

KÜLLİYE'YE DOKUMA ATLASI İMZASI



Sektörel dernekler, tekstil ve hazır giyim ihracatına güç katıyor

2021 yılı ihracatında rekorlara imza atan tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri, 2022 yılı ihracatında sektörel derneklerin gücü ile hedeflerini büyütüyor.



StyleShoots

Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu

eren
morhipo.com

ebebek
trendyol.com

Civil
Bebello
İngilizce mekânlık

COLIN'S
Özdelek

SARAR
sıkmakas
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

Anadolu'da Yatırım

Orhan Aydın
"Avrupa'nın sayılı
yatırımlarından birini ülke
ekonomimize kazandırdık"

80

Fark Yaratanlar

Osman Cahit Doğaner
"Dünya markası olma
yolunda ilerliyoruz"



İÇİNDEKİLER



50

BÖLÜMLER

08

Kısa Haberler

2022 ayakkabı trendlerine sürdürülebilirlik damgasını vuracak

50

Kapak

Türkiye Dokuma Atlası Projesi, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde sahneye taşındı

60

Dosya

Sektörel dernekler, tekstil ve hazır giyim ihracatına güç katıyor

68

Etkinlik

Who's Next Fuarı, bu yıl da başarıyla gerçekleşti

72



72

Güncel

Moda endüstrisinin 2022 trendleri

84

Sürdürülebilirlik

Mustafa Sürmegöz
"Sürdürülebilir kumaş taleplerinde artış yaşanmasını öngörüyoruz"



86

Teknoloji

Dijitalleşirken siber tehditlerden korunmanın yolları

88

Hukuk

Av. H. Ozan Öğüt
Fazla mesainin ispatında maas bordrolarının önemi

90

Mevzuat

Erdoğan Karahan
Kur korumalı mevduat hesabı, şirketler için de uygulamaya konuldu

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 GIYIM

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

ÖZLEM MATBAA

Maltepe, Litros Yolu Sok. 2. Matbaacılar
Sitesi D: 2BB4, 34010 Zeytinburnu / İstanbul

brother

DİJİTAL BASKILI GİYSİ ÜRETİMİNDE YÜKSEK HIZ VE ESNEKLİK



YENİ BROTHER GTX 600

ENDÜSTRİYEL SERİ ÜRETİMDE
HIZ İÇİN TASARLANDI

Dijital tekstil baskı makinelerindeki üstün kalitesini tüm dünyaya, üstün koyu ve açık zemin baskı kalitesi, yüksek makine dayanımı ve en uygun çalışma maliyetleri ile kanıtlayan Brother, endüstriyel adetlerde yüksek hız için GTX 600 modelini sunuyor...



www.ugurbrother.com



uguras@brothertr.com



info@ugurbrother.com

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ
UGUR
M A K İ N A


444 0 915



KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!



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

ONE STEP AHEAD WITH KOMET




+90 212 481 22 17 

kmt@kometmetal.com.tr 

@kometmetal 

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

Sedex  Member


**Global Recycled
Standard**

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 

www.kometmetal.com.tr

İhracatçı birlikler, Merkez Bankası Başkanı ile bir araya geldi



TCMB'NİN devreye aldığı uygulama talimatı ile dolar, euro ve sterlin cinsi ihracat döviz gelirlerinin yüzde 25'inin, düzenlendiği tarihteki işlem kuru üzerinden TCMB'ye satılması zorunlu kılındı. Bu durum, ihracatçıların Merkez Bankası'na satılacak yüzde 25'lik kısma ihtiyaç duymaları hâlinde piyasadan tekrar döviz satın almak istediğinde karşılaşılabileceği kur kaynaklı kayıp riskini gündeme getirdi. Gelişmelerin ardından TİM bünyesindeki ihracatçı birlik temsilcileri, 5 Ocak'ta TCMB Başkanı Sahap Kavcıoğlu ile çevrim içi olarak bir araya geldi. Toplantıda ihracatçıların büyük bir kayıp riski ile karşı karşıya olmadığı üzerinde duruldu.

Kavcıoğlu, ihracatçıların son bir aydır Eximbank ve reeskont kredilerine erişimde sıkıntı yaşandığına işaret etmeleri üzerine bu kanallara kaynak aktarılacağı ve ihracatçıya rahatlatma sağlanacağı bilgisini verdi. Kavcıoğlu, kurda büyük volatiliteler beklemediklerini de sözlerine ekledi.

"SÖZ KONUSU ORAN YÜZDE 25'TEN YÜZDE 15'E İNDİRİLMELİ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, konuyla ilgili yaptığı değerlendirmede toplantı sırasında sektör olarak yüzde 25'lik oranın yüzde 15'e düşürülmesini talep ettiklerini belirtti. Başta pamuk olmak üzere birçok ara mal ithalatında sektörün döviz kullanmak durumunda olduğunu söyleyen Gültepe: "Uygulamanın daha sürdürülebilir olması ve ihracatçı firmalarımıza zarar vermemesi açısından oranın düşürülmesi gerektiğini düşünüyoruz. Geçiş döneminde birtakım problemler yaşansa da zamanla normale dönecektir. Umuyorum ki Merkez Bankası, ihracatçı sektörlerimizin önünü açacak ve daha fazla ihracat yapılmasını sağlayacak bir karara varacaktır." dedi.



2022 ayakkabı trendlerine sürdürülebilirlik damgasını vuracak

MODANIN ayrılmaz parçalarından biri olan deri ve ayakkabı endüstrisi, sürdürülebilirlik mottosunun damgasını vuracağı 2022'de bu konunun tedarik zincirinin en önemli realitesi olarak görülmeye devam edeceğini düşünüyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği Başkanı Berke İçten: "Ayakkabı sektörünü gelecek nesillere taşıırken sürdürülebilir bir düzen kurma ve insanlık mirasımızla birlikte dünyamızı koruma misyonuna uygun olarak harekete geçiyoruz. Doğayı korumanın doğayla barışık üretimi başarabilmekten geçtiğini düşünüyoruz. Ayakkabı üreticileri bu başarıya yan

sanayicilerin de desteğiyle birlikte daha güçlü şekilde ulaşabilir. Günümüzde artık su tüketiminin daha az olduğu vegan deriler, deri yerine geri dönüştürülmüş tekstil malzemeler, bambu, kenevir, üzüm ve elma posaları gibi organik, doğada çözülebilen malzemeler üretilmeye başlandı." dedi.

Pandemi şartlarına rağmen son iki yılda 55 deri firmasının LWG Gold Sertifikası almaya hak kazanarak su tüketimini minimuma indirdiğini belirten İçten, sektör olarak geri dönüşüm ve doğada çözülebilen alanlarındaki AR-GE çalışmalarını hızlandırmak zorunda olduklarına dikkat çekti.

HEPSİBURADA 2021 MODA TRENDLERİNİ AÇIKLADI

Hepsiburada, moda kategorisinde 2021'in trendlerini açıkladı. 2021 yılında platform üzerinden en çok satın alınan moda ürünleri, doğa ve doğa sporlarına yönelik outdoor ürünlerden oluştu. Ciro bağlamında bu ürünlerde bir önceki yıla oranla yüzde 86 büyüme yaşandığını belirten yetkililer, outdoor ürünlerdeki bu talep patlamasını pandemi etkisine, dış

alanlarda ve doğada sosyalleşmenin artmasına bağladı. Outdoor ürünleri, yüzde 84 büyümeyle ayakkabı-canta, yüzde 70 büyümeyle giyim,

yüzde 58 büyümeyle spor giyim takip etti. Ayakkabı-canta grubunda fonksiyonelliği ön plana çıkaran su geçirmez ve soğuğa dayanıklı botlar, omuz askılı çantalar ve sırt çantaları dikkat çekti. Giyim kategorisinde ise temel ve basit modeller, sweatshirt ve t-shirt'ler modaseverlerin öncelikli tercihi oldu.





PEGASUS®

EN ZOR DİKİM
OPERASYONLARINI BİLE
KOLAYLAŞTIRAN
OVERLOK SERİSİ

MXT neo

TRANSPORTLU OVERLOK SERİSİ

- Alt/Üst besleme sistemi birlikte kumaşın daha sağlıklı bir şekilde beslemesini sağlar.
- Kolayca Ayarlanabilen Üst Besleme Mekanizması
- Çok Çeşitli Kumaşların Dikiminde Standart Kalite
- Alt ve üst besleme sistemleri birbirinden bağımsız olarak ayarlanabilme özelliği
- Nazik kumaşların dikiminde sıklıkla karşılaşılan dikiş büzmesi, kumaş toplanması gibi problemlerin ortadan kalkması
- Ayak Baskı ve Üst Transport Milinin Kolay Ayarı



MX neo

MİNİ BURUNLU OVERLOK SERİSİ MX5100

- Küçük tüp kumaşların sorunsuzca dikilebilmesini sağlayan mini burunlu yatak
- Ribana gibi elastikiyeti yüksek tüp ürünlerin kolaylıkla bedene takılmasını sağlar.
- Lastiğin tüp kumaşlara sürekli beslemesini kolaylaştırır.
- Tek makine ile çok çeşitli dikim yapma olanağı
- Basmalı tip dikiş adım ayar butonu



TETAS
İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

Güvenli Hizmet

www.tetas.com.tr

40
YILDIR
Sizlerle

f Tetas İç ve Dış Ticaret A.Ş. i tetas.com.tr You Tube Tetas AŞ

Akçaburgaz Mah. 3047.Sk. No:2 Esenyurt / İSTANBUL- Türkiye Tel: (0212) 866 91 00

Fas, Türkiye menşeli tekstil ve hazır giyim ürünlerine ilave vergi uygulamaya devam ediyor

TÜRKİYE ile Fas arasında yürürlükte olan serbest ticaret anlaşması (STA), 1 Ocak 2006 tarihinden beri uygulanıyor. Fas, 9 Ocak 2018 tarihinden itibaren ithalatta hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri de dâhil olmak üzere birçok ürüne ilave gümrük vergisi uygulaması başlattı.

Fas, Türkiye ile yürürlükte olan STA'nın "Gecici Uyum Önlemleri" başlıklı 17. maddesine dayanarak söz konusu uygulamayı Türkiye'den yapılan ithalatta da geçerli kıldı. Fas, Türkiye'den ithalatı gerçekleştirilen birçok hazır giyim ve konfeksiyon ürününde 2020 yılında yüzde 30 ve 2021 yılında yüzde 40 olarak belirlediği MFN oranının yüzde 90'ı oranında gümrük vergisi uyguluyor. Dolayısıyla Türkiye'den yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında, 2020 yılında yüzde 30 ithalat vergi oranı baz alınarak yüzde 27 oranında uygulanan korunma önlemi uygulaması, 2021 yılı için yüzde 40 ithalat vergi oranı baz alınarak hesaplandı ve yüzde 36 olarak belirlendi. Uygulamanın, STA'nın aynı maddesine dayanarak en fazla dört yıl devam etmesi ve 31 Aralık 2021 tarihinde sona ermesi beklenirken Fas, 31 Aralık 2022 tarihine kadar ve 2021 yılı ile aynı koşullarda uzatılmasına karar verdi.

Ticarette Teknik Engeller Platformu

DÜNYA Ticaret Örgütü (DTÖ) Ticarette Teknik Engeller (TTE) Anlaşması kapsamında, ticaret sırasında yaşanan teknik engeller alanında yararlanılabilecek ve etkin olarak kullanılabilen bir platform hayata geçirildi. Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan Ticarette Teknik Engeller Bilgi ve Bildirim Merkezi sayesinde ihracatçılar birçok bilgiye erişebiliyor. www.teknikengel.gov.tr adresinden ulaşılabilen sitede ülkelerin teknik mevzuatı ve yetkili kuruluşları, talep ettikleri zorunlu belgeler ve ürün güvenliği denetimi sistemleri gibi tüm hususlar yer alıyor.

Ücretsiz olarak kullanıma açık olan sitede kullanıcılar, ilgilendikleri ülkelerin ticarete giriş engelleri uygulamaları hakkında bilgi alabiliyor, ülkelerin mevzuat ve uygulamaları hakkında ilave bilgi talep edebiliyor, ihracatçılar ülke pazarlarına giriste karşılaştıkları teknik engellere ilişkin bildirimde bulunabiliyor. Bunun yanında talep edilmesi hâlinde ülkelerin ticarette teknik engellerle ilgili bildirimleri, üye kullanıcılara e-posta yoluyla iletilabiliyor.



Türk futbolundan ihracata destek

TÜRKİYE ihracatçılar Meclisi (TİM), toplumun tüm kesimlerine ihracatı tanıtmak amacıyla sürdürdüğü projelerine bir yenisini ekledi. TİM, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) ile iş birliğine giderek futbolseverlere ulaşmak için yeşil sahalara indi. Yapılan iş birliği kapsamında, Spor Toto Süper Ligi'nde sezonun geri kalanında ev sahibi takımların sahasında oynanacak karşılaşmalarda "İhracatımız Şampiyonlar Ligi'nde, hedef 250 milyar dolar" ibareli pankartla çıkılacak. Proje, ligin 21. haftasında oynanan Sivasspor-

Trabzonspor müsabakasıyla başladı.

Proje hakkında bilgi veren TİM Başkanı İsmail Güllü, şu açıklamalarda bulundu: "TFF'nin, ihracat sektörüne yönelik duyarlılığı artırmak için başlattığımız kampanyaya verdiği destek çok önemli. İhracat, Türkiye'nin büyümesi ve gelişmesindeki en önemli itici güç. 2021 yılında üst üste rekorlar kırarak, 225 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Artık yeni ligdeyiz. Hedefimiz 250 milyar dolar ihracat. Bu projeye ihracat kültürünü toplumun her kesimine ulaştırmayı amaçladık."

TÜRKİYE'DEN UZAK ÜLKELERE İHRACAT ARTIYOR

Ticaret Bakanlığı, Türkiye'nin uzak ülkelere ihracatını artırmak amacıyla bir süre dir çalışmalar gerçekleştiriyor. Yapılan araştırmalara göre 2021 yılında uzak ülkelere ihracat, yüzde 42,2 artarak 27 milyar doların üzerine çıktı. Uzak Ülkeler Stratejisi olarak belirlenen 18 ülkenin arasında ABD,

Avustralya, Brezilya, Çin, Endonezya, Filipinler ve Güney Afrika gibi ülkeler yer alıyor. Söz konusu pazarlara yapılan ihracatın 82 milyar dolar seviyesine taşınması hedefleniyor. Uzak ülke rotaları arasında, 2021 yılında en fazla ihracat yapılan ülke 12,9 milyar dolarla ABD olurken Çin, Kanada ve Hindistan ihracatı da bu sıralamayı takip etti.





LCMSMS

GC/GCMS

HPLC

UV-VIS-NIR

AAS/EDX

Perde, kumaş ve ev tekstili analizlerinde en doğru sonuçlar için son teknoloji.

Yüksek hassasiyet, yüksek çözünürlük, ultra düşük kaçak ışık seviyesi.

EN410, ASTM E903, EN 14500, EN 14501, ASTM G173 vb. metotlara uygun analizler;

UV-VIS-NIR

UPF (UV Koruma Faktörü), Rsol (%), Asol (%), Tsol (%), Rvis (%), Avis (%), Tvis(%), Optical openness factor (OF), Solar Heat Gain Coefficient SHGC (%) Improvement Int, Ext, Glare control classification, Privacy night, Visual contact with the outside, Daylight Utilisation, Bi-directional Scattering Distribution Function BSDF, Rs IR (%) ve kamuflaj kumaşlarında Infrared Reflaktans

LCMSMS

Perfluorooktan Sülfonatlar (PFOS) • Alkilfenoller (AP) ve Alkilfenol Etoksilatlar (APEO) Kanserojenik ve Alerjenik Boyar Maddeler

GC/GCMS

Ftalatlar • Alev Geciktiriciler (PBB, PBDE) • Dimetilfumarat (DMF) • Azoboyar Maddeler / Aril Aminler • Uçucu Organik Bileşikler (VOC) • Fluorotelomer Alkoller (FTOH's)

HPLC

Tekstil Boyaları / Alerjenler • PAH'lar

UV

Formaldehit • Krom VI • UV Koruma Faktörü

AAS/EDX

Ağır Metaller (As, Pb, Cd, Hg, Cu, Cr, Co, Ni, Sb) • Nikel • RoHS Analizleri

Tekstil analizlerinde
yeni çözümlere giden yol



UV-3600i Plus
UV-VIS-NIR Spektrofotometre

 **SHIMADZU**
Excellence in Science



Dünyanın en büyük ticaret anlaşması RCEP yürürlüğe girdi



DÜNYANIN şimdiye kadarki en büyük ticaret anlaşması olan Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (RCEP) Anlaşması 2022 yılı itibarıyla yürürlüğe girdi. Asya-Pasifik ülkeleri tarafından derin bölgesel entegrasyona yönelik önemli bir adım olarak görülen anlaşma, birçok küresel belirsizliğin olduğu bu dönemde dünya çapında yeni bir ivme olarak yorumlanıyor.

Kasım 2020'de imzalanan, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin katılımıyla oluşan RCEP, Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği'nin (ASEAN) 10 üyesi ile Çin, Japonya, Güney Kore, Avustralya ve Yeni Zelanda'yı kapsıyor. ASEAN Sekreterliği 2022 yılının başında yaptığı açıklamada, anlaşmanın Avustralya, Brunei, Kamboçya, Çin, Japonya, Laos, Yeni Zelanda, Singapur, Tayland ve Vietnam için yürürlüğe girdiğini duyurdu. Anlaşma, Güney Kore için 1 Subat'ta yürürlüğe girdi. RCEP'in uygulanmasının, en az altı ASEAN ve en az üç ASEAN dışı ülke tarafından onaylandıktan 60 gün sonra başlayacağı hususunda karara varılmıştı, söz konusu onaylar 2 Kasım 2021'den önce alındı.



AB ve Birleşik Krallık arasında tekstil ve hazır giyim ticareti azalıyor

EURATEX, AB ve Birleşik Krallık arasındaki tekstil ve hazır giyim ticaretinin düştüğünü açıklayarak ticareti engelleyen hususların ortadan kaldırılması adına iş birliği çağrısında bulundu. Her iki ülke arasındaki tam gümrük rejiminin yürürlüğe girmesiyle düşüş eğiliminin devam edeceği belirtiliyor.

Euratex tarafından yapılan ankete göre ihracat tarafında en çok etkilenen AB ülkeleri; İtalya, Hollanda, Belçika ve Almanya oldu. İthalat tarafında en çok etkilenen ülkeler ise Almanya, İrlanda ve Fransa olarak görüldü. 2021 yılının üçüncü çeyreğinde AB ve Birleşik Krallık arasındaki tekstil ve hazır giyim

ticaretinde yaşanan kayıp 3,4 milyar euro'yu aştı. Bu rakamlara rağmen İngiltere, AB tekstil ve hazır giyim ürünleri için en önemli ihracat pazarı olmaya devam ediyor.

Birleşik Krallık Moda ve Tekstil Birliği'nin 138 işletmeyle yaptığı ankete göre işletmelerin yüzde 71'i AB'den ithalata güvendiğini, yüzde 92'si navlun maliyetlerinde artış yaşandığını, yüzde 83'ü gümrükleme için artan maliyetlerin ve bürokrasinin sorunlara sebep olduğunu belirtti. Ankete katılan şirketlerin büyük çoğunluğu, artan maliyetleri gelecek 6-12 ay içinde tüketicilere yansıtmak istediğini açıkladı.

MARKALARDAN METAVERSE HAMLESİ



Metaverse kavramının hızla yaygınlaşmasıyla moda endüstrisi bu alandaki yatırımlarını artırmaya başladı. Sanal bir gerçeklik sunan metaverse ve NFT koleksiyonlar sektörünün dev markaları tarafından yorumlanmaya devam ediyor. İsveç merkezli hazır giyim markası H&M, metaverse üzerine inşa edilmiş "Ceek VR" şehrinde ilk sanal mağazasını açarak metaverse dünyasına katılan şirketler arasında yer aldı. Sanal mağazada markanın yeni koleksiyonlarına bakabilmek ve siparis

verebilmek mümkün hâle geldi. Nike, yeni nesil koleksiyon ürünleri sunmak için son teknolojiye dayanan RTFKT şirketini satın alarak NFT ve metaverse dünyasına giriş yaptı. Adidas ise NFT koleksiyonunu yayımlayarak metaverse dünyasındaki yerini aldı. Amerikan giyim perakendecisi Gap, markasını ve kapüşonlu ikonik ürününü hızla gelişen bir dijital ekosistemde yeni ve mevcut müşterilerine sunmak üzere ilk NFT koleksiyonunu piyasaya sürdü. NFT koleksiyon için sanatçı Brandon Sines ile iş birliği yaptı.

ESNEK KUMAŞ ESNEK ÜRETİM



Düşük hacimli üretim ve numune üretimi taleplerine yanıt veren Mimaki Tx300P-1800B, 5 farklı boya seçeneğiyle çok çeşitli kumaşlara baskı imkanı sunar.

Geliştirilmiş blanketli kumaş besleme sistemi ile hem **esnek kumaşa** kaliteli baskı yapılmasını hem de **farklı desenlerin** hızlı şekilde basılmasını mümkün kılar.

Mimaki
www.mimaki.com.tr

ABD'nin tekstil ve hazır giyim ithalatı artış eğiliminde



ABD'İN tekstil ve hazır giyim ithalatı, geçen yılın ilk 11 ayında, pandemi dönemindeki gerileme eğiliminden çıkarak yüzde 6,5 oranında arttı. ABD Ticaret Bakanlığı Tekstil ve Konfeksiyon Ofisi verilerine göre bu dönemde ithalat değeri 113,3 milyar dolar oldu. Hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı, yüzde 4,8 artarak 100,4 milyar dolara yükselirken tekstil ve ham maddeleri ithalatı yüzde 22,2 artarak 12,9 milyar dolara ulaştı.

ABD tekstil ve hazır giyim ithalatında Çin, yüzde 30 pay ile en büyük tedarikçi olmayı sürdürdü. Türkiye ise ABD'nin 13'üncü büyük tekstil ve hazır giyim tedarikçisi olarak konumlandı. 2019 yılında yaklaşık 118 milyar dolar tekstil ve hazır giyim ithalatı gerçekleştiren ABD'nin, pandemi döneminde Çin hariç tüm tedarikçilerinden yaptığı ithalatı geriledi. Çin'den yapılan ithalat ise maske ve koruyucu giysi ithalatındaki artışın etkisiyle yükseldi. 2021 yılında Çin'den yapılan ithalat, Ocak-Kasım döneminde yüzde 19,6 geriledi. Türkiye'den yapılan tekstil ve hazır giyim ithalatı ise yüzde 28,8 oranında arttı. ABD, yüzde 20,5 pay ve 102 milyar dolar değer ile 2020 yılında gerçekleşen toplam dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında birinci sırada yer alıyor. 2020 yılında ABD'nin Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı, yüzde 13,9 oranında artarak 1,1 milyar dolar değerine, 2021 Ocak-Kasım döneminde ise yüzde 24,5 oranında artarak 1,2 milyar dolar değerine ulaştı. Ülkemiz, ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon tedarikinde 2019 yılında 19. sırada yer alırken 2021 Ocak-Kasım dönemi verilerine göre 16. sıraya yükseldi.



Better Cotton, 2030'a kadar sera gazı emisyonunu yüzde 30 azaltacak

DÜNYANIN en büyük pamuk sertifikasyon kuruluşu olan Better Cotton; çevresel, sosyal ve ekonomik etki sağlamak için tasarlanmış stratejisinin parçası olarak iddialı bir iklim değişikliği azaltma hedefi duyurdu. Better Cotton, 2030 yılına kadar pamuk endüstrisi genelinde üretilen ton başına toplam sera gazı emisyonlarını, 2017 yılına göre yüzde 50 oranında azaltacağını duyurdu. Toprak sağlığı, pestisit kullanımı, küçük çiftçilerin geçim kaynakları ve kadınların güçlendirilmesini kapsayan dört ek hedefin; temel çizgiye göre izleme ve değerlendirme için sağlam ölçümler sağlayan etki göstergeleriyle 2022'nin sonuna kadar açıklanması bekleniyor. Bu ilerici yeni metrikler, pamuk yetiştiren topluluklar için çiftlik düzeyinde daha büyük ve kalıcı ekonomik, çevresel ve sosyal faydalar sağlamak için beş temel alanda gelişmiş ölçüme olanak tanıyacak.

Better Cotton, kurulduğu 2009 yılından bu yana dünya pamuk üretiminin sürdürülebilirliği üzerinde önemli bir etkiye sahip. Örneğin, Better Cotton üretimi Çin, Hindistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkiye genelinde karşılaştırmalı üretime göre ton tiftik başına ortalama yüzde 19 daha düşük emisyon yoğunluğuna sahipti. Better Cotton ve ortakları, kapasite geliştirme ve diğer saha düzeyindeki faaliyetleri finanse etmek için 2010'dan bu yana 99 milyon euro toplayarak 25 ülkede 2,5 milyondan fazla çiftçiyi eğitti. Bu rakamın 2021-22 sezonunda 125 milyon euro'nun üzerine çıkması bekleniyor. Dünya pamuğunun yaklaşık dörtte birinin Better Cotton Standardı altında üretildiği biliniyor. Better Cotton CEO'su Alan McClay, 2030 yılına kadar bunu en az ikiye katlamayı hedeflediklerini belirtti.

BESTSELLER'DAN DÖNGÜSEL ÜRETİM KILAVUZU

Danimarka merkezli moda markası Bestseller, dögüsel bir hazır giyim ürününün nasıl oluşturulacağı konusunda markalar, tasarımcılar ve ürün geliştiriciler için bir kılavuz niteliği taşıyan Circular Design Guide'i tanıttı. Bestseller'ın tasarımcıları ve ürün geliştiricileri, ortaya çıkardıkları tüm dögüsel koleksiyonlar için uygulanması gereken kritik noktaları belirlerken yeni kılavuzu kullanacak. Bestseller konuyla ilgili olarak yaptığı açıklamada, tasarımda dögüsel olma tutkusuyla hareket ettiklerini ve moda endüstrisinin daha sürdürülebilir bir geleceğe taşınması gerektiğine inandıklarını

söyledi. Marka; ham maddeden üretim, kullanım ve geri dönüşüme kadar değer zincirinin her aşamasında söz konusu kararları dikkate alacağını ifade etti. Tasarımcılar ve ürün geliştiriciler tarafından dögüsellik adına alınan kararların, diğer tüm aşamaları da olumlu ya da olumsuz etkileyeceği için kritik önem sahip olduğu düşünülüyor.



TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXİMİLES 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.

Üstelik 31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve kartıyla toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere **200 MaxiMil** hediye!



TİM
TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ



Maximiles TİM İhracatçı Kart'a Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) üyeleri başvurabilir. 31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve Maximiles TİM İhracatçı Kart'ıyla 30 Nisan 2022 tarihine kadar toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere, 200 MaxiMil hediye edilecektir. Hediye MaxiMiller, 30 Mayıs 2022 tarihine kadar kullanıma açık Maximiles TİM İhracatçı Kart'a yüklenecektir. Kampanya, kart bazında değil müşteri bazındadır. Bir müşteri, kampanyadan bir kere yararlanabilir ve en fazla 200 MaxiMil kazanabilir. Kampanya dönemi içerisinde gerçekleştirilen alışverişlerin iptal edilmesi veya satın alınan ürünlerin iade edilmesi durumunda yüklenen MaxiMiller geri alınacaktır. Maximiles TİM İhracatçı Kart haricindeki İş Bankası bireysel ve ticari kredi kartları ile Bankamatik Kartlar kampanyaya dahil değildir. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye haklarına sahiptir. 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.

Dış Ticaret Bilgilendirme Semineri, İTKİB koordinasyonunda gerçekleşti

İTKİB koordinasyonunda, 26 Ocak'ta düzenlenen Dış Ticaret Bilgilendirme Semineri, ihracatçı firmaların yoğun katılımlarıyla yapıldı. Seminerde, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Ticaret Uzmanları, devlet destekleri ile ilgili ayrıntılı bilgiler paylaştı.

TİCARET BAKANLIĞI, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ile Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kuruluşu (OSBÜK) organizatörlüğünde düzenlenen Dış Ticaret Bilgilendirme Semineri, İTKİB koordinasyonunda 26 Ocak'ta gerçekleştirildi.

Seminerin açılış konuşması, İTKİB Koordinatör Başkanı Mustafa Gültepe tarafından yapıldı. İTKİB'in ev sahipliğinde düzenlenen seminerde, Ticaret Bakanlığı'nın uzmanları tarafından devlet yardımları ve ihracat sürecinde işletmelere fayda sağlayacak birçok bilginin ilk elden paylaşılacağına dikkat çeken Gültepe: "Seminerde aynı

zamanda, dünyanın en büyük pazarlarından ABD pazarına ihracat imkânları konusunda da Washington Ticaret Baş Müşavirimiz bir sunuş gerçekleştirecek. İTKİB çatısı altında tekstil, hazır giyim, deri ve halı olmak üzere dört temel sektör yer alıyor. Bu sektörler, bugüne kadar ülke ihracatında hep önde yer aldı. Dört sektörün 2021 yılı toplam ihracatı 35 milyar doları aştı. İTKİB üyeleri ise bu dört sektörde ağırlıklı paya sahipken diğer sektörlerden yaptıkları ihracat dâhil toplam 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiriyor. Bu performansla da Türkiye toplam ihracatında yüzde 11'lik paya sahipler. İhracat büyüklüklerinin yanı sıra bu sektörler yarattığı istihdamla, cari açığa katkısıyla hem ülke ekonomisine hem de toplum refahına birebir etki ediyor. Bunun için, sektörün lider kuruluşu İTKİB olarak biz de sektörlerimizin ihracatına fayda sağlayacak her türlü faaliyeti ve desteği elimizden geldiğince yapmaya çalışıyoruz." dedi.

"FİRMALARIMIZI 1,3 MİLYAR TL DESTEKLE BULUŞTURDUK"

Sektörler ve ülke olarak ihracatı artırmaktan başka seçeneklerinin olmadığını söyleyen Gültepe, seminerin önemine değindi. Dünyada rekabet şartlarının giderek zorlaştığı, belirsizliğin arttığı bu dönemde devletin sağladığı desteklerden, kolaylıklardan en etkin şekilde faydalanmak gerektiğinin altını çizen Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "İTKİB olarak kamu adına devlet yardımlarının ilk başvuru kapılarınızdır. Devlet



yardımları süreçlerini kolaylaştırmak ve hızlandırmak için gayret ediyoruz. İyi bir performans da yakaladık. Pandeminin etkili olduğu son üç yıllık dönemde yıllık 16 binin üzerinde, toplam 50 binden fazla başvuru inceledik. Toplamda 3 bin 630 firmaya destek imkânı sağladık. Yıllık 400 milyon TL olmak üzere toplamda 1,3 milyar TL destekle firmalarımızı buluşturduk. Dosya sonuçlanma sürelerini yarı yarıya azalttık, bekleyen dosya sayımız da büyük oranda düştü. Süreçleri iyileştirme önerilerimizi de zaman zaman bakanlığımıza iletiyoruz. Tüm üyelerimizden var olan destekleri her detayıyla öğrenip prosedürlere azami dikkat ederek desteklerin avantajından yararlanmalarını bekliyoruz. Bakanlığımız da bu seminerde olduğu gibi desteklerle ilgili bilgilendirmek için büyük çaba harcıyor. Devlet yardımları ile ilgili herkesin kullanabileceği, çok faydalı bir platform da oluşturuldu."

İHRACATI DESTEKLEYEN UYGULAMALAR AYRINTILI ŞEKİLDE ANLATILDI

Seminer, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Ticaret Uzmanı İbrahim Kumaş'ın Türk ürünlerinin yurt dışında markalaşması, Türk malı imajının yerleştirilmesi ve Turquality'nin desteklenmesi ile yurt dışı birim marka ve tasarım destekleri konularına ilişkin sunumu ile başladı. İhracata yönelik devlet desteklerinin sistematığı ile ilgili bilgiler paylaşan Kumaş, söz konusu desteklerden hangi firmaların yararlanabileceği ve hangi limitlerde destek



Ticaret Bakanlığı uzmanlarının, devlet desteklerine yönelik ve ihracat sürecinde fayda sağlayacak birçok bilgi paylaştığı seminere firmalar yoğun katılım sağladı.

alabileceğine ilişkin ayrıntılı bilgiler paylaşarak firmaların desteklere ilişkin sorularını yanıtladı.

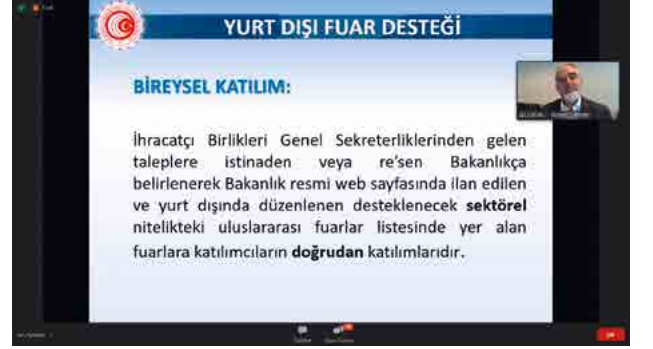
Seminer Ticaret Uzmanı Deniz Koray Tunçel'in uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesinin desteklenmesi, pazar araştırması ve pazara giriş desteği, e-ticaret sitelerine üyelik desteği, pazara giriş belgelerinin desteklenmesine ilişkin bilgilendirme yapması ile devam etti. UR-GE desteğine yönelik süreçlerle ilgili bilgi paylaşan Tunçel; bu kapsamda verilen istihdam, ihtiyaç analizi, eğitim ve danışmanlık, küme tanıtım faaliyetleri, yurt dışı pazarlama faaliyetleri ve alım heyetleri gibi alanlarda sağlanan desteklerin limitlerine ilişkin ayrıntıları firmalarla paylaştı. Firmalara küresel tedarik zincirine giriş desteği sağlandığını da belirten Tunçel, bu kapsamda belirlenen hedef ülkeleri açıkladı. Kolay Destek Platformu'na ilişkin bilgiler, firmalara sunuldu.

