



Fashion Week İstanbul
**MODANIN
SANATLA
GÖRKEMLİ
BULUŞMASI**



Dergimizin
dijital versiyonuna
ulaşmak için
QR kodu
kullanabilirsiniz.



**TEKSTİL SEKTÖRÜNE DEĞER
KATAN İHRACATÇILAR
ÖDÜLENDİRİLDİ**

**DERİ SEKTÖRÜ
İHRACATTA FARK
YARATANLARI
ÖDÜLENDİRDİ**



**14. ULUSAL HALI TASARIM
YARIŞMASI'NIN KAZANANLARI
VE YILIN İHRACATÇILARI
ÖDÜLENDİRİLDİ**



StyleShoots

Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu

eren
morhipo

ebebek
trendyol

Civil
Bebello

COLIN'S
Özellek

SARAR
şıkmaKas
CROSS JEANS

SAFRAN
TEXTILE
LC WAIKIKI



Styleshoots Horizontal'i Instagram'da
keşfedin! @astasjuki

ASTAS JUKI

Ataş 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

f t i p y /astasjuki

İTKİB HEDEF

İÇİNDEKİLER

KONULAR

74

Fark Yaratanlar

Haldun Boz:
“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK,
OPERASYONEL
MÜKEMMELLİKTİR”

80

Anadolu'da Yatırım

Osman Can:
“TÜRKİYE'DE HALI VE
KİLİM DOKUYUCULUĞU
DEVAM ETMELİ”

İÇİNDEKİLER

52



BÖLÜMLER

10

Kısa Haberler

Ham madde krizi ve enflasyon perakendeyi zorluyor

52

Moda

*Fashion Week Istanbul
Modanın sanatla görkemli buluşması*

62

Ödül Töreni

*Tekstil sektörüne değer katan
ihracatçılar ödüllendirildi*

66

Ödül Töreni

*Deri sektörü ihracatta fark
yaratımları ödüllendirdi*

70

Ödül Töreni

*14. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın
kazanımları ve yılın ihracatçıları
ödüllendirildi*

86

Sektörel Buluşmalar

*LASİAD'ın gündemindeki
konular istişare edildi*

88

Kültür

*Kültürel mirası sergileyen bir müze
Sivrihisar Kilim Müzesi*

62



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

REDAKSİYON

KURŞUN KALEM KURUMSAL YAYINCILIK
VE TANITIM HİZMETLERİ

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİSANTASI - SISLI / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

SAN OFSET

Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No 50
Kagıtthane/İstanbul

Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflar izinsiz kullanılamaz.
Dergimizde yer alan ilan, yazı ve fotoğrafların sorumluluğu sahiplerine aittir.

Morgan Tecnica



Aklınız kessin... Otomatik Kumaş Kesici



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.



Kolay Toplama sistemleri



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: ugoras@brothertr.com

Türkiye Distribütörü



BAHAR KORÇAN

i s t a n b u l



İlki 1992 yılında gerçekleşen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nı kazanması ile serüvenimizin başladığı, Türk moda dünyasının ilham veren, yol gösteren önemli ismi Bahar Korçan'ın vefatı ile derin üzüntü içindeyiz.

Seni, vizyonunu, şiirlerini asla unutmayacağız.

Işıklar içinde uyu Bahar Korçan



İHKİB
İSTANBUL HAZİR GİYİM VE
KONFEKSİYON İNHAZİTÖR ANBİRLİĞİ

Bossa



www.bossa.com.tr

[f](#) [@](#) [/Bossadenim](#)

[▶](#) [/Bossagroup](#) [in](#) [/Bossa](#)

KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!

Sürdürülebilir Üretim; ürünlerin topluma ve işletmelere karşı değerini korurken ya da yükseltirken, üretim aşamasında malzeme kullanımını, enerji tüketimini, kimyasalların sorumlu ve doğa dostu kullanılmasının sağlanmasıdır. Komet Metal'in şirket vizyon ve misyonunda "**sürdürülebilir üretim anlayışı**" her zaman hakim olmuştur.

Sürdürülebilir üretim anlayışımızı daha öncesinde **STeP BY OEKO-TEX** sertifikamızla taçlandırmıştık.

Devam eden sürdürülebilir faaliyetlerimiz sonucunda, tüm üretim proseslerimiz dahilinde **GRS (Global Recycle Standard)** sertifikasını almaya hak kazandık.

GRS (Global Recycle Standard); ürünlerinin (hem nihai hem de ara ürünlerin) geri dönüştürülmüş içeriğini ve üretimlerinde sorumlu sosyal, çevresel ve kimyasal uygulamaların uygun olduğunu doğrulamaktadır.

UNICERT
ISO 50001



ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 45001



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 14001



ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 9001



QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

www.kometmetal.com.tr

GRS(Global Recycle Standard)'nin kapsamında;

- Gözetim Zinciri
- Sosyal ve Çevresel uygulamalar
- Kimyasal kısıtlamaların gereksinimlerini belirlenmesi bulunmaktadır.

GRS(Global Recycle Standard)'in amacı;

- Ürünlerde dönüştürülmüş materyal kullanımını arttırmak
- Üretim sürecinin sebep olduğu zararı azaltmak
- Sürdürülebilir üretime katkı sağlamaktır.

+90 212 481 22 17



kmt@kometmetal.com.tr



@kometmetal



www.kometmetal.com.tr

Ayakkabı ve saraciye sektörü 11. Eksposhoes Fuarı'nda buluştu

BU YIL 11'incisi düzenlenen Eksposhoes Ayakkabı Moda Saraciye Fuarı, 3 Kasım'da Granada Luxury Belek'te kapılarını açtı. Yılın ilk sekiz ayında yüzde 23,7 artışla 674 milyon dolar ihracat gerçekleştiren ayakkabı sektörünün yıl sonunda tüm zamanların ihracat rekorunu kırma hedefine önemli bir katkı sağlayan fuara 45 ülkeden binin üzerinde yabancı sektör profesyoneli katıldı. Fuarda 200'ün üzerinde yerli katılımcı, son kreasyonlarını Avrupa, Rusya, Balkan ülkeleri ve Türkiye Cumhuriyetleri başta olmak üzere birçok ülkeden gelen yabancı alıcılara sergiledi.

EKS Fuarçılık Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Demir, "Eksposhoes hem Türk ayakkabı sektörünün gözünde hem de özellikle

Avrupalı alıcılar açısından gerçek anlamda bir küresel platform hâline geldi. Bu yıl 11'incisini düzenlediğimiz fuarımızda yabancı misafirlerin ilgisi kayda değer. Bu durum bize Türk ayakkabı sektörünün tasarım, üretim kabiliyeti ve kalite anlamında dünya ile yarışabilir hâle geldiğini açık bir şekilde gösteriyor." dedi. 5 Kasım'da sona eren fuarda, Türkiye'nin ayakkabı ihracatındaki 'Elçisi' de sergilendi. Yaklaşık bir ay üzerinde çalışılan el yapımı ayakkabı, yurt dışındaki en prestijli ayakkabı fuarlarında sergilenmeden önce 11'inci Eksposhoes'da görücüye çıktı.



Ham madde krizi ve enflasyon perakendeyi zorluyor

CİROLARDA haziran ayından itibaren başlayan hızlı artışla pandeminin hasarını onarmaya başlayan organize perakende sektörü ham madde krizi ve enflasyon baskısı nedeniyle kışa endişeli hazırlanıyor. Son aylarda maliyeti hızla artan ham maddeye erişimde de zorlanan sektörde üretimdeki gecikmelere bağlı olarak rafta tükenen ürünü yerine koyamama riski giderek büyüyor.

Perakende sektörünün maliyet artışlarını aylardır tüketiciye yansıtmamaya çalıştıklarını belirten Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, eylül ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki 25 puanlık farka dikkat çekti. Mevcut durumun sürdürülebilir olmadığını vurgulayan Öncel, maliyetlerin ister istemez tüketiciye de yansıtacağını, yeni sezon ürünlerin geçen yıla göre yüzde 30-40 daha pahalı olarak raflara çıkacağını bildirdi. Öncel, "Sektör olarak iyimserliğimizi koruyoruz. Sorunun daha fazla büyümemesi için başta iplik ve petrokimya olmak üzere kritik ham maddelerle ara



mallarda gümrük vergisini en azından yılbaşına kadar sıfırlayarak maliyet baskısını frenleyebiliriz. Döviz kuru ve enflasyonun artacağına dair piyasalarda oluşan beklentiyi kıracak hamleler de yapılabilirse, yeniden rahat nefes alabiliriz." diye konuştu.

DÜNYA DEVİNDEN TÜRKİYE YATIRIMI

Dünyaca ünlü moda markası Hugo Boss, Türkiye'deki üretim faaliyetlerini artırma kararı aldı. Türkiye'nin kendileri için en önemli kaynak ülke durumunda olduğunu açıklayan Alman moda markası, 22 yıl önce İzmir'de kurduğu takım elbise fabrikasının mevcutta 3 bin 300 olan istihdamının 2022 yılında bin kişi artacağını duyurdu.

Pandemi sonrasında Batılı firmaların vazgeçilmez tedarikçisi konumuna yükselen Türkiye, dünya devlerinden aldığı yatırımlarla dikkat çekiyor. Yeni

yatırım kararı ile ilgili açıklama yapan Hugo Boss Operasyondan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Haiko Schafer: "Türkiye'de olmaktan son derece mutluyuz. Gelecek adına çok net planlarımız var. Türkiye'deki operasyonumuzu büyütmek istiyoruz. Üç, dört yıl içinde İzmir'deki fabrikamızın kapasitesini iki, hatta üç katına çıkarmayı planlıyoruz. Lojistik maliyetlerine karşın Türkiye, Avrupa'ya yakınlığı ile ciddi bir avantaj sunuyor. Bu nedenle Türkiye'de yaptığımız doğrudan üretimin yanı sıra farklı firmalarla da çalışıyoruz." dedi.



SÜRDÜRÜLEBİLİR SLASHER BLUE MÜHENDİSLİK ÇALIŞMASI

prosmh.com



OPSİYONEL PARTİ SONU VE PARTİ BAŞI KILAVUZ SİSTEMİ PRO-FC®



ÇEVRE DOSTU DÜŞÜK HACİMLİ BOYA TANKI

PRO-POWERDYE®, PRO-DYE®,
PRO-SONIC-D®



ÇEVRE DOSTU DÜŞÜK HACİMLİ YIKAMA TEKNELERİ

PRO-OPTIWASH®, PRO-SONIC-W®



YÜKSEK VERİMLİ HAŞIL TEKNELERİ

PRO-PSD®, PRO-PSN®, PRO-PSW®



YÜKSEK VERİMLİ SİLİNDİR KURUTMA

PRO-PU®



ENDÜSTRİ 4.0 TEKNOLOJİ

PRO-INDUS 4.0®



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ESASLI ÜRETİM

PROVEN QUALITY

slasher dyeing

rope dyeing

sizing

warping

washing

rebeaming

Hermes, büyümeye devam ediyor

FRANSIZ moda giyim ve aksesuar üreticisi Hermes International, 2021 yılının üçüncü çeyreğinde yıllık yüzde 54 artışla 6,6 milyar euro satış gelirine ulaştığını bildirdi. Bunun sebebi olarak Avrupa'daki satış artışı, Amerika'daki hızlanma ve Asya'daki dinamik gösterildi. Markanın Amerika'daki satışları yüzde 74,9 artışla 1 milyar euro'ya yükseldi. Avrupa'dan yapılan satışlar ise çevrim içi satışların ve turist trafiğinin kısmi geri dönüşüyle yüzde 42,2 artarak 1,5 milyar euro'ya ulaştı.

Hermes'in hazır giyim ve aksesuar satışları yüzde 71,2 artarak 1,6 milyar euro'ya, ipek ve tekstil ürünleri ise yüzde 59,7 artarak 432,8 milyon euro'ya erişti. Deri eşya satışlarındaki artış ise yüzde 42,4 ile 3 milyar euro'ya ulaştı. Hermes'ten yapılan açıklamada şu ifadeler yer verildi: "Son derece entegre işçilik modelimiz ve dengeli dağıtım ağımızın yanı sıra koleksiyonlarımızın yaratıcılığı ve müşterilerimizin sadakati, geleceğe yönelik güven veriyor. Orta vadede dünyadaki ekonomik, jeopolitik ve parasal belirsizliklere rağmen sabit döviz kurlarında gelir artışı için iddialı bir hedef belirledik."



Adidas ve Stella McCartney'den vegan krampon

FRANSIZ futbolcu Paul Pogba ve Adidas by Stella McCartney, sınırlı sayıda üretilen bir krampon olan ilk vegan futbol ayakkabısını tanıttı. Cinsiyetten bağımsız olarak üretilen vegan ayakkabı, ayırt edici tarzı ve grafik desenleriyle dikkat çekiyor. Adidas ile iş birliğinde yüksek moda ve performans giyiminde sınırları zorladıklarını belirten Stella McCartney; futbol dünyasına açılmanın inanılmaz derecede heyecan verici olduğunu söyledi. Kısmen geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanıldığı ayakkabı, sınırlı sayıda üretilirken ayağı corap gibi saran bir yapıyla tasarlandı. Ürün, yalnızca Adidas uygulaması ve platformunda, ayrıca 1 Kasım'dan itibaren secili perakendeciler aracılığıyla satışa sunulacak.



Ralph Lauren ve Dow Chemical Company'den sürdürülebilir pamuk el kitabı

AMERİKAN moda şirketi Ralph Lauren ve Dow Chemical Company, pamuğun daha sürdürülebilir ve etkili bir şekilde boyanmasına ilişkin ayrıntılı bir el kitabı yayımladı. Her yıl trilyonlarca litre suya ihtiyaç duyulan geleneksel kumaş boyama işlemlerinin, dünyadaki atık suyun yaklaşık yüzde 20'sini oluşturduğu biliniyor. Dow tarafından geliştirilen ve bir katyonik pamuk işlemi olan Ecofast Pure uygulaması, kumaşa ön işlem uygulamak ve renklendirmek için gereken su, kimyasal ve enerji miktarını önemli ölçüde azaltmaya yardımcı oluyor. Uygulama, üretimde; yüzde 90'a kadar

daha az proses kimyasalı, yüzde 50 daha az su, yüzde 50 daha az boya ve yüzde 40 daha az enerji tüketilmesini sağlıyor.

Dünyanın ilk ölçeklenebilir sıfır atık su pamuk boyama sistemi olan Color on Demand'ı yıl başında tedarik zincirine entegre eden Ralph Lauren; Ecofast Pure'ü kullanan ilk marka oldu. Marka, pamuk boyama operasyonlarında teknolojiyi optimize etmek ve uygulamak için Dow ile iş birliğine giderek bu doğrultuda bir kılavuz hazırladı. Kılavuz, Ecofast Pure'un mevcut boyama ekipmanlarıyla nasıl kullanılacağına dair şirketlere yönelik ayrıntılı bilgilendirmeler içeriyor.

ORGANİK PAMUK TALEBİ ARTMAYA DEVAM EDİYOR

Konvansiyonel pamuk fiyatları 2020'nin ikinci çeyreğinin başına göre iki katından fazla arttı. Organik pamuk fiyatları da bu doğrultuda artış gösterirken özellikle Hint ve Türk pamuklarının artık primli satış yaptığı vurgulanıyor. Bu durumun, büyük ölçüde COVID-19 pandemisinden sonra artan organik pamuk talebinden kaynaklandığı ifade ediliyor.

Almanya'nın Bremen kentinde bulunan pamuk ticaret şirketi Otto Stadlander GmbH'ye göre Hindistan'ın organik pamuk fiyatı, geleneksel pamuğa kıyasla bir yıl önceye göre yüzde 60 artış gösterdi. Organik Türk

pamuğunun primi ise son 12 ayda yüzde 65 arttı. Küresel tekstil ve hazır giyim sektöründe hızlanan sürdürülebilirlik çalışmaları nedeniyle organik pamuğun fiyatlarında artış trendi devam ederken Almanya'daki Sürdürülebilir Tekstil Ortaklığı ve Textile Exchange tarafından başlatılan 2025 Sürdürülebilir Pamuk

Mücadelesi gibi girişimler de organik pamuğa olan talebi yükseltiyor.

Mevcut üretim içinde küresel pamuk üretiminin yalnızca yüzde biri organik pamuktan oluşuyor. Fiyatlardaki artış seyri nedeniyle, daha fazla çiftçinin organik pamuk üretimine teşvik edilmesi bekleniyor.





KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S || i || HEARTBEAT

► **Almanya ekonomisinin güç merkezi Kuzey Ren-Vestfalya'yı (NRW) keşfedin!** Endüstri 4.0, akıllı şehirler, biyoteknoloji ve yeni mobilite gibi gelişen teknolojilerde çığır açanları kucaklıyoruz. NRW'ye hoş geldiniz! www.nrwglobalbusiness.com

Türkiye ihracatında hedef 300 milyar dolar

Türkiye'nin ekonomisine güç veren 100 bini aşkın ihracatçının tek çatı kuruluşu Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) her yıl organize ettiği TİM Delegeler Buluşması, Antalya'da gerçekleştirildi.



TÜRKİYE ekonomisinin büyümesi ve dünya devleri arasında yer alması için çalışan, üreten 61 ihracatçı birliği, 27 sektör ile 100 bin ihracatçının tek çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından geleneksel hâle getirilen TİM Delegeler Buluşması, 1-3 Ekim günleri arasında Antalya Belek'te gerçekleştirildi. Alanında uzman isimlerin katıldığı söyleşi ve panellerin düzenlendiği, yoğun katılımın olduğu buluşmada; farklı bölgelerdeki delegeler ile TİM Yönetim Kurulu üyelerinin de aralarında bulunduğu 600'ü aşkın ihracatçı, TİM Başkanı İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde bir araya geldi. Gülle, TİM'in faaliyetleriyle ilgili delegelere sunum yaptı. TİM ailesinin birlikteliğinin önemini vurgulayan Gülle, delegelerin ihracata yaptığı önemli katkıya ve ihracatta yakalanan başarıya dikkat çekti.

İHRACATÇILAR GÜNCEL DEĞERLENDİRMELERİN SUNULDUĞU PANELLERDE BİR ARAYA GELDİ

TİM Başkanı İsmail Gülle'nin açılış konuşması ile başlayan TİM Delegeler Buluşması, alanında uzman birçok ismin katıldığı panellerle devam etti. Buluşmada; iki gün boyunca ekonomi, 300 milyar dolarlık ihracat hedefi, teknoloji, küresel ticaret, dünyadaki gelişmeler, sağlık ve yaşam konuşuldu. 2022 ve ötesine ilişkin beklentiler hakkında bir konuşma gerçekleştiren Ayvansaray Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Emre Alkin'in ardından Altınbaş Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Çağrı Erhan, pandemi sonrasında hazırlanırken global ve bölgesel stratejik durumun değerlendirmesini yaptı. Prof. Dr. Emre Alkin ve Azimut Portföy Genel Müdürü Murat Salar, kur-faiz denklemi ve dış ticaret panelinde bir araya geldi.

"TÜRKİYE, İHRACATÇILARIN ÜSTÜN GAYRETİYLE GÜVENİLİR TEDARİKÇİ OLARAK ÖNE ÇIKTI"

Türkiye'nin ekonomik yükselmesinin anahtarının ihracat olduğunu belirten Gülle: "İhracat, başı başına bir takım oyunu. Bu kutsal formayı giydikimiz, ilk

kez ihracat yaptığımız gün artık sadece kendimiz için değil; sektörümüz için, ülkemiz için, takımımız için koşmaya başladık. Yeri geldi zorluklarla karşılaştık, yeri geldi ödüllere başarılarımızı paylaştık. Yeri geldi, taktik değiştirerek başka ülkeleri hedefledik. Elimizde bavulumuzla, ayak basmadık tek bir ülke dahi bırakmayarak sürekli koştuk. İşin özü, formanın hakkını vermek. İhracat ailesi, tüm zorluklara rağmen bu formanın hakkını teslim etti. Başarılarımızın sonucunda, küresel ticarete artık yeni bir ligdeyiz. Bu aileye, bu inanca, bu gayrete zaten şampiyonluk yakıştırdı. Birçoğumuzun ihracatla yeni tanıştığı 80'li yıllarda yıllık 3 milyar dolar ihracat yapılırken, bugün bu rakamı iki günde gerçekleştirebiliyoruz. 90'lı yıllarda yıllık 15 milyar dolar ihracat yapan bir ülkeyken, bugün bu rakama bir ayda rahatlıkla ulaşabiliyoruz. 2000'li yıllar, bizler için 'şahlanmış yıllar oldu' diyebiliriz. Türkiye, bu zorlu süreçte ihracatçılarının üstün gayretiyle istihdam kaybı yaşamadı, üretimi ve ihracatı aksatmadı, güvenilir tedarikçi olarak öne çıktı." dedi.

Buluşmada; alanında önemli isimlerle iki gün boyunca ekonomi, 300 milyar dolarlık ihracat hedefi, teknoloji, küresel ticaret, dünyadaki gelişmeler, sağlık ve yaşam konuşuldu.

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXIMILES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; rezervasyon, yurtdışı çıkış harcı ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir.
Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir.

Ayrıntılı bilgi maximiles.com.tr ve şubelerimizde.



Küresel lojistik sorununa yerli çözüm

TİM, ülke lojistik imkânlarının daha etkin kullanılması amacıyla ihracatçılar ile lojistik sektörü arasında köprü görevi kuracak Türkiye Lojistik Portalı'nı faaliyete geçirdi. Sektör paydaşlarının iş birliğiyle tasarlanan turkiyelojistikportali.com, TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen lansmanla kamuoyuna tanıtıldı.



TİM BAŞKANI İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde düzenlenen lansmana TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak, Hizmet İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi ve Deniz Ticaret Odası Meclis Başkanı Salih Zeki Çakır, Hizmet İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Şahap Çak, Gemi Brokerleri Derneği Başkanı Orhan Semih Dinçel, Koster Armatörleri ve İşletmecileri Derneği Başkanı Pınar Kalkavan Sesel, Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Başkanı Ayşem Ulusoy, Vapur Donatanları ve Acenteleri Derneği Genel Müdürü Muhammet Ali Şeyda, Gümrüklü Antrepo İşletmecileri Derneği Başkanı Cavit Değirmenci katıldı.

"PORTAL SAYESİNDE ÜRÜNLERİMİZİ HIZLI VE EN UYGUN MALİYETLERLE ULAŞTIRACAĞIZ"

Portalın küresel lojistik sorununa yerli bir çözüm getirme amacını taşıdığını vurgulayan Gülle: "Pandemide ardı ardına yaşanan talep ve arz şokları, küresel navlun fiyatlarını da oldukça etkiledi. Baltık kuru yük endeksi, pandemi öncesi dönemde 900 seviyelerindeyken son dönemde 5 bin 650 puana kadar yükseldi. Uzak Doğu, ABD ve Afrika kıtasına yapılan taşımalarda maliyetler 2 bin dolardan 15 bin dolar seviyesine çıktı. Evet, sorun küresel ancak çözüm ulusal. Kendi lojistik kaynaklarımızın verimliliğini artıracak, ihracatçılarımız ile lojistik sektörü arasında dijital bir köprü vazifesi görecek Türkiye Lojistik Portalı'nı hayata geçiriyoruz. Portalımızı, lojistik sektör temsilcileri ve ihracatçılarımızla gerçekleştirdiğimiz istişareler sonucunda nihai şekline kavuşturduk. Portalımız ile ürünlerimizi dünyanın dört bir köşesine, en uygun

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI NASIL ÇALIŞIYOR?

- İhracatçılar, vergi kimlik numaraları ve firma yetkilisi belgeleriyle turkiyelojistikportali.com'a üye olabiliyor.
- Lojistik sektörü firmaları, uluslararası taşımacılık ve firma yetkilisi belgelerini ibraz ederek üyelik başvurusu yapabiliyor.
- Yüklene belgelerin TİM yetkilileri tarafından incelenmesi sonrası iki taraf da sisteme kolayca dâhil olabiliyor.
- Türkiye Lojistik Portalı'na üye olan ihracatçılar, yurt dışına göndermeyi planladıkları yüklerine ait bilgileri girerek bir yük ilanı oluşturuyor. Yüklerine ait gönderim tarihi, ağırlık, ebat, tercih edilen gönderim türü, varış noktası bilgileri gibi detaylı tanımlar ile taşımacılık sektörü temsilcilerinin beklediği detaylı sorular baştan cevaplanmış oluyor.
- Lojistik sektörü yetkilileri, bu yük ilanları arasında filtreleme yaparak kendi hat ve programlarına uygun olan yük ilan sahipleri ile irtibat kurma talebinde bulunabiliyor.
- Yük ilan sahibi, ihracatçının e-posta yolu ile bilgilendirilmesini veya portalda kendisine yapılan iletişim taleplerini görüntüleyebiliyor.
- Onaylanan iletişim talepleri ile lojistik sektör yetkilileri, yük sahibi firmaların iletişim bilgilerine erişebiliyor. Böylece bir araya gelen iki sektör temsilcisi, aralarında anlaşarak yükün güvenli bir şekilde taşınmasını sağlıyor.

araçla, en uygun zamanda, en uygun maliyetlerle ulaştıracağız. Portalımıza üye olan ihracatçı da lojistikçi de kazanacak. İhracatçılarımız hem ürün teslimatı planlamasında yeni alternatiflere kavuşacak hem de daha uygun fiyatlardan yararlanacak." dedi.

Türkiye Lojistik Portalı'nın ihraç malları taşıyan araçların dönüş yükü bulmasına da yardımcı olacağını kaydeden Gülle: "Son derece sade bir arayüzle tasarladığımız portalımıza, vergi kimlik numaralarımızla üye olabileceğiz. Lojistik firmalarımız da yetki belgelerini ibraz ederek platformumuza kaydolabilecek. İhracatçı, kendi yük bilgilerini platforma girerek ilan oluşturacak. Lojistik sektörümüz de bu ilanlarda filtreleme yaparak kendi hat ve programlarına uygun yükleri bulacak. TİM olarak ihracatçımızın üretim, pazarlama, inovasyon, markalaşma ve tasarım alanlarında yanında olduğumuz gibi lojistik süreçlerinde de yanındayız." ifadelerini kullandı.

NAZAR

ESTD textile 1993

“Sıfır Atık” felsefesi ve sürdürülebilirlik bilinci ile organik pamuk ipliği üretimi yapan Nazar Tekstil, yenilenebilir enerji üretimiyle insanlığa, topluma ve doğaya karşı sorumluluklarını yerine getiriyor.

SIFIR ATIK
YEŞİL ENERJİ
SÜRDÜRÜLEBİLİR İPLİK
DOĞAYA SAYGI

www.nazartextile.com



25 Kasım 2021
Perşembe

Hibrit Etkinlik
Zorlu PSM - Sanal Platformda

Kayıt ve detaylı bilgi için: www.sustainabilitytalksistanbul.com

ANA KONUŞMACILAR

Andrew OLAH - Kingpins
Archroma
Axel LUKASCH - Huntsman
Burak KARAARSLAN - Taypa
Calvin WOOLLEY - IKEA
Ece BÖRÜ - TSKB
Eliina BRINKBERG - Nudie Jeans

Ellen MacArthur Foundation
Franck BARBIER - National French Hemp Association
İhsan İPEKER - İpeker
Jean HEGEDUS - Lycra
Johannes STEFAN - Lenzing
Liesl TRUSCOTT - Textile Exchange
Mehmet Korgün ŞENGÜN - MKS DEVO

Nicolas PROPTE - PVH Corporation
Selim KASAPÖĞLU - Aslı Tekstil
Serdar DEMİRCİÖĞLU - Dystar & Kaiser
Unifi
Yawer Ali SHAH - AMA Herbal

Döngüsellik Paneli

Eda TOĞAN - Superdry
İbrahim KARA - Kara Fiber
Romain NARCY - Ereks - Blue Matters
Utku KORKMAZ - Solar Çatı
Volkan TAKMAZ - Vatek Çevre
Zafer KAPLAN - Gama Recycle

Hammadde Paneli

Crispin ARGENTO - Good Earth Cotton
Daniela ANTUNES - Fulgar
Denis DRUON - Marmara Hemp & Flax Company
Ruth FARREL - Eastman
Tevfik SEÇİLMİŞ - Coats

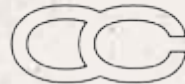
Sürdürülebilir Makine Teknolojileri Paneli

Alexis GAUTIER - Laroche
Alice TONELLO - Tonello
Stefan HUTTER - Saentis
Stefano AGAZZI - Karl Mayer
Steve YOUNG - John Deere
Swinsol
Valentina BRIGNOLI - ITEMA

Turkish Textile ve Orbit Consulting İş Birliğinde



ORBIT CONSULTING



Ana Sponsor



L Sponsor

abiteks



ama[®]
HERBAL
In Nature. No Trust

ARCHROMA
LIFE ENHANCED

ASLITEKS

HUNTSMAN
Enriching lives through innovation

creora[®]
it's in our every fiber

KARAFIBER
TEHSTİL

Lenzing
Innovative by nature

The LYCRA Company

MARMARA
HEMP

MKS DevO
power of production

SÄNTIS TEXTILES
BULK BOLD SOURCING SOLUTIONS • SÄNTIS-TEXTILES.COM

UNIFI
TRUE INNOVATION
starts in the fiber

M Sponsor



EASTMAN



GOOD EARTH COTTON

Kaiser
Sharing The Knowledge
DyStar

KÜÇÜKÇALIK

solarçatı

VATEK
ÇEVRE TEKNOLOJİLERİ

S Sponsor

bouteks

eCARE
APPLICATIONS

RIETER

RUDOLF
GROUP
BETTER CHEMISTRY

İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi kuruldu

TİM, İHRACATÇI firmaların finansmana erişimini kolaylaştırmak amacıyla çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor. Bu kapsamda Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonunda, Eximbank'la 14 Ekim'de 10 milyon lira sermaye ile İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE) kuruldu. İhracatçıların erişimine açık, ihracatçıların finansmana erişiminde teminat sorununu ortadan kaldırmayı amaçlayan bir fon olarak kurulan şirkette, TİM'in yüzde 95 (9 milyon 500 bin lira) ve Eximbank'ın yüzde 5 (500 bin lira) ortaklığı bulunuyor. İlerleyen süreçlerde 61 ihracatçı birliğinin de gerekli sermaye katkısıyla şirkete ortak olması yönünde kanun çalışmaları devam ediyor. Şirketin 1 Ocak 2022 itibarıyla ihracatçılara hizmet vermesi bekleniyor.

İPOTEK VERMEK ZORUNDA KALMAYACAKLAR

İGE aracılığıyla teminat yetersizliği nedeniyle çeşitli kredi ve destek imkânlarından yeterince yararlanamayan ihracatçıların, krediye erişimleri kefalet suretiyle sağlanacak. Böylece ihracatçılar, kredi almak için fabrikasını, arsasını bankaya ipotek vermek zorunda kalmayacak. İhracata yönelik büyüme modeli hedefi doğrultusunda ihracat ve döviz kazandırıcı hizmetlerle uğraşan firmalara yönelik ihtisaslaşmış İhracat Kredi Garanti Fonu, ihracatın tabana yayılmasını sağlayarak ihracat hacminin sürdürülebilir şekilde artırılmasına büyük katkı verecek.

"TİM'İN KEFALETİYLE ÇOK BÜYÜK HACİMLİ KREDİ KULLANABİLECEKLER"

İGE'nin kurulmasıyla ilgili değerlendirmede bulunan TİM Başkanı İsmail Gülle: "İGE, özellikle KOBİ seviyesindeki ihracatçıların finansman erişiminde yaşadıkları güçlükleri gidermek için kuruldu. İhracatçının iki temel sorunu vardı. Birincisi, kredi, ikincisi de teminat mektubu oluşturmak. İGE sayesinde ihracatçılar, teminatsız TİM kefaletiyle oluşacak bir sistemle krediye direkt ulaşabilecek ve çok büyük hacimleri kullanabilecek. TİM ve ihracatçı



birliklerinin oluşturduğu bu yapı hem üyelerimize finansman konusunda destek verecek hem de ihracat için yapacakları işlerde de ciddi katkı sağlayacak." dedi.

İhracattaki finansman ihtiyacının son dönemde daha da büyüdüğüne ve İGE'nin bu ihtiyaca önemli katkı sağlayacağına dikkat çeken Gülle, şöyle devam etti: "Pandemi süreciyle beraber Türkiye, dünyada önemli bir tedarik üssü hâline geldi. Dolayısıyla ülkemizin kapasite kullanım oranında önemli bir artış yaşandı. Gelecek dönemde de dünya tedarikini karşılamamız gerekiyor. Bu, ancak yeni yatırımlarla mümkün. Kurduğumuz şirket, yeni yatırımların hayata geçmesi için, KOBİ'ler başta olmak üzere ihracatçı şirketlere finansman desteği sağlayacak. Şirketimiz; 300 milyar dolara gidecek hedefte ihracatçının elini rahatlatacak, hedefimiz için önemli bir itici güç olacak. İhracat ailemiz, şirketimiz vasıtasıyla arkasında kurum olduğunu hissedecek. Ekonominin ve ticaret diplomasininin saha neferleri olan Türk ihracatçısı, çok büyük bir ekosistemle destekleneceğini bilerek finansmanı düşünmeden ihracat yapacak."

YÖK Başkanı'na ziyaret

TİM BAŞKANI İsmail Gülle başkanlığındaki heyet, 8 Ekim'de YÖK Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar'ı ziyaret etti. Ziyarete İsmail Gülle'nin yanı sıra İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Güven Karaca da yer aldı.

TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak, GençTİM Başkan Vekilleri Mustafa Selçuk Çevik ve Kübra Orakçioğlu'nun da katıldığı ziyaret sırasında, yükseköğretim alanında yapılabilecek olası iş birlikleri ile sanayi-üniversite iş birliği ve diyalogu konularında karşılıklı görüş ve öneriler sunuldu.



