade etti. Mesleki eğitimin kalitesinin artırılabilmesi için okulları maddi ve manevi olarak desteklediklerinden bahseden Samsama; "Bu okullardan mezun olan gençlerin arzu etmeleri halinde sektörde istihdam edilmeleri konusunda da elimizden geleni yapıyoruz. Velilerimizin de bu durumdan memnun olduklarını görüyoruz. Her yıl İHKİB okullarına gösterilen ilgi, biraz daha artıyor. Ailelerin çocuklarını bir meslek sahibi olması yönünde motive etmesi, Türkiye'de pek çok sorunun çözülmesi anlamına geliyor. Bizler en iyi olanakları yaratacağız, çocuklarımız ise kendilerine sunulan bu olanakları kullanacak ve böylelikle toplumuzun iş ve gelecek güvencesi kazanacak." dedi.



PROTOKOL KAPSAMINDA DESTEK VERİLEN İHKİB OKULLARI

- Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- Küçükçekmece Nahit Mentese Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi / İHKİB Moda Tasarım Teknolojileri Alanı
- Rüstü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi / İHKİB Moda Tasarım Teknolojileri Alanı

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..

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, ABD İhracat ve Yatırım Zirvesi'ne katıldı

İHKİB BAŞKANI Mustafa Gültepe, Türk Amerikan İş Adamları Derneği (TABA) ve Amerikan Ticaret Odası Türkiye (AmCham) tarafından düzenlenen ABD İhracat ve Yatırım Zirvesi'ne katıldı. 15 Eylül tarihinde gerçekleştirilen toplantıda, Amerika ve Türkiye arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesine yönelik faaliyetler değerlendirildi.

Toplantıda bir konuşma gerçekleştiren Mustafa Gültepe; ABD'nin hazır giyim sektörü açısından çok önemli bir pazar olduğunu dile getirdi. ABD'nin 2020 yılında 102 milyar dolarlık hazır giyim ithalatı yaptığını belirten Gültepe; "Türkiye, hazır giyimde küresel bir oyuncu. Dünyanın beşinci büyük ihracatçısıyız. Salgınla birlikte tedarik zincirinde değişimler yaşanırken Avrupalı markalar, ihtiyaçlarını yakın coğrafyalardan karşılamaya odaklandı. Ticaret savaşlarının da etkisi ile ABD'li markalardan da Türkiye'ye büyük bir ilgi var. Bu durum ülkemiz için bir fırsat oluşturuyor. Avrupa ve ABD'li markaların ülkemizden siparişleri, son dönemde hızla artıyor. Hatta 50 civarında ABD'li marka, Türkiye'de üretim için zemin yokluyor. Firmalarımızın kapasiteleri dolu, zaman zaman siparişleri geri çevirmek zorunda kalıyoruz." dedi.

"YIL SONUNDA ABD'YE İHRACATIMIZIN 1 MİLYAR DOLARA YAKLAŞACAĞINI ÖNGÖRÜYORUZ"

Talebi karşılayabilmek için yeni yatırımlarla kapasitenin artırılması gerektiğini belirten Gültepe; "Özellikle ABD'den gelecek siparişler için büyük ölçekli kapasite yaratmalıyız. Uygun maliyetli finansmana erişebilirsek Anadolu'yu çok hızla üretim üssüne dönüştürebiliriz. 2020 yılında ABD'ye ihracatımız, 794 milyon dolara ulaştı. Toplam hazır giyim ihracatımızda ABD'nin payı yaklaşık yüzde 5. Yıl sonunda



ABD'ye ihracatımızın 1 milyar dolara yaklaşacağını öngörüyoruz. Hedefimiz; orta vadede 5 milyar dolar ihracat gerçekleştirmek. ABD Moda Sanayi Birliği USFIA ile yakın iş birliği halindeyiz. Fashion Institute of Technology (FIT) ile iş birlikleri için zemin yokluyoruz. ABD pazarında sertifika ihtiyaçlarını kolaylaştırmak için denetim kuruluşları ile iletişim halindeyiz. ABD Konfeksiyon ve Ayakkabı Birliği (AAFA) ile iş birliği konusunda çalışmalarımız var. Las Vegas'da Magic ve New York'da Coterie uluslararası fuarlarına milli katılım sağlıyoruz. ABD'nin önde gelen sektörel yayınlarında da yoğun bir tanıtım çalışması yürütüyoruz. Sourcing Journal'da Türk moda endüstrisi hakkında altı adet makalenin yayımlanmasını sağladık." şeklinde konuştu.

İki ülkenin siyasi otoritelerinden atmasını bekledikleri adımlar olduğunu söyleyen Gültepe; Türkiye ve ABD arasında serbest ticaret anlaşması imzalanmasını istediklerini ifade etti.

Dubaili satın alma grubundan İHKİB'e ziyaret



DUBAI'NİN önde gelen satın almacı grubu Appareil Group Yönetim Kurulu Başkanı ve Kurucusu Nilesh Ved, İş Geliştirme Direktörü Kamal Kotak ve şirket üst düzey yöneticileri, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve TİGSAD Başkanı Nazım Kanpolat ile birlikte İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.

23 Eylül tarihinde gerçekleştirilen toplantıda olası iş birlikleri hakkında fikir alışverişinde bulunuldu. Taraflar, iki ülke arasındaki sektörel ticaretin yetersiz olduğu ve ikili ticaret hacminin artırılması için yeterli potansiyelin olduğu konusunda mutabık kalarak toplantıyı noktaladılar.

Hazır Giyim Sektör Kurulu yapıldı

HAZIR GIYIM Sektör Kurulu toplantısı, 20 Eylül tarihinde İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin başkanlığında yapıldı. TİM Başkanı İsmail Güllü'nün de katıldığı toplantının ana teması; sektörün güncel durumu ve sürdürülebilirlik konusu oldu.

Toplantıda, yılın ilk yarısında sektördeki iş yeri sayısının 38 bin 763, istihdamının ise 660 bin 739 olduğu belirtildi. 2021 yılının ağustos ayı itibarıyla sektörün ihracatının 12 milyar 867 milyon dolara yükseldiğine vurgu yapılırken 2020 yılına kıyasla ihracatın yüzde 24,7, 2019 yılına göre ise yüzde 9,3 arttığı kaydedildi. Örme giyim ihracatı aynı dönemde yüzde 35,6 artışla 6,5 milyar dolara, dokuma giyim yüzde 12,3 artışla 4,5 milyar dolara ve hazır eşya ihracatı yüzde 22,6 artışla 1,7 milyar dolara yükseldi. Kilogram başına ihracat birim fiyatlarına bakıldığında ise ocak-ağustos döneminde hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 13,5 dolara ulaştığı görülüyor. İhracat birim fiyatının en yüksek olduğu ürün grubu ise 16,9 dolar ile dokuma giyim oldu. Sektörün AB ülkelerine ihracatı bu dönemde 7,8 milyar dolara erişti. Sektörel ihracatta öne çıkan ülkeler Almanya, İspanya, İngiltere, Hollanda ve Fransa oldu.

Toplantıda dikkat çekilen bir diğer konu ise Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında dünyanın en büyük beşinci ülkesi olduğu idi. AB'nin



en önemli üçüncü tedarikçisi olan Türkiye'nin hazır giyim ithalatı ise ocak-temmuz 2021 döneminde 879 milyon dolar olarak gerçekleşti. Toplantıda görüşülen önemli konulardan bir diğeri İstanbul Fashion Connection (IFCO) sanal platformunun kurulmuş olduğu müjdesiydi. Türk hazır giyim firmalarının yurt dışı alıcılar ile kolayca buluşmasını sağlayacak olan platformun açılması için yapılan çalışmalar değerlendirilirken, platformun kasım ayında hayata geçirilmesinin hedeflendiği belirtildi.

Toplantıda fiziki fuarlara milli katılım konuları da görüşülürken Dubai Expo 2021 fuarına milli katılım organizasyonu düzenlenmesine karar verildi. Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında sürdürülebilirlik stratejisi çalışması sürecinin başlatıldığı toplantıda, birliklerden temsilciler seçilerek bir komite oluşturulması ve çalışmanın birlikte yürütülmesi konusu görüşüldü. İstanbul'da yapılması planlanan fuar hakkındaki çalışmaların son durumu da toplantıda görüşülen önemli konular arasında yer aldı.

Gömlek ve takım elbise UR-GE projesi hazırlık toplantısı yapıldı

ORTA ÖLÇEKLİ Gömlek Üreticilerinin Uluslararası Rekabetçiliğinin Geliştirilmesi UR-GE projesinin tamamlanmasının ardından İHKİB; gömlek ve takım elbise sektöründe faaliyet gösteren üretici, ihracatçı ve markalara yönelik yeni bir UR-GE projesi başlatıyor. Haziran ayında İHKİB web sitesi ve sosyal medya hesaplarından yapılan duyurularla başlayan süreç, 21 firmanın katılımında yeni UR-GE projesinin başlatılmasıyla devam ediyor.

Gömlek ve Takım Elbise Üreticileri ile İhracatçıların Rekabetçiliğinin Geliştirilmesi UR-GE projesi'ne katılmak isteyen firmaların; Avrupa'ya ihracat yapması veya ihracat potansiyeline sahip



olması, sosyal uyum veya benzeri uyum belgelendirmelerine sahip olması ve en az 10 çalışana sahip olması gerekiyordu. Aynı zamanda projeye katılmak isteyen firmalarda, İHKİB üyesi olması, en az limited şirket olması ve başka

bir UR-GE projesinde eş zamanlı yer almaması gibi genel katılım şartları da arandı. Ön başvuru aşamasını geçen firmaların ürün grupları, çoğunlukla erkek ağırlıklı gömlek ve takım elbise olurken dış giyim ve mont, kaban ürünleri alanında faaliyet gösteren firmalar da projeye yer aldı. Projeye başvuran firmaların tümü Avrupa'ya ihracat yaparken diğer ihracat pazarları ABD, Balkanlar ve Rusya'dan oluşuyor.

Genç moda tasarımcıları hayallerine kavuşuyor

İHKİB tarafından kesintisiz olarak 29 yıldır gerçekleştirilen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, moda tasarımı alanında kariyer yapmak isteyen genç yetenekleri endüstriyle buluşturan en önemli platform olurken tasarımcılar için bir moda okulu işlevi sağlıyor.

MODA ENDÜSTRİSİNE yeni tasarımcılar kazandırmak konusunda lokomotif görevi gören Koza, köklü geçmişiyle Türkiye'deki moda gelişiminin tarihini temsil etmesinin yanı sıra geçmişten bugüne Türkiye'nin en tanınmış moda tasarımcılarının doğduğu yer olarak da sektörü yönlendiriyor. 26 Ekim günü gerçekleşecek olan final jürisi ve gala gecesiyle genç Kozalılar, hayallerine her geçen gün bir adım daha yaklaşıyor. Yüz yüze mülakat sonucunda seçilen 10 finaliste, yarışma kurulu tarafından atölye ve danışmanlık hizmeti veriliyor. Koleksiyonlarının üretilmesi aşamasında malzeme alımı için her finaliste 15 bin TL atölye desteği verilmesinin yanı sıra, İHKİB tarafından belirlenen mentorlar Şansım Adalı ve Özlem Kaya tarafından yarışmacılarla birebir görüşmelerle danışmanlık süreci sürdürülüyor.

Danışmanlık desteği sürecinde finalistler, mentorları ile üç kez görüşme sağlıyor. Teknik çizimlerin, kumaş ve malzeme seçimleri ile uygulamaya dair teknik konuların değerlendirildiği ilk görüşmeye genç tasarımcılar, portfolyoları, detaylı teknik çizimleri, malzeme ve aksesuar örnekleri ile katıldı. İkinci görüşmeye ise koleksiyonlarında yer alan tüm giysilerin prototiplerini tamamlamış olarak dahil olan yarışmacılar, dikimde kullanacakları kumaş, yardımcı malzemeler, baskı, nakış ve aksesuar gibi malzemelerini danışma kuruluna sundu.

PODYUMA BİR ADIM KALA

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın gala gecesinde gerçekleşen final jürisinde, hazırladıkları altı parçalık koleksiyonu jüriye sunacak olan tasarımcılar, atölye çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor. Genç tasarımcılar, Özlem Kaya ve Şansım Adalı'nın eşliğinde gerçekleştirdikleri üçüncü atölye görüşmelerinde tamamlanan koleksiyonlarını, modeller üzerinde prova ediyor ve kağıtlardan kumaşlara aktardıkları tasarımlarını podyumda sergilemek üzere hazırlıyor.

"BU GELİŞİME TANIKLIK ETMEK HEYECAN VERİCİ"

Atölye çalışmaları kapsamında gerçekleşen üçüncü görüşme toplantısında finalistler ile bir araya gelen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın mentorlarından Şansım Adalı; "Bazı yarışmacılar hayatlarında ilk kez tasarımlarını dikişe dökerek bir modelin üzerinde görüyorlar. Onların bu coşku ve heyecanını paylaşmak mutluluk verici." dedi. Eğitmen olmanın

avantajıyla, gençlerle kuvvetli bir iletişimi olduğunu belirten Özlem Kaya ise "Bazı genç tasarımcıların hiç uygulama tecrübeleri yok, bu süreçte bizim yaklaşımımızla kendilerine yepyeni bir yol çiziyorlar. Bu gelişime tanık olmak bizi çok heyecanlandırıyor." dedi.

Genç tasarımcılar tarafından uygulama çalışmalarının devam ettiği atölye sürecinde; tasarımların kumaş seçimleri, uygulama detayları ve dikiş provaları gerçekleşirken Özlem Kaya ve Şansım Adalı, genç finalistlerle her aşamada birlikte çalışarak ve gala gecesinde tasarımları podyumda görene dek desteklerini sürdüreceklerini belirtiyor.

KOZA'DAN GENÇ TASARIMCILARA TAM DESTEK

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın ödül töreninin gerçekleştirileceği gala gecesinde, finale kalan yarışmacıların hazırladığı koleksiyonlar, defile organizasyonu ile Türk ve yabancı basın mensuplarının yanı sıra iş ve moda dünyasının önde gelen isimlerinden oluşan seçkin davetli grubuna sunulacak. Genç tasarımcılar, yarışma kurulu tarafından meslek hayatlarını şekillendirecek olan birbirinden önemli ödüllere sahip olacak. İlk üç finalistin yurt dışında moda eğitimi alma hakkına sahip olmasının yanı sıra yarışma birincisine 50 bin TL, ikincisine 25 bin TL ve üçüncüsüne 15 bin TL para ödülü verilecek. Ayrıca finalistler yurt içinde bir yıl boyunca dil eğitimi almaya da hak kazanacak.





Euratex Koordinasyon toplantısı yapıldı

EURATEX Koordinasyon toplantısı, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katılımıyla 7 Eylül tarihinde gerçekleştirildi. Euratex üyesi kuruluşların başkanlarının da dahil olduğu toplantı, hibrit şekilde düzenlendi. Euratex üyesi Türk kuruluşların başkan ve temsilcileri ile Euratex temsilcilerinin bir araya geldiği koordinasyon toplantıları, düzenli olarak gerçekleştiriliyor.

Toplantıda, önümüzdeki kasım ayında IAF-Euratex ortak

organizasyonu ile Belçika'nın Antwerp kentinde düzenlenecek olan konvansiyona katılım ve konvansiyon ile ilgili konular değerlendirildi. Ayrıca toplantı sırasında Euratex ile ilişkiler ve diğer güncel konular da ele alındı. AB Komisyonu tarafından yıl sonuna kadar açıklanması beklenen AB Tekstil Stratejisi konusunun da ele alındığı toplantıda; Euratex tarafından hazırlanan pozisyon belgesi değerlendirildi.

I. İnovatif Fikir Maratonu'nun başarılı projeleri Teknofest'te yer aldı



İHKİB TARAFINDAN 2020 yılında gerçekleştirilen İHKİB I. İnovatif Fikir Maratonu Yarışması'nda dereceye giren altı takımdan ikisi, bu yıl 21-26 Eylül tarihleri arasında düzenlenen Teknofest'e katıldı.

I. İnovatif Fikir Maratonu'ndan ikincilik ödülü ile ayrılan Nişantaşı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Fibermay isimli projesi ile Teknofest Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali İnsanlık Yararına İnovasyon 2021 kategorisinde 92,50 puan alarak ikinci sırada finale kaldı. Takım, final turunda elendi. Proje kapsamında öğrenciler; yüzme bilmeyen ve su korkusu yaşayan insanların sorunlarına kapok lifinden yararlanarak tasarladıkları mayo ile çözüm üretti.

I. İnovatif Fikir Maratonu'nda En İyi Takım Çalışması ödülünü alan Haydar Akın Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ise Düborteks isimli projesi ile Teknofest 2021 Çevre ve Enerji Teknolojileri Yarışması kapsamında 87 puan aldı. Final turuna kalamayan projede öğrenciler; daha yeşil bir üretim için zeytin çekirdeğinden geliştirdikleri düğme fikrini hayata geçirdi.

İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu, proje ekiplerini Teknofest'te ziyaret etti.

İHKİB Danimarkalı alıcılarla bir araya geldi



İHKİB, 15 Eylül tarihinde Danimarka Ticaret Konseyi tarafından Danimarkalı hazır giyim alıcılarına yönelik olarak gerçekleştirilen webinara katıldı. Danimarka İstanbul Başkonsolosluğu tarafından organize edilen webinar da İHKİB Ar-Ge Şubesi temsilcileri, İHKİB'in faaliyetlerini ve sektörü tanıtıcı bir sunum yaptı.

Webinarın açılış konuşmasını Danimarka'nın İstanbul Başkonsolosu gerçekleştirirken toplantıya Danimarkalı 10 firma ve alım grubu temsilcisi de katıldı. Ege İhracatçı Birlikleri'nin de dahil olduğu toplantıda sunumların ardından soru-cevap bölümüne geçildi.

Hazır giyim sektöründe sürdürülebilir üretim ve yeşil dönüşüm eylem planı

TGSD TARAFINDAN bu yıl 14'üncüsü düzenlenecek olan İstanbul Hazır Giyim Konferansı, küresel moda yön veren isimlerle dünyanın önde gelen markalarının temsilcilerini İstanbul'da buluşturuyor. TGSD Başkanları Ramazan Kaya ve Sanem Dikmen, bu yılki konferansın tanıtımı için düzenlenen toplantıda pandeminin etkileri ve sektörün gelecek vizyonu ile ilgili değerlendirmelerde bulunurken sektörün sürdürülebilir üretim kapasitesinin geliştirilmesi ve yeşil fabrikalara dönüşümünün hızla tamamlanabilmesi için beş maddelik eylem planını açıkladılar.

"KÜRESEL REKABETTE GÜCÜMÜZÜ KORUYABİLMEMİZ İÇİN ÇOK HIZLI MESAFE KAT ETMELİYİZ"

Ramazan Kaya, pandemi ile hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe iş yapma süreçlerinin yüzde 30-40 değiştiğini söyledi. Sektörde yeni dönemin temel dinamiklerini dijitalleşme, sürdürülebilir ve yeşil üretimin oluşturduğunu belirten Kaya, Türkiye'nin küresel rekabette gücünü koruyabilmesi için bu alanlarda çok hızlı mesafe kat edilmesi gerektiğini vurguladı. Sürdürülebilir pamuk uygulamaları konusunda TGSD'nin koordinasyonunda tüm paydaşların bir araya geldiğini bildiren Kaya; katılımcıların görüşleri ışığında hazırladıkları önerileri Tarım ve Orman Bakanlığı'na ilettiklerini belirtti.

"YILLIK 1,3 MİLYON TON HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON ÜRÜNÜ İHRAC EDİYORUZ"

Sanem Dikmen de Türkiye'den her yıl milyarlarca dolarlık alım yapan birçok küresel markanın, 2025'ten itibaren tedariklerini sürdürülebilir ürünlerden karşılamaya başlayacağını bildirdi. Mevcut organik ve sürdürülebilir pamuk üretim kapasitesiyle talebi



karşılayabilmenin mümkün olmadığını altını çizen Dikmen, sözlerini şöyle sürdürdü: "Ülkemizin yıllık 1,3 milyon ton civarında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bulunuyor. Rekabet gücümüzü kaybetmememiz için 2025'e kadar ihracatımızın yüzde 20'sinin organik pamuk temelli iplik ve kumaş içeren ürünlerden oluşması gerekiyor."

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ EYLEM PLANI

- Sürdürülebilir enerji yatırımları teşvik kapsamına alınmalı.
- Birinci ve ikinci bölgelerdeki firmaların dönüşüm yatırımları, yerinde teşviklerle desteklenmeli.
- Sektörün düşük faizli krediye erişimine imkân sağlanmalı, ham madde maliyetlerindeki artış nedeniyle ortaya çıkan finansman ihtiyacı için Eximbank devreye girmeli.
- İnsan kaynakları politikaları sektörün değişen ihtiyaçları doğrultusunda gözden geçirilmeli.
- Organik ve sertifikalı pamuk üretimi 250 bin tona çıkarılmalı. İzlenebilir pamuk ekim alanları hızla artırılmalı.

Mapic fuarı 30 Kasım-2 Aralık tarihleri arasında

MAPIC FUARI, 30 Kasım-2 Aralık tarihleri arasında düzenlenecek. İHKİB, hazır giyim firmalarına yönelik olarak düzenlenecek olan ve Fransa'nın Cannes şehrinde gerçekleşecek fuara katılım sağlayacak.

Bu yıl dördüncüsü yapılması planlanan ticaret heyeti ile markalaşmış ve yurt dışında büyüme isteyen Türk hazır giyim markalarının; mevcut ve/veya yeni oluşacak franchise ortaklarıyla yeni lokasyonları keşfetmeleri amaçlanıyor. Yeni yatırım fırsatları yakalamak, yurt dışı mağaza ağını genişletmek; uluslararası yatırım şirketleri, finans kuruluşları, yatırımcı perakendeciler ve master franchise'lar ile ortaklıklar kurmak için toplantılar gerçekleştirilerek marka değerlerini artırmak amaçlanıyor.

Mapic'de yatırımcı iş adamları, görüştükları organize perakende firmaları ile ikili iş görüşmeleri gerçekleştiriyorlar. Yatırımcılar, kendi ülkelerinde,

anlaşmış oldukları firmaların temsilciliğini üstleniyor. Etkinliğe alanında marka olmuş, perakendeci hazır giyim firmaları giderken değişik ülkelerden yatırım amaçlı gelmiş ülke insanları ile firmaların görüştürülmesi amaçlanıyor. Bu sayede, hazır giyim perakendeci firmalar, değişik ülkelerde hızla mağazalaşma ve markalarını gösterebilme imkânı bulabiliyor. Bu nedenle etkinlik alanında, büyük bir Türkiye standı kiralanması planlanıyor. İkili iş görüşmesi için heyete katılan firmalara masalar tahsis edilecek. İkili iş görüşmeleri için ayrıca bir PR firması ile çalışılması düşünülüyor. Mapic uluslararası perakende buluşmaları etkinliği, senede bir kez kasım ayında düzenleniyor. Etkinlik geçen sene 80'in üzerinde ülkeden, 8 bin 600 ziyaretçi, 2 bin 100 perakendeci, bin yatırımcı firma ve 700'ün üzerinde katılımcı firmanın katılımıyla gerçekleşti.


epa[®]
akin

YENİ



epa[®] **5001**

**OTOMATİK KATLAMA
ve PAKETLEME MAKİNESİ**

Torja[®]
bonding technologies

Torja[®]
bonding technologies

BİR EPA TEKNOLOJİ MARKASIDIR

"TÜBİTAK BAŞARI BELGELİ
ve PATENTLİDİR"



TÜRKİYE'de İLK!
**YERLİ
ÜRETİM**

KOMİD
üyesidir

**Turkish
Machinery**

www.epaakin.com.tr

Türk tekstil sektöründen 8,2 milyar dolarlık ihracat

Tekstil sektörü ihracatta rekor kırmaya devam ediyor. Sektör, 2021 yılı ocak-ağustos döneminde 2020 yılına göre yüzde 41, 2019 yılına göre ise yüzde 24 oranında artış sağlayarak 8,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.



giyim sektörüyle birlikte yıl sonunda 18,6 milyar dolar dış ticaret fazlası vermeyi hedefliyoruz.” dedi.

2020 yılında dünya tekstil ihracatında bir basamak yukarı çıkarak beşinci sıraya yükseldiklerini belirten Öksüz; “AB’nin en büyük ikinci tedarikçisiyiz. AB ülkelerindeki pazar payımızı artmaya devam ediyor. AB’nin ithalatından, Türk tekstil sektörü olarak yüzde 17,5 seviyelerinde pay alıyoruz. AB’nin yanında başta Amerika ülkeleri, diğer Avrupa ülkeleri ve Eski Doğu Bloku ülkeleri olmak üzere tüm ülke gruplarında yüzde 60’lara varan önemli artışlar yaşıyoruz.” dedi.

“EN ÖNEMLİ HEDEF PAZAR ABD’DE ETKİNLİĞİMİZİ ARTIRACAĞIZ”

Öksüz, sözlerini şöyle

TÜRK TEKSTİL sektörü ihracattaki artış ivmesini sürdürmeye devam ediyor. Sektör, 2021 yılı ocak-ağustos döneminde 2020 yılına göre yüzde 41, 2019 yılına göre ise yüzde 24 oranında artış sağlayarak 8,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Ağustos ayında sektör, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 36 artışla 1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirerek tüm zamanların en yüksek ağustos ayı ihracat rakamına ulaştı. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, ihracattaki artış ivmesini devam ettirmek için sektör olarak çalışmalarını sürdüreceklerini açıkladı.

YIL SONU HEDEFİ 12 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Sektörün ihracat rakamlarını değerlendiren Öksüz; “Bu yıl tekstil sektörümüz salgının hedeflerinden pozitif ayrılarak neredeyse her ay yeni bir ihracat rekoru kırıyor. Yılın sekiz ayında ihracat pazarlarımızın yüzde 83’ünde ihracatımız arttı. Yaklaşık 190 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Ocak-ağustos döneminde en fazla tekstil ihracatı yaptığımız ülkeler sırasıyla yüzde 56 artışla İtalya, yüzde 20 artışla Almanya ve yüzde 51 artışla ABD oldu. Sektör olarak son 12 ayda 11,8 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik. Yıl sonunda Cumhuriyet tarihi rekoru kırarak 12 milyar dolarlık ihracat hedefimize ulaşacağımızı öngörüyoruz. Hazır

sürdürdü: “En önemli hedef pazarlarımızın başında gelen, 43 milyar dolarlık ithalatıyla dünyanın en büyük tekstil ithalatçısı konumundaki ABD; ihracatta odak noktamızda yer alıyor. İTHİB olarak 2020 yılı başında Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisimizin destekleriyle gerçekleştirdiğimiz, ihracatçı birlikleri arasındaki tek sektörel ihracat ürünleri fuarı konumundaki i of the World New York fuarımız, sektörümüzün ABD’de sürdürülebilir ihracat hedefleri açısından çok önemliydi. Gerçekleştirdiğimiz fuar ve tanıtım faaliyetlerinin de destekleriyle yaşanan küresel salgına rağmen ABD’ye 2020 yılı ihracatımız, yüzde 8 oranında artarak 628 milyon dolar değerinde gerçekleşti ve tüm zamanların en yüksek ihracat verisine ulaştı. 2020 yılında Türkiye, ABD’nin tekstil ithalatında bir basamak atlayarak sekizinci sıraya yükseldi. 2021 yılının ilk sekiz ayında ise ABD’ye tekstil sektörü ihracatımız yüzde 51 oranında artarak 547 milyon dolara ulaştı. 2021 yılının ilk dokuz ayında ABD’ye yıllık ihracatımızı aşmayı hedefliyoruz. Bu başarıyı sürdürülebilir kılabilmek amacıyla ABD’de organizasyonunu yürüttüğümüz i of the World New York fuarımızın ikincisini gerçekleştiriyoruz. Gerçekleştirdiğimiz tüm bu çalışmalar neticesinde ABD’ye 2021 yılı ihracatımızın 1 milyar dolara ulaşmasını öngörüyoruz.”

Türkiye Dokuma Atlası projesi değerlendirme toplantısı gerçekleşti

Türkiye Dokuma Atlası projesi değerlendirme toplantısı, geniş bir katılımıyla gerçekleştirildi. Projeye ilişkin görüş alışverişinde bulunulan toplantı, 9 Eylül tarihinde Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde düzenlendi.