FİRMALAR SEMİNERE YOĞUN KATILIM SAĞLADI

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Ticaret Uzmanı Ali Erdal, yurt dışı fuar desteklerine ilişkin bilgileri paylaştı. Bu destek ile şirketlerin, yurt dışı fuarlara iştiraklerinin ve sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara bireysel katılımlarının özendirilmesinin amaçlandığını ifade eden Erdal; fuarlara katılım türleri, desteğe esas tutarlar, destek üst limitleri, belirlenen hedef ülkeler gibi konularda firmaları bilgilendirdi. Erdal, yurt içi fuarlarda devlet tarafından sağlanan desteklerle ilgili de önemli bilgiler paylaştı. Sanal fuar katılımı ve organizasyon desteği gibi konular da bu çerçevede ele alındı.

Ticaret Uzmanı Onur Tekyıldız, dâhilde ve hariçte işleme rejimi konusunda bir sunum gerçekleştirdi. Dâhilde işleme rejiminin (DİR) istatistikleri ve mevzuatı ile ilgili bilgiler, firmalara iletildi. Söz konusu desteğe Türkiye gümrük bölgesinde yerleşik olan firmaların başvurabileceği ifade edilirken DİR kullanım amaçlarına yönelik bilgiler de verildi. DİR işleyiş süreci, uygulama kapsamında alınan tedbirler, DİR otomasyonu, hariçte işleme rejimi süreçleri gibi konular da sunumun içinde yer aldı.

Ticaret Bakanlığı tarafından ihracatçıların hizmetine sunulan Kolay İhracat Platformu'na yönelik ayrıntılı bilgiler ve platformun amaçları, avantajları da Ticaret Uzman Yardımcısı Ahmet Aktay tarafından firmalara anlatıldı. Ticaret Bakanlığı uzmanlarının,



devlet yardımları ve ihracat sürecinde firmalara fayda sağlayacak birçok bilgi paylaştığı seminere firmalar yoğun katılım sağladı.

ABD'YE İHRACAT İMKÂNLANI DEĞERLENDİRİLDİ

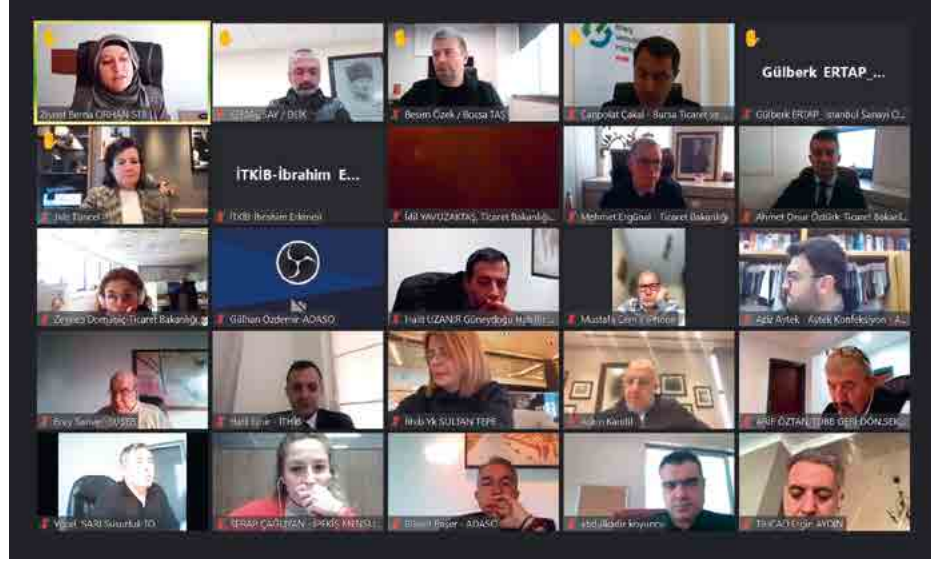
Seminerde son olarak ABD pazarına ihracat imkânları konusunda Washington Ticaret Baş Müşaviri Mustafa Koca bir sunum gerçekleştirdi. ABD genelindeki pandemi etkilerine yönelik bilgiler paylaşarak sunumuna başlayan Koca, ülkenin genel ekonomi ve dış ticaret verilerini açıkladı. Koca, ABD'nin dış ticaretteki ortaklarına ve öne çıkan sektörlerine yönelik ayrıntıları da belirtti. ABD pazarının özelliklerini ihracatçı firmalarla paylaşan Koca, pazara yönelik pratik bilgileri de aktardı.

ABD pazarının özellikleri ihracatçı firmalarla paylaşılırken pazara yönelik pratik bilgiler aktarıldı.

AYM Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü İhtisas Çalışma Grubu Toplantısı gerçekleştirildi

Türkiye Yeşil Mutabakat Eylem Planı dâhilinde kurulan alt sektör ihtisas çalışma grupları ile sektörel paydaşların bir araya getirilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda hayata geçirilen Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü İhtisas Çalışma Grubu'nun ilk toplantısı, Ticaret Bakanlığı tarafından 26 Ocak'ta gerçekleştirildi.

TİCARET Bakanlığı Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanı Ahmet Onur Öztürk'ün moderasyonu ile yapılan toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı, İHKİB Uluslararası İlişkiler ve KSS Çalışma Grubu Üyesi Nilgün Özdemir, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, ile İDMİB ve İHİB temsilcileri katıldı. Ticaret Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve sektör temsilcileri de toplantıya geniş katılım sağladı. Ticaret Bakanlığı Uluslararası Anlaşmalar ve AB Genel Müdürlüğü Tek Pazar, Rekabet ve Teknik Mevzuat Daire Başkanı Mehmet Ergüenal, AYM'yi tanıtıcı bir sunum gerçekleştirdi. Sunum sonrasında sektör temsilcileri; konuyla ilgili proje, faaliyet, görüş ve önerilerini aktardı.



İHKİB, IPA II VE IPA III PROJELERİNİ YÜRÜTÜYOR
Jale Tunçel, İHKİB'in 2018 yılında Avrupa Birliği'nin dijitalleşme ve sürdürülebilirlik eksenindeki ikiz dönüşümü paralelinde Türkiye'nin AB'ye entegrasyonunu sağlayacak şekilde Tasarımdan Üretim: Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi'ni başlattığını hatırlattı. Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı (IPA) kapsamında 10,4 milyon euro bütçeye sahip projenin, 6 milyon euro'luk makine, ekipman yatırımı kısmının tamamlandığını ve projenin teknik yardım kısmının başladığını belirten Tunçel: "Proje, AB'nin dijital dönüşüm strateji çalışmasının hazır giyim sektörüne adapte edilebilmesi, bu alanda sektöre yönelik bir yol haritası oluşturulmasını hedefliyor. Dijital Dönüşüm Merkezi ile sektörde dijital dönüşüm odaklı hizmetler sunmayı amaçlıyoruz. Ekoteks bünyesinde sunulacak yeni test ve analiz hizmetleri ile çevre dostu üretim ve ürün anlayışının KOBİ'lerde geliştirilmesini planlıyoruz. İHKİB tarafından başlatılan IPA III kapsamındaki Sektörde Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi ile Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründe karbon ayak izi çalışmalarında politika ve stratejilerin geliştirilmesi, karbon ayak izinin ölçümü ve azaltılmasına öncülük edilmesi hedefleniyor. İHKİB tarafından sektörde faaliyet gösteren özellikle KOBİ nitelikli firmaların sürdürülebilirlik kapasitesini geliştirmek üzere UR-GE projeleri kapsamında birbirinden farklı ve birbirini destekleyen çalışmalar gerçekleştiriliyor." dedi.

Ekoteks bünyesinde sunulacak yeni test ve analiz hizmetleri ile çevre dostu üretim ve ürün anlayışının KOBİ'lerde geliştirilmesinin hedeflendiğini belirten

Tunçel, sözlerine şöyle devam etti: "İstanbul Moda Akademisi ve İHKİB bünyesinde, proje kapsamında kurulan bin 300 metrekarelik kullanım alanına sahip Dijital Dönüşüm Merkezi'nin sektörde dijital dönüşüm odaklı hizmetler sunması, moda tasarım alanında yeni eğitimlerin planlanması ve tasarımcılar ile KOBİ'lere sunulması, dijital alanda edinilen yetkinlikler sayesinde sektördeki potansiyel müşteri portföyünün geliştirilmesi hedefleniyor. Projede sosyal sorumluluk alanında da sektörün bilinçlendirilmesi ve pilot uygulamaların yürütülmesi bu temel hedefler arasında yer alıyor."

"DEVLET TEŞVİKLERİNE İHTİYAÇ DUYULUYOR"

Sultan Tepe; İTHİB'in sürdürülebilirlik yaklaşımı, gerçekleştirdiği faaliyetler ve 2022 yılı hedefleri hakkında bilgi vererek güneş enerji sistemleri kurulumuna ilişkin teşvik sisteminin oluşturulması gerektiğini belirtti. Tepe, ayrıca boyahanelerde ciddi su tasarrufu sağlanabileceğini söyleyerek bu alanda devlet teşviklerine ihtiyaç duyulduğunun altını çizdi ve organik pamukla ilgili de teşvik mekanizması gerektiğini vurguladı. 2021 yılında açıklanan Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı doğrultusunda Sustainability Talks İstanbul'un düzenlendiğini söyleyen Tepe; etkinlikte tüm dünyadan 45 konuşmacının yer aldığı, 550 fiziksel, 3 bin 150 çevrim içi katılımın sağlandığı belirtti. 2022 yılında ise Sürdürülebilirlik Vizyonu çerçevesinde kapsamlı bir eğitim düzenleneceğini duyurarak firmaların yürütülen projeler ve faaliyetler ile yeşil dönüşüme uyum sağlamasının öncelikli hedefleri olduğunu altını çizdi.



Dijital Kumaşlar

Bütün koleksiyonumuzun
Browzwear ve CLO3D uyumlu
dijital versiyonları vardır.

 **HiFabrik**™
by ünlü transfer

kumaştan gelen ilham

ZARA

ASOS


COMME des GARÇONS

.loupiés

El Corte Inglés

CACHE
CACHE.

LC Waikiki

KOTON

örme • dokuma • raşel • dantel • tül • dijital pigment baskı • metraj süblime baskı • flok baskı
varak baskı • glitter baskı • yüksek baskı • emboss • gofre • lake • kaplama • laminasyon • kraş • plise

+90-212-576-5250

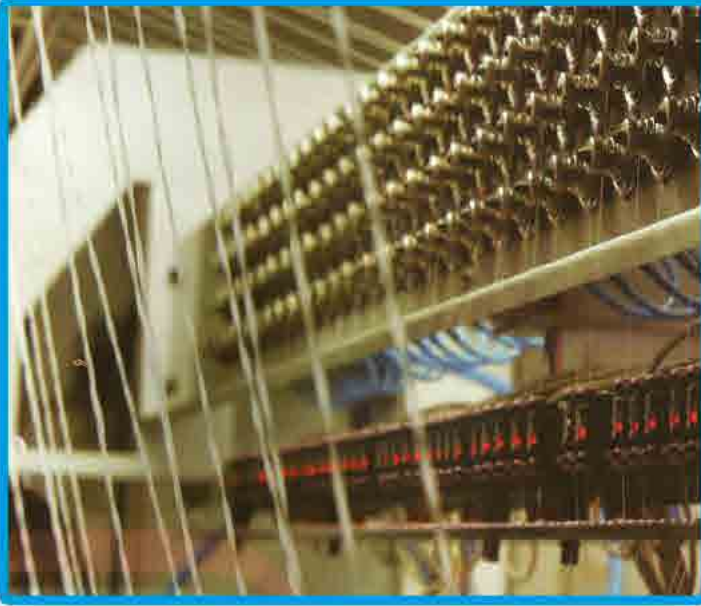
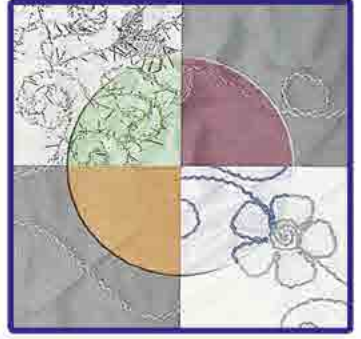
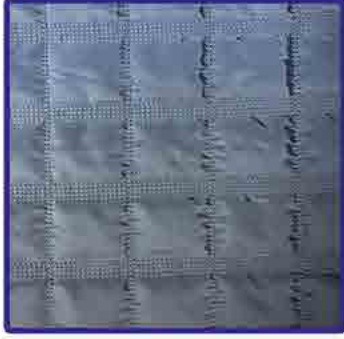
www.unlutransfer.com

www.hifabrik.com

ŞEN

ELYAF & KAPİTONE

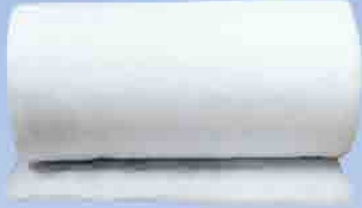
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.



ULTRASONIC - ÇİFT İĞNE - BİLGİSAYARLI NAKİŞ KAPİTONE - KİLİT DİKİŞ
KAPİTONE BİZİM İŞİMİZ

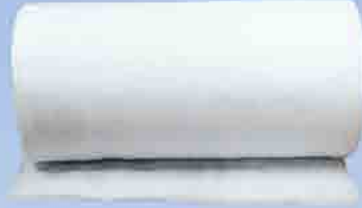


Termo Elyaf



**Yastıklık
Silikon Elyaf**

Silikonlu Elyaf



Mikro Elyaf

Her Türlü Elyaf Çeşidiyle Hizmetinizdeyiz



0212 671 66 66

ŞEN
ELYAF & KAPITONE
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

K.ORG. SAN. BÖL.ZİYA GÖKALP MAH. DERSAN KOP. S1 B BLOK NO:10 İKİTELLİ / İSTANBUL
Tel: 0212 671 66 66 Fax: 0212 671 10 12
www.senkapitone.com.tr info@senkapitone.com.tr

İTÜ Mühendislikler Zirvesi'nde tekstil ve hazır giyim anlatıldı

İTÜ TEKSTİL Mühendisliği Kulübü tarafından düzenlenen Mühendislikler Zirvesi, 7-8 Ocak'ta çevrim içi ve fiziksel olarak gerçekleştirildi. Tekstil Mühendisliği ve Moda Tasarım Zirvesi oturumunda İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel bir sunum gerçekleştirdi. Türk tekstil ve hazır giyim sektörlerinin güncel durumları ile ilgili ayrıntılı bilgiler paylaşan Tunçel, hazır giyim sektörünün 2021 yılı ihracatının 20,3 milyar dolara yükseldiğini söyledi. Hazır giyimin, Türkiye'nin dördüncü büyük sektörü olduğunu belirten Tunçel: "Hazır giyim sektörünün ihracatı, Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde dokuzunu oluşturuyor. Kilogram başına 16,2 dolar ile tasarıma dayalı ve katma değerli ihracat gerçekleştiren üç sektörden biri konumundayız. Dünyanın beşinci, Avrupa'nın ise üçüncü büyük hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçısıyız. Esnek üretim gücümüz, yaratıcı ve genç tasarımcılarımız, nitelikli iş gücümüz, AB standartlarına uygun ve entegre üretim yapımız, ileri düzeyli yan sanayimiz, dünya pazarlarına kolay erişim olanağımız ve koleksiyon oluşturma yetkinliğimiz ile Türkiye olarak rakiplerimizden bir adım öne çıkıyoruz." dedi.

Dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve yeni iş yapış biçimleri nedeniyle küresel anlamda önemli bir değişikliğin yaşandığını belirten Jale Tunçel, değişen dünyada yeni tedarik zincirinin Türk hazır giyim sektörü açısından yarattığı tehdit ve fırsatları değerlendirdi. AB Sanayi ve Tekstil Stratejisi'nin sektörü etkileyecek unsurlardan olduğunu söyleyen Tunçel; döngüsel ekonomi eylem planı, Avrupa Yeşil Mutabakatı, sınırda karbon düzenleme mekanizması gibi konular hakkında da aydınlatıcı bilgiler paylaştı. Türkiye'nin Yeşil

Mutabakat Eylem Planı ile harekete geçtiğini aktaran Tunçel: "Türkiye İhracatçılar Meclisi de Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı belirledi. İHKİB olarak önümüzdeki tüm bu gelişmelere ek olarak sektörde yaşanan değişimle birlikte insan kaynağına da önem veriyoruz. Söz konusu değişimi kullanacak, yönetecek ve eksiklikleri fark edecek olan insan kaynağıdır. Sektörümüzün istenilen şekilde gelişebilmesi adına insan kaynağının teknolojinin sunduğu araçları kendi ihtiyaçlarına göre kullanabiliyor olması gerekiyor. Bu çerçevede sektörümüzün insan kaynağından, teknik bilgiye sahip olma, dijitalleşmeye yanıt verebilme, tasarım ve inovasyon odaklı olma ve trendleri takip edebilme, geliştirebilme gibi yetkinlikler bekliyoruz." şeklinde konuştu.

İHKİB olarak sektörün değişimine destek olacak projeler geliştirdiklerini belirten Tunçel, Tasarımdan Üretime Dijital Dönüşüm Projesi, Dijital Dönüşüm Merkezi, Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi, İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması gibi çalışmalarını hakkında bilgiler verdi.



İTHİB TEMSİLCİLERİ DE ETKİNLİĞE KATILDI

Etkinliğe İTHİB temsilcileri de katılarak tekstil sektörünün mevcut durumu, gelecek stratejisi ve projelerini hakkında öğrencilerden gelen soruları yanıtladı. Üniversitelerin mühendislik bölümü öğrencileri ile çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren özel firma yetkililerinin bir araya geldiği etkinlikte, birçok firma yetkilisi mühendisleri yakından ilgilendiren gelişmeler ile alakalı sunumlar yaparak öğrencilerin sürekli değişen ve gelişen dünya teknolojisine nasıl ayak uydurabilecekleri noktasında bilinçlenmelerine katkı sağladı.

Verimlilik dergisi için makaleler bekleniyor

SANAYİ ve Teknoloji Bakanlığı'nın yayını olan Verimlilik dergisi, döngüsel ekonomi ve sürdürülebilirlik temalı özel bir sayı hazırlıyor. Bakanlık söz konusu yayını için araştırmacıların, 30 Nisan'a kadar çalışmalarını iletmeleri gerektiğini ifade etti. Özel sayı ile ilgili yapılan makale çağrısında sürdürülebilir üretim uygulamaları ile birlikte doğayı ve kaynakları koruyan, uygulanabilir, toplum açısından güvenilir ve sağlıklı süreç ve sistemler kullanılarak ürün ve hizmetlerin üretilmesinin mümkün hâle gelebileceği vurgulandı.

Editörlüğü Doç. Dr. Önder Belgin ve Dr. Yücel Özkara tarafından yapılan özel sayıda ele alınması planlanan

konu başlıkları; döngüsel ekonomi politikaları, döngüsel ekonomi ve verimlilik, sürdürülebilir kalkınma ve yeşil büyüme, paylaşım ekonomisi, yeşil dönüşümün finansmanı, yeşil mutabakat ve verimlilik uygulamaları olarak duyuruldu. Yayında işlenecek olan diğer konu başlıkları ise yeşil kümelenmeler, endüstriyel simbiyoz, enerji ve kaynak verimliliği, temiz üretim teknolojileri, yaşam döngüsü analizi, eko etiketleme, atık yönetimi, biyoekonomi ve biyoçeşitlilik, sürdürülebilir tedarik zinciri, yeşil tedarik zinciri ve yeşil lojistik, tersine tedarik zinciri ve tersine lojistik oldu. Bilgi ve iletişim için: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/verimlilik>



Showroom

Fabrika

Mithatpaşa Cad. Küçük Haydar efendi Sk. No: 3/1
Laleli / Fatih / İstanbul - Turkey
Tel: +90 212 518 65 82

Aymakop San. Sit. C-1 Blok No: 153
İkitelli - İstanbul - Turkey
Tel: +90 212 671 21 33



www.mpanda-kids.com



info@mpanda-kids.com



[panda medvjnk](https://www.facebook.com/panda-medvjnk)



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

İhracatta yeşil finansman çalışmaları

YEŞİL dönüşüm sürecinde güncel durum tespiti yapmak, ekosistemin tüm paydaşlarıyla iş birliğini geliştirmek ve ihracatçıların yeşil finansman olanaklarından azami ölçüde faydalanmalarını sağlamak amacıyla ilgili bakanlık ve kamu kurumlarının, uluslararası finans kurumlarının Türkiye temsilciliklerinin, bankaların, TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi ve İklim Komitesi üyelerinin, ilgili sektör temsilcileri ve akademisyenlerin katılımıyla çevrim içi olarak Yeşil Dönüşüme Yönelik Finansmana Erişim Toplantısı gerçekleştirildi.

İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe ile Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı ve TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi Üyesi Nilgün Özdemir'in de sektör adına değerlendirmelerde buldukları toplantıda; TİM Başkanı Gülle, yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirliğin bir zorunluluk olduğunu vurguladı. Gülle: "Bu dönem ülkemiz için çeşitli fırsatları ve riskleri aynı anda barındırıyor. Sürdürülebilir ekonomiye

geçiş, ancak topyekün bir çalışma ve iş birliği ile mümkün. İhracatçılarımızın bu süreçte yeşil finansman konusunda hem kamudan hem de finans sektöründen beklentisi oldukça büyük." dedi. Avrupa Birliği'nin, 2021 yılında Türkiye ihracatının 93 milyar dolarlık bölümünü, tek başına gerçekleştirdiği bir pazar olduğunu söyleyen Gülle: "Emisyon Ticaret Sistemi'ne ek olarak uygulanacak sınırda karbon düzenlemesi, ürünün ihtiva ettiği karbon miktarı ile orantılı olarak vergilendirmeye tabi tutulacak. 2026 yılında uygulanmaya başlanacak sınırda karbon

düzenlemesi, 2023-2025 yıllarında ihracatçılarımıza herhangi bir yük getirmeyecek." dedi.

Bu dönemin, ihracatçıları için bir geçiş dönemi olarak planlandığını anlatan Gülle: "İhracatçıların emisyon miktarlarını beyan edecekleri bu dönemi iyi değerlendirmemiz gerekiyor. TİM olarak dijital mentorluk ve eğitim programlarıyla yeşil mutabakat ve iklim değişikliği odağında öncelikle yeşil finansman başlığında rapor ve eğitimlerle ihracatçılarımıza değer katmayı amaçlıyoruz. Bankalarımızın görüş ve değerlendirmeleri ile süreçte sağlayacakları katkılar oldukça önem arz ediyor. İhracat ailemizin her zaman yanında olan finans

sektörümüzün yeşil dönüşüm sürecinde de ihracatçılarımızın yanında olması en büyük beklentimiz. Çünkü bu dönüşümün, yeterli finansman kaynağı sağlanmadan gerçekleşmesi mümkün değil." ifadelerini kullandı.

"3,2 MİLYAR EURO'LUK KAYNAĞIN ÜLKEMİZE KAZANDIRILDIĞI MÜJDESİNİ ALDIK"

Avrupa Birliği'nin sürece büyük bir finansman kaynağı

ayırıldığını belirten Gülle, Türkiye'nin de aldığı 3,2 milyar euro'luk kaynağın önemine vurgu yaparak, "Gelecek 10 yıl içinde bu alanda reel sektöre 1 trilyon euro tutarında sürdürülebilir yatırım desteği sağlanması planlanıyor. AB aday ülkesi konumunda bulunan ülkemizin de bu kaynaklardan azami ölçüde faydalanması gerekiyor. Hükümetimizin yürüttüğü etkin müzakereler sonucunda 3,2 milyar euro'luk bir kaynağın ülkemize kazandırıldığı müjdesini aldık. Bu rakamlar arttıkça tüm sektörlerimizin dönüşüm süreci hızlanacaktır." diye konuştu.



Fotoğraf ve video çekimleri için Akıllı Stüdyo, Dijital Dönüşüm Merkezi'nde

TEKSTİL ve hazır giyim sektörlerinde ürün çekimlerinde kullanılmak üzere tamamen düz bir zemin için sökülebilen döner tablalı zemin, farklı görünüm oluşturmak ve farklı arka plan sayfaları eklemek için kancalı arka duvarıyla entegre kamera ve fotoğraf/video düzenleme sistemi sunan merkezî omurga bir kamera, robotik bilgisayar, elektronik ve güç yönetimi olan Styleshoots Eclipse, İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi fotoğraf stüdyosunda hizmet veriyor.

iPad üzerinden kumanda edilen Light Composer aydınlatma sistemi teknolojisi sunan ekipman, önceden tanımlanmış kamera ve zoom ayarları ile çözümler sunuyor. Kameranın, mekatronik ve aydınlatmayı kontrol eden özel elektronik ayarları



bulunuyor. Her panelin ışık yoğunluğu iPad'den manuel olarak ayarlanabilirken tüm ışıklar Styleshoots Eclipse için özel olarak geliştirilmiş durumda. 360 derece video çekim, üç akslı kamera kafası ve görüntüleme sistemi ile 360 derece kapsamında istenilen açıdan fotoğraf ve video çekilme imkânı sunuluyor. Ayrıca 3D derinlik algılama sensörü ile fotoğraf gerçekliği, dijitalde yakalanabiliyor.

Styleshoots Eclipse imkânlarından yararlanmak üzere İHKİB'in Dijital Dönüşüm Merkezi iletişim adreslerine ulaşarak detaylı bilgi alınabiliyor.

Teşvikiye Cad. No:10/1 Sadrazam Sait Paşa Konağı
34365 Nişantaşı-İstanbul
T. +90 (212) 219 41 41 F. +90 (212) 232 74 74

**HIZLA DEĞİŞEN
GÜNÜMÜZ DÜNYASINDA
HALA ESKİ USULLERLE
YAPILAN İPLİK TİCARETİNİ
DİJİTALE TAŞIYORUZ.**

**ÇOK YAKINDA
TÜM PİYASA
AVUCUNUZDA!**

Ekoteks, dijitalleşme çalışmaları ile önemli bir adım attı

Günümüzde önemli konulardan biri hâline gelen bilişim teknolojisi sayesinde bilgisayar tabanlı bilişim sistemleri gelişiyor ve bilgiye erişim daha hızlı bir hâle geliyor. Bilişim teknolojileri sayesinde oluşturulan yazılımlarla bilginin işlenmesi, dönüştürülmesi, saklanması, korunması, iletilmesi ve bu bilgiye güvenli bir biçimde erişilmesi sağlanıyor. Gelişen ve hızla dönüşen teknolojiye ayak uydurmak, laboratuvar yönetimleri ve müşteri ilişkileri için de büyük önem taşıyor.

SÜREKLİ artan test kapasitesi ve değişen müşteri talepleri ile uyumlu, dinamik bir bilişim altyapısı hazırlıklarını 2021 yılında başlatan Ekoteks, süreci büyük bir oranda tamamladığını ve kendine özgü, şeffaf, izlenebilir bir yönetim sistemi kurduğunu açıkladı. Sistemin şu an test aşamasında olduğu belirtildi. Bir yıllık süre boyunca uzaktan erişim, onay, takip, kalite güvence, maliyet analizi ve ihtiyaç analizi yapılarak profesyonel yazılım uzmanları ile beraber hazırlanan "LabSis Pro Smart" uygulaması devreye alındı.

Kurum içi ve kurum dışı daha hızlı ve daha az enerji ile takip sağlamanın hedeflendiği uygulama ile yapılan otomatik raporlama sayesinde kazanılan zaman, müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi için fırsat dönüştü. Bunun yanı sıra basılı doküman miktarı oldukça azalırken birimler arasında yönlendirmeler kolay ve anlaşılır hâle geldi. Daha önce uygulamada olan veri toplama, saklama ve paylaşma işlemleri; her bir teknolojik laboratuvar cihazı ile sadece o cihaza bağlı bir yönetici bilgisayar arasında sağlanıyordu. Cihaz ve bilgisayar arasında kurulamayan bağlantı gibi sorunlarla karşılaşıldığında problemler, bu köprü içinde çözülmeye çalışılıyordu. Ayrıca her bir cihazdan alınan verilerin belirli süre aralıklarıyla, yetkili personel tarafından saklanması için yedekleme ihtiyacı duyuluyordu. Bağlantı ve veri açısından bahsi geçen sorunlar, personelin çalışma performansını etkilerken verimliliği de düşürüyordu.

UYGULAMA BİRCOK AVANTAJ SAĞLIYOR

LabSis Pro Smart uygulaması ile sadece birkaç yönetici bilgisayar ile tüm teknolojik laboratuvar cihazları arasında bağlantı kurarak enerji tasarrufu sağlanıyor. Analiz sonucunu değerlendiren ve yorumlayan personel de sağlıklı bir ofis ortamında çalışmasını sürdürebiliyor. Laboratuvar cihazlarından alınan veriler, sınırlı sayıda güvenilir bilgisayara aktarıldığı gibi mobil cihazlara da aktarılabilir duruma geliyor. Ofis dışındaki yetkili personel veya yöneticinin de takip edebilmesi sağlanıyor. Böylelikle

personelin analizi yapılan kimyasal madde ve/veya test prosedürlerinin gerekliliği olarak kullanılan kimyasal solventlere maruz kalması da ortadan kaldırılmış oluyor.

Analitik cihazlarda kurulu olan "Openlab" uygulaması ile geçmişe dönük verileri belirli aralıklar ile yedekleme işlemi yapılmasına ihtiyaç duyulmuyor. Depolama sunucusuna yönlendirilmiş olan veriler, sürekli olarak depoya gönderilebiliyor. Hâlihazırda uygulanan çalışma yöntemine göre laboratuvar cihazlarından alınan veriler, bazı düzeltmelere ihtiyaç duyar ve masa başında birtakım matematiksel hesaplamalar yapılır. El yazısının

okunaklı olmaması durumda numune ile ilgili raporlanacak verinin yanlış belirtilmiş olması riski ortaya çıkar. Her personel sorumlu olduğu test ile ilgili sonucu, kalite kontrol verilerini, limit değer gerekliliklerini, kimyasal ve sarf malzeme gibi kullanımını yeni uygulama yardımı ile çevrim içi ortama aktaracak ve bir sonraki personele bildirim gönderilecek. Test sonuçları laboratuvar şeflerinin onayından da geçtikten sonra rapora aktarılmaya uygun olacak.

Bu sistem ile kâğıt üzerinde yapılmakta olan tüm kayıt işlemlerinin dijital işlem ile değiştirilmesi sağlanıyor. 3 binden fazla excel hesaplamasının ve rapor için

gerekli müşteri/test bilginin dijital ortamda kolaylıkla bir araya getirilmesi bekleniyor. Sistemin, şirket bünyesindeki tüm çalışanların kullanımına uygun olması, çalışma alanına göre sağlanan yetkinlikler ile iş akışına entegre edilmesi hedefleniyor. Aynı zamanda resmî internet sitesinde müşterilerin oturum açması sağlanarak elektronik imzalı test raporlarını, cari bilgilerini ve test edilen numunelerinin işlem sürecini takip edebilmeleri sağlanıyor.

Ekoteks, markalar ile de entegre edilebilir olan sistem ile kurumsal, bireysel ve proses bazlı karbon ayak izini ciddi oranda azaltmayı hedefliyor. Uygulamanın Şubat 2022'de test işlemlerinin bitmesi ve Mart 2022'de kullanıma hazır olması bekleniyor.



İstanbul Moda Akademisi'nde Profesyonel Gelişim Programları devam ediyor

Moda endüstrisinde çalışan ve kendini geliştirmek isteyen profesyonellerin yanı sıra moda ilgisine duyanlara ve kariyer değişikliği hedefleyenlere hitap eden İstanbul Moda Akademisi (İMA) Profesyonel Gelişim Programları, hafta içi akşam saatlerinde ve hafta sonları devam ediyor.

PROFESYONEL Gelişim Programları ile İMA, akademik programlarda olduğu gibi öğrencilerini hem teorik aktarımlar hem de uygulamalı proje çalışmaları yaptırarak yetiştiriyor ve eğitime sektöre dair her aşamayı öğrencilerine aktarıyor. Eğitimler, alanında deneyimli eğitmenler tarafından sektör profesyonelleri ve tasarımcıların katılımı ile gerçekleştiriliyor.

Eğitim içerikleri hakkında detaylı bilgi almak için İMA ile görüşülebilir ve hafta içi 08.30-17.30 saatleri arasında okul ziyaret edilebilir.

MART AYI EĞİTİM TAKVİMİ

Tekstil ve Hazır Giyim Müşteri

Temsilciliği-Başlangıç Tarihi: 12 Mart 2022

Temel tasarım, kalıp, çanta üretimi ve ileri seviye deri bilgisi eğitimleri ile başlayan eğitim süreci; daha sonra CLO 3D programının derinlemesine olarak eş zamanlı öğretildiği, dijital ortamda ileri seviyede çanta tasarımı eğitimlerinin devam ettiği, yeni nesil dijital teknik tasarım föyleri ve realist 3D çanta modelleri tasarımı yapılması ile sürüyor. Eğitim sonunda belirlenen bir konsept üzerinden 3D çanta koleksiyonları tasarlanıyor.