CANDAS İPEK
İPEK CANDAS TEKSTİL - İPEK CANDAS

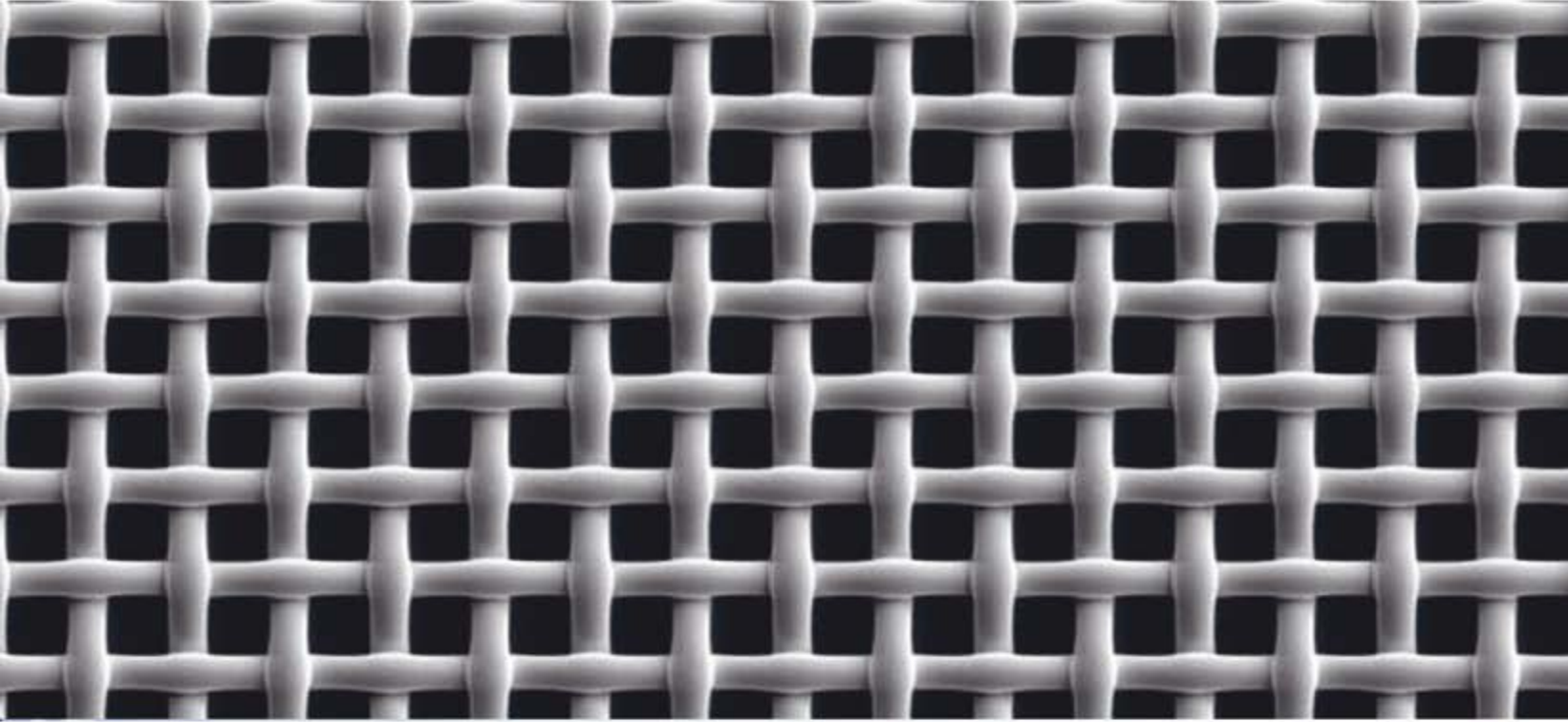
Polyester Screen Mesh İpek Elek Bezi

www.candasipek.com

www.candasipek.com

www.candasipek.com

www.candasipek.com



www.candasipek.com

www.candasipek.com

www.candasipek.com

www.candasipek.com

Nickel Rotary Screen Rotasyon Baskı Şablonu

Yeni Yalova Yolu 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

Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri dünyaya tanıtılıyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde, Türk ihracat ürün ve sektörlerinin dünya çapındaki bilinirliğini artırmak amacıyla faaliyet gösteren Türkiye Tanıtım Grubu (TTG), BBC World News ile iş birliğine gitti. BBC World News, tekstil ve mücevher, gıda ve tarım ile inovasyon ve teknoloji konularında belgesel niteliğinde üç yapım hazırladı.



HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN BEŞ ÜLKE

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, 2021'in ilk 10 ayında 192 ülke ve bölgeye yüzde 19,8 artışla 16 milyar 720 milyon dolar ihracata imza attı.

Almanya: 2 milyar 813 milyon dolar (%11,1 artış)

İspanya: 2 milyar 293 milyon dolar (%33,3 artış)

Birleşik Krallık: 1 milyar 714 milyon dolar (%14,8 artış)

Hollanda: 1 milyar 235 milyon dolar (%18,7 artış)

Fransa: 819 milyon dolar (%24,3 artış)

TEKSTİL VE HAM MADDELERİ SEKTÖRÜNDE EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN BEŞ ÜLKE

Tekstil ve ham maddeleri sektörü, 2021'in ilk 10 ayında 188 ülke ve bölgeye yüzde 36,1 artışla 10 milyar 510 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

İtalya: 916 milyon dolar (%51,8 artış)

Almanya: 843 milyon dolar (%14,8 artış)

ABD: 690 milyon dolar (%38,3 artış)

Birleşik Krallık: 501 milyon dolar (%30,6 artış)

İspanya: 393 milyon dolar (%54,8 artış)

PANDEMİYE rağmen 2020 yılını ihracatta kırılan rekorlarla kapatan Türkiye, bu ivmeyi 2021'e de taşıdı. İhracatta son 12 ayda, 212 milyar dolar sınırı aşıldı. Tarihe geçen rekorların mimarı, küresel salgının getirdiği yeni koşullara hızlıca uyum sağlayan Türk ihracatçısı oldu. Bu başarıda büyük paya sahip sektörlerden tekstil, hazır giyim ve mücevher uluslararası ticarete de önemli yer tutuyor. Türk tekstil sektörü, küresel ihracattaki yüzde 3,2 payı ile dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı konumunda.

1 MİLYARA YAKIN İZLEYİCİYE ULAŞILACAK

TİM bünyesinde, Türk ihracat ürün ve sektörlerinin dünya çapındaki bilinirliğini artırmak amacıyla faaliyet gösteren TTG, söz konusu üç sektörün yükselişine dikkat çekmek için harekete geçti. Bu kapsamda BBC World News ile iş birliğine gidildi. Avrupa, Kuzey Amerika, Latin Amerika, Afrika, Asya Pasifik, Orta Doğu, Güney Asya'da 1 milyara yakın izleyiciye ulaşan BBC World News ekipleri; tekstil ve mücevher, gıda ve tarım ile inovasyon ve teknoloji konularında belgesel niteliğinde üç yapım hazırladı.

Çekimleri tamamlanan tekstil, hazır giyim ve mücevher sektörünün anlatıldığı ilk film, BBC World News izleyicileriyle buluştu. İlk filmde, Türkiye'nin Anadolu'nun ilk dönem medeniyetlerine kadar giden güçlü tasarım mirasından günümüze uzanan hikâyesi, ülkemizin sunduğu fırsatlar (üretim altyapısı, deneyim, kaynaklar) ve genç girişimcilerin dünya moda sahnesindeki yükselişi anlatıldı. Filmler, gelecek yılın Ocak ayına kadar izleyiciyle buluşmaya devam edecek.



Filmi izlemek için QR kodu kullanabilirsiniz.

"TANITIMLAR İHRACATIMIZ İÇİN ÇOK ÖNEMLİ"

Hedef pazarlarda ihracat sektörü ve ürünlerin tanıtımı anlamında tüm global iletişim projelerini Türkiye Tanıtım Grubu ile hayata geçirmeye devam ettiklerini belirten TİM ve TTG Başkanı İsmail Gülle: "İhracatımız arttıkça hedeflerimizi daha da ileriye taşıyoruz. 2026'ya kadar 300 milyar dolara ulaşmak gibi iddialı bir hedefimiz var. Bu hedeflerimize ulaşmak adına, gerek sektörel gerekse 'Made in Türkiye' markası özelinde yapılan her tanıtım çalışması oldukça önem arz ediyor. Özellikle pandemi sonrasında küresel tedarik zincirlerinde yaşanan dönüşüm, ülkemize önemli bir fırsat zemini sağladı. Bu durumu iyi değerlendirmek için hem ihracatımızın hâlihazırda pazar payında yüksek oranlara sahip olduğu ülkelerde hem yükselen pazarlarda tanıtım faaliyetlerimizi hızlandırdık. Ülkemizin dünyaya açılan değerlerini dünyaya tanıtıyoruz. BBC World News ile gerçekleştirdiğimiz proje de bu çalışmalarımızın bir ürünü." dedi.

Stretching Beyond

Black

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

eco-soft

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

PowerFit

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

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Deniz Başbuğ
Teknik Pazarlama ve Geliştirme Müdürü

dgurel@hyosung.com

Tel: 0530 203 49 99


creora®
it's in our every fiber

www.creora.com

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

Sektörün geleceği 14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı'nda ele alındı

TGSD tarafından düzenlenen İstanbul Hazır Giyim Konferansı, küresel moda yön veren isimlerle dünyanın önde gelen markalarının temsilcilerini sanal platformda buluşturdu. Konferansta dijitalleşme, sürdürülebilir üretim, AB Yeşil Mutabakatı ve yenilikçi uygulamaların yanı sıra pandemi sonrası için Türk hazır giyim sektörünü bekleyen fırsatlar ve riskler mercek altına alındı.



TÜRKİYE GİYİM Sanayicileri Derneği tarafından (TGSD) bu yıl 14'üncüsü "Recoding Fashion" teması ile düzenlenen İstanbul Hazır Giyim Konferansı, 6 Ekim'de küresel moda yön veren isimlerle dünyanın önde gelen markalarının temsilcilerini bir araya getirdi. Hazır giyim sektörünün en prestijli organizasyonlarından biri olan ve pandemi nedeniyle bu yıl yine sanal platformda düzenlenen konferansa dijitalleşme, sürdürülebilir üretim, AB Yeşil Mutabakatı ve yenilikçi uygulamalar damga vurdu.

"SÜRDÜRÜLEBİLİR VE ÇEVRE DOSTU ÜRETİM KAPASİTEMİZİ HIZLA ARTIRMALIYIZ"

Türk hazır giyim sektörünü bekleyen fırsatların ve risklerin de mercek altına alındığı konferansın açılış oturumunda konuşan TGSD Müşterek Başkanı Ramazan Kaya, pandemi ile birlikte hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe iş yapma süreçlerinin yüzde 30-40 değiştiğini söyledi. Aynı dönemde tüketici talep ve beklentilerinde de çok önemli değişimler olduğuna dikkat çeken Kaya, şunları söyledi: "Pandemi ile birlikte tüketicinin hazır giyim ürünlerine karşı bilinç düzeyi ve farkındalığı arttı. Tüketici aldığı ürünün etiketini daha çok inceliyor. Hangi malzemelerin kullanıldığına, üretim süreçlerinde çevreye zarar verilip verilmediğine dikkat ediyor. Tüketici ve markalar için yıllarca hızlı moda tercih nedeniydi. Pandemi ile rahat giysilere artan bir ilgi var. Birlikte

çalıştığımız markalar da yeni koleksiyonlarını hazırlarken bu talebi göz önünde bulunduruyorlar. Tüketicilerden ve iş birliği yaptığımız markalardan gelen talebi karşılayabilmemiz için sürdürülebilir ve çevre dostu üretim kapasitemizi hızla artırmalıyız. Diğer taraftan tedarik zincirindeki değişime paralel olarak Avrupa ve ABD'li markalardan yoğun sipariş alıyoruz. Yoğun talebin ihracatımıza yansımalarını da görmeye başladık. Yıllardır 17 milyar dolar bandında seyreden ihracatımızın bu yıl 20 milyar dolara ulaşacağını öngörüyoruz. Ancak siparişlerin kalıcı olabilmesi ve küresel alıcılarla yeni iş birlikleri geliştirebilmemiz için hızla, büyük ölçekli kapasite yaratmalıyız."

AB TEKSTİL STRATEJİSİ VE YEŞİL MUTABAKAT DEĞERLENDİRİLDİ

Etkinlik kapsamında gerçekleştirilen "AB Tekstil Stratejisi ve Yeşil Mutabakat" isimli panel, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Kolunsağ moderatörlüğünde yapıldı. Panele İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Haldun Boz ve Euratex Genel Direktörü Dirk Vantghem katıldı. Hazır giyim sektörünün geleceğine yönelik stratejilerin değerlendirildiği panelde sürdürülebilirlik alanındaki düzenlemelere değinildi. Bu kapsamda AB Yeşil Mutabakatı'nın sektörü dönüştürme noktasındaki etkinliğine vurgu yapılan panelde, Euratex'in yaklaşımı ve tekstil stratejileri de gündeme alındı.

“YILLIK ÜRETİM KAPASİTEMİZİ 4 MİLYON TONA ÇIKARMALIYIZ”

TGSD Müşterek Başkanı Sanem Dikmen, konuşmasında sektörün pandemi ile birlikte olağanüstü bir dönüşüm sürecine girdiğinin altını çizdi. Dönüşümün dinamiklerini iyi anlamak, uyum göstermek, yeni fırsatlara hazırlanmak, riskleri iyi yönetmek gerektiğini ifade eden Dikmen: “Konferansımızın temasında olduğu gibi modayı yeniden kodlamamız gerekiyor. Yıllık 3,4 milyon ton civarındaki mevcut üretim kapasitemizi 4 milyon tona çıkarmalıyız. Hem mevcutları hem de yeni kapasitelerimizde otomasyon, dijital altyapı, akıllı sistemler ve Sanayi 4.0 uyumunu sağlamalıyız. Kapasitenin yanı sıra katma değerli üretimimizi de artırmalıyız. Sürdürülebilirlik uyumu ve AB Yeşil Mutabakatı kapsamında sınırdaki karbon düzenleme mekanizması bir diğer önemli dönüşüm dinamiğini oluşturuyor. Bu kapsamda karbon emisyonlarımızı azaltmak, enerji verimliliğini artırmak, yeşil enerji, daha az su tüketimi ve dönüştürülebilir malzeme kullanımı temel önceliklerimiz olmalı. Dönüşümü hızla tamamlayabilmemiz için yeni yatırımlar gerekiyor. Dolayısıyla devletimizin teşviklerle ve düşük maliyetli finansmana erişim konusunda desteği ile firmalarımızın motivasyonunu artırmasının büyük önem taşıdığını düşünüyoruz.” şeklinde konuştu.

“EYLÜLDE 1,9 MİLYAR DOLARLA TÜM ZAMANLARIN AYLIK İHRACAT REKORUNU KIRDIK”

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe; hazır giyim sektörünün katma değerli üretimi, istihdama ve ihracata katkısı, yıllık 16 milyar doları aşkın net döviz getirisi ile Türkiye için stratejik sektörler arasında yer aldığını vurguladı. Pandeminin başında sıkıntılı bir dönem geçiren sektörün Haziran 2020'den itibaren giderek yükselen bir ivme yakaladığını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: “İhracata çalışan firmalarımızda kapasite kullanımı yüzde



85'in de üzerine çıktı. Talep artışı eylülde çifte rekoru beraberinde getirdi. Eylülde 1 milyar 948 milyon dolarla tüm zamanların en yüksek aylık ihracatını gerçekleştirdik. Yılın dokuzuncu ayını 2020'ye göre yüzde 9, 2019'a göre yüzde 29,8 artıda kapattık. 2021'in Ocak-Eylül döneminde de 14 milyar 811 milyon dolarla en yüksek dokuz aylık performansımıza imza atmış olduk. Önümüzde üç ay kaldı. Aynı hızla gidebilirsek yılı 20 milyar dolar civarında bir ihracatla kapatacağımızı öngörüyoruz.”

“2021'DE 12 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNDE İHRACAT HEDEFLİYORUZ”

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik konusuna büyük önem verdiklerini söyledi. TİM öncülüğünde Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı hazırlayan ilk sektör olduklarını ifade eden Öksüz, sözlerini şöyle sürdürdü: “Dünyayı Tüketmeden Dünya İçin Üretiyoruz mottosuyla yola çıktık. Sürdürülebilirlik Eylem Planımız ile sektörün dögüsel ekonomiye en yüksek seviyede uyumunu sağlarken aynı zamanda sürdürülebilir ürünlere talebi en üst seviyede karşılamayı hedefliyoruz. Dünyaya adapte olmak yerine küresel gelişmelerde belirleyici bir rol üstlenmeliyiz. Sürdürülebilirlik, dögüsel ekonomi, eko tasarım ve sıfır atık yaklaşımlarına tam entegre olmalıyız.”

Sektörün ihracatı hakkında da bilgi veren Öksüz, eylülde 1,2 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek aylık performansını gerçekleştirdiklerini bildirdi. Ocak-eylül dönemindeki ihracatın geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 40 artışla 9,4 milyar dolara yükseldiğini anlatan Öksüz, bu yılı 12 milyar doların üzerinde ihracatla kapatmayı hedeflediklerini sözlerine ekledi.

İHKİB, İTHİB ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin iş birliği ile düzenlenen konferansın ana sponsorluğunu bu yıl Karafiber Tekstil üstlendi. Konferansın medya sponsorluğunu Bloomberg HT, açılış kokteyli gümüş sponsorluğunu ise Astaş Juki yaptı. Etkinliğe ayrıca Cotton Council International, Lenzing AG-TENCEL™, Tolkar Smartex, Birla Cellulose, canias4.0, Gama Recycle, Kale İplik, MatTex, Polytropon, Serkon Teknoloji, Astaş Juki, Avery Dennison, Galata Taşımacılık, Lectra, Permess, Uğur Makina ve YKK de destek verdi.



İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Urfi Akbalık ile Yönetim Kurulu Üyeleri Mustafa Paşahan, Haldun Boz, İsmail Kolunsağ ve Ayhan Onat ile Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer, TGSD 14. Hazır Giyim Konferansı Açılış Kokteyli'nde bir araya gelerek, ertesi gün yapılacak organizasyonun sektör için önemine değindiler.

Ekoteks'ten sorumlu üretim için yanmazlık testleri

Ekoteks; TS EN ISO/IEC 17025 uygunluk standardına dayanarak birçok farklı ürün grubuna yönelik yanmazlık testleri gerçekleştiriyor. Laboratuvar, bu alandaki standart çeşitliliğini artırmayı hedefliyor.

TEKSTİL ürünlerinin üretiminde, terbiye prosesi tamamlandıktan sonra ürüne uygulanan her türlü mekanik ve kimyasal işlemlere apre veya bitim işlemleri deniyor. Apre aşamasında dikkate alınması gereken uygulamalar bulunuyor. Tekstil malzemesinin formu, kullanım amacı, elyaf cinsi, incelik ve kalınlık gibi parametreler apre uygulamalarında dikkate alınmıyor. Bu kapsamda yanmazlık apre işlemleri ile kumaşların herhangi bir yanma durumuna karşı davranışı önem arz ediyor. Sıklıkla, askeriye ve itfaiye kıyafetlerine, araç veya mobilya döşemeliklerine, toplu kullanım alanlarına yönelik tekstil ürünlerine, bebek kıyafetleri ve yataklarına yanmazlık apre işlemi uygulanıyor.

Yanmazlık apre işlemi uygulaması temelde üç amaca hizmet ediyor. Bu amaçlar; uygulandığı ürünün alevlenmeye karşı dayanımının olmasını sağlamak, alev almış ise yanmanın hızını düşürmek veya alev kaynağından uzaklaşmayla yanmanın en kısa sürede kendiliğinden durmasını sağlamak.

Tekstil ürünlerinde kolay alevlenmeyi önlemek için başvurulan iki yöntem bulunuyor. Bunlardan ilki; kumaş dokumasında kolay alev almayan ve yanmaz özelliklere sahip bazı liflerin kullanılmasıdır. Apre işlemine kullanılan kimyasallar, life oksijen girmesini önlemek adına bir koruma tabakası oluştururken lifin alev almasını önüyor ve yalnızca kömürleşmeye neden oluyor. Bir diğer ihtimal ise apre esnasında uygulanan kimyasal maddeden, yanmayan gazların açığa çıkmasıdır.

EKOTEKS, YANMAZLIK TEST KAPSAMINI GENİŞLETİYOR
Ekoteks; TS EN ISO/IEC 17025 uygunluk standardına dayanarak birçok farklı ürün grubuna yönelik

EKOTEKS'TE UYGULANAN AKREDİTE YANMAZLIK TEST STANDARTLARI

- US CPSC CFR 1610
- BS 5852-1
- EN 597-1
- EN 597-2
- EN 1021-1
- EN 1021-2
- ISO 6940
- EN 1103
- EN 14878
- ISO 6941
- BS EN 13772
- 16 CFR 1630
- 16 CFR 1631
- ISO 6925/BS 6307
- BS 4790
- BS EN 71-2



yanmazlık testleri gerçekleştiriyor ve kapsamını her geçen gün genişletiyor. Bu kapsama en son uçak iç kabini ve ev aletlerinde kullanılan plastik parçaların yanmazlık testlerinin uygulandığı UL94 metodu eklendi. İlgili standart, plastiklerin bir kaynak tarafından tutuşturulduğunda kaynağın uzaklaşmasının ardından üzerinde bulunan alevi ne kadar hızlı söndürdüğünü ve numunenin yanarken gösterdiği özellikleri test ediyor. Plastik malzemenin yanmazlık sınıfı, test laboratuvarında gerçek alev ile yatay ve dikey olarak test ediliyor.

Yanmazlık analizlerinde ürün grubu çeşitliliği fazla olduğu için test kapsamı da oldukça geniş. Ekoteks, bu kapsamda yer alan birçok farklı ürün grubuna yönelik analizleri akredite olarak gerçekleştirebiliyor. Oyuncak güvenliği, alevlenebilirlik, motorlu taşıt yanmaları, mobilya ve yatak döşemelikleri, yatak malzemeleri, divan ve baza grubuna yönelik testler, gece giysileri, çocuk kıyafetleri, pijama, sabahlık gibi giyimlik tekstil ürünlerine yönelik testler, dikey ve düşey yanma testleri, perdelik kumaşlar ve salon perdeleri, tekstil zemin kaplamaları, halı ve kilimler, branda bezleri, koruyucu giyecekler, maske, tulum ve önlükler gibi ürün gruplarına yönelik yaklaşık 60 farklı standartta analiz yapılıyor.

Laboratuvarda, test işlemi gerçekleştirilen ancak henüz akreditasyon kapsamına alınmamış test standartları da mevcut. ASTM D 1230, EN 1102, ISO 3795, ISO 12952-1, ISO 12952-2 test standartları da yakın zamanda kapsama dâhil edilecek.

GÖMLEK ÜTÜLEME OTOMATLARI



Head Office: Şenlökköy 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

Bülent Eczacıbaşı, Liderler Buluşuyor Etkinliği'nin konuğu oldu



İHKİB tarafından ikincisi düzenlenen Liderler Buluşuyor Etkinliği, 21 Ekim'de gerçekleştirildi. Çevrim içi ortamda yapılan etkinlik, gazeteci Volkan Akı'nın moderatörlüğünde, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde düzenlendi. Etkinliğin konuğu ise Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı oldu.

LİDERLER Buluşuyor Etkinliği'nde İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı, geleceğin rekabetini şekillendiren yeni dinamikleri konuştu. Etkinliğin açılış konuşmasını yapan Mustafa Gültepe; hem bireysel hem de iş yaşamı anlamında kendisini kanıtlamış bir liderle buluşmaktan memnuniyet duyduklarını belirterek, "Bülent Eczacıbaşı'nın sektörel tecrübelerinden faydalanmak, bizim için son derece önemli. Amacımız, duayenlerimizin tecrübelerini örnek alarak geleceği doğru kurgulayabilmek." dedi.

"TÜRK İHRACATÇILAR, ÇOK BAŞARILI BİR SINAV VERDİ"
Küresel salgının hâlâ gündemde olduğunu vurgulayarak konuşmasına başlayan Bülent Eczacıbaşı: "Pandemiye rağmen Türk ihracatçılar, çok başarılı bir sınav verdi. Türkiye'nin ihracatı, Eylülde geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 30'luk artışla 28 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Böylelikle

Cumhuriyet tarihinde ilk defa aylık bazda 20 milyar dolar eşiği aşıldı. Bu başarının pay sahiplerinden biri de tekstil ve hazır giyim ihracatçıları. Giderek daha çetin hâle gelen bir uluslararası rekabet ortamı var. Salgına, maliyet artışlarına, lojistik sıkıntılarına rağmen elde edilmiş bu başarıdan dolayı sizleri kutluyorum.

Eczacıbaşı topluluğu olarak gelirlerimizin yaklaşık yüzde 60'ını ihracattan ya da yurt dışındaki üretimlerimizden elde ediyoruz. İhracatçılar olarak elde ettiğimiz başarılı sonuçlardan gurur duymakla beraber başarımızın, işimizin ve yarattığımız istihdamın sürdürülebilirliği ile ilgili kaygıları, dünyanın diğer ihracatçıları gibi hissetmeye devam ediyoruz. Dünya ekonomisi, geçmişle kıyaslanmayacak kadar dinamik, birbiriyle ilişkili, hassas ve ince dengeler üzerinde değer yaratıyor. Enerji, ham madde, lojistik ya da teknolojiye ortaya çıkan bir sorun kısa sürede büyüeyebiliyor. Binlerce kilometre ötede, Hindistan'da pamuk rekoltesinin

Yerkürenin sürdürülebilir geleceği için yenilenmemiz gerektiğini her geçen gün daha çok hissediyoruz.

düşme ihtimali bile ihracat kısıtlamalarına yol açıyor. Bu durum iplik, kumaş ve hazır giyim ürünlerinin fiyatlarını belirliyor. İhracatçıların, kurun yüksek olması beklentisi taşıdığı sanılır. Aslında arzulanan, kurun istikrarlı ve öngörülebilir olması. Kur artışı, kısa vadede kazancımızda küçük bir artışa yol açabilir ama orta vadede bu kazancın çok daha fazlasını; enerji, ham madde ve işçilik maliyetlerindeki fiyat artışları ile geri veriyoruz. Öngörülebilirliğin artmasını çok önemsiyorum. Belirsizlikler uzun süre devam ederse bu durum içinden çıkması güç bir labirente dönüşebilir. Hepimiz yeni yatırımlar yapıyoruz. Karamsar olmamalı ama gerçekçiliği de elden bırakmamalıyız.” dedi.

“YEŞİL DÖNÜŞÜMÜN GERİSİNDE KALMAMIZ MÜMKÜN DEĞİL”

Dünya ekonomisinin tedirgin bir toparlanma seyrinde olduğunu ifade eden Eczacıbaşı, sözlerine şöyle devam etti: “Enflasyondaki artış, kısa süreli olmayabilir. Navlun, enerji, emtia fiyatları artıyor ve lojistik zincirde aksamalar var. IMF’in Dünya Ekonomik Görünüm Raporu’nda olumsuzluklara rağmen toparlanmanın devam ettiğine işaret edildi. En büyük ihracat pazarımız Avrupa Birliği, Yeşil Mutabakat ile dönüşüyor. Siz de bu dönüşümü takip etmekte kalmıyor, değer zincirlerinizi bu değişime uygun şekilde güncellemek üzere ciddi çabalar harcıyorsunuz. Bu dönüşümün gerisinde kalmamız mümkün değil. Teknoloji ve dijitalleşmedeki gelişmelerin parçası olmamız gerekiyor. Ezberler bozuluyor, iş yapış şeklimiz değişiyor. Verimsiz, yetersiz uygulamalara ayıracak kaynağımız ve zamanımız yok. Yerkürenin sürdürülebilir geleceği için yenilenmemiz gerektiğini her geçen gün daha çok hissediyoruz. Döngüsel ekonomi tarafında tekstil sektörü girişimcileri, çok iyi iş örneklerini şimdiden çıkarmaya başladı.”

İnovasyonun hayati öneme sahip bir kavram olarak hayatımıza girdiğinin altını çizen Bülent Eczacıbaşı: “İnovasyonla katma değerli ürünler üretebiliyorsak rekabette varız. AR-GE ve inovasyon bir bütünü oluşturuyor, bu kavramları sürdürülebilirliğimizin iki önemli dinamiği olarak görüyoruz.” ifadelerini kullandı. Dijitalleşmenin de son dönemde gündemde olduğunu ve bütünsel bir yaklaşım gerektirdiğini vurgulayan Eczacıbaşı, dijital dönüşümü stratejileriyle birleştirdiklerini söyledi. Veriyi anlamlandırmanın en önemli yetkinliklerden biri olduğunu ifade eden Eczacıbaşı: veriden değer

yaratmayı başaran şirketlerin, esneklik ve verimlilik elde ettiklerine dikkat çekti.

“TEKNOLOJİK GELİŞMELER İŞSİZLİĞİ DE BERABERİNDE GETİRECEK”

Gündemdeki bir diğer konu olan teknolojinin istihdama etkileri noktasında da açıklamalarda bulunan Eczacıbaşı: “Teknolojik gelişmelerin işsizliğe yol açma korkusu yeni değil. Üst düzeyde bilgi ve beceri gerektiren işlerde de yapay zekâya dayalı teknolojiler gelişiyor. Yapay zekâlı robotların, birçok alanda uzmanlaşmış insanların yerini almasından korkuluyor. Bu korkuların yersiz olduğunu söylememiz mümkün değil. Duygudan yoksun makinelerin yapabileceği şeyler sınırlı. Robotlar sadece bir konuda üstün beceri gösterebiliyorlar. Teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkacak işsizlik, büyük bir tehlike.” dedi.

Küresel salgının bir gün geride kalacağını ancak salgınla beraber uzun yıllardır alışmış olduğumuz ekonomik düzenin de sona ereceğini belirten Eczacıbaşı, sözlerine şöyle devam etti: “Hiç kuşku yok ki yeni ekonomi içinde daha fazla teknoloji olacak. İstihdam tarafında yeni beceriler gerekecek. İnsan kaynağına yeterince yatırım yapılmayan coğrafyalarda, dijitalleşmenin neden olacağı işsizlik sorunu artacak. Çünkü teknoloji, çalışanların da yeni beceriler edinmesini şart koşuyor. Bu becerileri kazananlar değer üretmeye devam edebiliyorlar. Bizim yapmamız gereken insan kaynağına yatırım yapmak, yeni beceriler kazanma kapasitesi olan insanlar yetiştirmek için çaba göstermek.”

“TÜRKİYE, GÜÇLÜ HİKÂYELER YARATABİLİR”

Dijitalleşme konusunda Türkiye’de yaygın bir farkındalık olduğuna dikkat çeken Eczacıbaşı: “Sanayimiz, geçmişte de yeni gelişmeler karşısında zamanında ve etkin biçimde hareket edebildi. Endüstri 4.0, temelinde sanayide insan ve makine uyumuna işaret ediyor. Bu süreçte teknolojik gelişmelerle yeni bir aşamaya giriliyor. Ülkemizdeki farklı sektörler için bu alandaki en önemli tehdit, ekonomik kaynak kullanımına dayalı rekabet avantajlarının teknoloji ile zayıflaması. Eczacıbaşı topluluğunda yıllardır markalarımızda yenilikçiliğe, tasarımla farklılaşmaya ve teknolojiyi etkin kullanmaya önem verdik. 2018 yılında bir dijital dönüşüm yol haritası belirledik ve bunu sürekli güncelleyerek kuruluşlarımızda Endüstri 4.0 uygulamalarının içselleştirilmesi ve hayata geçirilmesi için çalışıyoruz.” dedi.

“Türkiye her zaman güçlü hikâyeler yaratabilmiş ve yaratabilme potansiyeli olan bir ülke.” diye konuşan Bülent Eczacıbaşı: “Biz geçmişte tüm dünyada ilgi yaratan çok üstün hikâyeler yaratmış bir ülkeyiz. 1980’li yıllarda dışa açılan, küreselleşmeye

Veriden değer yaratmayı başaran şirketler, esneklik ve verimlilik elde ediyor.

katılan, serbest piyasa ekonomisini başarıyla uygulayan bir Türkiye yarattık. Şimdi yeni bir hikâyeye ihtiyacımız var. Bu noktada siz ihracatçıların çok önemli bir rolü olduğuna inanıyorum.

Önce ekonomik modelimizi sürdürülebilir bir kalkınma modeli olarak elden geçirelim ondan sonra bunun üzerine hikâyeyi kuralım. Çünkü sürekli cari açık veren, sürdürülemez bir ekonomik model üzerine sağlam bir hikâye kurulamaz. Dünyaya 'bize güvenin' mesajı vermek zorundayız. Bu güvenin iki temel taşı var. Bunların biri etkin bir hukuk düzeni diğeri de sağlam bir eğitim sistemi. Gezegenimizin geleceğini en üst düzeyde öncelik kabul etmeyen ülkelerin, etkili bir hikâye yazma imkânları yok. Bu açıdan ülkemizin Paris Anlaşması'nı onaylamayan altı ülke arasından çıkmış olmasının çok sevindirici bir gelişme olduğunu belirtmek istiyorum." sözleriyle konuşmasını sürdürdü.

AİLE ŞİRKETLERİNE ÖNEMLİ MESAJLAR VERİLDİ

Kurucu kuşaktan ikinci kuşağa başarıyla geçen bir aile şirketi olarak Türkiye'deki aile şirketlerine de önemli mesajlar veren Bülent Eczacıbaşı: "Hemen hemen tüm ülkelerde aile şirketleri, ekonominin bel kemiğini oluşturuyor. O nedenle aile şirketlerinin etkin yönetilmesi, ekonominin sağlığı açısından çok büyük önem taşıyor. Etkin yönetim de profesyonel yöneticilere yetki verilmesine ve yönetime önem verilmesine, sağlam bir yönetim sistemi kurulmasına bağlı. Bunu kurumlaşmadan ayırmak istiyorum.

Aile şirketi olsun veya olmasın, profesyonel yönetim; etkin ve başarılı bir yönetimin olmazsa olmazıdır. Bir yönetim ve yönetim disiplini çok önemli uzmanlık alanlarıdır. Bu işlevleri amatör olarak yönetmeye kalkarsak dünya pazarlarında rekabet etmemiz mümkün olmaz. O açıdan profesyonelleşme, yönetimde başarı için vazgeçilmez bir unsurdur.

Kurumlaşma ise aileden, kişilerden bağımsız bir yönetim sisteminde sağlanabiliyor. Kurumlaşmış bir aile şirketi de profesyonel yönetici tarafından son derece etkin biçimde yönetilebilir. O halde kurumlaşma şart değil, beklentilerinize bağlı. Çünkü kurumlaşamayan fakat iyi yönetilen şirketlerde sorun, uzun dönemde ortaya çıkıyor. Aile üyelerinin yetkinlikleri ile bağdaşmayan

sorumluluklar üstlenmeleri, başarısız oldukları zaman işten uzaklaştırılmamaları, liyakate dayalı görevlendirmeler yapılmıyor olması gibi nedenlerle şirketler başarısız oluyor. Bu, aile şirketleri için çok büyük sorunlardan biri. İkinci büyük sorun ise aile üyelerinin yönetime ilişkin anlaşmazlıkları. Özellikle çok sayıda ortak ya da aile üyesi, yönetimde söz sahibi ise anlaşmazlıklar artıyor ve karar almak imkânsız hâle geliyor. Bu sorunlar, uzun vadede şirketin sonunu hazırlıyor. Sağlam yönetim mekanizmalarıyla şirketin isminin kişilerden bağımsız hâle getirilmesi gerekli." dedi.

Sözlerini, genç girişimcilere mesaj vererek noktlayan Bülent Eczacıbaşı, şöyle konuştu: "Hangi alanda olursa olsun başarının anahtarı tutku. O tutkuyu bulmak, yakalayabilmek ve çalışmak çok önemli. 'Ben çalışmadan yaparım' diyorsanız o

zaman unutmayın ki sizin rakibiniz sabah-akşam çalışıyor. Gençlere tutkulu oldukları işleri yapmalarını öneririm."



"HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ İLKLERİ GERÇEKLEŞTİRİYOR" İTKİB'in dijitalleşme alanındaki çalışmaları hakkında bilgiler paylaşan Mustafa Gültepe, hazır giyim sektörünün bu alanda birçok ilki hayata geçirdiğine vurgu yaptı. Sektörlerin dijital dönüşümden etkilenmemeye ihtimali bulunmadığını ifade eden Gültepe: "Sektörümüz özelinde eskiden İstanbul, üretim merkeziydi. Şimdi Anadolu'yu üretim üssü yapmak istiyoruz. 81 ile yayılmış bir sektörüz. İnsan kaynakları alanında eksik noktalarda kendimizi

geliştirmeye çalışıyoruz. Pandemi döneminde işsizlik Türkiye genelinde artış gösterirken hazır giyim sektöründe istihdamımız arttı. Bu süreçte Anadolu'nun çeşitli bölgelerine daha büyük fabrikalar kurarak bölgesel istihdamı artırdık." şeklinde konuştu.

İnsan kaynağına yeterince yatırım yapılmayan coğrafyalarda, dijitalleşmenin neden olacağı işsizlik sorunu artacak.

DURTAS DAR DOKUMA



Şerit, Lastik
Balık Sırtı
Ekstrafor
Kordon
Dar Dokuma
Jakarlı Dar Dokuma İmalatı



Merkez: Sanayi Mahallesi Malazgirt Caddesi No: 24-26 B Güngören / İSTANBUL • Tel: 0212 641 34 60 - 0212 430 91 15 - 0212 507 34 60

Fabrika: Mehmet Nezh Özmen mah. Fatih cd. Yüksel sk. No:7/1 Merter • Tel: 0212 430 91 16

www.durtastekstil.com

Çorap UR-GE projeleri kapsamında beş farklı eğitim düzenlendi



İHKİB TARAFINDAN yürütülmekte olan Çorap İmalatçılarının Kapasitelerinin ve Rekabetçiliğinin Geliştirilmesi ve Çorap İhracatçıları Tanıtım ve Dijital Dönüşüm UR-GE projeleri kapsamında gerçekleştirilen eğitim faaliyetleri tamamlandı.

Her iki projede de yer alan küme firmaların kurumsal yapılarını güçlendirmelerine yönelik ihtiyaçlarının benzer olması sebebi ile iki küme firmalarına da hitap eden, iyileştirmeye ihtiyaç duydukları ortak başlıklar belirlendi. Bu kapsamda "Kurumsallaşmada rekabetçiliğin artırılması eğitim programları" adı altında beş adet eğitim programı hazırlandı. Markalaşma stratejileri, müşteri ilişkileri yönetimi, stratejik satın alma müzakeresi, kurumsal iletişim ve motivasyon ile finansçı olmayanlar için

finans başlıklı eğitimler; firmalardan yoğun ilgi gördü.

Küme firmalarından üst düzey yetkilinin ve eğitim konuları alanlarında görevli personelin katılımında 2-28 Eylül günleri arasında yapılan eğitimlerin her biri bir tam gün sürdü. Eğitimler, Zoom üzerinden çevrim içi olarak gerçekleştirildi. Söz konusu eğitimler ile firmaların tüm iş süreçlerini verimli yürütmelerine, ileriye dönük yeni stratejiler belirlemelerine, eksiklerini görerek iyileştirme adımları atmalarına ve firmaların kurumsallık seviyelerinin artmasına katkı sağlanması hedefleniyor. Ayrıca firmaların eğitimlerde edindikleri bilgiler ışığında atacakları yeni adımların ihracat faaliyetlerine de katkı olarak dönmesi bekleniyor.

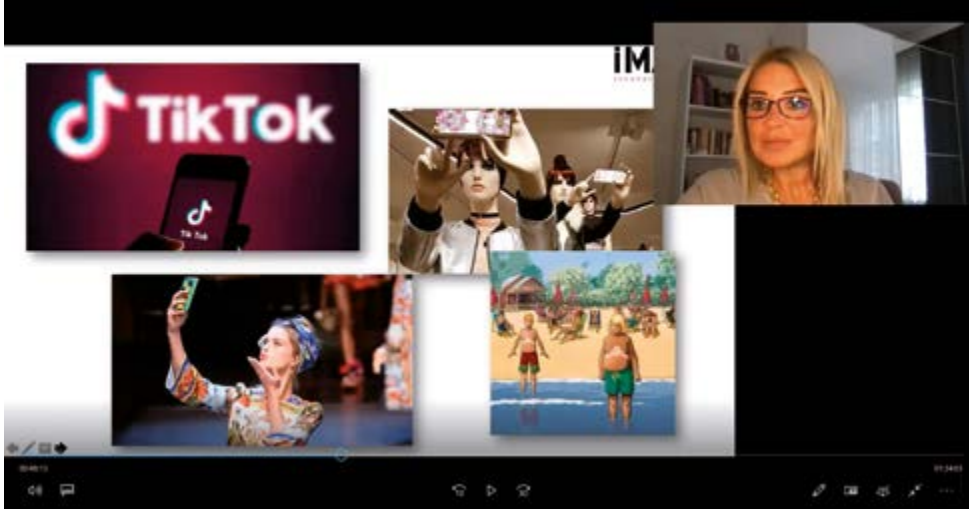
İHKİB Marmara Üniversitesi Rektörlüğü'ne ziyaret gerçekleştirdi



İHKİB BAŞKANI Mustafa Gültepe ve İHKİB Başkan Yardımcısı Jale Tunçel ile İHKİB Eğitim Çalışma Grubu Başkanı İlker Karataş; 11 Ekim'de Marmara Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Kurt'u ziyaret etti. Kurt'u yeni görevi nedeniyle tebrik eden İHKİB yönetimi, yapılan görüşme sırasında karşılıklı iş birliği fırsatlarını da değerlendirdi.

Sektöre nitelikli iş gücü kazandırılması amacıyla devam ettirilen Tercihim Tekstil Mühendisliği projesinin de ele alındığı görüşme sırasında; bölüm doluluk oranları üzerine istişarede bulunuldu. Ayrıca üniversite-sanayi iş birliğini güçlendirici çalışmalara devam etme ve Marmara Üniversitesi Teknopark'ı konusundaki beklentiler görüşüldü.

İHKİB Kariyer Akademi'nin trend seminerinde moda merceğe altına alındı



davranışlarına etkisi, yeni tüketici beklentileri ve sürdürülebilir modanın yükselişi kavramları konu alındı. 15 Eylül'de Fatoş Özen'in eğitmenliğinde yapılan ikinci trend eğitimi, "2021 yılında markalara yol gösterecek pazarlama ve perakende stratejileri" konu başlığında yapıldı. Sektörden 100'e yakın kişinin katılımı ile gerçekleşen eğitimde; Tüketici merkezli düşünce yapısı, lokasyondan bağımsız hizmet, çevreye duyarlı üretim, pazarlama, lojistik ve sürdürülebilir programlar konu başlıkları çeşitli marka örnekleri ve video gösteri ile anlatıldı.

PAZARLAMADAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE BİRÇOK KONUYA DEĞİNİLDİ

Üçüncü trend semineri, Tülin Kermen tarafından gerçekleştirilen eğitim ile

HER SENE İstanbul Fashion Week ile eş zamanlı olarak düzenlenen Hazır Giyim Moda Trend Seminerleri, bu yıl 15 Ekim'de 256 kişinin katılımıyla çevrim içi olarak düzenlendi. Seminerde, İMA Eğitmeni Tuba Yıldırım'ın sunumuyla 2022 sonbahar-2023 kış trendleri yorumlandı. Genel eğilimlerin yanında kadın ve erkek trendleri de değerlendirildi.

İHKİB Kariyer Akademi, trend semineri öncesinde sektöre yönelik ücretsiz trend bilgilendirme eğitimleri gerçekleştirirken bu eğitimlerde sürdürülebilir moda, pandemi ile değişen tüketici alışkanlıkları, pazarlama ve perakende stratejileri konu başlıklarına değinildi. İlki 14 Eylül'de "Pandemi ile birlikte değişen tüketici değerleri" başlığında, Burcu Süren'in sunumuyla gerçekleşen trend eğitiminde; COVID-19'un tüketici

tamamlandı. 17 Eylül'de gerçekleştirilen "Yeni tüketici davranışları ve alışveriş alışkanlıkları" eğitimi, 88 kişilik katılım ile düzenlendi. Yükselen ve inişte olan trendler, yeni filizlenen pazarlama yöntemleri, sosyal medyanın geleceği ve yeni dönemin alışveriş yöntemlerine değinilen eğitimde, pandemi ile değişen standartlara uyum için yapılacaklar hakkında görüşler değerlendirildi. Son trend eğitimi ise 11 Ekim'de "Renklerin sürdürülebilirlik kavramı içindeki rolü" başlığında düzenlendi. Gökhan Yavaş eğitmenliğinde gerçekleştirilen eğitimde, sürdürülebilir moda ve uygulaması, sürdürülebilir renk iletişimi kavramları üzerinde duruldu. Ayrıca eco-friendly uygulamalara değinildi.

Başarılı öğrenciler ödüllendirildi

MİMAR SİNAN Güzel Sanatlar Üniversitesi Giyim Üretim Teknolojisi Programı 2020-2021 dönemi mezuniyet töreni, 6 Ekim'de düzenlendi. Üniversitenin Fındıklı Kampüsü'nde gerçekleştirilen törene, İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu da katıldı. Dereceye giren başarılı öğrencilerin ödülleri, Çakıroğlu tarafından takdim edildi. Çakıroğlu, tüm 2020-2021 eğitim öğretim dönemi mezunlarını tebrik ederek başarı dilekelerini iletti.



Hazır giyim sektöründe Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması başlıyor

SEKTÖRÜN eğitimli iş gücü ihtiyacının karşılanmasına yönelik her türlü çabayı gösteren İHKİB, inovasyona dayalı, moda ve tasarım içeren ürünlerin ihracattaki payını artırmak için tekstil mühendisleri başta olmak üzere diğer disiplinlerde öğrenim gören ve hazır giyim sektöründe istihdam edilmesi amaçlanan gençlere yönelik Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'nı (GİY) hayata geçirdi.

Türkiye'deki 14 fakültede bulunan tekstil mühendisliği öğrencileri ile diğer disiplinlerden öğrencilerin, YÖK iş birliği ile hazır giyim sektörüne yenilikçi fikirler kazandırmasının amaçlandığı yarışma sayesinde katma değerli ihracatın artırılması planlanıyor. İnovasyona dayalı yeni nesil girişim fikirlerinin artmasının yolu; inovasyon kültürünü benimsemiş, yenilikçi ve yaratıcı düşünme becerileri gelişmiş insan gücünü desteklemekten geçiyor. Bu yeteneklerin artması hedefiyle başlatılan Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması sayesinde sektörün en önemli nitelikli iş gücü kaynağı olan öğrencilerin, yenilikçi ve uygulanabilir fikirlerinin teşvik edilmesi planlanıyor. Yarışma programı, üniversite-sanayi iş birliğinin ve yenilikçi girişimlerin artırılmasını amaçlıyor. Yarışmada dereceye giren projelerin, melek yatırımlarla hayata geçirilmesi hedefleniyor. Yarışma başvuruları, 15 Kasım'a kadar www.ihkibgiy.com adresinden gerçekleştirilebiliyor. Yarışma sonunda düzenlenen jüride seçilen birinci takıma 100 bin TL, ikinci takıma 75 bin TL ve üçüncü takıma 50 bin TL para ödülü verilecek. Para ödülünün yanı sıra dereceye giren öğrencilere yurt içi ve yurt dışı eğitim ödülü verilmesi de planlanıyor.



MOTAD, İHKİB'i ziyaret etti

MODA ve Tasarım Derneği (MOTAD), İHKİB ile olası iş birliklerini görüşmek üzere bir araya geldi. 25 Ekim günü yapılan görüşmeye İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve MOTAD Başkanı Betül Eren Işık katıldı. Dernek üyelerinden oluşan heyetin de yer aldığı görüşme sırasında karşılıklı diyalog ve geleceğe yönelik iş birliğinin devam ettirilmesinin gereği ve önemi konuşuldu.



KSSD'den İHKİB'e ziyaret

TÜRKİYE Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (KSSD), İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. 22 Ekim'de yapılan görüşmede Dernek Başkanı Settar Dinler ve beraberindeki heyet, İHKİB ile olası iş birliklerini istişare ederken, gelecek dönemlerde yapılması muhtemel projeler üzerine görüş alışverişinde bulundu. Gerçekleştirilen buluşmaya KSSD Başkan Yardımcısı ve Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir de katıldı.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

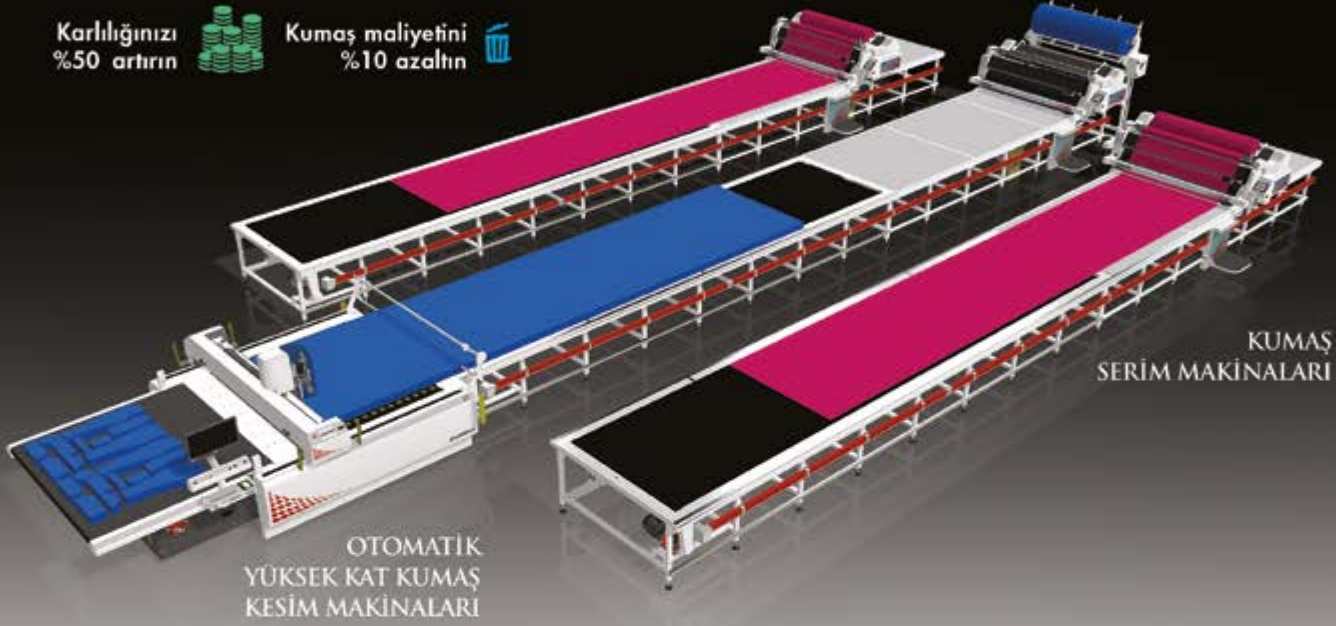
intelloCut



Karlılığınızı
%50 artırın



Kumaş maliyetini
%10 azaltın



KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK
YÜKSEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

OTOMATİK
TEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

SADECE 500w İLE
9 DAKİKADA
BİR TAKIM ELBİSE



bierrebi
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

İstanbul Fashion Connection Fuarı başlıyor

Hazır giyim sektörü yıllar sonra İstanbul Fashion Connection Fuarı (IFCO) ile uluslararası nitelikte bir fuara kavuşuyor. İHKİB, Türk hazır giyim sektörünü tüm dünyadan alıcılara buluşturacak dev bir fuar organizasyonunu Türkiye'ye kazandırıyor.



ve hizmetteki gücünü tüm dünyaya sunacağı, katılımcıların koleksiyonlarını kendi markalarıyla sergileyeceği uluslararası bir fuar olan IFCO, küresel açıdan erişimin en kolay olduğu şehirlerden biri olan İstanbul'da gerçekleşecek. İstanbul, hazır giyim dünyasının öncü kentlerinden biri olarak trendleri, modayı, tasarımı, markaları, ticareti, iş birliklerini bir çatı altında buluşturmak için ideal bir merkez olarak konumlanıyor. İHKİB, bu merkezi tüm dünyanın ajandasına sokacak IFCO ile hazır giyim sektöründe yeni bir dönem açmayı hedefliyor. İHKİB'in temsilcisi olduğu güçlü hazır giyim sektörü, birlik içinde ve tek çatı altında, tüm ürün gruplarını tek bir fuarda birleştiriyor. Tasarıma dayalı, koleksiyon geliştirme yeteneğine sahip, uluslararası operasyon kabiliyeti yüksek üretici ve ihracatçı firmalar, güçlü bir üretim kapasitesi ve lojistik avantajlarıyla sahneye çıkıyor.

Fuarda başta dijital dönüşüm, akıllı giysiler, teknik tekstil ve sürdürülebilirlik başlıklarında tasarım, etkileşim ve deneyimi bir araya getirecek trend alanları, seminerler, workshoplar ve defileler gerçekleştirilecek. Dünyanın dört bir köşesinden gelen nitelikli alıcılar, B2B organizasyonlarda buluşacak.

Uluslararası hazır giyim alıcılarının; her türlü alım tipinde markalı ihracatçı, markasını üretirmek üzere ihracatçı ve tasarım arayanların bir araya geleceği IFCO'yu, diğer fuarlardan ayıran önemli unsurlardan biri erişilebilirlik. Tasarımda, üretimde ve marka anlamında erişilebilir bir turizm kenti olan İstanbul'a dünyanın birçok şehirden direkt ulaşım bulunuyor. İHKİB, sektörü ve ihracatçıları dünya ile buluşturma heyecanı ile İstanbul'un hazır giyimde trendlerin belirlendiği bir merkez olduğunu, modaya yön veren markalarıyla tüm dünyaya katma değerli mal sattığını göstermeyi ve tüm dünyadan alıcıların buluşmak için heyecan duyduğu bir fuar gerçekleştirmeyi amaçlıyor.

İHKİB'in iştiraki olan İTKİB Fuarçılık AŞ tarafından 9-11 Şubat 2022 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenecek hazır giyim ve moda fuarında, markasıyla ihracat yapmak isteyen üreticiler ve koleksiyonlarıyla tüm dünyaya hizmet veren önemli sourcing firmaları yerlerini alıyor. Başta kadın ve erkek giyim olmak üzere bebek ve çocuk giyim, denim ve spor giyim, abiye, gelinlik, iç çamaşırı, çorap, deri ve kürk konfeksiyon, ayakkabı ve saracıye ürün gruplarında 300'ün üstünde firma; onlarca ülkeden, binlerce alıcıyla buluşacak.

Tüm dünyada ses getirecek tasarım, trend ve markaların İstanbul merkezli olarak sunulacağı uluslararası bir etkinlik olan IFCO, ihracat odaklı katılımcılarını AB ülkeleri, Birleşik Krallık, Rusya, Ukrayna ve ABD başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesinden alıcı firmalarla bir araya getirecek. Düzenlediği onlarca yurt dışı fuar katılımı, heyet organizasyonları, sanal ve fiziki ticaret heyetleri ile ve dünyanın her bölgesinde iş birlikleri olan deneyimli ekibiyle İHKİB, bu fuar özelinde yapacağı çalışmalarla hedef ülkelerden binlerce alıcıyı İstanbul'da ağırlayacak.

TÜM DÜNYADAN ALICILAR, İSTANBUL'DA BULUŞACAK

Dünya hazır giyim sektörünün en önemli ülkelerinden biri olan Türkiye'nin; tasarım, üretim



“IFCO; FİRMALARIN DİJİTAL PAZARLAMA DÖNÜŞÜMÜNÜ DESTEKLEYECEK BİR ARAÇ OLARAK TASARLANDI”

BİR İHKİB markası olan IFCO; hazır giyim ihracatçılarımızı sürekli olarak tanıtıma imkân verecek bir platform olma özelliği taşıyor. Binlerce alıcı, bu platform sayesinde hazır giyim firmalarıyla buluşmayı bekliyor. Platformun açılış etkinliği olarak 6-9 Aralık'ta IFCO Sanal Fuarı'nı düzenleyeceğiz. Bundan sonra her yıl iki defa İstanbul'da düzenlenmesini planladığımız fiziki fuarımız da hayata geçecek. Tüm bu bileşenler ile İstanbul'u hem dijital hem de fiziki olarak modanın buluştuğu nokta olarak güçlendireceğiz.

Pandemi, sektörümüzde artık dijital dünyadan kaçamayacağımızı gösterdi. İhracatçılarımızın dünyayla buluşması için kendilerini dijital mecralarda daha iyi tanıtılmaları, kaçınılmaz bir gerçek hâline geldi. Bu gerçekten hareketle IFCO; firmaların dijital pazarlamada dönüşüm süreçlerini destekleyecek bir araç olarak tasarlandı. Platforma üye olan ihracatçılarımız; profilini ziyaret eden alıcıları görebilecek, profilini ziyaret etmeyen ancak platforma kayıt yapan alıcıları filtreleyebilecek ve görüşme talebi iletebilecekler. İHKİB olarak alıcılara platformun tanıtımını yapacağız. Sanal platformu tüm İHKİB etkinliklerinde aktif olarak kullanarak üyelerimizin firma profillerini güncel tutmayı ve süreklilik arz edecek şekilde tanıtımlarını yapmayı planlıyoruz.



HİKMET ÜNAL
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“FUARA GETİRECEĞİMİZ ALICI GRUPLARIN, TÜM KATILIMCILARI MEMNUN EDECEĞİNE EMİNİM”

ÜLKEMİZDE 30 yıldır özlenen moda fuarını, katılımcı ve ziyaretçileri tatmin edecek şekilde organize ediyoruz. Hem katılımcı hem de ziyaretçi anlamında alım gruplarını itinayla seçiyoruz. Katılımcıların IFCO'dan memnun ayrılacağını umuyor, bunun için çalışıyoruz. Her ince detayı düşünerek hareket ediyoruz. Fuara getireceğimiz alıcı grupların, tüm katılımcıları memnun edeceğine eminim.

Henüz fuarın lansmanını yapmadığımız hâlde yoğun bir talep ile karşı karşıyayız. Düşündüğümüz ve hedeflediğimiz alanın, metrekare olarak çok üstüne çıktık. Bu nedenle ek bir hol açma ihtimalimiz bulunuyor. Katılımcı firmalarımızın hedef ülkeleri fuarda yer alacak. BDT ülkeleri, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Avrupa ve Amerika'dan alıcılar gelecek. Henüz alıcı sayımız belli olmasa da katılımcı firmalar anlamında yoğun başvurular alıyoruz. Her yıl yurt dışında yaklaşık 30-40 fuara katılıyoruz. IFCO sayesinde firmaların artık yurt dışına geliş gidişi azalacak. Şu anda Uzak Doğu'da üretilen malların bizim fiyatlarımızın çok üstünde olduğunu gören alıcılar, Türkiye'ye akın ediyor. Üreticilerimizi mümkün mertebe yurt dışına çıkarmadan, İstanbul'u bir moda merkezi hâline getirmeyi amaçlıyoruz.



ERCAN HARDAL
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Türkiye'de ciddi anlamda bir üretim ve tasarım var. İHKİB, bunu destekleyecek adımlar atarak sektörümüze fayda sağlıyor. Böyle bir gücümüz olduğu için çok şanslıyız. Efektif olarak kullanmadığımız ticari fuar organizasyonlarından sonra İstanbul'da düzenleyeceğimiz IFCO'da nasıl iyi bir fuar, soylar ve trend alanları yapılabileceğini tüm dünyaya göstereceğiz.

“İyi hazırlanan firmalar, fuarlardan daha fazla fayda sağlıyor”

İHKİB olarak milli katılım düzenledikleri fuarlara, özellikle 2021 yılının ikinci yarısı itibarı ile sektörün ilgisinin arttığını dile getiren İHKİB AB-ABD Fuarları Çalışma Grubu Başkanı Ayhan Onat; bu ilginin sadece fuarlara düzenli olarak katılan ihracatçılar için değil, ilk kez fuarlara katılmayı deneyen firmalar için de geçerli olduğunu belirtti. Dünyada hâlâ seyahat kısıtlamalarının devam ettiğini aktaran Onat: “Tam manada açılmanın, 2022 yılında olacağını düşünmekteyim. Böylelikle firmalarımız potansiyel ithalatçı firmalarla görüşme fırsatını bu fuarlar ile elde etmiş olacak. Bu bağlamda talebin daha da artacağına inanıyorum. İHKİB olarak hâlihazırda yılda toplam 21 fuara milli katılım organizasyonu gerçekleştirmekteyiz. Gelecek yıllarda sektörümüze büyük katkıları olacağını öngörerek yeni fuarları portföyümüze eklemeyi düşünüyoruz. Özellikle son dönemde



AYHAN ONAT
İHKİB AB-ABD FUARLARI
ÇALIŞMA GRUBU BAŞKANI

Türkiye'den alım potansiyeli yükselme trendine giren Kuzey-Orta Avrupa ile ABD bölgesinde öne çıkan fuarlara odaklandık. Sektörümüz için ters sezon avantajı ile öne çıkan Avusturalya bölgesi de yakın gelecekte fuar düzenlemek üzere kadrımızda.” dedi.

İhracatçılar için fuarların ilgili hedef pazarda güçlenmek, trendleri takip etmek, rakipleri analiz etmek, satış stratejisini gözden geçirmek ve müşteri portföyünü genişletmek için kaçınılmaz bir fırsat olduğunu vurgulayan Onat, sözlerine şöyle devam etti: “Fuarlarımıza iyi hazırlanan, doğru koleksiyon hazırlayarak ve satış stratejisini kurgulayarak gelen firmalarımızın, fuarlardan daha fazla fayda sağlayarak döndüğünü görüyoruz.

Firmalarımızın fuarlara daha iyi hazırlanmaları noktasında İHKİB olarak çeşitli video ve dokümanlar hazırlıyoruz. Yakın gelecekte daha detaylı eğitim programları düzenlenmesini de gündemimize aldık.”

İHKİB'in Orta Ölçekli Hazır Giyim Markaları Dijital Dönüşüm UR-GE projesi başlıyor



PANDEMİ döneminde dijital pazarlar büyürken buna bağlı olarak tüketim alışkanlıkları da değişti. İHKİB, hazır giyim sektöründe markalaşmış firmaların söz konusu yeniliklere uyum sağlaması, dijital pazarlarda rekabetçiliklerini artırmaları ve ihracatlarının bu kanallara yönlendirilmesi amacı ile Dijital Dönüşüm UR-GE projesini başlatıyor.

Orta ölçekli hazır giyim markalarını hedef alan ve Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen UR-GE projesi ile hazır giyim markalarının, ihracat hacimlerinin ve yurt dışı e-ticaret platformlarındaki etkinliklerinin artırılması hedefleniyor. Perakende giyim sektöründeki firmalar, alışverişin fiziksel olarak yapıldığı geleneksel mağazalardan uzaklaşarak dijital pazarlara yöneliyor. Sektördeki bu trendi takiben UR-GE projesi ile firmaların, bu dijital mecralardaki yerlerini almaları kurgulanıyor.

Firmaların B2C ve B2B yurt dışı e-ticaret

platformlarına giriş yapması ve pazar hacimleri büyüyen bu mecralara yönelik eğitim ile danışmanlık verilmesi planlan projede hem firma yapılanmalarına hem de pazarlama stratejilerine destek verilmesi hedefleniyor. Verilecek eğitimler ve danışmanlıklar ile firmaların yurt dışındaki platformlara giriş yapmadan önce gereken bilgi ve know-how sahibi olması, yalnız üretim yapması amaçlanıyor. Firmaların üretim tarafında Endüstri 4.0 ile uyumlu olacak şekilde verimliliklerini artırması ve üretim süreçlerini dijital olarak takip edebilmeleri adına danışmanlık faaliyetleri planlanıyor. Rusya, İngiltere, Almanya ve ABD hedef pazarlarında satış heyetleri ve alım heyetleri düzenlenerek küme firmalarının bu alandaki pazarları birinci elden deneyimlemeleri ve ikili ilişkiler kurarak pazar paylarını artırmaları bu pazarlardaki ihtiyaçları daha sağlıklı görmeleri hedefleniyor.



MESİAD'ın yeni yönetimi İHKİB ile görüştü

MERTER Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD) heyeti, 28 Ekim'de İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. MESİAD'ın yeni Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Kap önderliğindeki MESİAD heyeti ile ziyaret sırasında yapılan görüşmede karşılıklı diyalog ve geleceğe yönelik iş birliğinin devam ettirilmesinin gereği ve önemi konuşuldu.



İHKİB'den İngiltere Başkonsolosuna ziyaret

İHKİB Başkanı ve Mustafa Gültepe ve beraberinde İHKİB Başkan Yardımcısı Jale Tunçel ile İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Haldun Boz'un da bulunduğu heyet; İstanbul'a yeni atanan İngiltere Başkonsolosu Kenan Poleo'yu ziyaret etti. 26 Ekim tarihinde gerçekleştirilen ziyarette İHKİB heyeti, İngiltere Başkonsolosu Kenan Poleo'ya hayırlı olsun dileklerinde bulundu. Karşılıklı iş birliğinin devam ettirilmesinin gereği ve öneminin de konuşulduğu ziyaret sırasında Brexit sürecinde iki ülke arasında imzalanan STA'nın kapsamına da değinildi. İkili ticaretin daha da artırılması için karşılıklı iş birliğinin devam ettirilmesi kararı alındı.

epa[®]
akin

YENİ

Toria
bonding technologies

marvela

iyzi



epa[®] **5001**

**OTOMATİK KATLAMA
ve PAKETLEME MAKİNESİ**

Toria[®]
bonding technologies

Toria
bonding technologies

BİR EPA TEKNOLOJİ MARKASIDIR

"TUBİTAK BAŞARI BELGELİ
ve PATENTLİDİR"



TÜRKİYE'de İLK!
**YERLİ
ÜRETİM**

KOMİD
üyesidir

**Turkish
Machinery**

www.epaakin.com.tr

İHKİB, Just Style'da Türk hazır giyim sektörünü anlattı

İHKİB, küresel çapta önde gelen sektörel haber platformlarında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tanıtımını yaparak dünya pazarlarında sektörün payını artırmayı hedefliyor. Bu kapsamda Just Style'da 20 Eylül'de yayına alınan "Yüksek teknoloji Türkiye'de Endüstri 4.0 benimsiyor" başlıklı makalede pandeminin ardından dijitalleşme ve e-ticaretin giderek daha yaygın hâle geldiğinden bahsedilirken Türkiye'deki hazır giyim ve tekstil endüstrisinin, üretim yelpazesinde Endüstri 4.0'a büyük yatırım yaptığına dikkat çekildi. 7 Ekim'de yayımlanan Fashion Week İstanbul konulu makalede ise İstanbul'un, dünya çapında 25 milyon izleyiciye ulaşan önceki moda haftası etkinliklerin başarısını tekrarlama beklentisiyle 2021 yılının ikinci moda haftasına hazırlandığına değinildi.



DIŞDER, İHKİB ile İTHİB'i ziyaret etti

BASKANLIK görevini İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in üstlendiği Sektörel ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Derneği, 22 Ekim'de İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'yi ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ü ziyaret etti. Dernek Başkanı Birol Sezer ve beraberindeki heyet, derneğin proje ve hedefleri ile ilişkin bilgiler paylaşırken gelecek dönemlerde İHKİB ve İTHİB ile iş birliği çerçevesinde yapılabilecek çalışmalar üzerine istişarelerde bulundu. Görüşmeler sırasında sektörel iş birliği fırsatları değerlendirilirken karşılıklı diyalogun sürdürülmesinin önemine vurgu yapıldı.



Tommy Hilfiger, Türkiye'den alımlarını artıracak

TOMMY HILFIGER markasının Türkiye temsilcileri Burcu Kılınçer Erdoğan ve Ersoy Yılmaz ile İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, bir toplantı gerçekleştirdi. Sürdürülebilirlik şartları gereği uluslararası markaların birçoğu alımını yapacakları ürünlerin sürdürülebilir ya da organik pamuktan olma hedeflerini açıklarken, Türkiye de hem standardı yüksek, GDO'suz pamuk üretimi kapasitesi nedeniyle hem de

organik pamukta dördüncü büyük ülke olmasıyla bu yöndeki üretim potansiyelini ortaya koyuyor. Bu doğrultuda Türk tekstil ve hazır giyim ürünleri, uluslararası markaların ilgisini çekmeye devam ediyor.

Gerçekleştirilen toplantıda markanın, Türkiye'den hazır giyim alımlarını artırma hedefi paylaşılırken organik pamuk üretimi ihtiyacının karşılanması amacıyla nasıl bir iş birliği yapılabileceği değerlendirildi.

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 VOGUE
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi |  Live POSITIVE
Satış Yönetim Sistemi |
|  Live e-Defter
Sentez Live e-Defter |  Live DYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi |  Live SHOP
Satış Noktası Yönetimi |
|  Live e-Fatura
Sentez Live e-Fatura |  Live WEAVE
Dokuma Üretim Takip Sistemi | |
|  Live e-Arşiv
Sentez Live e-Arşiv |  Live KNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi | |
| |  Live YARN
İplik Üretim Takip Sistemi | |



-  www.sentez.com
-  www.twitter.com/SentezYazilim
-  www.facebook.com/SentezYazilim

Türkiye-Tacikistan İş Forumu ve 11. Karma Ekonomik Komisyon Toplantısı yapıldı

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın başkanlığında, 13 Ekim'de düzenlenen Türkiye-Tacikistan İş Forumu ve 11. Karma Ekonomik Komisyon Toplantısı, TİM Başkanı İsmail Gülle ile İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün katılımıyla gerçekleşti.



İTHİB BAŞKANI Ahmet Öksüz, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın başkanlığında ve TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla gerçekleşen Türkiye-Tacikistan İş Forumu ve 11. Karma Ekonomik Komisyon (KEK) Toplantısı'na katıldı. Toplantıya ayrıca ASKON Genel Başkanı Orhan Aydın, DEİK Türkiye-Tacikistan İş Konseyi Başkanı Cihangir Fikri Saatçioğlu, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürü Mustafa Erdoğan da katıldı.

Bakan Mustafa Varank, 1 milyar dolarlık ticaret hacmine en kısa sürede ulaşılması için çalışmaların sürdürüldüğünü belirtirken KEK Toplantısı'nda ayrıca Türk iş insanlarının Tacikistan pazarında karşılaştığı lojistik, finansman ve pazara ilişkin sorunlar gündeme alındı. Mustafa Varank: "Küresel salgın bizlere gösterdi ki halklarımızın refahını sağlamanın yolu rekabetten değil; karşılıklı iş birliği mekanizmalarını kurmaktan ve ortaklaşa politikalar oluşturmaktan geçiyor." diye konuştu.