HAZİRAN ayından bu yana Cumhurbaşkanlığı Beştepe Sergi Salonu'nda ziyaretçileriyle buluşan, Türkiye'nin geleneksel dokumaları hakkında ilk sergi çalışması olan Türkiye Dokuma Atlası Sergisi'ne ilişkin değerlendirme toplantısı gerçekleştirildi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan'ın himayesinde yürütülen Dokuma Atlası projesini değerlendirme kapsamında düzenlenen toplantı, Cumhurbaşkanlığı Beştepe Sergi Salonu'nda düzenlendi.

9 Eylül tarihinde gerçekleştirilen toplantıya, İTKİB Başkanı Ahmet Öksüz, Cumhurbaşkanlığı Danışmanı Hümeysra Şahin, Türkiye Belediyeler Birliği ve Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, Türkiye Belediyeler Birliği genel sekreterliği temsilcileri, Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü Müdürü Yusuf Gürlek, Türkiye'nin önde gelen tasarımcıları ve belediyelerin temsilcileri katıldı.

SERGINİN İSTANBUL'A TAŞINMASI ÜZERİNE ÇALIŞMALAR YAPILIYOR

Geleneksel dokuma kültürünün yaşatılması ve tarihi mirasın küresel ölçekte bilinirliğinin artırılması gayesiyle başlatılan proje ile 467 dokuma örneği sergileniyor. Sergi alanında 151'i aşkın kumaş çeşidinin bulunduğu bilgisini paylaşan Ahmet Öksüz, toplantıda serginin İstanbul'a taşınması üzerine çalışmalar gerçekleştirildiğini, 2022 yılı içerisinde de geleneksel dokumaların uluslararası alanda bilinirliğini artırmak üzere çalışmaların yapıldığını aktardı. Geleneksel dokumaların uluslararası

mecrada tanınırlığına yönelik projeler geliştirilerek katma değerli ürün ihracatının artırılması kapsamında fikir alışverişinde bulunulan toplantıda, tasarımcılar ve Türkiye Belediyeler Birliği temsilcileri görüşlerini paylaştı.

"MARKALAŞMAYI VE REKABETİ BAŞARMAMIZ LAZIM"

Etkinlikte konuşan Fatma Şahin, Emine Erdoğan'a teşekkürlerini ileterek konuşmalarına başladı. Bundan sonraki süreçte de bu alanda büyük bir başarı yakalama azmi içerisinde olduklarını belirten Şahin; "İnsani, çevresel ve kültürel kalkınmanın önemi giderek daha da fark edilir bir hal alıyor. Zamanın ruhu bize yerelden evrensele, gelenekten geleceğe Anadolu'nun ne kadar büyük bir hazine olduğunu söylüyor. Sürdürülebilir kalkınmaya çevresel, insani ve kültürel kalkınmayla bir bütün olarak bakmamız gerekiyor. Zenginlik artık ne kadar para, doğalgaz ya da altına sahip olunduğu ile değil; ne kadar yetişmiş insan gücü ve kültürel miras olduğuyla alakalı. Bu, hepimizin başarı hikâyesi olacak. Tekstil, insanoğlu var olduğu sürece devam edecek. Markalaşmayı ve rekabeti başarmamız lazım." şeklinde konuştu.

Ece Ege, Günseli Kato, Deniz Sağdıç, Nedret Taciroğlu, Fırat Neziroğlu, Tuvana Demir, Ece Gözen, Siren Ertan gibi tasarımcıların da yer aldığı toplantının ardından, katılımcılar sergiyi ziyaret etti.



İTHİB yönetim kurulu üyeleri YÖK Başkanı Erol Özvar'ı ziyaret etti

İTHİB BAŞKANI Ahmet Öksüz, yönetim kurulu üyeleri Vehbi Canpolat, Mehmet Yasubuğa ve Kerem Gülle, 20 Eylül 2021 tarihinde göreve gelen Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar'ı ziyaret ederek yeni görevinin hayırlı olması dileklerini iletiler.

Eğitimde niteliğin artırılmasına yönelik hususların istişare edildiği toplantıda, Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri ile Türkiye Tekstil İşverenleri Sendikası iş birliğinde hayata geçen Tekstil Mühendisliği Burs projesinin çıktılarını değerlendirildi. Prof. Dr. Erol Özvar toplantıda, tekstil mühendisliği burs projesinin başarılı çıktılardan duyduğu memnuniyeti belirtirken, benzer projelerin yaygınlaştırılması gerektiğini vurguladı. Tekstil sektörünün nitelikli personel ihtiyacına ilişkin güncel gelişmelerin değerlendirildiği toplantıda, oluşturulabilecek yeni projelere ilişkin görüş alışverişinde bulunuldu.

Toplantı sonunda İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, YÖK Başkanı Erol Özvar'a günün anısına geleneksel dokuma "kahve puşidesi" takdim etti.



İDMİB Yönetim Kurulu toplantısı tamamlandı



İSTANBUL DERİ ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) yönetim kurulu üyeleri, 8 Eylül tarihinde bir araya geldi. 2021 yılının dokuzuncu Yönetim Kurulu toplantısı, fiziki olarak Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi.

Toplantıda yurt içi ve yurt dışında gerçekleşecek fuar ve heyetlere ilişkin gündem maddeleri görüşüldü. İDMİB Dijital Dönüşüm

projesi kapsamında yer alan turkishleather.com web portalına yönelik yapılan çalışmalara dair bilgilendirmelerin yapıldığı toplantıda; İDMİB Dijital Dönüşüm ve E-İhracat UR-GE projesi kapsamındaki eğitim ve faaliyetler değerlendirildi. Toplantıda ayrıca Deri Mühendisliği Burs projesi ve Türkiye Tanıtım Grubu uluslararası tanıtım projesine dair gündem maddeleri görüşüldü.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

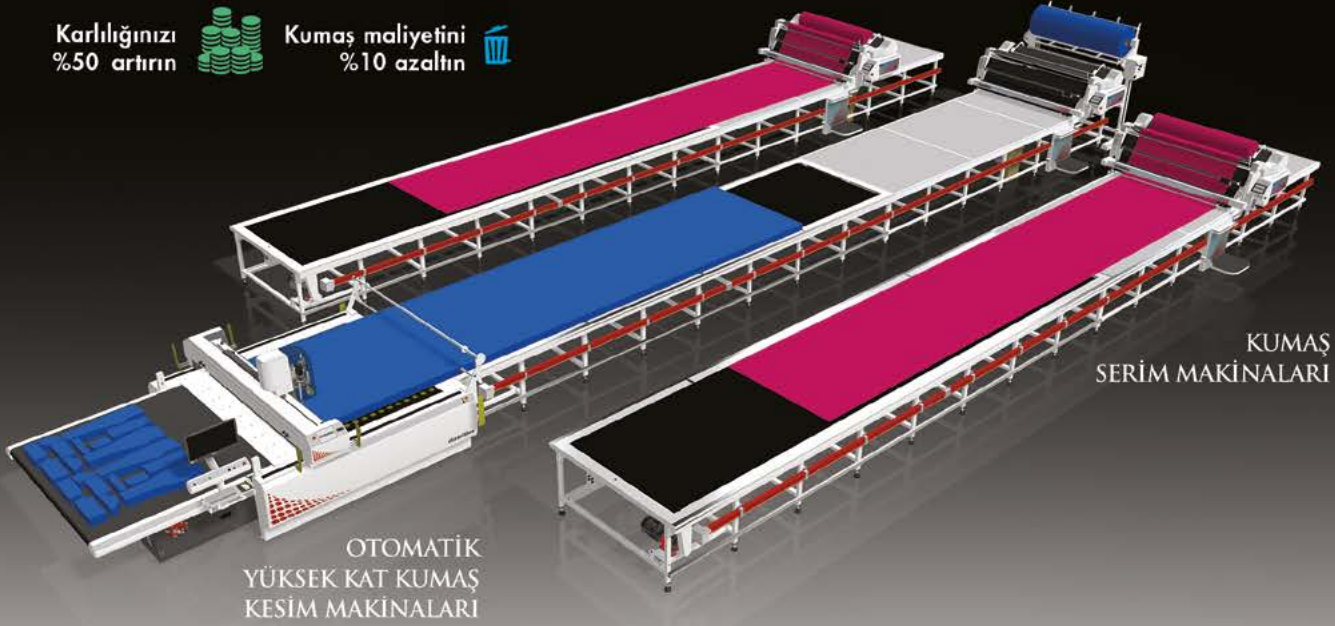
intelloCut



Karlılığınızı
%50 artırın



Kumaş maliyetini
%10 azaltın



KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK
YÜKSEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL
THE RIGHT WAY TO CUT

OTOMATİK
TEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL
THE RIGHT WAY TO CUT

SADECE 500w İLE
9 DAKİKADA
BİR TAKIM ELBİSE



bierrebi
italian cutting technologies

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



bierrebi
italian cutting technologies

OTOMATİK
DANTEL
KESİM
MAKİNASI



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



TÜRDEV ve DETEK'ten İDMİB'e ziyaret

TÜRKİYE DERİ Vakfı (TÜRDEV) ile Deri Teknologları Teknisyenleri ve Kimyacılar Derneği (DETEK) Yönetim Kurulu Başkanları ile temsilcilerinden oluşan heyet, 13 Eylül tarihinde İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'ni (İDMİB) ziyaret etti. İkili iş birliği olanaklarının görüşüldüğü toplantıda eğitim, sürdürülebilirlik, deri ve deri mamulleri sektöründe standardizasyon gibi konular ana gündem maddelerini oluşturdu.

TÜRDEV ve DETEK tarafından sektördeki iş gücü eksikliği, deri ve deri mamulleri sektörüne uygun olmayan laboratuvar test metodlarının uygulanması, lisans ve lisansüstü çalışmaların sektöre kazandırılması gibi konularda yaşanan sorunlar aktarılırken gelecek dönem için planlanan faaliyetlere ilişkin de bilgi verildi. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, sektörel paydaşlarla iş birliğinin önemine vurgu yaparak, İDMİB olarak sektörün gelişimine katkı sunacak projelere her zaman destek sunacaklarını ifade etti. Yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik konularında gerçekleştirilebilecek faaliyetler, sektör özelinde bir müze oluşturulması ise toplantıda görüşülen diğer konular arasında yer aldı.

İhracata yönelik sosyal medya eğitimi

İDMİB, DERİ VE DERİ Mamulleri Sektöründe Dijital Dönüşüm ve E-İhracat UR-GE projesi kapsamında, küme üyelerine yönelik eğitimlerin dördüncüsü olan İhracata Yönelik Sosyal Medya Yönetimi eğitimini, 31 Ağustos tarihinde küme üyesi firmaların yoğun katılımları ile gerçekleştirdi.

Eğitim sunumu, eğitmen Özel Oytun Türkoğlu tarafından gerçekleştirildi. Çevrim içi olarak gerçekleşen eğitime, küme üyelerinin yanı sıra Saraciye Sanayicileri Derneği temsilcileri de katılım sağladı. Eğitimde markalaşma, uygun marka bilinirliği yaratma, doğru iletişim stratejileri, sosyal medya planlama, sosyal medya görsellerinde tutarlılık, boyutun önemi, kurumsal logo kullanımları, en uygun iletişim dilinin belirlenmesi, sosyal medyada trendlerin takibi, B2B alanda doğru mecra kullanımı gibi sosyal medya yönetiminde öne çıkan kritik konular; örnekler eşliğinde paylaşıldı.



İHİB-Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare toplantısı yapıldı

İSTANBUL HALI İhracatçıları Birliği (İHİB), her sene geleneksel olarak gerçekleştirdiği Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare toplantısının altıncısını, 10 Eylül tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. İHİB Yönetim Kurulu Başkanı

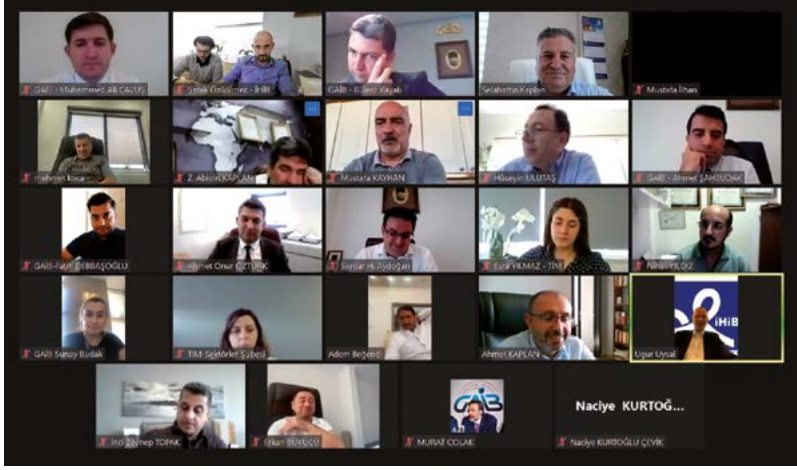
Uğur Uysal'ın yönettiği toplantıda, kadife halı ve seccade ihracatçılarının sorunları konuşuldu. Çözüm önerilerinin de ele alındığı toplantıda, ortak hareket etme planları dile getirildi.

Özellikle son dönemde imalatta kullanılan ham maddelerin fiyatlarının çok yükseldiği ve bu durumun nihai mamullerin satış fiyatlarına yansıtılamadığı değerlendirildi. Ham madde



fiyatlarındaki artışın nihai ürünlere yansıtılabilmesi için nasıl bir yol izlenebileceği konusunda fikir alışverişinde bulunuldu. Ayrıca toplantıda, kadife halı ve seccade ihracatçılarının

imalatlarının bir kısmını farklı bir ürüne çevirip pazarlarını çeşitlendirmeleri gerektiği konusunda fikir birliğine varıldı. Ürün kalitesini artırıp pazarı çeşitlendirmenin önemine vurgu yapıldı. Bu tavsiye kararlar ve istişareler sonucunda kadife halı ve seccade ihracatçılarının geleceğe yönelik bir yatırım stratejisine ve vizyona erişmesine İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin de katkı sağlaması hedeflendi.



Halı Sektör Kurulu toplantısı gerçekleştirildi

HALI SEKTÖR Kurulu toplantısı, 9 Eylül tarihinde online olarak düzenlendi. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ve Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin (GAİB) katılımıyla gerçekleştirilen toplantıya, İHİB Başkanı Uğur Uysal da katılım sağladı.

Halı sektörünün gündeminde yer alana konuların istişare edildiği toplantıda, sektörün pandemi döneminde artış gösteren ihracat başarısı da gündeme alındı. 13-16 Ocak 2022 tarihinde yapılması planlanan Domotex Halı ve Yer Döşemeleri fuarı için başvuru sürecinin devam ettiğinin hatırlatıldığı toplantıda, Türk

firmalarının fuara milli katılım ile dahil olacağına da vurgu yapıldı. Dahilde işleme rejimi konusu da toplantıda ele alınan gündem maddeleri arasında yer aldı.

Ağustos ayında bir önceki yılın aynı ayına kıyasla yüzde 16 artışla 238 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren halı sektörünün, ocak-ağustos döneminde toplam ihracatının 2 milyar doları aştığı vurgulandı. Yılın sekiz aylık döneminde sektörün ihracatı yüzde 38'e yaklaştı. İhracatın en fazla arttığı ilk üç ülke ise Bulgaristan, Şili ve Dubai oldu. Aynı dönemde Amerika ülkelerine halı ihracatının yüzde 55'e yaklaşması da dikkat çekti.

İHİB, Hannover Fairs Turkey'in genel müdürünü ağırladı



İSTANBUL HALI İhracatçıları Birliği (İHİB), 28 Eylül tarihinde Yönetim Kurulu toplantısını gerçekleştirdi. Toplantıya, Almanya'nın en büyük ticaret fuarı operatörü olan Deutsche Messe'nin Türkiye temsilcisi olan Hannover Fairs Turkey'in yeni Genel Müdürü Annika Klar da katıldı. Aynı zamanda uzun yıllardır kurumun genel müdürlük görevini sürdürmüş olan Alexander Kuhnel, HF Turkey Genel Müdür Yardımcısı Belkis Ertaşkın ve Domotex Direktörü Soley Bürümcek de toplantıda bulundu. İHİB Yönetim Kurulu, yeni genel müdür Annika Klar ile tanışırken, görevini devreden Alexander Kuhnel ile vedalaştı.

İHİB mimarlar ile buluşmaya devam ediyor



İSTANBUL HALI İhracatçıları Birliği'nin (İHİB) katkılarıyla yayımlanan CarpetArt Dergisi, mimarlar tarafından yoğun ilgi görüyor. CarpetArt Dergisi'nin mimarları bir araya getirdiği etkinlikler de devam ediyor.

Mimarlık dünyasının yakından takip ettiği CarpetArt Dergisi'nin etkinlikleri sayesinde mimarlar arasında kurulan bağlar güçleniyor. Tasarım Group tarafından organize edilen kahvaltı etkinliğinin ilki, geçtiğimiz aylarda Kanyon Alışveriş Merkezi'nde gerçekleşirken ikinci kahvaltı organizasyonu ise İstanbul'un tarihi ve kültürel atmosferini yaşatan Ortaköy'de düzenlendi. 2 Eylül tarihinde yapılan ve Türkiye'nin önemli mimar ile iç mimarlarının bir araya geldiği kahvaltı etkinliğinde, CarpetArt Dergisi tanıtılırken İHİB'in hayata geçirdiği faaliyetler de anlatıldı.

Halı Belgeseli çekimi için son keşif gezisi yapıldı

İHİB adına gerçekleştirilmesi planlanan "Anadolu'da dokumacılığın belgeseli" çekimleri için üçüncü keşif gezisi gerçekleştirildi. Gezi kapsamında Van, Hakkâri, Artvin ve Erzurum illerindeki dokuyuculuk faaliyetleri incelendi.



HALI BELGESELİ çekimi öncesinde yapılan üçüncü keşif turunda, Doğu Anadolu Bölgesi ziyaret edildi. Ziyaretin ilk durağı Van oldu. Bölgedeki kilim dokuma konusunda hem araştırmalar yapan hem de emek veren, teknik ressam Enver Özkahraman ile tanışıldı. Özkahraman; Van Büyükşehir Belediyesi'ne ait kilim tezgâhları ile atölye kurarak 1970'ten bugüne önemli çalışmalara imza atmış. Bölgedeki dokumacılığın son yıllarda azaldığına dikkat çeken Özkahraman, 1990'ların ortasına kadar dokuyucuların belirli bir aylık olarak çalıştığını ama bunun birtakım zorluklar getirmesi nedeniyle metrekare bazlı ödemeye geçiş yapıldığını belirtti. Bu sistem ile daha kaliteli ürünler üretilmeye başlanmış. Van Büyükşehir Belediyesi'ne ait toplam üç atölye bulunuyor. Bu atölyelerde 10 kursiyer çalışıyor. Kursiyer sayısının, önümüzdeki günlerde biraz daha artırılması planlanıyor. Atölyelerde bu yörelere ait kilimler dokunuyor. Dokunan kilimler, belediye tarafından bir depoda stoklanıyor. Stoklanan kilimler, talep üzerine satılıyor ya da hediye ediliyor. Belediye, bölgedeki dokuma kültürünün devam edebilmesi için büyük destekler sağlıyor.

VAN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NDEN DOKUYUCULUĞA BÜYÜK DESTEK

Belediyeye ait atölyelerde çalışanlardan biri olan Hakkâri, 29 yaşındaki Fatma Adıyaman; 15 yaşından beri atölyede kilim dokuyor. Adıyaman; kilim dokumanın yanında okuma ve yazmayı da atölyede öğrenmiş. Enver Özkahraman, atölyelerde çalışan dokuyucu kadınlara birçok konuda eğitim verilmesini de sağlamış. 37 yaşındaki Hakkâri dokuyucu Nesibe Ertaş, ailesinden gelen dokuma kültürü ve geleneğini Van'a göç ettiklerinde de devam ettirmiş. Ertaş; 2010'dan beri atölyede usta öğretici olarak çalışıyor.

Bir dokuyucu, ayda iki ya da iki buçuk metrekare civarında kilim dokuyor. Atölyedeki tüm dokuyucular kursiyer olarak çalıştıkları için sosyal güvenlikleri bulunmuyor ve İŞKUR destekli olarak çalışıyorlar. Atölyedeki diğer bir usta öğretici olan Şehriban Köklü; 19 yaşında. Altı senedir dokumacılık yapan Köklü; ilk, orta ve lise öğrenimini dokuyuculuk yaptığı sırada tamamlamış. Mesleğine adeta âşık olan bu insanlar, aldıkları düşük maaşa rağmen bu işi çok sevdiğini ve mutlaka devletin bu konuda daha fazla destek vermesini beklediklerini söylüyor. Gezi sırasında yıllardır Van'da

dokunduğu bilinen kilimlerin, esasında Hakkâri yöresine ait olduğu da öğrenildi. Hakkâri-Van bölgesinde dokunan başlıca kilimler; Gülhezar, Gülçin, Kesnekes, Lüleper, Şehvani ve Hevçeker.

TÜRKİYE EĞİTİM KÜLTÜR VE SOSYAL HİZMET VAKFI'NIN DOKUMA ATÖLYESİ ZİYARET EDİLDİ

Gezi sırasında Türkiye Eğitim Kültür ve Sosyal Hizmet Vakfı bünyesinde kurulan kilim dokuma atölyesi de ziyaret edildi. Vakıf Başkanı Tayyip Kızılyıldız, gezi ekibine eşlik etti. Şu anda atölyede 17 kişinin kursiyer olarak çalıştığını belirten Kızılyıldız, önümüzdeki birkaç hafta içinde bu sayının 40'a ulaşacağını söyledi. Atölye sorumlusu ve usta öğretici olarak çalışan Nuran Karakurt; 12 yaşından beri halı ve kilim dokumacılığını bildiğini ifade etti. Karakurt, dokuyucu profilinin genelde 40 yaş üstü ev hanımlarından oluştuğunu belirtti. Atölyedeki dokuyucular, yöresel desenlerin yanında özgün desenler konusunda da serbest bırakılıyor. Bölgede ip üretimi olmadığı için üretimde İstanbul'dan getirtilen hazır ve boyanmış malzemeler kullanılıyor.

Vakfın atölyesine çok yakın bir köy evine misafir olan gezi ekibi, evde dokuma yapan ender kadınlardan biri olan Hacer Baysal ile tanıştı. 30 yaşındaki Baysal, yedi senedir kilim dokuduğunu ve bu işi çok sevdiğini söyledi. Devletin SGK desteği vermesi durumunda çevresindeki birçok kişinin kilim dokuyabileceğini belirtti.

HAKKÂRİ'DEKİ ATÖLYELERDE ÜRETİM DEVAM EDİYOR

Gezinin ikinci durağı Hakkâri oldu. Hakkâri Valisi İdris Akbıyık'ın, kilim dokumalarıyla alakalı büyük destekleri olduğu gözlemlendi. Her ilçede 50 tezgâh kurulurken kursiyerler vardiya olarak çalışıyor. Hakkâri merkezdeki atölyede usta öğretici Canan Gülenbayram; kursiyerlerin aylık 300 TL aldıklarını, fakat devletin SGK desteği vermesi durumunda iş gücünün çok fazla artabileceğini belirtti. Az maaş almalarına rağmen insanların buna kanaat edip mutlu olduğunu da sözlerine ekleyen Gülenbayram; bu sistemin sürdürülebilir olmadığını, devletin işin içinde olması gerektiğini söyledi.

Hakkâri'deki temaslardan sonra ekip, Çukurca ilçesine gitti. Burada Hakkâri'de münferit olarak dokumacılık yapan yegâne kişi olan, 42 yaşındaki Medine Akış ile tanışıldı. 13 yaşında dokumaya başlayan ve yaklaşık 20 yıl dokumaya ara veren Akış; çocukları büyünce tekrar dokumaya başlamış. Akış'ın çocukları; tıp, eczacılık ve konservatuar bölümlerinde okuyor. Ayrıca henüz ilk ve orta okul ile lise öğrencisi okuyan çocukları da var. Akış, köyde dokuma bilen kişilerin olduğunu ancak yeterli kazanç sağlayamadıkları için dokuyuculuk yapmadıklarını söyledi.

Çukurca'daki bir diğer ziyaret yeri, Çukurca Halk Eğitim Merkezi oldu. Merkez Müdürü Vasfi Mirahmetoğlu, gezi ekibine bilgiler verdi. Merkezde iki atölye olduğunu söyleyen Mirahmetoğlu; form

itbari ile stilize olmuş 17 Hakkâri kilim modelinin olduğunu belirtti. 23 senedir kursta eğitimlik yapan ve 15 yaşından beri bu mesleğin içinde olan Nazdar Demiroğlu; üretim için gereken malzemeleri İç Anadolu Bölgesi'nden temin ettiklerini söyledi.

GEZİNİN ÜÇÜNCÜ DURAĞI ŞAŞAT OLDU

Gezinin üçüncü durağı Artvin'in Şavşat ilçesi oldu. Halk Eğitim Merkezi Müdürü İsmail Çelik'ten alınan bilgiye göre ilçede 67 köy bulunuyor. Demografik olarak kozmopolit bir yapısı olan Şavşat, bunu güzel motifler, renkler ve değişik formda dokumalarla kilim kültürüne de vansıtıyor. Türkler, Ahıska Türkleri, Kıpçaklar ve Gürcüler başta olmak üzere birçok etnik köken bu zenginliğe katkıda bulunmuş. Bölgenin önemli dokuma türleri ise kilim, halı, cicim ve çarpana olarak biliniyor. Şavşat'taki Halk Eğitim Merkezi'nde bulunan atölyede 12 tezgâh faaliyet gösteriyor. Her yıl açılan kurslarda yaklaşık 20 kişi halı ve kilim dokuyor. Bölgenin, ciddi bir dokuma potansiyeli olduğu gözlemlenirken devlet desteği ile birlikte önemli bir istihdam oluşturulabileceği ve yüzlerce yıllık kültürün en az bir nesil daha yaşatılabileceği düşünülüyor. Halk Eğitim Merkezi'ndeki atölyede usta öğreticilik yapan 56 yaşındaki Gülnaz Dede, gezi ekibini Tütiye Köyü'nde yaşayan 70 yaşındaki ablası Fehminaz Hanım'ın evine götürdü. Altı yaşındayken annesinden dokumayı öğrenen Fehminaz Hanım, koyun yününün kırılmasından itibaren her evreyi çok iyi bildiğini ifade etti.



ERZURUM'DA KÜLTÜRLERARASI ETKİLEŞİM MOTİFLERE YANSIYOR

Gezinin dördüncü durağı köken olarak değişik inanç ve ırklara ev sahipliği yapan Erzurum'un Gaziler Köyü oldu. Köyün eski ve daha çok bilinen adı olan Bardız'ın kelime anlamı, kuzeyden esen rüzgar demektir. Saltuklu Beyliği'nin hakimiyetinde uzunca bir süre kalan köy; Müslüman, Hristiyan, Kıpçak, Kafkas, Kırım, Karabağlılar olmak üzere zengin bir kültürü barındırıyor. Her kültür kendi motiflerini ve renklerini oluşturmuş. Köy muhtarı İsmail Pehlivan'ın gelini, 40 yaşındaki Hatice Pehlivan; bu köyde kurulan atölyede usta öğreticilik yapıyor. Yedi tezgâhı bulunan atölyede, 10 ile 15 arası kursiyer çalışıyor.

Gezinin son durağı Erzurum merkez oldu.

Atatürk Üniversitesi Halı Kilim El Sanatları

Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü, akademisyen Mevlüt Kaplınoğlu ile tanışıldı. 1962'de kurulan bu birim, uzun yıllar Hereke ve Sivas halısı dokudu.

Halen bu dokumalar devam ederken farklı tasarımlar da yapılıyor. Şu anda aktif olarak 35 tezgâh ve 40 dokuyucu bulunan birimde; bir dokuyucu, bir buçuk ayda, bir metrekare Hereke yün halı dokuyabiliyor. Dokuyucular düğüm başına 5 TL kazanıyor.

Erzurum'un bilinen en eski kilimlerinden olan Kızıl Kilise Köyü kilimi, uzun yıllardır dokunmuyor. Yıllarca ticaretin merkezi olan Erzurum'da farklı kültürlerin oluşturduğu dokumalara şahit olunuyor.



Türkiye'yi uçuran hazır giyim ihracatçıları ödüllendirildi

Hazır giyim ihracatçıların ödüllendirildiği Türkiye'yi Uçuranlar İHKİB 2020 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni, 29 Eylül tarihinde düzenlendi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla gerçekleştirilen törende firmalar; platin, altın, gümüş gibi kategorilerde ödüllendirildi.



TÜRK HAZIR GİYİM endüstrisi gerek üretim gücü gerekse tasarım, hızlı moda, marka ve yurt dışı mağazalarıyla dünya pazarlarında üstünlüğünü sürdürüyor. Pandemi döneminin en zor koşullarında dahi ihracat alanında rekorlara imza atan sektör, Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlıyor.