Dijital 3D Görsel Mağazacılık ve Vitrin Tasarımı- Başlangıç Tarihi: 14 Mart 2022

Görsel mağazacılık tekniklerine dair tüm detayların aktarıldığı bu program ile moda genel kültürü genişletiliyor, pazarlama ve perakende konularında bilgi sahibi olunuyor. Program süresince görsel mağazacılık uygulamaları ve bu uygulamaların markanın imajına yönelik etkisi gözlemlenerek sektör iş birlikleriyle mağaza içi uygulamalar yapılarak deneyim kazanılıyor. Program sonunda verilen talimat doğrultusunda bir marka için hazırlanan sunum, marka yöneticilerine sunuluyor.

Moda Tasarımında Photoshop ve Illustrator-Başlangıç Tarihi: 20 Mart 2022

Moda tasarımında Photoshop ve Illustrator programlarının etkin şekilde kullanılmasını amaçlayan bu eğitimde, piksel bazlı photoshop ve vektör bazlı illustrator programlarının kullanım farklılıkları öğreniliyor. Artistik ve teknik çizimler dijital ortamda hazırlanıyor, sektöre yönelik profesyonel teknik çizim föyleri oluşturuluyor. Program sonunda seçilen bir tema doğrultusunda projeler gerçekleştiriliyor.



Yurt Dışı Pazarlara Giriş ve Yeni Müşteri Bulma Yöntemleri-Başlangıç Tarihi: 20 Mart 2022

Pazar araştırması, yurt dışına açılmak isteyen her firmanın gündeminde olan ve stratejik olarak yönetilmesi gereken bir süreç. Hedef pazar stratejilerini doğru belirlemek için de ihracata hazırlık aşamaları ve dinamiklerinden başlayarak yurt dışı pazarlarda müşteri bulma yöntemleri ve uluslararası müşterilerin beklentileri hakkında bilgi sahibi olmak çok önemli. Bu program, yeni pazarlarda büyüme hedefinde olan kurumların sahip olması gereken kritik başarı faktörlerini ve karşılaştığı zorluklarla baş etme yöntemlerini keşfetmek isteyenler için geliştirildi.

Styling-Başlangıç Tarihi: 20 Mart 2022

Yaratıcı bakış açısı, stil ve fotoğraf ilişkisiyle görsel bir hikaye yaratmayı sağlayacak bu programda; dergilerden televizyona, katalogdan defilelere styling'in dokunduğu her alanda güçlü bir imaj yaratmayı sağlayacak prensipler öğreniliyor. Sektör profesyonellerinin deneyimlerinden ve bilgilerinden faydalanarak bu alana ilişkin bakış açısı geliştiriliyor. Program süresince yapılacak uygulamalar ve program sonunda gerçekleştirilecek profesyonel çekimler ile beceri ve deneyim kazanılarak güçlü bir portfolyoya giden ilk adım atılıyor.

Çanta Tasarımı-Başlangıç Tarihi: 27 Mart 2022

Modanın en heyecan verici alanlarından biri olan çanta tasarımına yönelik bu programda, eğitmenin sunacağı iki çanta görselinden biri seçilerek yine eğitmen ve çanta ustası eşliğinde atölye çalışmaları ile gerçeğe dönüştürülüyor. Marka analizi ve hedef kitle tespitinden model çıkarmaya uzanan bu programda, çanta tasarımının keyifli dünyasına adım atılıyor. Program sonunda seçilen model ve deri rengi ile üretilecek çantaya sahip olunurken aynı zamanda bu çantaya uygun yan ürün (cüzdan, clutch, kalemlik vb.) eskizleri de oluşturularak koleksiyon hazırlama konusunda bilgi sahibi olunuyor.



İHKİB, Üye Buluşmaları'nın ikincisini gerçekleştirdi



İHKİB tarafından organize edilen Sürdürülebilir Rekabet, Değişim ve Dönüşüm Üye Buluşmaları etkinliğinin ikincisi, 13 Ocak'ta düzenlendi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde düzenlenen etkinlik, Ekonomist Prof. Dr. Emre Alkin'in güncel ekonomi değerlendirmesi ile gerçekleştirildi.

HAZIR GIYIM sektörünün gelecek stratejilerini şekillendirmek ve her geçen gün büyüyen hazır giyim ihracat ailesinin gelişimine katkı sağlamak amacıyla düzenlenen Sürdürülebilir Rekabet, Değişim ve Dönüşüm Üye Buluşmaları etkinliğinin ikincisi, geniş bir katılımı ile gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin hazır giyim sektörünü ve İHKİB'in faaliyetlerini değerlendirdiği toplantıda, Ekonomist Prof. Dr. Emre Alkin gündemi ve ekonomiyi ele aldı.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, birlik ve güçlü bir beraberlik için üyeleri ile bir araya geldiklerinin altını çizdi. Sürdürülebilir rekabet ve sektörün değişimi, dönüşümü için birlikte olduklarını kaydeden Gültepe: "Küresel ticaretin büyük bir dönüşüm gerçekleştirdiği günümüzde, Türk hazır giyim sektörünün lideri İHKİB olarak bu dönüşüme öncülük ediyor ve firmalarımızın gelişimine destek oluyoruz. Pandemi döneminde birçok sürecimizi dijitalleştirerek proje ve atılımlarımıza devam ettik. Fiziki olarak bir süredir bir araya gelemediğimiz siz değerli üyelerimizle gerçekleştirdiğimiz ve uygulamaya koymayı hedeflediğimiz projelerimizi paylaşmak üzere buluşuyoruz. Ortak akıl ile çözüm üretmenin ve üyelerimizle istişarede bulunmanın önemine inanıyoruz." dedi.

EMRE ALKIN'IN MODERASYONUNDA KÜRESEL EKONOMİ TRENDLERİ DEĞERLENDİRİLDİ

Pandeminin küresel ekonomik trendleri ve iş yapış biçimlerini büyük ölçüde değiştirdiğini vurgulayarak konuşmasına başlayan Emre Alkin, İHKİB üyelerine özel açıklamalarda bulundu. Pandemi sonrasında



Toplantının videosunu izlemek için QR kodu kullanabilirsiniz.

dünyayı bekleyen iki büyük tehlike olduğunu belirten Alkin: "Bu tehlikelerden biri pandemi ile yaşanan aksaklıklardan sonra devletlerin, iş dünyasına hâkim olma isteğidir. Devlet kapitalizmi olarak açıklayabileceğimiz bu tehlikenin yanı sıra teknoloji şirketlerinin pandemi sürecinde çok fazla büyümesi de bir diğer tehlike olarak görülebilir. Günümüzde itibar, en önemli satın alma güçlerinden biridir. Katma değerli üretimi artırarak ihracat fazlası veren Türkiye hedefine bir adım daha yaklaşmak mümkün. Katma değeri artırmak için AR-GE'den inovasyona, markalaşmadan tasarıma kadar birçok etken bulunuyor. Bu çalışmalarını gerçekleştirecek olan firmalardır, ancak devlet de bu konularda firmalara gerekli destekleri sağlamalıdır." şeklinde konuştu.

ABD, AB ve diğer ülkelerin güncel ekonomik durumları ile ilgili bilgiler de paylaştı Alkin: "ABD dâhil, dünyanın her yerinde faizlerin hızla yükselmesini düşünüyorum. Bu durumun dengelenmesi adına enflasyonun düşürülmesi

Mustafa Gültepe, yeni stratejilerinden biri olan ve 3D olarak adlandırdıkları Stratejik Dönüşüm Yönetim Sistemi ile ilgili açıklamalarda bulundu.

“Pandemi ile gündeme gelen konuları, 2017 yılında Vizyon Belgesi ve 2018 yılında Dört Dörtlük Çalışma Planı ile somutlaştırarak temel hedeflerimiz olarak belirlemiştik.”

gerekiyor. ABD, 2021 yılı enflasyonunu oldukça yüksek açıkladı. Aynı durum birçok ülke için de geçerli. Maalesef enflasyon düşmedikçe faiz de düşmeyecektir. Bu noktada üretim ve ihracatın artırılması adına siz değerli ihracatçılara büyük görevler düşüyor.” dedi.

“BİZ BİR BİRLİKTE ÇOK DAHA FAZLASIYIZ”

10 bini aşkın aktif üye sayıları, Türkiye hazır giyim ihracatındaki yüzde 70 payları, kurum, kuruluş ve markaları ile bir birlikten çok daha fazlası olduklarını söyleyen Mustafa Gültepe: “Dünyada rekabet ortamı değişiyor. Bu nedenle firmalarımızın dijitalleşme çalışmalarını hızlandırmaları, sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm için altyapılarını geliştirmeleri gerekiyor. Yatırım ihtiyacı da öne çıkarken şirket içi organizasyon ve insan kaynakları yapısının yeni rekabet ortamına uygun hâle getirilmesi ve buna uygun motivasyonların, teşviklerin devreye alınması gerekiyor. İHKİB olarak tüm faaliyetlerimizi, stratejilere dayalı şekilde oluşturduk. Pandemi ile gündeme gelen konuları, 2017 yılında Vizyon Belgesi ve 2018 yılında Dört Dörtlük Çalışma Planı ile somutlaştırarak temel hedeflerimiz olarak belirlemiştik. Bu hedefler; dünya çapında beş Türk markası oluşturmak, global tanıtım, algı yönetimi, tasarımcı iş birliği modelleri geliştirmek ve üretimde yeniden yapılanma olarak öne çıkmıştı.” ifadelerini kullandı.

“DOKUNACAĞIZ, DESTEKLEYECEĞİZ, DÖNÜŞTÜRECEĞİZ”

Mustafa Gültepe, yeni stratejilerinden biri olan ve 3D olarak adlandırdıkları Stratejik Dönüşüm Yönetim Sistemi’ni de toplantıda açıkladı. Global rekabet için bu sistemi hayata geçireceklerini belirten Gültepe: “Dokunacağız, destekleyeceğiz, dönüştüreceğiz başlıklı stratejimizle tüm üyelerimize dokunacağız, onları büyütüp geliştireceğiz, tüm ekosistemimizle ve yeni nesil desteklerle, projelerle üyelerimizi destekleyeceğiz. Tüm sektörü dönüştürerek dönüşüme liderlik edeceğiz.” dedi.

Fashion Week İstanbul ile sektörün global algısını yükselttiklerini ifade eden Gültepe: “Hedefimiz, katma değerli ihracatı artırmak. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile de 1992 yılından beri sektöre tasarımcı kazandırıyoruz. İstanbul’u bir moda başkenti yapma hedefimiz doğrultusunda sektörün uzun zamandır hayali olan İstanbul fuarını da planladık. 9-11 Şubat günleri arasında, 30 bin metrekaarelik alanda üreticilerimiz ile dünyanın en önemli alıcılarını IFCO Fuarı’nda buluşturacağız.

Başta kadın ve erkek giyim olmak üzere bebek ve çocuk giyim, denim, spor giyim, abiye, gelinlik, iç çamaşırı, çorap, deri ve kürk konfeksiyon, ayakkabı ve saracıye ürün gruplarında firmalar; onlarca ülkeden, binlerce alıcıyla bir araya gelecek. 6-9 Aralık 2021 tarihinde Sanal IFCO Fuarı’nı düzenlemiştik. Bu sayede fiziken erişilemeyen pazarlara ulaşma imkânı sağladık.” şeklinde konuştu.

“DEVLET DESTEKLERİNDE DOSYA İNCELEME SÜRESİNİ YARI YARIYA İNDİRDİK”

Alım ve ticaret heyetlerinde dijital olanaklardan faydalandıklarını açıklayan Gültepe, 2021 yılında bin 173 Türk firmasını, bin 51 görüşme ve 341 alıcı ile buluşturduklarını söyledi. Altı sanal heyet ve üç fiziksel heyet gerçekleştirdiklerini ifade eden Gültepe: “Hedef pazarlardaki fuarlara millî katılım düzenliyoruz. 2021 yılında sekiz farklı ülkede, 10 uluslararası fiziksel fuar ile iki sanal fuarda sektörümüzü alıcılarla buluşturduk. 2022 yılı için de fuar katılım planlamalarımızı yaptık. İHKİB olarak devlet destekleri konusunda da firmalarımıza yardımcı oluyoruz. Üç yılda, üç bin 600 firmanın 50 bin başvurusu için 1,4 milyar liralık destek incelemesi yaptık. Dosya inceleme süresini yarı yarıya azalttık. Sertifika destekleri için geliştirdiğimiz öneriyi bakanlığın kabul etmesi sonrasında destek başvuruları beş kat arttı. İhracat odaklı yeni nesil yatırım teşvik önerilerimizi de bakanlığa sunduk. Tasarımdan Üretime Dijital Dönüşüm Projesi ile sektörün dijital dönüşümüne de destek oluyoruz. Kurduğumuz Dijital Dönüşüm Merkezi’nde üyelerimiz, birçok imkândan faydalanabiliyor. UR-GE projelerimizle sektörün rekabet gücünü artırıyoruz. Beşi devam eden, altısı tamamlanan kümelenme projelerimizden toplamda 204 firma faydalanıyor. Sürdürülebilirlik ve karbon ayak izi, ana gündemimiz. AB Yeşil Mutabakatı sonrasına hazırlık için Karbon Ayak İzi Projesi’ne başladık ve şu an onay aşamasında. İHKİB Eğitim Vakfı bünyesinde insan kaynakları ve eğitim alanında öncü projeler yürütüyoruz. Sektörümüzün global tanıtımına adına yayınlar yapıyor ve çeşitli iş birlikleri geliştiriyoruz.” diyerek sözlerini tamamladı.



TİGSAD, Geleneksel Kahvaltı Daveti'nde sektörle buluştu

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD), Geleneksel Kahvaltı Daveti'ni 15 Ocak'ta gerçekleştirdi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla düzenlenen etkinlikte hazır giyim ihracatçılarının heyecanla beklediği IFCO Fuarı'na ilişkin bilgiler paylaşıldı.



TİGSAD tarafından 15 Ocak'ta düzenlenen Geleneksel Kahvaltı Daveti'ne katılan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, konuşmasına başlarken Türk hazır giyim sektörünün 2021 yılında 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiğini ifade etti. Gültepe: "Büyüyen bir sektör olarak Türkiye genel ihracatının yüzde 9'unu gerçekleştiriyoruz. Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren dördüncü sektörüüz. Katma değerli ihracat gerçekleştiren üçüncü sektör olarak ayrışıyoruz. 2021 yılında örme, kadın ve erkek giyim ürünlerinde ön plana çıktık. Çorap ihracatımız yüzde 24,1 artışla 1,3 milyar dolara yükselirken iç giyim ihracatımız yüzde 29,4 artışla 878,6 milyon dolara çıktı. Sektör olarak dış giyim, spor ve yüzme giyim, bebek ürünleri alanında da önemli bir potansiyele sahip olduğumuzu söyleyebiliriz. Sektör ihracatımızda Almanya öne çıkıyor. İspanya'ya ihracatımız ise yüzde 34,6 arttı. ABD'ye ihracatımız yükselmeye devam ediyor, 2021 yılında yüzde 19,8 artışla 1 milyar dolar seviyesine yaklaştık. İç giyim sektörü özelinde öne çıkan ülkelere baktığımızda da yine Almanya ve İngiltere'yi görüyoruz. Sektörün ABD ihracatı 2021'de yüzde 56,6 arttı." diye konuştu.

"IFCO FUARIMIZLA İSTANBUL'DA TÜM SEKTÖRÜ BİR ÇATI ALTINDA TOPLAYACAĞIZ"

İHKİB'in hayata geçirdiği projeler ve faaliyetler hakkında da bilgi paylaşan Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "İHKİB olarak markalarımız, kurum ve kuruluşlarımız ile faaliyet gösteriyoruz. Yeni dönemde tüm dernek başkanlarımızla beraber ortaya koyduğumuz, İTO ile iş birliği yaptığımız IFCO Fuarımızla İstanbul'da tüm sektörü bir çatı altında toplayacağız. Hepimizin sahiplendiği fuarımızı büyütürken geliştirerek devam edeceğiz. Amacımız binden fazla alıcıyı İstanbul'da ağırlamak. İHKİB olarak alım ve ticaret heyetlerimizi hem sanal hem de fiziksel

olarak gerçekleştiriyoruz. Sizlerden gelecek taleplerle heyet düzenlemeye devam edeceğiz."

"LİNEXPO FUARIMIZI IFCO FUARI ÇATISI ALTINDA GERÇEKLEŞTİRECEĞİZ"

Açılış konuşmasında gerçekleştirdiği TİGSAD'ın kuruluşunun üzerinden 20 yıl geçtiğini belirterek sözlerine başlayan TİGSAD Başkanı Nazım Kanpolat, dernek olarak yaptıkları çalışmalar hakkında bilgiler paylaştı. İhracatı artırmak üzere dernek çatısı altında önemli faaliyetlere imza attıklarını belirten Kanpolat: "İş gücünü artırmak üzere üniversitelerle iş birliği yapıyoruz. İTO, İSO, TİM, İHKİB gibi kuruluşlarla çok yakın ilişkiler içindeyiz. Sektörümüzün sorunlarını ve başarılarını bu kurumlarda ifade ediyoruz. Altı yıldır başarıyla gerçekleştirdiğimiz Linexpo Fuarı'nda 15 bine yakın ziyaretçiyle sektörümüzü buluşturuyoruz. Bu yıl İHKİB'in de katkısıyla Linexpo Fuarımızı IFCO Fuarı çatısı altında, Fashionist Fuarı ile birlikte yapacağız. 30 bin metrekareyi bulan çok büyük bir fuar alanında bir araya geleceğiz." dedi.

"IFCO BİZİM İÇİN ÇOK BÜYÜK BİR AVANTAJ"

Davetin katılımcılarından olan Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Başkanı Ender Doğan, çorap ve iç giyim ürünlerinin pandemi döneminde dahi üretim ve ihracatının devam ettiğinin altını çizdi. Doğan: "Çorap sektöründe pandeminin olduğu yıl sadece yüzde 7'lik bir düşüş yaşadık ve 1 milyar dolar ihracat rakamına ulaştık. 2021 yılına geldiğimizde de yüzde 30'luk artışla yaklaşık 1,3 milyar dolar çorap ihracatı gerçekleştirdik. ÇSD olarak hazır giyim sektöründeki olağanüstü yükselişe katkı sağlamanın gururunu yaşıyoruz. IFCO Fuarı'nın mevcut konumumuza katkı sağlayacağına inanıyorum. Nihayet Türkiye'de tüm hazır giyim sektörünün bir araya geleceği bir fuara kavuşuyoruz. Bu hepimiz için çok büyük bir avantaj." şeklinde konuştu.

İHKİB, Ticaret Bakanlığı'nı ziyaret etti

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, 10 Ocak'ta Ticaret Bakanı Mehmet Muş'u makamında ziyaret etti. Bakan Muş'a hazır giyim ihracatının nicelik ve nitelik yönünden artmasını sağlayacak projelerden bahseden Gültepe 2021 yılında sektörün gerçekleştirdiği ihracat rekoruna da dikkat çekti. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yeşil ve dijital dönüşümü noktasında İHKİB olarak yaptıkları çalışmalarını anlatan Gültepe, toplam bütçesi 10,4 milyon euro olan IPA Projeleri hakkında da bilgiler paylaştı. Pandemi sonrasında dünyanın değişen ticaret alışkanlıklarına uygun olarak sektörlerin de dönüşmesi gerektiğine işaret eden Gültepe, İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA) 2021 Yılı Mali Destek Programı çerçevesinde İHKİB olarak karbon ayak izine yönelik bir proje gerçekleştirdiklerini ayrıca İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi temalı projeyi de başlattıklarını Bakan Muş'a anlattı.



BATİAD organizasyonu ile sektör paydaşları bir araya geldi

BAYRAMPASA Tekstilci ve İş İnsanları Derneği (BATİAD) tarafından düzenlenen kahvaltı organizasyonu, sektör paydaşlarını bir araya getirdi. 22 Ocak'ta düzenlenen organizasyon, BATİAD Başkanı Bekir Taner Ateş'in ev sahipliğinde yapıldı. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katılım sağladığı organizasyonda sektörün ve Bayrampaşa tekstil merkezinin güncel durumu değerlendirildi.

Sektörün birçok paydaşının da yer aldığı kahvaltı organizasyonunda, İstanbul'un çeşitli tekstil bölgelerinin STK temsilcilerinin yanı sıra sektörel derneklerin yönetimleri de bulundu. "İlme ilmek örüyoruz" sloganıyla düzenlenen organizasyonda Bayrampaşa Belediye Başkanı Atilla Aydın'ın da katılımıyla BATİAD üyelerinin sorularını cevapladı. Açılış konuşmasını yapan BATİAD Başkanı Bekir Taner Ateş, Bayrampaşa tekstil merkezinde yaşanan gelişmeleri, dinleyicilerle paylaştı.

"ÖRME GİYİM İHRACATIMIZ, HAZIR GİYİMİN LOKOMOTİFİ KONUMUNDA"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, organizasyonda gerçekleştirdiği konuşma sırasında sektörün güncel durumunu değerlendirdi. Türkiye hazır giyim sektörünün 16,2 dolar ile kilogram başına en katma değerli ihracatı gerçekleştiren ilk üç sektörden biri olduğunu ifade eden Gültepe, sektörün 20,3 milyar dolarlık ihracatı ile 2021 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yapan dördüncü sektörü olduğunu da altını çizdi. Sektörün imalat üretiminin yüzde 13,9'unu gerçekleştirdiğini belirten Gültepe:



"Türkiye, hazır giyim sektörü anlamında Çin, AB ülkeleri, Bangladeş ve Vietnam'ın arkasından en fazla ihracat gerçekleştiren beşinci ülke konumunda. Örneğin giyim ihracatımız, hazır giyim lokomotif konumunda. 2021 yılında örme giyim ihracatımız yüzde 24,7 artarak 6,1 milyar dolara yükseldi. Daha önceki yıllarda olduğu gibi 2021'de de en yüksek ihracatı Almanya, İspanya ve Hollanda'ya gerçekleştirdik. ABD'ye yaptığımız ihracat ise 1 milyar dolara yaklaşmış durumda. Bu pazardan daha fazla pay almak istediğimizi her fırsatta dile getiriyoruz." dedi.

"İSTANBUL, HAZIR GİYİM DÜNYASININ ÖNCÜ KENTLERİNDEN BİRİ"

İHKİB'in 10 bin aktif üyesi ve Türkiye hazır giyim ihracatındaki yüzde 70'lik payı ile çalışmalarına devam ettiğini söyleyen Mustafa Gültepe, pandemi sonrasında değişen dünya rekabet ortamına ilişkin bilgiler de paylaştı. Tüm üyelerine dokunarak onları destekleyeceklerini ve tüm sektörü dönüştüreceklerini ifade eden Gültepe: "9-11 Şubat'ta IFCO Fuarı'nı gerçekleştireceğiz. İstanbul, hazır giyim dünyasının öncü kentlerinden biri olarak trendleri, modayı, tasarımı, markaları, ticareti, iş birliklerini bir çatı altında buluşturmak için ideal bir merkez. Markasıyla ihracat yapmak isteyen üreticiler ve koleksiyonlarıyla tüm dünyaya hizmet veren önemli sourcing firmaları fuarda yer alacak. Onlarca ülkeden, binlerce firmalık alım heyetleriyle firmalarımızı buluşturacağız." şeklinde konuştu.

Organizasyonun sonunda BATİAD yönetimi tarafından İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye sektöre olan katkılarından dolayı plaket takdim edildi.

İHKİB, TRİSAD kahvaltısı davetine katıldı



Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD) tarafından 29 Ocak'ta gerçekleştirilen kahvaltısı daveti, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla yapıldı. Gültepe, toplantıda sektörün güncel durumuna yönelik açıklamalarda bulunurken heyecanla beklenen IFCO Fuarı hakkında bilgi verdi.

TÜRKİYE Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD), kahvaltısı daveti ile sektörü bir araya getirdi. TRİSAD Başkanı Mustafa Balkuv'un ev sahipliğinde gerçekleştirilen davete, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve sektörel derneklerin başkanları katıldı.

Toplantıda gerçekleştirdiği konuşmasında hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2021 yılında ihracatını yüzde 18,3 oranında artırdığını vurgulayan Mustafa Gültepe: "2021 yılı ihracatımız miktar bazında yüzde 17,4 artarak 1,5 milyon tonu geçti. Avrupa Birliği ülkelerine ihracatımız yüzde 20 arttı. İhracatımızın en fazla arttığı diğer pazarlar yüzde 102,5 ile Çekya, yüzde 49,2 ile Kazakistan, yüzde 47,5 ile Birleşik Arap Emirlikleri oldu. ABD'ye ihracatımız ise yüzde 18 oranında yükseldi. Ürünler bazında baktığımızda trikonun da içinde olduğu örme giyimde yüzde 25,4 artışla 10,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik." dedi.

"TÜRKİYE, DÜNYADA TERCİH EDİLEN İLK ÜÇ TEDARİKÇİDEN BİRİ"

Sektörün istihdamda da ilave 50 binin üzerinde artış sağlandığını söyleyen Gültepe: "Sadece üretimde 659 bin istihdama ulaştık. Üretim rakamlarını yılın ikinci yarısında aylık yüzde 15-25 arası artışla sanayi ortalamasının üzerinde gerçekleştirdik. Kapasite kullanım oranımız yüzde 83'ün üzerine çıkarak pandemi öncesini yakaladı, hatta ihracata çalışan şirketlerde ikinci vardiyalar devreye girdi." ifadelerini kullandı. Son dönemde dünyada tedarik zincirinde meydana gelen değişimin, uluslararası markaların Türkiye'ye yönelmesine yol

sağladığını belirten Gültepe, dünya genelinde alıcılar arasında yapılan anketlerde Türkiye'nin en fazla tercih edilen üç tedarikçiden biri olduğunu söyledi.

"IFCO FUARI'NIN İLKİNİ GERÇEKLEŞTİRECEĞİZ"

İHKİB'in hayata geçirdiği projelerden ve çalışmalarından da bahseden Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "9-11 Şubat 2022 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde 20 bin metrekarelik alanda İstanbul Fashion Connection (IFCO) markası ile IFCO Moda ve Hazır Giyim Fuarı'nın ilkinin gerçekleştireceğiz.

IFCO'nun sanal platformunu da oluşturduk, 9-11 Aralık 2021 tarihlerinde yaptığımız ilk sanal fuara 400 binin üzerinde ziyaretçi geldi, bine yakın gerçek alıcı katıldı. Heyetlerimizle yurt dışı pazar olanakları yaratıyoruz. 2021 yılında beşi fiziki olmak üzere 11 heyet organizasyonu ile bin 173 firmamızı, 850'ye yakın alıcı ile buluşturduk. Hedef pazarlarımızda fuarlara milli katılım gerçekleştiriyor, etkili tanıtımlar yapıyoruz. 2021 yılında dokuz farklı ülkede, 10 uluslararası fiziksel fuar ile üç sanal fuarda

sektörümüzü alıcılar ile buluşturduk. AB IPA II kapsamında Tasarımdan Üretime Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşümü isimli projemizle sektörün dijital yetkinliklerini artıracacağız. Kurduğumuz Dijital Dönüşüm Merkezi ile firmalarımıza birebir yönlendirme ve danışmanlıklar vererek dijital dönüşümlerinde destek olacağız. Beşi devam eden, altısı tamamlanan kümelenme projelerimiz ile firmalarımızın rekabet altyapısını geliştiriyoruz."



AB Delegasyonu ve bakanlık temsilcileri, IPA projelerine saha ziyareti gerçekleştirdi

İHKİB tarafından hayata geçirilen Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi, Avrupa Birliği (AB) Delegasyonu temsilcileri ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı uzmanları tarafından incelendi. Gerçekleştirilen saha ziyaretlerinde İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi, İstanbul Moda Akademisi (İMA) ve Ekoteks Laboratuvarı'ndaki faaliyetler değerlendirildi.



REKABETÇİ Sektörler Programı çerçevesinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından yürütülen Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi kapsamında yapılan çalışmalar, Avrupa Birliği (AB) Delegasyonu temsilcileri ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı uzmanları katılımında incelendi. Toplam bütçesi 10,4 milyon euro olan projede, sektörde dijital dönüşüme yönelik temel uygulama merkezi olması beklenen İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi, moda tasarımında dijitalleşme odaklı eğitimlerin verildiği İstanbul Moda Akademisi (İMA) ve çevre dostu test ile analiz metodlarının geliştirildiği Ekoteks Laboratuvarı'nda yürütülen faaliyetler, heyet ile birlikte yerinde incelendi.

İnceleme kapsamında İHKİB'in proje paydaşları olan İstanbul Moda Akademisi'ne, Ekoteks'e ve İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'ne saha ziyareti gerçekleştirildi. Yapılan saha ziyaretleri ile paydaşlar özelinde yürütülen faaliyetler ve çalışmalar tespit edilirken proje kapsamında temin edilen makine, ekipman ve yazılımlar yerinde incelendi. Ayrıca gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetler ve çalışmalar hakkında değerlendirmeler yapıldı. Delegasyon ve Bakanlık temsilcilerinin iyi uygulama örnekleri çerçevesinde belirledikleri projeler arasında yer alan Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi'nde, saha ziyaretleri sayesinde proje paydaşlarının da projedeki katkıları ve yatırımlarının yerinde incelenmesi imkânı sunuldu.

5-6 Ocak günlerinde yapılan İstanbul Moda Akademisi ve Ekoteks saha ziyaretlerinin akabinde, 6 Ocak'ta proje bünyesinde yeni yatırım olarak sektörün hizmetine sunulan İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi ziyaretleri gerçekleştirildi. Ziyaret sırasında merkezde



sektörün hizmetine sunulan uygulamalar ve kullanılan teknolojik ekipmanlar, AB Delegasyonu temsilcileri ve bakanlık uzmanları tarafından yerinde incelendi.

5. YÖNLENDİRME KOMİTESİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin başkanlığında, AB Delegasyonu temsilcileri ve bakanlık uzmanları katılımında 5. Yönlendirme Komitesi Toplantısı gerçekleştirildi. Dört aylık dönemlerde düzenlenen Yönlendirme Komitesi toplantılarında, proje kapsamında ilk kez fiziki ortamda tüm üyelerin bir araya gelmesi sağlandı. Toplantıda proje kapsamında 2021 yılı ikinci yarısında gerçekleştirilen

faaliyetler komite üyelerine sunulurken projede ilerleyen süreçte planlanan faaliyetlerin ve çalışmaların değerlendirilmesi ile toplantı tamamlandı.

Gömlek ve Takım Elbise UR-GE Projesi'nde yol haritası belirlendi

İHKİB tarafından başlatılan Gömlek ve Takım Elbise UR-GE Projesi, 20 firmanın katılımında faaliyetlerine başladı. Proje kapsamında gerçekleştirilen İhtiyaç Analizi Faaliyeti Başlangıç Toplantısı'na, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de katıldı. Toplantıda firmaların yol haritaları belirlendi.



İHKİB'İN hazır giyim sektöründe 11. UR-GE projesi olarak 4 Kasım 2021 tarihinde Ticaret Bakanlığı tarafından onaylanarak başlatılan Gömlek&Takım Elbise Üretici ve İhracatçıları UR-GE Projesi, 20 sektör firmasının katılımıyla yol almaya başladı. Proje, ihtiyaç analizi faaliyeti kapsamında firmaların analiz edileceği, insan kaynakları yapılarından üretimlerine, verimliliklerinden dijitalleşme beklenti ve kapasitelerine kadar tüm birim ve alanlarda değerlendirilecekleri bir çalışma ile başlatılıyor. İstanbul'da faaliyet gösteren ve İHKİB üyesi 20 firmanın ihtiyaç analizi çalışmaları, 13 Ocak'ta Faaliyet Başlangıç Toplantısı'nda değerlendirildi. Toplantıda projenin daha sonraki süreçleri hakkında da detaylı bilgi paylaşıldı. Faaliyet Başlangıç Toplantısı'na İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Paşahan da katılarak firmaların yol haritalarını belirlemeleri üzerine istişarelerde bulundu.

Gömlek ve takım elbise sektörlerinde üretici, ihracatçı ve marka olarak faaliyet gösteren ve Avrupa'ya ihracat yapan veya özellikle Avrupa pazarlarını hedefleyen firmaların bir araya getirilmesi ile oluşturulan UR-GE Projesi kapsamında; firmaların büyük çoğunluğu kendi markaları ile yaklaşık yüzde 90 oranında Avrupa pazarlarına ihracat yapıyor. Küme firmalarının yüzde 55'i ise ABD pazarına ihracat gerçekleştiriyor. Bu pazarlara ihracat için olmazsa olmaz nitelikteki SEDEX veya BSCI gibi sosyal uygunluk

belgelendirmesine sahip çoğu küme firması, üretimi kendi bünyelerinde ve fason kaynaklarda yapıyor.

PROJE KAPSAMINDA FİRMALARA FAYDA SAĞLAYACAK KONULAR GÖRÜŞÜLDÜ

Gerçekleştirilen toplantı sırasında farkındalığı ve altyapıları gelişkin küme firmaları, üç yıl sürecek proje kapsamında sürdürülebilirlik ve dijitalleşme gibi farklı konularda neler yapılabileceğini değerlendirmek amacıyla bir araya gelerek hem kendi sektörlerindeki hem de firmalarındaki sorunları ve ihtiyaçları değerlendirdi. Danışman firmanın moderatörlüğünde, özellikle Avrupa gibi gelişmiş pazarlara ihracatta ülke ve sektör algısının iyileştirilmesi, pamuk fiyatlarındaki ciddi artışların maliyet ve ürün birim fiyatlarına etkileri ve bu etkiler ile yaşanan sorunlar arasında üretime ve ihracata devam etmek için alternatif çözüm yollarının neler olabileceği ve proje kapsamında neler yapılabileceği konularında da görüşler paylaşıldı.