Tacikistan Sanayi ve Yeni Teknolojiler Bakanı ve KEK Eş Başkanı Sherali Kabir, iki ülkedeki kurumların da ekonomik ve ticari ilişkilerin geliştirilmesi konusunda istekli olduğunu belirterek kurumların potansiyelini kullanmanın hedeflere ulaşmada faydalı olacağını dile getirdi. Kabir, Türkiye'nin dış ticarete önemli bir ortakları olduğunu söylerken, "Bundan sonraki süreçte de ilişkilerimizi karşılıklı fayda ilkesinde geliştirmek istiyoruz." diye belirtti.

KEK Toplantısı'nın yanı sıra, Tacikistan Ekonomik Kalkınma ve Ticaret Bakanı Zavqiamin Zavqizoda ile görüşen Mustafa Varank ve beraberindeki heyet, ikili ilişkilerin derinleştirilmesine yönelik olası düzenlemeleri istişare etti.

TACİKİSTAN, TÜRKİYE'DEN 30 MİLYON DOLAR TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İTHALATI YAPTI

2020 yılında Türkiye'den yaklaşık 30 milyon dolar tekstil ve hazır giyim ithalatı yapan Tacikistan, 2021 yılı Ocak-Eylül döneminde bir önceki yıla göre yüzde 56 artışla 27 milyon dolar ithalat gerçekleştirdi. Türkiye'nin pamuk ithalatında önemli bir yere sahip olan Tacikistan'dan ocak-ağustos döneminde 67 milyon dolar ithalat yapılırken; bu ithalat genel ithalatın yüzde 55'ini oluşturdu. Tacikistan, en çok tekstil ve ham maddeleri ithalatı gerçekleştirdiği üçüncü ülke konumunda olan Türkiye'den 2020 yılında 6 milyon dolar değerinde ithalat yaptı.

Dünya sıralamasında Türkiye'den sonra gelen ve dünyanın en büyük beşinci organik pamuk üreticisi konumunda olan Tacikistan, organik sertifika ile üretim yapan 955 çiftçi bulunduruyor. Pamuk üretiminin yüzde 12'sini organik pamuğun oluşturduğu Tacikistan, dünya pazarında yüzde 5 paya sahip.



Dokuma Atlası Defilesi Değerlendirme Toplantısı düzenlendi

İTHİB BAŞKANI Ahmet Öksüz, Proje Koordinatörü Ayşe Dizman ve Sergi Küratörü Güneş Güner'in katılımıyla 8 Ekim'de Türkiye Dokuma Atlası Sergisi defile çalışması görüşüldü. Arzu Kaprol, Ece Gözen, Fırat Neziroğlu ve Nedret Taciroğlu gibi Türkiye'nin önde gelen tasarımcılarının yer aldığı toplantıda, sergide yer alması planlanan kumaşlar ve öne çıkan temalar değerlendirildi. Gerçekleşen çalışmalar neticesinde Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde, tasarımcıların defile kapsamında hazırladıkları tasarımlar aralık ayında sergilenecek.



İTHİB, Index Fuarı'nı ziyaret etti

İSVİÇRE'NİN Cenevre şehrinde düzenlenen ve dünyanın başlıca nonwoven fuarlarından biri olan Index Fuarı, 19-22 Ekim günleri arasında gerçekleşti. Üç yılda bir organize edilerek sektörün küresel buluşma noktası niteliği taşıyan fuara 44 ülkeden, 500'ün üzerinde katılımcı dâhil oldu. Hem fiziki hem de sanal olarak düzenlenen fuarı 9 bin 300 fiziki ziyaretçi gezdi. Türkiye'den 40 firmanın katıldığı Index Fuarı'nı İTHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, yerinde inceledi. Türk firmalarının stantları ziyaret edilirken Türk tekstil sektörü adına gelecek dönemde neler yapılabileceği konusunda fuar idaresi ile bir toplantı yapıldı. Ayrıca Bern Ticaret Müşaviri İbrahim Uslu ile de bir görüşme gerçekleştirildi.

Küresel nonwoven ihracatı, 2020 yılında yüzde 15,5 oranında artarak 19 milyar dolar değerinde gerçekleşti. Yüzde 3,7 payı ile dünyanın en büyük altıncı nonwoven tedarikçisi konumunda olan Türkiye'nin; nonwoven ihracatı 2020 yılında yüzde 20,5 oranında artarak 710 milyon dolar değerine yükseldi. 2021 yılı Ocak-Ekim dönemindeki Türkiye nonwoven ihracatı ise bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 7,2 artışla 623 milyon dolar oldu.





Türk tekstilinin, tarihin sıfır noktasından dünyaya açılımı

TARİHİN SIFIR noktası olarak kabul edilen Göbeklitepe, bir ilkin daha hayata geçirilme adresi oldu. İTHİB öncülüğünde hazırlanan proje kapsamında Türk tekstilinin Göbeklitepe'de tanıtım çekimleri gerçekleştirildi. Sektörün önde gelen üreticilerinden seçilen kumaşlar, moda tasarımcısı Özlem Süer'in Türk tekstil dokularıyla işlediği tasarımlarda buluştu. Tasarımlar, tüm tekstil türlerine uygun koreografiye dönüşerek Göbeklitepe'nin mistik ruhu ile yeni bir soluk kazandı.

Giysilik yüzeylerden teknik tekstile, ev tekstilinden aksesuar yan sanayine ve ipliğe dek uzanan kategoriler; yaratıcı seçimlerle stillenerek çekimler gerçekleştirildi. Mekân ile benzersiz bir uyumun yakalandığı fotoğraf çekiminde ortaya çıkan kareler, görenlerin büyük beğenisini kazandı. Hem Türkiye'yi hem de Türk kumaşını yurt dışında tanıtmak amacıyla gerçekleştirilen fotoğraf çekimi, üç günde tamamlandı.

İTÜ Tekstil Mühendisliği Kulübü, Ahmet Öksüz ile bir araya geldi



İTHİB BASKANI Ahmet Öksüz, İTÜ Tekstil Mühendisliği Kulübü'nden öğrenciler ile bir araya geldi. Gerçekleşen toplantıda tekstil mühendisliğine ilişkin öneriler ve eğitim müfredatının iyileştirilmesine yönelik konular gündeme alındı.

Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların da görüldüğü toplantıda Ahmet Öksüz, uygulamalı eğitim çalışmasına ilişkin bilgileri öğrenciler ile paylaştı.



İTHİB Yönetim Kurulu ekim ayı toplantısı gerçekleştirildi

İTHİB YÖNETİM Kurulu toplantısı, 19 Ekim'de TİM Başkanı İsmail Güllü'nün katılımıyla gerçekleştirildi. Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen toplantı sırasında tekstil ve ham maddeleri sektörünün güncel ihracat verilerinin değerlendirildiği toplantıda, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz; birlik bünyesinde gerçekleşen tanıtım

çalışmalarına ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

Tekstil sektörünün yurt dışı tanıtımı kapsamında gerçekleşen çalışmalar ve yarışmaların görüşüldüğü toplantıda yönetim kurulu üyeleri, İTHİB tarafından planlanan destek programı kapsamındaki eğitim faaliyetlerini değerlendirdi.



Kırgızistan heyeti İTHİB'i ziyaret etti

KIRGIZ CUMHURİYETİ Hafif Sanayi İşletmeleri Birliği (Legprom) Başkanı Saparbek Asanov, yönetim kurulu üyeleri ve beraberindeki heyet; 22 Ekim'de İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ü ziyaret etti. İş birliği ve ortaklık imkânlarının değerlendirildiği toplantıda, ikili dış ticarete ilk sırada yer alan tekstil ve hazır giyim ihracatına ilişkin hususlar görüşüldü. Kırgızistanlı yetkililer; özellikle Türkiye'de yer alan firmaları ziyaret etmek istediklerini ancak pandemi sebebiyle ziyaretlerini ertelemek durumunda kaldıklarını ifade etti. Ticaret heyetlerinin, iki ülkede yer alan firmaların birbirini tanıması açısından fırsat yaratacağını belirten yetkililer, özellikle kumaş ve aksesuar sektörlerinde ciddi potansiyel olduğunu değerlendirdi.



TİGSAD Yönetim Kurulundan İTHİB'e ziyaret

TÜM İÇ GİYİM Sanayicileri Derneği (TİGSAD) Yönetim Kurulu Başkanı Nazım Kanpolat ve TİGSAD yönetim kurulu üyeleri, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri ile bir araya geldi.

Toplantıda, sektörde talebi artan ürünlere yönelik görüş alışverişinde

bulunuldu. Türkiye'nin rekabet gücü yüksek ürünlerinin yanı sıra sektörde katma değer yaratacak yeni yatırımlar ve buna yönelik teşvikler değerlendirildi. Ayrıca sektörde nitelikli istihdamın artırılmasına yönelik geliştirilebilecek iş birlikleri istişare edildi.

Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi



DERİ VE DERİ MAMULLERİ Sektör Kurulu Toplantısı, 30 Eylül'de Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle'nin teşrifleriyle gerçekleştirildi. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği ile Ege İhracatçı Birlikleri temsilcileri toplantıya geniş katılım sağladı. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanı Ahmet Onur Öztürk de toplantıya çevrim içi olarak dâhil oldu.

Sektöre nitelikli iş gücü kazandırılmasını amaçlayan Deri Mühendisliği Burs Programı'na ilişkin sonuçların değerlendirildiği toplantıda, 25-26 Kasım

günleri arasında gerçekleştirilecek altıncı IAFLI (Innovative Aspects for Leather Industry) Kongresi'ne katılım ve iş birliği hususları değerlendirildi. Deri ve deri mamulleri sektörüne önemli katkılar sağlayacak İhracatı Geliştirme Fonu hakkında bilgilendirmeler, üyeler ile paylaşıldı. Türkiye Tanıtım Grubu projeleri ve İstanbul Fashion Connection Fuarı çalışmalarına ilişkin hususlar, önemli gündem maddeleri olarak toplantıda görüşüldü. Toplantı, deri ve deri mamulleri ihracat ve ithalat istatistiklerinin incelenmesi ve potansiyel pazarların değerlendirilmesiyle sona erdi.

Saraciyeye üreticileri, İDMİB ve SSD iş birliğiyle Polonyalı alıcı Primoda ile buluştu

İDMİB KOORDİNASYONUNDA, Saraciyeye Sanayicileri Derneği (SSD) iş birliğiyle Polonya menşeli Primoda firmasına yönelik ikili iş görüşmeleri gerçekleştirildi. 12 Ekim'de Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan görüşmeler sırasında Primoda firma yetkilisi Daniel Romanowski ile İDMİB ve SSD üyesi 15 saraciyeye ürünleri üreticisi bir araya geldi.

Ürünlerini bire bir sergileme imkânına sahip olan üretici firmalar, düzenlenen heyet kapsamında birbir ikili iş görüşmelerini verimli şekilde gerçekleştirdi. Heyete, Primoda firmasının aradığı üretici kriterleri olan sosyal uygunluk, SEDEX ve BSCI gibi belge sahibi olan üyeler katıldı.



TASD, İDMİB'i ziyaret etti

TÜRKİYE AYAKKABI Sanayicileri Derneği (TASD) Yönetim Kurulu, 6 Ekim'de İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'ni (İDMİB) ziyaret etti. Ayakkabı sektöründe ikili iş birliği olanaklarının görüşüldüğü toplantıda dijitalleşme, sürdürülebilirlik, fuarlar ve planlanan projeler ana gündem maddelerini oluşturdu.

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak'ın ev sahipliğinde, TASD Başkanı Berke İçten'in katılımıyla gerçekleşen toplantıya yönetim kurullarından geniş katılım sağlandı. Berke İçten, dernek faaliyetleri ve gelecek dönem planlamalarına ilişkin bilgiler vererek İDMİB'den bekledikleri destek taleplerini de ifade etti.

Potansiyel iş birliklerinin ve fuarlara katılım noktasında sağlanan desteklerin artırılmasının dile getirildiği toplantıda, TASD'ın ayakkabı firmalarının e-ticarete turkishleather.com B2B portalı benzeri bir proje hazırlığı içinde olduğu da görüşüldü. Toplantı sırasında İDMİB tarafından turkishleather.com hakkında ayrıntılı bilgiler paylaşıldı. Toplantıda ayrıca kayıt dışı ve taklit ürünleri engellemek için



çalışma yapılması gerektiğine, sürdürülebilirlik ile ilgili eğitim çalışmalarının ivedilikle hayata geçirilmesinin önemine değinildi.

İDMİB, IFCO'ya katılım konusunda iş birliklerini değerlendirdi



İDMİB BAŞKANI Mustafa Şenocak ve İDMİB Başkan Yardımcısı Güven Karaca; Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD), Saracive Sanayicileri Derneği (SSD) ile Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD) ile bir araya geldi. 21 Ekim'de gerçekleştirilen toplantıda, İHKİB tarafından 9-11 Şubat 2022 tarihleri arasında düzenlenmesi planlanan İstanbul Fashion Connection Fuarı'na (IFCO) katılım ile ilgili iş birliği olanakları değerlendirildi.

Hem sanal hem de fiziki olarak düzenlenmesi öngörülen fuara, yabancı alım heyetlerinin de katılacağı değerlendirildiği toplantıda kış sezonu ürünlerinin sergileneceği gündeme getirildi. Fuarda deri ve deri mamulleri sektörünün, yakın sektörlerle beraber karma olarak yerleşime dâhil edilmesi görüşülürken, defile alanı tahsil edilmesi ve tanıtım için gerekli olan adımların atılması noktasında da istişarelerde bulunuldu.



65. AYMOD Fuarı binlerce ziyaretçiyi ağırladı

TÜRKİYE AYAKKABI Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı (TASEV) iş birliği ve Ticaret Bakanlığı, İDMİB ile KOSGEB desteğiyle organize edilen 65. AYMOD Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı, 29 Eylül-2 Ekim günleri arasında binlerce ziyaretçisine ev sahipliği yaptı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları

Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, fuarı ziyaret ederek firmalarla görüşmeler gerçekleştirdi.

Dünya ayakkabı sektörünün en önemli buluşmalarından biri olan ve İDMİB'in destek verdiği fuar, sektörün yoğun ilgisiyle karşılandı. Fuarda çok sayıda markanın birbirinden özel ürünleri, alıcı karşısına taşınarak kadın-erkek ayakkabısından çocuk ayakkabılarına kadar klasik, spor ve el yapımı binlerce yeni model sergilendi.

İHİB Başkanı Uğur Uysal, Cüneyt Özdemir'in canlı yayın konuğu oldu

İHİB BAŞKANI Uğur Uysal, Gazeteci Cüneyt Özdemir'in 15 Ekim'de YouTube'da gerçekleştirdiği canlı yayının konuğu oldu. Türk halısının tüm dünyaya tanıtılması amacıyla Coşkun Aral tarafından çekimleri gerçekleştirilen belgesel ile ilgili bilgiler paylaşan Uysal, Türk halısının başlı başına bir marka olduğunu belirtti. Belgesel projesi ile amaçlarının bu kültüre dikkat çekmek olduğunu ifade eden Uysal: "Turizmin pandemiyle beraber yavaşlaması nedeniyle özellikle el halısı ticareti durma noktasına geldi. Aslında turizm kaynaklı, kayıtlara geçmeyen 1 milyar doların üzerinde bir ihracatımız da var. Sektör olarak bu yıl 3 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Belgesel projesi ile dokumacılığın Türkiye'de hâlâ devam ettiğini göstermek istiyoruz. Şu an Türkiye'de dokumacılarımızın yaş ortalaması 50 ve üzeri, gençler sektöre ilgi göstermiyor. Geçmiş yıllarda yüz binler seviyesinde olan dokumacı sayısı, şu an 8 binlere düşmüş durumda." dedi.



getiren Uysal, dokumacılık mesleğindeki düşük ücret yapılanmasına da dikkat çekti. Sektörün tasarım ve katma değerli üretim alanına büyük önem verdiklerini belirten Uysal: "Yaklaşık 15 yıldır halı tasarım yarışması düzenliyoruz. 15 yıl önce yola çıktığımızda 'Halıcılıkta tasarımcıya ne gerek var' diyen birçok insanla karşılaştık. Yarışma ile amacımız, sektöre tasarımı ve tasarımcıyla çalışmanın önemini anlatmaktır. Ayrıca gençlerimize bu sektörde ciddi bir iş potansiyeli olduğunu göstermeyi hedefledik. Genç tasarımcıların sektörümüze katma değer sağlayacağını düşünüyoruz. Çünkü makinemizden ham maddemize kadar birçok girdimiz ithal. Katma değer yaratmak için tasarımcılarımıza ihtiyaç var. Bugüne kadar yarışmamıza binin

üzerinde başvuru aldık, 100'ün üzerinde finalistimiz oldu." şeklinde konuştu.

YÖK'ün güzel sanatlar fakültelerine girişte uyguladığı yetenek sınavını bazı bölümlerde kaldırdığını hatırlatan Uğur Uysal: "Şimdi tekstil tasarımı ve halı-kilim bölümlerinde yetenek sınavının kaldırılması planlanıyor. Sektör olarak bu duruma karşı çıkıyoruz. Biz, gençlere umut olmak zorundayız." diyerek sözlerini noktaladı.

"GENÇ TASARIMCILAR SEKTÖRÜMÜZE KATMA DEĞER SAĞLAYACAK"

Belgesel projesi kapsamında İHİB Yönetim Kurulu olarak Anadolu'nun her yerini gezip keşfettiklerini dile


panther[®]
Sewing Automats
Dikiş Otomatları



Label Attaching Automat
Etiket Takma Otomati



Epaulette and Accessory
Attaching Automat
Apolet ve Aksesuar
Takma Otomati



Button Attaching Automat
with Feeding Device
Kovalı Düğme Otomati



15. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın yarı finalistleri belirlendi

EKİM AYINDA kazananları belirlenen 14. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın hemen ardından, 15. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın startı verildi. İHİB tarafından yapılan ve Türkiye'nin en kapsamlı halı tasarım yarışması olarak bilinen Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın birinci jürisi 18 Ekim'de gerçekleştirildi.

Okulların geç açılması sebebiyle son başvuru tarihi 15 Ekim'e ertelenen yarışmanın birinci jürisi, Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda gerçekleşti. Birbirinden değerli başvurular arasından seçilen 19 yarı finalist ve 21 dosya; tasarımlarını sektörden, akademiden ve tasarımcılardan oluşan jüriye mülakat yoluyla anlatacak.

Halı Kilim Tamirci Sertifikası sınavı düzenlendi



İSTANBUL HALI İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından her yıl gerçekleştirilen Halı Kilim Tamirci Sertifikası sınavı, 12 Ekim'de gerçekleştirildi. Sınav, sosyal mesafe ve maske kurallarına uygun şekilde yapıldı. Bugüne kadar 250'ye yakın kişiye verilen halı kilim tamircisi sertifikası, gerçekleştirilen sınav sonrası hak kazanan kişilere

gönderildi. Alınan eğitimlerin ardından bu sınava girmeye hak kazanan kişiler, sertifikanın sahibi oldu.

Halı ve kilim tamiri, halı sektörünün en önemli alanlarından biri iken İHİB'in oldukça yoğun ilgi gören Hare projesi ile birlikte, halı ve kilim tamirciliği daha geniş kitlelere duyuruluyor.

Fabrics Atlas of Turkey

TÜRKİYE DOKUMA ATLASI

*ANADOLU'NUN
MİRAS KUMAŞLARI
ANATOLIAN
HERITAGE
FABRICS*

22 HAZİRAN - 22 ARALIK 2021

JUNE 22 - DECEMBER 22

CUMHURBAŞKANLIĞI BEŞTEPE SERGİ SALONU

PRESIDENTIAL BEŞTEPE EXHIBITION HALL

 ENDERUN
SANAT



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ



Olgunlaşma
Enstitüleri
Sabancı



Fashion Week İstanbul

MODANIN SANATLA GÖRKEMLİ BULUŞMASI

Farklı disiplinleri yaratıcı işlerle bir araya getiren Fashion Week İstanbul (FWI), 12-15 Ekim günleri arasında modaseverlerle buluştu. Bu sezon üçüncü kez dijital olarak gerçekleştirilen moda haftası, uluslararası moda takviminde de yer alarak yaratıcılığı ülke sınırlarının dışına taşıdı.



by İMA genç tasarımcısı, 29 şov ve 27 solo defile ile modaseverlerin karşısına çıktı. FWI, DELL ana sponsorluğu ve Altier Academy, Swisotel Bosphorus ve Onedio tedarik sponsorluğunda gerçekleşti. İstanbul'un evrensel ve birleştirici yönünden ilham alarak çok sesli bir atmosfer sunan FWI'nın açılış törenine İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı.

TANITIM FİLMİ DİKKAT ÇEKTI

Fashion Week İstanbul tanıtım filmi, izleyenleri bir aksiyon filminin içinde hissettirdi. Moda haftasının tüm sanat dallarını kapsayan disiplinler arası duruşunun bir göstergesi olan tanıtım filmi, İstanbul'da sıradan bir apartmanda karşılaşılabilecek insan manzaralarına ışık tutarken, etkinlik kapsamındaki koleksiyonların en özel tasarımlarını bir kez de oyuncuların üzerlerinde moda severlerin beğenisine sundu. Yönetmenliğini Marie Schuller'ın üslendiği film, İstanbul halet-i ruhiyesini, kovalama sahneleri ve şehirden kesitlerle izleyiciyle buluşturdu.



Haberin sesli versiyonuna ulaşmak için QR kodu kullanabilirsiniz.

İSTANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile düzenlenen FWI; Ticaret Bakanlığı öncülüğünde, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) nezdinde kurulmuş olan Türkiye Tanıtım Grubu (TTG) tarafından destekleniyor. Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ile İstanbul Moda Akademisi (İMA) iş birliğinde yürütülen etkinlik, 12-15 Ekim günleri arasında üçüncü kez dijital olarak gerçekleşti. Görsel sanatların modayla buluştuğu haftada 38 tasarımcının koleksiyonları, 29 moda şovuyla fashionweek.istanbul adresinde tanıtıldı.

Moda filmleri aracılığı ile yaratıcı ve farklı içerikler eşliğinde gerçekleşen FWI, modanın ve modayı besleyen yaratıcı disiplinlerin buluşma noktası olmayı amaçladı. Moda haftası kapsamında koleksiyonlarını sergileyen 27 tasarımcı ve 11 New Gen by İMA ile Karma

Arzu Kaprol, DB Berdan, Ceren Ocak, Cihan Nacar, Çiğdem Akın, Dilek Hanif, Dice Kayek, Emre Erdemoglu, T.A.G.G., Gokhanyavas, Lug Von Siga, Karma by İMA, Mehmet Emiroglu, Mehtap Elaidi, Mert Erkan, Murat Aytulum, NEDO by Nedret Taciroglu, Nej, New Gen by İMA, Nihan Peker, Niyazi Erdogan, Ozgur Masur İstanbul, Özlem Erkan, Özlem Kaya, RED BEARD by Tanju Babacan, Selen Akyuz, sudietuz, SBNM, Tuğba Atasoy ve Y PLUS by Yakup Bicer kısa filmlerde koleksiyonlarını sergiledi.



**MUSTAFA
GÜLTEPE**

İHKİB BASKANI

“GLOBAL MODA DÜNYASINDA TÜRK AKIMI YARATMAK İSTİYORUZ”

Türkiye'nin geleceğini tasarlayan hazır giyim sektörü olarak ülkemizi, küresel moda liginde ilk sıralara taşımayı hedefliyoruz. 13 yıldan beri düzenlediğimiz FWI, bu noktada en önemli kaldıraçlardan. İHKİB olarak ülkemize kazandırdığımız FWI, Türkiye'nin uluslararası alanda yaptığı en büyük etkinliklerden biri.

Moda; yenilik ve değişim demek. Biz de her sezon moda haftamızı yeniliyor ve değiştiriyoruz. Modacılarımızın tasarımlarını farklı formatlarla küresel vitrine çıkarıyoruz. Pandemi nedeniyle son iki etkinliğimizi sanal ortamda gerçekleştirdik. Bu defa dünyada ilk kez denenilen hibrit bir formata geçtik. 38 tasarımcımızın koleksiyonları, moda filmleri aracılığı ile dijital platformlarda sunuldu. Moda, farklı disiplinlerle etkileşim halinde. Bu disiplinleri bir araya getirerek İstanbul State of Mind adını verdiğimiz bir sergi hazırladık. Türkiye'de ilk kez yapılan bir çalışma olan bu sergide resimden tiyatroya, fotoğraftan edebiyata yaratıcı ve farklı disiplinleri moda tasarımlarımızla bir araya getirdik. Bir başka ifade ile modayı, sanatla buluşturduk. 60'a yakın sanatçımızın eserlerinin yer aldığı sergi, iki farklı mekânda gerçekleşti. Tasarımcılarımızın koleksiyonları, sıra dışı bir kurguyla sergilendi.

“MODANIN GÜCÜNÜ STRATEJİK BİR DİPLOMASİ ARACI GİBİ KULLANIYORUZ”

Pandemi ile küresel tedarik zincirinin değiştiğini biliyor ve takip ediyoruz. Bu süreçte farkımızı, dünyaya çok daha iyi anlatmalıyız. Global tanıtım, algı yönetimi gibi faaliyetlerimizde ağırlık vermek durumundayız. İHKİB olarak bu alanlarda projelerimiz ve çalışmalarımız var. Özellikle Türkiye hazır giyim ve moda sektörü global tanıtım projesini çok önemsiyoruz. Projenin omurgasını FWI oluşturuyor. Etkinlik kapsamında uluslararası moda yayınları ve çevrim içi satış platformlarıyla iş birlikleri yaptık. Dünyanın önde gelen moda yayınlarını temsil eden 12 gazeteci ağırladık. 11 farklı moda ülkesinin, en etkili influencer'larıyla tanıtım kampanyası yürütüyoruz. Ayrıca iddialı bir tanıtım filmi hazırladık. Filmimiz dünyanın önde gelen moda mecralarında yayımlandı.

Modanın dilini ve gücünü stratejik bir diplomasi aracı gibi kullanıyoruz. Tüm bu çalışmalarla global moda dünyasında bir Türk akımı yaratmak istiyoruz. Etkinliğimiz, dünya moda haftaları takviminde konumunu her sezon biraz daha güçlendiriyor. Bu başarının arka planında büyük bir bilgi birikimi, tasarımcılarımızın ve organizasyon komitemizin yoğun emeği var. Çalışmalarımızın doğru mecralarda karşılık bulacağına, moda ve tasarım ülkesi Türkiye algısının daha fazla pekileceğine inanıyorum.



**İSMAİL
GÜLLE**

TİM BASKANI

“FWI, DÜNYA MODA HAFTALARI TAKVİMİNE GİRMEYİ BAŞARDI”

TTG'nin desteğiyle geçen yıl tamamen dijital platformlarda düzenlediğimiz FWI, bu yıl hibrit olarak gerçekleştirildi. Türkiye markasına hizmet eden her organizasyonu, büyük bir gururla destekliyoruz. Bu yıl da en son trendler, tüm görseleliğiyle dünyanın dört bir kösesinden milyonlarca moda tutkununa FWI ile sunuldu. Değişimi, inovasyonu ve endüstrinin sürdürülebilirlik ekseninde geleceğini sahiplenen bu önemli organizasyonu, sektörel ihracatımızın gelişimi açısından çok önemli görüyoruz. FWI, 2009 yılından beri aralıksız bir şekilde devam ederek dünya moda haftaları takvimine girmeyi başardı.

Ülkemiz, dünyanın en büyük beşinci hazır giyim ihracatçısı. Geçen yıl sektörümüz, 17 milyar dolarlık ihracata imza atarak pandemi sürecinde hızlıca toparlanmayı başardı. Sektörümüzün en çok ihracat yaptığı 10 ülkenin yedisi Avrupa ülkesi. Modanın önemli kentleri ile iç içe gelişme imkânına sahibiz. Asırlardır sayısız medeniyete baskentlik yapmış İstanbul'umuz, farklı stilleri ve yenilikçi kıyafetleri bir araya getirerek modanın da başkenti oluyor. Ülkemizin kusursuz mozaik yapısı, tasarımlarımıza çeşitlilik katıyor. Türkiye ekonomisinin gelişip büyümesinin ve dünya ile rekabet edebilmesinin yolu, katma değerli ihracattan geçiyor.

“TASARIMCILARIN HAYALLERİ İHRACATIN YARINLARINA IŞIK TUTACAK”

Firmalarımızın AR-GE ve inovasyona, tasarıma daha fazla yatırım yapmalarını; ihracatçılarımızın yeni tasarımlarla, fikirlerle ürünlerinin değerine değer katmalarını istiyoruz. Katma değerli ihracatın en önemli göstergesi olan kilogram başı ihracat tutarında hazır giyim sektörümüz, 2020 yılında mücevher ve savunma havacılık sektörlerinin ardından en başarılı üçüncü sektörümüz oldu. 13 doları aşkın kilogram başı değer, sektörün katma değerli ihracat anlamında büyük bir yol aldığını ortaya koysa da tasarımcılarımızın emeği ile bu değerın katlanmasının önünde hiçbir engel yok. Türk tasarımcılarımıza sonuna kadar güveniyoruz, onların hayalleri modanın ve ihracatın yarınlarına ışık tutacak.

Bizler de bu çalışmaların hızlıca markalaşması ve hak ettiği değeri kazanması adına, Türkiye'nin marka değerini artırmak amacıyla TİM Marka Konseyi'ni kurduk. Çünkü biz, bir ülkenin sahip olduğu markalar kadar zengin olduğuna inanıyoruz. Markalarımızın güçlenmesi ve yeni marka oluşumlarını teşvik etmek amacıyla oluşturduğumuz konseyimiz, çalışmalarına süratle başladı. İhracatçılarımızın geneli, markalaşma noktasında pozitif bir ivme yakalamış durumda. Bu durumun en net göstergesi, ülke marka değeri endeksinde ülkemizin yükselişini sürdürerek 30'uncu sıraya çıkması. Ancak dünyanın en büyük 19'uncu ekonomisi olan ülkemizin bu sıralamada çok daha öne çıkması gerekiyor. Konseyimiz bünyesindeki çalışmalar neticesinde küresel endekslerdeki konumumuzun iyileşeceğine inanıyoruz.

IFCO



ISTANBUL
FASHION
CONNECTION

İSTANBUL HAZIR GİYİM MODA FUARI BAŞLIYORUZ!

Sanal Fuar

6-9 ARALIK 2021

İstanbul Hazır Giyim

Moda Fuarı

9-11 ŞUBAT 2022

İSTANBUL
FUAR
MERKEZİ



IFCO İSTANBUL
FASHION
CONNECTION



istanbulfashionconnection

www.ifco.com.tr



Bu fuar İTKİB Fuarçılık A.Ş. tarafından düzenlenmektedir.

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR. / THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO. 5174.

ÖZGÜN, FARK YARATAN TASARIMLAR VE YARATICI ŞOVLAR

Fashion Week Istanbul; sezona New Gen by İMA defilesi ile başlarken ikinci şova ev sahipliği yapan Mehmet Emiroğlu, ilhamını ailesinden alarak hazırladığı koleksiyonunu sahneye taşıdı. Emiroğlu, “A Language I Never Speak” isimli koleksiyonu ile ebeveynlerin arasındaki gizli dili anlatmak istediği şovuyla beğeni topladı. Kadın ve erkekler için ortak bir koleksiyon hazırlayan Selen Akyüz, “Daha az, daha iyidir” bakış açısıyla, daha fazla yerine daha az ve daha iyiye odaklanılması gerektiğini vurguladı. Akyüz, dayanıklı ürünlere odaklanarak modanın hızını yavaşlatan ve her bir parçanın sorunsuz bir şekilde birlikte çalıştığı modüler bir gardırobun taleplerine ayak uyduran, zamansız ve çok yönlü bir koleksiyon oluşturmayı amaçladığını ifade etti. Y PLUS by Yakup Biçer, “Bir erkek bir etek giyebilir. Bir kadın maskülen giyinebilir. Giyinmenin cinsiyeti yoktur” diyerek hazırladığı



“CODE” isimli koleksiyonuyla tüm kodları yıktı. Tasarımcı, 2022 yaz koleksiyonunda yer alan denim kumaşın yanı sıra splash, gül ve kod printli tasarımlar ile kendi içinde de bir çeşitliliğe doğru yol aldığını da gösterdi.

Etkinliğin ilk gününün ikinci kısmı, Arzu Kaprol’un ilhamını Truva efsanesinden alan ve büyük aşklara adanan koleksiyonu H.A.Y.A.L. ile açıldı. Tasarımcının koleksiyonundaki tasarımlar, pandeminin zorlu şartlarının da etkisiyle küçük ekipler ve tamamen elde üretilen zanaat teknikleriyle oluşturulurken moda filminin çekimleri ise İstanbul Mağlova Kemeri’nin büyümlü ortamında yapıldı. TAGG ilkbahar-yaz 2022 koleksiyonunu sergileyen Gökay Gündoğdu, pandemi sonrası oluşan günümüz ev ofis düzlemine moda penceresinden bakan tasarımlar sundu.

Ev konforunu ofise taşımaya, ofis şıklığını rahat parçalarla daha fonksiyonel hâle getirmeye odaklanan TAGG, bulunduğumuz dönemin ihtiyaçlarını ve duygularını yorumlayarak hayata geçirdi. “Celebrate Life” isimli koleksiyonunu, sergilediği moda filmi ile pandemi döneminin bitişi “pozitif enerji ve yaşama sevinci” ile kutlarken hayata değer vermek ve onu yeniden kutsamak isteyen Dilek Hanif de tasarımlarında gün batımı tonları, ışıltılı geceler, eğlenceli tasarımlar ve yaz gecesi temalarına yer verdi. Moda haftasının ilk günü, Dice Kayek’in 18’inci yüzyıldan kalma bir Fransız kalesi olan Chateau’nun geniş arazisinde çektiği gerilim sineması tadındaki moda filmi ile sona erdi. Romantik tasarımların yer aldığı koleksiyonda kabarık etekler, 18’inci yüzyıldan ilham alan gömlekler ve 70’li yıllara selam veren aksesuarlar dikkat çekti.

İMA TASARIMCILARININ DEFİLELERİ DİJİTAL OLARAK SERGİLENDİ

Moda ve modayla ilgili tüm alanlarda yenilikçi ve modern bir yaklaşımla eğitim faaliyetleri yürüten, dijitalleşme konusunda öncü, uluslararası iş birlikleri ve Türkiye'nin en yetkin moda okulu olan İMA bünyesindeki genç tasarımcılar; koleksiyonlarını KARMA by İMA ve NEW GEN by İMA adı altında dijital olarak Fashion Week İstanbul'da sundu. Türk ve yabancı basın ile influencer'lar tarafından ilgi ile takip edilen dijital defileler, Raf Stesmans'ın kreatif direktörlüğünde gerçekleştirildi.

Karma by İMA defilesinde Moda Tasarımı ve Teknolojisi lisans programı mezunları Essin Barış ve Ezgi Karayel ile Master Class: Moda Tasarımı mezunu Senem Kula'nın koleksiyonları sergilendi. Essin Barış'ın Le Centre Pompidou isimli, en karmaşık mimari yapılardan biri olan Le Centre Pompidou'dan ilham aldığı koleksiyonu sekiz tasarımdan oluştu. Ezgi Karayel, sanat ve tasarım arasındaki ilişkiyi sorgulamasına sebep olan Central Saint Martins yıllarında doğan final koleksiyonunun devamı niteliğinde sekiz look'tan oluşan bir koleksiyon ile karşımıza çıktı. Senem Kula ise "Her atık, atık değildir" sloganı ve ileri dönüşüm fikriyle yola çıkarak, yaratıcı ve eğlenceli tekniklerle hazırladığı sekiz parçalık Up-Cycle koleksiyonunu sundu.