Ağustos 2021 itibarıyla son 12 ayda 207 milyar dolar olarak gerçekleşen Türkiye ihracatının yaklaşık 20 milyar dolarlık kısmı, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü tarafından yapıldı. 2021 yılı ocak-ağustos döneminde 12,9 milyar dolarlık ihracata imza atan sektör, ihracat hacmini bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 24,7 oranında artırdı. Ülke ihracatındaki payı yüzde 9,2'ye ulaşan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Avrupa Birliği'ne ihracatı ise söz konusu

dönemde yüzde 24,8 oranında arttı. 2020'de pandemiye rağmen 17,1 milyar dolarlık ihracata imza atan hazır giyim ve konfeksiyon firmalarının ödülleri törenle verildi. Türk hazır giyim ihracatını uçuran başarılı ihracatçılara; platin, altın, gümüş gibi kategorilerde ödül verildi. Ödül töreninde firmaların 44'ü platin, 128'i altın ödül almaya hak kazandı. Ödül almaya hak kazanan toplam firma sayısı 2 bin 240 olarak açıklandı.

"HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON TÜRKİYE'YE İYİ GELİYOR"

Ödül töreninde yaptığı konuşma sırasında hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Türkiye'ye iyi geldiğini vurgulayan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe; "Üretime, kadımla büyüyen istihdamda, tasarıma, katma değerli ihracata, cari açığın kapatılmasına, ülkemizin ve halkımızın refahına iyi geliyoruz. Geçmişte olduğu gibi istihdamda ve ihracatta rekorlarla bugün de varız. Dijital alt yapımızla, yenilenebilir enerjimizle, yeşil fabrikalarımızla, tasarım ağırlıklı üretimimizle, küresel ölçekteki markalarımızla var olmaya devam edeceğiz." dedi.

İHKİB olarak her zaman ortak aklı esas aldığımızı söyleyen Gültepe; sürekli paydaşlarıyla istişarede bulduklarını, dünya ticaretini, küresel moda endüstrisinin rotasını yakından izlediklerini belirtti. Sektörün değişim ve dönüşümüne liderlik yaptıklarını ifade eden Gültepe; "Geleceği bugünden kurguluyoruz. Projelerimizle diğer sektörlerle de ilham veriyoruz. Yıllardır sektörü dijitalleşmeye hazırlıyorduk, hazırlıklarımızın faydasını geçen yıl yaşayarak gördük. Seyahatler tamamen durduğunda bile iş süreçlerimiz hiç aksamadı. Müşterilerimizle tasarım ve numunelerimizi online olarak paylaştık. Gerekteğinde online defile yaptık. Firmalarımızla fuarlarda sanal olarak yerimizi aldık, sanal ticaret heyetleri düzenledik. Moda haftamızı, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışmamızı ve İnovatif Fikir Maratonu'nu sanal ortamda aksatmadan sürdürdük." şeklinde konuştu.

"YESİL ÜRETİMDE RAKİPLERİMİZE GÖRE AVANTAJLIYIZ"

Pandeminin, küresel ticarete trilyonlarca dolarlık kayba yol açtığını ve tedarik zincirinde değişimlere sebep olduğunu ifade eden Mustafa Gültepe; "Avrupalı markalar artık Çin gibi uzak ülkeler yerine tedariklerini yakın coğrafyalardan karşılama arayışında. Ülkemiz hem Avrupalı hem de ABD'li markaların radarında. Avrupa ve ABD merkezli küresel markaların siparişlerinde son dönemde önemli bir artış var. Sektör, eylül ayında yüzde 81 kapasite ile çalıştı. İhracatçı firmalarımızda bu oran yüzde 85'in üzerine çıktı. Bazı firmalarımız siparişleri yetiştirmek için vardiyalı sisteme döndü. Dolayısıyla çok hızlı kapasite yaratmamız gerekiyor. Her fırsatta dile getirdiğimiz bir iddiamız var. Biz İstanbul'u moda merkezi Anadolu'yu üretim üssü yapmak istiyoruz. Bölgesel teşviklerin de katkısıyla Anadolu'da son yıllarda önemli yatırımlara imza attık. Ama çok daha fazlasını yapmalıyız. Anadolu'da sürdürülebilir ve çevre dostu üretim kapasitesine sahip fabrikalarımızın sayısını hızla artırmalıyız. Eğer çok acil yatırım yapamazsak çok önemli bir fırsatı kaçırmayız." dedi.



Sektörün sürdürülebilir üretim kapasitesinin artırılmasında da öncülük yaptıklarının altını çizen Gültepe, sözlerine şöyle devam etti; “AB’nin mali yardım aracı IPA III kapsamındaki proje için başvurumuzu yaptık, onay sürecini bekliyoruz. Ayrıca kurumsal karbon ayak izi ölçümü ve hesaplanması, ürün yaşam döngüsü, iklim değişikliği, sera gazı emisyonu gibi konularda firmalarımıza eğitim veriyoruz. Sektörün akıllı fabrikalara dönüşüm süreçlerini destekliyoruz. Buradan ihracatçılarımıza bir de müjde vermek istiyorum. Firmalarımızı yurt dışındaki alıcılarla buluşturmak için sanal platform kuruyoruz. Platform sayesinde firmalarımız yedi gün, 24 saat alıcılarla iletişimde olabilecek. İstanbul Fashion Connection isimli platformda, kasım ayında ilk sanal fuarımızı düzenleyeceğiz. Dünya çok hızlı değişiyor. Değişime ayak uydurmak için gece, gündüz demeden çalışıyoruz. İstişare ve ortak akılla 10 yıllık değişim-dönüşüm stratejimizi hazırlıyoruz. Türkiye’yi moda endüstrisinde akla gelen ilk ülkelerden biri haline getirmek istiyoruz. Hedefe ulaşamamız için bir neden göremiyorum. Konjonktürel gelişmeler bizden yana. Yıl sonunda 19 milyar doların üzerinde, orta vadede 33 milyar dolar, uzun vadede 50 milyar dolar ihracat gerçekleştireceğimize inanıyorum.”

Sektörün yıl sonunda 19 milyar doların üzerinde, orta vadede 33 milyar dolar, uzun vadede 50 milyar dolar ihracat gerçekleştirmesi bekleniyor.



“HAZIR GİYİM, İHRACATIN LOKOMOTİFİ”

Yaptığı açılış konuşmasında sözlerine, Türkiye ihracatının güncel durumunun genel bir değerlendirmesiyle başlayan TİM Başkanı İsmail Gülle; “İhracatımız, yılın ilk sekiz ayında yüzde 37 artışla 140 milyar doları aştı. Son 12 ayda 207,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek ihracatımızın artık farklı bir ligde olduğunu tescillemiş olduk. Son 12 aylık güçlü performansımızın neticesinde ise daha önceden 184 milyar dolar olarak belirlenen ihracat hedefimiz, bu ayın başında açıklanan Orta Vadeli Program ile 211 milyar dolara çıktı. Yılın ilk sekiz ayında ihracatın ithalatı karşılama oranı 2020’de yüzde 75,6 iken, 2021’de yüzde 82,5’e yükseldi. Bu durum, ihracatta sürdürülebilir artışı yakaladığımızın ve dış ticaret fazlası veren Türkiye hedefimize bir adım daha yaklaştığımızın net bir göstergesi.” dedi.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün, ihracatın lokomotif sektörlerinden biri olduğunu vurgulayan Gülle, sözlerine şöyle devam etti: “Yılın ilk sekiz ayında, hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüz, ihracatını yüzde 25 artırarak 12,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Ayrıca sektörümüz küresel tedarik zincirleri alım paylarında Türk ihracatçıların payını önemli ölçüde artırdı. Bu durum, Avrupa’ya ihracatımızın yüzde 26, Kuzey Amerika’ya ihracatımızın yüzde 15 artmasına vesile



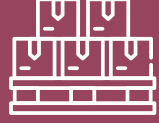
2020'de pandemiye rağmen 17,1 milyar dolarlık ihracata imza atan hazır giyim ve konfeksiyon firmalarına platin, altın, gümüş kategorilerde ödül verildi.

oldu. Sektörümüzün bilhassa ülke gruplarına göre ihracatına baktığımızda, ihracatçılarımızın pazar çeşitlendirmesi konusunda önemli bir yol aldığını görüyoruz. Bağımsız Devletler Topluluğu olarak anılan Kafkasya, Orta Asya ve Doğu Avrupa ülkelerine ihracatımız yüzde 46, Afrika'ya ihracatımız yüzde 43 arttı. Bu rakamlar, yıl sonunda sektörümüzün 20 milyar dolarlık ihracat hedefini aşacağına inancımızı güçlendirdi."

"DÜNYADAKİ DEĞİŞİMİ ÇOK İYİ OKUMAMIZ GEREKİYOR"
Bir zamanlar, 'Türkiye hazır giyimi Çin'e bırakmalı, bu alandan çekilmeli.' diyenlerin olduğunu hatırlatan



17,1

MİLYAR DOLAR
HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNÜN
2020 İHRACATI

19

MİLYAR DOLAR
YIL SONUNDA
HEDEFLenen İHRACAT

2.240

ÖDÜL VERİLEN
FİRMA SAYISI

44

PLATİN ÖDÜL
ALAN FİRMA SAYISI

Gülle; “İyi ki siz üretmeye, ihracata devam ettiniz. Ülkemizde birçok ilke imza attınız. Türkiye’nin kaderini değiştirdiniz. Kendinizle gurur duyunuz. Pandemi ile birlikte dünya bir değişimin arifesinde. Türkiye’ye çok ciddi bir yönelim gözlemliyoruz. Bütün sektörlerde inanılmaz bir sipariş yoğunluğu var. Dünyadaki değişimi çok iyi okumamız, çok iyi değerlendirmemiz gerekiyor. Fırsat ayağımıza kadar geldi. Bu süreci iyi yönetebilirsek kısa zamanda çok iyi noktalara gelebiliriz.” şeklinde konuştu.

Ödül töreninde verilecek olan ödüllerin 2020 yılında gerçekleşen performanslara göre olmasının, ayrı bir önemi olduğunu da sözlerine ekleyen Gülle; “2020 yılı, güçlü bir toparlanma içerisine giren ihracatımız için tarihi bir yıl oldu. Bu tarihi, bugün aramızda bulunan çok kıymetli ihracatçılarımız yazdı. Ödül alan, almayan tüm firmalarımız oldukça önemli

bir görev ifa ediyorlar. İHKİB çatısı altında yer alan her bir ihracatçımız, Türkiye’nin ticaret diplomasisinin saha neferleri olarak, bugünün kahramanı olmayı hak ediyor.” ifadeleriyle sözlerini noktaladı.

50 MİLYON DOLARIN ÜZERİNDE İHRACATA İMZA ATAN FİRMALARA PLATİN PLAKET

Konuşmaların ardından 2020’de 17,1 milyar dolarlık ihracata en yüksek katkıyı sunan firmalar, ödülleri Mustafa Gültepe ve İsmail Gülle’nin ellerinden aldı. 50 milyon doların üzerinde ihracat yapan firmalar platin, 20-50 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar altın, 10-20 milyon dolar arasında ihracat yapan firmalar ise gümüş plakete ödüllendirildi. İhracatı 2,5-10 milyon dolar arasında olan firmalara bronz, 500 bin-2,5 milyon dolar arasında olanlara ise başarı sertifikası verildi.



PLATİN ÖDÜL ALAN DIŞ TİCARET SERMAYE VE SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ

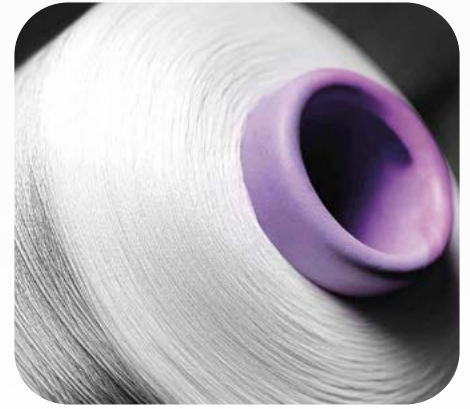
TGS DIŞ TİC. A.S.
TAHA PAZ. VE MAĞAZACILIK A.S.
BİRGİ BİRLEŞİK GİYİM İHR. DIŞ TİC. A.S.
PERGAMON STATUS DIŞ TİC.A.S.
DGS DIŞ TİCARET A.S.
CROSS TEKS. SAN. VE TİC. A.S.
İLERİ GİYİM SAN VE DIŞ TİC. A.S.
TAYPA TEKS. GİY. SAN. VE TİC. A.S.
TÜRKMEN GRUP İTH. İHR. DIŞ TİC. A.S.
ETİK DIŞ TİC. VE PAZ. A.S.

PLATİN ÖDÜL ALAN İLK 20 FİRMA

LC WAİKİKİ MAĞAZACILIK HİZM. TİC. A.S.
ŞIK MAKAS GİYİM SAN. VE TİC. A.S.
BAYKAN DENİM KONFEKSİYON A.S.
TYH ULUSL. TEKS. PAZ. SAN. VE TİC. A.S.
FORE ULUSLARARASI PAZ.VE TİC.A.S.
ÜNİTEKS TEKS.VE TİC. A.S.
DEFACTO PERAKENDE TİC. A.S.
SAİDE TEKS.SAN.VE TİC. A.S.
ALPİN ÇORAP SAN.VE TİC. A. S.
ALPIN TEKSTİL SAN.VE DIŞ TİC. A.S.
REXPORT DIŞ TİC. A.S.
REALKOM TEKS.ÜRÜNL.SAN.PAZ. VE DIŞ.TİC. A.S.
BEYPA DIŞ TİC. VE TEKS. SAN. A.S.
TAYEKS DIŞ TİC. VE TEKS. SAN. A.S.
TALU TEKSTİL SAN. VE TİC. A.S.
BAYKAN DIŞ TİC. A.S.
BAYKAN MODA A.S.
MRM KONFEKSİYON SAN.VE TİC.A.S.
ÖZAK TEKS.KONF.SAN.VE TİC.A.S.
UĞUR KONF.SAN.VE TİC. A.S.



AVRUPA'NIN EN BÜYÜK GİPE İPLİK ÜRETİM TESİSİ



 **OmaFil**[®]
MAKES YOU FEEL SOFT

www.omatekstil.com



- **Sargılı Gipe İplikler** •
- **Puntalı Gipe İplikler** •
- **Naylon 6 Tekstürize İplikler** •
- **Naylon 66 Tekstürize İplikler** •
- **Naylon 6 FDY İplikler** •
- **Melanj İplikler** •

ENGİN AYŞE DEMİRKOL

EN BÜYÜK TUTKUM

ANADOLU KILIMLERİ

Eşinin, kendisine bir sürpriz yapıp Sultanahmet'te dükkân kiralamasıyla halı sektörüne adım atan Hazal Kilim Kurucusu Engin Ayşe Demirkol; Arasta Çarşısı'nda antika dükkânı ile başladığı işletmeciliğe, kısa süre sonra halıcılıkla devam etti. Eski Anadolu kilimlerine olan merakını; bir işe, hatta bir yaşam biçimine dönüştüren Demirkol ile Sultanahmet'ten Ortaköy'e uzanan yolculuğunu, 36 yılda edindiği tecrübelerini ve Türk halıcılığının geldiği noktayı konuştuk.

ÖNCELİKLE SİZİ tanımak ve bu mesleğe başlama öykünüzü dinlemek isteriz. Hazal Kilim nasıl kuruldu?

Ben aslında tekstil sektöründe çalışıyordum. Eşim Ahmet Demirkol'un Sultanahmet'teki dükkanına gidip gelirken tüm turistlerin uğrak noktası olan bu bölgede bir dükkân sahibi olmanın güzel olacağını düşünür, bunu eşimle de paylaşırdım. Bir süre sonra eşim bana bir sürpriz yaparak Arasta Çarşısı'nda benim için tuttuğu dükkânın anahtarını verdi. Kendimi bildim bileli eski eşyalara merakım vardı. Bu dükkânda, topladığım antika eşyaları satmaya karar verdim. Fakat hata yaptığımı anlamam altı ay kadar sürdü. Çünkü kapıdan içeri hiç kimse girmedi. Bölgedeki işletmeler genellikle halıcı, derici, gümüşçü ya da çiniciydi. Antikaya ilgi olmadı. Kendime yeni bir çıkış yolu bulmaya karar verdim, halı ve kilim alanını seçtim. İçinde şahane halıların olduğu bir aile evinde büyüdüm. O zamanlar farkında değildim ama şimdi anlıyorum ki bu görüntüler bir şekilde bilinçaltıma işlemiş. Uzmanı olmadığım halde eski Anadolu halı ve kilimlerini toplamaya başladım. Tecrübesizliğim nedeniyle yanlış mallara, yanlış paralar verdiğim de oldu. Sultanahmet'te yedi senelik bir serüven yaşadım. Çok iyi bir tecrübe değildi ve çok fazla satış yapamadım. Bölgede ticaret ve rekabet koşulları oldukça sertti. Sonuç olarak oranın düzenine uymadığımı fark ettim.

Yıllar öncesinde Ortaköy'de, şu an bulunduğumuz binayı almıştık. Eşimin de tavsiyesiyle Sultanahmet'teki dükkanımı kapatarak buraya gelmeye karar verdim. O zamanlar dünyada nakit akışı çok hızlı ve İstanbul'daki yabancıların sayısı ve alım gücü çok yüksekti. Buraya gelene kadar bundan habersizdim. Dükkânı açtığım ilk hafta sonu "İşte ben şimdi halıcı oldum." dedim.

Kuruluşunuzdan bugüne sektörde ve şirketiniz özelinde neler değişti? Pandeminin yansımalarını nasıl hissettiniz, bu durum müşteri kitlenize nasıl yansdı?

Ortaköy'e gelmeden önceki yıllarım, tecrübe kazanmak açısından çok önemliydi. Nasıl bir iş düzeninin içinde olmam gerektiğini anladım, yanlış yapı yapı doğru mal almayı öğrendim. Burası bana çok iyi geldi. Sultanahmet'te ben bir tek mal satamazken başkaları inanılmaz güzel işler yapıyordu. Onların rızkı oradaydı ama benimki değildi. Sultanahmet'i bırakıp Ortaköy'e geldiğimiz için hata yaptığımızı düşünenler olmuştu. Halbuki bu bana

büyük bir nimet oldu. Burada 2008'e kadar çok güzel yıllar yaşadım. 2008'de ekonomik kriz nedeniyle dünya müthiş bir tokat yedi, doğal olarak bizim işimiz de etkilendi. Çok sakin bir döneme girdik, kapıdan içeri giren insan sayısı yok denecek kadar azdı. Sonrasında hiçbir zaman eski güzel günler gelmedi. Dünyanın gidişatı değişti. İstanbul'da yaşayan yabancı sayısı azaldı ve profil değişti. Bu durum da işlerimizi etkiledi.

Salgın sonrasında ise her şey dibe vurdu. Kapanmalar nedeniyle dükkâna gelen müşteri sayımız bir hayli azaldı. Aslına bakarsanız, dünyada dükkâncılık bitti. Kapalıçarşı'da bile artık halı ve kilim dükkânları kapanmaya başladı. Her konuda, her şey çok daha online hale geldi. 36 senedir biriktirdiğiniz müşteri kitlemizin referansları ya da çağımızın en önemli aracı olan internet sayesinde çalışmaya devam edebildik.



Anadolu'dan ürün toplamak, bu işin en keyifli alanlarından biri. Memleketimizi ve insanlarımızı çok yakından tanıma fırsatı buluyoruz.



Peki, online satışa siz nasıl bakıyorsunuz?

Sosyal ağları kullanma konusunda bir dönüşüm yapmak zorunda olduğumuz farkındayım. Bazı ürünlerimizi online olarak satmayı deneyeceğiz. Online satış planlaması yapmazsak yok olma riski ile karşı karşıyayız. Fakat halı sektöründe ürünün iyisini online olarak satmak çok zor. İnsanlar halı konusunda çok bilgili olmak durumunda değil, dolayısıyla görsellik ön plana çıkıyor. Yeni dokunmuş bir kilim ile eski kilim arasındaki fark, fotoğraflarla yansıtmamıyor. Dolayısıyla online satış, bizim için pek uygun görünmüyor. Ayrıca online satışta iade ürünleri kabul etmek durumundasınız. Türkiye’de Türk halı ve kilimciliğini korumak adına ürün gönderim süreçleri kolay ancak iade ürünleri içeri almak maddi, manevi çok zor.

36 yıldır sektörün nis olarak ifade edilebilecek bir alanı olan eski Anadolu el halıları üzerine faaliyet gösteriyorsunuz. Faaliyet alanlarınızı sizden dinlemek isteriz, eski ürünleri yeniden yorumlamak adına neler yapıyorsunuz?

Sultanahmet’i bırakıp Ortaköy’e geldiğimiz için hata yaptığımızı düşünenler olmuştuk. Halbuki bu bana büyük bir nimet oldu.

Stokumuzun yüzde 90’ı kilimlerden, yüzde 10’u halılardan oluşuyor. Kilimlerin, insanları daha çok şaşırttığını düşünürüm. Halılar, genellikle birbirini tekrar eder. Biz sadece köylü ve göçer Anadolu halısı satıyoruz. Mükemmel gözükmeyen, çizgileri eğri olan, motifi eşit olmayan halılardan bahsediyorum. Ürünlerimizin değerini; yaşı, kondisyonu, aykırılığı ve benzerinin olmaması belirliyor.

2008 sonrası, bambaşka bir dönem oldu. O süreçte boş kalmamak için yeni bir şeyler yapmaya karar verdim. Müşteriler bazen sıra dışı şeyler isteyebiliyor. Beni, kendime ait bir şeyler yapmaya iten de bu oldu. Satmak üzere eski kilimleri topluyor, temizletiyor, bakımını yaptırıyordum. Ama bazı kilimleri alıp kenara koyuyordum, onlarla bir şeyler yapmayı planlıyordum. Ürünleri önüme alıp onlardan neler yapabileceğime baktım. Eski kilimler ve Anadolu’dan topladığım eski kumaşlardan çantalar, yastıklar yapmaya başladım. Bu bana terapi gibi geldi, ayrıca yastıklar çok fazla ilgi gördü. Kızım ile birlikte de tasarımlar yapmaya başladık. Eski müşteri yoğunluğunun kaybolduğu bu süreçte, kendimi bu şekilde oyaladım. Köyünden dışarıya hiç çıkmamış kadınların, bu kadar şahane kilimler dokumasının sebebi tabiata çok yakın yaşamalardır diye düşünüyorum. Sanıyorum ben de bunlarla ilgilenirken geliştirdim. Yeniden değerlendirdiğimiz ürünler sonucunda ortaya inanılmaz güzel kombinler çıktı.

Eski kilimleri günümüzde tedarik etmek zorlaştı mı? Çoğunlukla hangi bölgelerden ürün tedarik edebiliyorsunuz?

Stok fazlalığımız nedeniyle bir süredir ürün tedarik etmiyoruz ancak Anadolu'da düzgün, eski ürün stoku kalmadı. Patchwork halı trendinin çıkış noktası da eski Anadolu halı ve kilimlerinin artık tedarik edilmesinin zorlaşmasıdır. Bu alandaki ilk örnekler, Celalettin Vardarsuyu'na ait. Ben de hiçbir kilimi atmadan bir şekilde değerlendirmeye çalışıyorum. Eskilerin bu şekilde değerlendirilmesi çok kıymetli. Keşke herkes tüketimi azaltıp dönüşümle neler yapabileceğinin farkında olsa.

Anadolu'dan eski halı ve kilimleri eşim toplar. Hazal Kilim'in kendi kontakları üzerinden eski ürünlere erişiyorum. Eski ve antika sattığımız için önümüze çıkan ürünü alıp almayacağımıza o an karar vermek durumundayız. Anadolu'dan ürün toplamak, bu işin en keyifli alanlarından biri. Memleketimizi ve insanlarımızı çok yakından tanıma fırsatı buluyor, çok şey görüyor ve ediniyoruz. İşimi, halı ve kilimi sevdiğim kadar işin arkasını dolduran tüm bu alanları da seviyorum.

Anadolu'da kilim ve halı dokuma konusunda en zayıf bölge Karadeniz Bölgesi'dir. Doğu Anadolu, Güneydoğu, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinden her zaman göçer veya yerleşik düzen dokuma, çok şahane kilimler bulunabilir. Anadolu'nun her yerinde, en güzel ya da en sıradan kilimi bulmak mümkün. Benim için hiçbir yörenin kilim ve halısı, diğer yörelerden farklı değildir.

Türklerin kadim zanaatı dokumacılık, son yıllarda ülkemizde gerileyen bir trendde. Dokuyucu sayısının günden güne azalmasını, tezgahların eskisi gibi yoğun bir şekilde çalışmamasını neye bağlıyorsunuz? Bu konuda hangi önlemlerin alınması gerekir?
Yıllardır çalıştığımız imalatçılardan birinin, çeşitli köylerde sezona göre 270 civarında dokuyucusu

"HALI TOZUNU YUTUNCA BİR DAHA YAKAYI KURTARAMAZSIN"

Nasıl bir fark yarattığımızı müşterilerimize sormak gerekir. Birinci önceliğimiz müşterilerimizi mutlu etmek. Simdi azalmış olsa bile biz bu işe başladığımızda piyasada çok fazla halıcı, kilimci vardı. Bizden çok daha iyi işler yaptılar. Ama çoğu kişi bunu "iş" olarak yaptı. Elbette para kazanmak önemliydi ama asıl olan bu değildi. Yaptığım her şeyle o kadar memnun oldum ki; bunu hiçbir zaman iş olarak görmedim. Bazen gördüğüm bir kilimi hangi müşteriye vereceğimi bile anlıyorum. Çünkü müşterilerimi çok iyi tanıyorum. Bu işin her safhası bizim için bir zevkti. Bizim farkımız; hissettiklerimizin farklı olmasından kaynaklanıyor. Anadolu kilimleri benim en büyük tutkum. İşim sayesinde 36 senedir dünyanın her yanından, farklı kültürden pek çok insanla tanıştım. İşimin tüm aşamalarını seviyorum. Bu bir hayat tarzı. "Halı tozunu yutunca bir daha yakayı kurtaramazsın." diye bir laf vardır, iste benim için bu geçerli. Ben hayatımı burada buldum, burası benim özel hapishanem gibidir. Sağlığım el verdiği sürece çalışmaktan vazgeçmeyeceğim. İnsanların Anadolu kilimlerinin ne olduğunu anlamasını ve bu alana yaklaşmasını istiyorum.

varken bundan üç sene önce gittiğimde bu sayı 65'e düşmüştü. Maalesef Çin'deki üretim maliyetleriyle rekabet etmek çok zorlaştı. Gaziantep, Belçika'yla yarışacak düzeyde şahane makine halısı üretimi yapıyor. Bu, iftihar ettiğim bir durum. Anadolu'nun her türlü kültür ve geleneğine çok saygı duyuyorum ve korunması gerektiğini düşünüyorum. Anadolu kültürünün en önemli ayaklarından biri dokumacılıktır. Herkes el halısı almak zorunda değil fakat dokumacılığın korunması gerekiyordu, korunamadı. Dolayısıyla dokuyucu sayısı bir hayli düştü. Her şeyi devletten beklemek gerekiyor. Şahısların ve devlet dışı kurumların da el dokumasını koruma anlamında çok önemli rol oynayacağına inanıyorum fakat devletin de yapması gereken şeyler mutlaka var.

Bir Türk kadını olarak, Türk kadınlarının el emeği ile özdeşleşmiş halı sektörünün işletmecisi ayağında yer almanın zorluklarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?
Sektörde kadın olmanın hiçbir zorluğunu yaşamadım. Bunun sebebi tek başına olmamamdı. Eşimle bu işi çok iyi paylaştık. Ben satış yaptım, eşim ise çok güzel ürünler buldu. Onun varlığı, bana işi çok kolaylaştırdı. Aksi takdirde başa çıkamazdım. Pek çok kadının kaldıramayacağı şekilde çalıştım ama bu benim tercihimdi. Ben bu işe başladığımda sektörde pek fazla kadın yoktu. Fakat günümüzde Türkiye'de de yurt dışında da özellikle online olarak bu işi yapan kadın sayısı çok fazla.

Hazal Kilim'in ihracat alanındaki faaliyetlerini de dinlemek isteriz.