Toplantıda ayrıca Ekoteks'in hazır giyim sektörüne yönelik "temiz ve güvenli üretim" mottosuyla başlattığı Pandemi ve Salgınla Mücadele Programı da anlatılarak firmaların özellikle pandemi koşullarında üretimlerine ara vermeksizin çalıştıkları markalara yönelik sorumluluklarına çözüm olabilecek programın detayları, üretim ve ofis alanlarındaki uygulamaları ve değerlendirmeleri ile sertifikalandırma süreçleri paylaşıldı.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

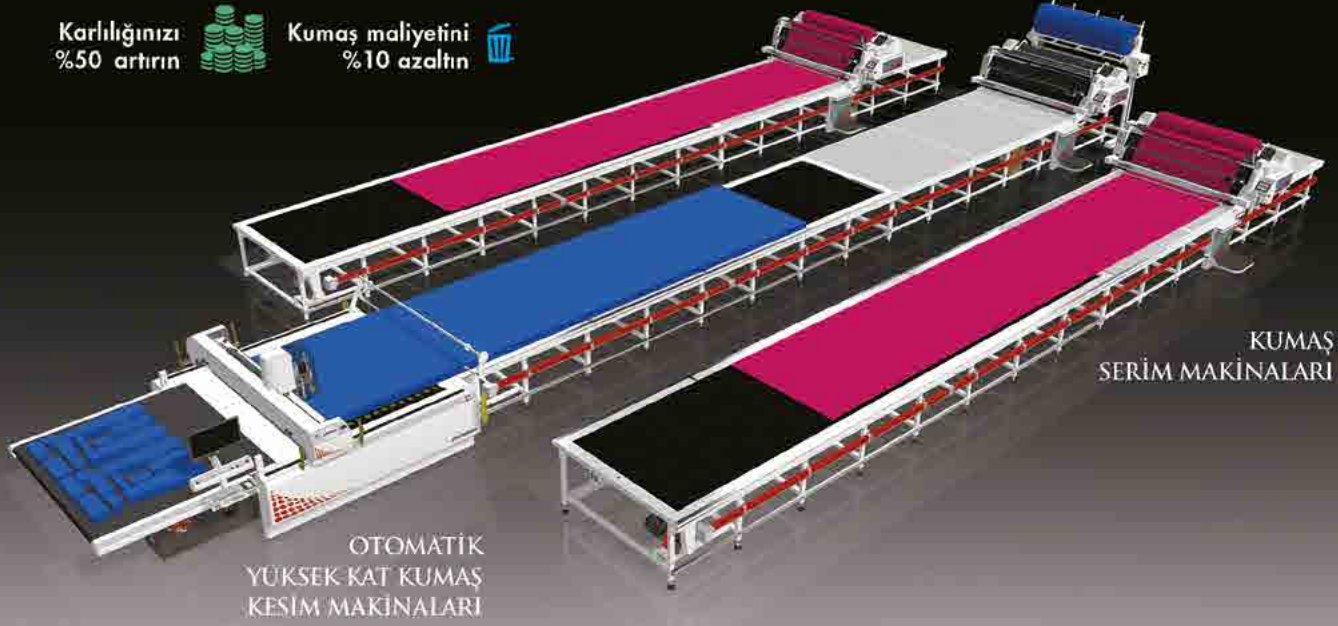
intelloCut



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

İhracatçı birlikleri modanın geleceğini değerlendirdi

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) tarafından düzenlenen "Modanın geleceği nereye gidiyor?" isimli webinar, 13 Ocak'ta gerçekleştirildi. Etkinliğin konuşmacıları arasında yer alan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme odaklı çalışmalarını ile sektöre sağladıkları faydaları dile getirdi.



EİB TARAFINDAN düzenlenen webinarın moderatörlüğünü Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB) Başkanı Burak Sertbaş yaptı. Etkinliğin konuşmacıları arasında İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, IAF Başkanı Cem Altan, EİB Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi ve EHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Serhan Ünsal yer aldı.

Webinarın açılış konuşmasını yapan Burak Sertbaş, 2021 yılının Türk hazır giyim sektörü açısından çok başarılı geçtiğinin altını çizdi. İhracatta rekor kırıldığını ifade eden Sertbaş: "Pandemi öncesiyle kıyasladığımızda ihracatın 2021'de yüzde 14 arttığını görüyoruz. Tekstil ve hazır giyim sektörleri, üretim ve perakende alanında toplam 2 milyonun üzerinde istihdam sağlıyor. Yüzde 55 kadın istihdamıyla ön plana çıkıyoruz. Kilogram başına 13 dolarların üstündeki ihracatımızla katma değer yaratmaya devam ediyoruz. Sektör olarak ihracatta ve istihdamda ülkemizi ayakta tutuyoruz. Gerçekleştirdiğimiz webinarıda modanın geleceğini tartışacağız." dedi.

"İHKİB OLARAK DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMDE FİRMALARIMIZIN YANINDAYIZ"

Konuşmasına başlarken 2021 yılında Türk hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının ilk kez 20 milyar doların çitasını aştığını vurgulayan Mustafa Gültepe, 2021 yılı ihracatının bir önceki yıla kıyasla yüzde 18,3 artarak 20,3 milyar dolara ulaştığını söyledi. Sektörün büyüklüğü hakkında bilgiler paylaştığı Gültepe: "Hazır giyim istihdamında ilave 50 bin artış sağladık. Sektörümüzün kapasite kullanım oranları yüzde 83'ün üzerine çıktı. Tekstil ve hazır giyim sektörlerini bir arada değerlendirdiğimizde 30,3 milyar dolarlık ihracat hacmi ile Türkiye'nin en büyük sektörüyüz. Bu, bizim için gurur ve onur verici." dedi.

2022 yılında tüketici ve marka eğilimlerine değinen

Gültepe: "Uluslararası pazarlarda tüketicilerin hazır giyim harcamalarının, 2019 yılına göre yüzde 10 artması bekleniyor. Bu artış, lüks ve ucuz segmentte daha yoğun olurken Z kuşağının harcamalarının da yükseleceği öngörülüyor. Sektörümüzün gündeminde sürdürülebilirlik var. Bununla birlikte tüketici tarafından "Pahalı al ama uzun süre giy" politikası benimseniyor. Markaların çoğunlukla dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konularına odaklandığını ve beklentilerini buna göre şekillendirdiğini görüyoruz. Ürün pasaportları, artan çevrim içi satış kanalları, metaverse ve NFT yatırımları gündemde olacak. Türkiye, pandemi döneminde tedarik zincirinde ön plana çıktı. Uluslararası bir firmanın yaptığı çalışmaya göre Türkiye, 2025'e kadar hazır giyim tedarikinde ilk üç ülke arasına girmeyi başaracak. Bu fırsatları iyi değerlendirmemiz gerekiyor. Sektörümüzün ihracatını 23 milyar dolar seviyesine hep birlikte çıkaracağız. Çok çalışmamız ve yatırımlar yapmamız gerekiyor." şeklinde konuştu.

Dünya ticaretinde yeni rekabet ortamında radikal eğilimlerin ortaya çıktığını ifade eden Gültepe, doğal kaynaklı ürünlere olan talep artışıyla birlikte sürdürülebilir ham madde ihtiyacına dikkat çekti. Üretim maliyetlerinde artış beklediklerini ve tedarik zincirinin dijitalleşmesi konusundaki çalışmaların hızlanacağını söyleyen Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: "İş süreçlerinin ve insan kaynaklarının yeniden oluşturulması gündemde. Sanal tasarım çalışmalarının artırılması ve numune geliştirme süreçlerinin kısaltılması gerekiyor. Üretimin çevreye zarar vermemesi için tüm markaların bu sistemlere geçmesi gerektiğini düşünüyorum. Üretici bazında da dijitalleşmenin hızlanacağını, sürdürülebilirlik ve Avrupa Yeşil Mutabakatı adına yatırım ihtiyacının artacağını söyleyebiliriz. İHKİB olarak bu alandaki

dönüşümü başlattık. Devlet yardımlarıyla ilgili günümüz şartlarına uygun teşvikleri belirleyerek bakanlıkla paylaştık. 10,4 milyon euro bütçeli, AB IPA II Projesi'ni hayata geçirdik. Sektörümüze destek vermek amacıyla Dijital Dönüşüm Merkezi'ni açtık. AB IPA III Projesi kapsamında sektörde karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik bir çalışma yürütüyoruz. Eğitime oldukça fazla önem veriyor ve eğitim alanında sektörün tüm ihtiyaçlarını karşılıyoruz.”

“TÜRKİYE, SAHİP OLDUĞU AVANTAJLARI ARTIRMAK İÇİN YATIRIM YAPMALI”

Sözlerine Uluslararası Hazır Giyim Federasyonu (IAF) hakkında bilgi vererek başlayan Cem Altan, tekstil ve hazır giyim dünyayı en çok kirleten sektörlerden biri olduğunu belirtti. Altan, sektörün yeşil enerjiye yatırım yapması gerektiğinin altını çizdi. Firmaların bu dönüşümü tek başına gerçekleştiremeyeceğini ve devlet desteklerine ihtiyaç duyacağını söyleyen Altan: “Sanayimizde su kullanımı çok fazla. Pamuk yetiştirmek ve kumaş üretmek için çok fazla su kullanıyoruz, bu kullanımı minimuma indirecek yatırımlar gerçekleştirmeliyiz. Dijitalleşme ile birçok şeyi daha sürdürülebilir hâle getirebiliriz. Bunlardan en önemlisi ise iletişim. Sektör içinde iletişim çok iyi sağlamamız lazım. Bunları başarırız rakiplerimizin önüne geçebiliriz. Sektör olarak toplam ihracatımızın yüzde 70'ini AB'ye gerçekleştiriyoruz. AB'nin sürdürülebilirlik politikalarına uyum sağlayamazsak sınırda karbon düzenlemesi gibi ek vergiler ile karşı karşıya gelebiliriz. Bu dezavantajı, avantaja çevirmeli ve çalışmalara bir an evvel hız vermeliyiz.” şeklinde konuştu.

Türkiye'nin sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarını uzun zaman önce başlattığını ifade eden Altan, ilgili kanunların hayata geçirilmesiyle geri dönüşüm ve artıma gibi birçok projenin ülkemizde uygulandığını ve firmaların bu konulara yabancı olmadığını dile getirdi. Bu avantajı daha da geliştirilmesi gerektiğini vurgulayan Altan: “Ülke olarak Avrupa'ya oldukça yakınız. Karbon emisyonunun en yoğun yaşandığı alanlardan biri ulaşım. Bu nedenle Uzak Doğu'daki rakiplerimizin önüne geçiyoruz. AB'nin yaratmak istediği temiz dünyanın bir parçası olmalıyız. Pandemi döneminde Türkiye'nin tedarikte sağladığı avantajlar daha da iyi anlaşıldı. Birçok marka pandemi döneminde üretimlerini Türkiye'ye kaydırma kararı aldı. Gelecek 10 yılda en iyi hazır giyim ve tekstil üreticilerinden biri olacağımızı, yapılan araştırmalar da gösteriyor. Tüm dünya bunu görüyor. ABD'den de ülkemize çok büyük ilgi var. Çabuk hareket eden ve hızlı üreten bir ülkeyiz. Organik pamuk üretim merkezi olan bir ülkeyiz. Tüm bu avantajlarımızı korumak için yatırımlarımızı artırmamız gerekiyor.” dedi.

“DİJİTALLEŞME VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, MODANIN GELECEĞİNİ ŞEKİLLENDİRİYOR”

Jak Eskinazi, dijitalleşme ve sürdürülebilirliğin modanın geleceğini şekillendirdiğini söyledi. Markaların artık mağazalarındaki ürün çeşitliliğini

azaltmayı hedeflediklerini belirten Eskinazi: “Geri dönüştürülmüş ve ikinci el ürünlere olan talep de artacak. Dijital dönüşüm, daha hızlı ve esnek üretim için maliyet azaltılması noktasında vazgeçilmez hâle geldi. Türkiye'nin her alanda inovasyon ve AR-GE konuşması gerekiyor. Katma değerli ve teknik tekstil ürünlerine yönelmeliyiz. Hazır giyim tedarikinde lojistik sorunların bu yıl da devam edeceğini düşünüyoruz. Ham madde gibi konular da ekonomimizi etkilemeyi sürdürecektir. Tekstil ve hazır giyim sektörünün ham madde fiyatlarında önemli artışlar yaşandı. Doğal elyaflara olan talep, pamuk fiyatının çok yükselmesine sebep oldu. 2020-21 sezonunda pamuk tüketimi, pamuk üretimini geçti. Navlun fiyatlarında da artış oldu ve bu durum tedarik tarafında önemli sorunlara yol açtı. Türkiye, AB'ye olan coğrafi yakınlığı sayesinde bu konuda avantaj elde etti ve 2021 yılı siparişlerinde önemli artışlar oldu. 2022'de de söz konusu artışların devam edeceğini düşünüyoruz ancak avantajlarımızı sürdürülebilir kılmak zorundayız. 2021 yılının son aylarında döviz kurlarında yaşanan artışlar, ihracatçılarımızı zor duruma bıraktı. Enerji maliyetlerindeki yükseliş de zorlandığımız bir diğer konu. Yurt dışı alıcıların geri dönüştürülmüş ve sürdürülebilir elyaf talebinin artışı nedeniyle Tarım ve Orman Bakanlığımızla çalışma yapıyoruz.” diyerek sözlerini tamamladı.



“Z KUŞAĞININ YÜZDE 83'Ü, ÇEVREYE DUYARLI OLMAYAN FİRMALARDAN ALIŞVERİŞ YAPMAYACAK”

Yeni kuşakların, ürünlerin sürdürülebilirliğine karşı oldukça duyarlı olduğunu ifade eden Serhan Ünsal, pandemiyle birlikte fiziksel alışverişlerin, yerini çevrim içi satışa bıraktığını söyledi. Çevrim içi kanallara sahip olmayan markaların bu süreçte büyük yara aldığını hatırlatan

Ünsal, dünya devleri olarak bilinen moda markalarının metaverse alemine girme eyleminde olduğunu da belirtti. Artırılmış gerçeklik teknolojisi ile giysilerin sanal olarak giyilmesinin mümkün hâle geldiğini aktaran Ünsal: “Akıllı aynalar da sektörün gündeminde. Nesnelerin interneti teknolojisi ile kıyafetlere takılan akıllı çipler sayesinde hava durumuna ya da gidilecek yere göre moda danışmanlığı yapılabiliyor. Pandemi, sadece teknolojiyi değil markaların alışkanlıklarını da değiştirdi. Alımlar optimum düzeyde yapılmaya başladı. Toplu üretim taleplerinin yerini kişiye özel talepler aldı. Pandemiden öğrendiğimiz en önemli şey, doğaya verdiğimiz tahribat oldu. Toplam karbon emisyonunun yüzde 10'unu gerçekleştiren hazır giyim sektörü, üretilen kimyasalların da yüzde 25'ini kullanıyor. Bir jean üretimi için 10 bin litre su tüketiyoruz. Her yıl dünya genelinde 150 milyar adet giysi üretiliyor ve bunların 80 milyarı çöpe gidiyor. Her beş giysinin üçünü yok ediyoruz. Z kuşağının yüzde 83'ü, çevreye duyarlı olmayan firmalardan alışveriş yapmayacağını söylüyor. Markalar, doğayı korumak amacıyla doğrusal ekonomiden dögüsel ekonomiye geçiyor.” ifadelerini kullandı.

İHKİB'den Bilgisayarda Giysi Kalıbı Hazırlama Kursu

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli iş gücü ihtiyaçlarından biri olan Bilgisayarda Giysi Kalıbı Hazırlama Uzmanlığı konusunda İHKİB, yeni bir adım attı. İstanbul Moda Akademisi eğitmenlerinin desteği ile İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nde gerçekleştirilen Bilgisayarda Giysi Kalıbı Hazırlama Kursu'nu tamamlayan öğrenciler, sertifikalarını almaya hak kazandı.



İHKİB, ihracatçıların önemli iş gücü ihtiyaçlarından biri olan Bilgisayarda Giysi Kalıbı Hazırlama Uzmanlığı konusunda personel yetiştirmek üzere kısa süreli, sertifikalı ve iş garantili kurs düzenledi. İHKİB Eğitim Vakfı koordinasyonunda düzenlenen Bilgisayarda Giysi Kalıbı Hazırlama (GERBER) Kursu, 10 Ocak'ta İstanbul Moda Akademisi (İMA) eğitmenlerinin destekleri ile İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nde (DDM) başladı.

Sertifikalı kursun ilk aşamasında 18 kursiyer eğitime başladı. 3 Ocak'ta gerçekleştirilen ön eleme sınavını başarıyla tamamlayarak 30 aday arasından seçilen ve kurs kapsamında eğitime başlayan kursiyerlerin, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücü ihtiyacına katkı sunması hedefleniyor. Kurs için hazırlanan eğitim programının içeriği, sektör uzmanları ile birlikte hazırlandı. 10 günlük eğitim programı İMA ve Glengo iş birliğinde gerçekleştirildi. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe ihtiyaç duyulan pozisyonlardan birisi olan modelist ihtiyacına cevap niteliğinde düzenlenen GERBER eğitiminden mezun olan kursiyerler için İHKİB üyesi firmalardan şimdiden talepler gelmeye başladı. Eğitim sonrasında katılım sertifikası alan kursiyerlerin, işe yerleştirilmelerine destek olunacak.

SERTİFİKA TÖRENİ, İHKİB BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE'NİN KATILIMINDA GERÇEKLEŞTİ

GERBER eğitiminden mezun olan kursiyerler için düzenlenen sertifika töreni, 21 Ocak'ta DDM'de gerçekleştirildi. Törene İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri Mustafa Paşahan, İlker Karataş ve Müge Hepyüksel Keçik de katıldı. Moda ve Tasarım Derneği Başkanı Betül Eren Işık ve diğer sektörel dernek temsilcileri ile Glengo Teknoloji Ticaret ve Sanayi AŞ'den Mehmet Aykut Vural, Gülcan Karakaş, Aygen Vural Genç de törende yer aldı. Kursiyerlere Eğitim Katılım Sertifikaları'nı takdim eden Gültepe, kursiyerlere sektörle ilgili bilgiler verdi. Eğitim sürecini başarıyla tamamlayan tüm katılımcıları kutlayan Gültepe: "Modelistlik ve kalıpcılık bu sektörün kalbi. Aldığınız eğitimin mesleğinizde ilerlerken sizlere faydası olmasını temenni ediyoruz. Sizler gibi yetişmiş ve parlak gençlere sektörümüzün ihtiyacı var. İHKİB Eğitim Vakfı ile İMA'nın ortaklaşa yaptığı bu çalışmaya katkıda bulunan herkese teşekkür ediyorum." şeklinde konuştu.

KURSIYERLER, ÖNEMLİ DENEYİMLER ELDE ETTİ

İstanbul Arel Üniversitesi Moda Tasarım Bölümü ikinci

sınıf öğrencisi olan ve kurs sonrasında sertifika almaya hak kazanan Elif Akbal, eğitim sürecinin çok verimli geçtiğini belirtti. Yoğun bir ders programı ile birçok farklı modeli deneyimlediklerini ifade eden Akbal: “Kurstaki aldığımız bilgileri, okuldaki derslerimizle harmanladık. Aynı zamanda bir işletmenin nasıl işlediği hakkında ve çalışma hayatına ilişkin bilgilerde de verildi. Bu eğitimin, sektörde başarıya giden yolda benim için güzel bir adım olduğunu düşünüyorum. Aldığım sertifika, çalışma hayatımda çok iyi bir referans sağlayacak ve önemli kapılar açacak açacak.” dedi.

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Moda Tasarım Bölümü Mezunu Meryem Kaya ise öğretmenleri ile güzel bir bağ kurduklarının altını çizdi. Kaya: “Eğitimin 1. ve 10. günü arasında sektörel bilgi açısından ciddi bir fark var. Bu eğitimin bana özellikle kalıplar konusunda çok yardımcı olduğunu söyleyebilirim. Okulda almadığım pek çok bilgiye burada ulaştım. Teknolojik gelişmeleri takip etmenin sektörümüzde ne denli önemli olduğunu bir kez daha kavradım. İyi bir modelist olmak için teknolojik gelişmeler konusuna bundan sonra daha çok eğileceğimi söyleyebilirim.” ifadelerini kullandı.

“SERTİFİKA İŞ BULMA SÜRECİNDE ÖNEMLİ AVANTAJLAR SAĞLAYACAK”

İHKİB Kağıthane Kız Meslek Lisesi Giyim Üretim Teknolojisi Bölümü'nden mezun olarak İstanbul Üniversitesi Sosyal Hizmetler Bölümü'nde eğitimine devam eden ikinci sınıf öğrencisi Özlem Bulut, kısa gibi görünen 10 günlük eğitimde aldıkları bilgilerin tasarımın bel kemiğini oluşturduğunu belirtti. Modelist olmayı hedeflediğini belirten Bulut, kursun önemli bir kazanım sağladığını ve İHKİB'in referans olduğu sertifikanın, iş bulma sürecinde önemli avantajlar sağlayacağını düşündüğünü söyledi.

Mayo üretimi yapan aile şirketine çalışan Merve Mirzaoğlu ise eğitim sürecinde aldığı bilgilerin, kendisini bir adım öteye taşıdığını dile getirdi. Mirzaoğlu: “İkonlar, model uygulama şekilleri gibi konular benim için çok faydalı oldu. Ayrıca öğretmenimiz sektörde çalışırken nelere dikkat etmemiz gerektiği



hakkında da anahtar bilgiler verdi. İleride iyi bir iç giyim modelisti olmak istiyorum. Gelecek senelerde aile şirketimizde çalışmaya devam etmek yerine kendi ayaklarımın üzerinde durarak başka şirketlerde çalışmayı amaçlıyorum.” dedi.

İHKİB EĞİTİM VAKFI'NIN EĞİTİMLERİ DEVAM EDECEK

GERBER eğitimine, moda tasarım teknolojileri alanında eğitim alan lise ve meslek yüksek okullarından mezun olan öğrenciler katıldı. Eğitim, istihdam ve üretim ilişkisini güçlendirerek mesleki eğitime olan desteğini yaptığı projelerle kuvvetlendiren İHKİB, kurulmasına öncülük ettiği İHKİB Eğitim Vakfı koordinasyonunda benzeri meslek edindirme kurslarına devam etmeyi planlıyor. İHKİB Eğitim Vakfı bünyesinde faaliyetlerine devam eden İHKİB Kariyer Akademi, çevrim içi eğitimleri ile hazır giyim sektörünün nitelikli eğitilmiş iş gücü ihtiyacını karşılamaya çalışırken meslek liseleri ve meslek yüksek okullarından mezun öğrencilerin, İHKİB Kariyer İstihdam Ofisi ile eğitim aldıkları alanlarda istihdam edilmelerine de destek oluyor. Eğitimler sayesinde gençlerin yetenekleriyle geleceği şekillendirmeyi amaçladıklarını dile getiren İHKİB Kariyer Akademi yetkilileri, bu doğrultuda yürüttükleri çalışmalara hız kesmeden devam edeceklerini belirtiyor.



IFCO Fuarı'na geri sayım başladı

İSTANBUL başta olmak üzere Türkiye'nin, önde gelen bir moda merkezi olması yolunda büyük katkılar sağlayacak İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), 9 Şubat'ta kapılarını ziyaretçilerine açıyor.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliği ile İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilecek olan IFCO, üç gün boyunca 400'ün üstünde katılımcı firmayı ağırlayacak. Hazır giyim sektörünün katma değerli ihracata açılan en büyük kapısı olan IFCO Fuarı'nı, 86 ülkeden, 3 binin üstünde nitelikli alıcı olmak üzere 10 binin üstünde sektör ilgisinin ziyaret etmesi bekleniyor.

IFCO, kadın-erkek ve çocuk hazır giyimden iç giyime, gelinlik ve abiyeden deri kürk konfeksiyona kadar tüm hazır giyim ve moda ürün gruplarını tek çatı altında toplayarak sektörün 2022 yılı ihracat hedefi olan 23 milyar dolara ulaşmasına büyük bir ivme kazandıracak.



FUARIN ETKİNLİK PROGRAMI OLDUKÇA YOĞUN

25 bin metrekarelik fuarın yanı sıra fuar alanı ve etkinlik programında; İstanbul Moda Akademisi'nin küratörlüğünü üstlendiği trend alanı, önde gelen katılımcı firmaların yer alacağı ve üç gün boyunca sürecek defile programı, 2022-2023 yılı moda trend ve renklerinin sunulacağı geniş kapsamlı trend seminerleri, Fashion Week İstanbul standı, Ekoteks tarafından düzenlenecek sürdürülebilirlik seminerleri gibi zengin bir içerik yer alıyor.

9-11 Şubat'ta, 10.00-18.00 saatleri arasında gezilebilecek olan fuarı ziyaret etmek için www.ifco.com.tr adresi üzerinden ziyaretçi kayıt

formunun doldurulması yeterli. Tüm sektör paydaşları, uluslararası ölçekte ilk kez düzenlenecek IFCO Fuarı sinerjisinin parçası olmaya davet ediliyor.

Hazır giyim sektörü, öğrencilerle buluşmaya devam ediyor

İHKİB Yönetim Kurulu ve Eğitim Çalışma Grubu üyeleri, İstanbul'da yerleşik mesleki ve teknik Anadolu lisesi öğrencileri ile dijital ortamda buluşmaya devam ediyor. Bu çerçevede İstanbul genelinde, moda tasarımı bölümü olan mesleki ve teknik Anadolu liseleri öğrencilerinden oluşan, 314 kişinin katıldığı etkinlikte hazır giyim sektörünü tanıtan bir sunum yapıldı. Öğrencilerin de sorularını yönelttiği buluşmada, mesleki ve teknik Anadolu liselerinden yetişen öğrencilere her zamankinden daha fazla ihtiyaç olduğu önemle vurgulandı. Mezun olan öğrencilerin



hazır giyim sektöründe yer bulma oranının diğer sektörlerden yüksek olduğu, İHKİB yönetiminin ve İHKİB Kariyer'in mezun öğrencilere iş bulma konusunda destek sağladığı üzerinde duruldu.

Öğrencilerin okullarında olabildiğince mesleğe ilişkin donanımlarının tamamlanmasının

sektörde belirli bir konuma gelmelerine yardımcı olacağı, ayrıca İHKİB Kariyer Akademisi'nin ücretsiz olarak düzenlemeye başladığı bilgisayarlı kalıp eğitimlerine de katılmalarının mesleki gelişimlerine katkı yapacağı vurgulandı.

İHKİB, Uzmanlaşmış Meslek Yüksekokulları Konferansı'na katıldı

Marmara Üniversitesi tarafından düzenlenen Üniversite-Sanayi İş Birliği ve Uzmanlaşmış Meslek Yüksekokulları Konferansı'nda İHKİB'in Türk hazır giyim sektörü ve yeni nesil iş gücü konusunda hayata geçirdiği çalışmalar anlatıldı.



çok ihtiyaç duyduğu konudur. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü istenilen aşamada geliştirebilmemiz için insan kaynağının, teknolojinin sunduğu araçları kendi ihtiyaçlarına göre kullanabiliyor olması gerekiyor. Bu doğrultuda insan kaynağından teknik bilgi, dijitalleşmeye yanıt verebilme, tasarım ve inovasyon odaklılık, trendleri takip edebilme ve trend geliştirme gibi alanlarda beklentimiz yüksek." dedi.

"ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİMİZLE SIK SIK BİR ARAYA GELMEYE ÖZEN GÖSTERİYORUZ"

Hazır giyim ve tekstil sektörlerinin dijitalleşmeyle birlikte yeni iş modelleri

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB Başkan Yardımcısı Jale Tunçel ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi İlker Karataş; Marmara Üniversitesi tarafından düzenlenen Üniversite-Sanayi İş Birliği ve Uzmanlaşmış Meslek Yüksekokulları Konferansı'na katıldı. 14 Ocak'ta yapılan konferansa Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Yüksekokulu öğretim üyeleri ile öğrencileri de katıldı.

Konferans sırasında İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, "Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörünün Bugünü ile Geleceği & Sektör Lideri Kuruluş Olarak İHKİB" isimli sunumunu gerçekleştirdi. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2021 yılını 20,3 milyar dolar ihracat ile kapattığını belirterek sözlerine başlayan Gültepe; Türkiye'nin, dünyanın beşinci ve Avrupa Birliği'nin üçüncü büyük hazır giyim ihracatçısı olduğunu dile getirdi. Sektör ihracatının yüzde 61'inin AB ülkelerine yapıldığını ifade eden Gültepe: "Değişen dünya düzeninde sektörümüzde yeni iş alanları ve meslekler doğuyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı, sektörümüzü etkileyecek olan unsurların başında yer alıyor. Yeni rekabet ortamında Türk hazır giyim sektörü olarak esnek ve entegre üretim, tasarım kapasitesi, dünya pazarlarına kolay erişim, ileri konfeksiyon yan sanayisi, AB standartlarına uygunluk, nitelikli iş gücü ve genç tasarımcılarla birlikte ön plana çıkıyoruz. Sektörde yaşanan değişime verdiğimiz önem kadar insan kaynağına da önem veriyoruz. Çünkü sektördeki değişimi kullanabilecek, yönetebilecek ve gerektiğinde eksiklikleri fark edebilecek insan kaynağı, sektörün en

geliştirmesinin beklendiğini belirten Gültepe: "Mevcut bazı mesleklerin yerine, yenilerinin gelmesi ve bazı mesleklerin de geliştirilerek yeni bir forma kavuşması söz konusu. Bu meslekler arasında dijital ürün ve inovasyon yöneticiliği, dönüşüm ve döngüsel tasarım uzmanlığı, kişisel terzi, sanal satıcı gibi yenilikler bulunuyor. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün lider kuruluşu İHKİB olarak bu dönüşüme öncülük etmeye devam ediyoruz. İnsan kaynakları ve eğitim dâhil olmak üzere birçok alanda projeler yürütüyoruz. İHKİB Eğitim Vakfı, Kariyer Akademi ve portalı ile çevrim içi eğitim ve bilgilendirme toplantıları yapıyor, iş arayanları sektörle buluşturuyoruz. Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi kapsamında sağladığımız burs sistemi ile tekstil mühendisliği kontenjanlarını ve puanlarını yukarıya çektik. Meslek liselerimize yönelik beceri yarışmaları düzenliyorduk, salgın ile birlikte bunu İnovatif Fikir Maratonu adıyla yeni konseptte gerçekleştirdik. Sektörün nitelikli iş gücü potansiyelini artırmak için meslek liselerimiz var, bu okullarımızın eğitim kalitesini yükseltmek adına birçok çalışma yürütüyoruz. Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması (GİY) adı altında üniversite düzeyinde yarışmaya başladık. Geleceğin tekstil mühendislerini dinliyor, üniversite öğrencilerimizle sık sık bir araya gelmeye özen gösteriyoruz." şeklinde konuştu.

Konferans sonunda Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Mustafa Ay, katılımlarından dolayı İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye teşekkür sertifikası takdim etti.

Rusya ve BDT ülkelerine yönelik trend semineri gerçekleştirildi



İHKİB, organize ettiği fuarlara katılan firmaların yetkinliklerini artırmak üzere bir eğitim serisi başlattı. Serinin ilki, 13 Ocak'ta Rusya ve BDT ülkelerinde düzenlenecek ve Türkiye tarafından millî katılım gerçekleştirilecek olan fuarlara katılmayı planlayan firmalara yönelik yapıldı. Söz konusu fuarların hedef sezonu olan 2022/2023 sonbahar-kış trendlerine ilişkin bilgiler, firmalar ile paylaşıldı.

Sezon trendlerinin yakından tanıtıldığı eğitimde renklere ilişkin koleksiyon üretimi tavsiyeleri

hakkında detaylı bilgiler paylaşıldı. İstanbul Moda Akademisi (İMA) eğitmenlerinden Eda Akpınar tarafından verilen eğitim ile Rusya ve BDT ülkelerindeki fuarlara katılacak firmaların doğru koleksiyonlarla fuarda yer almasının sağlanması ve fuarlardan maksimum verim elde edilebilmesi hedefleniyor. Kadın, erkek, çocuk giyim, iç giyim ve çorap ürünlerine ilişkin tavsiyelerin verildiği seminere firmalar yoğun ilgi gösterdi ve eğitimden memnun ayrıldı.

İHKİB, 2021 yılında fuar ve heyetler sayesinde firmaları küresel pazara taşıdı

İSTANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), pandemi nedeniyle dijitalleşen ticari faaliyetlere sağladığı uyumu 2021 yılında da devam ettirdi. Kurum, hem fiziki hem de çevrim içi olarak gerçekleştirilen fuar ve heyetlerde Türk firmaları yabancı alıcılara bir araya getirdi. 2021 yılında İHKİB tarafından 12 adet yurt dışı fuara millî katılım organizasyonu düzenlendi. Söz konusu fuarlara toplamda 257 Türk firması katıldı. Firmalar, 156 bin 68 profesyonel yabancı ziyaretçiyle bir araya geldi. 2021 yılında düzenlenen fuarlarda Türk firmaların toplamda 15 bin 127 ikili görüşme gerçekleştirmesine vesile olan İHKİB, 2015'ten bu yana 87 fuara millî katılım düzenleyerek bini aşkın Türk firmasını, 2 milyon 385 bin 75 yabancı ziyaretçiyle buluşturdu.