NEW GEN BY İMA 11. KEZ FASHION WEEK İSTANBUL'DA

Gelecek vadeden moda tasarımcılarına profesyonel destek sağlamak amacıyla İMA tarafından kurulmuş bir platform olan New Gen by İMA 11'inci kez Fashion Week İstanbul'da yer aldı. İMA'da Master Class: Moda Tasarımı eğitiminden yeni mezun sekiz genç tasarımcı Berfin Özgür, Ercan Tenekecioğlu, Lidya Zengin, Mirey Demirci, Nadin Altıparmak, Nazlıcan Türker, Öykü Ece Uza ve Şeyma Hamamcı her biri dört look'tan oluşan koleksiyonlarını New Gen by İMA defilesinde sunarak Fashion Week İstanbul'daki yerini aldı.

Gerçekleşen dijital defileler, İMA Youtube kanalından izlenebilir, genç tasarımcıların koleksiyonları www.istanbulmodaakademisi.com adresinden incelenebilir. İMA ile ilgili güncel bilgiler, sosyal medya platformlarından takip edilebilir. (IG@istanbulmodaakademisi)



Karma by İMA
ve New Gen by
İMA defilelerini
izlemek için
QR kodu
kullanabilirsiniz.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK TASARIMLARA YANSIDI

Fashion Week İstanbul, ikinci gününde podyumu tasarımcı Özlem Erkan'ın "Ama" adlı koleksiyonu ile açtı. Günün ikinci şovuna ev sahipliği yapan Mert Erkan ise "Hedonizm" felsefe akımından ilham aldığı koleksiyonunun çekimlerini Ortaköy'deki Tarihi Hüsrev Kethüda Hamamı'nda gerçekleştirdi. İklim değişikliğinin dünya üzerindeki canlı yaşamına etkisine dikkat çekmeyi amaçlayan Çiğdem Akın'ın "Zöhre" adlı koleksiyonunda ise doğal yün kumaşlar ve toprak tonları hâkimdi.

Sürdürülebilirliği tasarımlarına yansıtan bir

diğer tasarımcı Niyazi Erdoğan da son dönemde yaşanan iklim değişikliğinden yola çıkarak koleksiyonunu modaseverler ile buluşturdu. Erdoğan, ilhamını bu sezon şehre rengini ve zarafetini veren İstanbul çiçeklerinden aldığını belirtti. Lug Von Siga'nın kurucusu ve kreatif direktörü Gül Ağış, "Timescape" adlı koleksiyonuyla zaman algısına odaklanarak eskiyle yeninin, geçmişle geleceğin, yavaşla hızlının arasındaki bağlantıyı sorgulayarak

karşımıza çıktı. Nihan Peker, papatyalardan ilham alarak hazırladığı, elbiselerin her birine ekibindeki kadınların adını verdiği ve annesine ithaf ettiği koleksiyonuyla FWI'da yerini aldı. İlhamını çocukluğunun geçtiği 60'lı ve 70'li yılların Kalamış'ından alan Mehtap Elaidi, "#Kalkhedonriviera" adlı koleksiyonunda, çizgili desenler, halat detayları, lacivert ve beyazın birlikteliği, yelken kumaşını andıran kumaşlar ve denizci temasını tasarımlarına başarılı bir şekilde yansıttı.



İLHAM VEREN, ZAMANSIZ TASARIMLAR

Fashion Week Istanbul'un üçüncü gününün açılışı, "Hayatı asla kitabına göre yaşamıyorum. Beni kalbim yönlendiriyor, aklım değil." diyen bir prensesin stilinden ilham alarak hazırlanan "Be like Diana" koleksiyonunun tasarımcısı olan Murat Aytulum defilesiyle gerçekleşti. Moda tasarımcısı Tuğba Atasoy, kadın fenomeninin tüm detaylarını 70'lerin özgürlükçü tavrıyla yorumladığı "Retrofication" koleksiyonuyla FWI'da yerini aldı. Hayat döngüsü, ekosistem ve sürdürülebilir yaşam ilkelerine saygı duyarak hazırlanan Nej koleksiyonlarından ve serinin ilki olan Nej 2021/2022 sonbahar-kış "Circle" koleksiyonu yaşadığımız en büyük iklim değişikliğini vurguladı.

Günün ikinci oturumunun açılışını RED BEARD by Tanju Babacan ilkbahar-yaz 2022 koleksiyonu "Radiant", "Madam Minimal" adlı filmiyle yaptı. Uçuş tarihindeki birçok ismin ilham verdiği ve bugün

bize kanat olan tüm pilotlarımıza ithaf edilen Emre Erdemoğlu, "Kanat" adlı 2022 sonbahar-kış koleksiyonuyla FWI'da karşımıza çıktı. DB Berdan, tüketimi en aza indirmeye teşvik etmek adına sezonlar arası kullanılabilen bir koleksiyona imza attı. Koleksiyon, atletik temaya dair parçaların dönüştürülmüş versiyonlarını ve couture detaylı sokak giyim örneklerini bir arada sunarken, denim parçalar ve üzerinde "Ağaç dikmek için en doğru zaman." yazılı couture elbise modeliyle de dikkat çekti. Tasarımcı Özgür Masur, FWI ilkbahar-yaz 2022 kapsamında özlemleriyle, hatıralarıyla, arzularıyla geçmişe yazılan mektupların duygusunu barındıran bir koleksiyonla üçüncü günün kapanışını yaptı.

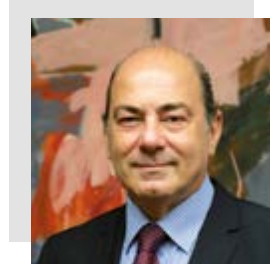


Fashion Week
Istanbul tanıtım
film, izleyenleri bir
aksiyon filminin
içinde hissettirdi.

PANDEMİ SONRASI CANLILIK MODAYA YANSIYOR

Fashion Week İstanbul'un son gününde podyum, İMA Moda Tasarım ve Teknolojisi Lisans ve Master Class: Moda Tasarımı mezunları genç tasarımcıların yer aldığı Karma by İMA defilesi ile açıldı. Ardından Şebnem Günay'ın markası olan SBNM'nin "La Piscine" koleksiyonunun moda filmi sahnelendi. Tasarımcının kendi anılarından ilham alarak hazırladığı koleksiyonda yenilikçi, canlı dokular, spor-couture kesimler, güçlü silüetler ile ikonik renklerin birleşiminden ortaya çıkan sonsuz ve zamansız detaylar dikkat çekti. Tasarımcı Gökhan Yavaş ise çocukluğunun güzel anılarından ilham alarak hazırladığı "İmbat" isimli koleksiyonunu modaseverler ile buluşturdu.

İlhamını pandemi sonrası yaşanan coşku ve enerjiden alan, Nedret&Yasemin Taciroğlu tarafından hazırlanan Nedo by Nedret Taciroğlu Demi-Couture 'Euphoria' koleksiyonu, zamansız tasarımların yansıtıldığı feminen ve çarpıcı detayların yer aldığı parçalarla karşımıza çıktı. Ceren Ocak, yeni sezon tasarımlarında, pandemiden çıkışı ve bir anlamda umudu temsil eden çok renkli bir koleksiyona imza attı. "Lila/Karanlıktan çıkış" adıyla yayımlanan koleksiyonda, mint, lila, sarı, fuşya ve turuncu gibi canlı renklerin hâkimiyeti dikkat çekti. Koleksiyonunda imza değeri taşıyan tüller, sürdürülebilir denim kumaşlar, ketenler, geri dönüşüm polyester fistoların yer aldığı Sudi Etuz, memleketi Adana'dan yükselen Anavarza Efsanesi'nden esinlenerek hazırladığı koleksiyonunu modaseverlerin beğenisine sundu. Özlem Kaya, ilkbahar-yaz 2022 koleksiyonu ile geçmiş bugüne taşırken gelecek yıllar için de zamansız parçaları moda tutkunlarıyla paylaştı.



CEM
ALTAN

FWI ÇALIŞMA GRUBU BAŞKANI

"DAHA YENİLİKÇİ, HİBRİT BİR FORMAT DENİYORUZ"

Kesintisiz olarak 13 yıldır düzenlediğimiz FWI, ülkemizin yapmış olduğu en önemli uluslararası etkinlikler arasında yer alıyor. Bu sezon bizi en çok heyecandıran yeniliklerden biri, üç sezondur dijital olarak gerçekleştirdiğimiz koleksiyon sunumlarının yanı sıra Fashion Week İstanbul presents İstanbul State of Mind teması altında daha yenilikçi, hibrit bir format denememizdi. Pandemi sürecinde yıllardır podyumlarda izlediğimiz defilelere alternatif olarak moda filmlerini, dijital ortamda izlemeyi deneyimlemiştik. Bu sezon ise tasarımcıların koleksiyonlarını dijital ekranlarda izlerken bir yandan da fiziki sergi organizasyonu ile bir araya geldik.

Etkinliğimizde pek çok yurt dışı basın ve influencer'ı ağırladık. Modanın sanatla İstanbul gibi büyüleyici bir lokasyonda buluşması karşısında oldukça etkilendiler. Hibrit olarak düzenlenen bir moda haftası, dünya basınının da alışık olduğu bir format değildi. Bu alanda çok sayıda övgü alarak küresel çapta sektörün ilgi odağında yer aldık. İHKİB organizasyonu ile düzenlenen FWI; Ticaret Bakanlığı öncülüğünde TİM nezdinde kurulmuş olan Türkiye Tanıtım Grubu tarafından destekleniyor ve Moda Tasarımcıları Derneği ile İstanbul Moda Akademisi iş birliğinde yürütülüyor. Ayrıca bu yıl etkinlik Dell Technologies ana sponsorluğunda gerçekleşti. Altier Academy, Swissotel Bosphorus ve Onedio ise tedarik sponsorlarımız olarak etkinlik süresince bize destek verdi.

Fashion Week İstanbul presents İstanbul State of Mind sergisi, modanın diğer disiplinlerle arasındaki kapsayıcı ilişkiyi somut olarak yansıttığımız, oldukça başarılı bir proje oldu. Dijital olarak gerçekleşen defilelerin yanı sıra ziyaretçilerin pek çok tasarımcı, fiziken görmesi ve sanat enstalasyonları ile hikâyenin içine girmesi farklı bir deneyim yaşattı. Bu anlamda modaseverlerle etkinlik arasındaki tüm duvarların kalktığını söyleyebiliriz. FWI ile hazır giyim üretiminde marka ülke olduğumuzun bir kez daha altını çiziyoruz. Gelecekte İstanbul'u dünyanın moda merkezlerinden biri yapmak ve ülkemizi uluslararası moda arenasında ilk sıraya taşımak hedeflerimiz arasında. Bunu gerçekleştirirken en büyük destekçilerimiz, ülkemizin başarılı moda tasarımcıları. Bu anlamda tasarımcılarımızın showroom'larını ve koleksiyonlarını uluslararası alanlarda da sıklıkla göreceğiz. Gelecek yıllarda FWI'yı daha fazla platformda, daha çok kişiyle buluşturmayı amaçlıyoruz. Dijital ve fiziksel etkinliklerle her yıl daha da güçlenecek, farklı disiplinleri bir araya getirdiğimiz hibrit organizasyonlarımızı yurt dışına taşıyacağız.

Modanın etkilediği ve etkilendiği farklı yaratıcı disiplinlerin Türkiye’de ilk kez bir araya geldiği özel bir sanat seçkisi olan Fashion Week Istanbul presents Istanbul State of Mind sergisi, FWI 2021 kapsamında, 14-17 Ekim günleri arasında sanatseverlerle buluştu.



FWI kapsamında presents Istanbul State of Mind sergisi sanatseverlerle buluştu

FASHION WEEK ISTANBUL presents Istanbul State of Mind sergisi, Likör Fabrikası ve Akaretler’de tiyatro sanatçılarının sergilediği özel bir deneyim sundu. Ev konseptinde Akaretler’de gerçekleşen serginin özel seçkisiyle İstanbul’un ev yaşamına şahit olunurken sokak konseptinde Likör Fabrikası’nda gerçekleşen sergiyle, 1800’lerden bugüne İstanbul sokaklarını yaşatan bir kurgu tasarlandı. Sergide; İstanbul’dan izler taşıyan resim, fotoğraf, video ve multimedya türlerindeki sanat eserleri, enstalasyonlar ve sahne gösterileri yer aldı. Serginin küratörlüğünü Kerimcan Güleriyüz üstlendi.

BİR İSTANBUL APARTMANINDAN KESİT

Fashion Week Istanbul presents Istanbul State of Mind sergisi kapsamında hazırlanan Akaretler’deki “Bir

İstanbul Apartmanı”, çok katmanlı bir sergi olarak kurgulandı. Sanatseverleri bir İstanbul apartmanının sakinlerinin evlerine davet eden sergi, Empire ve Onagöre tarafından tasarlandı. Türkiye’den moda tasarımcılarının son dönem ürünlerini özel bir sanat seçkisi olarak sunan sergi; çağdaş sanat eserlerini ve genç tiyatro oyuncularının Türk edebiyatının önemli eserlerinden parçaları yorumlayarak izleyiciyle hemzemin bir sahnede buluşturdu. Serginin sokak konseptindeki Likör Fabrikası’nda ise üst katında müze formatında düzenlenen ve İstanbul’a dair işlerin gösterildiği bir düzen yer alırken, alt katında ise 1800’lerden günümüze İstanbul sokaklarında bir yolculuk sunuldu. Likör Fabrikası’na girildiğinde sanat severleri canlı bir tablo ve yine performatif bir kurguda tasarımcı koleksiyonlarından özel parçalar karşıladı.

SANAYİ İLE YARATICI ENDÜSTRİ İÇ İÇE

Serginin Likör Fabrikası’nda gerçekleşen açılışına Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe’nin yanı sıra sanat, moda ve cemiyet hayatında isimler katıldı. Sanayi ile yaratıcı endüstrinin birleşmiş olduğu böylesi bir sergiyi ilk kez yapıyor olmanın heyecanını yaşadıklarını belirten Mustafa Gültepe: “Umuyorum ki moda haftamız kapsamında gerçekleşen bu sergimiz sayesinde hem ülkemizi hem de sektörümüzü kültür ve sanat ile iç içe en güzel şekilde tanıtacağız.” şeklinde konuştu. İstanbul’u moda merkezi yapmak adına düzenlenen FWI kapsamındaki serginin son derece farklı bir bakış açısıyla tasarım kültürünü ve inovasyonu sanatla bütünleştirdiğini belirten İsmail Gülle: “Bizim açımızdan bir ilk olan bu kültür etkinliğinin şehrimize ve sektörümüze katkı sağlayacağını düşünüyorum.” dedi. Sergide çok güzel bir deneyim yaşadıklarına vurgu yapan Rıza Tuna Turagay ise hem İstanbul’u yaşadıklarını hem de sanattan beslendiklerini belirtti.





Tekstil sektörüne değer katan ihracatçılar ödüllendirildi

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 2020 yılında gerçekleştirilen 10 milyar dolarlık ihracatın yaklaşık yarısına katkı sağlayan başarılı ihracatçıları ödüllendirdi. Tekstil sektöründeki ihracata katkı sağlayan firmalar, gerçekleştirilen törende ödülleri aldı.

TÜRKİYE ihracatının lokomotif sektörlerinden olan tekstil sektörü, pandemi yılında da gerçekleştirdiği ihracat ile ülke ekonomisi için değer yaratmaya devam etti. Sektör, 2020 yılını 10 milyar dolara yakın ihracat ile tamamladı. İTHİB de başarılı ihracatçıları ödüllendirdi. 22 Ekim'de gerçekleştirilen ödül törenine Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz katıldı. Törende, İHKİB Başkanı Mustafa Güllüpe, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak'ın yanı sıra ihracatçı birliklerin ve sektörel derneklerin başkanları da yer aldı.

"TEKSTİL SEKTÖRÜNE DEĞER KATANLARI, İHRACAT ŞAMPİYONLARIMIZI KUTLUYORUM"

Ödül töreninde konuşma gerçekleştiren Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü: "Bu yıl tekstil sektörümüzde Cumhuriyet tarihi rekoruna doğru adım adım ilerliyoruz. Şimdi, yeni hedefimiz; beş yıl içinde 300 milyar dolar ihracata ulaşmak. Hedefimiz yüksek; ama bunu başaracak azim, inanç ve kararlılık ihracatçılarımızda mevcut. Gerekli kapasite artırımları ve yeni yatırımlarla hem sektörel hem de genel ihracat hedeflerimize tek tek ulaşacağız." dedi.



Türk tekstil sektörünün 200 ülke ve bölgeye gerçekleştirdiği ihracatla tüm dünyada markalaştığını vurgulayan Gülle, sözlerine şöyle devam etti: “Geleceği, geleceğe taşıdığımız sektörlerimizin başında tekstil sektörü geliyor. Son 20 yılda küresel anlamda yaşanan pek çok krize rağmen tekstil sektörümüz; her zaman yıl sonunu güçlü kapatabilmiş, istikrar formasını nakış nakış işleyerek hep daha fazlasını hedeflemiştir. Bu durumu, pandemi döneminde bir kez daha yaşadık. 2021 yılında ise sektörümüzün Cumhuriyet tarihi rekoruna artık gün saydığımız görmekteyiz ve rekora imza atacağına yürekten inanıyoruz.”

Tekstil sektörünün yeni trendleri yakalamasının oldukça önemli olduğunu vurgulayan Gülle: “Temmuz ayında, Türk Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı’nı açıkladık. Özellikle, sürdürülebilirlik noktasında tekstil sektörümüz tüm sektörlerimize öncülük etmeli. Dünya artık, yeşil dönüşümü daha yüksek sesle dile getiriyor. Özellikle en önemli ihracat pazarımızın, bu konudaki hassasiyeti hepimizin malumu. Tüm sanayicilerimizi, üreticilerimizi, tedarikçilerimizi ve ihracatçılarımızı; doğayı ve çevreyi önceleyen bir üretim anlayışına davet ediyorum. Sürdürülebilirlik bizim için risk değil, tam aksine karşımıza çıkan önemli bir fırsat. Biz bunları başardıkça, sürdürülebilirlik noktasında

Türk tekstil sektörü kısa vadede 12 milyar dolar ihracat, orta vadede ise dünyanın en büyük ilk üç tekstil ihracatçısı olmayı hedefliyor.

adım adım markalaşacak; dünyayı tüketmeden, dünya için üreteceğiz. İhracatımızın geldiği bu noktada büyük emeği olan tekstil sektörüne değer katanları, ihracat şampiyonlarımızı bir kez daha kutluyorum.” ifadelerini kullandı.

TEKSTİLDE HEDEF 12 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Ülke ihracatına katkı sunan ve ödül kazanan tüm firmaları tebrik eden İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, ihracatla kalkınan Türkiye ekonomisi için herkese büyük sorumluluklar düştüğünü belirtti. Öksüz, amaçlarının üretim ağını geliştirmek, yeni istihdam yaratmak, ihracatı artırmak ve ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamak olduğunu söyledi. Ödül töreninde konuşan Ahmet Öksüz; “2020 yılında salgının tüm olumsuz etkilerine rağmen 10 milyar dolara yakın ihracat gerçekleştirdik. Küresel ihracattan aldığımız payı artırarak dünyanın en büyük beşinci tekstil ihracatçısı olduk. Avrupa Birliği’ndeki pazar payımızı yüzde 14,7’den yüzde 17,6’ya çıkardık. 2021 yılında ise tarihi zirveye, sizlerin katkısıyla adım adım yaklaşıyoruz.

Ocak-eylül döneminde tekstil sektörü ihracatımız 2020 yılına göre yüzde 39,5, 2019 yılına göre ise yüzde 26,2 oranında artarak 9,4 milyar dolar değerinde gerçekleşti. Hazır giyim sektörü ile birlikte istihdamımız 1,2 milyona ulaştı. Sanayi üretim endeksimiz 141,8 ile tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. Tüm bu ekonomik göstergelerin paralelinde hazır giyim sektörü ile birlikte tekstil sektörümüz, Türkiye’nin en büyük ihracatçı sektörleri konumuna yükseldi.” dedi.

“HEDEFLERE EL BİRLİĞİ İLE ULAŞACAĞIZ”

Uzun vadede dünyanın en büyük ilk üç tekstil ihracatçı ülkesinden biri olmayı hedeflediklerini

35

Platin ödül

59

Altın ödül

74

Gümüş ödül

302

Bronz ödül

652

Başarı sertifikası



söyleyen Öksüz, şunları dile getirdi: “Sektörümüzün, önündeki rakiplerini geçmemesi için hiçbir sebebi yok. Zira altyapımız da nitelikli istihdam gücümüz de güçlü tekstil firmalarımız da bu hedeflere ulaşacak birikime sahip. 2021 yılının ilk dokuz ayında gerçekleştirdiğimiz 9,4 milyar dolar ihracat, sektörümüzün başarı çitasını bir basamak yukarı taşıdığını gösteriyor. Hedef belli; bu hedeflere el birliği ile ulaşacağız. Gerçekleştirdiğimiz sürdürülebilirlik çalışmaları, AR-GE ve inovasyon kapasite programı, UR-GE projeleri ve fuarlarımızla kısa vadede 12 milyar dolar ihracat, orta vadede ise dünyanın en büyük ilk üç tekstil ihracatçısı ülkesinden biri olmak için çalışmalarımıza devam edeceğiz.”

İTHİB, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ DÜNYAYA TANITMAYA DEVAM EDECEK

Birlik olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerle ilgili de bilgi veren Öksüz: “İhracatçı birlikleri arasında organize edilen tek sektörel ihraç ürünleri fuarı konumundaki i Of The World - New York Fuarımızda ABD’nin önde gelen markalarını kumaş firmalarımızla buluşturduk. Teknik tekstil ve konfeksiyon yan sanayi UR-GE projelerimizi başarılı bir şekilde sürdürüyoruz. Türkiye’nin döngüsel ekonomi ve sürdürülebilirlik odaklı ilk UR-GE projesi olacak sürdürülebilir tekstiller UR-GE projemiz için firmalarımızdan talep toplayarak bakanlığımızın onayına sunduk. Rusya, Kırgızistan, Gürcistan sanal ticaret heyetlerimiz ve Premiere Vision sanal fuarımızla

firmalarımızın uluslararası alıcılarla, binlerce ikili görüşme yapılmasını sağladık. Sektörümüzü haksız rekabet karşısında korumak için var gücümüzle mücadele ettik. Uluslararası moda tasarımcılarıyla iş birliği yaparak trend seminerlerimizi gerçekleştirdik. Emine Erdoğan Hanımefendi’nin himayelerinde Cumhurbaşkanlığı Külliyesi’nde gerçekleşen ilk sergi çalışması, yine birliğimiz tarafından gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisimizin destekleriyle, Türkiye’nin 150’yi aşkın tarihi dokuma tespit ederek Türkiye’nin Dokuma Atlası projesini hayata geçirdik. Gelecek dönemde projemizin tüm dünyada tanıtılması için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Tüm bu süreçlerde hem sektörümüze hem de ülke ekonomimize dev katkı sağlayan üye firmalarımıza çok teşekkür ediyorum.” dedi.



TOPLAM 1.122 ÖDÜL

İTHİB İhracata Değer Katanlar Ödül Töreni’nde 35 platin, 59 altın, 74 gümüş ve 302 bronz olmak üzere toplam 470 firma ödül, 652 firma ise başarı sertifikası almaya hak kazandı. Bu yıl İTHİB tarafından düzenlenen ödül töreninde ihracatını en çok artıran firma, 2020 yılında üye olup en çok ihracat gerçekleştiren firma, en çok ülkeye ihracat gerçekleştiren firma, en katma değerli ihracat gerçekleştiren firma, hedef ülkelere en fazla ihracat gerçekleştiren firma kategorilerinde de özel ödüller verildi.



PLATİN ÖDÜL ALAN İLK 15 FİRMA

AKSA AKRİLİK KİMYA SAN. AŞ
 AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZARLAMA AŞ
 KORDSA TEKNİK TEKSTİL AŞ
 ZORLU DIŞ TİC. AŞ
 ZORLUTEKS TEKSTİL TİC.VE SAN. AŞ
 GREIF FPS TURKEY AMBALAJ. SAN. VE TİC. AŞ
 ORMO YÜN İPLİK SAN. VE TİC. AŞ
 ORMO İTH. İHR. AŞ
 TEKSİS TEKSTİL ÜRÜNLERİ PAZARLAMA AŞ
 KİPAŞ MENSUCAT İŞLETMELERİ AŞ
 KİPAŞ PAZARLAMA VE TİC. AŞ
 KADİFETEK MENSUCAT SAN. AŞ
 AYDIN TEKSTİL TİC. VE PAZ. AŞ
 AYDIN MENSUCAT DÖŞEMELİK KUMAŞ SAN. VE TİC. AŞ
 NİTTO BENTO BANTÇILIK SAN. VE TİC. AŞ
 PELSAN TEKS. ÜRÜN. SAN. VE TİC. AŞ
 KASAR VE DUAL TEKS. SAN. AŞ
 CESUR AMBALAJ SAN. VE TİC. AŞ
 KETS TEKS. TURZ. TİC. AŞ
 TORAMAN TEKS. DERİ VE İNS. SAN. VE TİC. AŞ
 SEPA MENSUCAT SAN. VE TİC. AŞ
 BOSSA TİCARET VE SANAYİ İŞLETMELERİ TAŞ
 YÜNTEKS TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
 ÜNTEKS BOYA BASKI APRE TEKS. SAN. İÇ VE DIŞ TİC. AŞ
 ÜNVER TEKSTİL KONF. İML. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
 ÇALIK DENİM TEKSTİL SAN. TİC. AŞ
 İPEK İDROFİL PAMUK SAN. VE TİC. AŞ
 DOĞAN TEKSTİL AŞ
 ALİZE PAZARLAMA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
 BASAL TEKNİK TEKSTİL SAN. VE TİC. AŞ
 NONWOTECH DOKUSUZ ÖRGÜSÜZ TEKSTİL SAN. VE DIŞ TİC. AŞ
 TGS DIŞ TİC. AŞ
 ÖZSAR ÖRME KUMAŞ VE BOYA LTD. ŞTİ.
 ÖZSAR TEKSTİL GIDA İNŞ. NAK. SAN. VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
 EMATEKS BOYA KİMYA TEKS. İNŞ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.



BU YIL ÖZEL ÖDÜLLER DE SAHİPLERİNİ BULDU

- İhracatını en çok artıran firma
Nazar Tekstil San. Tic. AS
- 2020 yılında üye olup en çok ihracat yapan firma
Narteks Tekstil San. Tic. AS
- En çok ülkeye ihracat gerçekleştiren firma
Aydın Tekstil Tic. ve Paz. AS
- Katma değeri en yüksek ihracat gerçekleştiren firma
Antik Dantel San. Tic. AŞ
- Hedef ülkelere en fazla ihracat gerçekleştiren firma
Ormo İth. İhr. AS



Deri sektörü ihracatta fark yaratanları ödüllendirdi

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), 2020 yılının 310 başarılı firmasını “İhracatta Fark Yaratanlar Töreni” ile ödüllendirdi. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak’ın ev sahipliğinde düzenlenen ödül törenine Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle de katıldı.



İDMİB, Türk deri sektörüne yön veren ihracatçıları “İDMİB İhracatta Fark Yaratanlar Töreni” ile ödüllendirdi. 27 Ekim’de Dış Ticaret Kompleksi’nde düzenlenen ödül töreni, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak’ın ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Törene, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ve TİM Başkanı İsmail Gülle’nin yanı sıra İDMİB Yönetim Kurulundan ve sektörel derneklerden yoğun katılım sağlandı. Sektörün 2020 yılı içinde gerçekleştirdiği 1 milyar 350 milyon dolarlık ihracata katkı yapan firmaların ödüllendirildiği gecede İDMİB; platin, altın, gümüş, bronz ve özel ödül kategorisinde 182 firmayı ödüllendirirken, 128 ihracatçıya da başarı sertifikalarını sundu.

“E-TİCARET DERİ SEKTÖRÜ İÇİN FIRSATLAR SUNUYOR”

Türkiye ekonomisi, ikinci çeyrekte yüzde 21,7 büyüdü. Bu büyümenin içinde net ihracatın payı yüzde 6,9. Deri ve deri mamulleri

de bizim için önemli sektörlerin başlarında geliyor. Sektörün ihracatı 1,4 milyar dolar civarında. İhracatın yaklaşık yüzde 60’ını ayakkabı sektörü oluşturuyor. Gideceğimiz çok yol var. Başkanımızın yapmış olduğu değerli çalışmaları gördük. Turkishleather.com, önemli bir portal. Aynı zamanda Türk ihracatçısının B2B’de yabancı alıcılara nasıl ulaştığının önemli bir göstergesi. Elektronik ticaret, deri ve ayakkabı sektörümüz için fırsatlar sunuyor. Çünkü dünya bu yönde ilerliyor.

Türkiye’nin toplam ihracatı ilk dokuz ayda 161 milyar dolara ulaştı. Son 12 aylık ihracatımız, 211 milyar doların üzerine çıkmış durumda. Bu kadar zorluğa rağmen emin adımlarla ilerliyoruz.

Dünyada emtia ve enerji fiyatlarının arttığı, konteyner bulmanın zor olduğu bir süreçten geçiyoruz. Bu dönemde ülke olarak bazı fırsatlar da önümüze çıktı. İhracatçılarımızın siparişlerinin arttığını biliyoruz. Aynı zamanda ihracatçılarımızın sorunlarının da farkındayız. İhracatımızı



artırmak noktasında çalışmalarımıza devam ediyoruz. TİM ve Türk Eximbank'ın ortaklığıyla kurulan şirketin, Türkiye ihracatı için atılan en önemli adımlardan birisi olacağını düşünüyoruz. Amacımız, teminat mektubuna erişimi sıkıntılı olan firmalarımızın önünü açmak. Aynı zamanda krediye erişime ihtiyacı olan firmaların da önünü açmış olacağız.” dedi.

“DERİ SEKTÖRÜ LİDER SEKTÖR OLMAYA ADAY”

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle: Türk deri sektörünün 200’den fazla ülke ve bölgeye gerçekleştirdiği ihracatla tüm dünyada markalaşan sektörlerin başında geldiğine dikkat çekti. Son 20 yılda küresel anlamda yaşanan pek çok krize rağmen deri sektörünün her zaman yıl sonunu güçlü kapatabildiğine değinen Gülle: “Son iki senede küresel tedarik zincirlerindeki kırılma, navlun fiyatlarındaki artışlar, konteyner krizi, ham madde noktasında yaşanan darboğaz gibi pek çok sorunla karşılaştık. Enerji tedarikinde yaşanan aksaklıklar, küresel enflasyon gibi meseleler de önümüzde duruyor. İhracat ailesi olarak küresel ölçekte yaşanan bu sorunları, herhangi bir bahane konusu yapmadan ulusal ve sektörel düzeyde nasıl fırsatlara çevirebileceğimiz üzerine çalışmalar yapıyoruz.

Türkiye, ihracattan gelen olumlu rakamların etkisiyle dünyada en hızlı toparlanan ekonomilerden biri oldu. Deri ve deri mamulleri sektörümüz, toplam ihracatımızdaki artış trendiyle paralel bir şekilde yılın ilk dokuz ayında, geçen senenin aynı dönemine göre yüzde 28 artışla 1 milyar 267 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Bu dönemde sektörümüz, 200’den fazla ülkeye Turkish Leather markasını taşıdı. Rusya’ya dokuz aylık ihracatımız yüzde 35 artışla 104 milyon dolar, Almanya’ya ihracatımız yüzde 13 artışla 95 milyon dolar ve İtalya’ya ihracatımız yüzde 17 artışla 71 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektörümüzün tüm alt ürün gruplarında önemli artışlar görüyoruz. Ayakkabı ihracatımız yılın ilk dokuz ayında geçen senenin aynı dönemine göre yüzde 23 artışla 765 milyon dolara ulaştı. İşlenmiş deri ve kürk ihracatımız yüzde 54 artışla 189 milyon dolar oldu. Saraciye ihracatımız yüzde 33 artışla 167 milyon dolar olurken deri ve kürk giyiminde ihracatımız ise yüzde 20 artışla 142

“Pandemi kısıtlamalarına rağmen AYMÖD, Antalya Leather&Fur Fashion Show, Antalya Eksposhoes, Leshow Moskova, CPM, Micam, Lineapelle, Garda gibi fuarlara sektörümüz yoğun katılım sağladı.”

milyon dolara ulaştı. Gerekli kapasite artırımlarıyla, yeni yatırımlarla hem sektörel hem de genel ihracat hedeflerimize tek tek ulaşacağız.” dedi.

Gülle, sözlerine şöyle devam etti: “Deri sektörü; tarihi birikimiyle, sektörel tecrübesiyle yıllık 300 milyar dolar ihracata yelken açmış Türkiye’nin tanıtımında lider sektörlerden biri olmaya adaydır. Sektörümüze değer katanları, ihracat şampiyonlarımızı bir kez daha kutluyorum.”

119 ÜLKEDEN 1.300 YABANCI ALICI

Törenin açılış konuşmasını gerçekleştiren İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, “Sektörümüz, pandemi öncesi yaşadığı sıkıntılara ilave olarak pandemiden en çok etkilenen sektör oldu. İnsanlar sokağa çıkamadı, seyahat edemedi, toplantılar, düğünler, törenler yapılamadı. İlk vazgeçilen ürünler bizim ürettiklerimiz oldu. Pandemiye maalesef kapasite kullanım oranı en düşük sektör olduk. Bazı alt sektörlerimizde işler durma noktasına geldi. İhracatımız yüzde 20 daraldı. 26 sektör içinde son sıralara geriledik. Ancak sektörümüzde dünya rakamlarına baktığımızda benzer hatta daha yüksek düşüşler görüyoruz. Süreçte satış ve pazarlama şekilleri değişti. Dijitalleşme ve e-ticaret öne çıktı. Biz de bu sürece uygun tedbirler almaya başladık.” dedi.