Perakende çalıştığımız için ihracat anlamında büyük miktarda satışlar yapmıyoruz. Mikro ihracat çıktığından beri tüm gönderilerimizi bu şekilde yapıyoruz. Bazı müesseselere daha büyük miktarda satışlar da yapıyoruz. İhracat yaptığımız ülke dengesi 2008'den sonra çok değişti. 2008 öncesi genellikle müşterilerimiz Avrupalı ya da Amerikalıydı. 2008 sonrası daha fazla Malezyalı ve Endonezyalı alıcı bulmaya başladık. Uzak Doğu'dan da müşterilerimiz oldu. Avrupalı müşterilerimiz de var. Mısır'a da ihracat yapıyoruz. Bunun sebebinin dünya genelinde para akışının değişmesi ile ilgili olduğunu düşünüyoruz. Hâlâ en çok Amerika'ya satış yapıyoruz. Körfez ülkelerinden genç kesim, gelenekselden ziyade kendi yaptığımız tasarımları beğeniyor.

Tekstil ve hazır giyimde sorumlu üretim, sorumlu tüketim

Bu yıl 13'üncüsü düzenlenen Uluslararası Ekoteks Sempozyumu, 29 Eylül tarihinde gerçekleştirildi. Tekstil ve hazır giyim sektöründe sorumlu üretim ile sorumlu tüketime odaklanan sempozyum; izlenebilir yeni dünyada çevresel ayak izleri alanında, uzman isimlerin katıldığı yedi farklı oturumla tamamlandı.

İSTANBUL HAZIR Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) iştiraki olan Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri A.Ş. tarafından düzenlenen, 13. Ekoteks Uluslararası Sempozyumu; 29 Eylül tarihinde, geniş bir katılımı ile düzenlendi. Alanında uzman olan birçok konuşmacının, yedi farklı oturumla sektörün sürdürülebilirlik faaliyetlerini değerlendirdiği sempozyumda, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde sorumlu üretim ve sorumlu tüketim konularına odaklanıldı.

Sempozyumun açılış konuşmaları Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve Türkiye İhracatçıları Meclisi Başkanı İsmail Güllü tarafından yapıldı. Gerçekleştirilen oturumlarda; akademi ve sürdürülebilirlik, kamu ve sürdürülebilirlik, IPA çerçevesinde sürdürülebilirlik adımları, öncü projeler ve sürdürülebilirlik, markalar ve sürdürülebilirlik, tedarik zinciri ve sürdürülebilirlik, sürdürülebilir finansmana erişim konuları ele alındı.



Sempozyum hakkında detaylara ve sunumlara ulaşmak için QR kodu kullanabilirsiniz.



İSMAİL
GÜLLE

TİM BAŞKANI

“İHRACATÇILAR OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK FAALİYETİNİ EN İYİ BİLEN KİŞİLERİZ”

İhracatçılar olarak sanayinin gelişimine destek oluyoruz. Küresel ticaretin şartı haline gelen sürdürülebilirlik konusuna büyük önem veriyoruz. ‘Dünyayı tüketmeden dünya için üretmek’ mottosu ile hazırladığımız Sürdürülebilirlik Eylem Planı’nı haziran ayında kamuoyu ile paylaştık. Eylem planında yer alan 12 ana hedefle Türkiye’yi markalaştırarak, her alanda sürdürülebilir ülke hedefimizi gerçekleştireceğiz. Hedeflerimizden ilki olan Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu’nu 9 Eylül’de hayata geçirdik. İhracatçılarımıza bu alanda eğitimler veriyor, birçok projeyi hayata geçiriyoruz. Türkiye’nin en önde gelen sürdürülebilirlik faaliyeti ihracattır. İhracatçılar olarak sürdürülebilirlik faaliyetini en iyi bilen kişileriz. Hedeflerimizi adım adım gerçekleştirerek ülkemizin üretim ve ihracatını sürdürülebilir bir şekilde yarınlara taşıyacağız. Yeşil Mutabakat Eylem Planı’na da her türlü katkıyı vermeye devam edeceğiz. Sürdürülebilir olmayan üretim, artık sona erdi. Günümüzde çevreye duyarlı üretim faaliyetleri önem taşıyor. Bu dönüşümü sağlayacak olan biz ihracatçılarız. Bizden sonraki nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmak üzere herkesin elini taşın altına koymasına gerektiğini düşünüyoruz.



MUSTAFA
GÜLTEPE

İHKİB BAŞKANI

“SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM KONUSUNDA SEKTÖRE LİDERLİK EDİYORUZ”

Dijitalleşme ile sürdürülebilir ve çevre dostu üretim, dönüşümün temel dinamiklerini oluşturuyor. İHKİB olarak sektörü yıllardır dijitalleşmeye hazırlıyoruz. Çalışmalarımızın karşılığını pandemi sürecinde fazlasıyla aldık. Bu alanda tamamlanan ve devam eden projelerimiz var. Sürdürülebilir ve çevre dostu üretim konusunda da sektöre liderlik ediyoruz. Kurumsal karbon ayak izi ölçümü ve hesaplanması, ürün yaşam döngüsü, iklim değişikliği, sera gazı emisyonu gibi konularda firmalarımıza eğitim veriyoruz. AB’nin Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı IPA III kapsamında ‘Karbon Ayak İzinin Takibi ve Azaltılması’ projesini hazırladık. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için planlanan, sonrasında TİM çatısı altında tekstil, kimya ve lojistik sektörlerinin de dahil edildiği proje için onay bekliyoruz. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ın Paris İklim Anlaşması’nı Ekim ayında TBMM’nin onayına sunulacağını açıklamasından da büyük memnuniyet duyduk. Onay sürecinin tamamlanması, sürdürülebilir ve çevreci üretim konusunda firmalarımız için büyük bir motivasyon kaynağı olacak. Ayrıca yurt dışındaki alıcılarımıza da sürdürülebilir üretim konusunda çok güçlü bir kararlılık mesajı vereceğimize inanıyorum.



NİLGÜN
ÖZDEMİR

EKOTEKS LABORATUVAR VE GÖZETİM HİZMETLERİ A.Ş.
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM İÇİN DAHA HIZLI HAREKET ETMELİYİZ”

Ekoteks olarak tüm dünyanın gündeminde olan sürdürülebilirlik konusunda, sektör ayrımı yapmadan çalışmalarımıza devam ediyor, firmaların geleceğine yön vermeye çalışıyoruz. Çevresel ayak izi konusunda firmaların vizyonunu geliştirecek ne varsa yapmaya odaklanıyoruz. Bu yılki sempozyumu ‘İzlenebilir Yeni Bir Dünyada Çevresel Ayak İzleri’ başlığı ile düzenliyoruz. Bu alanda akademiden finansman kaynağına kadar birçok konuya değinen oturumlarımız olacak. Yeni dönemde bütün oyun planları sürdürülebilirlik üzerine kurgulanıyor. Uluslararası arenada rekabetçiliğimizi koruyup geliştirmek, geleneksel ticaretten farklı bir yönde ilerlemek için her zamankinden daha hızlı davranmak, gereksinimleri belirleyerek hızlı çözüm üretmek zorundayız. Dijitalleşme, karbon ayak izinin olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması, çevre dostu, izlenebilir, geri dönüştürülebilir üretim için gerekli adımları hızla atmamız. Tüm paydaşların katılımı ile Yeşil Mutabakat’a uyum sürecinde sektörün mevcut durumunu belirleyip bir uygulama modeli ortaya koyacağız.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN AKADEMİYE YANSIMALARI ELE ALINDI

Sempozyumun ilk oturumu, akademi ve sürdürülebilirlik başlığında gerçekleştirildi. Oturumun moderatörlüğünü Prof. Dr. Bülent Özipek yaptı. Oturum konuşmacılarından Santiago de Compostela Üniversitesi, Organik Kimya Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. F. Javier Sardina; ‘Sürdürülebilir moda; eksik olan nedir?’ başlığında günün mesajını paylaştı. Sürdürülebilirlik konusunda sorunun yüzeyinin konuşulduğunu, derine inilmediğini belirten Sardina; ‘İklim krizi konusunda gerekli zamanımız ve kaynağımız yok. Verileri daha iyi okumalıyız. Organik pamuk üretimi için yeterli alanların açılması ve üretimin artırılması gerekiyor. Sektör üretmeye devam ederken tüketimin de her geçen gün arttığı görülüyor. Doğal lifler konusunda bilimsel çalışmaların artırılması gerekiyor.’ dedi. Sempozyuma canlı yayımla bağlanan Euratex Genel Direktörü Dirk Vantygheem, AB’nin yeni tekstil stratejisi ile ilgili bilgiler paylaşırken Tekstil ve Moda Enstitüsü, Tekstil Geliştirme ve



Pazarlama Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Sean Cormier ise canlı yayın bağlantısında tekstil ve hazır giyim sektöründe etiketlenmenin ve standardizasyonun önemine dikkat çekti. Uluslararası belgelendirme sistemlerinin doğruluğunun denetlenmesi gerektiğini söyleyen Cormier; tedarik zincirindeki tüm süreçlerin izlenebilirliğini sağlayan bir proje geliştirdiklerini belirtti. İstanbul Teknik Üniversitesi, Çevre Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Seval Sözen de tekstil endüstrisinde çevresel ayak izlerinin anatomisi isimli bir sunum gerçekleştirerek çevresel ayak izlerinin belirlenmesinin firmalara sağlayacağı avantajların altını çizdi.

KAMU TARAFINDA DA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ADIMLARI ATILYOR



Ekonomi’ başlığında 23 eylem planı kurguladıklarını söyleyen Güçlü; tekstil sektörü özelinde temiz üretim mevzuatının güncelleneceğini, deri sektörü için de temiz üretim mevzuatının hazırlandığını dile getirdi. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Sıfır Atık ve İşleme Dairesi Başkanı Sadiye Bilgiç Karabulut, sıfır atık ve döngüsellik

Sempozyumun, kamu ve sürdürülebilirlik başlıklı ikinci oturumunun moderatörlüğünü Nilgün Özdemir gerçekleştirdi. Ticaret Bakanlığı Uluslararası Anlaşmalar ve AB Genel Müdür Yardımcısı Bahar Güçlü, AB Yeşil Mutabakatı kapsamında kamu tarafında neler yaptıklarını açıkladı. AB Yeşil Mutabakatı’nın önümüzdeki süreçte, tekstil sektörünü üretimden ulaşıma kadar etkileyeceğini ve ‘Yeşil ve Döngüsel

başlıklı sunumunda tasarımdan başlayarak en az atık oluşturacak şekilde üretim ve dağıtımın mümkün olduğunu vurguladı. Atıkların mevzuata uygun şekilde toplanması ve geri kazanımın esas felsefe olduğunun altını çizen Karabulut, 2018 ve 2020’de gerçekleştirilen Çevre Kanunu değişiklikleri ile geri dönüştürülmüş malzemelerin zorunlu kullanımı konusunda önemli adımlar atıldığını ifade etti.

IPA KAPSAMINDAKİ PROJELER DEĞERLENDİRİLDİ

Katılım öncesi mali yardım araçları (IPA) çerçevesinde sürdürülebilirlik adımları başlıklı üçüncü oturumun moderatörlüğünü Jale Tunçel gerçekleştirdi. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Mustafa Fazhoğlu, video konferans ile katılım sağladığı oturumda yeşil ve dijital dönüşümü destekleyerek AB ile bölgesel entegrasyonu teşvik etmeyi amaçladıklarını vurguladı. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kıdemli Programlama İzleme ve Değerlendirme Uzmanı Osman Cihan Selvi, bakanlık ve sektör iş birliğinde yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi. İHKİB'in IPA ve UR-GE projeleri hakkında bilgiler paylaşan İHKİB Projeler Şubesi Birim Amiri Berkol Alevli, IPA I, II ve III'e dahil olma ve proje süreçlerini değerlendirdi. Alevli, Ekoteks Laboratuvarı'nın faaliyetlerini de aktardı. İstanbul Moda Akademisi Direktörü Gülin Girişmen ise İHKİB iş birliğinde bin 368 metrekare kapalı alanda kurulan Dijital Dönüşüm Merkezi ile ilgili bilgiler verdi. Girişmen, KOBİ ve tasarımcılar için dijitalleşme odaklı akademik eğitimler planladıklarını söyledi. Ekoteks Laboratuvarı Sürdürülebilirlik Sorumlusu



Esma Demirkaya, IPA II kapsamında oluşturulan laboratuvarında çevresel test analizleri, polimer ve kozmetik analizleri gibi pek çok araştırma yapıldığını belirtirken, su ve atık su analizleri için 2021'den itibaren ZDHC kapsamında yetkili kuruluş olarak hizmet verdiklerini söyledi. Ekoteks Laboratuvarı Teknik Müdürü Sevim Razak, Ekoteks bünyesinde kurulan genetik ve moleküler biyoloji laboratuvarında GDO miktar analizlerinin yapıldığını kaydetti. Razak, 2021 yılında Ekoteks bünyesine biyoteknoloji laboratuvarı eklediklerini, 2020'de koruyucu giysi ve cerrahi maske testleri ile bir ilke imza attıklarını söyledi.

ÖNCÜ PROJELER SEKTÖRE ÖRNEK OLDU



Sempozyumun dördüncü oturumu olan öncü projeler ve sürdürülebilirlik, Prof. Dr. Bülent Özipek'in moderatörlüğünde gerçekleşti. İperker Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi İhsan İperker, tekstilde vegan çalışma prensipleri hakkında katılımcıları bilgilendirdi. Zorlu Holding Tekstil Grubu Başkanı Necat Altın, Zorlu Tekstil'in sürdürülebilirlik vizyonu ve yenilikçi uygulamalarını anlattığı konuşmasında; sürdürülebilirlik çerçevesinde Akıllı Hayat 2030 Programı'nı oluşturduklarını, ayrıca şirket bünyesinde Polimer Geri Dönüşüm Projesi'ni hayata geçirdiklerini aktardı. Arçelik Ar-Ge Kıdemli Uzmanı Dr. Abdullah Sert, pandemi ile birlikte müşteri kullanım alışkanlıklarının değiştiğine değinirken, yıkama sıcaklıklarının düştüğünü ve bu sebeple UVC destekli hijyenik havalandırma yapabilen, yeni nesil bir çamaşır kurutma makinesi ürettiklerini paylaştı. Hayat Kimya Global Kalite Direktörü Özden Fidan; yeraltı su kullanımı ile yüzde 50'den fazla tasarruf sağladıklarına dikkat çekti. Kadifeteks Ar-Ge Şefi Mahir Torsun da hayata geçirdikleri yeni teknolojiler ile apre uygulamalarındaki ham madde kullanımında azaltımı ve çevresel etkilerin azaltımı üzerine aktarımlarda bulundu.

MARKALAR SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YATIRIMLARINI ARTIRIYOR

Sempozyumun markalar ve sürdürülebilirlik başlıklı beşinci ve altıncı oturumu, Olgun Aydın'ın moderatörlüğünde gerçekleşti. H&M Grup Avrupa Bölgesi Pazar Geliştirme ve Kamu İlişkileri Geliştirme Müdürü Hülya Sevindik Özyiğit, H&M Grup Sürdürülebilirlik Hedefleri başlıklı konuşmasında; 2030 hedeflerinin sadece geri dönüştürülmüş veya diğer sürdürülebilir kaynaklı malzemeleri kullanmak olduğunu belirtti. Inditex Türkiye Sürdürülebilirlik ve Sosyal Uygunluk Müdürü Gülçin Üçüncüoğlu, ürünlerin yaşam döngülerinin her aşamasında sürdürülebilir olmasını sağlamayı amaçladıklarını dile getirdi. Best Seller Türkiye Avrupa ve Kuzey Afrika Ülke Müdürü Güzide Anıl Özcan, markalarının büyük kısmında organik koton kullandıklarını ve dögüsel tasarım yaptıklarını ifade etti. Varner Ülke Müdürü Cenk Yerlikaya, ürün sürdürülebilirliğine bütünsel yaklaşım adlı sunumu ile markanın sürdürülebilirlik yaklaşımını ve uygulamalarını aktardı. Penti Ürün Geliştirme, İnovasyon ve Sürdürülebilirlik Direktörü Yunus Ünal, sürdürülebilirlik kapsamında oluşturdukları koleksiyon ile 1 milyon pet şişenin ve 5 ton endüstriyel naylon atığının geri dönüştürülmesini, yüzde 45 daha az enerji, yüzde 20 daha az su ve yüzde 30 daha az emisyon katkısı sağladıklarını aktardı. SLN Tekstil Kurumsal Sürdürülebilirlik Başkanı Nesrin Başer, küresel iklim değişikliği ile mücadele etmek amacıyla BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi-Moda Endüstrisi İklim Aksiyonu Şartnamesi'nin 2018 yılında imzacısı olduklarını ve firma bünyesinde yıllık sürdürülebilirlik bülteni de çıkardıklarını söyledi. CrossTextiles/Şıkmakas Kurumsal Proje Müdürü Derya Mutlu Bedavalar, 2019'dan beri tüm üretim lokasyonlarında ve merkez ofislerinde karbon



ayak izini hesapladıklarını ve karbon emisyonlarını yenilenebilir enerji ile dengelediklerini ifade etti. VASİ Şirketler Grubu Kurumsal Sürdürülebilirlik Başkanı Ufuk Dinç, karbon emisyonunda 2030'a kadar yüzde 30 azaltım hedefinde olduklarını, Yozgat fabrikalarında yağmur suyu deposu kullandıklarını ifade etti. Linea Recycle CEO'su Erkin Eren; Dögüsel Ekonomi, Sürdürülebilir Gelecek konulu bir sunum gerçekleştirdi.

SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANSMANA ERİŞİM MASAYA YATIRILDI

Sempozyumda gerçekleşen yedinci ve son oturum olan sürdürülebilir Finansmana erişim oturumunun moderatörlüğünü Nilgün Özdemir yaptı. AB Başkanlığı Mali İş Birliği ve Proje Uygulama Genel Müdürü Bülent Özcan; video konferans ile katılım sağladığı konuşmasında, Avrupa Yeşil Mutabakat hedefleri ve bileşenlerinden bahsederek IPA II bünyesindeki tekstil projelerini aktardı. TÜBİTAK Uluslararası İş Birliği Daire Başkanı Tank Şahin, Ufuk Avrupa Programı kapsamında Avrupa Yenilik Konseyi'nin sunduğu fırsatları katılımcılarla paylaşırken, Ufuk 2020 Projesi kapsamında verilen seyahat ve yabancı araştırmacı desteklerini aktardı. Kalkınma ve Yatırım Bankası Sürdürülebilirlik ve



Çevresel Sosyal Etki Müdürü Erhan Şahin, sürdürülebilirlik kapsamında yapılan yatırımlara kredi kolaylığı sağladıklarını aktararak bu anlamda 64 hidroelektrik, 185 güneş enerjisi, 23 rüzgâr enerjisi santrali açılmasına katkı sağladıklarını

kaydetti. Garanti BBVA Sürdürülebilir Finans Yöneticisi Seray İmer, 2017'den beri yeşil konut ve çevreci taşıt kredisi sunduklarını belirtti. Akbank Sürdürülebilir Finansman Yöneticisi Muratcan Başkurt, "Sürdürülebilir finansmanı doğaya işimize ve topluma fayda yaratacak bir araç ve amaç olarak görüyoruz." şeklinde konuştu. Başkurt, düşük karbon ekonomisine geçiş ve çatı GES yatırım kredisi hakkında katılımcıları bilgilendirdi.

TEKNOLOJİNİN MODASI

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



Live ERP

İş Çözümleri Platformu



Live e-Defter

Sentez Live e-Defter



Live e-Fatura

Sentez Live e-Fatura



Live e-Arşiv

Sentez Live e-Arşiv



Live VOGUE

Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



Live DYE

Tekstil Terbiye Takip Sistemi



Live WEAVE

Dokuma Üretim Takip Sistemi



Live KNIT

Kumaş Üretim Takip Sistemi



Live YARN

İplik Üretim Takip Sistemi



Live POSITIVE

Satış Yönetim Sistemi



Live SHOP

Satış Noktası Yönetimi



www.sentez.com



www.twitter.com/SentezYazilim



www.facebook.com/SentezYazilim



sentez
business solutions



AB'nin ticari savunma araçları, pandemiye rağmen sorunsuz işledi

Avrupa Birliği her yıl anti-damping, anti-sübvansiyon ve diğer koruma önlemlerine ilişkin bir rapor yayımlar. Raporu aynı zamanda, AB'yi hedef alan üçüncü ülkeler tarafından kullanılan ticari savunma araçlarına da yer verilir.

► **KOMİSYONUN** bir süre önce açıkladığı 2020 yılını içeren 39'uncu raporunda, Avrupa Birliği'ndeki firma ve kurumları, dumpingli ve sübvansiyonlu ithalattan korumaya yönelik "Trade Defence Instruments" mekanizmasına ilişkin istatistikler yer alıyor.

COVID-19 pandemisinden kaynaklanan zorluklara rağmen Avrupa Birliği'nin ticari savunma araçlarının sorunsuz işlediği anlaşılıyor. Rapor; AB'nin, üçüncü ülkelerin haksız ticaret uygulamalarına yönelik yeni ticaret stratejisinin bir parçası olarak 2020 yılında açılan davalarla beraber 150 ticari savunma önleminin yürürlükte olduğuna işaret etmekte. Bu 150 önlemin, 128'i anti-damping, 19'u anti-sübvansiyon ve üçü diğer koruma önlemi olarak sıralanıyor.

Raporu dikkat çeken önemli bir konu daha var. Komisyon, ilk defa Avrupa Birliği firmaları için ciddi bir sorun olan sınır ötesi mali destek şeklinde üçüncü ülkeler tarafından verilen yeni tür bir sübvansiyonu takibe almış durumda.

Örnek olarak komisyonun, Çin'in, Avrupa Birliği'ne ihracat için tercihli sistemden, yani gümrük indiriminden yararlanan Mısır'da üretim yapan Çinli şirketlere verdiği sınır ötesi mali desteğe karşı telafi edici vergiler koyduğuna dikkat çekiliyor.

Bunun, komisyonun ilk kez bir ülke tarafından AB'ye ihracat için başka bir ülkede yerleşik işletmelere verilen sınır ötesi sübvansiyonları ele aldığı anlamına geldiğini söylemek mümkün. Avrupa Birliği'nin 2020 yılında ticaret savunma önlemlerini uyguladığı ülkeler arasında Çin, 99 önlemlerle başı

çekerken Rusya dokuz, Hindistan yedi ve Amerika Birleşik Devletleri altı önlemlerle onu izlemekte.

Raporu, üçüncü ülke pazarlarında ticari savunma soruşturmalarıyla karşı karşıya kalan Avrupa Birliği firmalarına destek verildiğine, 2020 yılında AB ihracatçılarına yönelik üçüncü ülkelerin uyguladığı ticaret savunma önlemlerinin sayısının, 178 olduğuna işaret ediliyor.

AB KOMİSYONU'NDAKİ ÇALIŞANLARIN %55,6'SI KADIN

Avrupa Birliği Komisyonu'nda, 2020 yılı itibarıyla yönetici ve diğer görevliler de dahil olmak üzere 32 bin 847 kişi istihdam ediliyor. Komisyonunda 355 kişi (yüzde 1,1) üst düzey, bin 119 kişi (yüzde 3,4) orta üst düzey, 11 bin 725 kişi (yüzde 35,7) resmi yetkili, 7 bin 454 kişi (yüzde 22,7) resmi yetkili yardımcısı olarak çalışıyor. Bunların 21 bin 396'sı Brüksel'de, 3 bin 722'si Lüksemburg'da, 3 bin 541'i Belçika ve Lüksemburg dışındaki AB ülkelerinde ve 4 bin 188'i AB dışındaki ülkelerde görev yapmakta.

Komisyonundaki çalışanların milliyetlere göre dağılımında önde gelen ülkeler arasında Belçika vatandaşları, 4 bin 862 kişi ile toplamın yüzde 14,8'ini, İtalya 4 bin 106 kişiyle yüzde 12,5'ini, Fransa 3 bin 224 kişiyle yüzde 9,8'ini, İspanya 2 bin 544 kişiyle yüzde 7,7'sini ve Almanya 2 bin 138 kişiyle yüzde 6,5'ini oluşturuyor.

Çalışanlar arasındaki cinsiyet dağılımında, kadınlar 18 bin 255 kişi (yüzde 55,6) ile önde geliyor. Erkek çalışanların sayısı ise 14 bin 592 (yüzde 44,4).

Brüksel'de komisyon başkanı ve diğer komiserlerin yer aldığı Berlaymont Merkez binası ile üst düzey görevlilerin yer aldığı Charlemagne binaları, Avrupa Birliği'nin mali. Bunların dışında komisyon, görev yaptığı bütün binalarda kiracı konumunda.

Haliyle, Brüksel'deki bütün gayrimenkul sahiplerinin hayalinde, binalarını yüksek ücretlerle komisyona kiralamak yatıyordu. Ama bu tatlı para kazanma döneminin sona erdiğini söylemek yanlış olmasa gerek.

Avrupa Birliği Komisyonu, ofis alanlarını birleştirmeyi ve pandemi sonrasında evde çalışmaya izin vermeyi amaçladığı için 2030 yılına kadar

2020 yılında AB ihracatçılarına yönelik üçüncü ülkelerin uyguladığı ticaret savunma önlemlerinin sayısının, 178 olduğuna işaret ediliyor.

Brüksel'deki 50 ofis binasının yarısını kapatmayı planlıyor.

Komisyonun Bütçe ve Yönetimden Sorumlu Komiseri Johannes Hahn; kurumun önümüzdeki 10 yıl içinde bina sayısını önemli ölçüde azaltacağını, Avrupa Birliği'nin başkentinde sadece 25 binaya indireceğini açıkladı.

Komisyonun, 2030'a kadar sürecek inşaat politikası, bina karbon salınımlarını azaltarak "daha yeşil" ve pandemi sona erdikten sonra evde çalışmayı standart bir uygulama olarak sürdürerek, "daha dijital" hale getirmeyi amaçlıyor.

ÇALIŞANLAR EVDEN ÇALIŞMAYA SICAK BAKIYOR

Bu karar öncesi yapılan anketlerin sonuçları, komisyon çalışanlarının yüzde 90'ından fazlasının haftada iki ila üç gün evden çalışmaya çok sıcak baktığına işaret ediyor.

Binalarının yarısını kapatmasına rağmen, komisyonun genel ofis alanı sadece yüzde 25 düşecek. Başka bir deyişle, yaklaşık 780 bin metrekareden, 580 bin metrekareye gerileyecek.

Sonuçta komisyon genel müdürlükleri olarak adlandırılan politika



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



Resmin sağındaki Charlemagne, solundaki Avrupa Konseyi binası.

departmanları, daha geniş binalarda bir araya getirilecek.

Bu gelişmeden en çok, Brüksel'de büyük ve modern binaları inşa eden ve bunları pandemi öncesinde sürekli genişleyen komisyona kiraya veren inşaat firmalarının zarar göreceğine şüphe yok.

Bazı firmalar hızla plan değişikliğine giderek ofis olarak inşa edilen binaları, konut formatına döndürmeye başladılar bile.