İHKİB, 2021 yılında üçü ticaret heyeti, ikisi alım heyeti ve altısı sanal ticaret heyeti olmak üzere toplamda 11 heyet gerçekleştirdi. Heyetlerde 218 Türk firması, toplam bin 541 yabancı satın almacıyla ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. İHKİB'in düzenlemiş olduğu

heyetler vasıtasıyla 2019'dan bu yana 500'ü aşkın Türk hazır giyim firması, 5 bine yakın yabancı satın almacıyla ikili iş görüşmesi yaptı.



Fuar Verimliliğini Artırma Eğitimi yoğun katılımı düzenlendi

İHKİB tarafından başlatılan ve firmaların katıldıkları fuarlardan en yüksek derecede verim almasını hedefleyen eğitim serisi devam ediyor. 18 Ocak'ta düzenlenen Fuar Verimliliğini Artırma Eğitimi, firmaların yoğun ilgiyle çevrim içi olarak düzenlendi.

İHKİB tarafından düzenlenen eğitimde firmaların fiziki fuarlardan fayda sağlamalarını hedefleyen tavsiyeler, fuar öncesi, fuar süresince ve fuar sonrası olmak üzere üç ana başlık altında toplandı. Fuar sürecinde firmaların web sitesi üzerinde gerekli çalışmalarını tamamlamalarına, yabancı dil seçeneği kısmının çalıştığından ve tüm web sitesinin güncellenmiş olduğundan emin olunmasına vurgu yapıldı. Yeni koleksiyon çekimleri için profesyonel bir ekipten hizmet alınmasının önemine dikkat çekilirken fuarın gerçekleştiği ülkedeki gümrük vergi oranlarının, serbest ticaret anlaşmalarının, rakip ülkelere uygulanan vergi oranlarının araştırılması gerektiği ifade edildi. Her ülkenin kendine has ticari uygulamaları, tüketim alışkanlıkları, ürün beden ölçüleri olduğu hatırlatılırken Türk Hazır Giyim sektörünün yakından tanınmadığı pazarlara girerken daha detaylı hazırlıkların yapılması gerektiği söylendi.

FUARDA BAŞARILI OLMAK İÇİN EN AZ ÜÇ DÖNEM KATILIM PLANLANMALI

Eğitimde, bir fuarda başarılı olmak için en az üç dönem katılım planlayarak uzun vadeli stratejiler çerçevesinde hareket edilmesinin önemine değinildi. Mevcut müşterilere fuar katılım bilgisinin iletilmesi, ATA karnesi çıkarılması, yabancı dil bilgisine sahip olan personelin fuara katılmasının sağlanması, hedef müşteri kitlesinin belirlenmesi ve firmayı tanıtacak

materyallerin hazırlanması eğitimde bahsedilen konular arasında yer aldı. Ürün fiyatlarının rekabetçi olması gerektiğine de değinildi.

Fuar süresince firmaların dikkat etmesi gereken konuların ise fuarın açılış tarihinden önce fuar alanında olunması, standın en iyi şekilde düzenlenmesi ve konusunda uzman olan personellerce ziyaretçilerin karşılanması olduğu belirtildi.

Joor, Nuorder ve FourSource gibi platformlarda yer alan firmaların, sunumlarını bu platform üzerinden yapabileceği ifade edildi. İlk kez görüşülen alıcılara sipariş adetleri konusunda esnek davranılması, fuarın başlangıç ve bitiş saatlerine riayet edilmesi gibi konular da fuar süresince firmaların dikkat etmesi gereken unsurlar olarak dile getirildi.

Fuar sonrasında İHKİB ekiplerince yapılan fuar etki ve memnuniyet anketlerinin doldurulması gerektiğine işaret edilerek görüşülen müşterilerle iletişimin telefon, mail ve sosyal medya ortamlarında sürdürülmesi gerektiği belirtildi.

Fuarlarda Yapılan Hatalar

- Fuara ilgili ülkenin gerçeklerini göz ardı ederek hazırlıksız katılmak.
- Fuarda İngilizce veya ilgili ülkenin dilini bilen bir personel ile katılmamak.
- Stant kurulumuna geç gelmek.
- Standı özensiz hazırlamak ve çok fazla ürüne boğmak.
- Nakliye hizmeti alınmadığında ürünleri, eksik doldurulmuş ATA karnesi ile getirmek veya ATA karnesi almamak.
- Fuar açılış kapanış saatlerine riayet etmemek.
- Yaşanılan bir sorunda İHKİB personeli ile iletişime geçmemek.
- Fuara tek seferlik katılım sağlamak.

Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

TEKSTİL ve Hammaddeleri Sektör Kurulu Toplantısı; TIM Başkanı İsmail Güllü'nün başkanlığında, Sektör Kurulu temsilcileri ve Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanı Ahmet Onur Öztürk'ün katılımı ile gerçekleştirildi. 7 Ocak'ta yapılan toplantı, çevrim içi olarak düzenlendi. Toplantıda tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2021 yılındaki tarihi ihracat rekoru, sektörün güncel gelişmeleri ve 2022 yılı ihracat hedefi doğrultusunda atılabilecek adımlar değerlendirildi.

Tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2021 yılı ihracatının değerlendirilmesi ile başlayan toplantıda, sektörün polyester elyaf fiyatlarındaki artışlar ve polyester elyaf erişiminde yaşanan zorluklar hakkında görüş alışverişinde



bulunuldu. Ayrıca toplantı sırasında sektörün 2022 yılı ihracat hedefine ulaşması ve uluslararası rekabet gücünü artırarak küresel tekstil ticaretinde ilk üç tedarikçi arasına girebilmesi için atılması gereken adımlar değerlendirildi.

İTHİB, Yönetim Kurulu Toplantısı'nı ASKON'da gerçekleştirdi



İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri, 21 Ocak'ta Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği'ne (ASKON) bir ziyaret gerçekleştirdi. Öksüz, ASKON'un 12. Olağan Genel Kurulu'nda yeniden Başkan seçilen Orhan Aydın'a tebriklerini ilettiler. İTHİB ile ASKON arası iş birliği olanaklarının da değerlendirildiği ziyaretin ardından İTHİB Yönetim Kurulu Toplantısı düzenlendi.

Sektörün 2022 yılı hedeflerinin ve stratejilerinin değerlendirildiği toplantıda, yurt dışı fuarlarla ilgili

konular, yarışma ve etkinliklere yönelik programlar görüşüldü. Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde gerçekleştirilen Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi'ne ilişkin hususların konuşulduğu toplantıda, İTHİB'in sürdürülebilirlik çalışmalarına da değinildi. İSTKA 2021 yılı mali destek programı proje başvuru süreçleri hakkında bilgilerin paylaşıldığı toplantıda, sektörü ilgilendiren yeni mevzuatlar değerlendirildi. Toplantı, tekstil sektörünün güncel istatistiklerinin görüşülmesi ile sonlandırıldı.

Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nden İDMİB'e ziyaret



ZEYTİNBURNU İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Müdürlüğü, 4 Ocak'ta İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Güven Karaca'yı Dış Ticaret Kompleksi'nde ziyaret etti.

Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Müdürü Nagehan Karaduman ve öğretmenler ile yapılan toplantıda, okul ihtiyaçları ve lisenin daha çok öğrenci tarafından tercih edilmesi için yapılması gerekenler hakkında değerlendirmelerde bulunuldu.

Micam Fuarı ertelendi

İTALYA'NIN Milano şehrinde 20-22 Şubat 2022 tarihinde düzenlenmesi planlanan ve sektörün en önemli fuarlarından biri olan Micam Ayakkabı Fuarı'nın ertelendiği açıklandı. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından millî katılım organizasyonu düzenlenecek olan fuarın, fuar idaresinden alınan bilgiye göre 13-15 Mart 2022 tarihine ertelendiği duyuruldu.



2022'nin ilk İDMİB Yönetim Kurulu Toplantısı yapıldı



İSTANBUL DERİ ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu üyeleri, 2022 yılının ilk Yönetim Kurulu Toplantısı'nda fiziki ve çevrim içi ortamda bir araya geldi.

5 Ocak'ta yapılan toplantı kapsamında İDMİB Yönetim Kurulu üyelerince deri ve deri mamulleri sektörünün 2021 yılı dış ticaret istatistikleri

incelendi. Potansiyel hedef pazarlar ile yurt içi ve yurt dışı fuarlara ilişkin gelişmeler ana gündem maddeleri olarak görüşüldü. Toplantıda ayrıca Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan ihracat bedeli için uygulama talimatına ilişkin detaylar ve diğer hususlar da değerlendirildi.

Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

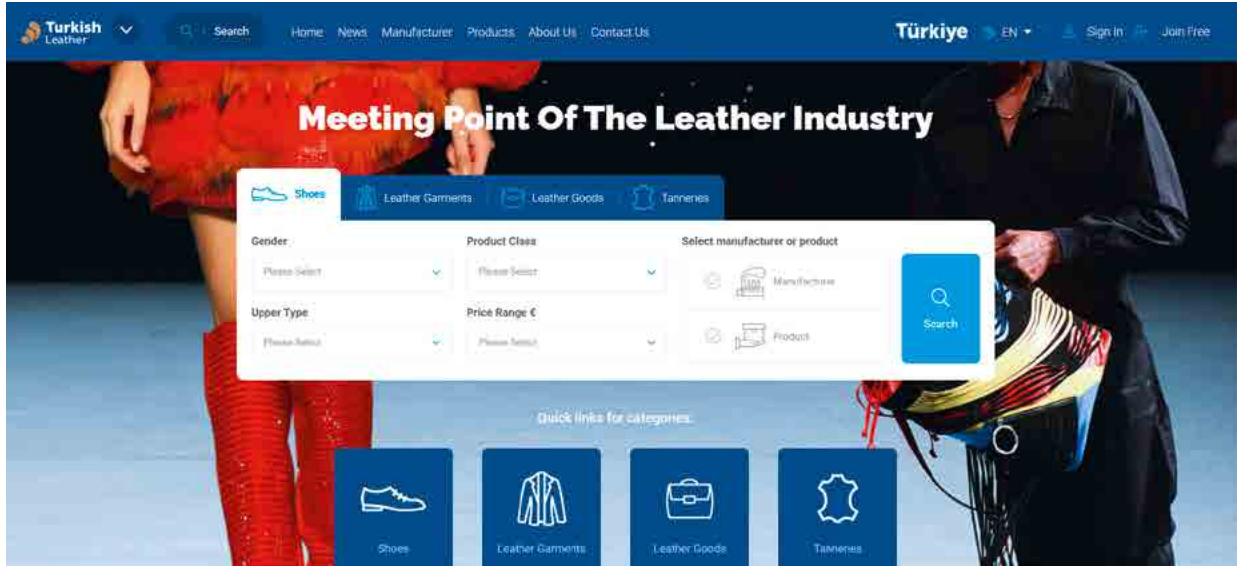
DERİ VE DERİ Mamulleri Sektör Kurulu Toplantısı, 5 Ocak'ta Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü'nün katılımıyla Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Toplantıya İDMİB ve Ege İhracatçı Birlikleri temsilcilerinin yanı sıra Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı ile TİM temsilcileri de çevrim içi olarak katılım sağladı.

Toplantı kapsamında deri ve deri mamulleri sektörünün 2021 yılı dış ticaret performansı Sektör Kurulu üyelerince incelendi. Sektör ihracatında uygulanan Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) kesintileri ile sektörde yaşanan problemler ve çözüm önerileri de toplantının gündem maddeleri arasında yer aldı.



İDMİB, turkishleather.com ve turkishshoes.com ile dünyaya açılıyor

Türk deri ve deri mamulleri sektörünün dünyaya açılan yüzü olan www.turkishleather.com ile ayakkabı sektörüne özel www.turkishshoes.com platformu, yabancı alıcıları ihracatçılarla buluşturmaya devam ediyor. Platformda 141 ülkeden, 2 bin 300'ü aşkın alıcı yer alıyor.



İSTANBUL DERİ ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) hem dijitalleşme alanında firmaların dünya trendlerine ayak uydurmasına yardımcı olmak hem de sektörde faaliyet gösteren yerli ihracatçıları küresel alıcılar ile bir araya getirmek ve iş bağlantıları kurmalarını sağlamak hedefiyle 25 Ocak 2021 tarihinde www.turkishleather.com ve www.turkishshoes.com çevrim içi B2B portalını faaliyete geçirdi.

Mevcut durumda tüm Türkiye'den 184 ihracatçı firma, 3 bine yakın ürününü portal üzerinde; ayakkabı, saraciye, deri&kürk giyim ile mamul deri kategorilerinden kendi iştiğal sahasına uygun olan kategori altında sergiliyor. Ayrıca yurt dışı mecralarda Google, Yandex, Facebook üzerinden portala ilişkin yayımlanan dijital reklamların katkısı ile başta ABD, Rusya, İngiltere, Güney Afrika, Nijerya, Ukrayna, Almanya olmak üzere Avustralya'dan Kanada'ya kadar 141 ülkeden 2 bin 300'ü aşkın satın almacı da portala kaydolmuş durumda. Uluslararası alıcılar ile ihracatçı firmalar arasında mesajlaşma ve Zoom toplantısı yapma imkânı sunan sistem sayesinde katılımcılar, ticari ilişki başlatabiliyor. Alıcılar, ilgilendikleri ürün ve firmaya filtreleme opsiyonları sayesinde ulaşarak doğrudan irtibat kurma imkânı bulabiliyor.



FİRMALARIN BAŞVURULARI BEKLENİYOR

Platforma firma ve alıcı kaydı ücretsiz olarak yapılıyor. Platform İngilizce, Rusça ve Almanca dillerinde hizmet vermeye devam ediyor.

Platforma üye olabilmek için ihracatçı firmaların bazı kriterleri taşıması bekleniyor. İDMİB Yönetim Kurulunca revize edilen güncel kriterlere göre Türk ayakkabı, saraciye, deri ve kürk giyim ile yarı işlenmiş ve işlenmiş mamul deri ihracatçısı firmalar, yenilenen başvuru kriterleri çerçevesinde platforma üye olarak yabancı alıcılar ile irtibata geçme imkânını bulabiliyor. Platforma kayıt oluşturarak ürünlerini sergileyecek ve dijital platformlarda bulunabilirliklerini artırmak isteyen firmaların başvurularının beklendiği belirtiliyor.

BAŞVURU KRİTERLERİ

Türkiye genelinde deri ve deri mamulleri sektöründe faaliyet gösteren ve 2018, 2019, 2020 veya 2021 yılları içinde aşağıdaki kriterlerden herhangi birini sağlayan firmaların kayit@turkishleather.com e-posta adresine kayıt taleplerini iletmeleri bekleniyor.

- 200 bin dolar ve üzerinde ihracat yapan firmalar
- Fiziksel olarak yurt dışındaki uluslararası fuarlara katılan firmalar
- Sektör özelinde gerçekleştirilen UR-GE projelerinin herhangi birinde yer alan firmalar
- Herhangi bir sosyal uygunluk belgesine sahip olan firmalar

4. Ayakkabı Tasarım Yarışması'nın finalistleri belirlendi



İSTANBUL Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından bu yıl dördüncüsü düzenlenen Ayakkabı Tasarım Yarışması'nda finalistler belli oldu.

Yarışma çalışmaları Aralık ayında başlatıldı. Bu kapsamda üniversiteler ile çevrim içi toplantılar gerçekleştirildi. Ayrıca Konya Selçuk Üniversitesi ile Gaziantep Üniversitesi'ne fiziki ziyaretler düzenlendi. Bu etkinliklerin olumlu etkisiyle yarışmaya toplam 285 dosya başvuru yaptı. Kadın ve erkek ayakkabı kategorilerinin yanı sıra başvurular talep etmeleri hâlinde dijital kategoride de yarışabilecek.

Gamze Saraçoğlu kreatif direktörlüğünde ilerleyecek olan yarışmanın jürisinde Ruken Mızraklı, Sedef Orman, Özgür Masur, Niyazi Erdoğan, Özlem Kaya ve Mehtap Elaidi gibi önemli tasarımcıların yanı

sıra İslam Şeker, Erkan Zandar ve Berke İçten gibi sektörün önde gelen isimleri de yer alıyor.

5 Ocak'ta Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda tamamlanan Birinci Jüri Değerlendirme Toplantısı'nda jüri üyeleri, her kategoriden uygun gördükleri 12'şer olmak üzere toplam 24 projeyi ikinci elemeye taşıdı. Seçilen yarışmacılar, 11 Ocak'ta çevrim içi platformda gerçekleşen İkinci Jüri Değerlendirmesi'nde projelerini jüri üyelerine sözlü olarak sundu. Kadın ve erkek kategorilerinde finale kalan beş tasarım, jüri üyeleri tarafından titizlikle seçildi. Değerlendirmeler sonucunda 10 finalistin hazırladığı tasarımlar, uygun üreticiler ile eşleştirilerek üretim aşamasına geçecek.

İHİB Halı Belgeseli Projesi'nin çekimleri tamamlandı



İSTANBUL Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından çekimlerine 2021 yılında başlanan Halı Belgeseli Projesi'nde sona yaklaşıldı. Bergama, Milan-Bodrum, Çanakkale-Ayvacık, Fethiye, Isparta ve Aksaray-Sultanhanı'nda gerçekleştirilen son çekim turu sonrasında belgesel çekimleri neredeyse tamamlandı. Türkiye'nin dört bir yanında gerçekleştirilen çekimler ile ülkemizin gerçek bir halı ülkesi olduğu, kültürümüzün değişmez bir parçası olan el halısının bin bir zorlukla üretilmeye devam ettiği ve nice insanın bu kültürü yaşatmak için çaba sarf ettiği bir kez daha ortaya çıktı.

Çekimlerin tamamlanmasından ve belgeselin montajının bitiminden sonra, çekimleri gerçekleştiren Coşkun Aral ile birlikte bir gala gecesi düzenlenmesi planlanıyor. Mart ayı içinde gerçekleştirilmesi planlanan bu gala gecesinde, belgeselin bir bölümünün gösterimi izleyicilerin beğenisine sunulacak. Sonrasında ise Türk halısını dünyaya tanıtmak için dünyaca ünlü belgesel kanalları ile görüşülmeye başlanacak.



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

PANEL LİDERİ GTC



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

sales@gtctrade.com

+90 416 290 35 35

+90 216 370 52 16

 /GtcSolar

 /GTCsolarsystems

 /gtcsolar

 /company/gtc-solar

 /GtcSolar



Anadolu'nun geleneksel dokumalarının aslına uygun olarak yeniden üretilerek modern tasarımlarla dünyaya tanıtılması amacıyla Cumhurbaşkanı'nın eşi Emine Erdoğan'ın himayesinde yürütülen Türkiye Dokuma Atlası Projesi kapsamında, dokumaların kültürümüzdeki yerini anlatan özel bir sahne gösterisi hazırlandı.



Türkiye Dokuma Atlası Projesi, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde sahneye taşındı



Fashion Atlas of Türkiye

TÜRKİYE DOKUMA ATLASI



OLGUNLAŞMA enstitülerinin yenilenme çalışmalarının bir ürünü olarak hazırlanan Türkiye Dokuma Atlası Projesi, Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü'ne bağlı İstanbul Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü tarafından yürütülüyor. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (İTHİB) destekleriyle yürütülen projeye, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Ticaret Bakanlığı da katkı veriyor. Projenin koordinatörlüğünü Ayşe Dizman ve küratörlüğünü de Güneş Güner yapıyor.

Proje kapsamında tiyatral bir gösteriyle geleneksel dokumaların günlük hayattaki giyim ve ev tekstilindeki kullanım örnekleri izleyicilerin beğenisine sunuldu. Geleneksel sanatları, özüne sadık kalarak modern tasarımlarla buluşturma vizyonuyla hazırlanan Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'ndeki gösterimiyle büyük beğeni topladı. Arzu Kaprol, Nedret Taciroğlu, Ece Ege, Tuvana Büyükçınar, Dilek Hanif, Simay Bülbül, Gül Ağış ve Aslı Filinta gibi ünlü tasarımcıların Türkiye coğrafyasındaki yüzyıllık dokumalardan tasarladığı kıyafetler, Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi'nde hayat buldu. Proje kapsamında Üsküdar çatmasının desen ve renkleri, Denizli buldan bezinin doğal boyalı dokuması çağdaş tasarımlara dönüştü. Antep kutnu, Ankara sofı, şal şapık, eham, beledi gibi dokumalardan hazırlanan örnekler de Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi'nde sergilendi.

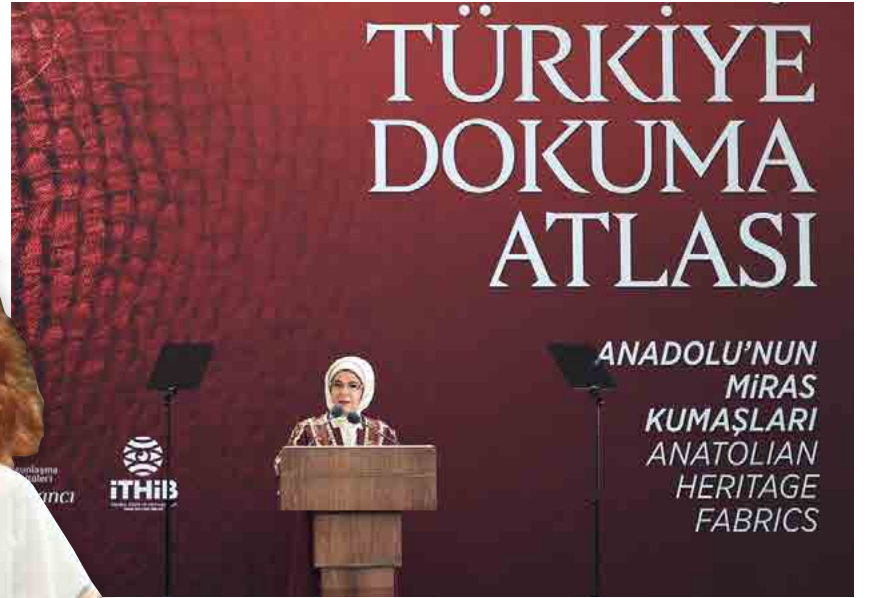
ÇOK SAYIDA DAVETLİ KATILDI

"Geçmişten geleceğe" temasıyla gerçekleştirilen Türkiye Dokuma Atlası Projesi'nin ilk sahne gösterimi,

11 Ocak'ta Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde büyükelçiler ve eşlerinin katılımıyla gerçekleştirildi. Emine Erdoğan'ın ev sahipliğinde yapılan gösterim, yoğun katılım ile düzenlendi. Programda geleneksel dokumalar, günün farklı zamanlarında kullanıma ilişkin tasarlanmış kıyafetler ve ev tekstil örnekleri, 99 ülkeden büyükelçiler ve eşleri ile maslahatgüzarlar ve büyükelçilik temsilcilerinin beğenisine sunuldu. 12 Ocak'ta ise gösterim, kamu ve özel sektör temsilciliklerine gerçekleştirildi. Millî Eğitim Bakanı Mahmut Özer ve eşi Nebahat Özer ile Kültür ve Turizm Bakan yardımcısı Serdar Çam ve Özgül Özkan Yavuz, Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun eşi Hülya Çavuşoğlu, Türkiye Belediyeler Birliği Başkanı Fatma Şahin, TİM Başkanı İsmail Güllü, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Avrupa

Geleneksel sanatları, özüne sadık kalarak modern tasarımlarla buluşturma vizyonuyla hazırlanan Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'ndeki gösterimiyle büyük beğeni topladı.





Konseyi Ankara Ofisi Başkanı Cristian Urse, BM Ankara Temsilciliği Daire Başkanı Tom Delrue, Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Şeref Ateş, TÜRKSOY Genel Sekreter Yardımcısı Bilal Çakıcı, yabancı misyon şefleri ve eşleri de programa katıldı.

“TÜRKİYE, TEKSTİL İHRACATINDA ÇOK GÜÇLÜ BİR ÜLKE”

Kültürün, kişinin kendisini en rahat ve hızlı tanımladığı değerler bütünü olduğunu söyleyerek farklı kültürlerin birbirini tanımalarının önyarguları azaltacağını belirten Emine Erdoğan, kültürel çeşitliliğe ve farklılığa duyulan saygının önemine işaret etti. Erdoğan: “Biz ve onlar ayrımı yerine insanlığın ortak değerleri etrafında buluşabilmek, farklılıkları doğru tanımlayabilmek esas olmalıdır. Anadolu; geçmişiyle, özellikle Osmanlı İmparatorluğu’nun tüm inanç ve yaşam tarzlarına yer açan çok kültürlü atmosferiyle bunun için çok güzel bir örnektir. Biz de bu tarihsel zenginlikten besleniyoruz. Türkiye Dokuma Atlası Projesi, güçlü kurumların ortak çalışmasının ürünü olarak ortaya çıktı, Millî Eğitim Bakanlığımıza bağlı olgunlaşma enstitüleri, İTHİB ve çok değerli tasarımcılarımızın gayretinden doğdu. Yok olmaya yüz tutmuş geleneksel dokumalarımızdan nadir örnekler bir araya getirildi. Ne yazık ki artık ustası kalmamış kumaşlarımız, sandıklardan çıkarıldı. Bu proje ile yok olmakla karşı karşıya kalan bu zengin kültürümüzü yeniden ihya etmeyi amaçlıyoruz. Yerelde teşvikler vererek dokumalarımızın yeniden canlanmasını arzu ediyoruz. Türkiye tekstil ihracatında çok güçlü bir ülke. Küresel salgın şartlarına rağmen, 2020 yılında bir basamak atlayarak dünyanın en büyük beşinci tekstil ihracatçısı durumuna geldi. Hedefimiz, bu ihracat başarımızı yerel dokumalarımızla daha da zenginleştirmek, tekstilde bir Türkiye markası oluşturmak.” dedi.



Arzu Kaprol, Nedret Taciroğlu, Ece Ege, Tuvana Büyükçınar, Dilek Hanif, Simay Bülbül, Gül Ağış ve Aslı Filinta gibi ünlü tasarımcıların yüzyıllık dokumalardan tasarladığı kıyafetler, Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi'nde hayat buldu.

“TÜRK TASARIMCILARIN UFKUNUN SINIRSIZLIĞINA ŞAHİT OLUYORUZ”

Dokuma kültürünün, Türkiye'nin zengin kültürel ve coğrafi özelliklerini, farklı desen ve motifleriyle etnik ve etnografik birikimini yansıttığını belirten Emine Erdoğan: “Dokuma sanatı, alelade bir kumaş üreticiliği değil insanın hayatla ve doğayla etkileşiminin aynasıdır. Doğum, düğün ve cenaze gibi hayatın dönüm noktaları motiflere yansır. Henüz kelimelere aktarılamamış nice duygu ve düşünce, nakışlarla tercüme edilir. Her ilmek içinde hüznün ve sevinç gibi hayatın tüm tonlarını taşır. Motiften kumaşa, kullanılan malzemeden tasarıma kadar, bu zanaat bütün olarak bir kimliktir. Dokumacılık, geçmiş zamanların dünya tasavvurunun birer broşürü ve engin bir tarih kaynağıdır. Türkiye Dokuma Atlası, Anadolu zevkiseliminin izlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu proje; dokumalarımızı yaşatmak, onları çağdaş tasarımlarla buluşturmak gayretidir.” ifadelerini kullandı.

Erdoğan, sözlerine şöyle devam etti: “Türk tasarımcıların ufkunun sınırsızlığına, geleneksel sanatlarla kurdukları köprüye şahit oluyoruz. Biz bu çabayı sadece yerel kültürümüzü korumak olarak da görmüyoruz. Küreselleşmenin tüm

kültürleri tek tipleştirdiği bir çağda, insanlığın ortak birikimine hizmet olarak görüyoruz. Ülkemizdeki kültür varlıkları, coğrafyamızın olduğu kadar, tüm insanlığın ortak hazinesidir. Geleneksel sanatların ihyası, bugünün tasarım dünyası için de taze bir nefes demek. Hayata tutundurduğumuz her desen ya da renk, farklı disiplinlere de ilham olabilir. Mimariden teknolojiye kadar her alanın, insanın soyut dünyasından beslenmeye ihtiyacı var. O nedenle bu nadide değerlerin yeryüzünden silinmesine izin veremeyiz.”

“HER BİR DOKUMANIN KİMLİKLENDİRİLMESİ ADINA ÇALIŞMALAR YAPIYORUZ”

Millî Eğitim Bakanlığı Bakan Yardımcısı Sadri Şensoy, kadim Türk medeniyetinin mirası olan bu kıymetli hazinenin gün yüzüne çıkarılması amacıyla projeyi hayata geçirdiklerini ifade etti. Şensoy: “Proje kapsamında Türkiye'nin 81 ilindeki yöresel dokumaların keşfedilmesi, geçmiş ve günümüzdeki



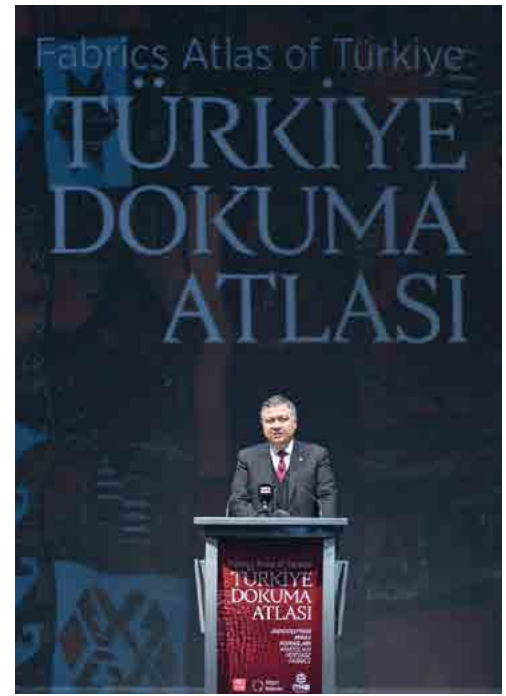
durumlarının karşılaştırılarak malzeme, teknik ve ham madde özellikleri açısından detaylı analizlerinin yapılması, her bir dokumanın kimliklendirilmesi adına çalışmalar yapıyoruz. Böylelikle binlerce yıldır tarihten günümüze ulaşan bu hazinenin kayıt altına

alınması ve yöresel dokumalarımızın asli hürriyetini kaybetmeden geleceğe aktarılmasını amaçlıyoruz. Kültürümüze sahip çıkarak geleceğe daha sağlam temeller atabilmek düşüncesiyle büyük bir heyecan duyarak yürüttüğümüz projenin, Türk kültürünün binlerce yıllık hafızasına ışık tutmasını temenni ediyoruz.” dedi.

“PROJENİN SEKTÖR İHRACATINA OLUMLU KATKI SAĞLAYACAĞINI DÜŞÜNÜYORUZ”

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Özgür Volkan Açar, Türkiye Dokuma Atlası Projesi ile Anadolu coğrafyasının binlerce yıllık dokuma kültürünün korunması, geliştirilmesi ve gelecek nesillere aktarılabilmesinin amaçlandığını vurguladı. Proje ile dokumacılık kültürünün geleneksel ve çağdaş unsurlarla harmanlanarak ulusal ve uluslararası mecralarda bilinirliği ve etkinliğinin artırılmasının amaçlandığını söyleyen Açar: “Proje ile ayrıca Anadolu’nun zengin dokuma kültürü araştırılarak verilerin tek bir kaynaktan toplanması, geleneksel dokumaların bölgesel, hatta il bazında incelenerek teknik açıdan tamamlanması planlanıyor. Anadolu’ya has kumaş ve desen çeşitleriyle, özel motiflerle bezenmiş dokuma kumaş koleksiyonlarının geniş kitlelere tanıtılması amaçlanıyor.

Projenin dokuma kumaş sektörünün uluslararası arenalarda tanıtımına, ülkemizin marka ve moda algısının güçlendirilmesine ve sektör ihracatına olumlu katkı sağlayacağını düşünüyoruz. Firmalarımızın rekabetçiliklerini artırması için katma değeri yüksek ürün üretimine yönelmeleri önem arz etmektedir. Moda, marka, tasarım, AR-GE ve inovasyon, firmalarımızın ihracat stratejilerinde ve önceliğinde olmalıdır. Binlerce yıldır yaşadığımız bu kadim toprakların belki de bize sunduğu en güzel değerler arasında her yörenin kendine ait kumaşlarının üzerinde kullandığımız renkler, nakşettiğimiz desenler ve semboller yer almaktadır. Bu değerler, geçmişin ve tecrübenin birer göstergesidir.” şeklinde konuştu.



AHMET ÖKSÜZ

İTHİB BASKANI

“ANADOLU’NUN BİNLERCE YILLIK TASARIM VE DOKUMA YOLCULUĞUNA IŞIK TUTTUK”

TÜRKİYE Dokuma Atlası sahne gösterisinin açılış konuşmasını gerçekleştiren ve Türk tekstil sektörünün ihracattaki gücünü vurgulayan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Türk tekstil sektörünün 2021 yılında Cumhuriyet tarihi rekoru kıırarak 12,9 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiğine dikkat çekti. Öksüz: “Dünyanın en büyük beşinci tekstil ihracatçısı olan sektörümüz, küresel ligde yeni başarılarla imza atmak için gücünü köklü geçmişinden ve sürdürülebilirlik vizyonundan alıyor. 2022 yılında 15 milyar dolarlık ihracat hedefimize ulaşmak için çalışmalarımızı tüm hızıyla sürdürüyoruz.” dedi.