Sektör olarak ortaya koydukları tanıtım çalışmalarını hakkında bilgiler paylaştı Şenocak: “Pandeminin en yoğun döneminde ‘Üretmeye hazırız’ videolarımızı İngilizce ve Rusça olarak hazırladık. Sosyal medya kanalı ile milyonlara ulaştık. Ayrıca TTG destekleri ile sektörlerimiz için tanıtım filmleri hazırladık. Hem fuarlarımızda hem sosyal medyada kullandık, kullanmaya devam ediyoruz.” şeklinde konuştu. Yönetim kurulu üyeleri ve Genel Sekreterliğin yoğun çalışmaları sonucunda kendi alanında Türkiye’nin en iyilerinden olan turkishleather.com portalını, ocak ayında hayata geçirdiklerini ifade eden Şenocak: “Portal kapsamında üretim, markalaşma ve pazarlamada üyelerimize her türlü desteği veriyoruz. İngilizce, Almanca ve Rusça dillerinde yayınına devam eden





portalımızda bugün itibarıyla 177 ihracatçı firmamız, 2 bin 772 ürünü ile 7/24 açık dijital mağazalarında global alıcılarla buluşuyor. Henüz kaydolmamış üyelerimizi de portalımıza davet etmek istiyorum. Portalımızı dünyanın dört bir yanında tanıtmaya devam ediyoruz. Her geçen gün büyüyen ve gelişen portalımıza 119 farklı ülkeden, bin 300'ü aşkın onaylı yabancı alıcı kaydoldu. Yabancı alıcılar ve ihracatçı firmalarımız, portalımızda mesajlar ve çevrim içi toplantılar ile temas kurabiliyor.” ifadelerini kullandı.

“FİZİKİ FUARLARI YAPAN İLK SEKTÖR OLDUK”

Bu süreçte sektörün e-ticaret kabiliyetini artırmak için bakanlık destekleriyle, Türkiye'nin ilk dijital UR-GE projesini hayata geçirdiklerini belirten Şenocak: “35 firmamız ile eğitimlerimizi ve danışmanlık faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Yasaklar ve kısıtlamalar nedeniyle fuarlarımıza uzun bir süre ara vermek zorunda kalmıştık. 2020'nin ikinci yarısından itibaren fiziki fuarlarımızı sektör STK'larımızla birlikte hayata geçirdik. Zorlu pandemi koşullarına, kısıtlamalara rağmen olağan üstü çabalarla fiziki fuarları yapan ilk sektör olduk. Her türlü zorluğa rağmen sabahlara kadar çalışarak, binlerce satın almacıyı ülkemize getiren dernek başkanlarımıza emekleri için bir kez daha teşekkür etmek istiyorum. Pandemi kısıtlamalarına rağmen AYMÖD, Antalya Leather&Fur Fashion Show, Antalya Eksposhoes, Leshow Moskova, CPM, Micam, Lineapelle, Garda gibi fuarlara sektörümüz yoğun katılım sağladı. İDMİB olarak milli katılımını organize ettiğimiz beş fuar ile STK'larımızın organizasyonlarını yaptıkları tüm fuarlara bakanlığımızın ve bizim her türlü desteğimiz devam ediyor.” dedi.

Bu yoğun çalışmaların sonucu olarak öncelikle ayakkabı, ardından yarı mamul ve bitmiş deri ve saracıye sektörlerinin tam kapasite çalışmaya devam ettiğini vurgulayan Şenocak, sözlerine şöyle devam etti: “Deri ve kürk konfeksiyon sektörümüz, henüz istenilen düzeye erişemedi. İnanıyorum

ki 2022 ve 2023 yıllarında bu alt sektörlerimiz de istenilen düzeye gelecek. Bunun işaretlerini son aylarda görüyoruz. İstanbul Moda Fuarı için İHKİB ile yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Yeni adıyla Shoes Dusseldorf Fuarı'nın milli katılım organizasyonu için fuar organizatörü ile anlaştık. Milli katılımını üstlendiğimiz ve mart ayında yaptığımız APLF Fuarı, bu yıl pandemi nedeniyle Dubai'de yapılacak. Son ticaret heyetimizi Seul'a yapmıştık. Ara vermek zorunda kaldığımız ticaret heyetleri ile ilgili çalışmalarımız aralıksız devam ediyor. Biz hazırız, kısıtlamalar kalkar kalkmaz harekete geçeceğiz. Ayakkabı sektörü özelinde ABD'ye bir heyet düzenlemek için çalışmalarımız devam ediyor.

Üretim ve lojistik kaynaklı sorunlar nedeniyle global talepler ülkemize kaydı. Taleplerin kalıcı olmasını sağlamalıyız. Sektörümüzü doğrudan ilgilendiren yeşil dönüşüm, sosyal uygunluk karbon ayak izi, Paris İklim Anlaşması gibi konularda planlama ve uygulama noktasında bakanlığımızın desteklerine ihtiyaç duyacağız. Sanayi Bakanlığı ve yerel yönetimlerle iş birliği halinde yeni üretim alanlarına ihtiyacımız var. Pandemi nedeniyle ara vermek zorunda kaldığımız tasarım yarışmalarımızı tekrar hayata geçiriyoruz. 2022'de ayakkabı tasarım yarışmamızın finalini yapacağız. Dijital ortamda yılda iki kez trend semineri düzenledik. Tasarım yarışmalarımızın finalistleri için kurumsallaşma ve şirketleşme odaklı bir program başlattık. 15 tasarımcı, programımızı başarıyla tamamladı. Tasarımcılarımızı sektörümüz ile doğrudan bir araya getirmeyi amaçlıyoruz. Toplam 15 meslekte mesleki yeterlilik belgelendirme faaliyetleri yürütüyoruz. Sektörümüzü hep birlikte daha ileriye taşıyabilecek güçteyiz. Pandemi nedeniyle ara vermek zorunda kaldığımız sektör buluşmalarımıza devam edeceğiz. Finansmana erişim konusunda ihracatı geliştirme fonu özellikle ihracatçı KOBİ'lerimize çok kıymetli bir destek sunacaktır. Ödül alacak firmalarımızı şimdiden tebrik ediyorum.”



İDMİB; platin, altın, gümüş, bronz ve özel ödül kategorisinde 182 firmayı ödüllendirirken, 128 ihracatçıya da başarı sertifikalarını sundu.



PLATİN ÖDÜL ALAN İLK 10 FİRMA

1. LC WAIKIKI MAĞAZACILIK HİZM. TİC. AŞ
2. TGS DIŞ TİC. AŞ
3. FLO MAĞAZACILIK VE PAZARLAMA AŞ
4. GEZER AYAKKABI DERİ SANAYİ VE TİCARET AŞ
5. METİN AYAKKABI VE TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
6. LOTA AYAKKABI VE DERİ SAN. TİC. AŞ
7. MARMARA DERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
8. DEPAR GROUP AYAKKABI TEKS. İNS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
9. DESA DERİ SAN. VE TİC. AŞ
10. ADESA MAĞ. TEKS. VE DERİ SAN. TİC. AŞ

ALTIN ÖDÜL ALAN İLK 10 FİRMA

1. K.T DERİ TEKS. KONF. SAN. VE TİC. AŞ
2. PRİMA DERİ SAN. VE TİC. AŞ
3. MUYA POLİÜRETAN KAUÇUK SAN. VE TİC. AŞ
4. UYGUNER DERİ SAN. VE TİC. AŞ
5. AR LEDER KÜRK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
6. DANI DIŞ TİC. AŞ
7. VİZYON DERİ SAN. VE TİC. AŞ
8. MERGER AYAKKABI SAN. VE TİC. AŞ
9. ESTİLE AYAKKABI SAN. VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
10. CİHAN DERİ SAN. AŞ



GÜMÜŞ ÖDÜL ALAN İLK 10 FİRMA

1. MANU ATELIER DERİ ÜRÜNLERİ TEKSTİL SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.
2. SABİR ENDİCAN AYAKKABCILIK TİC. LTD. ŞTİ.
3. GÖRKEM BİLGİN AYAKKABI TİCARET LTD. ŞTİ.
4. ROS-TER TERLİK AYAKKABI İÇ VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
5. SÜED MOD DERİCİLİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
6. DGS DIŞ TİCARET AŞ
7. GÜNDÜZ KÜRK SAN. VE TİC. AŞ
8. ALDERİ TİC. VE SAN. LTD. ŞTİ.
9. PETEK SARACIYE SAN. VE TİC. AŞ
10. KİMTEK DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.

Ödül töreninde özel ödüller de sahiplerini buldu. En fazla ülkeye ihracat yapan firma LC Waikiki Mağazacılık Hizm. Tic. AŞ olurken 2020 yılında üye olup en çok ihracat yapan firma Merger Ayakkabı San. ve Tic. AŞ olarak belirlendi. 2020 yılında ihracatını en çok artıran firma ödülü Sato Giyim Ayakkabıcılık İç ve Dış Tic. Ltd. Sti.'ye verildi.



14. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın kazananları ve yılın ihracatçıları ödüllendirildi

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB), bu yıl 14'üncüsünü gerçekleştirdiği Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın finali ve Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni, 6 Ekim'de Renaissance Polat İstanbul Hotel'de gerçekleşti.

İSTANBUL HALI İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından bu yıl 14'üncüsü düzenlenen Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nda final heyecanı yaşandı. Finale kalan sekiz tasarımcının ürüne dönüşen tasarımları sergilenirken yarışmanın kazananı açıklandı. 6 Ekim'de Renaissance Polat İstanbul Hotel'de gerçekleşen final töreninin ardından 2020 yılının başarılı halı ihracatçılarının ödülleri kavuştuğu Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni de yapıldı. İHİB üyeleri ile birlikte kutlanan görkemli geceye İHİB Başkanı Uğur Uysal ev sahipliği yaptı. Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ve TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla gerçekleşen törende; İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak da bulundu.

Etkinlikte İHİB, TİM ve Ticaret Bakanlığı desteği ile çekimlerine başlanan ve ünlü gazeteci, belgeselci Coşkun Aral'ın hazırladığı Güneş'in Sergisi isimli belgeselden kısa bir gösterim yapıldı. Belgesel ile halı sektörünün dünya çapında bilinirliğinin artırılması hedefleniyor.

"TASARIM YARIŞMASI İLE AMACIMIZ, DEĞİŞİMİN ÖNÜNÜ AÇMAKTI"

Gecenin açılış konuşmasını yapan İHİB Başkanı Uğur Uysal, sektörün son 20 yılını kısaca değerlendirerek sözlerine başladı. 2000 ve 2010 yılları arasında sektörün çok hızlı bir büyüme kat ettiğine vurgu yapan Uysal: "Sektörümüzde, geçen 10 yılda yaklaşık 2

milyar dolarlık yatırım yapıldı. Borç ile gerçekleştirilen bu yatırımları geri ödemek üzere sektörümüz canla başla çalıştı. Sektör, Belçika'yı taklit ederek büyüme gayretindeydi. 2005 yılında ben ve birkaç arkadaşım, katma değer yaratmak adına Halı Tasarım Yarışmamızı kurguladık. Tüm okulları tek tek gezerek hocaların ve sektörün görüşlerini aldık. Amacımız; sadece fiyat bazlı hareket eden sektörü uyandırmak, tasarımcıların etkisiyle katma değer yaratmaktı. Geçmişte 'Biz zaten bir markayız, Türk halısı üretiyoruz' diyen herkes, bugün bu yarışmadan çıkan tasarımcıları istihdam ediyor." şeklinde konuştu.

"AHMET DİLER'İN BAŞKANLIĞINDA SEÇİMLERE ADAY OLACAĞIZ"

Yarısmada bugüne kadar binin üzerinde başvuru alındığını, 100'ün üzerinde finalist sayısına ulaşıldığını belirten Uysal: "Yönetime geldiğimiz 2014 yılından bugüne tam 48 projeye imza attık. Amacımız değişimin önünü açmaktı. Gelecek yıl seçimlerde, benim de içinde yer alacağım aynı yönetim kurulumuzla şimdiki başkan yardımcımız Ahmet Diler'in başkanlığında seçimlere aday olacağız." dedi.

"GENÇ TASARIMCILARIMIZ SAYESİNDE ÜRÜNLERİMİZ KATMA DEĞER KAZANACAK"

TİM Başkanı İsmail Gülle, etkinlikteki konuşmasında pandemi döneminde küresel olarak çok önemli

kayıplar yaşandığını, bütün bunlara rağmen Türk ihracat ailesinin başarısının ülke için çok önemli bir değer taşıdığını söyledi. Son 13 ayın 11'inde ihracatta Cumhuriyet tarihi rekorlarının kırıldığını belirten Gülle, 200 milyar dolar hedefinin aşıldığına dikkat çekti. Gülle konuşmasında, ilerideki dönemde hedefin, 300 milyar dolar olduğunu ifade etti. İhracatta yaşanan problemleri çözme yönünde adımların hızlıca hayata geçirildiğini söyleyen Gülle: "Kısa süre içinde Türkiye Lojistik Portalı'nı hayata geçireceğiz. İhracatı Geliştirme Fonu ile Eximbank'tan alınan destekler artacaktır. İhracat artık milli bir mesele. Bu sebeple ihracatı destekleyen yarışmalara önem veriyoruz. Gençlerin enerjisinden heyecan ve başarısından yararlanmamız gerekir. Bütün katılımcılarımızı kutluyorum." dedi.

Halı ihracatının Türkiye açısından öneminin altını çizen Gülle, sözlerine şöyle devam etti: "Geçen sene 2,6 milyar dolarlık halı ihracatı gerçekleştirildi. Şu ana kadarki halı ihracatımız ise 2,4 milyar dolar. Tüm sektörlerde olduğu gibi halı sektöründe de kilogram değerimizi artırmamız gerekiyor. Gençlerimizin fikirlerinin ilmek ilmek dokunarak sanayide can bulması sayesinde ürünlerimiz, çok daha yüksek değerlere satılacak. Bugün ödül alacak olan başarılı ihracatçılarımızı da kutluyoruz. Sizlerle gurur duyuyoruz."

"İNOVASYON VE TASARIM DÜNYADA REKABETÇİ OLMANIN TEMEL ŞARTI HÂLİNE GELDİ"

Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ise konuşmasında, "Bugün 14. Halı Tasarım Yarışması'nda sizlerle birlikte olmaktan mutluluk duyuyorum. Geçen sene ülke olarak yüzde 1,8 büyüdük. Bu sene ikinci çeyrekte 21,7 büyüme elde ettik. Bu seneyi yüzde 9'ların



1. EYLEM BARIN



2. ŞULEGÜL BEKTAS



3. SALİH GİRCİÇ

üzerinde bir büyüme oranı ile kapatacağımıza inanıyoruz. Geçen ay Türkiye ihracatı 20,8 milyar dolara ulaşarak psikolojik sınır olan 20 milyar doların üzerine çıktı. 2021 yılının sonunda, toplam ihracatımızın 211 milyar doların üzerinde gerçekleşmesini hedefliyoruz." dedi.

İnovasyon ve tasarımın dünyada rekabetçi olmanın temel şartı hâline geldiğine vurgu yapan Turagay: "Halı sektörümüzün ihracatı, geçen sene 2,6 milyar dolar oldu ve yüzde 2,6 arttı. Genel olarak dünya ticaret hacminin yüzde 5,8 daraldığı bir ortamda bu büyüme çok önemli bir başarıdır. Bu sene sektörün ihracatına baktığımızda ise yılın ilk dokuz ayında 2,4 milyar dolara ulaştığımızı görüyoruz. 2019 yılına göre de sektörümüzün ihracatı yüzde 31,3 arttı. Bu seneyi ihracatçılarımızın emekleri sayesinde 3 milyar doların üzerinde bitireceğiz. ABD'ye ihracat artışımız yüzde 47. Makine halısında şu anda dünyada en büyük üçüncü ihracatçıyız. Tasarımcılarımızın yarattığı harika tasarımları inceledik. Yarışmaya katılanları kutluyorum. Her bir tasarımcımız çok değerli." ifadelerini kullandı.

BİRBİRİNDEN FARKLI TEMALAR, HALI VE KİLİMLERE YANSIDI

Başkanlığını Nihat Yıldız'ın yaptığı ve sektörün değerli isimlerinden, akademisyenlerden oluşan jüri tarafından belirlenerek finale kalmaya hak kazanan sekiz yarışmacının tasarımları, yarışma sürecinde ürüne dönüştü. 6 Ekim'de yapılan final jürisi ile sekiz finalist arasından kazanan isimler belirlendi.

Halıcılık sanatının gelişimine katkıda bulunmak ve sektöre canlılık kazandıracak genç halı tasarımcılarını keşfetmek amacıyla yola çıkan organizasyonun finalistlerinden Asena Saban, "Komşuluk" temasıyla komşuculuğun apartman geometrisindeki yerini anlattığı





“YIL SONUNDA 3 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFLİYORUZ”

İTKİB HEDEF dergisine sektörle ilgili değerlendirmelerde bulunan İHİB Başkanı Uğur Uysal; tüketicilerin kullanım alışkanlıklarının ‘kullan-at’ modelinde olması ve dünyadaki halı imalatının yüzde 70’inin Türkiye’de yapılmasının Türk halı sektörüne olan ilginin artmasını sağladığını belirtti. Sektörün talebi karşılamak adına ek yatırımlar yaptığını değinen Uysal: “Özellikle ev tekstili alanında 2020 yılı çok yoğun geçti. Pandemi döneminde insanlar evindeki eşyaları değiştirmeye başladı. Şu anda sektör olarak ihracatımızın yüzde 50’sini ABD’ye yapıyoruz. Geçen seneyi 2,6 milyar dolarla kapatmıştık, bu yıl sonunda 3 milyar dolar ihracat hedefliyoruz.” dedi.



UĞUR UYSAL
İHİB BAŞKANI

Ulusal Halı Tasarımı Yarışması ile ilgili de görüşlerini paylaşan Uysal: “Yarısmada 15’inci senemize giriyoruz. İlk günden beri çok fazla şey değişti. Sektörü bu duruma ikna etmek zor olsa da şu an geldiğimiz noktada yarışmadan çıkan tasarımcılarımızın yüksek maaşlarla sektörümüzde istihdam edildiğini görüyoruz. Bu, bize gurur veriyor. Amacımız genç tasarımcıları sektöre kazandırmaktı. Sektörümüzün bu ülkeye yapacağı en önemli katkı tasarımcılarımız ve AR-GE çalışmalarını sağlanacaktır.” şeklinde konuştu.

çalışmasıyla yarışmaya katıldı. “Ying Yang” temasıyla Cansu Nur Aycan zıtlıklardan doğan birliği temsil eden eseriyle, Eylem Barin ise “Padipenganten” temasıyla kilim tekniği kullanılan çalışmasıyla yarışmada yer aldı. Firdevs Büşra Aydın “The Lichen” temasıyla dikkat çekerken İpek Şevik “Cities” teması ile İstanbul, Newyork, Barcelona ve Meksika şehirlerinin formlarını kendi bakış açısıyla tasvir etti. “Sır” teması ile Salih Girgiç, Labrador taşını geleneksel keçe tekniği ile yorumlarken Sultan Bayazit, “Harita; Mississippi” temasıyla Mississippi Nehri’nin jeolojik aşamalarını ifade etti. Yarışmaya “Çizgi” temasıyla katılan Şulegül Bektaş ise renklerin çizgisel hareketini farklı dokuma teknikleri ile yorumladı.

Her yıl olduğu gibi bu yıl da genç yeteneklere sektörün fırsat kapılarını aralamaya devam eden Türkiye’nin en kapsamlı halı tasarım yarışmasının birincisi “Padipenganten” temasıyla Eylem Barin oldu. Barin’e ödülünü Tim Başkanı İsmail Gülle ve Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay verdi. Yarışmanın ikincisi “Çizgi” teması ile Şulegül Bektaş olurken, üçüncüsü ise “Sır” teması Salih Girgiç oldu.



HALI İHRACATININ YILDIZLARI

Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni kapsamında dokuma makine halısı, tufting halı, kadife halı ve seccade ile el halısı kategorilerinde 2020 yılının en başarılı ihracatçılarına ödülleri takdim edildi.



DOKUMA MAKİNE HALISI KATEGORİSİ

Merinos Halı
Nema atırım
Bahariye Mensucat
Grand Halı
AHS Halı
Norm Halı
Saray Halı
Sofiteks Tekstil
Woolknot Halı

TUFTING HALI KATEGORİSİ

Dinarsu
Nurteks Halı
Confetti Halı
Pakteks
Step Halıcılık
Reform Spor
Hatko
Samur
Banyolin Halı
Fields Masters



KADİFE HALI VE SECCADE KATEGORİSİ

Ceyhan Tekstil
Nazar Kadife
Erto Tekstil
Gökkuşağı 2000
Aydın Tekstil
Özakbulut Tekstil
Kale Kadife
Akdeniz Mensucat
Semateks Mensucat
İslamoğlu Tekstil



EL HALISI KATEGORİSİ

Form Halı
Apeks Tekstil
Aga Can Halı
Elif Su Turizm
I.C.I. Uluslararası Halı
Söylemezler Halı
Kirkit Rugs
Nomad Halıcılık
Serkan Güney Halı
Sentez Turizm





TEKSİM GİYİM YÖNETİM KURULU BAŞKANI HALDUN BOZ

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, OPERASYONEL MÜKEMMELLİKTİR”

Dünya devi Hugo Boss tarafından “Operasyonel Mükemmellik” ödülüne layık görülen Teksim Giyim Yönetim Kurulu Başkanı Haldun Boz ile bu ödülü hak etmesini sağlayan etkenleri ve Türk hazır giyim sektörünün geleceğini konuştuk.

T

ürk hazır giyim sektörüne dünyanın en önemli markalarının tedarikçisi konumu ile damga vuran Teksim, 35 yıldır faaliyetlerine devam ediyor. Yönetim Kurulu Başkanı Haldun Boz, sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarına hız kattıklarını ve sektörün geleceğini şekillendirecek konulardan birinin “sürdürülebilirlik” olduğunu ifade etti.

Nova Fashion Group’un 35 yıllık markalaşma sürecinden ve kuruluşundan bahsedebilir misiniz?

Sekiz yıllık profesyonel iş hayatımdan sonra ilk firmamız olan Novateks’i kurdum. 1986’dan bu yana hazır giyim sektöründe önce temsilcilik, sonra üretim, tedarik ve benzeri alanlarda iş yapan bir grup haline geldik. İstikrarlı büyüyen bir aile şirketiyiz.

Pandemi döneminden nasıl etkilendiniz?

Pandemi her ihracatçıyı etkilediği gibi bizi de etkiledi. Geçen yıl, 2019’a nazaran TL bazında yüzde 14 büyüme kaydetmiş olsak da dolar bazında yüzde 6 oranında küçülme yaşadık. Kurumsal ve güçlü müşteriler ile çalışıyor olmamız pandemiden nispeten az hasarla çıkmamıza olanak sağladı. Müşteri ilişkilerimizde bir olumsuzluk yaşamadık. İhracat açısından siparişlerde doğal olarak bir azalma oldu. Çünkü müşterilerimizin mağazaları kapandı.



İHKİB olarak, hazır giyim ihracatının gelecek dört yıl içinde en az 25 milyar dolar düzeyine çıkacağını düşünüyoruz. Amacımız, Türkiye'yi dünya hazır giyim tedarikinde Çin'den hemen sonraya, ikinci sıraya yükseltmek.

Fakat grup olarak ciddi bir sipariş iptali yaşamadık. Müşterilerimizle 20 yıla dayanan iş birlikteliklerimiz, bu kriz sürecini karşılıklı anlayış içinde yürütüp aşmamızı sağladı.

Bu yılın ikinci yarısından itibaren talepte ciddi bir artış var. 2021 yılını beklentimizin üzerinde bir ciro ile kapatacağız. Asıl sıçrama, 2022 ve 2023'te olacak. 2022'nin ilk yarısına şimdiden kontratlı, ciddi miktarda sipariş var. Biz pandemi dönemini tesislerimizi, IT altyapımızı, ÜR-GE olanaklarımızı yenileyerek ve kapasitelerini büyüterek değerlendirdik. Pandemi döneminde yaptığımız yatırımların meyvelerini 2022 ve sonrasında toplayacağız.

Türk hazır giyim sektörünün pandemi dönemini fırsata dönüştürdüğü ve özellikle Amerika'dan ciddi talep aldığı söyleniyor. Uzun yıllardır Avrupalı alıcılar ile çalışan bir marka şirket olarak bu konudaki gözlemlerinizi nedir?
Pandemi öncesinde de özellikle ABD'den Türkiye'ye yoğun bir yönelim başlamıştı. Bunun sebebi, Çin ile ABD arasında başlayan ticaret savaşıydı. Ancak pandemi ile yeni müşteri talepleri kesildi, hâlihazırda başlamış ilişkilere ara verildi. 2021'in ikinci yarısından itibaren işler toparlanmaya başladı. Üçüncü ve dördüncü çeyrek ile geçen yılları kıyasladığımızda, iş hacmimizin ciddi şekilde arttığını görüyoruz. Şirket olarak pandemi döneminde yaptığımız yeni yatırım ile iç üretim kapasitemizi yüzde 50 artırdık.

İşlerin normalleştiğini belirttiniz. En azından sektör, pandeminin gölgesinden çıktı diyebiliriz. Bu durumda yeni müşteri ve alıcıların ilgisi hakkında ne söylersiniz?
Grup olarak Avrupalı, İngiliz ve Amerikalı müşteriler ile çalışıyoruz. Çok ciddi bir yeni müşteri ilgisi var. Alıcıların Türkiye'ye aniden yönelmelerinin sebebi, Çin'deki Sincan sorunu, Çin pamuğuna getirilen ambargolar, Çin'in artık eskisi gibi rekabetçi fiyat vermemesi. Bütün bunların yanında pandeminin neden olduğu tedarik zincirindeki kırılmalar sonrasında Türkiye'nin, yakın tedarik pazarı olmasının getirdiği fırsatlar da var önümüzde. Bu fırsatları iyi değerlendirebilirsek İHKİB olarak, bu

Önümüzde sürdürülebilirlik adı verilen devasa bir konsept var. Türk sanayisinin ve ihracatçısının sürdürülebilirlik kavramını iyi anlaması, uygulamaya geçirmesi gerekiyor.

yıl 20 milyar dolar seviyesinde gerçekleşecek hazır giyim ihracatının; gelecek dört yıl içinde en az 25 milyar dolar düzeyine çıkacağını düşünüyoruz. Amacımız, Türkiye'yi dünya hazır giyim tedarikinde Çin'den hemen sonraya, ikinci sıraya yükseltmek. Bu yükseliş, gerçekleşmesi zor bir hayal değil. Avrasya Bölgesi'nin en iyi, en entegre, kalite standartları en oturmuş ülkesi olmamız sayesinde yakın gelecekte bu hedefe ulaşmamız mümkün.

Sizce Türkiye'nin dünya hazır giyim tedarikinde ikinci sıraya yükselmesi için atılması gereken en önemli adım nedir?
Öncelikle yatırım yapmamız gerekiyor. Bunun için ihracatçının finans kaynaklarına ulaşımında kolaylık sağlanmalı. Yatırım yapabilmek için uzun vadeli kaynaklara, işletmenin devamı ve büyümesi için de kısa ve orta vadeli işletme sermayesine ihtiyaç var. Türkiye'de bu eksikliği tamamlamak için Eximbank'ın çok etkin şekilde ihracatçıların arkasında durması gerekiyor. Şu anda böyle bir fon çalışması mevcut. Bu kaynak ve Eximbank kaynakları bir araya gelirse, ihracatçı için ciddi bir rahatlatma olacaktır.

Önümüzde sürdürülebilirlik adı verilen devasa bir konsept var. Türk sanayisinin ve ihracatçısının sürdürülebilirlik kavramını iyi anlaması, uygulamaya geçirmesi gerekiyor. Sürdürülebilirliği yalnızca çevresel etkenler olarak ele almak eksik olur. Sürdürülebilirlik, bir kuruluşun yaşamını sağlıklı şekilde devam ettirebilmesi için takip etmesi gereken tüm süreçler, konseptler ve risk yönetim mekanizmalarının bir bütünü olarak algılanırsa çok daha doğru olur.

Sürdürülebilirliği tüm iş süreçlerimizin içine almalıyız. Bu kavram, içinde önce insan ve yetkin ekipler, beraberinde sağlam bir altyapı, çevre koruması, gelecek kuşakları düşünen kaynak

“TÜRK SANAYİSİNİN VE İHRACATÇISININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İYİ KAVRAMASI VE UYGULAMAYA GEÇİRMESİ GEREKİYOR

Sürdürülebilirliği tüm iş süreçlerimizin içerisine almalıyız. Bu kavram, içinde önce insan ve yetkin ekipler, beraberinde sağlam bir alt yapı, çevre koruması, gelecek kuşakları düşünen kaynak tüketimleri, izlenebilirlik ve en önemlisi şeffaflık barındırıyor. Biz, buna “Operasyonel Mükemmellik” diyoruz ve bu alana yatırım yapıyoruz.

tüketimleri, izlenebilirlik ve en önemlisi şeffaflık barındırıyor. Biz buna “Operasyonel Mükemmellik” diyoruz ve bu alana yatırım yapıyoruz.

Pandemi döneminde tüketicilerin harcamaları da azaldı. Geldiğimiz noktada tüketici davranışlarını nasıl değerlendirirsiniz?

Pandemi yaşantılarımızda unutulmayacak izler bıraktı. Belki 100, 200 yılda bir olabilecek bir zaman diliminden geçiyoruz. Pandemi sonrası hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını düşünüyorum. İnsanların tüketim alışkanlıklarında ciddi değişiklikler oldu, daha da olacak. Bilinçli tüketime doğru bir kayış var. Az ama öze, doğala, sürdürülebilir olana ilgi ve yönelim var ve bu artacak. Bundan sonraki süreçte kaliteli ürün, kaliteli süreçler daha da değerlendirilecek. Bunu hep birlikte yaşayıp göreceğiz.

Yıllık ihracat hacminiz nedir?

Grup içi satışlarımız hariç toplam net konsolide cironun bu yıl 77 milyon dolar civarında olacağını öngörüyoruz. Gelecek yıl bu rakamı 90 milyon dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Bu cironun çok önemli bir kısmı ihracattan geliyor.

Hugo Boss'tan aldığınız ödül hakkında neler söylemek istersiniz?

Hugo Boss ile 20 yıldan beri iş birliği yapan bir firmayız ve markanın dünyadaki ana tedarikçilerinden biriyiz. Hugo Boss, her yıl üreticilerini bir reytinge tabi tutar. Bu reytinglerde zaten hep en üst sıralarda yer almışızdır. Markanın yeni yönetimi, bu yıl bir ödül sistemi getirmiş. Bu doğrultuda “Operasyonel Mükemmellik” ödülüne layık görüldük. Bundan, elbette mutlu olduk ve büyük kıvanç duyduk.

Bu ödülü almamızdaki en büyük etkenlerden biri, yıllardır ekibimize ve iş süreçlerimize yapmış olduğumuz yatırım. Operasyonel Mükemmellik, sürdürülebilir bir başarıya ulaşmak için uygulanan ve birçok alanı kapsayan bir yönetim sistemi. İçince risk yönetimi, planlama ve tedarik yönetimi, çevre yönetimi, adil yaşam ücreti yönetimi, atık yönetimi gibi birçok konuyu barındırıyor ve sürekli yenileniyor, kendini geliştiriyor.

Türkiye'nin dünya hazır giyim tedarikinde ikinci sıraya yükselmesi için öncelikle yatırım yapmamız gerekiyor. Bunun için ihracatçının finans kaynaklarına ulaşımında kolaylık sağlanmalı.

Nasıl bir gelecek; ne zaman gelecek?

Salgın sonrası küresel boyutlu bir ekonomik kriz oluştu. Ekonomide ve genelde tüm insan bilimlerinde, gelecek üzerine tahminler yapmak riskli ve zor bir iş.

BİR SÜREDİR dünyayı etkisi altına almış olan COVID-19 salgını sonrası küresel boyutlu bir ekonomik kriz oluştu. Kriz, kendini:

- 1- İnsan insana çalışan hizmetler sektöründe keskin bir işsizlik,
- 2- Gerek tedarik zincirlerinde olan kopukluklar (mesela akıllı sığatına sahip telefon, bilgisayar ve araba sektörlerine kadar uzanan bir elektronik çip bunalımının oluşturduğu arz yetersizliği) gerekse küresel üretim ve ticareti yavaşlatan diğer nedenlerden doğan arz yetersizliği,
- 3- Özellikle gıda ve güvenliğe yönelik bazı ürünlerin "stratejik" olarak sınıflandırılması ile ihracat sınırlamalarının yarattığı ek bir arz eksikliği,
- 4- Devletleri işsizlik ve sağlık güvenliği arasındaki dengeyi, ek devlet harcamaları ile oluşturmaya çalışan politikaların yol açtığı bir enflasyon tsunamisi olarak gösteriyor.

SORUN; EKONOMİK ETKİLERİN HANGİ BOYUTTA KALICI OLACAĞI

Sorun; bu kısa dönem ekonomik etkilerin, hangi boyutlarda kalıcı olacağı veya olmayacağı olarak ortaya çıkıyor. Ekonomide ve genelde tüm insan bilimlerinde, gelecek üzerine tahminler yapmak riskli ve zor bir iş. Bir boyutu tahmin, bir boyutu da temenni olmak üzere bu konudaki görüşlerimi aşağıda sıralıyorum:

COVID-19 salgını sonrası dünyada küresel ekonominin küçülmesine yol açan ve dış ticaretin insafına bırakılmayacağı için "stratejik" olarak sınıflandırılan başta tarım ürünleri ve benzeri ham madde ürünleri ile güvenlik ürün ve hizmetlerine getirilebilecek ihracat sınırları belli bir rol oynayabilir. Kanımca insanlığa hiçbir yararı olmayacak bu panik politikasının doğuracağı sakıncalar, -1929 ekonomik krizi sonrası örneği de düşünülerek- bir an önce anlaşılır ve dünya ticareti olumlu bir raya oturur. Bunun tersi bir durum, önceki yüzyıl gibi dünya savaşlarına yol açmasa da yerel çatışmalara ve bu çatışmaları besleyen aşırı ırkçı ve milliyetçi akımlara neden olacaktır.