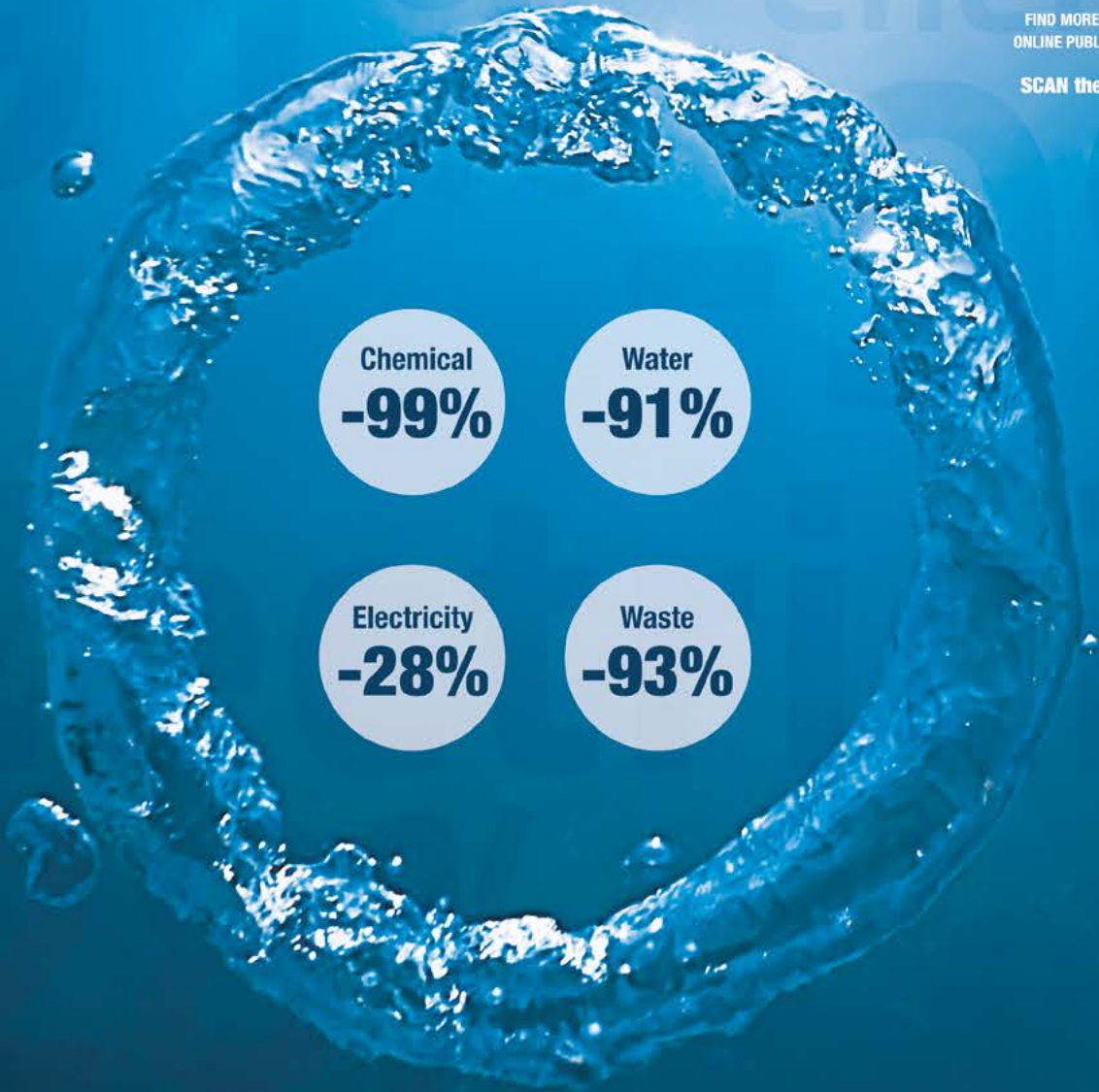
Konumuz bu değil, tabii ki bu bir tercih meselesi ama insanın aklına şehir merkezinde yaşamak isteyen olur mu diye de sormak geliyor.

Berlaymont binası



FIND MORE ON OUR
ONLINE PUBLICATION

SCAN the CODE



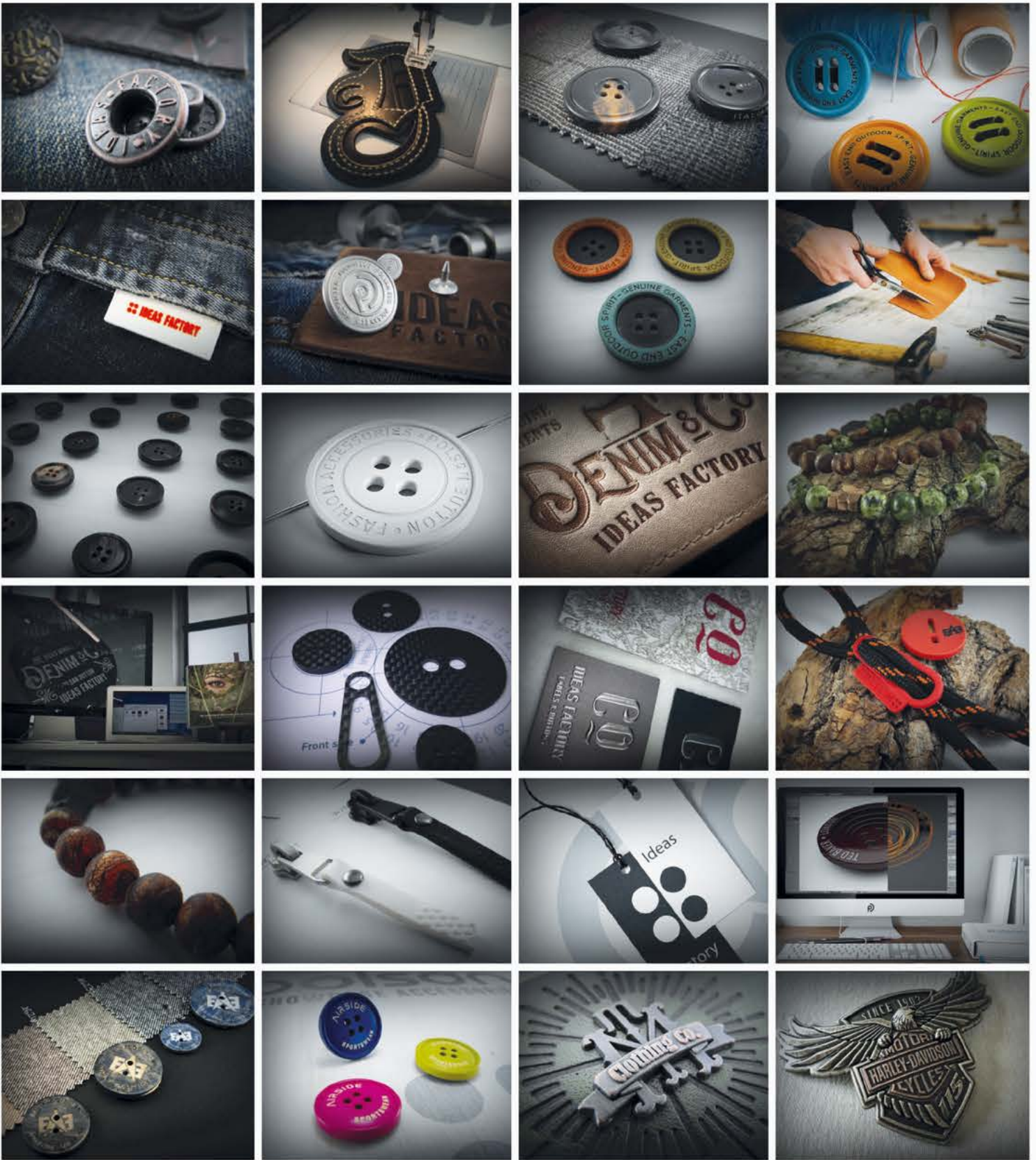
MAKING THE ENVIRONMENT COUNT

With a view to a modern ethics of environmental sustainability, Polsan researches and develops innovative production techniques that reduce the waste of water and energy to the maximum, thanks to the abolition of chemical products.

www.polsanbutton.com.tr

polsan
fashion accessories™





Since 1950 we produce with passion and quality a wide range of Fashion accessories, for garment, shoe and leather industries.

Thanks to the combination of technical skills and creative design, together with constant investment in research and development, Polsan Button is the ideal partner for the most successful garment manufacturers and fashion designers all over the world.

www.polsanbutton.com.tr

polsan
fashion accessories™

URFİ AKBALIK
ÖZAK TEKSTİL
YÖNETİM
KURULU BAŞKANI



“Doğru illerde kapasiteyi artırmalıyız”

İstanbul’da nitelikli iş gücüne erişimin zorlaşacağını öngörerek 14 yıl önce Anadolu’ya yatırım yapan Özak Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Urfi Akbalık ile Malatya, Şanlıurfa ve İstanbul’daki üretim tesislerini konuştuk. Akbalık, denim sektörünün hazır giyim ihracatındaki önemini vurgularken doğru planlanan kapasite artırımını ile daha büyük başarılarla ulaşılabileceğinin altını çizdi.

ÖZAK TEKSTİL’İN kuruluşu ve faaliyet alanları ile ilgili bilgi verebilir misiniz?
Özak Tekstil; 1985 yılında, Bakırcılar’da, 45 metrekare bir dükkânda kuruldu. Özak Global Holding çatısı altında bir aile şirketi olarak tekstil, gayrimenkul ve turizm alanlarında faaliyet gösteriyoruz. Hazır giyim sektöründeki dünyanın önde gelen denim markalarına, denim ve non-denim ürünler üretiyoruz. İstanbul, Malatya ve Şanlıurfa olmak üzere üç ayrı lokasyonda bulunan, toplam 55 bin metrekarelik kapalı alanda, 2 bin 600 çalışan ile faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Özak Tekstil ve Kübra Tekstil olarak iki ayrı şirketimiz bulunuyor. İki şirketimiz genelinde 2021 yılını, 100 milyon doların üzerinde bir ihracat hacmi ile kapatmayı hedefliyoruz.

Türkiye’nin denim pazarındaki küresel performansını nasıl değerlendiriyorsunuz? Pandemi, sektörü ve firmanızı nasıl etkiledi?

2020 yılı, pandemi nedeniyle dünya genelinde kayıp bir yıl olarak tarihe geçti. Fakat her şeye rağmen hazır giyim sektörü, yılı başarı ile kapattı. Sektörün yılı yüzde 15-20 civarında büyüme ile kapatacağı öngörüyoruz. Türkiye, 2018 yılında 17,6 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı gerçekleştirdi. Aynı yıl kilogram başı ortalama fiyat 17,9 dolardı. 2019 yılında ihracat 17,7 milyar dolar, kilogram başına satış fiyatı 16,3 dolardı. 2020 yılında pandemiye rağmen 17,1 milyar dolarlık ihracatla sektör yılı kapattı. Ortalama satış fiyatımız ise 16,2 dolar oldu. Hazır giyim sektörü olarak 2021 yılını 19 milyar doların üzerinde bir ihracatla, 16,6 dolar civarında kilogram başına ortalama satış fiyatı ile kapatmayı hedefliyoruz.

Denim sektörünü de rakamlarla ele alacak olursak; 2018, 2019 ve 2020 yıllarında Türkiye’nin denim ihracatı sırasıyla; 1 milyar 387 milyon dolar, 1 milyar 330 milyon dolar, 1 milyar 182 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu yılın ilk sekiz ayında toplam denim ihracatımız, 1 milyar 145 milyon dolara yükseldi. Özellikle ekim, kasım ve aralık ayları, sektörün en yoğun olduğu aylardır. Dolayısıyla yılı, 1,8 milyar

dolar civarında denim ihracatı ile kapatabileceğimizi düşünüyorum. Denim ihracatı, toplam hazır giyim sektörü ihracatının yüzde 10’una tekabül ediyor. Türkiye olarak hem bilinirlik hem kalite anlamında denim sektöründe, dünyada ilk üçte yer aldığımızı söyleyebiliriz. Kilogram başına denim ihracatımıza baktığımızda ise 2018 yılında 24,4 dolar, 2019 yılında 22 dolar, 2020 yılında 21,5 dolar seviyesinde olduğumuzu görüyoruz. Ocak-agustos 2021 dönemi itibarıyla bu rakam, 21 dolar civarında. Sektör olarak daha katma değerli üretim yapmaya çalışıyoruz.

Sizce sektördeki bu hızlı yükselişin sebebi nedir?

Denim sektörünün ihracatının artmasındaki ana sebeplerden biri tedarik zincirinde yaşanan değişimler. Pandemi döneminde birçok marka; Uzak Doğu’dan tedarikte navlun fiyatlarının artması ve terminlerin uzaması risklerini gördü. Artık bu risklere girmemek adına Akdeniz çanağında bulunan ülkelerden tedarik önem kazandı. Şu anda navlun fiyatlarındaki artış ve tedarik zincirindeki aksaklıklar nedeniyle firmalar sorun yaşıyor. Fakat kısa vadede üreticiler bu konuda sorun yaşasa da uzun vadede bu durum büyük avantajlar sağlayacaktır. Çünkü artık ürünü Uzak Doğu’dan temin edip burada yaptırmak değil; tedarikin tamamını malın olduğu ülkede yaptırmak yoluna gidiliyor. Bazı markalar şimdiden bunu yapmaya başladı.

Pandemi döneminde Özak Tekstil’in tedarik zincirinde ne tür sorunlar yaşandı?

Özak Tekstil olarak 30’un üzerinde nitelikli, A+ markaya ihracat yapıyoruz. Katma değeri yüksek

Türkiye olarak hem bilinirlik hem kalite anlamında denim sektöründe, dünyada ilk üçte yer aldığımızı söyleyebiliriz.



üretim yapmaya çalışıyoruz. 26 ayrı ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. En fazla ihracat yaptığımız ülkeler sırasıyla; Almanya, İspanya, Fransa ve ABD. Çok farklı ülke ve pazarlara ihracat yapıyor olmamızın avantajlarını, pandemi döneminde de yaşadık. Müşteri tarafında çok fazla değişkenlik yaşamadan sektör içerisinde ayrılan firmalardan olduk. Müşteri sayımızın fazlalığı, bizim en güçlü yanımız. Müşteri ve pazar çeşitliliği çok daha az olan firmaların kırılmalıklarının daha yüksek olacağını düşünüyorum.

İstanbul'daki üretim tesisinize ek olarak Malatya ve Şanlıurfa'daki fabrikalarınızla da üretime devam ettiğinizi biliyoruz. Anadolu'daki üretim merkezleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türkiye'de, hazır giyim ve konfeksiyon alanında Anadolu'ya yatırım yapan ilk firmalardan biriyiz. 2007 yılında ilk yatırımımızı Malatya'ya yaptık. 18 bin metrekarelik kapalı alanda, 850 kişinin çalıştığı bir üretim tesisimiz bulunuyor. İkinci Anadolu yatırımımızı ise 2013 yılında Şanlıurfa'ya yaptık. 20 bin metrekarelik kapalı alanda kurulan Şanlıurfa fabrikamızda, bin 100 kişi çalışıyor. İstanbul'daki 18 bin metrekarelik kapalı alana kurulu fabrikamızda ise 650 kişi çalışıyor. 150 kişilik bir tasarım ekibimiz bulunuyor. Fabrikalarımızın tamamı, tam entegre üretim tesisi olarak faaliyet gösteriyor.

Yatırım yapmak için neden Malatya ve Şanlıurfa illerini tercih ettiğinizi de merak ediyoruz.

Malatya ve Şanlıurfa'yı tercih etmemizin genel sebebi, bölgedeki iş gücü potansiyeli ve bölgesel teşvik sistemidir. İstanbul, istihdam anlamında sıkıntılı bir süreçte. İstanbul'daki fabrikamızda eleman bulmakta ciddi zorluklar yaşıyoruz. Bu durumu 14 yıl önceden öngörebildiğimiz için Anadolu'ya yatırım yapan ilk hazır giyim firmalarından biri olduk. Bunun sağladığı avantajları şimdi yaşıyoruz. Sektör son beş yıldır, bölgesel teşvik uygulamalarının da başlamasıyla Anadolu'ya yatırım yapmaya başladı.

Yatırımlarınızı hayata geçirirken devlet tarafından sağlanan yatırım teşviklerinden faydalandınız mı? Elbette, tüm yatırım desteklerinden faydalandık. Bu sayede maliyet açısından ciddi avantajlar yakaladık. Özellikle personel bulma ve yetiştirme anlamında sağlanan destekler, önemli avantajlar kazanmamızı sağladı. Firmaların Anadolu'ya yatırım yapmaya devam etmesi, teşvik siteminin iyi çalıştığını gösteriyor. Bunun devamının gelmesini bekliyoruz. Önümüzdeki süreçte teşvik sistemindeki olası değişiklikler için İHKİB olarak hazırladığımız önerilerimizi ilgili bakanlıklarla paylaşıyor, sektör paydaşlarımızla değerlendiriyoruz.

Yeni teşvik sisteminde sizce nelere dikkat edilmeli? Devlet desteklerinin yatırım alanında devam ettirilmesi ve daha da artırılması gerektiğini düşünüyorum. Bunun yanı sıra yeşil üretim yapacak olan fabrikaların sayısının artması için

destek sağlanması gerekiyor. Sürdürülebilirlik, sektörümüz açısından çok önemli. Tüm firmalarımızın kısa sürede üretimde sürdürülebilirliğe odaklanması lazım. Aynı zamanda sektörel bazlı, sektörlerin ihtiyacına yönelik bir teşvik sisteminin getirilmesinin de daha faydalı olacağını düşünüyorum.

Pandemi sonrasında değişen tedarik zincirleri ile Türkiye, hazır giyim sektörü açısından daha da stratejik bir ülke haline geldi. Ham maddeye erişimde yaşanan zorluklar ve fiyatlardaki artışlar da sektörün gündeminde. Bu konulardaki görüşleriniz nelerdir? Uzak Doğu'dan bir metre kumaş getirme maliyeti, 55-60 Sent'leri buldu. Ayrıca tedarik tarafında gecikmeler yaşanıyor. Bu durumun sürdürülebilir olmadığını, Uzak Doğu'dan tedarik ederek burada üretim yapmanın kesinlikle biteceğini düşünüyorum. Bu durum uzun vadede Türkiye'ye fayda sağlayacaktır. Çünkü bu maliyetlere markaların da üreticilerin de katlanma şansı yok. Tedarik zincirinin değiştiğini şu an hissedebiliyoruz ancak 2022'nin ikinci yarısında bunu çok daha net şekilde göreceğiz.

Türkiye'nin şu andaki en büyük sorunlarından biri kapasite. Daha entegre, daha büyük kapasiteli ve daha kuvvetli firmaların ön plana çıkacağını görüyoruz. Kapasite artırmak şart ama bunu sağlıklı ve doğru yerde yapmadığımız sürece problem olacaktır. Bölgesel yatırımlarla birlikte tersine göçün başladığını görüyoruz. Fabrikaların kapasite artırımları yapıldıkça bölgelerin gelişimi daha da artacaktır. Sektör olarak 10 yılda, yatırımlarımızla 386 bin kişilik yeni istihdam yarattık. Sektör olarak Doğu ve Güneydoğu Anadolu yatırımlarını artırmamız gerekiyor. Tekstil ve hazır giyim alanında en fazla yatırım alan ilk üç il; Batman, Malatya ve Diyarbakır. Van ve Bitlis gibi illerdeki yatırımların da önümüzdeki dönemde artabileceğini düşünüyorum. Emek yoğun ve istihdama dayalı bir sektör olduğumuz için iş gücü potansiyelinin yoğun olduğu bölgelerde yatırım yapmalıyız. Bu durum sektörü daha da güçlendirecektir.

Şanlıurfa'daki fabrikanızda uyguladığınız "Yönetici Adayı Yetistirme Programı" ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Şanlıurfa'ya büyük ölçekte ilk hazır giyim ve konfeksiyon yatırımını yapan firma biziz. Sanayi kültürünün henüz oluşmadığı kentte, ilk zamanlarda kalifiye eleman bulmakta zorlanıyorduk. Turnover'ımız çok yüksekti. Yetiştirdiğimiz personelleri, sektöre kazandırdık. Fabrikamızda bir akademi kurduk. Bu akademiye yüzde 98'i vasıfsız olan ve İŞKUR üzerinden aldığımız personeller için belli kriterlerde eğitimler hazırladık. Personellerimizi yönetici, uzman, uzman yardımcısı, ekip lideri, grup lideri, bölüm üreticisi gibi pozisyonlara yükseltebilmek adına eğittik. Kariyer planlamasının profesyonel şekilde yapılması gerektiğini düşünerek bu projeyi hayata geçirdik. Sonuç itibarıyla



2.600

İstihdam



100
milyon dolar

2021 ihracat hedefi



1,145
milyar dolar

Türkiye'nin denim ihracatı (2021/ilk 8 ay)



18.000

metrekare

Malatya tesisi

20.000

metrekare

Şanlıurfa tesisi

18.000

metrekare

İstanbul tesisi

İstanbul, istihdam anlamında sıkıntılı bir süreçte. Bunu 14 yıl önceden öngörebildiğimiz için Anadolu'ya yatırım yapan ilk hazır giyim firmalarından biri olduk.

Şanlıurfa'da çalışan beyaz yakalı kadromuzun büyük çoğunluğu, yerel çalışanlardan oluşuyor. Fabrikaya vasıfsız işçi olarak giren personelimiz, akademiye eğitimlerin ardından 70-100 kişiyi yönetebilecek seviyeye geldi. Yönetici ile çalışanın aynı yöreden olması ve yöneticilerin işletme içerisinden gelmesi, iş süreçlerini ve iletişimi kolaylaştırıyor. Eleman sirkülasyonumuz azalsa da akademiye faaliyetlerimize aynı şekilde devam ediyoruz.

Hazır giyim sektörü, Anadolu'yu üretim üssü haline getirmeyi hedefliyor. Özak Tekstil'in Anadolu'daki hedefleri nelerdir? Yeni yatırımlar yapmayı planlıyor musunuz?

Bundan sonraki süreçte büyüyeceğimiz yer kesinlikle Anadolu olacak. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine yoğunlaşacağımızı söyleyebiliriz. Gördüğümüz ve verilerden okuduğumuz kadarıyla sektörümüz de bu alanlarda yatırım yapmaya devam ediyor. 2019 yılında, Şanlıurfa'da yeni bir yatırıma başlamak üzere 50 bin metrekarelik bir alan satın aldık. 2021 yılında hayata geçirmeyi planladığımız fabrika yatırımımızı, pandemi nedeniyle ertelemek zorunda kaldık. 2023 yılı sonunda fabrikamızı açmayı planlıyoruz. 30 bin metrekarenin üzerindeki fabrikamızda istihdamın, 2 bin kişiye kadar çıkabileceğini düşünüyorum. Bu yatırıma başlamadan önce sektörün pandemi sonrasında nasıl bir yolda gideceğini de görmek istiyoruz. Yapacağımız yatırım, tam entegre ve yeni nesil bir fabrika olacak. Sürdürülebilirlik açısından elektrik tüketimini güneş enerjisi üzerinden sağlayacak olan bir fabrika hedefliyoruz.

Günümüzde fabrikaların tamamı için gelinecek nokta, sürdürülebilir üretimi işaret ediyor. Önümüzdeki süreç, bu anlamda çok daha önemli olacak. Fabrikalarımızın tamamının bu konuyla ilgili yatırımları ya da projeleri olmalı. 2022 yılında bu yatırımlarımızı artırmayı planlıyoruz. Malatya'daki fabrikamızda su ve enerji tüketimi üzerine projeler gerçekleştiriyoruz. Daha az su ve enerji tüketimi ya da farklı teknolojiler kullanılarak üretim tesisleri yeniden yapılıyor.

Türk hazır giyim firmaları CPM'e damga vurdu

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı:
500

Fuara katılan Türk firma sayısı: **94**

Ziyaretçi sayısı: **12.887**

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli fuarlarından biri olan Collection Premiere Moscow'un 2021 yılı ikinci sezonu, 31 Ağustos-3 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi. Rusya'da düzenlenen fuara 94 Türk firması katıldı.



İHKİB'in 2003 yılından bu yana milli katılım organizasyonu düzenlediği Collection Premiere Moscow (CPM) fuarının, 2021 yılı ikinci sezonu 31 Ağustos-3 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi. CPM'e 20 ülkeden, 500 firma ve 650 marka katıldı. Fuara katılan Türk firma sayısı ise 94 oldu.

Fuara katılan ülkeler arasında Türkiye, Almanya, Fransa, İtalya ve Rusya yer aldı. Türk firmalar, 2 bin 858 metrekarelik alanda ziyaretçileriyle buluştu. 94 firmanın 58'i hazır giyim, 28'i deri konfeksiyon ve ayakkabı, 7'si ise iç giyim alanında faaliyet gösteren firmalar arasında yer aldı.

FUAR KAPSAMINDA TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜ TANITICI FAALİYETLER YAPILDI

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla gerçekleştirilen fuar açılışına İHKİB yönetim kurulu üyelerinden Ercan Hardal, Barış Eraslan, Mithat Samsama, Nazım Kanpolat ve Nuri Yüksel de



katıldı. İHKİB, firmaların koleksiyon seçimlerinde yönlendirilmesini sağlamak üzere bir trend kitapçığı hazırladı. Firmalarla paylaşılan kitapçıkta trend alanı kurgusunun nasıl yapılması gerektiği anlatılırken online workshoplar ile ürün seçimi, stant yerleşimi üzerine bilgiler aktarıldı. Beş kategoriye ayrılan trend alanında, Türk katılımçıların ürünleri de yer

aldı. CPM fuarının tanıtım çalışmaları kapsamında sosyal medya ve Google reklam çalışması yapılırken fuar alanı çevresinden ve Moskova genelinden reklamlara tıklanma sayısı, 50 bini aştı. Fuar alanının çeşitli noktalarında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tanıtımına yönelik çalışmalar yapıldı. Tanıtım çalışmaları, Rus basınında da yer buldu.

FİRMALAR FUARDAN MEMNUN AYRILDI

Fuara katılan firmaların yüzde 81'i fuarı çok başarılı bulurken yüzde 90'ı yeni sezonda fuara tekrar katılmayı düşündüğünü belirtti. Türk firmalar fuar süresince 5 binin üzerinde görüşme gerçekleştirirken firma başına ortalama görüşme sayısı 54 olarak açıklandı. Görüşmelerin siparişe dönüşme oranının yüzde 43 olarak hesaplandığı fuarda, yeni müşteri oranı yüzde 40'a ulaştı. Fuardaki alıcıların yüzde 37'si butik mağaza, yüzde 23'ü toptancı, yüzde 19'u online mağaza, yüzde 7'si büyük mağaza ve yüzde 15'i zincir mağaza profilinde yer aldı. Fuara, Türkiye Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar da katıldı.





MUSTAFA GÜLTEPE
İHKİB BASKANI

“RUSYA PAZARINDA İDDİALİYİZ”

“**PANDEMİ** sürecinin en geniş katılımı organizasyonu olan CPM için firmalarımız çok iddialı hazırlandı ve özel tasarımlarla Moskova'ya geldi. 94 firmamızla fuar alanının beşte birini biz kapattık. Rusya'ya hazır giyim ihracatımızda markalı ürünlerimizin payı, ortalamanın üstünde. 20'yi aşkın hazır giyim markamız, 600'e yakın mağaza ve bin civarında satış noktası ile Rusya'da Türk modasını temsil ediyor. 2019'da Rusya'ya 280 milyon dolarlık hazır giyim ihracatı gerçekleştirmiştik. Pandeminin etkisi ile 2020'de, 230 milyon dolarda kaldık. 2021'i yılını ise 300 milyon doların üzerinde bir ihracat ile tamamlayacağımızı öngörüyoruz. Rusya pazarında iddialiyiz. Ziyaretçilerin, tasarımlarımızı rahatlıkla inceleyebileceği bir trend alanı oluşturduk.”

“PANDEMİ CPM FUARININ ÖNEMİNİ ARTIRDI”

TÜM DÜNYA gibi Rusya da pandemiden etkilendi. Rusya'daki alıcıların iki senedir yurt dışına çıkıp çok fazla alışveriş yapamaması ve sezonun ilk fuarı olması CPM fuarının önemini artırdı. Fuarı hem alıcı tarafından hem de Türkiye'deki üreticiler tarafından bu nedenle yoğun bir talep oldu. Katılımın yüksek olduğu bir fuar geçirdik. Genel olarak firmaların da bu yoğunluktan memnun olduğunu ve güzel bir fuar süreci geçirdiklerini gördüm.

Rusya, ülkemize olan yakınlığı nedeniyle yıllardır çalıştığımız önemli pazarlarımız arasında yer alıyor. Önümüzdeki dönemde Türk hazır giyim sektörünün Rusya'ya ihracatının daha fazla artacağını düşünüyoruz. Rusya'da değişen ticaret sistemine firmalarımızın da ayak uydurması gerekiyor. Bu yıl itibarıyla Rusya'daki eski satış sistemlerinden çok daha farklı bir satış sistemi başladı. Bu nedenle Rusya'ya ihracat yapacak olan firmaların bir sertifikasyon sisteminden geçerek lisans alması ve akredite olması gerekiyor. Aksi takdirde Rusya'da ürünlerin dolaşma izni alması mümkün görünmüyor. Gerekli denetimlerden geçmemiş olan ürünlerin satışına izin verilmiyor ve toplatılıyor. Dolayısıyla Rusya'daki oyunun kuralları değişti. Sertifikasyon sisteminde ürünün kalitesi ve içeriğine bakılıyor.



NAZİM KANPOLAT
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“TREND ALANIMIZ BEĞENİ TOPLADI”

CPM fuarında bu sezon Türk hazır giyim sektörü trend alanı yer aldı. Çok güzel ve sık olan trend alanımız, beğeni topladı. Ülkemiz adına gurur duydum. Önümüzdeki dönemlerde de bu tip trend alanları yaratmaya devam etmeliyiz diye düşünüyorum. Ama bu alanların fuarların daha görünür ve ön plandaki bölgelerinde yer alması daha cazip ve ilgi çekici olabilir.

Rusya'nın imalatının da bir hayli arttığını görüyoruz. Birçok ürünü artık kendileri yapabilir hale gelmişler. Fakat birçok yan sanayi ürününü ve ham maddeyi de Türkiye'den tedarik ettiklerini biliyoruz. Ancak Rusya'ya daha katma değerli şekilde bitmiş mamul satmak ülkemiz adına daha faydalı olacaktır. Sektör olarak bu anlamda artık Rusya ile rekabet halinde olduğumuzu söyleyebiliriz. Dolayısıyla daha katma değerli ürünler yapabilirsek her zaman Rusya'ya mal satma şansımız olur.