Türkiye Dokuma Atlası Projesi’yle ilgili değerlendirmelerde bulunan Öksüz: “Cumhurbaşkanlığı Külliyesi’nde ilk defa açılış gerçekleştirilen Türkiye’nin Dokuma Atlası Sergisi ile Anadolu’nun binlerce yıllık tasarım ve dokuma yolculuğuna ışık tuttuk. Yüzyıllardır ilmek ilmek işlenen dokumalarımız, tekstil sektörümüzdeki bu kültürel mirasımız, küresel ligde bizim bir adım önde olmamızı sağlıyor. Şimdi de proje kapsamında bu kıymetli dokumaların değerli tasarımcılarımızın elinde hayat bularak sahnede dev bir gösteriye dönüştürülmesi bizleri gururlandırıyor. Bu projenin paydaşlarından biri olarak geçmiş ile gelecek arasında kurulan köprüde rol oynamak ve tarihi mirasın küresel ölçekte bilinirliğini artırmak, birliğimiz ve sektörümüz adına paha biçilmez öneme sahip. Projemiz kapsamında bu yıl itibarıyla Cumhurbaşkanlığı Külliyesi’ndeki sergimizi, İstanbul’da da açmak üzere çalışmalara başladığımızın müjdesini paylaşmak istiyorum.” diye konuştu.





“ÜLKEMİZ, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ALANINDA DÜNYA DEVI ÜLKELERDEN BİRİ”

Türkiye Dokuma Atlası Sahne Gösterisi'nin açılışında konuşan Türkiye Belediyeler Birliği Başkanı Fatma Şahin: “Sayın Emine Erdoğan Hanımefendi'nin öncülüğünde hayata geçirilen ve Anadolu'muzun geleneksel kumaşlarını, desenlerini ve renklerini günümüze taşıyarak dünyaya tanıtan Türkiye Dokuma Atlası Projesi, ülkemizin binlerce yıllık dokuma mirasının korunması, geliştirilmesi ve geleceğe aktarılması için önemli bir misyonu yerine getirmektedir. Kadınlarımızın basit dokuma tezgahlarında sevinçlerine, hüznlerine, umutlarına ve hayallerine attıkları ilmeklerle başlayan binlerce yıllık serüvende, ülkemiz bugün tekstil ve hazır giyim alanında dünya devi ülkelerden biri hâline gelmiştir. Bu projenin, yerli tekstil firmalarımızın markalaşmasına ve uluslararası pazarda isimlerini duyurmasına büyük katkı sağlayacağına inanıyor ve paydaşı olmaktan gurur duyuyorum.” diye konuştu.



ETKİNLİK BÜYÜKELÇİLERİN BEĞENİSİNİ TOPLADI

Etkinliğin ardından Türk dokumalarına ilişkin izlenimlerini AA muhabirine anlatan Japonya'nın

Ankara Büyükelçisi Suzuki Kazuhiro, etkinliğin çok iyi organize edildiğini ve sergilenen kumaşlardan çok etkilendiğini dile getirdi. Defiledeki kıyafetlerin Türkiye'ye özgü çağrışımlar barındırdığına dikkat çeken Kazuhiro, etkinlikten büyük zevk aldığını söyledi. AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut, etkinlikle ilgili yaptığı açıklamada: “Türkiye'nin farklı bölgelerinden Türk kumaşlarının, gelenek ve modern tasarımlarla birleşiminin muhteşem bir gösterisiydi. Geleneksel kumaşların kullanımıyla modern Türk tasarımının çok etkileyici ve ilgi çekici bir sunumuydu. Kültürel, geleneksel kumaş çeşitlerinden ve diğer el yapımı eserlerden etkilendim. Çok farklı tarzlar, geçmişle bugünle birleştirmeye çalışan insanlar var ve her ülkede bunun sonuçları çok özel oluyor. Farklı ülkelerin eski ve yeni kombinasyonuna sahip olmak çok iyi. Böylece birbirimiz hakkında daha fazla şey öğreniyor ve bazı klişeleri, ön yargıları aşıyoruz.” dedi.

Senegal'in Ankara Büyükelçisi Cheikh Gueye, Türk kültürünü keşfetmek açısından hoş bir an yaşadıklarını belirtti. Türkiye ve Senegal'in geleneksel kültüründe birçok ortak noktaya sahip olduğunu belirten Gueye: “Paylaştığımız çok şey var. Geleneksel değerlerin yanı sıra dini ve kültürel değerlerimiz de ortak.” şeklinde konuştu. Zimbabve'nin Ankara Büyükelçisi Alfred Mutiwazuka'nın eşi Sarah Chiedza Mutiwazuka, Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi'nin çok iyi organize edildiğini ve belirterek “Türkiye'nin tekstil alanında oldukça büyük olduğunu gördük. Ayrıca geleneklerine gerçekten saygı duyduklarını gösterdiler.” dedi.



TEKNOLOJİNİN MODASI

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



Live ERP
İş Çözümleri Platformu



Live e-Defter
Sentez Live e-Defter



Live e-Fatura
Sentez Live e-Fatura



Live e-Arşiv
Sentez Live e-Arşiv



Live VOGUE
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



Live DYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



Live WEAVE
Dokuma Üretim Takip Sistemi



Live KNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



Live YARN
İplik Üretim Takip Sistemi



Live POSITIVE
Satış Yönetim Sistemi



Live SHOP
Satış Noktası Yönetimi



www.sentez.com



www.twitter.com/SentezYazilim



www.facebook.com/SentezYazilim



sentez
business solutions

2022'de güven ve huzur ortamı yeniden kurulmalı

Her açıdan zor geçen 2021 yılını geride bıraktık. Son zamanlarda ekonomik anlamda zor dönemler geçilirken alınan önlemlerin ışığında nasıl bir 2022'nin bizi beklediği merak konusu. Özellikle güven ortamının yeniden oluşması gerektiği ortaya çıktı.

GEÇEN yıl faizde ve kurda çok önemli dalgalanmalar oldu. Bu nedenle 2022 yılının yeniden güven ve huzur ortamının sağlandığı bir yıl olması önemli. Merkez Bankası Başkanı, Mart ayından sonra görevine başladı. İstikrarın sağlanabilmesi için kesintisiz olarak dört, beş yıl görevine devam etmeli. Türkiye'nin mutlu ve huzur içinde yoluna devam etmesi için istikrara ihtiyaç var.

GÜVEN ORTAMI İÇİN ÖNCELİKLE NE OLMALI?

Belirsizlik hâlinin ortadan kalkması ekonominin gidişatı açısından önemli. İnsanlar, ekonomik göstergelerden kuşku duymamalı ve endişe etmemeli. Yani herkes 'Kur şu noktaya kadar yükselecek, faiz bu olacak.' diyebilmeli.

Akdeniz Üniversitesi'nde Prof. Dr. İsmail Tufan ve ekibinin yaptığı bir araştırmaya göre Türkiye'de şu anda 8 milyondan fazla 65 yaş üstü emekli bulunuyor. Müthiş bir gelir dağılımı bozukluğu var. Bu anlamda gelir dağılımının yeniden düzenlenmesi lazım. Asgari ücret artışı oldu, vergi muafiyetleri oldu ama bunlar emeklilere yansıtılmadı henüz. 8 milyondan fazla emekli, 3 bin TL'nin altındaki maaşlarıyla bu koşullarda yoksullaşma sınırlarını aşmış durumda. Oysa herkesin kendini güvende hissedeceği bir yaşam düzeyine ihtiyaç var.

Ekonomi bir bilimdir. Reuters'ın açıkladığı Aralık enflasyon anketindeki en düşük aylık TÜFE oranı 5,5 ve yıllık en düşük TÜFE tahmini ise 26,4. 54 olan üretici fiyat endeksinin de 55-56 olduğunu farz edelim. Ortalaması 37'yi geçiyor. Bu çok yüksek bir enflasyon. Gelir dağılımını ve yaşam standartlarını darma duman ediyor. Çarşısı pazarı çok etkiliyor.

GLOBAL ENFLASYONUN ETKİLERİNİ 2022'DE HİSSEDECEĞİZ

Global enflasyon ile yurt içi enflasyon iç içe geçmiş durumda. Türkiye, henüz global enflasyonun etkilerini hissetmedi. Bu durumun büyük bir sorun yaratacağını düşünüyorum. FED, ABD'de yıllık enflasyon oranını yüzde 7'ye çıkardı. Bundesbank, Almanya'da yüzde 5 oranında bir enflasyon olduğunu söylüyor. Bu son 30 yıl için Almanya'daki en yüksek rakam. Merkez Bankası'nın yeni yayımladığı rapora göre Türkiye'nin enflasyon hedefi orta vadede yüzde 5 olarak belirlendi. Eğer AB yolunda ilerlemeye devam edeceksek bu yüksek enflasyon olayını çözmemiz gerekiyor. Yabancı sermaye girişinin mutlaka artırılması şart.

2005-2010 ARASI ENFLASYONLA MÜCADELE EN BAŞARILI YILLAR

Türkiye'nin enflasyonla mücadelede en başarılı olduğu dönem, 2005-2010 yılları arasında gerçekleşti. Bu dönemde AB'ye tam üyelik yolunda adımlar atıldığı için 100 milyar dolarlık kaynak girişi oldu ve Türkiye'de piyasalar sakinleşti. Türkiye'ye yabancı sermaye girişi oldukça, yüksek teknoloji ürünleri girdikçe ve uluslararası alanda rekabet gücü arttıkça enflasyonun düştüğünü gördük.

Pandemi nedeniyle dünyada fazla para basıldı. FED'in faiz artırmaya ihtiyacı var. Üç dönem artıracakını söyledi ama yapamayacaktır. ABD'nin borcu toplamda 29 trilyon dolar. GSMH'sı ise 14 milyar dolar düzeyinde. Faizi artırdığı sürece eksi yazmaya başlayacak. Bu faizleri ödeyemez. Likidite genişlemesi, pandemi döneminde belirli bir istikrar sağladı. Bu borç yapısı içinde faiz oranlarını artırabileceklerini düşünmüyorum. Biz bu durumun etkilerini 2022'de hissedeceğiz. Bu anlamda enflasyonla mücadelede döviz arzını hem ihracatla hem de yabancı sermaye ile artırmamız gerekiyor. Piyasa dengesini kendi mekanizması içinde sağlamamız önemli.

Enflasyonla mücadelede döviz arzını hem ihracatla hem de yabancı sermaye ile artırmamız gerekiyor.

**18. ULUSLARARASI
İSTANBUL**

**İPLİK
FUARI**

24 - 26 Şubat 2022

www.istanbuliplikfuari.com

**Davetiyenizi
şimdi oluşturun!**



SEKTÖREL DERNEKLER, TEKSTİL VE HAZIR GIYİM İHRACATINA GÜÇ KATIYOR

Tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri 2021 yılı ihracatında büyük başarılarla ve rekorlara imza attı. Bu başarılarla katkı sağlayan sektörel dernekler, 2022 yılı hedef ve stratejilerini İTKİB Hedef dergisi ile paylaştı.



TEKSTİL, hazır giyim, deri ve halı sektörleri 2021 yılında Türkiye'yi ihracatla kalkındırmak adına önemli çalışmalara ve başarılarına imza attı. Dört sektörün 2021 yılı toplam ihracatı 35,3 milyar dolara yükseldi. Son 12 ayda 23 milyar dolarlık dış ticaret fazlası veren sektörler, 1,3 milyon kişiye istihdam sağlıyor. Türkiye ekonomisine en fazla değer katan endüstriler arasında yer alan tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri; daha fazla üretim, daha fazla ihracat ve daha fazla istihdam hedeflerine hız kesmeden devam ediyor. Çeşitli bölge ve alanlarda faaliyet gösteren sektörel dernekler, ihracata katkı sağlamak amacıyla 2022 yılı stratejilerini belirledi. Ülke ekonomisine değer katmak ihracat ve istihdam ile yeni pazarlarda büyümek sektörel derneklerin ortak hedefleri arasında yer aldı.

2021 yılında ihracatını yüzde 18,3 artırarak 20 milyar 250 milyon dolara taşıyan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, 2022 yılı için hedeflediği 23 milyar dolar ihracata sektörel derneklerin ve tekstil bölgelerinin katkısı ile ulaşmayı planlıyor. Bir önceki yıla kıyasla ihracatını yüzde 33,2 artırarak 12 milyar 878 milyon dolara yükselten tekstil ve ham maddeleri sektörü ise 15 milyar dolarlık 2022 yılı hedefine ulaşabilmek adına ihracatçı sektörel derneklerin gücünü arkasına alıyor. Deri ve deri mamulleri sektörü, 2021 yılı ihracatını yüzde 29,6 artarak 1 milyar 726 milyon dolara yükseltirken 2022 yılında daha başarılı bir performans hedefliyor. Sektörün lokomotifleri olarak konumlandırılan ayakkabı endüstrisi, bu yıl da rekor kırmayı hedefliyor. Dünyanın lider üreticilerinden biri konumunda bulunan halı sektörü ise 2021 yılında yüzde 22,1 artışla 3 milyar 179 milyon dolara yükselen ihracatını, 4 milyar seviyesine taşımayı amaçlıyor.

"BAYRAMPAŞA TEKSTİL MERKEZİNDE 20'DEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLDİ"
Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş İnsanları Derneği (BATİAD) üyeleri adına, Bayrampaşa tekstil merkezinde 2021 yılının çok verimli geçtiğini belirten BATİAD Başkanı Bekir Taner Ateş: "2021 yılında bir önceki yıla göre

bölgemizde yüzde 30 büyümeye gerçekleşti. 2022 yılında Bayrampaşa tekstil merkezinde yüzde 20'lik büyümeye bekliyoruz. Bölgemizde triko, konfeksiyon aksesuar ve örme giyim gruplarında 600 milyon dolarlık ticaret hacminin oluşacağını öngörüyoruz. Bayrampaşa'dan 2021 yılında 20'nin üzerinde ülkeye ihracat ve bavul ticareti yolu ile ürün satışı gerçekleştirildi. En önemli pazarlarımızın başında AB ülkeleri gelirken Rusya, Ukrayna, Türki Cumhuriyetler, İran, Irak, İsrail, Cezayir, Fas, Tunus ve ABD de bölgemiz açısından

önemli pazarlar arasında. 2022 yılında AB ülkeleri ve ABD pazarında ekstra büyümeye bekliyoruz." dedi.

Bayrampaşa tekstil bölgesinin fiziki durumu ve tanıtımı konusunda eksiklikler olduğunu dile getiren Ateş, bu sorunların çözümü noktasında BATİAD olarak ilçe belediyesi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı ve hükümetle temas içinde olduklarını söyledi. Ateş, sorunların çözümü noktasında TİM ve ihracatçı birlik başkanları ile sürekli görüşme hâlinde olduklarını, hedefledikleri çözümlere ulaştıkları takdirde Bayrampaşa'da en az 10 bin ek istihdam oluşabileceğini

öngördüklerini ve oluşacak ek istihdam ile bölgenin ihracat kapasitesinin 800 milyon doları kısa sürede yakalayacağını tahmin ettiklerini de sözlerine ekledi.

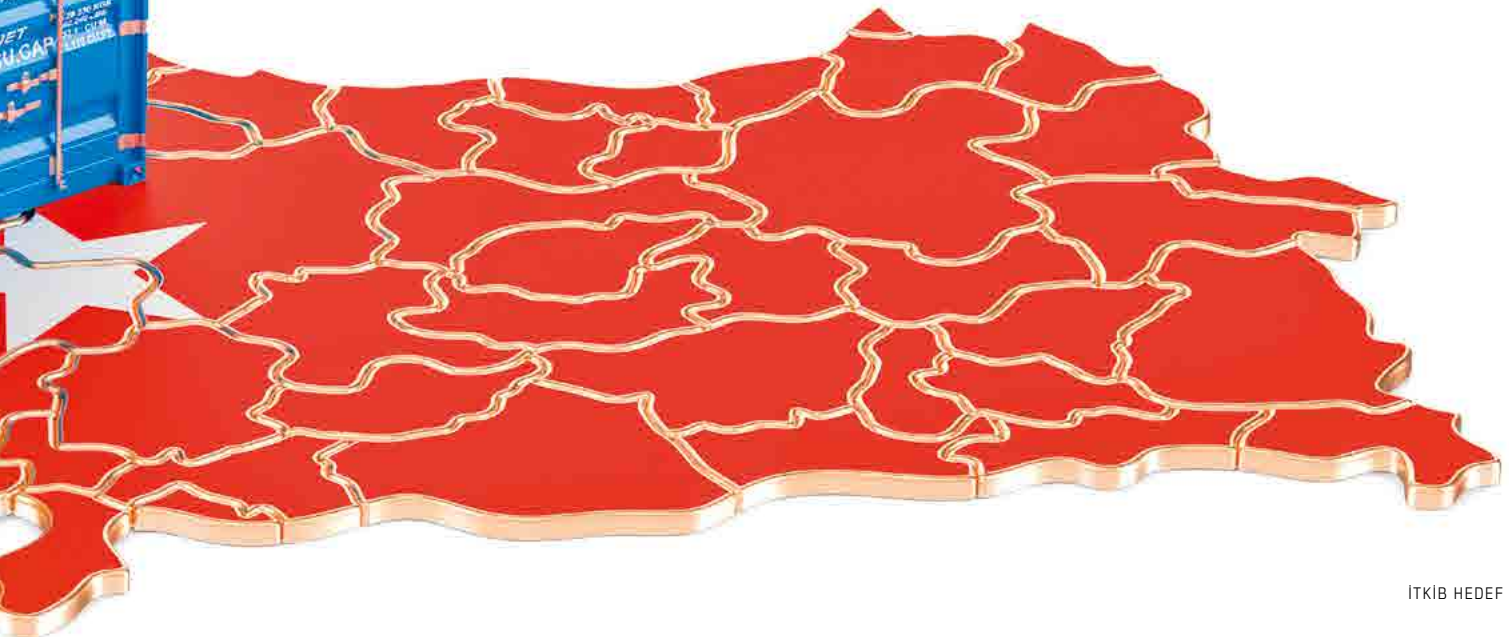
"HALI SEKTÖRÜ, 2022'DE 4 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFLİYOR"

İzmir Halıcular ve Yer Döşemecileri Derneği (İzmir Halımder) Başkanı Abdullah Naci Ölçen, halı sektörünün Türkiye ihracatındaki payının bir önceki yıla kıyasla yüzde 2 artarak Türkiye'nin en çok ihracat yapan 16. sektörü konumuna geldiğini belirtti. Ölçen, sektörle ilgili yaptığı değerlendirmede, "2021'in özellikle son iki çeyreği sıkıntılı geçti. Buna rağmen sektör olarak toplam ihracattan aldığımız pay çok önemli. 2022 yılının ilk çeyreğinde yaşanan durğunluğun devam edeceğini düşünüyorum.



BEKİR TANER ATEŞ

BAYRAMPAŞA TEKSTİLÇİ VE SANAYİCİ
İŞ İNSANLARI DERNEĞİ BAŞKANI





Çeşitli bölge ve alanlarda faaliyet gösteren sektörel dernekler, ihracata katkı sağlamak amacıyla 2022 yılı stratejilerini belirledi.

Ancak yılın geri kalan dönemlerinde sektörümüz ivme kazanacaktır. Halı sektörü, 2022 yılında yüzde 25-26 oranında ihracat artışıyla 4 milyar dolarlık hacme ulaşmayı hedefliyor. Bunun sağlanabilmesi için bazı sıkıntıların giderilmesi gerekiyor. Döviz, faiz ve enflasyonun makul seviyelere ulaşmasıyla bu başarının sağlanabileceğini düşünüyoruz. Uluslararası



ABDULLAH NACİ ÖLÇEN
İZMİR HALICILAR VE YER DÖSEMECİLERİ
DERNEĞİ BASKANI

danışmanlık firması McKinsey'in raporunda Avrupalı şirketlerin yakından tedarik stratejisine göre ilgi, Türkiye'ye doğru güçlü bir kayma eğilimi gösteriyor. Bu da en çok ihracat yaptığımız Avrupa ülkelerinin, Uzak Doğu'ya göre bizi tercih etmesi anlamına geliyor. Söz konusu parametrelerin gerçekleşmesi ve Merkez Bankası tarafından sunulan reeskont kredilerindeki tıkanıklıkların giderilmesi durumunda hedeflerimize ulaşabiliriz. Türkiye'de el halısı üretimi, başta eleman eksikliği olmak üzere bazı sebeplerle geriledi. Yerden ısıtılmalı sistemler ve evlerin metrekarelerinin daralması, halı metrajlarını da düşürüyor. Z kuşağı, halıyı dekoratif ve tamamlayıcı bir ürün olarak görmeye

başladı. Ancak tüfte ve makine halılarında Türkiye'nin üretim ve ihracat alanındaki liderliğini devam ettireceğini düşünüyorum." ifadelerini kullandı.

"KONFEKSİYON YAN SANAYİ İHRACATINDA YOĞUN BİR ARTIŞ KAYDEDEBİLİRİZ"

Sektör açısından 2021 yılını tek bir çerçevede ele almanın kolay olmadığını dile getiren Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD) Başkanı Murat Özpehlivan, 2021 yılının çok farklı, değişken ve dönemsel olarak iniş çıkışlarla dolu bir yıl olduğunu söyledi. Özpehlivan, sözlerine şöyle devam etti: "İhracat tarafında ürünlerimize ilginin yoğun olduğu bir yıl geçirdik. Özellikle küresel tedarik zincirinde yaşanan



MURAT ÖZPEHLİVAN
KONFEKSİYON YAN SANAYİCİLERİ
DERNEĞİ BASKANI

kırılmalar, ülkemiz konfeksiyon yan sanayi sektörüne dönük küresel alıcıların ilgisini artırdı. Üretimi durmadan, duraksız sürdürülebilen ender sektörlerden biri olduk. Ancak ham madde, enerji ve finans erişim konularında bizleri fazlasıyla zorlayan bir yıl olduğunu söylemek mümkün. Ayrıca ülkemiz hazır giyim ihracatına olan talebin de sektörümüze dolaylı etkisi olduğunu söyleyebiliriz."

2022 yılına birçok bilinmeyenle birlikte

başladıklarının altını çizen Özpehlivan: "Pandeminin gidişatı, Çin'in ekonomik yönden alacağı tavır, AB ülkelerinde artan enflasyonun talebe yansımaları, jeopolitik risklerin Rusya-Türkiye ilişkilerine etkisi, Amerika pazarındaki gelişmeler, lojistik, ham madde, enerji, faizler ve işçilik maliyetlerimizin seyri ihracatın temel belirleyicisi olacak. KYSD olarak 2021 yılında yurt dışı alıcıların yoğun bir biçimde ziyaret ettiği bir etkinlik gerçekleştirdik. Bu yıl etkinliğimizin yanı sıra birçok yeni projemiz var. Sektörümüzü küresel alıcılarla buluşturmak adına mikro B2B

organizasyonları planlıyoruz. Ülkemiz konfeksiyon yan sanayi sektörü, küresel manada çok özel ve gelişmiş bir endüstri dalıdır. Bu potansiyeli hayata geçirebilmek adına daha çok küresel iş birlikleri kurmamız gerek. Bu anlamda 2022 yılı bizler açısından önemli bir vizyonu da beraberinde getiriyor. Firmalarımızın finansal sorunları, tedarik sıkıntıları ve çalışan verimliliği gibi konuları çözüldüğünde, ihracatta çok daha yoğun bir artış kaydedeceğimiz önemli bir gerçektir. Hazır giyim, tekstil ve konfeksiyon yan sanayi sektörleri olarak daha fazla bir araya gelmeli, daha çok istişarede bulunmalıyız.” şeklinde konuştu.

“LASİAD OLARAK 2022’DEN UMUTLUYUZ”

2021 yılının, Laleli bölgesi açısından verimli bir yıl olduğunu ifade eden Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği (LASİAD) Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, özellikle Laleli gibi net ihracatçı lokasyonlarının, küresel anlamda gelişmesi adına 2021’in öneminden bahsetti. Küresel tedarikte ve lojistikte yaşanan sıkıntıların Türkiye’yi ön plana çıkarırken Laleli’nin de geçmişten gelen tecrübesi ve birikimiyle burada önemli bir rol oynadığını belirten Eyyüpkoca:

“Pandeminin başında yaşanan zorlukların nispeten hafiflemesi ve küresel seyahat olanaklarının artmasıyla ticaretimizde önemli bir ivme kat etmiş olduk. Ayrıca dijitalleşen bölgemiz, çok daha efektif bir vizyona ulaştı. Müşteri ve misafirlerimiz, Laleli’deki seçkin markaların ürettiği en trend ürünlere hızlıca ve etkin bir biçimde ulaşma imkânı buldu. Bu açıdan Laleli adına 2021 yılının, yeni kazanımlar elde ettiğimiz bir yıl olduğunu söyleyebiliriz.” dedi.

Laleli’nin dünyada eşi, benzeri bulunmayan bir bölge olduğunu vurgulayan Eyyüpkoca, sözlerine şöyle devam etti: “Modayı, lojistiği, tarihi ve turizmi bir arada sunabilen, Laleli dışında herhangi bir bölgeye daha rastlayamazsınız. Bu güç ve potansiyel



GİYASETTİN EYYÜPKOCA
LALELİ SANAYİCİ VE İŞ İNSANLARI
DERNEĞİ BAŞKANI



Ülke ekonomisine değer yaratmak, ihracat ve istihdam ile yeni pazarlarda büyümek sektörel derneklerin ortak hedefleri arasında yer aldı.

bizlere üretim anlamında da büyük bir sinerji katıyor. Laleli’de vitrine çıkan sayısız markamız, ülkemizin dört bir yanında üretilen ürünleri büyük bir heyecanla müşterilerine ulaştırıyor. Yıllar önce Çin’in hegemonyasına giren sektörler, artık adım adım eski limanlarına dönmeye başladı. Bu dönüşün, 2022 yılında hızlanarak süreceğini düşünüyoruz. Bu kapsamda Laleli’nin kazanımlarını aralıksız sürdürüceğine dair öngörümüz devam ediyor. Küresel ticareti etkileyen birçok faktör var. Bunların başında maliyetler geliyor. Çin, nihai ürünün yanında ara mamul tedarik eden bir ülke. Bu açıdan 2022 yılında Çin’i doğru izlemekte fayda var. Oradan kaçacak her bir iş, küresel tedarik zincirinin farklı halkalarını oluşturacak. En azından yıl ortasına değin sürmesini ümit ettiğimiz bir talep dalgalanması var. Bu da bizler açısından sevindirici bir gelişme. Ayrıca Laleli’nin ihracat odaklı bir bölge olması, böylesi fırsatları değerlendirebilmemiz açısından büyük bir potansiyeli içinde barındırıyor. 2022 yılından ümitli olduğumuzu belirtmek isterim. İç dinamikleri doğru yönetebilirsek küresel ticaretteki pazar payımızı artırmamız için hiçbir neden yok.”

“MERTER’DE ÇOK DAHA YÜKSEK ORANDA İSTİHDAM SAĞLAYABİLİRİZ”

Tekstil ve hazır giyim sektörü açısından Merter’de 2021 yılının, 2020 yılına kıyasla daha hareketli geçtiğini belirten Merter Sanayici İş Adamları Derneği (MESİAD) Başkanı Ekrem Kap:

“Olumlu taraftan bakacak olursak 2021’i, ekonomik açıdan yeniden canlanmanın yaşandığı bir yıl olarak nitelendirebiliriz. Ticaret alanlarının tekrar açılması ile birlikte bölgemizin ticaret hacminde yukarı yönde hızlı bir ivme alındı. Merter olarak 10 bin 200 işletmemizle ülkemizin en canlı merkezlerinden biri konumundayız.

2022 yılında da mevcut konumumuzu koruyarak bölgemizde çok daha yüksek oranda istihdam sağlayabileceğimizi düşünüyorum. Bölgemizdeki firmaların önemli bir kısmı Anadolu yatırımlarına yöneldi. Bu durumun ülkemizin istihdam ve kalkınmasına da büyük oranda katkısı olacaktır. Tekstil ve hazır giyim sektörü açısından bakıldığında öncelikli



EKREM KAP
MERTER SANAYİCİ İŞ ADAMLARI
DERNEĞİ BAŞKANI

Merter’i reel ihracata yönlendirmek çok önemli. Bu yaparken dijitalleşme en önemli unsurlardan bir tanesi. Ayrıca kırılan tedarik zincirinden ülke olarak alacağımız payın iyi bir seviyeye gelmesi de bizler açısından önem taşıyan unsurlardan biri.” dedi.

“OSMANBEY’İN TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACATI 1,3 MİLYAR DOLARA ULAŞTI”

Türkiye’nin pandemi döneminde tedarik zincirinde öne çıkan ülkelerden biri olduğunu belirten Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) Başkanı Eda Arpacı, katma değerli üretimi ile stratejik öneme sahip sektörler arasında yer alan hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil ve ham maddeleri ihracatının 2021 yılında Cumhuriyet tarihi rekorunu kırdığını dile getirdi. Osmanbey firmaları olarak üretimlerinin yaklaşık yüzde 90’ını, 168 ülkeye ihraç ettiklerini söyleyen Arpacı: “OTİAD olarak Türkiye hazır giyim ihracatının yüzde 5,4’ünü ve İstanbul hazır giyim ihracatının yüzde 7,5’ini gerçekleştiriyoruz. 2021 yılı ihracatımız hazır giyimde yüzde 19,7, tekstilde yüzde 31,3 ve hazır giyim ile tekstil toplamında yüzde 22 artışla 1,3 milyar dolara ulaştı. 2020 yılında 90,4 milyon olan aylık ihracatımız, 2021 yılında 116,2 milyona yükseldi.” dedi.

OTİAD olarak 2022 yılında bölgenin ihracat hacminde yüzde 12-13 artış hedeflediklerini söyleyen Arpacı: “Dernek olarak sektörümüzü büyütme



EDA ARPACI
OSMANBEY TEKSTİLCİ İŞ İNSANLARI
DERNEĞİ BAŞKANI

amacıyla birçok etkinlik ve faaliyet organize ederek üyelerimize katma değerli üretim ve markalaşma yolunda hizmet veriyoruz. Böylece mevcut pazarlarımıza satışlarımızı artırmayı ve yeni pazarlara ulaşabilmek için projeler geliştirmeyi hedefliyoruz. İhracatımızın sadece miktarsal olarak değil, birim kilogram fiyat olarak da yükselmesini amaçlıyoruz. İhracatımızın yüzde 43’ünü AB ülkelerine, yüzde 25’ini Orta Doğu’ya, yüzde 10’unu Amerika’ya, yüzde 8’ini diğer Avrupa ülkelerine, yüzde 6’sını Eski Doğu Bloku ülkelerine, yüzde 4’ünü ise Afrika ülkelerine yapmaktayız. 2022 yılında Amerika ve Afrika ülkelerine yapacağımız ihracatın daha da artacağını düşünüyoruz.” şeklinde konuştu.

“Ham maddede, enerjide, lojistikte ortaya çıkan maliyet artışları ve belirsizliklerle dolu bir ortamda, öngörülebilir ve istikrarlı olmayan kurlarla iş yapmaya çalıştığımız bir dönemdeyiz. Ayrıca değişken talepler, hazır giyimde belirsizlikler yaratmakta ve bu bağlamda perakendeciler, ürün çeşitliliğini azaltarak talep odaklı ürünler oluşturup stokçuluktan ve indirimli fiyatlardan uzaklaşmayı hedeflemektedir. Bu da hız ve esnekliği ön plana çıkarmaktadır.” diye konuşan Arpacı, bu şirketlerin tedarik süreçlerinde yakın ülkelere güvenme eğiliminde olduğunu belirtti. Bu nedenle Türkiye’nin her zamankinden daha cazip bir konumda olduğunu altını çizen Arpacı, sözlerine şöyle devam etti: “Sürdürülebilir moda, tekstil ve hazır giyim sektöründe ham maddeden ürün oluşumuna kadar sürdürülebilir ürünler kullanılarak sürdürülebilirlik yaklaşımları desteklenmelidir. Bütün malzemelerin doğa dostu, organik ve geri dönüşümü mümkün olmalıdır. Sektörümüzde üretimin önemli bir kısmı, fason işçilik olarak yapılıyor. Teknolojiyi yakından takip eden Türkiye, kaliteli iş gücü ile elindeki kapasiteyi daha



etkin kullanarak fason üreticilikten çıkıp, tasarım konusuna yoğunlaşarak ve kendi markalarını yaratarak katma değeri yüksek ürünler üretmeli. Sektörümüzün en önemli hedefi markalaşmak olmalı. Sektör çatı kuruluşlarımız, ihracatçı birliklerimiz ve derneklerimiz tasarım yarışmaları, trend-inovasyon etkinlikleri, seminerler, moda haftaları, moda fuarları düzenleyerek Türk tasarımlarını ve markalarını dünyaya tanıtmaya öncülük etmeli.”