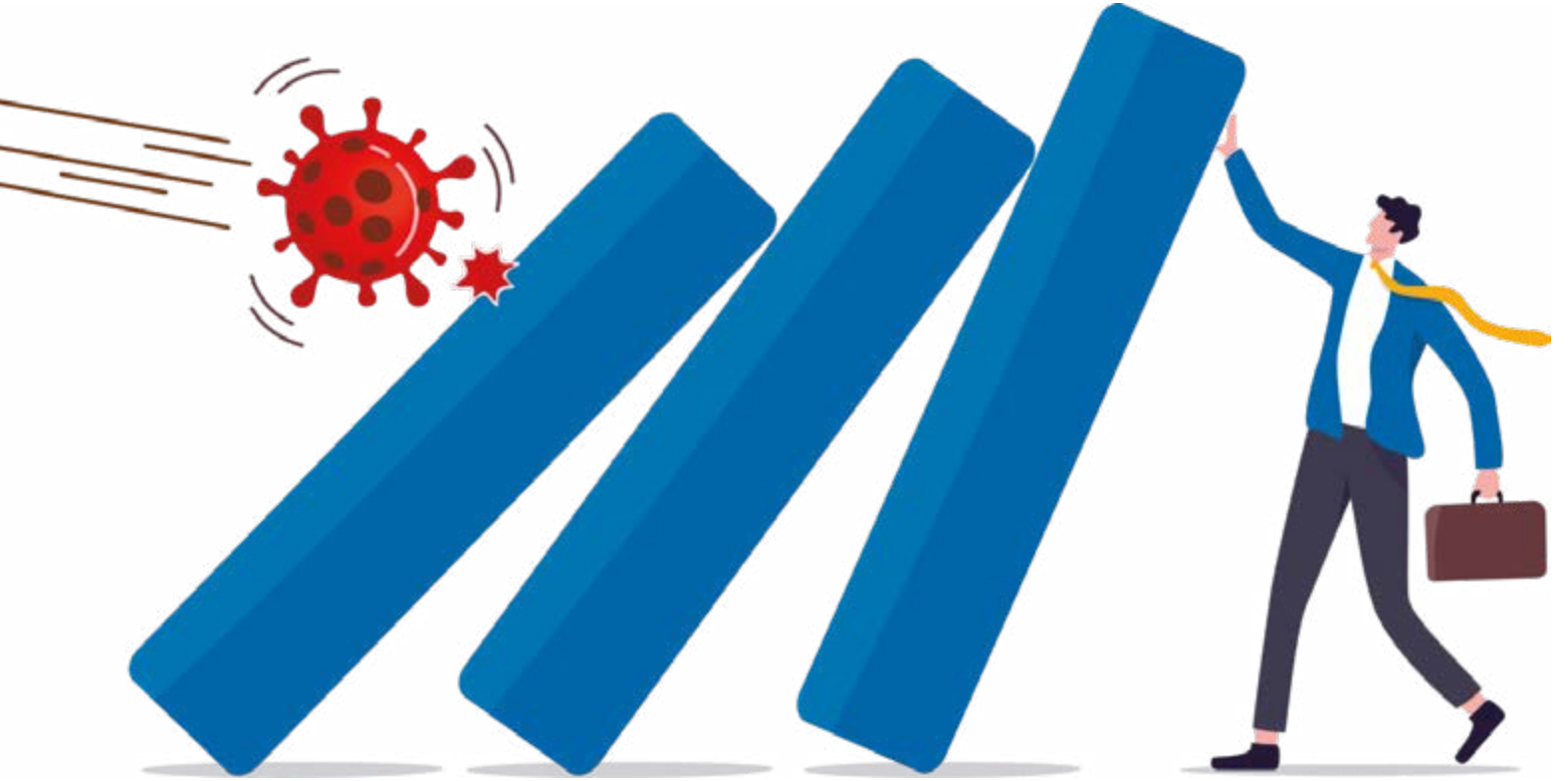
Yakın gelecekte teknolojik gelişmelerin sonucu, enerji sorununun nükleer santrallere dayalı elektrik ve/veya hidrojen enerjisi ile kesin bir çözüme kavuşacağı; çeşitli kritik ham madde darboğazlarının, moleküler mühendislik teknolojilerinin malzeme bilimlerine getireceği yenilikler ile aşılabileceği inancındayım.

Yanlış anlaşılmasın; dünya ticaretindeki küçülme ve uluslararası ekonomik ilişkilerin zayıflatılması, özellikle gelişmiş ülkelerde panik yaratan işsizlik sorununa bir çözüm olmadı -ABD'de Trump ve onu yakından izleyen Biden politikaları, Brexit, Sarı Yelekliler, İspanya, İtalya ve Almanya'da gözlenen ayrılıkçı ve faşist akımları besleyen işsizlik korkusu örnekleri önümüzde ve olmayacaktır. Teknolojik İş(lev) sizlik adını verdiğim bu olgu, bu yazıda özetleyemeyeceğim kadar derin ve karmaşık bir olay!

COVID-19 krizi öncesinde başlamış ve kriz sonrası başta petrol olmak üzere enerji talebindeki ve petrol fiyatlarındaki hızlı düşüş, kanımca gelecekte de devam edecektir. Bu düşüşte küresel ısınma önlemleri, teknolojik gelişmeler ve yenilenebilir enerji kaynaklarının artan kullanımı rol oynamaktadır. Ayrıca sık sık dile getirilen ve kritik bir doğal kaynak olarak görülen "su" ve tarım üretimi de bir darboğaz oluşturmayaacaktır. Bu darboğazın aşılması gerek teknolojide gerekse de enerji kaynaklarındaki gelişmelere endekslili olup kalıcı bir darboğaz değildir. Deniz suyundan tatlı su elde etmenin enerji ve teknoloji ile ilişkisi çok açıktır. Öte yandan çağımızdaki en yoğun ve sonuç vermesini beklediğimiz, geleceğe yönelik teknoloji araştırmaları nanoteknoloji -ya da benim moleküler mühendislik adını vermeyi tercih ettiğim- alanının, özellikle biyoloji (tarım ve insan sağlığı) ve malzeme bilimlerine olan uygulamalarından oluşmaktadır.

Bu nedenle yakın gelecekte teknolojik gelişmelerin sonucu, enerji sorununun -toryum veya başka bir elemente bağlı- nükleer santrallere dayalı elektrik ve/veya hidrojen enerjisi ile kesin bir çözüme kavuşacağı; çeşitli kritik ham madde -mesela lityum- darboğazlarının, moleküler mühendislik teknolojilerinin malzeme bilimlerine getireceği yenilikler ile aşılabileceği inancındayım.

YAPAY ZEKÂ VE BÜYÜK VERİNİN ETKİLERİ Dikkat edilirse yukarıdaki yorumlarımda çok moda bir tabir olan "yapay zekâ" ve onun temelini oluşturan büyük veriye sahip olmanın, uzun dönemde geleceği belirleyebileceği



görüşlerine hiç yer vermedim. Çünkü bu görüş "enformasyon" ile "bilgi" arasındaki farkı anlayamamaktan kaynaklanan bir yanılgı. Yapay zekâ, ham enformasyondan nedensellikleri belirleyen ve açıklayan türde bir enformasyonun, yani bilimsel bilginin otomatik olarak üretilebilme tekniklerinden oluşuyor. Yapay zekânın bilgi üretme kapasitesi üzerindeki kısıtları açıklayabilmek bu yazının sınırlarını aşar.^{2, 3, 4}

Geleceğe yönelik yukarıda çizdiğim resim, birkaç iyimser temenni dışında oldukça pembe görünüyor. Bu konuda okuduğum ve sizlerin de büyük olasılıkla okumuş olduğunuz yazılar, çoğu kez iyimserlik değil kâbuslarla dolu. Kâbusların kaynağında -içeriğini fazlasıyla yitirmiş yarı Marksist kapitalizm eleştirilerinin yanı sıra- ya dünyadaki



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

doğal kaynak yetersizliklerine işaret eden ve bu nedenle Merih'te bir koloni oluşturmaya kadar varan anlamsız abartılar ya da yapay zekâ argümanları kullanılarak gelecekte özgür insan iradesinin yerini alacak fantezi bir robotlar dünyası çizen görüşler yer almakta. Kanımca bu görüşlerin arkasında teknik birikimi yetersiz günümüz dünyasını, bilim ve teknolojinin sınır ve olanaklarını iyi anlamamış sosyal bilimcilerle, teknik birikimi yeterli ama abartarak insanları korkutmayı seven bilim kurgu fantezilerinin hayranları yatıyor. İki gruptan da sakınmak gerek.

1. K. İnan, "Teknolojik İşlevsizlik", 2012 İletişim Yayınları (2019, 2. baskı)

2. Yeni bilgi üretmenin siyah kuğu gibi beklenmedik bir olgu olduğunu anlamak için bkz.

Nassim Nicholas Taleb, *The Black Swan*, 2010 Random House.

3. Michael Polanyi, *Personal Knowledge*, 2015 The University of Chicago Press

4. Kemal İnan, https://youtu.be/HdD_gamOXM, 20.1.2021 tarihli Bilgi ve Ekonomi Derneği'ndeki sunuş



OSMAN CAN
CAN CARPET SAHİBİ

“Türkiye’de halı ve kilim dokuyuculuğu devam etmeli”

İzmir’de Osmanlı ve Selçuklu dönemi halılarının üretimini yapan Can Carpet’ın sahibi Osman Can ile halıcılığın Türkiye’deki gelişimini ve kadınlara sağladığı istihdamdan kültürel katma değere kadar sektörün öne çıkan özelliklerini konuştuk.

ÇOCUK YAŞTAN itibaren halıcılık sektörünün içinde olan Osman Can, babasının zorlukları nedeniyle karşı çıkmasına rağmen sektörün imalat alanında faaliyet göstermeye karar verdi. Uzun yıllardır birçok kadına istihdam sağlayan ve eski usul, doğal yöntemlerle üretim yapmaya devam ettiklerini söyleyen Can; Türkiye’de halı ve kilim dokuyuculuğunun devam ettirilmesi gerektiğini vurguluyor.

Halıcılık mesleği ile nasıl tanıştığınızı sizden dinlemek isteriz.

Halıcılık sektörü ile babam sayesinde tanıştım. Babam halıcıydı. 1962 yılında babam berberlik yaptığı sırada Meryem Ana Kilisesi’ne atanan bir papaz, kilise açıldıktan sonra bu bölgeye çok turist geleceğini ve bu sebeple dükkânın bir köşesinde hediyelik eşyalar satmasını tavsiye ediyor. Babam bu sırada papazdan Almanca öğreniyor ve ona Türkçe öğretiyor. 1965 yılına gelindiğinde işletmesini tamamen hediyelik eşya dükkânına çeviriyor. 1968 yılında ise halı ve kilim sektörüne geçiyor. 1977 yılında, henüz yedi yaşındayken dükkâna gitmeye başladım. 82-83 yıllarında halıcılığa merak saldım. İnsanlar bu işi nasıl yapıyor diye araştırmak için İzmir’de Çankaya ve Basmane bölgesindeki halıcılara gidiyordum. Bizim dükkânımız çok küçüktü. Çocukluğumdan beri hep büyük dükkân açma hayalim vardı. Bir şeyler alıp satmayı, insanlarla iletişim halinde olmayı seviyordum. Yurt dışını çok gezdim. Her yeni kültür, yeni bir vizyon sağlıyor.

Babam işin ticaret kısmındaydı. 1995 yılında imalat yapma önerisinde bulundum. Babam, imalat kısmının zorluğundan dolayı buna sıcak bakmadı.

Nasıl karar verdiniz imalat alanında faaliyet göstermeye?

Gezerken çok orijinal, klasik olmayan halılar görüp beğeniyordum. Neden bu halıları üretmiyorum diye düşündüm. Almanya’dan bir arkadaşım 40 santime üç metrelik bir halı istedi. Türkiye’de böyle bir halı bulamadım. O zaman karar verdim imalat işine girmeye.

Özellikle Selçuklu ve Osmanlı halıları konusunda dokumalar yapıyorsunuz? Bu halıların en önemli özellikleri neler?

Biz Selçuklu ve Osmanlı halılarını dokuyoruz. Bunun dışında kendi çalışmalarımız da mevcut. Müşteri siparişine özel halı da dokuyoruz. Her çeşit dokuma konsepti gerçekleştiriyoruz. Bu halıların en önemli özellikleri geometrik desenleri ve yazı motifleri kullanmaları. Selçukluların toplamda 11 tane modeli

Dokuma atölyesi kurmaya karar verdiğimizde bu kadar zorlanacağımızı tahmin etmemiştik.

var. Hepsi çok etkileyici, yaşanmışlığı hissettiren, üzerine düşünülmüş modeller.

İzmir, Selçuk’taki işletmeniz hakkında da bilgi verebilir misiniz?

İzmir Selçuk’ta, tarihi bir bina içinde iki katlı bir merkezimiz var. Merkezimizde iki çalışanımız bulunuyor. Çamlık’ta ise dokuma atölyemiz ve dükkânımız mevcut. 300 metrekarelik bir alanda halı köyümüz bulunuyor. Gelen misafirlerimizi orada ağırlıyoruz. Sabit olarak 15 tane halı dokuyucumuz var. Siparişe göre kapasitemizi 100-150 kişiye kadar artırabiliyoruz. Burada çok insan yetiştirdik. Bağlarımızı hiç koparmadık onlarla. Ek gelir kazanmak isteyenlere zaman zaman katkı sağlamaya çalışıyoruz.

Burada satış ve dokuma haricinde neler yapıyorsunuz? Halı köyünüzden biraz daha bahsedebilir misiniz?

Üretim süreçlerimizde kullanılan kök boyayı burada yapıyoruz. Biz sadece doğal boya ile çalışıyoruz. Yünümüzü de doğal olarak kullanıyoruz. Koyunlarımızı kırparken derilerinin zedelenmemesi için Amerika’dan özel makaslar getirttik. 4-5 kişilik bir ekip bu yünleri yıkıyor. 30 tane yaşlı teyzemiz var. Yünler yıkandıktan sonra teyzelerimiz bu ipleri eğiriyorlar. İpler, halı köyüne geliyor ve boyama kazanlarımızda kök boyalar ile boyanıyor.

Müşterilerinizin bu doğal ürünlere bakış açısı nasıl? Pandemi döneminde nasıl bir ilgi gözlemlediniz?

Müşteri, el emeği göz nuru ile yapılmış ürünleri seviyor. Bizim ürünlerimizdeki doğallığı hissediyorlar. Müşterilerimiz, ürünlerimizi çok seviyor. Doğal ürünlere karşı artarak süren bir ilgi var. Halı hakkında bilinen pek çok şeyin yanlış olduğunu görüyorlar. Bu iş genel olarak maddi kazanç odaklı yapıldığından sektörde bazı kirlenmeler söz konusu. Biz de bozulmadan ayakta durmaya çalışıyoruz.





Pandemi döneminde doğal ve el emeği ürünlere karşı bir talep artışı yaşandı. İnsanlar bu süreçte evde daha çok zaman geçirince halılarını değiştirmek istedi. Bu durum bizim satışlarımızın düşmemesini sağladı. Müşterilerimiz, buraya gelemese bile telefon ve internet yolu ile siparişlerini vermeye devam etti. Bu dönemde doğal olan her ürüne talep arttı. Yine de kötü niyetli insanların tekrar piyasaya girmeleri, sektörümüz için bir risk oluşturmaya devam ediyor. Buna dikkat etmemiz gerekir.

Dokuma atölyenizi ilk kurduğunuz dönemde ne tür zorluklar ile karşılaştınız?

Bu süreçte çok zorladığımızı söyleyebilirim. Hayatta para kazanmaktan başka bir vizyonum olmalı diye düşündüm. Dokuma atölyesi kurmaya karar verdiğimizde bu kadar zorlanacağımızı tahmin etmemiştik. Babamın tüm uyarılarına rağmen bu işe girmeye karar verdim. Eşim, halı dokuma öğretmeni. Ondan da aldığım cesaret ile böyle bir işe kalkıştım. Halı köyümüzün inşaatını 90 günde bitirdik. Bu süreçte doğru personel bulmakta çok zorlandık, hatırı sayılır bir para ve zaman kaybı yaşadık. 2007 yılına geldiğimizde her şeyi rayına oturtmuştuk. Bu süreç bizim için yaklaşık 10 sene sürdü.

Fakat geldiğimiz noktada Çankaya Köşkü'ne, Külliye'ye halı dokuduk. Budapeşte'de parlamento binalarının halılarını dokuduk. Rahmi Koç gibi Türkiye'nin önemli isimleri bizi destekliyor. Dünyaya kalıcı eserler bırakmaya çalışıyoruz.

Aynı zamanda Ege Bölgesi'nin çeşitli yörelerinde de dokuma yaptırıyorsunuz. Bu konuda bilgi verebilir misiniz?

Manisa Sarıgöl'de kilim dokuma, Demirci'de halı dokuma, Denizli'de ipek dokuma yaptırıyoruz. Konya'nın belli bölgelerinde, evlerde dokuyucularımız bulunuyor. Bilhassa kadınların, çalışmalarını destekliyoruz. Kadınların ekonomik bağımsızlığını önemsiyoruz. Bir yardımcı ve bir boyacımız dışında dokuyucularımızın ve çalışanlarımızın tamamı kadınlardan oluşuyor.

Anadolu'nun ve Ege'nin çeşitli bölgelerindeki bu dokumalar, dokuyucuların evlerinde yapıyor. Normalde bir halı iki ayda dokunuyorsa evlerde altı ayda bir halı dokunuyor. Çalışanlarımız, kendi kişisel işlerinden arta kalan zamanlarda dokuma gerçekleştiriyor.

Toplamda kaç kadına istihdam sağlıyorsunuz?

15 tane sabit dokuyucumuz var. Zaman zaman 50-60 personele kadar çıkabiliyoruz. Dağlardan ot toplayan bir ekibimiz de var. Toplanan otları kurutup taş değirmende toz hâline getiriyor ve kök boyamada kullanılabilir hâle sokuyoruz. 30'a yakın çalışanımız bizim için yün eğiriyor. Toplam olarak düşündüğümüzde, zaman zaman değişmek kaydıyla ortalama 50 kadına istihdam sağlıyoruz.

Yün eğirme, genç kuzaklara öğretiliyor mu? Bu mesleğin geleceği ile ilgili ne düşünüyorsunuz?

Gençler, yün eğirme işine meraklı değiller. Birlikte

Manisa Sarıgöl'de kilim dokuma, Demirci'de halı dokuma, Denizli'de ipek dokuma yaptırıyoruz. Konya'nın belli bölgelerinde, evlerde dokuyucularımız bulunuyor.

çalıştığımız bu işin son temsilcileriyle birlikte mesleğin sona ereceğini düşünüyorum.

Dokuyucularımız oldukça genç yaşta. Yaz tatillerinde çocukları eğitip harçlıklarını çıkarmalarını sağlıyoruz. Gençleri bu şekilde yetiştiriyoruz. Üniversiteye giden kızlara sponsor oluyor, eğitim hayatlarına destek veriyoruz. Tatil dönemlerinde bizimle çalışıyorlar. Üniversiteye gitmeyenleri hemen işe alıyoruz. Bağlantımız hiçbir zaman kopmuyor, istedikleri zaman evlerinde dokuma yapmaya devam ediyorlar. Bu şekilde birçok kızımızı burada yetiştirdik.

Osmanlı Dönemi'ndeki dokuyuculuk ile bu dönemde yapılan dokuyuculuk arasında sizce nasıl farklar var? Siz tamamen doğal ürünler kullanıyorsunuz fakat kullanılan malzemeler açısından yapılan halılar, eskiyi aratıyor mu yoksa birebir aynısını yapabiliyor musunuz? Biz eski halıların birebir aynısını çıkartıyoruz. Sadece Osmanlı ve Selçuklularda yünün boyanmaya uygun hâle getirilmesi için daha farklı yöntemler kullanılıyordu. Biz eskisinden farklı bir yöntem kullanıyoruz.

Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde çok sayıda kadına istihdam sağlıyorsunuz. Gelecek dönemde bu sayıyı artırmak gibi bir hedefiniz var mı?

İşlerimiz artarsa tabii ki dokuyucu sayımızı artırmayı çok isteriz. Mümkün olduğunca çok insana ulaşmak ve mümkün olduğunca çok insana katkı sağlamak isteriz. Önceden kız çocukları çok küçük yaşlarda evlendiriliyordu. Fakat burada kurduğumuz Türkiye'nin en iyi tesisinde kızlarımızın sigortaları yapıyor, maaşları düzenli olarak yatırılıyor, bu tür olayların önüne geçmek gibi de bir misyon üstlendik.

Kültürel açıdan baktığımızda halı sektörü, nasıl bir katma değer yaratıyor?

Halı ve kilim dokumanın, ülkemizde devam ettirilmesi gerekiyor. Bizim en iyi yaptığımız şey bu. Sektörümüz sayesinde büyük oranda döviz sağlayabiliriz. Bu kültüre sahip çıkmamız gerekiyor. Afganistan'dan, Pakistan'dan getirilen halılar, Türk halısı diye satılıyor. Ben Türk halısından başka halı satmıyorum. Bizim kaybettiğimiz nokta buradan başlıyor. Kendi üretimlerimizi ve bu topraklarda üretilen halıları



300
metrekare
İzmir
Çamlık'taki
halı köyünün
alanı



15
Sabit dokuyucu
sayısı



50
Toplam
istihdam



500-600
metrekare
Yıllık üretim
kapasitesi



İhracat
yapılan
ülkeler
Macaristan,
ABD, İtalya,
İngiltere

satıyoruz. Farklı ülkelerin halıları satılsa dâhi, bunlar Türk halısı adı altında satılmamalı, alıcılara doğru bilgi verilmeli. İki halı arasındaki fark, satış esnasında alıcıya mutlaka anlatmalı.

Türk halıcığını daha iyi bir noktaya taşımak için sizce sektöre hangi görevler düşüyor?

Bu konuda, İstanbul Halı İhracatçılar Birliği'nin (İHİB) çok güzel çalışmaları var. İHİB'i destekliyorum. Özellikle İbrahim Geyikoğlu'nun çok verimli girişimleri mevcut. Sektörümüzdeki dürüst insanların desteklenmesi, birlik tarafından toplantılara katılımların sağlanması gerekiyor. Para hırsından çok, ülke kaynaklarını verimli kullanarak bizden sonraki nesillere bu mirası aktarabilmeliyiz.

Yıllık üretim ve ihracat hacminiz hakkında da bilgi verebilir misiniz?

Yıllık olarak bakıldığında ortalama 500-600 metrekare civarında üretim gerçekleştiriyoruz. İhracat da yapıyoruz. Bizden ürün satın alarak onları yurt dışına satan firmalar bulunuyor, böylece dolaylı ihracatımız da oluyor. Yıllık ihracat hacmimiz iyi durumda. Macaristan, Amerika ve dönemsel olarak İtalya ve İngiltere'ye ihracatımız oluyor.



Farklı iş birlikleri de yapıyoruz. Dokumadan puf tasarımları üretiliyor ve bu ürünlerimizi yurt dışında bir firmaya satıyoruz. Siirt battaniyesini kök boya ile renklendirip satışını yapıyoruz. Siirt battaniyesini sevmeyen insanlara dâhi bu ürünü sevdirdik.

İHİB'in gerçekleştirdiği ulusal halı tasarım yarışmasının halılarını da dokuyan firmalardansınız. Tasarım yarışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu tür tasarım yarışmalarını sektöre yeni tasarımcılar kazandırması açısından çok değerli buluyorum. Sektör olarak gençlere ihtiyacımız var. Bu yarışmalar, sektöre pozitif katkı sağlıyor.

Genel olarak sektörümüzde halıcılık mesleğinin hakkaniyetle uygulanmasını istiyorum. Bu işin çok temiz yapılabileceğini biliyorum. Böylelikle daha çok istihdam sağlayabiliriz ve çeşitlilik artar.



Avrupa Birliği Genişleme Raporu

Ekim ayı, Avrupa Birliği'nde oldukça hareketli geçti. Komisyon; Batı Balkanlar'ın ve Türkiye'nin, Avrupa Birliği yolunda kaydettikleri ilerlemeyi ve bugün gelinen durumu ayrıntılı bir şekilde değerlendiren 2021 Genişleme Paketi'ni kabul etti.

RAPORDA en çok hukukun üstünlüğü, temel özgürlükler, ekonomi ve demokratik kurumların işleyişi gibi reformların üzerinde duruluyor. Bunların, genişleme sürecinin tartışılmaz başlıkları olduğu vurgulanırken Avrupa Birliği tarafının da taahhütlerini yerine getirmesinin önemine dikkat çekiliyor.

Avrupa Birliği; Batı Balkanlar olarak nitelenen Karadağ, Sırbistan, Arnavutluk, Kuzey Makedonya, Bosna Hersek ve Kosova topluluğa katılmadan genişlemenin tamamlanmış sayılmayacağını, daha güçlü bir Avrupa inşa etmek için birleşmenin zamanının geldiğini vurguluyor. Bu bağlamda aday ülkeler olarak Batı Balkanlar ve Türkiye'ye; katılım öncesi yapılmakta olan parasal destek, mali yardım (IPA III) aracılığıyla sürdürülüyor.

Ancak bütün bu gelişmelere rağmen altı ülkeyi içeren yeni bir genişlemeye hem bu ülkelerin hem de Avrupa Birliği'nin henüz hazır olmadığını ileri sürenler olduğunu söylemekte yarar var.

Raporun Avrupa Birliği-Türkiye ile ilgili bölümünde göç, terörle mücadele, ekonomi, ticaret, enerji ve ulaşım gibi temel ortak çıkar alanlarında Türkiye'nin; Avrupa Birliği için kilit bir ortak olduğuna yer verilmiş.

Taraflar arasındaki ilişkilerde Doğu Akdeniz'de gerilimin azaltılmasının memnuniyetle karşılandığına, uluslararası hukuku ihlal eden tek taraflı eylemlerin veya provokasyonların yenilenmesi durumunda Avrupa Birliği'nin, kendi çıkarlarını ve üye ülkelerin çıkarlarını savunmak için elindeki tüm araçları ve seçenekleri kullanacağına dikkat çekiliyor.

Türkiye'nin, Doğu Akdeniz güzergâhı boyunca göçün ele alınmasında ve dünyanın en büyük sığınmacı nüfusuna ev sahipliği yapmada kilit rol oynamaya devam ettiğine işaret ediliyor.

Dünya iklim değişikliğine ilişkin Paris Anlaşması'nı, Türkiye'nin onaylamasının memnuniyetle karşılandığı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın uygulanması konusunda Avrupa Birliği'nin, Türkiye ile iş birliği yapmaya hazır olduğu dile getiriliyor.

Bütün bu gelişmelere bakınca günümüzde Batı Balkanlar ile Türkiye'nin, Avrupa Birliği'nin gündeminin neresinde yer aldığı görmek mümkün. Nitekim, Karadağ ve Sırbistan ile topluluğa katılım müzakereleri sırasıyla 2012 ve 2014, Bosna Hersek ile 2016 ve Kuzey Makedonya, Arnavutluk ve Kosova ile 2020 yılında başlamıştı. Avrupa Birliği'nin çok da uzak olmayan bir tarihte Batı Balkanlar'ın topluluğa üyeliğini onaylaması bekleniyor.

İNANILACAK GİBİ DEĞİL AMA ÇOK HAZİN

Avrupa Birliği ile (o günkü adı AET) Türkiye arasında 1963 yılında başlayan ilişkiler, neredeyse geçen 60 yıla yakın sürenin sonunda Genişleme Raporu'nda sadece Doğu Akdeniz, sığınmacılar, uluslararası hukukun uygulanması gibi konulara odaklanmış durumda!

AVRUPA KONSEYİ TOPLANTISI

Aslında sadece Almanya veya Avrupa Birliği'ne değil ama tüm dünyaya örnek bir politik figür olan Angela Merkel, bu yıl yapılacak seçimlere girmeyeceğini ve 2005'te üstlendiği başbakanlıktan ayrılacak aktif siyaseti bırakacağını açıklamıştı.

Avrupa Birliği ve dünyada son 15 yılda yaşanan olaylar karşısında gösterdiği sakin ve kararlı tutumuyla büyük bir liderlik örneği sergileyen Merkel, Brüksel'de 21-22 Ekim'de yapılan Avrupa Konseyi toplantısına son defa katıldı ve Avrupa Birliği liderlerine veda etti.

Konsey toplantısı gündeminde başka güncel konular da yer aldı.

Nitekim sonuç bildirgesinde, COVID-19 salgınıyla mücadelede aşılama kampanyasının çok etkili olduğu ve bu konuda Dünya Sağlık Örgütü'yle iş birliği içinde çalışmaya devam edileceği vurgulanıyor.

Bildirgede Avrupa Konseyi'nin; AB'nin ekonomik büyümeyi, istihdam yaratmayı ve rekabet gücünü



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Avrupa Birliği'nin çok da uzak olmayan bir tarihte Batı Balkanlar'ın topluluğa üyeliğini onaylaması bekleniyor.

yönlendirecek, dijital bağımsızlığı güçlendirecek ve yeşil geçişi kolaylaştıracak bir hedef işaretlediğine dikkat çekiliyor. Avrupa Konseyi; Türkiye, Ürdün, Lübnan ve Mısır dâhil diğer bölgelerdeki Suriyeli mülteciler ve onlara ev sahipliği yapan ülkeler için finansman sağlanacağını ancak bu ülkelerin, göçmenleri siyasi amaçlarla kullanma girişimlerini kabul etmeyeceğini bir kere daha hatırlatıyor.

AVRUPA BİRLİĞİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SANAYİSİNDE 2021 YILI İKİNCİ ÇEYREĞİNDE YAŞANAN GELİŞMELER

Euratex; Avrupa Birliği tekstil ve hazır giyim sanayisinin 2021'in ikinci çeyreğinde ihracat, ciro, üretim ve perakende satışlarda bir toparlanma içine girdiğine işaret ediyor. Sektörün, daha yüksek nakliye maliyetlerinden, tedarik zinciri sorunlarından ve ham madde ve enerji fiyatlarındaki artışlardan etkilendiği için bu toparlanmanın artmadığına dikkat çekilmekte.

***Euratex;
Avrupa Birliği
tekstil ve
hazır giyim
sanayisinin
2021'in ikinci
çeyreğinde
ihracat, ciro,
üretim ve
perakende
satışlarda bir
toparlanma
içine girdiğine
işaret ediyor.***

Sonuç olarak üye ülke ekonomilerindeki olumlu gelişmelerin ve yükselen tüketici güven ortamının, genel olarak hane halkının talep ve harcamalarını artırdığını, perakende ticareti hareketlendirdiğini söylemek mümkün.

Avrupa Birliği'nin tekstil ve hazır giyim dış ticaretinde de olumlu gelişmeler var. Üçüncü ülkelere ihracattaki artışa karşılık ithalatın gerilediği, üye ülkelerin tekstil ihracatının ABD, Birleşik Krallık, Türkiye, Çin, Fas ve Tunus'a; hazır giyim ise yine ABD ve Çin başta olmak üzere İsviçre, Rusya ve Güney Kore'ye artış gösterdiği görülüyor.

Dönem içinde üçüncü ülkelerden yapılan tekstil ithalatının, özellikle Çin'den gerçekleştirilen yüz maskesi ve ameliyat önlükleri alımlarının durmasıyla azaldığı, buna karşılık başta Türkiye olmak üzere, Hindistan ve Pakistan'dan yapılan dış alımda büyük artışlar yaşandığı anlaşılıyor.

Avrupa Birliği'nin 2021 yılı ikinci çeyreğinde hazır giyim ithalatında Birleşik Krallık, Çin, Kamboçya ve Myanmar'dan yapılan alımların önemli düzeyde gerilemesine karşılık Türkiye, Hindistan, Pakistan, Fas ve Tunus'tan gerçekleştirilen ithalatın büyük ölçüde arttığını söylemek mümkün.

Bu süreçte topluluğun, üçüncü ülkelere yaptığı tekstil ve hazır giyim ithalatındaki fiyatların büyük ölçüde gerilediği görülüyor.



LASİAD'ın gündemindeki konular istişare edildi

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının dokuzuncusu, Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği'nin (LASİAD) katılımıyla gerçekleştirildi. LASİAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Barış Köseliören: "Bölgemizden yurt dışına satılan ürünlerin karşılığında ülkemize gelen döviz miktarı, genel anlamda bünyemizde çok önemli bir yer kapsıyor." dedi.



İTKİB HEDEF Dergisi Yayın Kurulu, sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere Sektörel Buluşmalar toplantılarının dokuzuncusunu, LASİAD ile gerçekleştirdi. 27 Ekim'de düzenlenen toplantıya Hedef Dergisi Yayın Kurulu Başkanı Hikmet Ünal ile LASİAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Barış Köseliören katıldı.

LASİAD'ın, Laleli'nin tek sivil toplum kuruluş örgütü olduğunu vurgulayarak sözlerine başlayan Köseliören: "Yaklaşık 950, bin adet üyeye sahibiz. Hazır giyimden lojistiğe, turizmden hizmet sektörüne kadar birçok sektörü bir arada barındıran ve bölgeyi temsil eden tek sivil toplum kuruluşuyuz.

Laleli, büyük bir alan. Kendi içinde birçok farklı sektörü barındırıyor. Bu nedenle üye sayımız da artıyor. 150-160 ülkeyle çalışan bölgemizde, lojistik önemli bir faktör. Bu altyapı Laleli'de var. Çok yararlı bir yapıya sahibiz. Bölgemizden yurt dışına satılan ürünlerin karşılığında ülkemize gelen döviz miktarı, genel anlamda bünyemizde çok önemli bir yer kapsıyor. Kadın, erkek ve çocuk hazır giyim sektörlerine baktığımızda, bunların toplam üye sayımızın yaklaşık yüzde 60'ını oluşturduğunu görüyoruz." dedi.

"YAYALAŞTIRMA PROJESİ BÖLGEYE DEĞER KATTI"
Laleli'de başlatılan yayalaştırma projesi ile ilgili

de değerlendirmelerde bulunan Köseliören: “Yayalaştırma projesi, Laleli’ye bir kalite kattı. Bölgemize ticaret için gelen müşterilerin, ticaret yaptıkları esnada olağan standardın üzerinde bir tablo ile karşılaştıklarını görüyoruz. Yaratılan bu değer, dünyanın moda başkentlerinde de var olduğunu biliyoruz. Söz konusu moda başkentlerinde karşımıza çıkan standartlar, sokak ve bölgelerdeki yaşam alanları, bugün Laleli’de de görünmüyor. Bunun hem müşteriye hem esnafa hem de mülk sahiplerine ciddi katkı yaratacağına inanıyorum. Belki bu durumdan mutlu olmayanlar da vardır ama sonuç itibarıyla projenin artısı, eksisinden çok daha fazladır.” şeklinde konuştu.

Laleli’nin, 150-155 ülkeden ziyaretçi ve müşteri gruplarını ağırladığına dikkat çeken Köseliören, sözlerine şöyle devam etti: “Afrika, Orta Doğu, Sahra Üstü, Balkanlar ve Doğu Bloku’ndan çok ciddi müşteri çeşitliliğimiz var. Laleli olarak Fransa, ABD, Kanada, İngiltere gibi ülkelerden ziyade daha çok gelişmekte olan ülkeler ile çalışıyoruz.”

Türkiye’nin genel ihracatında kilogram birim fiyatının 1,5 dolar civarındayken Laleli’de ortalama 800 gramlık bir hazır giyim ürününün 25-30 dolardan aşağı ihraç edilmediğini vurgulayan Köseliören; bu açıdan bölgenin katma değerli ihracata önemli bir katkı sağladığını, bölge olarak bu özelliklerini daha fazla ön plana çıkarmaya odaklanacağını belirtti.

“ÇEVİRİM İÇİ SATISLAR HIZ KAZANIYOR”

Bölgedeki dijitalleşme çalışmaları hakkında da bilgi paylaşan Barış Köseliören: “Bölgemizde hem çevrim içi kanallar hem de diğer sosyal platformlar üzerinden önemli bir ticaret söz konusu. Pandemiden önce Laleli’ye ayda iki kez gelen müşteri bir kez gelmeye, örneğin ayda 10 bin dolarla gelen müşteri beş bin dolarla gelmeye başladı. Bu sebeple e-ticaret, WhatsApp gibi platformlar ön plana çıktı. Laleli’de bu işi yapan ve kurumsal şekilde bu işin hakkını veren firmalarımız var. Günlük cirosunun yarısından fazlasını WhatsApp üzerinden gerçekleştiren firmalar bulunuyor. Günün şartlarında bunun çok önemli bir operasyon olduğunu düşünüyoruz.” dedi.