Hazırlıklı olan firmalar için fuarlar, her zaman caziptir. Ama fuarlara doğru ürünle gitmek çok önemli. Doğru ürünle fuara katılan firmalarımız fuardan memnundu. CPM, hazır giyim fuarları arasında şu anda gözde olan ve yıllardır yapılan, profesyonel bir fuar. Diğer fuarlardan kalite olarak daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla Rusya pazarına girmek isteyen firmaların CPM fuarına katılmasının önemli olduğunu düşünüyoruz.



NURİ YÜKSEL
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“BİR SONRAKİ SEZONDA MİLLİ KATILIMIMIZ 100’ÜN ÜZERİNDE OLMALI”

GEREK RUSYA’NIN ülkemize coğrafi yakınlığı gerekse alıcıların satın alma alışkanlıklarından dolayı CPM fuarı; milli katılıma oldukça uygun. Özellikle Laleli, Merter ve Osmanbey piyasalarında faaliyet gösteren firmalarımız, bölgeye yoğun satış yapıyor. Bundan sonrası için de satış potansiyelinin yüksek olması nedeniyle Rusya pazarı, firmalarımız için son derece önemli olmaya devam edecektir. Firmaların, fuarlara doğru sezon ürünleriyle katılımı önemli. Katılımcı firmalar, daha önceki fuarlara göre bu fuarın çok daha sakın geçtiğini, bunun sebebinin de fuar tarihlerinin okul açılma zamanına denk gelmesi olduğunu belirtti. Fuarda ilk defa yapılan trend alanı da çok beğenildi. Fuarın bir sonraki sezonuna 100’ün üzerinde firma ile katılmamız gerektiğini düşünüyorum.



Fuar alanının çeşitli noktalarında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tanıtımına yönelik çalışmalar yapıldı.



MİTHAT SAMSAMAMA
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“CPM MİLLİ KATILIMA UYGUN BİR FUAR”

CPM FUARININ milli katılıma çok uygun olduğunu düşünüyorum. Fuarda başta Türkiye, İtalya, Almanya, Fransa ve Rusya’nın önde gelen katılımcıları, sonbahar-kış 2021/22 sezonuna ait koleksiyonlarını alıcılara sundu. Rusya’da, ABD ve AB’nin ambargosu sonrasında ithalata olan bağımlılığın azaltılması stratejisiyle ciddi anlamda içe dönük çalışmaların yapıldığını gözlemliyoruz. Ayrıca Rusların bulunduğu holün fuar süresince kalabalık ve hareketli olması, her geçen gün Rusya’da yapılan teşvikler ile çok ciddi bir üretimin yapılmaya başlanmış olması, sektörümüzün ciddiye alması gereken konular arasında. Pandemi sürecinin devam etmesi doğal olarak fuarın etkinliğini zayıflatıyor. Daha önceki fuarlarda fashion showlar, defileler yapılması fuarı daha canlı kılıyordu. Bu sezonunda bunların yapılmaması, fuarın önceki sezonlara göre daha sakın geçmesine sebep oldu.

“İSTEDİĞİMİZ SİPARİŞ ORANINI YAKALADIK VE YENİ MÜŞTERİLER EDİNDİK”

CPM FUARINA kesintisiz olarak 30 sezonu aşkın süredir katılan sayılı Türk hazır giyim firmalarından biriyiz. Kendi adımıza fuardan mutlu ayrıldık, istediğimiz sipariş oranını yakaladık ve yeni müşteri de edindik. İtalya, Almanya ve Fransa’dan gelen fuar katılımcılarının zayıf kaldığını, firma bazında katılımların azaldığını gördük.

Fuara gelen müşteriler, fuar katılımcılarının tamamını incelemeyi alışveriş yaptılar. Müşterilerin bu tarz nokta atışı alışlar yapması, fuara yeni katılan firmalar açısından bir dezavantaj yarattı. Türk firmaların tek handikabı sıcak satış yapıyor olmaları. Müşteriler, siparişlerini hızlıca tedarik etmek istiyor. Ancak fuarda gösterilen ürünler henüz hazır değilse, bu süreç uzayabiliyor. Biz firma olarak hazır olmayan hiçbir ürünümüzü fuarda

göstermiyoruz. Fuara götürdüğümüz ürünlerimiz, depomuzda ya da üretim aşamasında olan ürünler oluyor. Fuardan döndükten 20 gün sonra tüm malı teslim etmeyi taahhüt ediyoruz. Bu nedenle müşteriler bizi tercih ediyor.

“ZİYARETÇİ SAYISINDAN ZİYADE ALINAN SİPARİŞLERE BAKILMASI GEREKİYOR”

Pandemi döneminde olmamıza rağmen fuarın başarılı geçtiğini, alıcıların pandeminin etkilerinden kurtulduğunu, biraz daha rahatladığını gözlemledik. En büyük problemimiz Rus firmaların çok güçlenmiş olması. Fuarda da Rus firmaların öne çıktığını

gördük. Artık Türk üreticiler olarak onların yapamayacağı ürünleri yapmamız lazım. Yıllardır Rusya pazarında çalıştığımız ve son dönemde sipariş miktarını azaltan müşterimizi analiz ettiğimizde, kargo maliyetleri ve Rus üreticilerin sağladığı avantajlar nedeniyle miktarları azalttıklarını görüyoruz. Esasında Rusya pazarındaki şartlar aleyhimize dönmeye başladı. Bunu el birliğiyle ne kadar lehimize çevirebilirsek o kadar avantajımız olur yoksa kısır döngü devam edecektir. Fuardaki toplam ziyaretçi

sayısından ziyade yapılan görüşmeler ve alınan siparişlere bakılması gerektiğini düşünüyorum.



EDİP BİLİK
BİSA GİYİM SAHİBİ

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



Hazır giyim sektörü Kiev Fashion Show'da buluştu

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 7-9 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirilen Kiev Fashion Show'a 11 firma ile 12'nci kez milli katılım organizasyonu düzenledi.

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı:
270

Fuara katılan Türk firma sayısı: **11**

Fuar alanı: **13.000 metrekare**

Katılımcı ülkeler: **Ukrayna, Türkiye, Polonya, İtalya, İspanya, Belarus**

NİCELİK ve nitelik olarak gelişen Ukrayna hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, uluslararası alanda gelişim gösteren bir faaliyet alanı haline geldi. Ukrayna'nın başkenti Kiev'de düzenlenen ve sektörün uluslararası alanda öncü moda fuarlarından biri olarak konumlanan Kiev Fashion Show, 7-9 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi.

Hazır giyim ve konfeksiyon alanında gitgide gelişim gösteren bir durumda bulunan Ukraynalı hazır giyim

firmaları; kadın, erkek, çocuk giyim ve aksesuar firmaları ile fuarda ön plana çıktı. Kadın iç çamaşırı ve mayo firmalarının yanı sıra kumaş üreticisi firmalar da fuarda dikkat çekti. Firmaların 2022 ilkbahar yaz koleksiyonlarını sergilediği fuarda, kadın/erkek günlük giyim ve kadın iç çamaşırı temalı defileler gerçekleştirildi. Pandemi sonrasında düzenlenen fiziksel fuarlardan biri olan ve hazır giyim sektörünün öncü firmaları ile alıcıları buluşturan Kiev Fashion Show; 13 bin metrekarelik alanda, üç gün boyunca ziyaretçilerini ağırladı.

TÜRK HAZIR GIYIM FİRMALARI BİRCOK GÖRÜŞME GERÇEKLEŞTİRDİ

Kiev Fashion Show, 270 katılımcı markaya ev sahipliği yaparken 7 bin 627 ziyaretçiyi ağırladı. Ukrayna başta olmak



üzere, Türkiye, Polonya, İtalya, İspanya ve Belarus'tan katılımcı firmalar fuarda yer aldı.

Fuarın 2021 yılı ikinci dönemine, İTKİB patronajında organize edilen milli katılım ile 11 Türk firma katıldı. Türk firmalar, 363 metrekarelik alanda ürünlerini sergilerken 24 metrekarelik alanda bulunan İHKİB info standı da ziyaretçileri ağırladı. Fuara katılan Türk firmaların iletişim bilgileri ve ürün grupları, fuar idaresi tarafından hazırlanan katalog ile tüm katılımcılara verildi. Ukrayna'nın birçok bölgesinden ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği fuarda, Türk hazır giyim firmaları, farklı görüşmelerde bulundu.



“FİRMALARIMIZIN GENEL MEMNUNİYET DÜZEYİNİN OLDUKÇA YÜKSEK OLDUĞUNU GÖZLEMLEDİK”

SUBAT VE EYLÜL aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen Kiev fuarı, iki ayrı holden oluşuyor. Birinci holde hazır giyim, iç giyim ile tekstil ve ham madde ürünleri yer alırken ikinci holde tekstil makineleri sergileniyor. Doğu Bloku ülkeleri arasında, Türk hazır giyim sektörünün önde gelen pazarlarından biri olan Ukrayna, hacim olarak Rusya Federasyonu ile rekabet edebileceği potansiyelde olmasa da bulunduğu coğrafyada hatırı sayılır bir ihracat potansiyeli ile sektör firmalarımız açısından bir fırsat teşkil ediyor. Fuarın bu sezonuna gelen alıcıların büyük çoğunluğu, Ukrayna’da yer alan butik mağazalardan oluşuyor.

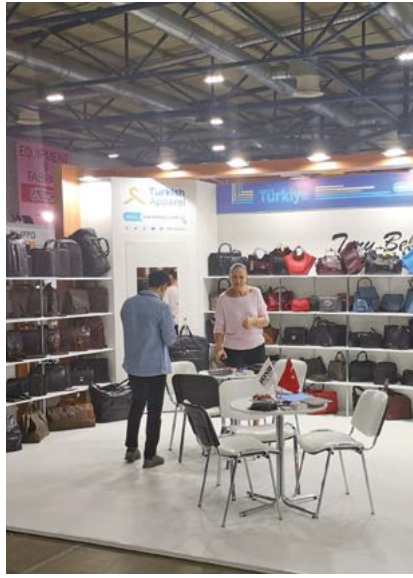
Fuar esnasında yapmış olduğumuz değerlendirmelerde, katılımcı sayısının arttırılması konusunda fikir alışverişlerinde bulduk. Ukrayna pazar hacminin mevcut durumu göz önünde bulundurulduğunda katılımcı sayısının faydayı maksimize edecek oranda belirlenmesi, memnuniyetin sağlanması konusunda önemli bir detay olacaktır. Fuarın bu dönemine katılan firmalarımızın yedisi hazır giyim, üçü tekstil ve biri çanta alanında faaliyet gösteriyordu. Firmalarımız toplamda 363 metrekaarelik bir alanda yer aldı. Üç günlük fuar süresi boyunca yaklaşık 500 is görüşmesi gerçekleştirildi. Firmalarımızın genel memnuniyet düzeyinin oldukça yüksek olduğunu gözlemledik.

“BİRCOK FİRMAMIZ SICAK SATIŞ GERÇEKLEŞTİRDİ”

Fuarın ilk iki günü oldukça yoğun geçti. Birçok firmamız, fuarın son günü stantlarında bulunan ürünleri ile sıcak satış gerçekleştirdi. Fuarın bundan sonraki dönemlerinde de milli katılımımızı istikrarlı bir şekilde devam ettirmeli ve ortalama 15-20 firma ile fuara katılmamızdır.



ERCAN HARDAL
İHKİB YÖNETİM
KURULU ÜYESİ



Ukrayna'nın birçok bölgesinden ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği fuarda, Türk hazır giyim firmaları, farklı görüşmelerde bulundu.

KORAY DÖMEKE MARİSİS FİRMA ORTAĞI “UKRAYNA PAZARINDAKİ ETKİNLİĞİMİZİN DAHA FAZLA ARTACAĞINI DÜŞÜNÜYORUZ”

KİEV FUARI bizim açımızdan başarılı geçti. Ukrayna pazarında aktif bir firma olarak Kiev fuarına daha önceki yıllarda da katıldık. Pandemi döneminde insanlar çoğunlukla evlerinde vakit geçirdikleri için tüketim alışkanlıkları da değişti. Ev tipi kıyafetler, eşofman ve basic tişörtlere yönelik ilginin arttığını gözlemledik. Swetshirtler de şu anda en çok ilgi gören ürün grupları arasında. Gece elbisesi ve abiye gibi alanlarda faaliyet gösteren firmaların fuardan çok memnun kalmadığını söyleyebiliriz. İnsanlar pandemi nedeniyle henüz tam olarak sosyal hayata karışmadıkları için hazır giyim sektöründe satışlar da düştü. Fakat genel olarak değerlendirdiğimizde biz her zaman Kiev fuarından memnunuz.

Toplam ihracatımızın yaklaşık yüzde 30'unu Ukrayna pazarına gerçekleştiriyoruz. Dolayısıyla Ukrayna'nın potansiyeli yüksek olan pazarlardan biri olduğunu düşünüyoruz. Fuara edindiğimiz yeni müşterilerimiz birlikte Ukrayna pazarındaki etkinliğimiz daha fazla artacaktır. Fuarda, Türk hazır giyim firmalarına yoğun bir ilgi olduğunu gördük. Sektör olarak eski Sovyet coğrafyasında her zaman avantajlıyız. Türk hazır giyim sektörü, orada bir değer taşıyor.

“ZİYARETÇİLERİN BÜYÜK ÇOĞUNLUĞU ALIM YAPMA HEDEFİNDEYDİ”

Fuara katılan ülke ve ziyaretçi sayısı, önceki yıllara nazaran azalmıştı. Bu yıl katıldığımız diğer fuarlarda da ziyaretçi sayısındaki azalmayı gördük. Fuar standımızda görüştüğümüz herkesin kaydını tutuyoruz. Genellikle yapılan görüşmelerin siparişe dönme oranı, firmamız özelinde yüzde 50-60 civarında seyrediyor. Fakat Kiev fuarının bu sezonunda bu oranın daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Toplam ziyaretçi sayısının azalmasına rağmen fuara gelen ziyaretçilerin büyük çoğunluğu alım yapma hedefindeydi. Dolayısıyla fuara gerçek müşteriler geldi diyebiliriz.



İHKİB, 12 firma ile CAF fuarına katıldı

Kazakistan'ın Almatı kentinde düzenlenen Central Asia Fashion (CAF) fuarına, milli katılım organizasyonu ile katılan firma sayısı 12 oldu. Türk firmalar, üç gün süren fuarda birçok alıcı ile görüşmelerde bulundu.



FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **68**
Fuara katılan Türk firma sayısı: **12**
Ziyaretçi sayısı: **7.176**

TÜRK ürünlerine yoğun ilgi gösterilen ve Orta Asya bölgesinin en başarılı moda fuarı olarak bilinen Central Asia Fashion (CAF), 16-18 Eylül tarihleri arasında düzenlendi. Kazakistan'ın Almatı kentinde moda sektörünün tüm kilit oyuncularını aynı platformda buluşturan fuar, yılda iki kez gerçekleştiriliyor. Başta butik alım grupları olmak üzere department store ve

zincir mağazalarına hitap eden fuar, profesyonellerin iş bağlantıları kurması için ideal bir zemin yaratıyor.

FUAR, ORTA ASYA PAZARINA GİRME FIRSATI YARATIYOR

Pazarın liderlerini ve yeni oyuncularını çeken Kazakistan'ın, moda perakende pazarında uzmanlaşmış tek etkinliği olarak kendini kanıtlayan CAF; bin 526 metrekarelik

sergi alanı, B2B toplantı ve konferansları, katılımcı marka ve tasarımcı defileleri ile dikkat çekiyor. Orta Asya pazarına girmek veya pazar payını büyütmek isteyenlerin adresi olan CAF; kadın, erkek ve çocuk giyim, denim, spor kıyafetleri, aksesuar, çanta, gelinlik, iç çamaşırı, mayo, deri ve kürk bölümlerinde ziyaretçileriyle buluşuyor.

28'inci sezonu düzenlenen fuara İHKİB, 2015

yılından bugüne milli katılım sağlıyor. Bu sezonunda 7 bin 176 ziyaretçisi olan fuara, 68 firma katıldı. Milli katılım organizasyonu ile fuara katılan Türk firma sayısı ise 12 oldu. Fuara katılan ülkeler Türkiye, Rusya, Kore, Ukrayna, Beyaz Rusya, Kazakistan, Hollanda, Çin, Polonya ve Almanya oldu. Farklı ölçeklerdeki üretici ve marka kimliği taşıyan Türk firmalar, 377 metrekairelik alanda ziyaretçilerini ağırladı. İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

Birol Sezer de fuardaki Türk firmaların stantlarını ziyaret etti. Yoğun katılımın olduğu fuarda, katılımcı firmalar birçok alıcıyla buluşma fırsatı yakaladı.

**28'inci sezonu
düzenlenen fuara
İHKİB, 2015
yılından bugüne
milli katılım
sağlıyor.**



SEDAT YILDIRIM İKOLL TEKSTİL FİRMA SAHİBİ

“TÜRK FİRMALARA OLAN İLGİNİN DE YOĞUN OLDUĞUNU GÖZLEMLEDİK”

CENTRIAL ASIA Fashion fuarı gayet güzel ve yoğun geçti. Firma olarak fuardan memnun ayrıldık. İlk kez bu fuara katılan bir firma olarak İTKİB'in ilgisi, yardımı ve fuara vakıf olması nedeniyle herhangi bir olumsuzluk yaşamadık. Gelen müşteri portföyü de pandemi şartlarına göre oldukça iyiydi. Çok fazla fuar geçmişimiz olmadığı için pandemi öncesi döneme göre gözle görünür bir değişiklik olduğunu görmedik. Fuar katılımcılarının büyük çoğunluğu Türk firmalarından oluşuyordu. Türk firmalara olan ilginin de yoğun olduğunu gözlemledik. Alıcıların büyük çoğunluğu, Kazakistanlı alıcılardı. Pandeminin de etkisiyle farklı ülkelerden çok fazla alıcı gelmedi. Fuara daha önceki yıllarda katılan Türk firmalarla yaptığımız istişarelerde,

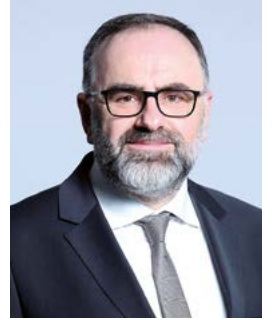
önceki sezonlarda çevre ülkelerden de Kiev fuarına katılan ülkeler olduğunu fakat bu sene çok fazla katılımcı ülke olmadığını öğrendik.

Ziyaretçi sayısı açısından beklentilerimizin karşılandığını söyleyebiliriz. Fuarda direkt sipariş usulü çalışmadık. Fuara yeni katılan bir firma olarak daha çok koleksiyonumuzu tanıtmaya odaklandık. Su anda baktığımızda fuar sonrasında güzel geri dönüşler aldık ve satış yaptık. Kazakistan'ın, Orta Asya'ya açılan bir kapı olması nedeniyle Central Asia Fashion fuarı oldukça önemli. Sonraki sezonlarda çevre ülkelerden de alıcıların gelmesiyle çok daha kapsamlı bir fuar olacağını düşünüyorum. Fuara tekrar katılmayı düşünüyorum.

“TÜRK FİRMALARI FUARA DAMGASINI VURDU”

PANDEMİ sonrasında yapılan ilk fiziki fuarlardan biri olan CAF fuarındaki doluluk oranı, pandemi öncesine göre biraz daha azdı. Fakat Türk stantlarımız, toplam fuar alanının yaklaşık yüzde 40'ını oluşturdu. İTKİB, fuar süresince Türk katılımcı firmalara önemli hizmetler sağladı. Pandemi nedeniyle iki yıldır gerçekleştirilemeyen fuar, genel olarak gayet hareketli ve canlı geçti. Kazakistan, çevre ülkelere pandemi sebebiyle bazı sınırlamalar getirdiği için Kırgızistan, Tacikistan, Ermenistan gibi ülkelerdeki alıcıların bir kısmı, fuara ulaşmakta zorluk yaşadı. Fakat fuarın kuruluşu, stantlarımız, Türk firmalarının ürün gamı çok başarılıydı. Türk firmalar, fuardan gayet memnun ayrıldıklarını ifade ettiler. Bir sonraki fuarın daha gelişmiş ve daha canlı olacağını düşünüyoruz.

Türk firmalarının COVID-19 zamanındaki kapanma dönemini çok iyi değerlendirdiklerini, fuara iyi hazırlanmış olduklarını ve son derece istekli olduklarını gördük. Firmalarımızın ürün çeşitlilikleri de fuar için yeterliydi. Kısacası Türk firmaları fuara damgasını vurdu.



**“CAF, TÜRKİYE
İÇİN ORTA ASYA'YA
AÇILAN BİR KAPİ
MAHİYETİNDE”**

BİROL SEZER
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Kazakistan pazarı, Türkiye için Orta Asya'ya açılan bir kapı mahiyetinde. CAF fuarına birçok ülkeden alıcılar geliyor. Bu nedenle CAF fuarını, bizim için önemi çok büyük. İTKİB olarak bu fuarı desteklemeye devam edeceğiz. Fuara bireysel katılım yapan Türk firmaları ile de görüşmelerimizi yaptık. Bu firmaların bir kısmı, sonraki dönemde milli katılıma dahil olacaklar. Milli katılım ile CAF fuarına dahil olacak firma sayısının, gelecek dönemlerde artacağına inanıyoruz.

Fuarda Türk firmaları çok yüksek ilgi gördü. Profesyonel alıcılar, Türk firmaların stantlarını adeta doldurdu. İç giyimden denime ve kadın giyime kadar her alanda çeşitliliği olan firma grubumuz vardı. Bu nedenle gelen tüm alıcılara hitap edebilecek bir yapıdaydık. Pandemi önlemleri kapsamında İHKİB info standımızda da birçok hizmet sunduk. Pandeminin ve aşılamanın henüz devam ettiği bu süreçte, fuarın her şeye rağmen güzel geçtiğini ve önümüzdeki dönemlerde daha da iyi olacağını düşünüyorum.

Coterie fuarına 17 Türk firması katıldı

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **570**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **17**

Türk firmaların gerçekleştirdiği görüşme sayısı: **401**

Ziyaretçi sayısı: **7.500**

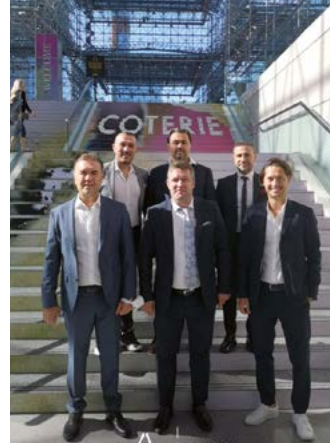
Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli pazarlarından biri olan ABD'de, 25 yılı aşkın süredir gerçekleştirilen Coterie fuarının yeni sezonuna 17 Türk firma dahil oldu.



ÇEYREK YÜZYILLIK bir geçmişe sahip olan Coterie fuarı; 19-21 Eylül tarihleri arasında ABD'de gerçekleştirildi. Dünyanın en büyük ekonomisi olarak devasa bir ihracat potansiyeline sahip olan ABD'de, Türk hazır giyim sektörünün henüz istenilen payı alamadığı düşünülüyor. Sektörün, söz konusu fuar sayesinde ABD pazarındaki etkinliğinin artması hedefleniyor.

Bu yıl 55'inci sezonu düzenlenen fuara toplamda 570 firma katıldı. İTKİB tarafından milli katılım organizasyonu düzenlenen Coterie fuarına, bu sezon 17 Türk marka ve tasarımcı katıldı. Toplamda 15 bin metrekarelik alanda gerçekleştirilen fuara milli katılım ile dahil olan Türk firmalar; 351 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledi. Türk firmalar, 400'ü aşkın görüşme gerçekleştirdi.

Toplamda 7 bin 500 ziyaretçinin geldiği fuarda kadın ve çocuk hazır giyim ürünlerinin yanı sıra ayakkabı ile aksesuar bölümleri de yer aldı. Pandemi öncesi ortalama 18 bin ziyaretçi ve 5 bine yakın markanın yer aldığı fuarın bu sezonuna, gelen ziyaretçilerin çoğunlukla ABD'li alıcılardan oluştuğu dikkat çekti. Fuara katılan ülkeler arasında Türkiye, ABD, İtalya, Portekiz, Fransa, Kanada ve İngiltere



bulundu. İHKİB'i temsilen, yönetim kurulu üyeleri Nazım Kanpolat, Hikmet Ünal, Serdar Bekmezci, Nuri Yüksel, Ayhan Onat ve Mithat Samsama da fuarda yer aldı.

TANITIM ÇALIŞMALARI DİJİTAL PLATFORMLARDAN SÜRDÜRÜLDÜ

Pandemi önlemleri nedeniyle fuar idaresi, bu yıl hiçbir basılı materyal kullanılmasına izin vermedi. Tüm katılımcı firmalar, Coterie mobil uygulamasında stant numaraları ve iletişim bilgileri ile yer aldı. Fuara gelen alıcılar, katılımcı firmaları bulabilmek için mobil uygulaması kullandı. Katılımcı firmalara ilişkin tanıtım materyalleri, İHKİB sosyal medya kanallarından paylaşılırken Coterie fuarı sosyal medya hesaplarında da katılımcı firmaların ürünleri yayınlandı.



“HEDEF PAZARIMIZ ABD’DE GERÇEKLEŞEN COTERIE FUARINI ÇOK ÖNEMSIYORUZ”

TÜRK HAZIR GİYİM sektörünün en önemli hedef pazarlarından biri olan ABD’de gerçekleştirilen Coterie fuarı, yoğun bir katılım ile gerçekleştirildi. Pandemi ile birlikte değişen tedarik zinciri sonrasında Türk hazır giyim sektörüne ilgisinin arttığını gözlemlediğimiz ABD pazarından, sektörümüzün daha fazla pay alabilmesi adına Coterie fuarını önemsiyoruz.

Toplamda 15 bin metrekarelik alanda düzenlenen fuara milli katılım organizasyonu ile dahil olan Türk firmalara, 351 metrekarelik alan tahsis edildi. Fuara bireysel olarak katılan firmalarımızla birlikte Türk firmalar, toplamda 522 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledi. Türk firmalarımızın 17 tanesi milli katılım ile sekiz tanesi ise bireysel katılım ile fuarda yer aldı. Söz konusu fuara milli katılım ile gelen firmaların en az yüzde 70’i, uzun süredir

Coterie fuarında katılımcı olarak yer alan firmalardı. ABD pazarında Türk hazır giyim firmalarının bilinirliğinin artırılması ve istikrarın sağlanması ve fuarın gidışı açısından bu durumu çok olumlu buluyorum.

Geçmiş yıllardan farklı olarak bu sezonda fuar,

Coterie ve Magic olmak üzere iki ana çatı altında toplandı. Magic bölümü; geçtiğimiz yıllardaki Children (çocuk), Fame (genc kadın), Moda (kadın) ve Sole Commerce (ayakkabı) bölümlerinin birleşiminden oluştu. Coterie bölümünde ise Edit at Coterie ve Coterie bölümleri bulundu.

“FİRMALAR FUARDAN MEMNUN AYRILDI”

Fuarın ilk günü oldukça hareketli geçti. Ancak ilk güne kıyasla ikinci ve üçüncü günlerin daha sakin geçtiğini söyleyebiliriz. Fuar tarihinin Yahudi bayramına denk gelmesi ve pandeminin de etkisiyle ziyaretçi sayısında geçtiğimiz yıllara nazaran bir düşüş gözlemlendi. Bunun yanı sıra katılımcı firma sayısının da geçtiğimiz yıllara kıyasla yüzde 50 oranında azaldığı bilgisini fuar idaresinden aldık. Tüm bunlara rağmen Türk firmalarımız fuar süresince birçok önemli görüşme gerçekleştirerek fuardan memnun ayrıldı.



HİKMET ÜNAL
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Tüm katılımcı firmalar, Coterie mobil uygulamasında stant numaraları ve iletişim bilgileri ile yer aldı.

ÇAĞDAŞ KOZAN ISLE BY KOZAN KURUCUSU “FUAR BEKLENTİLERİMİZİ KARŞILADI”

COTERIE FUARI bizim adımıza güzel geçti. Görmek istediğimiz alıcı kitlesini gördük. Genel olarak fuar, pandemi öncesine kıyasla daha ufak ve daha yavaştı. Fakat alıcıların isteklerinin geri gelmiş olduğunu gördük. Su an alırlar, pandemi öncesine geri dönmüş durumda fakat alıcılar, daha dikkatli davranıyorlar. Pandemi döneminde yaşanan tedarik sorunu nedeniyle herkesin mala ihtiyacı olduğunu gözlemledik. Fuara katılan alıcıların yüzde 90’ı butik alıcılardı. Dolayısıyla bu alıcı grupları için malın hangi ülkeden tedarik edileceği de önem kazandı.