“AYAKKABI SEKTÖRÜ REKORLARA DOYMAYACAK”

2021 yılı Ocak-Aralık döneminde deri ve deri mamulleri ürün grupları içinde en çok ihracatın ayakkabı ve aksesuarları ürünlerinde gerçekleştiğini hatırlatan Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Berke İçten: “Bu ürün grubunda 1 milyar 6 milyon dolarlık ihracat gerçekleşirken ihracatta bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 23 oranında artış kaydedildi. Aynı ürün grubunun toplam deri ve deri ürünleri ihracatı içindeki payı ise yüzde 58,3. Yıllık 550 milyon çift üretim kapasitesine sahip olan ayakkabı sektörümüz, dünyanın beşinci büyük ihracat merkezi konumunda. Türkiye aynı

zamanda dünyanın altıncı büyük üretim merkezi. Biz de dernek olarak sektörümüzün bu bağlamda daha çok kalkınması adına faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. 2021 yılında Türkiye tarafından en çok ayakkabı ve aksesuarları ihracatı yapılan ilk 10 ülke sıralamasında, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 24,5 oranında artış



BERKE İÇTEN

TÜRKİYE AYAKKABI SANAYİCİLERİ
DERNEĞİ BAŞKANI

kaydedilen Rusya, lider konumunda. Ülkeye yapılan ihracatımız, 82,5 milyon dolar gerçekleşti. Ayakkabı ihracatında yüzde 18,8 oranında artış yaşanan Irak, ikinci en büyük pazar olurken ihracat değeri 75,5 milyon dolar oldu. Irak'ın toplam ihracat içindeki payı, yüzde 7,5. Yüzde 16,2 artış yaşanan üçüncü en büyük ihracat pazarı olan Almanya'nın payı ise yüzde 7 ve ihracat değeri 70 milyon dolara yükseldi. İspanya, Romanya, İsrail, Birleşik Krallık, İtalya, Libya ve Hollanda'ya yönelik ihracatta da artış kaydedildi.” dedi.

Türkiye'nin ortalama dört saatlik uçuş mesafesinde, 65 milyar dolarlık bir ayakkabı ticaret hacmi bulunduğunu belirten İçten: “Sektörümüze daha çok katma değer sağlamak üzere yeni pazarlarda ticaret gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda çalışmalarımıza başladık ve 2022 yıl sonu hedefimizi de yeni rekorlar kırmak üzere belirledik. Türkiye, şimdilerde yabancı üreticilerin de yeni gözdesi konumunda. 2021 yılını pandemiye rağmen rekorlarla geçiren ayakkabı sanayimiz, gelecek yıllarda da rekorlara doyamayacağımız işlere imza atmaya devam edecek. Sektörümüzün önü çok açık.” diye konuştu.



600
milyon
dolarlık
ticaret hacmi



116,2
milyon
aylık ihracat



%26
ihracat artışı



550
milyon
çift üretim
kapasitesi



Mikro B2B
organizasyonlar



900
milyon
dolar
İhracat



Dijital
kazanımlar



Örme kumaş
sektörünün
lokomotifi



10 bin
200
İşletme



“İÇ GİYİM SANAYİSİ OLARAK 2022’DE 1,2 MİLYON DOLAR İHRACAT HEDEFLİYORUZ”

2021 yılında Türkiye ihracatının rekor seviyede büyüdüğünü, hazır giyim sektörü ihracatının ise yüzde 18,3 artarak 20,3 milyar dolara ulaştığını vurgulayan Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) Başkanı Nazım Kanpolat: “Geçen sene 670 milyon dolar olan iç giyim sektörümüzün ihracatı, bu sene yüzde 35’e varan bir artışla 900 milyon dolara ulaştı. Hazır giyim ve Türkiye toplam ihracatının çok daha üstünde bir artışla seneyi çok başarılı bir şekilde kapattık. Lojistik sektörünün ihracata ilk etaptaki olumsuz yansımaları, 2022 yılında bir fırsata dönüşmeye başladı. Çevre ülkelerden Türkiye’ye hazır giyim ve iç giyim noktasında talep artışı meydana geldi. İç giyim sanayisi olarak 2022 yılında yüzde 15-20 seviyesinde artışla 1,2 milyon dolarlık ihracat değerine ulaşmayı hedefliyoruz.” dedi. 2021’in özellikle son döneminde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de ham madde kriziyle karşı karşıya gelindiğini ifade eden Kanpolat: “Fiyatların oturmaya başlamasıyla bu krizi bir nebze aşabildik. 2022’de dünya piyasalarındaki ham madde fiyatlarıyla ülkemizdeki ham madde fiyatları eşit hâle gelirse hedeflerimize çok daha rahat şekilde ulaşabiliriz. Lojistik olarak yakın coğrafyalardaki avantajımızı da kullanarak ihracatı istediğimiz seviyeye taşıyacağız.” ifadelerini kullandı.

Türkiye’ye olan talep artışları nedeniyle firmaların kapasitelerinin yüzde 90’lara varan bir doluluğa ulaştığına dikkat çeken Kanpolat: “Tüm firmalar, doluluklarını maksimumda kullandı. Bu durum, talep artışı devam ettiği takdirde yatırım yapmak zorunda olduğumuzu gösteriyor. Şu anda birçok firma bu arayışa girdi, özellikle istihdamın yoğun olduğu illerde yatırım yapmaya yöneldi. 2022’de iç giyim sektörü olarak daha fazla fabrika



NAZIM KANPOLAT

TÜM İÇ GİYİM SANAYİCİLERİ
DERNEĞİ BAŞKANI

ve yatırım stratejimizi devam ettireceğiz. Ayrıca bu yıl yeni pazarlara açılma hedefimiz var. Avrupa bizim ana pazarımız, onun yanında Kuzey Afrika ve Sahra Altı ülkeleri, BDT ülkeleri ve Rusya’ya son 10 yıldır kendi markalarımızla ürün satabiliyoruz. Sektör bu pazarlarda büyümeye başladı çünkü söz konusu ülkeler, Türk ürünlerinin kalite ve hizmetini çok beğeniyor. ABD ve Avustralya hedeflediğimiz yeni pazarlar arasında. Eylül ayında Sidney’de yapılan iç giyim fuarına katılacağız. Yüksek katma değerli ürünlerimizi bu pazarlara daha fazla satmayı hedefliyoruz. TİGSAD olarak firmalarımızı marka satın almak ya da lisanslı ürünlerle yurt dışında bilinen markalarla iş birliği yapmak konusunda da destekleyeceğiz.” şeklinde konuştu.

“ZEYTİNBURNU’NDA KATMA DEĞERLİ İHRACATI ARTIRACAĞIZ”

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin bir bütün olarak 2021 yılı ihracatını pandemiye rağmen artırdığını belirten Zeytinburnu Tekstil Sanayici İş Adamları Derneği (ZETSİAD) Başkanı Mustafa Sartık: “Zeytinburnu tekstil bölgesi olarak ihracatımızı çok yukarıya çıkarmadık. Dünya tekstilinden pay alamıyoruz. Bir bütünlük sağlanamadığı için herkes kendi çıkarları doğrultusunda hareket ediyor ve bunu aşamıyoruz. ZETSİAD olarak bölgemizden ham madde ihracatını artırdık. İplik ihracatımız daha yüksek seviyede artış gösterdi fakat asıl önemli olan hazır giyim ihracatını artırmak. Hazır giyim ihracatının artması durumunda katma değerli ihracatımız da artacaktır.” dedi.

Zeytinburnu’nda ihracat gerçekleştiren firmaların oranının yüzde 60 civarında olduğunu belirten Sartık, bu rakamı yüzde 80’e çıkarmak istediklerini belirtti. Sartık: “Bölge olarak hedef ülkelerimiz arasında Avrupa, Afrika ve Arap ülkeleri, Rusya ve Türki Cumhuriyetleri bulunuyor. Zeytinburnu, örme kumaş sektörünün lokomotif konumunda. Mevcut konumumuzu daha bilinçli bir şekilde yönlendirirsek dünya pazarından hak ettiğimiz payı alabileceğiz. Firmalarımız, bavul ticareti dediğimiz işlevden çıkıp kendi ihracatını yapmalı. Hazır giyim ihracatı gerçekleştiren firmalarımızın bu konuda yaşadığı sıkıntılar var. Örneğin ürünlerini kargo ile gönderiyorlar, kargoya fatura kesiyorlar fakat faturanın KDV’sini alamıyorlar. Çünkü para transferlerini kargocular gerçekleştiriyor. Bu konuda TİM’den, tarafları çözüm noktasında buluşturmasını bekliyoruz. Bölge olarak ihracatımızın yükselmesi, esnafımızın işinin artması ve istihdamın gelişmesi adına bu çözüme ihtiyacımız var. Resmî ihracatı yalnızca Avrupa’ya yapabiliyoruz. Diğer bölgelerde vergiler yüksek olduğu için kargo sistemindeki sorunları çözmemiz gerekiyor. Bölge olarak markalarımızın sayısını da artırarak ihracat ve istihdam anlamında çok daha başarılı olabileceğimizi düşünüyorum.” açıklamalarında bulundu.



MUSTAFA SARTIK

ZEYTİNBURNU TEKSTİL SANAYİCİ İŞ
ADAMLARI DERNEĞİ BAŞKANI



TEXHIBITION

İSTANBUL

KUMAŞ VE TEKSTİL AKSESUARLARI FUARI

16-18 Mart 2022
İstanbul Fuar Merkezi



 [texhibitionistanbul](https://www.instagram.com/texhibitionistanbul)
 tf@itkib.org.tr



Bu fuar İTKİB Fuarçılık A.Ş.
tarafından düzenlenmektedir.

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

Who's Next Fuarı, bu yıl da başarıyla gerçekleşti

İHKİB tarafından uzun yıllardır millî katılım organizasyonu gerçekleştirilen ve Avrupa'nın en önemli moda fuarlarından biri olan Who's Next Fuarı, bu yıl da Türk hazır giyim firmalarının başarılı performansı ile dikkat çekti.



FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan Türk firma sayısı: **16**
Ziyaretçi sayısı: **20.000**
Türk firmaların yaptığı görüşme sayısı: **633**
Siparişe dönüşen görüşme sayısı: **126**

AVRUPA'NIN en eski ve hâlen en popüler fuarlarından biri olan, 1994 yılından bu yana düzenlenen Who's Next Fuarı; çağın yeniliklerini, trendlerdeki değişimleri takip etme ve uygulama başarısı, dinamik ekibi, titiz firma seçimi ile fuarcılık anlamında modanın merkezi konumunda yer alıyor.

21-24 Ocak'ta Paris'te düzenlenen Who's Next Fuarı, toplam 36 bin metrekarelik alanda gerçekleştirildi. İHKİB tarafından millî katılım

organizasyonu düzenlenen fuara 16 Türk firması katıldı. 2023 sonbahar-kış koleksiyonlarının sergilendiği fuarda; kadın hazır giyim, ayakkabı, tekstil aksesuar ve aksesuar olmak üzere üç holde ürün grupları yer aldı.

TÜRK FİRMALAR GÖRÜŞMELERİNİ SİPARIŞE DÖNÜŞTÜRDÜ

Yaklaşık 20 bin ziyaretçinin katılım sağladığı fuarda Türk firmalar, toplam 633 görüşme yaptı. Bu görüşmelerin ise 126'sı siparişe dönüşte sonuçlandı. COVID-19 salgını ve seyahat kısıtlamaları sebebiyle ağırlıklı alıcı kitlesi Fransa'dan oldu. Ancak 24 farklı ülkeden sipariş vermeye odaklı alıcıların yoğun katılımı da gözlemlendi. Türk firmaları ziyaret eden farklı alıcı ülkeler Hollanda, Fransa, Rusya, İtalya, İspanya, Portekiz, Yunanistan, Tunus, Almanya, Japonya, İsviçre, Belçika, Senegal, Suriye, Irak, Çin, Amerika, Mısır, Bahreyn, Fas, Danimarka, İrlanda, Meksika ve Hırvatistan oldu. Görüşme yapılan alıcıların niteliksel olarak çoğunlukla butik mağaza temsilcileri olduğu gözlemlenirken çevrim içi satış kanalları olan temsilcilerin ve distribütörlerin de fuara katılması dikkat çekti.

SAİT KUŞ

ZAMBACK KURUCU ORTAĞI

"FUARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRÜNLERİMİZİ SERGİLEDİK"

"FUAR genel olarak beklediğimizden daha iyi geçti. Pandemi öncesi fuarlarla karşılaştığımız zaman devam eden salgın nedeniyle daha sönük bir fuar olduğunu söylemek mümkün. Buna rağmen hedeflerimizin üzerinde siparişler aldık. Who's Next Fuarı'na 10. kez katılıyoruz firma olarak. Genellikle butik mağaza temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirdik. Fransa, İtalya, Meksika, gibi ülkelerden ziyaretçilerimiz oldu.

Bizim ürünlerimiz el işi ağırlıklı. Geri dönüştürülmüş malzemelerden, atölyelerden topladığımız derilerden farklı tasarımlar yapıyoruz. Ürünlerimizin yüzde 80'i geri dönüştürülmüş malzemelerden hazırlanıyor. 1991 yılından bu yana sürdürülebilir ürünler tasarlıyoruz. Bu profildeki ürünleri fuarda sergiledik. Fuar öncesi daha önce temasta olduğumuz müşterilerimize de davetiye gönderdik. Avrupa pazarında sürdürülebilir ürünlere olan talep günden güne artıyor."



Premiere Vision New York Fuarı'na Türk firmalar damgasını vurdu

PREMIERE Vision New York Fuarı, 18-19 Ocak'ta New York'ta gerçekleştirildi. Uludağ İhracatçı Birlikleri organizatörlüğünde İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) iş birliğinde millî katılım organizasyonu düzenlenen fuara Türk tekstil firmaları damgasını vurdu. Yılda iki kez düzenlenen ve bu sezon 42.sinin yapıldığı fuarda kumaş, aksesuar, deri, hazır giyim ve tasarım ürünleri yer aldı. Toplamda 18 ülkeden, 112 katılımcı firmanın bulunduğu fuarda 34 Türk firması yer aldı. Türkiye, fuara en çok katılımcı sayısı ile dâhil olan ülke olarak dikkat çekti.

Fuara Amerika, Fransa, İtalya, Güney Kore, İngiltere, Japonya, Çin, Hindistan, İspanya, Almanya, Bulgaristan, Brezilya, Kanada, Danimarka, Litvanya, Fas ve Meksika'dan firmalar katıldı. Ocak ve temmuz aylarında olmak üzere yılda 2 kez düzenlenen Premiere Vision New York Fuarı'nın bu sezonunda firmalar, 2023 ilkbahar/yaz koleksiyonlarını sergiledi. Amerika'da düzenlenen



FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan ülke sayısı: 18
Fuara katılan firma sayısı: 112
Fuara katılan Türk firması sayısı: 34



kumaş fuarlarından en prestijlilerinden biri olarak görülen fuarda, özellikle spor giyim ve sokak giyimi alanında kumaş üretimi yapan firmalar daha nitelikli görüşmeler

yaptı. Gerek Türk firmalarının gerekse Türk kumaş sektörünün tanıtımı açısından fuarın pozitif bir etki yarattığı düşünülüyor.

2022 yılının ilk uluslararası tekstil fuarı olma özelliği taşıyan Premiere Vision New York Fuarı'nda yer alan, İTHİB ve UTİB tarafından hazırlanan Türkiye Tanıtım Standı, ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekti. Ziyaretçiler, Türkiye Tanıtım Standı'nda yer alan QR kodlar sayesinde katılımcı firmaların bilgilerine kolayca ulaşabildi. Türk firmalarının fuarda sergilediği kumaşlardan örneklerin yer aldığı bölüm ziyaretçilerce incelendi.

New York Türkiye Başkonsolosu Reyhan Özgür ile New York Ticaret Ataşesi Bilgehan Caner, birlik temsilcileriyle birlikte fuara katılarak Türkiye'yi temsil eden firmaları ziyaret etti.

BOĞAÇHAN DOĞANAY ÖZEL TEKSTİL İHRACAT VE AR-GE KOORDİNATÖRÜ "TÜRKİYE'NİN ABD PAZARINDA ÇOK ÖNEMLİ BİR ŞANSI VAR"

PREMIERE Vision New York Fuarı, pandemi nedeniyle daha az katılımcı sayısı ile gerçekleşti. ABD, firma olarak bizim hedef ülkelerimizden biri. ABD'li tedarikçiler Uzak Doğu'dan, özellikle Çin'den kumaş tedariki yapıyor; fakat kalite, koleksiyon, tasarım, özellikli ürün tedarik edemiyor. Türk tekstil sektörü olarak yurt dışında kalite ve koleksiyon yeteneği anlamında ön plana çıkıyoruz. Bu nedenle ABD pazarında kaliteli, göze hitap eden ve kaliteli işçilik arayan alıcılara hitap ediyoruz. Kumaşlarımızın özellikleri ve kaliteli işçiliğimiz ile de dikkat çekiyoruz. Özellikle yüksek fiyatlı ürün gruplarında iki ülke arasında daha yakın ticari ilişkiler kurulabileceğini düşünüyorum. Söz konusu ihtiyaçlara binaen ABD'de yer edinmeye çalışıyoruz. Ülkemizden birçok firma ABD pazarına girmiş durumda. Önemli olan bu pazarda kalıcı olmak. Fuarda bu kadar çok sayıda Türk firmasının olması da iyi bir algıydı. Türkiye'nin ABD pazarında çok önemli bir şansı olduğunu söyleyebiliriz.

REYHAN TURAN AKSPA TEKSTİL ULUSLARARASI SATIŞ SORUMLUSU

"TASARIMLARIMIZ BEĞENİ TOPLADI"

FUAR genel olarak oldukça güzel geçti. Daha önce Avrupa'da katıldığımız fuarlara kıyasla oldukça verim aldık. Müşteri kazancımız olduğunu söylemek için henüz çok erken, görüşmelerimiz devam ediyor. New York çok merkezi bir bölge olduğu için fuar, ABD'nin diğer eyaletlerinden ve özellikle Kanada'dan da çok fazla ziyaretçi ağırladı. Dolayısıyla ABD'nin geneline hitap edebildiğimiz bir fuar oldu. Fiyat skalası

anlamında bizi mutlu etti, çünkü Avrupa'da çok daha fiyat odaklı müşteriler bulunurken ABD'de bu kaygıların olmadığını gördük. Görüşmelerine devam ettiğimiz siparişler, minimum metrajlı beklentilerimizi karşılıyor. Avrupalı müşterilere kıyasla çok yüksek metrajlı siparişler olmayabilir diye düşünüyoruz. ABD pazarında da bu durumun normal olduğunu değerlendiriyoruz. İlk kez ABD'de bir fuara katıldık, ülkedeki müşteri

portföyümüzü geliştirmeyi hedefledik. Fuar düzenli katılımı daha fazla verim alınabileceğini düşünüyorum. Fuardaki alıcıların da talepleri bu yöneydi. Bizi düzenli olarak görmek istediklerini belirttiler. Firma olarak ziyaretçilerle yaptığımız görüşmelerde ABD'de bir temsilcilğe ihtiyacımız olduğunu fark ettik. Tasarımlarımız beğeni topladı. ABD'li alıcıların daha çok pamuklu ürünlere yöneldiğini gözlemledik.

Türk ayakkabı ve saraciye sektöründen İtalya çıkarması

2021 yılında tarihinde ilk kez 1 milyar dolar barajını geçen Türk ayakkabı ve saraciye sektörü, sektörün dünyadaki en prestijli buluşma adresi olan Expo Riva Schuh&Garda Bags Fuarı'na 83 firmayla çıkarma yaptı.



FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **430**
Fuara katılan Türk firma sayısı: **83**
Fuara katılan ülke sayısı: **30**
Ziyaretçi sayısı: **3.500**

EXPO Riva Schuh&Garda Bags Fuarı, 15-18 Ocak'ta İtalya'da gerçekleşti. Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından millî katılım organizasyonu düzenlenen fuara, millî katılım ile İzmir, İstanbul, Konya, Bursa ve Gaziantep'ten 20 firma katıldı. Fuardaki 430 firmanın, 83'ünün Türkiye'den katılması dikkat çekti. Toplamda 30 ülkeden 430 katılımcıyla kapılarını açan Expo Riva Schuh&Garda Bags Fuarı'nda Türkiye, İtalyanlardan sonra en fazla katılım sağlayan ülke oldu.

96. edisyonu gerçekleşen fuara toplamda 86 farklı ülkeden, 3 bin 500'ü aşkın nitelikli ziyaretçi katıldı.

Omicron varyantının en yoğun yaşandığı dönemde katılımcılarına oldukça başarılı bir iş imkânı sunan fuar, özellikle Almanya, İngiltere ve Polonya'dan yoğun ziyaretçi aldı. Fuar, 11-14 Haziran 2022

Expo Riva Schuh&Garda Bags Fuarı'nda Türkiye, İtalyanlardan sonra en fazla katılım sağlayan ülke oldu.

tarihinde gerçekleşecek 97. edisyonu için güçlenerek büyüyeceği işaretini katılımcılarına hissettirdi.

Fuar idaresi ile gerçekleştirilen sonraki fuarlarda görüşmelerde bundan sonraki fuarlarda katılımcıların ikili iş birliğini artırarak millî katılım için sabit yerlerin alınacağı müjdesiyle Türkiye'nin temsili ve iş hacminin geliştirilmesi konusu, umut veren bir yenilik olarak kaydedildi.



ERKAN ZANDAR
EGE DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ BAŞKANI

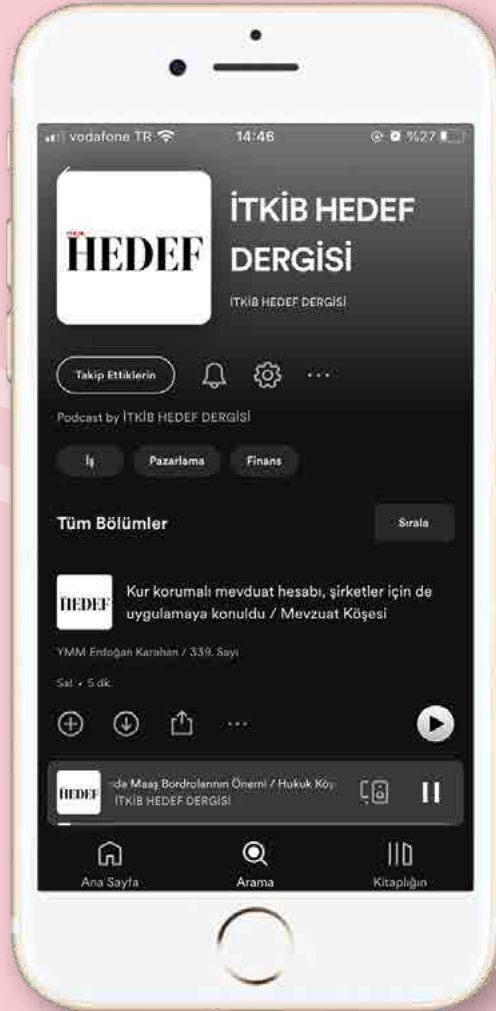
"İHRACATIMIZI 2022 YILINDA 2 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNE TAŞIMAK İSTİYORUZ"

TÜRK ayakkabı sektörünün 2021 yılında pandeminin yaralarını sardığını belirten Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar, Türk deri sektörünün 2021 yılında İtalya'ya yaptığı ihracatın yüzde 32'lik artışla 74 milyon dolardan 98 milyon dolara yükseldiğini, bu ihracatın 50 milyon dolarlık diliminin saraciye ve ayakkabı kaynaklı olduğunu dile getirdi.

Pandeminin bir gün biteceğine dikkati çeken Zandar: "İhrac pazarlarımızla ticari bağlarımızı güçlü tutmamız gerekiyor. Pandemi döneminde ayakkabı sektöründe dünyanın ilk sanal fuarını düzenleyerek bu bağların güçlü bir şekilde devam etmesini sağladık. Ancak sanal fuarlar fiziki fuarlardaki verimliliği sağlamıyor. Fiziki fuarlara katılarak 2021 yılında 1,7 milyar dolar olan ihracatımızı 2022 yılında 2 milyar doların üzerine taşımak istiyoruz." diye konuştu.

İTKİB HEDEF DERGİSİ'NİN PODCAST YAYINLARI SPOTIFY'DA!

DERGİMİZDE YER ALAN MAKALE VE İÇERİKLERE,
SPOTIFY PLATFORMUNDAKİ İTKİB HEDEF DERGİSİ
HESABINDAN ULAŞABİLİRSİNİZ!



İTKİB
HEDEF



Moda endüstrisinin 2022 trendleri

McKinsey & Company tarafından Business of Fashion ortaklığında hazırlanan The State of Fashion 2022 raporu yayımlandı. Sektör liderleriyle yapılan derinlemesine araştırmaları yansıtan rapor, moda sektörünü şekillendirmesi beklenen trendleri ortaya koydu.

THE STATE OF FASHION rapor dizisinin altıncısı, McKinsey & Company ve Business of Fashion ortaklığında yayımlandı. “Düzensiz bir toparlanma ve yeni sınırlar” başlığı ile yayımlanan raporda, moda endüstrisinin 2022 yılında yeni dijital sınırlar ve sürdürülebilirlik alanında ilerleyeceğine, büyümenin de geri döneceğine dikkat çekildi.

Pandemi nedeniyle küresel moda endüstrisi, 2020 ve 2021 döneminde iki yıllık bir kesintiye uğradı. Bu süreçte değişen tüketim alışkanlıkları ve pandeminin getirdiği yaşam şartları, tekstil ve hazır giyim sektöründeki satışların daralmasına yol açtı. Modanın durumunu ortaya koyan The State of Fashion 2022 raporunda, söz konusu kesinti döneminin ardından markaların 2022 yılında tüketicilerin yeni önceliklerine uyum sağladığı ve özellikle dijital alanda büyüme elde etmeye hazır olduğu belirtildi. Fakat yine de sektörün tedarik zincirinde yaşanan kesintiler, düzensiz talep ve kârlılık üzerindeki baskı gibi nedenlerle 2022 yılında da önemli zorluklarla karşı karşıya olduğunun altı çizildi. Büyümenin kritik öneme sahip olacağını düşündüğü 2022’de, markalar kâr elde etmek amacıyla mücadelelerini sürdürecektir.

ENDÜSTRİNİN GELİRLERİ YÜZDE 20 AZALDI

Küresel moda endüstrisi, 2019 ve 2020 yıllarında gelirlerinde yüzde 20 oranında düşüş kaydetti. Pandeminin etkilerinin devam ettiği son yıllarda, markalar arası performans eşitsizlikleri her zamankinden daha belirgin hâle geldi. McKinsey tarafından hazırlanan Küresel Moda Endeksi’ne göre moda markalarının yüzde 7’si 2020 yılında finansal sorunlar ya da rakipleri tarafından satın alınma nedenleriyle piyasadan tamamen ayrıldı.

Çin ekonomisi, diğer ülkelere kıyasla daha hızlı toparlandığı için Çin’deki moda markaları,

2021 yılında performans anlamında öne çıktı. 2022’de ise endüstrinin büyümesinin Çin ve ABD tarafından yönlendirileceği düşünülüyor. Avrupa’nın geride kalacağı ve bölgede tam toparlanma görülmesi için uluslararası turizmin yeniden canlanmasına ihtiyaç olduğu belirtiliyor.

Raporda dikkat çekilen konulardan biri de marjlardaki düşüşe rağmen indirimlerin ve lüks moda ürünlerinin 2020’de daha yüksek bir performans gösterirken orta ölçekli pazarın sıkışmaya devam etmesi oldu. Sağlık sistemleri güçlü olan ve ekonomik dayanıklılığa sahip ülkelerin, diğer ülkelere kıyasla moda alanında da daha iyi performans sergilediği görüldü. Küresel Moda Endeksi’ne göre pozitif ekonomik kârın yüzde 42’si spor giyim şirketlerinden geldi. 2019 ve 2020 dönemindeki ortalama ekonomik kâr açısından en iyi performans gösteren ilk beş marka da bu yılki raporda açıklandı. Bu markalar Nike, Inditex, Kering, LVMH (Tiffany dâhil) ve Hermes oldu. Lüks markaların en iyi performans gösteren markalar arasında ön plana çıkması ise zengin demografinin ekonomik esnekliğine bağlandı.

2022, MODADA İVMELENME YILI OLACAK

Tüketicilerin bastırılmış satın alma gücünün açığa çıkmasının ve pandeminin izin verdiği ölçüde sosyalleşme ile etkileyici giyim isteğinin artmasının, moda sektörünün birçok ülkede ve bölgede 2022 yılında ivme kazanmasına yol açması bekleniyor.

Raporun hazırlanması aşamasında görüşlerine başvurulmuş moda endüstrisi temsilcilerinin yarısından fazlası, bu yıl daha iyi ticaret koşulları beklediğini ifade ediyor.

Sektörü bekleyen en önemli zorlukların ise tedarik zincirinde tıkanmalar, nakliye maliyetlerinin artması, ürün ve kaynak kıtlığı olarak ortaya çıkıyor.

2022 yılında pandemi ile birlikte daha fazla derinleşen dijitalleşmenin etkilerinin devam edeceği öngörülüyor. Sanal modanın yeni yılda sektörün gündeminde olacağını vurgulandığı raporda; sanal mağazalar, oyunlar



DÜZENSİZ BİR TOPARLANMA VE YENİ SINIRLAR

ve çeşitli dijital etkinlikler sunan metaverse kavramının e-ticaretin önemli bir parçası olacağına değiniliyor.

Raporda, sürdürülebilirliğin tüketici önceliklerine ve moda gündemine her zamankinden daha fazla hükmettiği de ifade edildi. Tüketiciler, malzemelerin nereden geldiğini, ürünlerin nasıl yapıldığını ve çalışanlara adil davranılıp davranılmadığını sorguluyor ve öğrenmek istiyor. Bu nedenle sektörde giderek daha fazla şirket, sürdürülebilir ürün çeşitlerini genişletiyor ve tedarik zincirinde sürdürülebilirliği artırmak için çalışıyor. Bu noktada dijital şeffaflık ve blok zinciri gibi yeni teknolojiler de devreye giriyor. Fakat yeni dijital uygulamalara yatırım yapılırken markaların müşterilerini korumak için her zamankinden daha fazla çalışması gerekiyor. Yoğun rekabet ortamında siber yeteneğin artı değer yaratacağı düşünülüyor. Sektör istihdamına katkı sağlamak üzere ise çalışan sağlığı ve özgünlük konularının dikkat çekici ölçüde öneme sahip olduğu belirtiliyor.

2022'de moda endüstrisindeki, büyümenin Çin ve ABD tarafından yönlendirileceği düşünülüyor.

01

DÜZENSİZ KURTARMA

Ülkelerin asiya erişme imkânları, mevcut sağlık sistemleri ve ekonomileri moda endüstrisinin ülke bazlı düzensiz büyümesine ya da küçülmesine yol açıyor. Düzensiz ortam, küresel moda oyuncularının yatırım kararlarına yansırken piyasa bazlı özel risklerin gündeme gelmesi bekleniyor.

02

LOJİSTİK KİLİTLENME

Moda endüstrisi lojistik sektöründe yaşanan kilitleme nedeniyle küresel tedarik zincirinde bozulmalarla karşı karşıya kalabilir. Artan nakliye maliyetleri de yeni stratejiler geliştirilmesini gerekli kılıyor.

03

YEREL LÜKS

Lüks harcamalar için küresel seyahatler büyük önem taşıyor. Ancak 2023-2024 yıllarına kadar uluslararası turizmin eski performansına dönmesi beklenmiyor. Bu nedenle e-ticaret yatırımlarının ön plana çıkacağı düşünülüyor.

04

YENİDEN OLUŞTURULAN GARDİROPLAR

Sosyal özgürlüklerin artmasıyla birlikte tüketicilerin gardıroplarını yeniden oluşturma isteğinin ve bastırılmış harcamaların 2022 yılında sektöre önemli katkılar sağlayacağı öngörülüyor.

05

METAVERSE

Tüketicilerin çevrim içi ortamlarda daha fazla zaman harcaması ve metaverse kavramının ortaya çıkmasıyla moda markaları, özellikle genç kuşaklarla olan iletişimlerini teknoloji odaklı kurgulamaya başladı. Metaverse potansiyelinin, 2022 yılında markaların odağında olacağı belirtiliyor.

06

SOSYAL ALIŞVERİŞ

Tüketiciler açısından önemli kolaylıklar sağlayan sosyal alışveriş kanallarına yatırım yapan moda markalarının sayısının 2022'de artması bekleniyor. E-ticarette artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerin de ön plana çıkacağı düşünülüyor.

07

DÖNGÜSELLİK

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde döngüsel ekonomi, geri dönüşüm, sürdürülebilir ham madde kullanımı ve atıkları azaltmak gibi uygulamalar gündemde. Markaların tasarımdan ürün geliştirmeye kadar bu unsurları dikkate alması önem taşıyor.

08

ÜRÜN PASAPORTLARI

Markalar; tüketicilere ürünlerinin şeffaflığını, kullanılan ham maddeleri, üretim sürecinde kullanılan yöntemleri ve çalışan refahını belgelemek adına dijital ürün pasaportlarını kullanıyor. Bu durum, tüketici güvenini ve sadakatini artırmaya yardımcı oluyor.

09

SİBER DAYANIKLILIK

Dijitalleşme alanında önemli atılımlar yapan moda markaları, siber saldırı tehditleri ile yüzleşiyor. Moda markaları, tüketici güvenliğini sağlamak üzere siber dayanıklılık yatırımlarını artırmayı hedefliyor. 2022'de dijital güvenliğin stratejik bir zorunluluk olacağı varsayılıyor.

10

YETENEK STRATEJİLERİ

Moda endüstrisinde artan rekabet, 2022 yılında çalışan yeteneğinin yükseltilmesini gerekli kılıyor. Tüketici sadakatini artırmak için özellikle perakende cephesinde yetenek stratejilerinin yeniden gözden geçirilmesi önem kazanıyor. Esnek ve dijital mağazalar da gündemde olmaya devam ediyor.