“PANDEMİDE FİRMALAR ELEKTEN GEÇTİ”

Bölgedeki firmaların yaşadığı sorunlar hakkında bilgi veren Köseliören, sözlerine şöyle devam etti: “Günümüzün en büyük problemi, sağlıkla başlayan krizin ekonomik bir krize dönüşmüş olması. Özellikle gelişmekte olan ülkelerle çalışıyorsanız bunu yönetebilmek kolay değil. Türkiye’de olduğu gibi diğer ülkelerde de ekonomik sıkıntılar var. Dünya genelinde ciddi derecede bir fakirleşme söz konusu. Sektörlerimiz kendi içinde yapabileceği her şeyi yapmaya çalışıyor. Yaklaşık son iki sene iş yaptığımız firmaların pandemiden dolayı iki şeye çok önem verdiklerini gözlemliyorum. Bunlardan biri, koleksiyonlarla alakalı. Hazır giyim sektöründe



1000
LASİAD
üye sayısı



%60
Toplam üye
sayısı içinde
hazır giyim
sektörünün
payı



155
Bölgenin alıcı
ülke sayısı

faaliyet gösteren firmalarımızın bir kısmı casual ürün gruplarına döndü. Hiç beklemediğimiz, yıllardır belli ürün grubu yapan firmalar, kendi koleksiyonları içinde kendisiyle alakalı olmayan ama günün trendi ürün grupları yakalayarak ve doğru fiyat politikası belirleyerek çalıştığı pazarlarda rakiplerine göre bir adım ön plana çıkmaya çalışıyor. Bu bizim için çok büyük kazanç.” ifadelerini kullandı.

Geçmiş yıllarda sermaye sahibi olan birçok müteşebbisin tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet göstermeye başladığını fakat pandemi sürecinde sektörün adeta bir elekten geçtiğini ifade eden Köseliören: “Finansal açıdan daha güçlü olan, olaylara daha rasyonel ve ticari açıdan bakabilen firmaların ayakta kalarak süreci doğru yönettiklerini gözlemledik. Ayrıca pandemiyle gelen süreçte herkes, ayağını yorganına göre uzatmaya başladı. Bu durum firmalarımız açısından verimlilik anlamında çok büyük bir fırsat doğurdu. Bunu değerlendiren firmalar, süreci kalıcı olarak doğru yönetecektir. Söz konusu sorunlar sadece Laleli’nin değil, tüm tekstil bölgelerinin sorunudur. Normal bir süreç yaşamıyoruz. Sorunlar her zaman var. Rasyonel çözümlene yapılabiliyorsa, süreç doğru yönetiliyor demektir.” şeklinde konuştu.

“TEKSTİL BÖLGELERİ AÇISINDAN TÜRKİYE’NİN DIŞ POLİTİKASI ÖNEMLİ”

Laleli, Osmanbey, Merter, Zeytinburnu, Güngören gibi tekstil bölgelerinin Türkiye’nin dış politikasıyla direkt bağlantılı olduğunun altını çizen Köseliören: dış politikadan etkilendiklerini belirtti. Türkiye’nin dış ilişkilerinin sıcak ve sorunsuz hâle geldiğinde ihracatçıların önünün açıldığına değinen Köseliören; “Laleli’nin ve tüm bölgelerimizin kendi içinde problemleri olacaktır. TİM, İTKİB, İHKİB gibi çatı kuruluşlarımız, bu sorunları mevcut bakanlıklarla istişare etmelidir. Çatı örgütlerimiz, yönlendirmeleri doğru yapmalı ki ihracatçılarımızın önü açılsın. İHKİB’in hayata geçirdiği çalışmaları takip ediyoruz. Düzenlenen fuarlar ve B2B görüşmelerle ilgili üyelerimizi bilgilendiriyoruz. Bu tarz çalışmaların artırılması gerektiğini düşünüyoruz. Doğru ülkelerde düzenlenen fuarların sayısı artırılmalı.” dedi.

Toplantı, İHKİB’in mevcut çalışma ve projeleri hakkında bilgiler paylaşılması ve kısa süre içinde gerçekleştirilecek olan IFCO Fuarı hakkında değerlendirmeler yapılması ile sona erdi.

Günlük cirosunun yarısından fazlasını WhatsApp üzerinden yapan firmalarımız var. Günün şartlarında bunun çok önemli bir operasyon olduğunu düşünüyoruz.



Kültürel mirası sergileyen bir müze SİVRİHİSAR KİLİM MÜZESİ

Türkiye'nin ilk ve tek uygulamalı müzesi olan Sivrihisar Kilim Müzesi, sergilediği kilimlere ek olarak kültürel mirasa da önemli bir dokunuş yapıyor. Müzenin uygulama alanında ziyaretçiler, kadim Türk zanaatı olan dokumacılığı deneyimleyebiliyor. Müze ayrıca, kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasını hedefliyor.

ESKİŞEHİR'İN Sivrihisar ilçesinde bulunan ve Türkiye'nin ilk uygulamalı müzesi olan Kilim Müzesi'nin hikâyesini; Sivrihisar Belediyesi Kültür ve Sosyal Hizmetler Müdürü Meriç Okur'dan dinledik.

Sivrihisar Kilim Müzesi'nin 2019 yılında başlayan kurulum aşaması ve hedefleri ile ilgili bilgi verebilir misiniz? Müzenin Türk kültürünü çağdaş sanatla birleştiren mimarisinden de bahsetmenizi isteriz.

Sivrihisar Belediye Başkanımız Hamid Yüzüğüllü önderliğinde, eski belediye binamızı restore ederek turizme kazandırdık ve Sivrihisar'ın en önemli kültürel mirası olarak bilinen kilimlerden, müze projesini başlattık. Proje kapsamında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Koruma ve UNESCO Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi sözleşmelerinin genel tanım ve amaçlarını benimsedik.

Kurulan araştırma ekibi ile yola çıkarak sahada araştırmalar yaptık. Kilim dokuma kültürüyle ilgili bilgiler gerek Sivrihisar ve köyleri gerekse kilim dokuma kültürü bulunan Eskişehir'in diğer ilçe ve mahallelerindeki kaynak kişilerden derlendi. Türkiye'de ilk ve tek olan Sivrihisar Uygulamalı Kilim Müzesi'nde kuşaktan kuşağa bilgilerin aktarılmasını, unutulmaya yüz tutmuş değerlerimizi ön plana çıkararak geleceğimizle buluşturmayı hedefledik. Türk kültürünü çağdaş sanatla birleştirmek adına modern bir müzeden ziyade, uygulamalı anlatım ve dokuma sanatının icra edilmesiyle bütünleşmiş bir müze kurduk. Geleceğin en temel taşlarından biri olan gençlerimize geçmişî yaşatmayı, unutulmaya

yüz tutmuş değerlerimizin yok olmasını önlemeyi önemseyen Sivrihisar Belediye Başkanımız Hamid Yüzüğüllü'nün bizlere öncülük etmesiyle birlikte müzemizin oluşumunu gerçekleştirdik. Müzenin oluşumuna bilimsel danışmanlığıyla Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nden Doç. Dr. Adem Koç, UNESCO Türkiye Millî Komisyonu Başkanı Prof. Dr. M. Öcal Oğuz destek verdi.

Müzede ne tür eserler yer alıyor? Eserlerin bir araya getirilme sürecinde neler yaşandı? Müzenin bölgenin turizmine nasıl bir katkı sağladığını düşünüyorsunuz? Sivrihisar Kilim Müzesi'nde şu an 150-200 yıllık kilimler sergileniyor. Burada geçmiş yıllarda dokuma işiyle uğraşan kadınlarımızın duygularını ifade ettiği, şu anki teknolojiye bakıldığında kodlama gibi nitelendirebileceğimiz, içinde farklı farklı hikâyelerin yer aldığı kilimler bulunuyor. Eserlerin bir araya getirilme sürecinde köylerde ve mahallelerde gezerek geçmişte kilim dokuma sanatıyla uğraşan kadınlarımızın anılarına ve duygularına şahitlik ettik.

Sivrihisar Uygulamalı Kilim Müzesi'nin kurulmasıyla Eskişehir ve özellikle Sivrihisar'ın geleneksel kilim dokuma kültürü, müzeyi gezen ziyaretçilere sunulur hâle geldi. Bunun yanında yüzyıllardır belleklerde bulunan yünden ip yapımı, boyama ve dokuma teknikleri; okul dışı alanda bulunan genç kuşaklara ve dezavantajlı gruplar arasında yer alan kadınlara aktarılıyor. Ayrıca müze sayesinde bu aktarımın kültür ekonomisine kazandırılması yoluyla sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlandığını da söyleyebiliriz.

Hem tarihi yaşıyor hem de çocuklarımıza, gençlerimize ve kadınlarımıza dokuma sanatını öğretiyoruz.

Sivrihisar Kilim Müzesi, aynı zamanda Türkiye'nin ilk ve tek uygulamalı kilim müzesi. Müze içinde bulunan dokuma alanında ne tür faaliyetler gerçekleştiriliyor? Müzede dokunan ürünler, satış bölümünde müşterilere sunuluyor. Satılan ürünlere olan ilgiyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'de ilk ve tek olan uygulamalı kilim müzemizde, dokuma sanatının yaygınlaştırılması ve gelecek nesillere aktarılmasını hedefledik. Burada eğitimlerimiz devam ederken hem tarihi yaşıyor hem de çocuklarımıza, gençlerimize ve kadınlarımıza dokuma sanatını öğretiyoruz. Böylece geçmişten aldığımız kilim dokuma kültürel mirasımızın, gelecekte de devam etmesi için aktarımını sürdürüyoruz. Burada dokunan kilimlerimiz satışa çıkıyor, eğitim gören ve bu sanatla uğraşan kadınlarımızın ekonomisine de katkı sağlamış oluyor. Kısacası kadınlar hem öğrenip hem tarihi yaşayıp hem de kendi ekonomilerine katkı sağlıyorlar.

Sivrihisar kilimlerinin özellikleri nelerdir? Kültürel mirası tanıtmak ve gelecek nesillere aktarmak için neler yapıyorsunuz? Bölgedeki dokumacılık kültürü, geçmişten bugüne nasıl değişti?

Müze, geçmişten geleceğe bir aktarımdır. Bir kilimden ziyade kültürel mirası sergilemekteyiz. Müzede kilim, cicim, zili, heybe, çuval, seccade, dokuma yapmak için eski ıstar ve malzemeler sergi alanlarını renklendiriyor. İlmek ilmek dokunan kilimleri, bu ilmekleri atmak için emekle toplanıp ip hâline getirilen yünleri, iplere renk



Sivrihisar
Belediye Başkanı
Hamid Yüzüğüllü

"Sivrihisar Belediye Başkanımızın ifadesi ile 'Kilim, geçmişten geleceğe atılan düğümdür' diyerek tüm vatandaşlarımızı duyuğu dolu, tarihi yansıtan Sivrihisar Uygulamalı Kilim Müzesi'ne bekliyoruz."



veren boyaların kaynaklarını görebilirsiniz. Yüzyıl önceki anlara gidersek sırtlanılan heybeyi, duaların yükseldiği seccadeyi görebilirsiniz. Tezgâhların kurulumlarını, atkı ve çözgüleri, iplerin ilmek hâline gelmesini izleyebilir; siz de bir tezgâhın önüne oturarak kilim dokuma kültürünü deneyimleyebilirsiniz. Yüzyıllardır elden ele geçen, bazen sandıkta bazen duvarlarda asılı kalan ve yetişkin kuşağın belleğinde hapsolan kilim dokuma kültürünü sergiliyor, aktarıyor, yaşayan kültürün bir parçası hâline gelmesi için kültürel mirasımıza sahip çıkıyoruz. Unutulmaya yüz tutmuş dokumacılık sanatının tekrar canlanmasını sağlayarak, yediden yetmişe herkese ulaşıyoruz. Burada öğrencilere ve ilçemizdeki kadınlarımıza eğitimler veriyoruz.

Dokuma kültürünün ülkemizde giderek zayıfladığı ve basta ekonomik etkenler olmak üzere çeşitli nedenlere bağlı olarak dokumacı sayısının azaldığı biliniyor. Sizce bu kültürün yeniden canlandırılabilmesi adına ne tür önlemler alınmalı?

Dokuma sanatının yeniden canlandırılması için uygulamalı alanların artırılması ve geçmişte geçimlerini sadece bu sanatla kazanan insanların ne zorluklarla bu noktalara geldiğinin aktarılması gerekiyor. Biz bu meşaleyi Sivrihisar'dan yaktık. Türkiye'de birçok kilim ve halı müzesi adı altında yerler var ama uygulamalı olarak bir ilke biz imza attık. Uygulama alanlarının artırılarak geleceğimize aktarılması gerekiyor.



MERİÇ OKUR
SİVRİHİSAR BELEDİYESİ
KÜLTÜR VE SOSYAL
HİZMETLER MÜDÜRÜ

Müze açıldığından bu yana ziyaretçilerin ilgisi hakkında neler söylersiniz? Şimdiye kadarki ziyaretçi sayısı hakkında bilgi verebilir misiniz? Sivrihisar Kilim Müzesi'ni, benzer kültürel dokuların harmanlandığı müzelerden farklı kılan özelliklerinin neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Türkiye'de ilk ve tek olan uygulamalı kilim müzemize yoğun bir ilginin olması, öncelikle bizleri çok memnun ediyor. Buraya gelen vatandaşlarımızın ilgisi ve tarihle iç içe yaşayarak dokuma sanatının ne kadar önemli olduğunu aktarabilmek bizleri gururlandırıyor. 2019 yılında kurulum aşamasına başlanan, 2020 yılında açılan Sivrihisar Uygulamalı Kilim Müzesi'ne şu ana kadar 100 binin üzerinde ziyaretçi aldık. Müzemizi diğer müzelerden ayrı kılan en önemli özellik ise uygulamalı olması. Buraya gelen ziyaretçiler, sadece bir müzeyi gezmekle kalmayarak uygulamalı alanlarımızda dokuma sanatıyla da buluşma şansı buluyorlar.



Vergiye uyumlu mükelleflerde indirimden faydalanma şartları kolaylaştırıldı

Vergi Usul Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile birçok vergi yasasında yeni düzenlemeler yapılmıştır. Birçoğu mükellef lehine olan bu düzenlemeler, bu ayki yazımızın konusunu oluşturacaktır.

KONAKLAMA vergisinin yürürlük tarihi 1 Ocak 2023'e ertelenmiş, dördüncü geçici vergi dönemi kaldırılmıştır. Buna göre geçici vergi dönemleri 1 Ocak 2022'den itibaren aşağıdaki gibi olacaktır:

Birinci dönem: Ocak-şubat-mart

İkinci dönem: Nisan-mayıs-haziran

Üçüncü dönem: Temmuz-ağustos-eylül

Bu düzenleme, 2022 yılı vergilendirme dönemine ilişkin verilecek beyannamelerden itibaren uygulanmak üzere yayım tarihinde yürürlüğe girmiştir. Vergiye uyumlu mükelleflerde vergi indiriminden faydalanabilme şartları kolaylaştırılmıştır. İndirimden yararlanma koşulu olan indirimin hesaplanacağı beyannamenin ait olduğu yıl ile önceki iki yılda haklarında tarhiyat yapılmamış olması koşulu, yapılan tarhiyatların kesinleşmesine bağlanmaktadır. Dolayısıyla maddede belirtilen süre içinde haklarında tarhiyat yapılmış olmakla birlikte tarhiyatın kesinleşmemiş olması halinde de mükellefler, anılan indirimden yararlanabilecektir. Söz konusu süre içinde kesinleşen tarhiyatın, indirim tutarı üst sınırının yüzde 1'inden az olması durumunda da indirimden yararlanma şartları ihlal edilmiş sayılmayacaktır.

Ayrıca, indirimden yararlanmak için ilk aşamada ilgili yıllar itibarıyla kesinleşmiş tarhiyat olmaması kuralı getirildiği için yapılan tarhiyatın indirimden yararlanıldıktan sonra kesinleşmesi durumunda, yararlanılan indirim mükelleften geri alınmasına ilişkin hüküm madde metninden çıkarılmıştır. İndirim uygulamasıyla ödenmeyen vergiler, vergi ziyai cezası olmaksızın tarh edilecektir. Vergi indiriminden yararlanabilmesi için beyana tabi vergi türleri itibarıyla kesinleşmiş bir tarhiyat bulunmaması koşulunda da değişiklik yapılmakta; ikmalen, re'sen veya idarece yapılmış ve kesinleşmiş bir tarhiyat bulunmaması koşulu,

vergi beyannamelerindeki vergi türleri itibarıyla sınırlandırılmıştır.

YENİDEN DEĞERLEME İMKÂNI

Enflasyon düzeltmesi koşullarının oluşmadığı dönemlerde yeniden değerlendirme imkânı getirilmiştir. Bu kanunun 31'inci maddesi ile VUK'un mükerrer 298'inci maddesi başlığı, "Enflasyon düzeltmesi, yeniden değerlendirme oranı ve yeniden değerlendirme" şeklinde değiştirilmiş ve maddeye, yeniden değerlendirme uygulamasını getiren yeni bir fıkra eklenmiştir.

Buna göre tam mükellefiyete tabi ve bilanço esasına göre defter tutan gelir veya kurumlar vergisi mükellefleri (enflasyon düzeltmesi yapanlar ile kayıtlarını Türk para birimi dışında bir para birimiyle tutmalarına izin verilenler hariç), enflasyon düzeltmesi yapma şartlarının gerçekleşmediği hesap dönemlerinin sonu itibarıyla bilançolarına dâhil bulunan amortismanına tabi iktisadi kıymetlerini ve bunlar üzerinden ayrılmış olan bilançolarının pasifinde gösterilen amortismanları, bazı şartlar doğrultusunda yeniden değerleyebileceklerdir.

AMORTİSMAN SÜRELERİNİ UZATABİLME İMKÂNI

Amortisman uygulamasında gün esaslı ve amortisman sürelerini uzatabilme imkânı getirilmiştir. Bu kanunun 34'üncü maddesi ile VUK'un 320'nci maddesinde yapılan değişikliklerle, işletme aktifine yeni kaydedilecek olan amortismanına tabi iktisadi kıymetler için aktife girme tarihinden itibaren günlük esasa göre amortisman ayrılabilmesi, imkân olarak mükelleflere tanınmakta ve daha uzun faydalı ömürler dikkate alınarak amortisman sürelerini uzatabilme imkânı getirilmektedir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

5 bin Türk lirasını aşan usulsüzlük ve özel usulsüzlük cezaları, uzlaşma ve tarhiyat öncesi uzlaşma kapsamına alınmıştır.

Şüpheli alacak uygulamasında dava ve icra takibine değmeyecek derecede küçük alacaklara ilişkin azami bir tutar belirleniyor. 3 bin TL'yi aşmayan alacaklar için dava veya icra takibi şartı aranmayacak. Yapılan protestoya veya yazı ile bir defadan fazla istenilmesine rağmen borçlu tarafından ödenmemişse, şüpheli alacak karşılığı ayrılabilir. Diğer taraftan, şüpheli alacak hükümlerinin işletme hesabı esasında defter tutan mükellefler açısından da uygulanabilmesine imkân tanınmaktadır.

Yenileme fonu ayrıldığı durumlarda fon hesabındaki üç yıllık bekleme süresinin başlangıcı düzenlendi. Bu kanunun 36'ncı maddesi ile VUK'un 328'inci maddesinde yapılan değişiklikle; üç yıllık sürenin, satışın yapıldığı tarihi takip eden yıldan itibaren başlayacağı hükme bağlanmıştır. Buna göre, satılan iktisadi kıymetlerin yenilenmesi veya benzer mahiyetteki bir iktisadi kıymetin iktisabı gerçekleşmezse, geçici hesapta tutulan kâr, satışın yapıldığı yılı takip eden üçüncü takvim yılının kâr ve zarar hesabına eklenecektir.

YURT DIŞINDAN GELEN SERMAYEYE DAHA FAZLA İNDİRİM HAKKI

Nakdi sermaye artırım uygulamasında, yurt dışından gelen sermayeye daha fazla indirim hakkı tanındı. Bu kanunun 59'uncu maddesi ile KVK'nin 10'uncu maddesinin birinci fıkrasının, (1) bendinde yapılan değişikliğe göre söz konusu yüzde 50 oranı, yurt dışından gelen sermaye payları için yüzde 75 olarak uygulanacaktır.

Yatırıma katkı tutarının yüzde 10'luk kısmının ÖTV ve KDV hariç, diğer vergi borçlarından terkin edilmek suretiyle kullanılmasına olanak sağlandı. Bu kanunun 60'ıncı maddesi ile KVK'nin 32/A maddesine eklenen sekizinci fıkrayla, yatırım katkı tutarının yüzde 10'luk kısmı, kurumlar vergisi beyannamesinin verilmesi gereken ayı takip eden ikinci ayın sonuna kadar talep edilmesi şartıyla, ÖTV ve KDV hariç olmak üzere tahakkuk etmiş diğer vergi borçlarından terkin edilmek suretiyle kullanılabilir.

İNCELEME ESNASINDA PİŞMANLIKLA BEYANNAME VERİLMESİ

Bu kanunun 42'nci maddesi ile VUK'un 371'inci maddesinin (2) numaralı bendinin "Haber verme dilekçesinin yetkili memurlar tarafından mükellef nezdinde" ibaresi, "Haber verme dilekçesinin yetkili memurlar tarafından mükellef nezdinde haber verilen olayın ilgili olduğu vergi türüne ilişkin bir vergi incelemesine başlandığı veya olayın ve ilgili olduğu vergi türünün takdir komisyonuna intikal ettirildiği günden evvel (Kaçakçılık suçu teşkil eden fiillerin işlendiğinin tespitinden önce) verilmiş ve resmi kayıtlara geçirilmiş olması." şeklinde değiştirilerek mükelleflerin, haklarında yapılmakta olan vergi incelemesi ya da yapılan takdire sevk işlemine ilişkin vergi türünden farklı vergi türü için pişmanlıkla beyanname verebilmesi mümkün hâle gelmiştir.

TEKERRÜRDE ARTIRIM TUTARININ KESİNLEŞEN CEZADAN FAZLA OLMAMASI

Bu kanunun 38'inci maddesi ile VUK'un 379'uncu maddesinde yapılan değişiklikle, tekrerrüde artırım tutarının kesinleşen cezadan fazla olmaması düzenlenmiştir. Buna göre kesinleşen bir cezadan sonra, maddede yer alan süreler içinde yeniden ceza kesilmesi durumunda kesilecek bu ceza üzerine eklenecek artırım tutarı, kesinleşen cezadan (kesinleşen birden fazla ceza olması durumunda bunlardan tutar itibarıyla en yükseğinden) fazla olmamak üzere, kesilen cezanın yüzde 50'si olacaktır.

5 bin Türk lirasını aşan usulsüzlük ve özel usulsüzlük cezaları, uzlaşma ve tarhiyat öncesi uzlaşma kapsamına alınmıştır. Bu kanunun 44'üncü maddesi ile VUK'un ek birinci ve 45'inci maddesi ile VUK'un ek 11'inci maddesinde yapılan değişikliklerle, 5 bin Türk lirasını aşan usulsüzlük ve özel usulsüzlük cezaları; uzlaşma ve tarhiyat öncesi uzlaşma kapsamına alınmıştır.

DEVAMI BİR SONRAKİ SAYIDA...





Tasarrufun iptali davaları

Bu ayki makalemizde, uygulamada sıklıkla karşılaşılan ve zaman zaman hak kayıplarına sebep olabilen tasarrufun iptali konusunu, değerli okurlarımızın bilgisine sunmaktayız.

➤ **TASARRUFUN** iptali davası, 2004 sayılı İcra ve İflas Kanunu'nun 277 ve devamı maddelerinde düzenlenen bir dava türüdür. Tasarrufun iptali davası; bir alacaklının borçluya karşı yapmış olduğu icra takibi neticesinde alacağını tahsil edememesi durumunda, borçlunun geriye dönük ve mal kaçıрма amacı ile yapmış olduğu menkul ve gayrimenkul satışlarını iptal ettirerek alacaklının alacağına kavuşması için düzenlenmiş dava çeşididir. Yani borçlunun, henüz icra ya da iflas gibi bir tasarrufu kısıtlayan durumla karşılaşmadan yapmış olduğu muvazaalı tasarruflar, bu davanın konusunu oluşturur.

Daha kısa bir ifadeyle tasarrufun iptali davası; alacağını icra takibi yoluyla borçludan tahsil edemeyen alacaklının, borçlunun son beş yıl içinde gayrimenkul veya menkul mallarına ilişkin mal kaçırmak amacıyla yapmış olduğu tasarruflarını iptal etmek için borçluya ve malı devralan üçüncü kişiye karşı açtığı bir dava türüdür.

Tasarrufun iptali davası açılabilmesi için öncelikle alacaklı ve borçlu arasında gerçek bir borç ilişkisi olmalıdır. Gerçek borç ilişkisinin şart olmasının sebebi, iyi niyetli olarak malı devralan üçüncü kişiyi hukuki olarak koruma altına almaktır. Borç hakkında icra takibi başlatılmış ve bu takibin kesinleşmiş olması bir diğer ön koşuldur.

Borçlu hakkında aciz vesikası bulunması da dava şartlarındandır. Aciz vesikası, davanın her aşamasında alacaklı tarafından mahkemeye sunulabilir. Eğer hacze çıkılmış fakat hacze kabil mal olmadığına ilişkin tutanak tutulmuşsa (geçici aciz vesikası olarak tanımlanan) bu evrak da aciz vesikası yerine geçmektedir. Dava başında geçici aciz vesikası sunulması durumunda daha sonraki aşamalarda kesin aciz vesikası sunulması ise zorunludur.

TASARRUFUN İPTALİ DAVASINA KONU OLAN HUKUKİ İŞLEMLER
Tasarrufun iptali davasına konu olacak hukuki işlemin,

söz konusu borcun doğduğu tarihten sonra yapılması gerekmektedir. Yani bir borç doğumu sonrasında malın devredilmiş olması gereklidir.

Tasarrufun iptali davasının son ve en önemli şartı ise davalı olacak üçüncü kişinin bu tasarruf işlemi iyi niyetli olmaması zorunluluğudur. Yani üçüncü kişinin, borçlunun mal kaçırmak amacı ile bu tasarrufu yaptığını bilmesi ya da bilecek durumda olması gerekir. Burada iyi niyetin ispatı açısından yapılan işlemlerin tam, resmi ve o işle ilgili genel uygulamalara (hayatın olağan akışına) uygun bir çerçevede yapılması önem arz etmektedir.

Tasarrufun iptali davası, dava konusu işlemin yapıldığı tarihten itibaren beş yıllık hak düşürücü süreye tabidir. Buna göre borçlunun geriye dönük beş yıllık işlemleri, tasarrufun iptaline konu edilebilir.

Yukarıda izah edildiği üzere tasarrufun iptali davaları gerek alacaklılar ve gerekse iyi niyetli olarak bir malı iktisap etmek isteyen kişiler açısından oldukça önemli bir dava türü olup, iktisabın türüne göre yapılması lazım gelen hukuki işlemlerin eksiksiz olarak tamamlanmış olması, ileride doğacak ihtilafların ortadan kalkması açısından büyük önem arz etmektedir.

**Tasarrufun
iptali davası
açılabilmesi
için öncelikle
alacaklı ve
borçlu arasında
gerçek bir
borç ilişkisi
olmalıdır.**



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



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 İhracatçılar Birliği (BAİB)

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

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)

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

Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB)

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

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB)

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

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 (BATİAD)

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

Sektörel ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Derneği (DİŞDER)

Tel: 0 212 451 85 08
Web: www.disder.com.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 (TDSD)

Tel: 0 216 394 07 40-41
Web: www.tdsd.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.tttstd.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-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

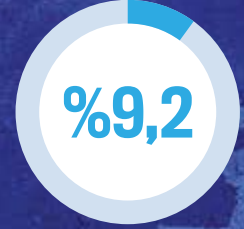


2021 yılı Ocak-Ekim dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %19,8 arttı.

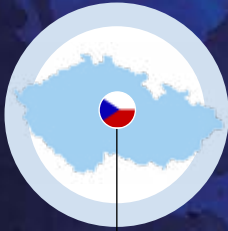


Ocak-Ekim döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %22,7 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

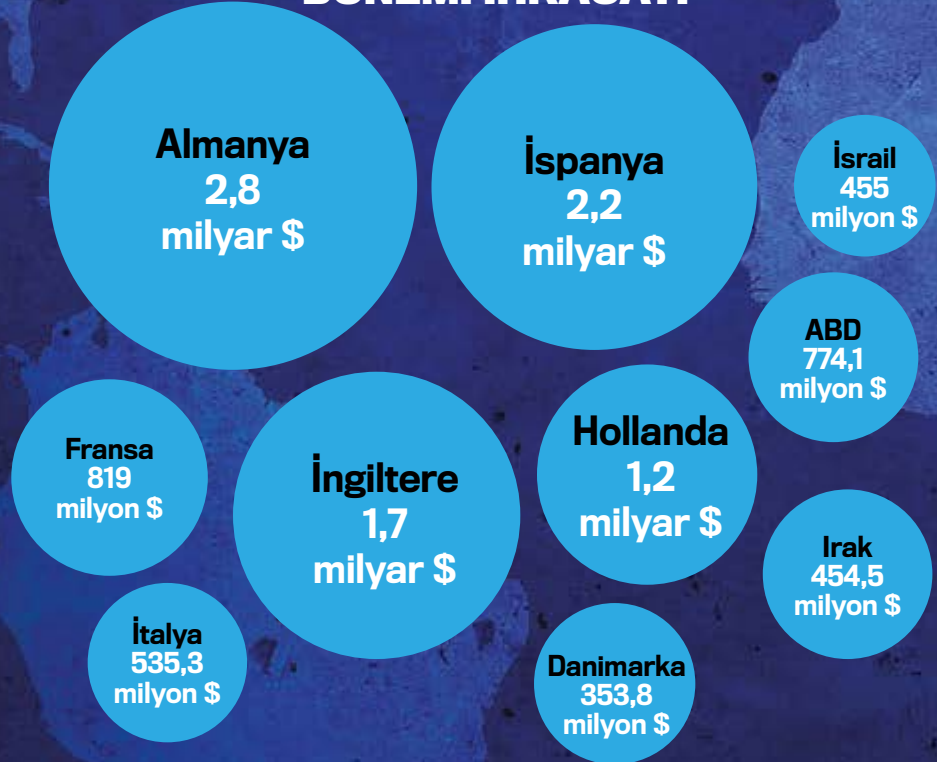


Çekya

%144,4

Ocak-Ekim döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %144,4 ile Çekya olurken, Tunus'a ihracat %139,1, Ürdün'e ise %91,9 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

%28 8,5 milyar \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

%10,4 5,7 milyar \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

%16,9 2,2 milyar \$

Tekstil ve ham maddeleri *ihracatı*

2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

10,5
milyar
dolar



Sektörün Ocak-Ekim dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %36,1 arttı.

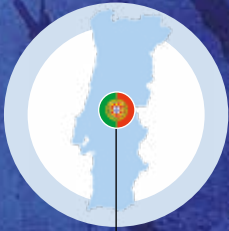


Ocak-Ekim döneminde sektörün AB ülkelerine ihracatı, %35,6 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%5,8

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Portekiz
%132

Ocak-Ekim döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke %132 ile Portekiz olurken, Brezilya'ya ihracat %103, Kazakistan'a ise %95 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

Bulgaristan
388,1
milyon \$

İtalya
916,1
milyon \$

İngiltere
501
milyon \$

İspanya
392,8
milyon \$

Almanya
842,5
milyon \$

Hollanda
364,5
milyon \$

ABD
689,8
milyon \$

Mısır
330,6
milyon \$

Belarus
366,7
milyon \$

Fransa
277,6
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%78 2,2 milyar \$

TEKNİK TEKSTİL

%-12,3 1,9 milyar \$

DOKUMA KUMAS

%24,1 1,9 milyar \$

EV TEKSTİLİ

%30 1,9 milyar \$

Deri ve deri mamulleri *ihracatı*

2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI



2021 Ocak-Ekim döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %27,5 arttı.

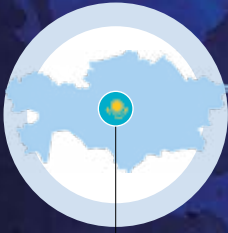


2021 yılı Ekim ayı ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre %21,9 yükseldi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Kazakistan
%127,4

Ocak-Ekim döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke %127,4 ile Kazakistan olurken, Çin'e ihracat %86,5, Kosova'ya ihracat ise %79 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

Rusya
114,7 milyon \$

Almanya
108,1 milyon \$

Fransa
52 milyon \$

Irak
71,3 milyon \$

İtalya
79,8 milyon \$

İspanya
67,4 milyon \$

ABD
50,4 milyon \$

Romanya
44,6 milyon \$

İngiltere
56,9 milyon \$

Hollanda
39,5 milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

AYAKKABI

%22,5 852 milyon \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

%54,6 213,8 milyon \$

SARACİYE

%32,1 190,6 milyon \$

DERİ VE KÜRKTEN GİYİM EŞYALARI

%19,8 165,5 milyon \$

Halı ihracatı

2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

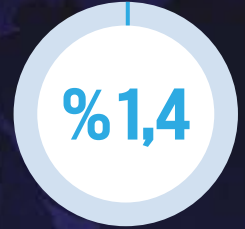


Ocak-Ekim döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre **%27,3** arttı.



Ocak-Ekim döneminde bir önceki yıla kıyasla AB ülkelerine halı ihracatı **%52,4** oranında artış gösterdi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Bulgaristan
%890,8

Ocak-Ekim döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, **%890,8** payla Bulgaristan oldu. Birleşik Arap Emirlikleri ihracatı **%144** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

ABD
970,4 milyon \$

İngiltere
137,9 milyon \$

Irak
132,7 milyon \$

Almanya
130,7 milyon \$

B.A.E.
114,3 milyon \$

Mısır
79 milyon \$

Libya
72,9 milyon \$

Bulgaristan
61,4 milyon \$

İsrail
46 milyon \$

Kanada
43,6 milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALILARI

%26,1 2,22 milyar \$

TÜFTE HALILARI

%34,2 357,1 milyon \$

EL HALISI

%35,9 33,2 milyon \$



SERAY®
Logistics & Transport

SERAY GÜVENCESİ İLE
UÇAK HIZINDA HİZMET AYNI ZAMANDA

KAPIDAN
KAPIYA
TESLİMAT!

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



DAHA
EKONOMİK



**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

"One Step Ahead With KOMET"



Global Recycled Standard

we care natural, we produce naturally

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
STeP
19001236 HOHENSTEIN HTTI
Sustainable Textile & Leather Production.
www.oeko-tex.com/step

Sedex Member

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100
07.MO.49689 HOHENSTEIN HTTI
Tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/standard100

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN LEATHER
LEATHER STANDARD
19.0.89455 HOHENSTEIN HTTI
Leather goods tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/leatherstandard

+90 212 481 22 17



kmt@kometmetal.com.tr



@kometmetal



UNICERT
ISO 50001

ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 45001

OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 14001

ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 9001

QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

www.kometmetal.com.tr