Avrupa pazarında sürdürülebilir ürünlere bir ilgi olduğunu gözlemliyoruz fakat ABD’de bu alana bir ilgi olduğunu gözlemlemiyoruz. Daha çok satılabileceğini düşündükleri ürünleri almayı tercih ediyorlar. 15 yıldır ABD pazarına yönelik üretim yapan bir firma olarak Coterie fuarının beklentilerimizi karşıladığını söyleyebiliriz. Koleksiyonlarını daha global hazırlayan firmaların beklentileri tam olarak karşılanmamış olabilir. Fakat fuara bir kez katılarak beklentilerini karşılayamamış olan firmaların var olması, fuarın başarısız olduğu anlamına gelmiyor. Sürekli olarak bu fuarlara katılmak, başarıyı artırıyor. Özellikle daha Doğu Bloku ülkelerle çalışmaya alışık olan firmaların ürünleri, ABD pazarına ağır kaçabiliyor. ABD, tek başına bir pazar gibi görünse de kendi içinde çok farklı pazarları barındırıyor. Fuarda görüştüğümüz firmaların yaklaşık yüzde 80’i mevcut müşterilerimizdi. Yeni müşteri oranımız yüzde 20 civarında idi. Görüşmelerimizin siparise dönüşme oranının ise yüzde 80-85 bandında olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca fuarda iletişim kurduğumuz fakat daha sonradan bize ulaşacak olan alıcılar olduğunu da düşünüyoruz. Coterie, bizim için önemli bir fuar. Bir sonraki fuarın daha iyi olacağını düşünüyorum.

“KARARLI OLAN FİRMALARIN ABD PAZARINDA BAŞARILI OLACAĞINA İNANIYORUM”

Türk hazır giyim markalarının ABD pazarına girmelerinin yollarından biri olan “private label”, yani bir ABD markası için üretim yapma seçeneğinde fiyatın önemi artıyor. Fakat ben Türkiye’nin geleceğinin orda olmadığını düşünen biriyim. Markalaşmanın önemli olduğunu düşünüyorum. Bir koleksiyon hazırlayıp onu ABD’de beğendirmek, çok uzun soluklu ve kararlılık gerektiren bir iş. Bu servisi vermeye hazır olan üreticilerin ABD’de bir yapılanmaya gitmeleri gerektiğini düşünüyorum. ABD’nin dinamikleri, bizim bildiğimiz dinamiklerden çok farklı. Kararlı olan firmaların ABD pazarında başarılı olacağına inanıyorum. Türkiye’de başarılı olmak, çok adetli mal yapmak ABD’de de aynı şekilde olunacağı anlamına gelmiyor. Yine sıfırdan başlıyor gibi hissetmek lazım.

Who's Next fuarı 25 binin üzerinde ziyaretçi ağırladı

Hazır giyim ve moda sektörünün önemli fuarlarından biri olan Who's Next, 3-6 Eylül tarihleri arasında Paris'te düzenlendi. 25 bin ziyaretçiyi ağırlayan fuara, Türkiye'den milli katılım organizasyonu ile üç firma katıldı.

MODANIN merkezi olarak kabul edilen Paris'te düzenlenen ve bu yıl 26'ncı yılını kutlayan Who's Next fuarı, 3-6 Eylül tarihleri arasında düzenlendi. Avrupa'daki kadın modasına yönelik uluslararası ticaret fuarlarının lideri olan Who's Next, her yıl ocak ve eylül aylarında yaklaşık 45 bin ziyaretçi ve bin 200'den fazla hazır giyim markasını bir araya getiriyor.

100'den fazla ülkeden gelen alıcılar, markalar, gazeteciler ve trend belirleyiciler ile dört gün boyunca çeşitli toplantı, seminer ve atölye çalışmaları düzenlenirken ziyaretçiler; yeni trendler ve moda pazarıyla ilgili bilgi edinme olanağına da sahip oluyor. Fuar süresince düzenlenen seminerler; trendlerden dijitalleşmeye, tedarik zincirinden ihracata kadar çeşitli konuları kapsıyor. Fuar katılan firmaların sergilediği ürünler incelendiğinde, katılımcıların genellikle bir sonraki yılın kış koleksiyonlarını ocak ayında düzenlenen sezonda, yaz koleksiyonlarını ise eylül ayında düzenlenen sezonda sundukları gözlemleniyor.

Henüz keşfedilmemiş yaratıcı marka ve tasarımcıları uluslararası alıcılarla buluşturan fuarda



kreatif markaların seçkileri, uygun fiyatlarla zamanın ruhunu yakalayan kadın giyim koleksiyonları ve denim ile sokak modası markaları da yer alıyor. Fuarda aynı zamanda takı, ayakkabı, deri aksesuar, şapka gibi tekstil aksesuarları da yer alıyor.



FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı:
1.200
Fuara katılan Türk firma sayısı: **3**
Ziyaretçi sayısı: **25.000**



İHKİB tarafından 16 sezondur milli katılım düzenlenen Who's Next fuarı, 36 bin metrekarelik bir alanda gerçekleştiriliyor. Bin 200 civarında firmanın katıldığı fuarın, toplam ziyaretçi sayısının 25 bin olduğu tahmin ediliyor. Ağırlıklı olarak Fransa'dan katılım olan fuara, AB ülkelerinden de yoğun katılım olduğu dikkat çekiyor. Seyahat kısıtlamaları nedeniyle alıcıların büyük bir bölümü Fransızlardan oluştu. Alıcıların genel profillerinin sipariş odaklı olduğu da görüldü. Fuarın yeni sezonunda sürdürülebilirlik bölümüne daha fazla alan ayrılırken İHKİB de gelecek dönemler için bu alana özel çalışmalar yapmayı planlıyor.

Fuara katılan üç Türk firmasının toplam görüşme sayısı 132 olurken fuar alanında alınan sipariş sayısı ise 32'ye ulaştı.

CJF fuarında firmalar önemli görüşmelerde bulundu

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **172**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **5**

Ziyaretçi sayısı: **7.600**

Türk firmaların görüşme sayısı: **545**

Çocuk ve bebek giyim ile aksesuarları konusunda uluslararası öneme sahip olan Child&Junior Fashion Moscow (CJF), bu yıl 5 Türk katılımcı firmanın katılımıyla düzenlendi. Türk firmalar, fuar süresince önemli görüşmelerde bulundu.



firma bulundu. 7 bin 600 ziyaretçinin geldiği fuarda, 2022 sonbahar/kış koleksiyonları sergiledi. İHKİB'in milli katılım organizasyonu ile CJF fuarına beş Türk hazır giyim firması katıldı. Türk firmalar, 157 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledi.

TÜRK FİRMALAR FUAR ALANINDA 106 SİPARİŞ ALDI

Seyahat kısıtlamaları nedeniyle ağırlıklı olarak Rus alıcıların geldiği fuarda, sipariş vermeye odaklı alıcıların yoğun katılımı gözlemlendi. Fuara katılan firmaların tamamı, alıcıların uzun dönem çalışma isteği nedeniyle bir sonraki dönem fuarına katılmak istediğini de belirtti. Türk firmalarının 545 görüşme gerçekleştirdiği fuarda, firmaların fuar alanında aldığı sipariş sayısı da toplamda 106 oldu.

Türk firmaların fuar sırasında görüşme yaptığı alıcıların ülkeleri arasında Belarus, Rusya, Sibirya, Kazakistan, Lübnan, Ukrayna ve Dağistan yer aldı. Görüşme yapılan alıcıların niteliksel dağılımına bakıldığında ise yüzde 21'inin butik mağaza, yüzde 16'sının toptancı, yüzde 18'inin online mağaza, yüzde sekizinin büyük mağaza ve yüzde 37'sinin zincir mağaza olduğu görülüyor.

RUSYA'NIN BAŞKENTİ

Moskova'da gerçekleştirilen Child&Junior Fashion Moscow (CJF), 21-24 Eylül tarihleri arasında düzenlendi. Yılda iki kez gerçekleştirilen ve 400'ün üzerinde uluslararası markanın katılımıyla yapılan fuar, Doğu Avrupa'nın önde gelen küresel moda fuarlarından biri olarak biliniyor. Zamanla BDT ülkelerinin çocuk ve bebek giyim üzerine en önemli moda platformu haline gelen CJF, 7 bin 500 metrekarelik Expocentre alanında gerçekleşiyor.

Çocuk ve bebek giyim ile aksesuar markalarını alıcılarla buluşturan fuar, 7 binden fazla ziyaretçi sayısı ile uluslararası bir ticaret merkezine dönüşüyor. 27 sezondur düzenlenmeye devam eden fuara İHKİB, dört sezondur milli katılım organizasyonu düzenliyor. Bu yıl ağırlıklı Rusya ve Avrupa Birliği ülkelerinden katılımcıların dahil olduğu fuarda toplam 172 katılımcı



Seyahat kısıtlamaları nedeniyle ağırlıklı olarak Rus alıcıların geldiği fuarda, sipariş vermeye odaklı alıcıların yoğun katılımı gözlemlendi.



Tekstil sektörü i of the World ile ABD'ye açıldı

FUAR KÜNYESİ

Fuar alanı: **790 metrekare**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **28**

Ziyaretçi sayısı: **90**

İTHİB organizatörlüğünde New York'ta düzenlenen ikinci Sektörel Türk İhracat Ürünleri fuarı, i of the World 28-29 Eylül tarihleri arasında kapılarını açtı. 28 Türk firmanın yer aldığı fuara, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve UTİB Başkanı Pınar Taşdelen Engin katıldı.



TÜRK TEKSTİL sektörü için en stratejik ihracat pazarlarından biri olan ABD'de, İTHİB tarafından organize edilen ikinci i of the World fuarı, 28-29 Eylül tarihleri arasında New York'ta gerçekleşti. ABD'nin önde gelen hazır giyim üreticileri, tasarımcıları ve tekstil distribütörlerini tek çatı altında toplamayı amaçlayan fuara, ABD pazarına açılmak ve pazar paylarını büyütme isteyen toplam 28 Türk tekstil firması katıldı.

790 metrekarelik alanda düzenlenen fuarda, katılımcı ile ziyaretçiler arasında B2B ikili görüşmeler gerçekleşti. Fuar öncesinde yapılan tanıtım çalışmaları, konvansiyonel ve elektronik ortamda gönderilen davetiyeler ile potansiyel alıcılar fuara davet edildi. Tanıtım ve davet çalışmaları



sonucunda fuarın toplam ziyaretçi sayısı 90 olarak tespit edildi. Pandemi sebebiyle ara verilen fuarın ilki 21-22 Ocak 2020 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Düzenlenen ikinci fuara; aralarında Yünsa, Altınyıldız, Söktaş, BTB ve Kipaş Mensucat gibi Türkiye ve dünyada markalaşmış olan firmaların ve ABD pazarına açılmak isteyen firmaların katılımı.



“TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ABD HEDEFİ 1 MİLYAR DOLAR”

DÜNYANIN en büyük beşinci tekstil ihracatçısı, AB'nin ise ikinci tekstil ihracatçısı konumunda yer alan Türk tekstil sektörümüzün en önemli hedef pazarlarının başında 43 milyar dolarlık ithalatıyla dünyanın en büyük tekstil ithalatçısı konumundaki ABD yer alıyor. Türk tekstil sektörü olarak dünya ihracatından yüzde 3 pay alırken ABD'nin ithalatından yüzde 1,6 pay alıyoruz. İTHİB olarak 2020 yılı başında Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisimizin destekleriyle ilkini gerçekleştirdiğimiz, “i of the World New York” fuarımız, sektörümüz için oldukça verimli geçti. Fuar ve tanıtım faaliyetlerinin de destekleriyle küresel salgına rağmen ABD'ye 2020 yılı ihracatımız yüzde 8 oranında artış göstererek 628 milyon dolar oldu ve tüm zamanların en yüksek ihracat rakamına ulaştı. Bu yılın ilk 8 ayında ise tekstil sektörü ihracatımız yüzde 51 oranında artarak 547 milyon dolar seviyesine geldi. Ocak-eylül döneminde ise ABD'ye geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiğimiz ihracat rakamını aşmayı hedefliyoruz. Bu pazarda çok daha proaktif adımlar atmalı, gerekiyorsa eyalet bazında çalışmalar gerçekleştirmeliyiz. Hedef pazarımız olan ABD'ye gerçekleştirdiğimiz bu çalışmalar neticesinde, 2021 yılı ihracatımızın 1 milyar dolar seviyesine ulaşmasını hedefliyoruz. Bu çerçevede Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ve Ticaret Bakanımız Mehmet Mus'un da işaret ettiği uzak coğrafyalara yönelik ihracat stratejisi çalışmasını çok önemli buluyoruz.

“ABD’NİN TÜRKİYE’DEN İTHALATI ARTIYOR”

ABD'nin Resmi İstatistik Ofisi verilerine göre 2021 yılı Ocak-temmuz dönemi tekstil sektörü ithalatı yüzde 18 oranında gerileyerek 20 milyar dolar değerinde gerçekleşti. ABD'nin bu dönemde Çin'den ithalatı yüzde 46,5 oranında gerilerken; Çin'in ABD'nin ithalatından aldığı pay yüzde 61'den yüzde 39,8'e kadar geriledi. Türkiye'nin ise ABD'nin ithalatından aldığı pay bu dönemde yüzde 2,7'ye yükseldi. Yakaladığımız bu artışı sürdürülebilir kılabilmek amacıyla ihracatçı birlikleri arasında organize edilen tek sektörel ihracat ürünleri fuarı konumundaki i of the World New York fuarımız, bizim için büyük önem taşıyor. ABD'de gerçekleştireceğimiz birçok hedef odaklı tanıtım faaliyeti ve B2B organizasyonu bulunuyor.

“GÜVENLİ LİMAN TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜ İLK 3’Ü HEDEFLİYOR”

Yıl sonunda 12 milyar dolar değerinde ihracatla cumhuriyet tarihi rekoru kırmayı hedefliyoruz. Hazır giyim sektörü ile birlikte Türkiye'nin en büyük ihracatçı sektörleriyiz. Salgın şartlarında dahi istihdamımız sürekli artarak 1,1 milyona ulaştı. Entegre üretim gücünden nitelikli istihdamına, sürdürülebilirlik alanında hayata geçirdiğimiz yatırımlardan Ar-Ge çalışmalarına, esnek üretim kabiliyetinden lojistik avantajlarına birçok ekonomik faktörde küresel lider olan sektörümüz; salgından sonra birçok küresel markanın tedarik zincirinde güvenilir liman olduğunu bir kez daha ispatladı. Özellikle 2021 yılında firmalarımız hızla yeni yatırımları devreye alarak tedarik zincirindeki konumunu kuvvetlendiriyor. Bu çerçevede orta vadede dünyanın en büyük ilk 3 tekstil ihracatçısı ülkesinden biri olma hedefimize hızla yaklaşıyoruz.



AHMET ÖKSÜZ
İTHİB BAŞKANI

“I OF THE WORLD, TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN KALİTESİNİ GÖSTERMESİ AÇISINDAN ÇOK ÖNEMLİ”

FUAR ORGANİZASYONU çok başarılıydı.

Amerikalılar genellikle ocak ayında ilkbahar/yaz, temmuz ayında ise sonbahar/kış koleksiyonlarını görmek istiyor. Dolayısıyla tek dezavantajımız, fuarın eylül ayında gerçekleştirilmesi oldu. Katılımcı sayısı pandemi sebebiyle bir nebze az olsa da kalite açısından çok başarılı bir fuar oldu.

i of the World fuarı, Türk üreticileri bir araya getirmesi ve gelen alıcılara Türk tekstil sektörünün kalitesini göstermesi açısından çok önemli bir fuar. Fuarda ziyaretçiler açısından da çok iyi bir servis sağlandı. Ziyaretçi sayısı az olsa da kaliteli ve büyük markaların fuara gelmesi, katılımcı firmaları memnun

etti. Fuar sayesinde üst segment alıcılarla buluştuğumuzu söyleyebiliriz. Amerika pazarında Türk tekstil sektörünün hakimiyetinin artırılması için bu tarz fuarların büyük etkisi var.

Ancak genel olarak baktığımızda Çin'deki üretimde yaşanan sıkıntılardan dolayı Türkiye, ABD

pazarında ön plana çıkıyor. Türklerin bu avantajı, konfeksiyon üretimindeki çok ciddi başarılarıyla da tamamlayarak büyük bir potansiyele dönüştürmesini bekliyoruz.

“BUNDAN SONRAKİ SEZONLARA DA KATILACAĞIZ”

Amerika pazarında firmaların satış süreçleri daha yavaş ilerliyor. Fuarda hemen satış yapmanın mümkün olmuyor. Süreçler bir sene öncesinden başlar ve yaklaşık altı ayda satış sürecine geçilir. Bu nedenle fuarda satış beklentimiz yoktu, amacımız daha çok bu sezonki koleksiyonumuzu tanıtmak yönündeydi. Bundan sonraki sezonlarda da i of the World fuarına katılmayı düşünüyoruz. Fuar sürecini en başından beri destekliyoruz. Amerika pazarının siparişler anlamında pandemi öncesine döndüğünü söylemek zor. Fakat gelen siparişlere baktığımızda hızla normalleşme sürecine geçildiğini söyleyebiliriz.



**DERYA GÜLEN
ALTINYILDIZ TEKSTİL
SATIŞ DİREKTÖRÜ**

Tekstil sektörü Munich Fabric Start'ta buluştu

Tekstil sektörünün en önemli uluslararası fuarlarından biri olan Munich Fabric Start, 31 Ağustos-2 Eylül tarihleri arasında Almanya'da gerçekleştirildi. Fuar, İTKİB patronajında 36 Türk firması katıldı.



AVRUPA'NIN önde gelen tekstil ve aksesuar fuarlarından biri olarak yılda iki kez düzenlenen Munich Fabric Start, ikinci sezonu ile tekstil sektörünü bir araya getirdi. Sonbahar/kış 2022-23 koleksiyonlarının sunulduğu fuar, pandemi sonrasında sektörün fiziki olarak buluştuğu ilk fuarlardan biri oldu. COVID-19 tedbirlerine uyumlu olarak gerçekleştirilen fuarın bir sonraki sezonunun, ocak 2022'de düzenlenmesi planlanıyor.

SEKTÖRÜN PAZARDAKİ PAYININ ARTIRILMASI HEDEFLENDİ

Almanya, Türkiye'den en fazla tekstil ve ham maddeleri ihraç eden ülkeler arasında yer alıyor. 2021 yılının ilk sekiz ayında, Türk tekstil ve ham maddeleri sektörünün Almanya ihracatı 658,6 milyon dolara ulaştı. Sektörün küresel alanda en yüksek bilinirliğe sahip olan fuarlarından biri olan Munich Fabric Start'a Alman veya Avrupa pazarına ürün ihraç eden ya da söz konusu pazarlara giriş yapmak isteyen firmalar katılım gösteriyor. İstanbul



Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), UTİB iş birliğinde 15'inci kez Munich Fabric Start'a milli katılım organizasyonu düzenledi. Fuar sayesinde Türk tekstil sektörünün en büyük ihracatçılarından biri olduğu Avrupa pazarıyla üreticileri buluşturmak ve sektörün bu pazardaki payını daha da artırmak, 2023 için hedeflenen ihracat rakamlarına ulaşabilmek için etkin ticari bağlantılar kurmak hedeflendi.

FİRMALAR FUARDAN MEMNUN AYRILDI

Dünya çapında tekstil alıcıları ile tedarikçilerini ağırlayan fuarda kumaş ve aksesuar

koleksiyonları sergileniyor. Fabrics, Additional, Bluezone, Key House bölümlerinden oluşan fuar, aynı zamanda katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli açısından Almanya'da düzenlenen en büyük tekstil fuarları arasında yer alıyor. Fuarla yaklaşık 600 firma katılırken ziyaretçi sayısı 13 bin 400 oldu. Ziyaretçi sayısının geçmiş yıllara nispeten daha düşük olduğu gözlemlendi.

Türkiye ve dünyada markalaşmış/markalaşma yolunda olan ve Almanya ile Avrupa pazarına açılmak isteyen firmaların bulunduğu toplam 36 tekstil firması, İTHİB'in pandemi sonrasındaki

FUAR KÜNYESİ

Fuar alanı:

42.500 metrekare

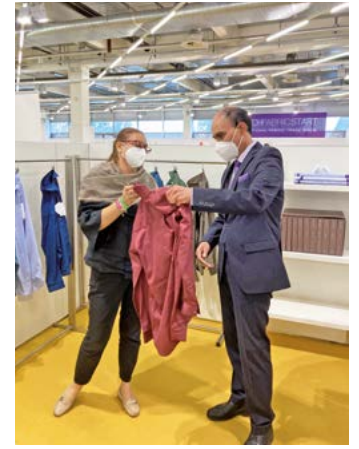
Fuara katılan firma sayısı:

600

Fuara katılan Türk firma sayısı:

36

Ziyaretçi sayısı: **13.400**



ilk fiziki ve milli katılım organizasyonlu etkinliği olan Munich Fabric Start'tan memnun ayrıldı.

TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRAN ÇALIŞMALAR YAPILDI

Fuara gelen ziyaretçilere dağıtılan Munique Magazine/ Show Guide dergisinde ve online katalogta Türk tekstil sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi amacıyla, İTHİB'in tanıtımı yapıldı. İTHİB info standında da Türk tekstil sektörünü tanıtmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirildi.

Fuara Münih Türkiye Başkonsolosu Mehmet Günay, Ticaret Ataşesi Ertem Çoban da katılırken İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Natan Yakuppur ile Zekeriya Tanrıverdi, katılımcı firmaların stantlarını ziyaret etti.



Premiere Vision Paris, 21-23 Eylül'de yapıldı

Fransa'nın Paris şehrinde düzenlenen ve moda ile tekstil sektöründe dünyanın önemli fuarlarından biri olarak kabul edilen Premiere Vision Paris, bu yıl hem fiziki hem de dijital olarak gerçekleştirildi.



İTHİB, 21-23 Eylül tarihleri arasında gerçekleşen Premiere Vision Paris fuarının kumaş alt sektöründe gerçekleştirilen bölümüne milli katılım organizasyonu düzenledi. Bu dönem, Premiere Vision Paris fuarı fuar idaresi tarafından eş zamanlı olarak hem fiziki hem de dijital olarak gerçekleşti. Fuarın dijital bölümü, 20-24 Eylül tarihlerini kapsarken, fiziki fuar 21-23 Eylül tarihleri arasında yapıldı. Fiziki olarak gerçekleştirilen fuarda 98 Türk firması yer aldı. Bu firmaların 34'ü ise İTHİB milli katılım organizasyonu bünyesinde fuara katılım gösterdi.

mekân tanıtım görselleri kullanıldı. Türk tekstil sektörünü tanıtmak amacıyla hazırlanan görseller, metro istasyonu ile fuar alanı arasında yer alan yürüme yoluna konumlandırılarak ziyaretçilerin dikkatine sunuldu. Dış mekân tanıtım çalışmalarına ek olarak Türkiye imajını güçlendirmek, Türk tekstil sektörünü yurt dışında daha iyi tanıtmak amacıyla İTHİB info standında üç gün boyunca ziyaretçilere bez çanta, bloknot, tükenmez kalem, hijyen kiti gibi eşantıyon malzemelerin dağıtımı yapıldı.

Pandemi dolayısıyla metrekare açısından küçülmeye giden fuar, bu dönem dört farklı salonda katılımcıların ağırladı. Üçüncü ve dördüncü salonlar kumaş firmalarına ayrılırken İTHİB info standı da Türk firmalarının yoğun bir şekilde katılım gösterdiği üçüncü salonda yer aldı. UTİB iş birliğinde, İTHİB koordinasyonunda düzenlenen Premiere Vision Paris (kumaş) fuarı kapsamında çeşitli dış

PARİS BÜYÜKELÇİSİ FUARA KATILAN FİRMALARI ZİYARET ETTİ
İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Natan Yakuppur ve M. Zekeriya Tanrıverdi'nin görevli olarak katılım gösterdiği fuarı, T.C. Paris Büyükelçisi Refik Ali Onaner de ziyaret etti. Fuarın etkinliğinin artırılmasına yönelik karşılıklı görüş ve önerilerde bulunuldu. Yılda iki kez düzenlenen fuarın bir sonraki tarihlerinin 8-10 Şubat 2022 olduğu açıklandı.

FUAR KÜNYESİ

- Fuara katılan firma sayısı: **903**
- Fuara katılan Türk firma sayısı: **98**
- Fuara milli katılım ile dahil olan firma sayısı: **34**
- Fuara katılan ülke sayısı: **40**



Premiere Vision Paris fuarı, hibrit şekilde gerçekleşti.



Ayakkabı sektörü Micam'da buluştu

FUAR KÜNYESİ

Fuar alanı: **60.000**
metrekare

Fuara katılan firma sayısı:
652

Fuara milli katılımı dahil olan
Türk firma sayısı: **36**

Ziyaretçi sayısı: **22.274**

Ayakkabı sektörünün en önemli küresel etkinliklerinden biri olan Micam fuarı, 19-21 Eylül tarihleri arasında Milano'da gerçekleştirildi. 36 Türk firmanın milli katılım organizasyonu ile yer aldığı fuarın ziyaretçi sayısı 22 bini aştı.

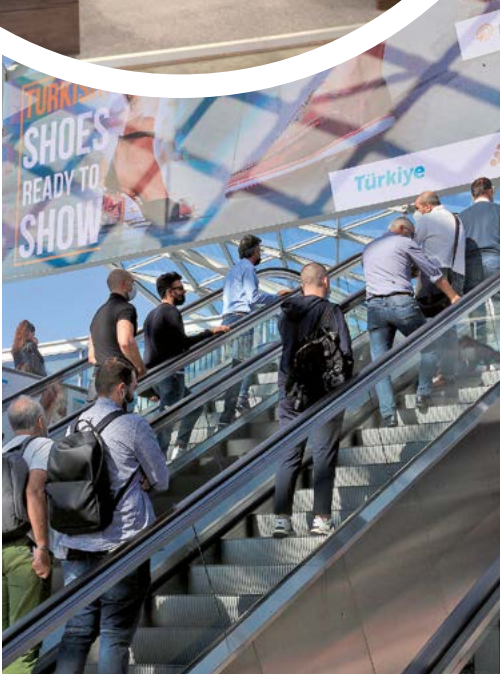
DÜNYA AYAKKABI sektörünün en önemli ve en prestijli fuarlarından biri olan Micam, 19-21 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi. Şubat ve eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez, Assocalzaturifici tarafından organize edilen Micam; İtalya'nın Milano şehrindeki Fiera Milano Rho fuar alanında yapıldı. Dünyanın her yerinden gelen ayakkabı profesyonellerini buluşturan fuara, orta ve üst segmentten 652 firma katıldı. Fuar alanında en üst seviyedeki üreticiler, uluslararası ve İtalyan tasarımcılar, orta ve üst düzey üreticiler ile spor ayakkabı üreticileri segmentleri yer aldı.

İDMİB, 2005 yılının ikinci döneminden itibaren Micam'a milli katılım organizasyonu düzenliyor. Bu sezonuna 53 Türk firmasının

katıldığı fuara, Türkiye'de ve dünyada markalaşmış ya da markalaşma yolunda olan 36 firma, milli katılım organizasyonu ile dahil oldu. Pandemi başlangıcından bu yana ayakkabı sektörünün en hareketli fuarlardan biri olarak kaydedilen Micam'ın ziyaretçi sayısı 22 bini aştı.

TÜRK AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN TANITIMINA YÖNELİK ÇALIŞIMLAR YAPILDI İDMİB, organizasyon kapsamında çeşitli tanıtım faaliyetleri ile Türk Ayakkabı sektörünün yurt dışındaki bilinirliğini ve kalite algısını yükseltmeyi hedefliyor. Bu kapsamda, daha önceki





yıllardakine benzer şekilde; reklam panoları ve gazete, dergi ilanları gibi tanıtım faaliyetleri hayata geçirildi. Ayrıca sosyal medya üzerinden de tanıtım çalışmaları gerçekleştirildi. Millî katılım organizasyonu içerisinde yer alan firmaların detaylarının yer aldığı bir katalog bastırılarak Türkiye standında ve fuarın diğer alanlarında ziyaretçilere dağıtıldı.

İTKİB, millî katılım organizasyonu kapsamında tahsis edilen alanda info stant ile katılımcı firmalara fuar esnasında her türlü desteği verirken; bu sezon Türkiye standı ile Türk deri ve deri mamulleri sektörünü tanıtmaya ve firmalara destek olma hizmetini sürdürdü.

“MICAM FUARI, YÜZDE 80 ORANINDA ESKİYE DÖNDÜ”

MICAM FUARINA katılan Türk firmaların, ziyaretçilerden yoğun ilgi gördüğünü vurgulayan İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Karyoka Ayakkabı Yönetici Ortağı Oğuz İner; ziyaretçi firmaların fuara ticaret yapmak için geldiğini ve ticaret yapmayı özlediğini gözlemlediklerini ifade etti. Önemli bir ziyaretçi sayısına ulaşıldığını söyleyen İner; “Micam fuarı, yüzde 80 oranında eskiye döndü diyebiliriz. Fuarın geneline baktığımızda Türk firmalarının her yıl önemli derecede yükselen bir trendi olduğunu görüyoruz. Özellikle orta fiyat segmentindeki firmalarımız, Avrupa ve okyanus aşırı ülkelerden ciddi talep görüyor. Avustralya, Kanada, ABD gibi ülkeler, Türk üreticilere ilgi gösteriyor ve bu ilgi çok hızlıca ticarete dönüşebiliyor. Ürünlerimiz, bu ülkelerin pazarında yer almaya başladı.” dedi.

Fuarın bir önceki sezonunun pandemiden gölgesinde geçtiğini ve bu sebeple firmaların beklentilerinin çok yüksek olmadığını hatırlatan İner; “2018-2019 yıllarındaki gibi bir fuar geri dönüşü beklemiyorduk. Fakat katılımcı firmaların bu sezonki beklentilerinin karşılandığını söyleyebiliriz. Avrupa’dan çok önemli bir ilgi vardı. ABD, Kanada, Avustralya, Japonya, Hindistan’dan yok denecek kadar az müşteri vardı. Fuar katılımcısı bir firma olarak kendi açımızdan fuardaki görüşmelerin siparişe dönme olasılığını yüzde 80’ler mertebesinde olduğunu söyleyebiliriz. Fuar çok eski yıllardan beri katılıyorum; normal şartlarda Micam fuarı, bir moda fuarıdır. Çok çeşitli ülkelerden satın almaçıların yanı sıra üreticiler de fuarı ziyaret ederek trendleri görmek isterler. Bu sezonki fuarda daha çok ürün almaya gelmiş olan ziyaretçiler vardı. Dolayısıyla bu durum, görüşmelerin siparişe dönüşme olasılığını artırdı.” şeklinde konuştu.

“TÜRK FİRMALAR FUARA ÖZGÜN TASARIMLARLA KATILDI”

Özellikle İtalyanların gözünde ayakkabı sektöründeki Türk firmalarla ilgili önemli bir ön yargı olduğunu sözlerine ekleyen Oğuz İner; “Bu algıyı uzun süredir kırmaya çalışıyoruz. Micam fuarının bu sezonu, Türk firmalarının

koleksiyonları için inanılmaz yatırımlar yaptığının kanıtı oldu. Firmalarımız kendi özgün tasarımları ile fuarda yer aldılar. Türkler, şu anda hem taban hem dizayn hem de deri renk çeşitlilikleriyle özgün tasarımlar sunuyor. Bu nedenle çok önemli geriye dönüşler alıyoruz. Artık Türklerin kendi trendleri var.” ifadelerini kullandı. Micam fuarının doğru analiz edilmesi gerektiğinin altını çizen İner; “Micam fuarı İtalya’ya ürün satmak için katıldığımız bir fuar değil. Bu fuar, Avrupa’nın en büyük enternasyonal fuarı. İtalya, modanın merkezi sayıldığı için ve üretim orada yapıldığı için fuarcılık alanında da başarılılar. Fuara katılan Türk firmalarımızın yüzde 95’i, İtalya’ya değil; diğer uluslararası alıcılara mal satmayı hedefliyor.” dedi.



OĞUZ İNER
İDMİB YÖNETİM KURULU
ÜYESİ VE KARYOKA AYAKKABI
YÖNETİCİ ORTAĞI

“FUAR DAHA KOMPAKT BİR HALE GELDİ”

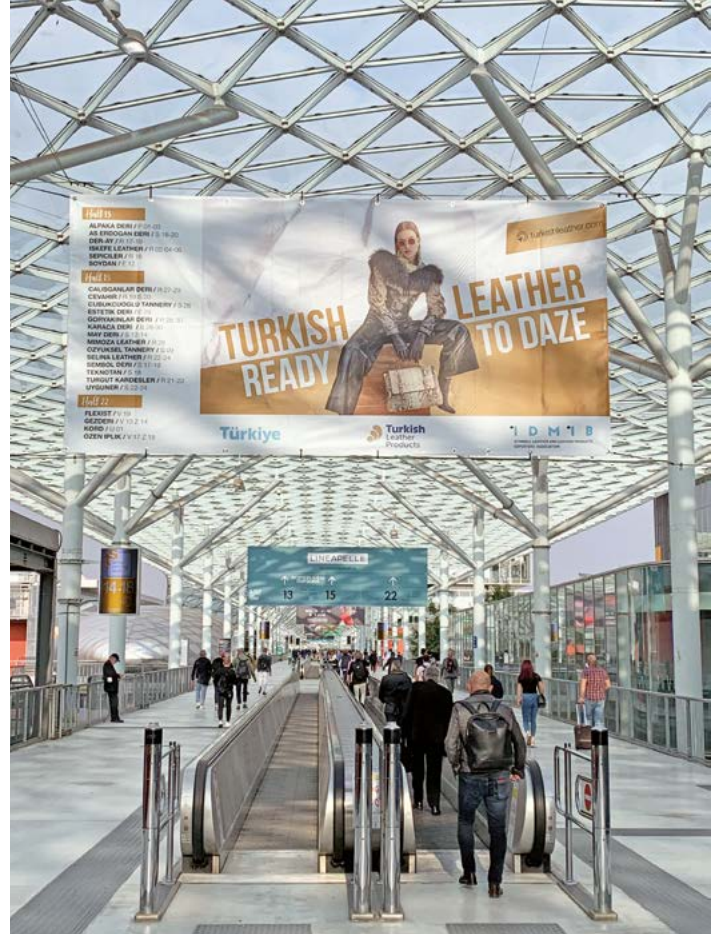
Micam fuarının pandemi öncesi dönemleri ile yeni sezonu arasındaki farkları da karşılaştıran İner, sözlerine şöyle devam etti: “Fuarın iki holünün kapatılmış olması, pandemi öncesine kıyasla en büyük farklardan biri oldu. Fuara katılan firma sayısı azalmış durumda. Dolayısıyla fuar, daha kompakt bir yapıya dönüştü. Ziyaretçi sayısı da önceki yıllara göre çok düştü. 35-40 bin olan ziyaretçi

sayısı, 22 bin bandında gerçekleşti. Ancak ziyaretçilerin etkinliği çok yüksekti. Gelen her ziyaretçi; daha dar alanda düzenlenen fuarda her firmayı görmek, analiz etmek ve satın alma kararını vermek durumundaydı. Bu nedenle verimlilik çok yüksekti. Pandemi koşulları nedeniyle tüm müşterilerimiz fuara gelemedi. Bu şartlar altında çok başarılı bir fuardı ancak 2019 öncesine kıyasla henüz tam performansına kavuşan bir fuar olmadığını söyleyebiliriz.

Türk firmalarımız, büyük bir satış ve pazarlama yatırımıyla fuarda yer aldı. Özellikle AB, Rusya, ABD, Kanada ve Avustralya pazarında Türk ayakkabısı, yükselen bir trendde. Bu talebi katıldığımız fuarlarla karşılamaya çalışıyoruz. Micam fuarına İDMİB olarak millî katılım düzenliyoruz. Fuar idaresi katılımcı firma sayısını sınırlı tutuyor ancak katılımcı sayısını artırmak için fuar idaresi nezdinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.”

Lineapelle deri sektörünü bir araya getirdi

Deri sektörünün küresel çapta önem taşıyan fuarlarından biri olan Lineapelle fuarı; 22-24 Eylül tarihleri arasında düzenlendi. Milli katılım organizasyonu ile 24 Türk firmamın katıldığı etkinlik; pandemi sonrasında sektörü hareketlendiren ticari etkinliklerden biri oldu.



KÜRESEL deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan ve yılda iki kere organize edilen Lineapelle fuarı, 22-24 Eylül tarihleri arasında düzenlendi. Geçmiş senelerde İtalya'nın Bologna şehrinde yapılan fuar, eylül 2014 dönemi itibarıyla Milano şehrinde, Fiera Milano Rho fuar alanında düzenlenmeye başladı.

Fuara, 24 ülkeden toplam 725 üretici firma katıldı. İDMİB tarafından milli katılım organizasyonu gerçekleştirilen fuarda, sonbahar-kış 2022/2023 koleksiyonları sergilendi. Fuara Türkiye'den deri ve aksesuar-bileşen üreticisi 24 firma milli katılım sağladı. Söz konusu firmalar, toplam 640 metrekarelik alanda ürünlerini ziyaretçilerle buluşturdu. 11 Türk firması da fuara bireysel olarak katılım gösterdi. Fuar, 70 ülkeden 11 binden fazla ziyaretçiyi ağırladı.



FUAR KÜNYESİ

Fuar alanı: **20.000 metrekare**
 Fuara katılan firma sayısı: **725**
 Fuara milli katılım organizasyonu ile katılan firma sayısı: **24**
 Ziyaretçi sayısı: **11.000**

FUAR PANDEMİ NEDENİYLE BİR DÖNEM GERÇEKLEŞTİRİLEMEDİ
 2020 yılında bütün dünyayı etkisi altına alan pandemi nedeniyle fuar idaresi, katılımcıların ve ziyaretçilerin sağlığı için eylül 2020 itibarıyla önlem amaçlı bazı revizelere gitti. Fuarın ismi "Lineapelle-A New Point of View" olarak yenilendi

ve stant yerleşiminde mesafe kuralı uygulandı. Seyahat kısıtlamaları ve vize uygulamalarından ötürü, 2020 yılının ikinci döneminde yeterli katılımı sağlanamadığı için milli katılım gerçekleştirilemeyen fuara, Türk katılımcılar bireysel olarak dahil oldu. 2021 yılının birinci döneminde gerçekleştirilmesi planlanan fuar iptal edildi.

Lineapelle-A New Point of View fuarı esnasında, tanıtım faaliyetlerine yer verilerek Türk deri sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedeflendi. Bu kapsamda açık alanlarda ve basılı yayınlarda ilan çalışması yapıldı. Milli katılım organizasyonu içerisinde yer alan firmaların bilgilerinin yer aldığı bir katalog hazırlanarak ziyaretçilere dağıtıldı. Sosyal medya üzerinden de tanıtım çalışmalarına devam edildi.

Geliyor!

Yepyeni işbirlikleri yapmaya
hazır mısınız?





Bildirim alacak ve bildirim satacak form bildirim karışıklığı

Bildirim alacak (BA) ve bildirim satacak (BS) form bildirim verme yükümlülüğü bulunan mükelleflerin; 25 Ocak 2021 tarihinde yayımlanan Vergi Usul Kanunu (VUK) tebliği uyarınca, nasıl bildirim yapacakları konusunda tereddüt edilen durumlar hasıl olmuştur. İlgili form bildirimlerinde tereddüt edilen durumlara ilişkin dikkat edilmesi gereken hususlar, makale konusunu oluşturmaktadır.

523 SIRA numaralı VUK tebliği ile 396 sıra numaralı VUK genel tebliğinde değişiklik yapılmış ve temmuz 2021 döneminden itibaren mükelleflerce verilmesi gereken BA ve BS formlarına, e-belgelerin dahil edilmeyeceği ifade edilmiştir.

BA/BS BİLDİRİMİNDE E-BELGE VE KAĞIT BELGELER

E-fatura ve e-arşiv faturalar, e-belge oldukları için BA/BS bildirimine dahil edilmez.

E-müstahsil uygulamasına mükellefler 1 Temmuz 2020'den sonra, komisyoncu ve tüccarlar 1 Ocak 2020'den sonra geçmek zorunda olduklarından bu belgeler e-belge kapsamındadır. BA/BS formunda bildirilmez.

E-bilet uygulamasına sinema işletmeleri için 1 Temmuz 2020, kara ve deniz taşımacılığında 1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla zorunluluk olduğundan bu belgeler e-belge kapsamındadır. BA/BS formunda bildirilmez.

Tüm serbest meslek erbabları 1 Haziran 2020 tarihinden itibaren makbuzlarını e-SMM makbuzu olarak düzenlemek zorundadır. Bu nedenle e-SMM makbuzları e-belge kapsamındadır. BA/BS formunda bildirilmez.

İthalatta açılan gümrük çıkış beyannamesi, her ne kadar barkodlu olsa ve VEDOP'ta görülse de, VUK 509 numaralı tebliğ kapsamında GİB tarafından usul ve esasları belirlenmediğinden elektronik belge değildir. Eskiden olduğu

gibi mal bedeli, vergiler ve sair masraflar ile birlikte BA/BS bildirimine dahil edilir.

Şans oyunları ve TJK komisyon belgeleri de e-belge değildir. Eskiden olduğu gibi BA/BS bildiriminde bildirilir.

Ödeme kaydedici cihaz fişleri gerek akaryakıt gerekse diğer fişler 5 bin TL tutarını aşarsa BA/BS bildiriminde bildirilir. Fişler e-belge değildir.

E-gider pusulası zorunluluğu getirilenler, kendilerine gelen yazıdan itibaren üç ay içinde e-gider pusulasına geçmek zorundadır. Bunlar harici emtia, taşıt ya da arsa için gider pusulası düzenleyenler, BA/BS formuna dahil ederler. Zorunlu şekilde geçmek zorunda olanlar dışındakiler için e-belge kapsamında değil, kağıt belgedir.

SONUÇ

Buna göre, bir kişi veya kurumdan yapılan mal ve/veya hizmet alış tutarları ile bir kişi veya kuruma yapılan mal ve/veya hizmet satış tutarlarına ilişkin 5 bin TL tutarındaki haddin belirlenmesinde, elektronik ve kağıt olarak düzenlenen tüm belgeler birlikte değerlendirilecektir. Söz konusu haddin aşılması halinde sadece kağıt ortamında düzenlenen belgeler bildirimlere dahil edilecektir.

Bildirim verme yükümlülüğü bulunan ancak tüm alış ve satışları belirtilen haddin altında kalan veya elektronik belge olarak düzenlenen belgelerden oluşan mükelleflerin, form BA ve/veya form BS bildirimlerini "Beyan edilecek bilgim bulunmamaktadır." kutucuğunu işaretlemek suretiyle vermeleri gerekecektir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

BA ve BS formlarına, e-belgelerin dahil edilmeyeceği ifade edilmiştir.



iHKİB
İSTANBUL HAZIR GIYIM VE
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ



ONLINE SERTİFİKA PROGRAMI BAŞLIYOR

Program sonunda katılımcılara **e-sertifika** verilecektir.

**ÜYELERİMİZE
MÜJDE !**

İHKİB KARIYER AKADEMİ
Sertifikalı Eğitimlerimiz
Online'da sizlerle
buluşuyor.

İHKİB KARIYER AKADEMİ olarak **Satış Müşteri Temsilcisi Yetiştirme Sertifika Programı** ile sektörde benzeri görülmemiş bir programa imza atıyoruz. Programda, kariyerinde **Satış Müşteri Temsilciliğini** hedefleyenlerin bilmesi gereken teknik ve taktik konuları ele alıyoruz.

İster Merchandising görevinizde yükselmeyi hedefleyin, ister bu alana yeni giriş yapmayı düşünenlerden olun; sektördeki en kapsamlı ve sektörün ihtiyaçlarına yanıt veren "**Satış Müşteri Temsilcisi Sertifika Programına**" katılarak kariyerinize altın bir yatırımda bulunun.

Bu program sizin için tasarlandı.



**İHKİB
EĞİTİM VAKFI**

SATIŞ MÜŞTERİ TEMSİLCİSİ YETİŞTİRME SERTİFİKA PROGRAMI

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1. Ders: Müşteri Satış Merchandising Genel Bakış, Organizasyon ve Görev Yapıları | Eğitmen: Selin Sarıkaya |
| 2. Ders: Marka Konumlandırma | Eğitmen: Begüm Erş |
| 3. Ders: Müşteri Profillemesi ve Müşteri Yönetimi | Eğitmen: Yelda İpekli |
| 4. Ders: Dijital Pazarlama | Eğitmen: Yelda İpekli |
| 5. Ders: Koleksiyon Range Planlama Müşteri Merchandising Planlama | Eğitmen: Begüm Erş |
| 6. Ders: Koleksiyon Bütçeleme | Eğitmen: Begüm Erş |
| 7. Ders: Ürün Geliştirme Yönetimi | Eğitmen: Selin Sarıkaya |
| 8. Ders: CPS- Sipariş ve Üretim Takip Sistemleri | Eğitmen: Selin Sarıkaya |
| 9. Ders: Satış Merchandiser'ın bilmesi gereken Excel Uygulamaları | Eğitmen: Ali Erdönmez |
| 10. Ders: Merchandising'de Ürün Yaşam Döngüsü | Eğitmen: Selin Sarıkaya |
| 11. Ders: Genel Talimat, Evrak ve Doküman Yönetimi | Eğitmen: Selin Sarıkaya |
| 12. Ders: Dış Ticaret Terim ve Uygulamaları | Eğitmen: Ali Kemal Yazar |
| 13. Ders: Merchandiser'ın İngilizce İletişim Kuralları | Eğitmen: Sedef Töre |
| 14. Ders: Temsil yeteneği ve presentasyon bilgisi ve sunum teknikleri | Eğitmen: Tamer Demirdelen |
| 15. Ders: Covid sonrası bilmemiz gereken sektörel ve endüstriyel trendler | Eğitmen: Övgü Ceylan |



Türk Borçlar Kanunu kapsamında kira bedeline getirilen koruyucu düzenlemeler

Bu makalemizde Türk Borçlar Kanunu (TBK) kapsamında kira bedellerine getirilen koruyucu düzenlemelerden olan aşırı yararlanma, bir diğer adıyla 'gabin' ve aşırı ifa güclüğü konularını siz değerli okurlarımız için ele alacağız.

KANUN KOYUCU; TBK'nın "Sözleşme özgürlüğü" başlığı altında, bir sözleşmenin içeriğinin, sözleşmenin taraflarınca kanunda öngörülen sınırlar içinde özgürce belirlenebileceği hususunu düzenlemiştir. Taraflar da kira sözleşmesini kurarken kira bedelini serbestçe belirleyebilirler. Ancak başlangıçta belirlenen kira bedeline müdahale edilmesi kural olarak mümkün değildir. Bu noktada ancak sözleşme özgürlüğünün genel sınırları etkilidir. Burada da karşımıza TBK'da düzenlenen koruyucu hükümlere dikkat çekmek gerekir.

Öncelikle, TBK'nın ilgili maddesinde düzenlenen ve aşırı yararlanmaya dayanan bir geçersizlik söz konusu olabilir. Bir sözleşmede karşılıklı edimler arasında açık bir oransızlık varsa bu oransızlık, zarar görenin zor durumda kalmasından veya düşüncesizliğinden ya da deneyimsizliğinden yararlanılmak suretiyle gerçekleştirildiği takdirde zarar gören, durumun özelliğine göre ya sözleşme ile bağlı olmadığını diğer tarafa bildirerek ediminin geri verilmesini ya da sözleşmeye bağlı kalarak edimler arasındaki oransızlığın giderilmesini isteyebilir. Bir kira sözleşmesinde, kiracı da aşırı yararlanma ile edimler arasındaki oransızlığın giderilmesini isteyebilir ve kira bedelini aşırı yararlanma oluşturmayacak bir miktara indirebilir. Ancak her sözleşmede edimler arasında tam bir eşitlik ve oranın bulunması mümkün değildir. Bir taraf daha kazançlı çıkabilir; burada hukuken bir sakınca yoktur. Ancak vurgulamak istediğimiz husus, edimler arasında "açık bir oransızlık" aranması gerektiğidir. Bunun yaptırımı ise "iptal edilebilirlik"tir. Bu hak kullanıldıktan sonra ifa edilmiş edimlerin/alacakların iadesi ve sözleşme öncesi istişarelerden doğan sorumluluk gereği, tazminat talep edilebilir.

TBK'DA DİĞER BİR KORUYUCU MÜESSESE: AŞIRI İFA GÜÇLÜĞÜ

Başlangıçta belirlenen kira bedeline müdahale edilmesi, kural olarak mümkün değilse de özellikle uzun süreli kira ilişkilerinde tarafların birbirlerine karşı olan borcunu aynı şartlarda ifa etmesi; dürüstlük kuralına aykırı düşebilir. Taraflar, sözleşmenin kurulması ile birtakım riskleri üstlenir ya da üstlenmesi beklenir. Dolayısıyla ifanın güçleşmesine sebep olan her değişiklik, taraflara uyarılma yahut sözleşmenin feshi hakkı vermeyecektir.

Bu hususta TBK'da diğer bir koruyucu müessese de aşırı ifa güclüğüdür. İlgili madde uyarınca, sözleşmenin yapıldığı sırada taraflarca öngörülmemen ve öngörülmesi de beklenmeyen olağanüstü bir durum, borçludan kaynaklanmayan bir sebeple ortaya çıkar ve sözleşmenin yapıldığı sırada mevcut olguları, kendisinden ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı

düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirir ve borçlu da borcunu henüz ifa etmemiş veya ifanın aşırı ölçüde güçleşmesinden doğan haklarını saklı tutarak ifa etmiş olursa borçlu, hakimden sözleşmenin yeni koşullara uyarlanmasını isteme, bu mümkün olmadığı takdirde sözleşmeden dönme hakkına sahiptir.

Maddeden açıkça anlaşıldığı üzere öncelikle objektif inceleme, akabinde ise mevcut şartların değişmesi sebebiyle akin aynı şartlarda devamının dürüstlük kurallarına aykırı düşüp düşmediğinin incelenmesi, yani subjektif değerlendirmesi yapılmalıdır. Burada değerlendirilmesi gereken husus, ifanın aşırı derecede güçleşmesi nedeniyle dürüstlük kuralı gereği ifanın beklenemez olmasıdır. Bunlar, sözleşme adaletinin ve ekonomik dengenin bozulduğu durumlardır. Kanun koyucu, bu hususun tespitinde hâkime takdir yetkisi tanımıştır.

Bir örnek ile açıklamak gerekirse COVID-19'un; küresel çapta olduğu, neredeyse bütün sektörleri etkilediği ve bu sebeplerle objektif sebep olduğu kuşkusuzdur. Ancak her ne kadar COVID-19 objektif sebep olarak kabul edilse dahi taraflar arasındaki bozulan ekonomik denge tespit edilmeli, yani subjektif ve somut olaya göre değerlendirme yapılmalıdır. Ancak bu değerlendirmeler sonrasında uyarılma yahut sözleşmeden dönme hakkı gündeme gelecektir. Burada yine belirtmek gerekir ki; kira sözleşmesi sürekli borç doğuran sözleşme olması sebebiyle kural olarak sözleşmeden dönme yerine fesih kullanılır.

Sözleşmeye bağlılık ilkesi temel prensipler arasında yer alsa da adaletin sağlanması için sözleşmelerin değişen koşullara uyarlanmasının önemi yadsınamaz. Türk hukukunda da düzenlenen aşırı ifa güclüğü hükmü ile soruna tutarlı bir çözüm getirilmeye çalışılmıştır. Hükmün niteliği ve öngörülen şartlar itibarıyla her bir sözleşme ilişkisi üzerinde detaylı bir inceleme yapılarak olası sonuçların değerlendirilmesi ve buna bağlı olarak, menfaat dengesini de gözetecek şekilde, TBK uyarınca başvurulabilecek ifa imkânsızlığı yahut uyarılma mekanizmalarının tercih edilmesi gerekmektedir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

İfanın güçleşmesine sebep olan her değişiklik, taraflara uyarılma yahut sözleşmenin feshi hakkı vermeyecektir.



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATIAD)

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

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

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

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

İHKİB Eğitim Vakfı

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

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

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

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

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

Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

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

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

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

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

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

Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

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

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

Tescilli Markalar Derneği (TMD)

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

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

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

Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

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

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

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

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

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

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

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

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

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

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

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

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

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

Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSAD)

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

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

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

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

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

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

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

Hazır giyim ihracatı

2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI



2021 yılı ocak-eylül dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %22,3 arttı.



Ocak-eylül döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %22,7 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Tunus

%210,5

Ocak-eylül döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %210,5 ile Tunus olurken, Çekya'ya ihracat %155,6 Ürdün'e ise %91,4 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

Almanya
2,5 milyar \$

İspanya
2 milyar \$

İsrail
396 milyon \$

ABD
692,2 milyon \$

Fransa
722 milyon \$

İngiltere
1,5 milyar \$

Hollanda
1 milyar \$

Irak
387,1 milyon \$

İtalya
480,8 milyon \$

Danimarka
319 milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

%31,9 7,5 milyar \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

%11,5 5,1 milyar \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

%19,8 2 milyar \$

Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

9,4
milyar
dolar



Sektörün ocak-eylül dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%39,5** arttı.

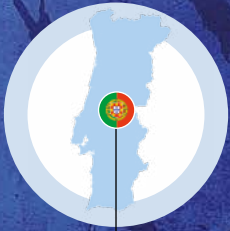


Ocak-eylül döneminde sektörün AB ülkelerine ihracatı, **%38,7** arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%5,8

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Portekiz
%147

Ocak-eylül döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke **%147** ile Portekiz olurken, Brezilya'ya ihracat **%137**, Bangladeş'e ise **%120** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

Bulgaristan
337,6
milyon \$

İtalya
806,6
milyon \$

İngiltere
449
milyon \$

İspanya
350
milyon \$

Almanya
752,1
milyon \$

Hollanda
327,3
milyon \$

ABD
623,4
milyon \$

Mısır
176,6
milyon \$

Belarus
314,7
milyon \$

Rusya
252,5
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%84,5 2 milyar \$

TEKNİK TEKSTİL

%-11 1,8 milyar \$

EV TEKSTİLİ

%33,6 1,7 milyar \$

DOKUMA KUMAS

%26 1,7 milyar \$

Deri ve deri mamulleri ihracatı

2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI



2021 ocak-eylül döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yıla kıyasla **%28,3** arttı.



2021 yılı eylül ayı ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre **%32** yükseldi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Tacikistan
%376,4

Ocak-eylül döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke **%376,4** ile Tacikistan olurken, Tunus'a ihracat **%225,6**, Kazakistan'a ihracat ise **%125,3** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

Rusya
104,2
milyon \$

Almanya
95
milyon \$

Fransa
48,1
milyon \$

Irak
63
milyon \$

İtalya
71
milyon \$

İspanya
58,4
milyon \$

Hollanda
36,3
milyon \$

ABD
43
milyon \$

Romanya
39,3
milyon \$

İngiltere
50,2
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

AYAKKABI

%23,5 765,3 milyon \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

%54,2 188,7 milyon \$

SARACİYE

%33,1 167,5 milyon \$

DERİ VE KÜRKTE GİYİM EŞYALARI

%20,4 141,7 milyon \$

Halı ihracatı

2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

2,3
milyar
dolar



Ocak-eylül döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre **%32,3** arttı.



Ocak-eylül döneminde bir önceki yıla kıyasla Amerika ülkelerine halı ihracatı **%46,2** oranında artış gösterdi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%1,5

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Bulgaristan
%973

Ocak-eylül döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, **%973** payla Bulgaristan oldu. Şili ihracatı **%334,4**, Dubai ihracatı ise **%325,5** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

ABD
883,8
milyon \$

İngiltere
125,8
milyon \$

Irak
97,5
milyon \$

Almanya
117
milyon \$

B.A.E.
106,5
milyon \$

Mısır
75,8
milyon \$

Libya
65
milyon \$

Bulgaristan
56
milyon \$

İsrail
37,9
milyon \$

Kanada
39,8
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALILARI

%31,3 2 milyar \$

TÜFTE HALILARI

%38,9 314,6 milyon \$

EL HALISI

%30,3 28,3 milyon \$



SERAY®
Logistics & Transport

SERAY GÜVENCESİ İLE
UÇAK HIZINDA HİZMET AYNI ZAMANDA

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



pricing@seraytrans.com



+90 (212) 451 51 01



www.seraytrans.com

Konfeksiyon ve tekstil endüstrisi için dünyanın en büyük B2B platformu



120.000+
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

KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

29 Ekim

Cumhuriyet Bayramı'mız

KUTLU OLSUN



ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

www.kometmetal.com.tr