**ORHAN
AYDIN**
OMA İPLİK
YÖNETİM
KURULU
BAŞKANI



“Avrupa’nın sayılı yatırımlarından birini ülke ekonomimize kazandırdık”

Sultanhamam’da başlayan ticari serüvenlerine hız kesmeden yeni yatırımlarla devam ettiklerini belirten Oma İplik Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Aydın, Tokat’a yaptıkları yatırım ile ilgili bilgiler paylaşarak, “Tam kapasiteye ulaştığında Avrupa’nın en büyük gipe iplik fabrikası olma özelliğini taşıyacak fabrikamızda amacımız, sektörün lider kuruluşlarından biri olmak.” dedi.

TEKSTİL sektöründe 1999’dan günümüze, bilgi birikimi ve tecrübeleri ile kaliteli hizmet sunmak adına çalıştıklarını belirten Oma İplik Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Aydın, Anadolu’ya yaptıkları yeni iplik fabrikası yatırımını hakkında bilgiler paylaştı. Sürdürülebilir enerji kaynaklarına yatırım yaptıklarını ifade eden Aydın, altı ay gibi kısa bir sürede fabrikanın ilk etap çalışmalarını tamamlayarak faaliyete geçtiklerini ifade etti.

Oma Fil’i daha yakından tanımamız için bize faaliyet alanlarınızdan ve kuruluş amaçlarınızdan kısaca bahsedermisiniz?

Tekstil piyasasının kalbi konumundaki Sultanhamam’da başlayan ticari serüvenimiz, 2000’li yıllarda yurt dışı pazarlarıyla tanışarak hem ithalat hem de ihracat alanlarında faaliyet göstermeye başlamamızla devam etti. 2010 yılından sonra sanayici kimliği kazanarak ilk etapta İstanbul’da, sonra da gelişen ve kalkınan Anadolu’nun Tokat şehrinde Avrupa’nın en büyük gipe iplik üretim tesisini kurduk. Başta çorap, dokuma kumaş ve dar dokuma sektörlerinde üretim yapan müşterilerimize hizmet ederken tekstilin birçok alanında, medikal sektörler de dâhil hizmet ediyoruz. Bugün Tokat fabrikamızda 400, İstanbul fabrikamızda 100 personel ile birlikte sektörün en önemli firmalarından biri hâline geldik.

İplik ticaretinden “iplik üreticisi” konumuna gelen bir firma olarak işin üretim boyutuna geçmeye nasıl karar verdiniz, bu kararı almanızdaki en önemli unsurlar neler oldu?

Bu tip kararları alabilmek beraberinde büyük yükümlülükleri de getiriyor. Sektörde yıllarca edindiğimiz tecrübe ile değişen ve gelişen dünya ticaretine entegre olabilmek adına bu adımı atmamız gerekiyordu. Piyasalardan gelen talep, yılların getirmiş olduğu bilgi ve tecrübemizin yanı sıra girişimci ruhumuzla güçlü yanlarımızı ortaya koyarak bu kararı almış olduk.

Yakın zaman önce Tokat Erbaa’da bir yatırımı hayata geçirdiniz. Bu yatırım hakkında bilgi verebilir misiniz? Üretim tesisinizin nasıl bir hacmi bulunuyor? Oma Fil’in üretim, ihracat ve istihdamda ulaştığı rakamları bizimle paylaşabilir misiniz?

İstanbul’daki üretim üssümüzü, Tokat ilindeki Erbaa ilçesine taşıdık. Buradaki yatırımımız ilk etapta 15 bin metrekare kapalı olmak üzere tam kapasiteye ulaşmasıyla birlikte toplamda 50 bin metrekare kapalı alana ulaşacak bir büyüklüğe sahip. İlk etapta 400 kişiye istihdam sağlayan firmamız, tam kapasiteye ulaştığında bin kişiye ekmek kapısı olacak. İthalatın önüne geçerek cari açığa önemli katkıda bulunacağına inandığımız firmamızda, yıllık 4 bin ton üretim ve 50 milyon dolarlık ihracat hedefliyoruz.

Erbaa Organize Sanayi Bölgesi’nde hayata geçirdiğimiz yatırımımız, bölge halkı ve yöneticileri tarafından çok sahiplenilen bir proje oldu. Öncelikle bu sahiplenmeyi görmüş olmak, bu bölgeye yatırım yapma kararlılığımızı artırdı. Altı ay gibi kısa bir sürede bu birliktelikle ilk etap çalışmalarımızı bitirdik ve faaliyete geçmiş olduk. Sürdürülebilir enerji kaynaklarını kullanarak çevre duyarlılığımızı artırmayı ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmayı ilke edindiğimiz yatırımımızda, fabrikamızın

Sektörümüzdeki gelişmeleri yakından takip ediyor, gelecekle ilgili simülasyonlarımızı yaparak kendimizi yarınlara hazırlıyoruz.



birçok alanına güneş enerji panelleri inşa ederek karbon ayak izimizi azaltmayı da hedefledik. Yani aynı zamanda çevreci bir fabrikayı da ülke ekonomimize kazandırmış olduk diyebiliriz. Bu vesile ile projenin hayata geçmesinde bizim gibi aynı heyecanı yaşayan Tokat Valimize, Tokat ve Erbaa Belediye Başkanımıza, Organize Sanayi Bölgesi Başkanımıza ve bölge halkına, ayrıca temel atma töreninde bizi yalnız bırakmayan son Başbakanımız Binali Yıldırım ve fabrikamızın ilk etabının açılışını gerçekleştiren Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Mustafa Varank ve bu güzel anımızı paylaşan tüm katılımcılara sizin vesilenizle tekrardan teşekkürlerimi sunuyorum.

Yatırım kararınızı Tokat'ta gerçekleştirmenizin nedenleri nelerdi? Tokat'ın lojistik, istihdam ve devlet teşviki gibi alanlarda firmanıza sağladığı avantajlardan bahsedermisiniz?

Tokat ilimiz özellikle son dönemlerde endüstri ve ihracat odaklı bir ekonomi üzerine gelişimini sürdürüyor. Ayrıca tekstil alanında firmaların

İlk etapta 400 kişiye istihdam sağlayan firmamız, tam kapasiteye ulaştığında bin kişiye ekmek kapısı olacak.



dikkatlerini üzerine çeken ve bu bağlamda yatırım ortamlarını ziyadesi ile sunan bir ilimiz. Belirtmiş olduğunuz lojistik, iş gücü ve teşvikler bakımından da cazibe merkezi konumunda. Bunların yanı sıra ilimizi yöneten irade ve bölge halkının bölgelerine yapılacak olan yatırımları sahiplenmesi ayrı bir artı daha oluşturuyor. Bütün bunlar bir araya gelince de yatırım elbette kaçınılmaz oluyor. Bizim tercihimizde de bahsettiğimiz bütün unsurlar etkili oldu ve Anadolu'ya, ülke ekonomimize katkı sunacak bu güzel yatırımı gerçekleştirmiş olduk.

Tokat yatırımı, Oma Fil'i hem Türkiye çapında hem de dünya genelinde nasıl bir noktaya taşıyacak?

Öncelikle sektörümüzde ithalatın önünü keserek cari açığa katkı sunacak bir üretim üssü olduğumuz ve ülke ekonomimize katkı sunacak bir yatırıma sahip olduğumuz için duyduğumuz memnuniyeti dile getirmek isteriz. Fabrikamız Erbaa'da istihdama katkı

Sektörümüzde ithalatın önünü keserek cari açığa katkı sunacak bir üretim üssü olduğumuz ve ülke ekonomimize katkı sunacak bir yatırıma sahip olduğumuz için memnuniyet duyuyoruz.

sağladığı gibi ilçemizin refah seviyesine de aynı şekilde katkı sunacaktır. Özellikle kadın istihdamına ciddi katkılar sağlamaktadır. Tam kapasiteye ulaştığında Avrupa'nın en büyük gipe iplik fabrikası olma özelliğini taşıyacak olan fabrikamızda amacımız, sektörün lider kuruluşlarından biri olmak.

2021 yılı ham madde konusunda tekstil ve hazır giyim sektörünü zorlayan bir yıl oldu. Üretici bir firma olarak ham madde fiyatlarındaki artışı ve ham madde tedarikinde yaşanan sorunları nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu durum sizi nasıl etkiledi?

Hepimizin malumu, dünya genelinde pandemi ile ciddi mücadele edilirken kapanmalar ve sonrasında gelişen olaylarla birlikte bir belirsizlik ortamı yaşandı. Böylesi bir ortamda tedarik zincirlerinde yaşanan aksamalar ve stokçuluk nedeni ile genel anlamda ciddi sıkıntılar yaşandı. Ham madde konusu da bu problemlerin en başında yer aldı. Çok şükür OMA Fil olarak biz öngörülülüğümüz ve stratejik planlamamız ile kriz ortamında yatırım yapabilen nadide firmalar arasında yer alabildik. Bu belirsizlikte ve ticaret yapılamayan ortamda güven sağladık. Bunun meyvelerini aralık bugün Avrupa'nın sayılı yatırımlarından birini ülke ekonomimize kazandırdık. Elbette bunun altında ciddi bir emek, çalışma ve girişimci ruhumuz var.

Pandemi döneminde Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne özellikle Avrupalı alıcıların ilgisi arttı. Bu durum ham madde üreticilerine nasıl yansıdı? Çin'in ham madde konusunda güçlü bir rakip olduğunu biliyoruz, ileriki süreçte Türkiye, hangi avantajları ile Çin'in önüne geçebilir?

“Komşu komşunun külüne muhtaçtır” diye bir atasözü vardır. Ülkemiz, coğrafi konumu ile büyük bir avantaja sahip. Dünya'nın en büyük tüketim noktalarından Avrupa'ya olan yakınlığımız, bize büyük bir avantaj sağlıyor. Türkiy, güvenli bir liman olması hasebi ile üretim üssü ve lojistik merkezi olma noktasında büyük bir potansiyele sahip. Pandemi ile tedarik zincirlerinde çok ciddi aksamalar ve lojistikte pahalılık yaşandı. Tekstil alanında kaliteli üretim yaparak üretim üssü olan, Avrupa ile komşu olmasının avantajı ile Çin'e göre daha avantajlı lojistik ortamına sahip Türkiye, Avrupa'dan daha çok ilgi görmeye başladı. Stratejik ve cari açığa neden olan sektörler üzerinde son zamanlarda ülke olarak ciddi yatırımlara yöneldik. Bu



500
Personel
İstihdam



50.000
metrekare
Tokat'taki
yatırım alanı



50
milyon
dolar
Yıllık ihracat
hedefi



4.000
ton
Yıllık üretim
hedefi

noktada çalışmalarımızı hızlandırdık. Genç ve dinamik nüfusu ve coğrafi konumunun avantajları ile Türkiye, kaliteli ürünleri ile üretim üssü ve lojistik merkezi olma yolunda ilerliyor. Bu da ülke ekonomimize çok ciddi girdiler sağlıyor. Hazır giyim ve tekstil sektörümüzde bu gelişmelerden ziyadesi ile faydalanacak ve dünya hazır giyim ve tekstil sektöründe hak ettiği yeri alacaktır.

Günümüzde üretimde sürdürülebilirlik markaların en temel beklentilerinden biri oldu. Oma Fil olarak sürdürülebilirlik konusunda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Dünya nüfusu hızla artıyor ve tüketim, çılgınca devam ediyor. Küresel ısınma ile birlikte malum çevre problemleri de beraberinde geldi. İnsanoğlu kendi elleri ile yaşam alanlarını kirletiyor, dünyayı bitiriyor. Bu nedenle ham madde kullanımı, enerji tüketimi ve atık oluşumu üzerine ciddi planlamalar yapmak gerekiyor. Ayrıca bunu yaparken ürünlerin değerinin korunması veya yükseltilerek üretimin yapılması önem taşıyor. OMA Fil olarak ciddi oranlarda üretim hedeflerken Erbaa'ya kurmuş olduğumuz fabrikamızda sürdürülebilir enerji kaynaklarına yatırım yaptık. Güneş panellerine ağırlık verdik, karbon ayak izimizi azaltarak çevreci bir fabrika inşa ettik. Ayrıca bünyemizde kurmuş olduğumuz AR-GE merkezimiz ile araştırma ve geliştirme çalışmalarımıza ağırlık verdik. Sektörümüzdeki gelişmeleri yakından takip ediyor, gelecekle ilgili simülasyonlarımızı yaparak kendimizi yarınlara hazırlıyoruz.

Günümüz dünyası çok dinamik bir yapıya sahip. Kendisini geliştiremeyen, stratejilerini güncellemeyen ve teknolojiyi yakalayamayan firmalar ne yazık ki ayakta duramıyor. Bu nedenle üretimde sürdürülebilir olabilmek için daima dinamik yapıyı ayakta tutmalı ve tüm gelişmeleri yakından takip ederek her konuda bütünleyici bir bakış açısı ile hareket etmeliyiz. OMA Fil, 22 yıllık deneyimi ile daha iyi bir dünya için tüm üretim süreçlerine sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği dâhil ediyor ve çalışmalarını bu doğrultuda yürütüyor.





Avrupa Birliği Dijital COVID Sertifikası

Avrupa'da yaşayanlar, geçen Aralık ayında Noel ve yılbaşı tatili yaklaşırken evde mi kalsam, seyahate mi çıksam ikilemine kapılmış, bir kararsızlık içine girmişlerdi. Çoğu kişi tatilden yararlanıp ailelerinin, sevdiklerinin yanına gitmek istemesine karşın bir günden ötekine değişen COVID önlemleri nedeniyle evde kalmayı tercih etti.

FRANSA, Avusturya gibi bazı ülkelerin; vatandaşları dışındakilere sınırlarını kapatması, Almanya ve Danimarka'nın ülkelerine girişte çok sıkı önlemler uygulayacaklarını açıklamaları, on binlerce kişinin seyahat fikrinden vazgeçmesine neden oldu. Böylece salgının ikinci yılını da huzurlu ve mutlu bir ortamda geçirmek mümkün olmadı.

Umarım 2022 yılında bir kere daha bu sorunları yaşamak zorunda kalmayız.

Avrupa Birliği Komisyonu yeni yılın başında, birlik içi seyahat amacıyla dokuz aylık aşı sertifikalarının bağlayıcı kabul süresini belirleyen Dijital COVID Sertifikası ile ilgili kuralları onayladı. Aşı sertifikası, üye ülkeler arasındaki farklı kuralları uyumlu hâle getiriyor. Ayrıca, sertifikalar için net ve tek tip kabul süresi, seyahat önlemlerinin koordine edilmesini garanti altına alıyor.

Yapılan açıklamalardan, yeni kuralların kısıtlamaların hâlihazırdaki en iyi bilimsel kanıtlara dayandırıldığı ve Avrupa Birliği vatandaşlarının serbest dolaşım haklarını kullanmalarına açıklık getireceği anlaşılıyor.

Aşı sertifikası, pandemi döneminde Avrupa Birliği genelinde vatandaşlar için güvenli seyahati kolaylaştıracak. Topluluk ülkelerinde 2022 yılı Ocak ayı ortasına kadar 807 milyon sertifika verildiği açıklandı. Avrupa Birliği Dijital COVID Sertifikası, küresel bir standart belirlediğinden hâlen 60 ülke ve bölge bu sisteme katılmış durumda.

20. YILINDA EURO

Bundan 20 yıl önce, 1 Ocak 2002'de, 12 Avrupa Birliği ülkesi, tarihin en büyük para birimi değişiminde ulusal para birimi banknotlarını ve madeni paralarını euro ile değiştirmişti.

Geçen 20 yılda euro'nun, Avrupa ekonomilerinin istikrarına, rekabet gücüne ve refahına yaptığı önemli katkıyı ekonomik verilerden, istatistiklerden görmek mümkün. En önemlisi, vatandaşların yaşamlarını iyileştirdiği ve hem Avrupa'da kendi aralarında hem de üçüncü ülkelerde iş yapmayı kolaylaştırdığı apaçık ortada.

Euro ile birikim veya yatırım yapmak, seyahat etmek ve ticari faaliyetlerde bulunmak çok daha kolaylaştı.

Politik bir vizyon olarak, "Tek bir pazar için tek bir para birimi"nin sonucu olan euro, kullanıma girdiği günden bu yana Avrupa Birliği entegrasyonunun ve kimliğinin sembolü hâline geldi. Bugün, 19 Avrupa Birliği ülkesinde, 340 milyondan fazla insan euro kullanıyor ve dolaşımında yaklaşık 1,5 trilyon euro değerinde 27,6 milyar euro'luk banknot bulunuyor.

Nitekim euro, şu anda dünyada ABD dolarından sonra en çok kullanılan ikinci para birimi konumunda.

Avrupa Birliği, 20. yıldönümünde euro'nun uluslararası rolünü güçlendirme, onu ekonominin dijitalleşmesi ve sanal para birimlerinin geliştirilmesi de dâhil olmak üzere yeni gelişmelere uyarılma çalışmalarına devam ediyor. Euro'nun, Avrupa Birliği vatandaşlarının yanı sıra ticaret ve sanayi için çok yararlı olduğu bir gerçek.

Tek para birimi, bir yandan fiyatların sabit kalmasına yardımcı olurken kullanıma girdiği tarihten bu yana karşılaşılan çalkantılı ekonomik dönemlerde de Euro Bölgesi ekonomilerini döviz kuru dalgalanmalarından korudu. Ayrıca euro, döviz bozdurma ihtiyacını ortadan kaldırdı ve para transferi maliyetlerini azalttı. Seyahat etmeyi, topluluk ülkelerinde çalışmayı, eğitimi kolaylaştırdı.

Eurobarometre tarafından yapılan



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Avrupa Birliği Komisyonu yeni yılın başında, birlik içi seyahat amacıyla dokuz aylık aşı sertifikalarının bağlayıcı kabul süresini belirleyen Dijital COVID Sertifikası ile ilgili kuralları onayladı.



bir araştırma, Avrupalıların büyük bir çoğunluğunun tek para birimini desteklediğini ortaya koyuyor. Nitekim araştırmaya göre Euro Bölgesi'ndeki vatandaşların yüzde 78'i, euro'nun AB için iyi olduğuna inanıyor.

Euro hâlen, dünya genelinde sınır ötesi ödemelerin yaklaşık yüzde 40'ı ve Avrupa Birliği'nin ihracatının yarısından fazlası için kullanılmakta. Dolaşıma girdiği 20 yılın sonunda euro'nun, ABD dolarının ardından uluslararası para sistemindeki en önemli ikinci para birimi olarak çok güçlü bir imaj sergilediğine şüphe yok...

WEB SİTELERİ, ÇEVİRİM İÇİ ALIŞVERİŞ

Avrupa Birliği Komisyonu'nun koordinasyonunda yapılan "tüketicileri

Euro'nun, Avrupa Birliği vatandaşlarının yanı sıra ticaret ve sanayi için çok yararlı olduğu bir çek.

yanıtma" konusundaki web sitesi taramasının sonuçları yayımlandı.

Yapılan açıklama, 223 büyük web sitesini kapsayan araştırmaya üye ülkelerin yanı sıra İzlanda ve Norveç yetkililerinin katıldığına işaret ediyor. İnceleme; analiz edilen mağazaların, pazar yerlerinin ve rezervasyon web sitelerinin, arama motorlarının, karşılaştırma hizmeti sitelerinin yaklaşık üçte ikisinin, incelemelerin güvenilirliği konusunda şüphe yarattığını ortaya koyuyor.

Yetkililere göre kontrol edilen 223 web sitesinden 144'ünde verilen görüşlerin, konu olan ürün veya hizmeti gerçekten kullanan tüketiciler tarafından yayımlandığı konusunda soru işaretleri var.

İnsanlar, çevrim içi alışveriş veya rezervasyon yaparken genellikle çevrim içi incelemelere güveniyor.

Avrupa Birliği Komisyonu'na göre bu inceleme bir başlangıç ve tüketicilerin güvenliğinin sağlanması konusunda çevrim içi işletmelerin net ve görünür bilgiler sağlamaları için gereken her önlem alınacak.

LOTA AYAKKABI KURUCU ORTAĞI **OSMAN CAHİT DOĞANER**

“DÜNYA MARKASI OLMA YOLUNDA İLERLİYORUZ”

Yaklaşık 60 yıldır ayakkabıcılık sektöründe faaliyet gösterdiğini ve mesleğine aşık biri olduğunu söyleyen Lota Ayakkabı Kurucu Ortağı Osman Doğaner, 100 yıllık aile mesleğine oğlu İsmet Mert Doğaner ile birlikte devam ediyor. Doğaner, Inuovo ile dünya markası olmayı hedeflediklerini vurguluyor.

T

Türkiye’de rekorlara imza atan ayakkabıcılık sektörünün duayen isimlerinden Osman Doğaner, aile mesleğinin dördüncü nesil temsilciliğini yapıyor. Türkiye ayakkabı ihracatının önemli markalarından olan

Inuovo’nun hikâyesini anlatan Doğaner, sektörün sorunlarına ve çözüm yollarına da ışık tuttu.

Osman Bey, öncelikle sizi tanımak ve sektörle nasıl tanıştığınızı öğrenmek isteriz.

Ayakkabıcılık, aile mesleğimiz. Yaklaşık 100 yıldır bu mesleğin içindeyiz. Ben, dördüncü nesil ayakkabıyım. Antalya’da 40 yıl kadar hem perakende mağazacılık hem de toptancılık yaptım. Son 15 senedir de oğlum İsmet Mert Doğaner ile birlikte direkt imalat yapmaya başladık. Oğlumun enerjisi sayesinde İstanbul’da çok farklı bir iş modeli hayata geçirdik ve zaman içinde işimizi geliştirdik. 60 yıldır mesleğin içinde biri olarak mesleğime aşığım.







Şu an şirketimizde elimden geldiği kadar oğluma destek vermeye, yardımcı olmaya çalışıyorum.

Lota Ayakkabı'nın ve Inuovo markasının kuruluşundan, faaliyet alanlarından bahseder misiniz?

Antalya'daki firmamızın ismi Aypa Ayakkabıcılık'tı. Sonrasında 2008 yılında Lota Ayakkabı'yı ve Inuovo markasını kurduk. Oğlum, İstanbul'a yerleşip Beyazıt Gedikpaşa'da firmasını kurdu. Şu anda İkitelli'de 10 bin metrekarelik alanda işimize devam ediyoruz. Hakiki deri kullanarak kadın ayakkabısı üretiyoruz. Sandalet, mokesen, bot, çizme gibi birçok segmentte ürünümüz var. Direkt ve dolaylı olarak 500 kişiye istihdam sağlıyoruz. Yıllık üretim hacmimiz ortalama bir milyon çift civarında. Uluslararası denetim firması ile çalışıyoruz. Kurumsal bir altyapıya sahibiz. Uluslararası rekabette öne çıkabilmek adına doğru ürün, doğru pazar ve doğru fiyat stratejisini benimsiyoruz.

“FUAR ALANLARINDA ÜRÜNLERİMİZE ÇOK YOĞUN İLGİ OLUYOR”

Özellikle son 10 yılda ayakkabıcılık sektöründe çok büyük bir atak var. Genç nesilden arkadaşlarımız sektörde çok büyük değişiklikler yaptı. Yurt dışı fuarlarda ülkemizi başarıyla temsil ediyorlar. Bu anlamda sektörümüz çok dinamik. Örneğin firma olarak Micam Fuarı'na 17 senedir katılıyoruz. İlk katıldığımızda sekiz, dokuz metrekare bir alana sahiptik. Her sene alanımızı büyüttük. Şu an bu rakamın 10-15 katı büyük bir alanda ürünlerimizi sergiliyoruz. Fuar alanlarında ürünlerimize çok yoğun ilgi oluyor.

Ürün çeşitliliğine, hizmet kalitesine ve katma değerli üretim yapmaya çok önem veriyoruz.

Marka yaratma sürecinde ne gibi zorluklarla karşılaştınız? Inuovo ile neler hedeflediniz?

Ayakkabıcılık aile mesleğimiz olduğu ve yıllardır bu işi yaptığımız için Inuovo markasını kurmak bizi çok zorlamadı. Marka ismimiz inovasyondan geliyor. İnovasyona ve farklılığa önem veriyoruz. Yurt içine imalat yapsak da hedefimiz ağırlıklı olarak ihracattı. İhracatımızı nasıl artırırız, kapasitemizi nasıl yükseltiriz konularına odaklanarak teknolojiye ve katma değerli üretime ağırlık verdik. Bu süreçte AR-GE'yi, tasarımı ve ürün geliştirmeyi çok önemsedik. Kendi binamızda ortalama bir fabrika boyutunda numune yapan, 18 kişinin çalıştığı AR-GE ve tasarım merkezimiz, üretim bandımız var. Burada devamlı olarak fark yaratmak ve markalaşmak adına yeni modeller üzerine çalışmalar yapılıyor. Tüm koleksiyonlarımız çok özenle hazırlanıyor. Direkt fabrikamız olmasa da birçok imalatçımız var. İstanbul, İzmir, Manisa, Çorlu gibi illerde yaklaşık 25 atölyede üretim yaptırıyoruz.

Genç, dinamik, deneyimli bir kadromuz var. Çalışma arkadaşlarımızla birlikte ahenk içinde bütünleşerek adeta hedefe yolculuk yapıyoruz.

Inuovo'nun yurt dışında nasıl bir konumu var?

Dünya genelinde 100'ü aşkın ülkede patentimiz var.

Şu anda yaklaşık 60 ülkeye ihracat yapıyoruz. Yurt dışında bin 800'e yakın müşterimiz bulunuyor. Avrupa genelinde Almanya, İtalya, Fransa, İspanya, İngiltere ve Yunanistan gibi ülkelerde sekiz adet showroomumuz var. Hollanda da bir idare merkezimiz bulunuyor. Ayrıca yurt dışı acenteliklerimiz, distribütörlüklerimiz var. Üretimimizin yüzde 95'ini ihraç ediyoruz. Avrupa'nın tamamı, Baltıklar, Afrika, Amerika, Asya, Avustralya, Çin, Rusya gibi bölgelere ihracat yapıyoruz. Markamızın uluslararası çapta tanınması için çok yoğun çalışıyoruz, fuarlara katılıyoruz ve marka imajını güçlendirecek çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Hedefimiz, dünya markası olmak. Bu elbette yorucu bir süreç ancak yılmadan bu yolda ilerliyoruz.

Konuşmalarımızdan da yola çıkarak marka olarak sektörde yarattığınız en önemli farkın AR-GE, inovasyon ve ürün çeşitliliği gibi alanlara verdiğiniz önem olduğunu görüyoruz. Bu konuda ne söylemek istersiniz?

Kesinlikle öyle. Biz bahsettiğiniz bu alanlarda sektörde öncüyüz. Bizim kadar kapsamlı olarak bu alanlarda çalışma yapan marka sayısı çok değil. Tüm meslektaşlarımıza örnek oluyoruz, bunu kendileri de belirtiyor. Mesleğe ivme ve sinerji kazandırdığımızı düşünüyoruz. Mesleği çekirdekten bildiğimiz için başarı hikâyemizi azimle yazdık. Markalaşmak, 'fark yaratmak' demektir. Girişimci bir ruhla fark yaratık. Ürün çeşitliliğine, hizmet kalitesine ve katma değerli üretim yapmaya çok önem veriyoruz. Dünya trendlerini yakından takip ediyoruz. Katma değerli mal satmak kadar önemli bir şey yoktur. Marka olunca çok daha iyi kazançlar elde edilebilir. Fason üretim nedeniyle birçok arkadaşımız çok az kârla mal satmak zorunda kalıyor. Türkiye'nin fason imalattan kurtulması lazım ama bu bir süreç olacaktır.

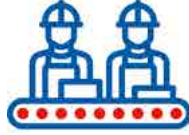
Basta ham madde olmak üzere son dönemde sektörler birçok sorunla karşı karşıya. Deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli sorunlarının ve çözüm yollarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Deri ham maddesi ile ilgili herhangi bir sorunumuz yok. Türkiye'de deri sektörü kuvvetlidir. Aksesuar ve yan sanayi anlamında bazı eksikliklerimiz oluyor. Hiç istemsek de bazen fark yaratmak adına aksesuarları ithal edebiliyoruz. Ancak bu ithalat yüzde 15'i geçmez. Inuovo'yu bir dünya markası yapma yolundayız, epey mesafe katettik. Ancak birtakım ihtiyaçlarımız var. Yurt dışında inanılmaz depo ücretleri ödüyoruz. Bu nedenle çeşitli ülkelerde lojistik depo ihtiyacımız var, bu konu TİM'in de gündemde. İhracatçılar için hava yolu kargo tarifesinde de indirim yapılması gerektiğini düşünüyorum. KDV alacağımızı almakta biraz zorlanıyoruz. Daha kolay, pratik ve teminat mektupsuz olması bizleri ve sektörümüzü mutlu eder. Ayakkabıcılık sektöründe kalifiye eleman sorunu yaşıyoruz. Bu noktada mesleki eğitimin son derece önemli olduğunu ve mesleğini seven, şevkli gençlerimizin yetiştirilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

Devletin teşviklerinin daha üretim odaklı olması gerekiyor. Üreten ve ihracat yapan firmalar, desteğe ihtiyaç duyduğunda bunu kolayca bulabilirse ihracatımız artar. Devlet destek verirse



60
İhracat yapılan
ülke sayısı



1
milyon çift
Yıllık üretim
hacmi



500
İstihdam



1.800
Yurt dışı müşteri
sayısı



8
Yurt dışı
showroom sayısı

Üreten ve ihracat yapan firmalar, desteğe ihtiyaç duyduğunda bunu kolayca bulabilirse ihracatımız artar.

birkaç sene içinde firmamızı yüzde 100 büyütebiliriz diye düşünüyorum. Hem pandemi hem de daha önceki ekonomik sıkıntılar, sektördeki büyük zincir mağazaların birçoğunun durumlarının kötüye gitmesi, imalatçı sektörde bazı sorunlara yol açtı. Maddi açıdan işletme sermayesi ihtiyacı doğdu. İşletme sermayesine, ihracatın finansmanına ve krediye ulaşmakta daha hızlı yol kat edebilirsek işimiz çok daha kolaylaşır. İşletme sermayemiz yetersiz kalıyor. Piyasada son aylardaki durum malum. Maliyetler arttı ve bunları müşterilere yansıtamadık. Yurt içindeki yan sanayi ve malzeme fiyatları arttı. Ödeme vadeleri kısaldı. Aynı zamanda döviz bazı fiyat artışları var. İşletme sermayesi yetersiz kaldığında kabuğumuza çekilip gücümüz kadar iş yapıyoruz. Ancak teşvikler sayesinde sektörümüzdeki dünya markası sayısını artırabiliriz. Yabancı firmalara bağımlılığımızı azaltmak ve kârlılığımızı artırmak için markalaşmamız lazım. Firma olarak uluslararası standartlara yüzde 90 oranında uyuyoruz. Tek eksiğimiz ihracatın finansmanına ve krediye kolay ulaşmak. Eximbank'tan kredi almak için teminat mektubu gerekiyor. Eximbank'tan alıcılar için yaptırdığımız alacak sigortası, teminat mektubu yerine geçebilirse çok iyi olur. Bu şekilde kredi almamız kolaylaşırsa ihracatımız daha da artar. İhracatı Geliştirme Fonu, TİM'in gündeminde. Bu fon bir an evvel hayata geçerse ve alacağımız kredilerde bize teminat verirse işimiz çok kolaylaşır.

Ayakkabıcılık sektörü, 1 milyar doların üzerinde ihracatla 2021 yılında rekora imza attı. Siz de İDMİB'in 2020 yılı ihracatta fark yaratanlar ödül töreninde en fazla ihracat yapan altıncı şirket oldunuz. Bu başarının altında yatan sebepler nelerdir?

Azmetmek, inanmak ve iş disiplini olarak özetleyebilirim başarının sırrını. Kaliteye verdiğimiz önemle müşterilerimiz tarafından ayrı bir konuma yerleştiriliyoruz. 17 yıldır fuarlara katılıyoruz. Bizi ziyaret eden müşteriler kalitemizi anlıyor. Ürün çeşitliliğimiz çok kuvvetli. Sorunların üstesinden gelmesini biliyoruz. Birçok zorluğa rağmen bizden kaynaklanmasa da sorunları çözmek için çaba harcıyoruz. Dünyanın dört bir yanına gerçekleştirdiğimiz ihracattan kaynaklanan pozitif enerji, çalışma şevkimizi ve heyecanımızı artırıyor. Büyük düşünmeye ve üretmeye odaklıyız. İşini seven, sadece ihracatın büyümesini arzu eden, Türkiye'ye daha fazla döviz getirmeye çalışan bir müesseseseyiz.

Ayakkabıcılık sektöründe son yıllarda ihracatımız

artıyor. Türkiye'de güzel şeyler oluyor ama daha çok yolumuz var. Ülke olarak ancak üretimin artmasıyla daha ileri gidebiliriz. Önemli olan katma değerli üretim yapmak ve markalaşmaktır. Bunun için AR-GE, tasarım, ürün geliştirme merkezleri ve devlet teşvikleri ve destekleri gerekiyor.



YÜNSA GENEL MÜDÜRÜ MUSTAFA SÜRMEGÖZ

“Sürdürülebilir kumaş taleplerinde artış yaşanmasını öngörüyoruz”

Sürdürülebilirliğin birçok sektörde olduğu gibi tekstil sektöründe de gündemde olduğunu belirten Yünsa Genel Müdürü Mustafa Sürmegöz, 2030 yılına kadar tüm malzemelerde yüzde 100 sürdürülebilirlik hedefi belirleyen müşterileri olduğunu belirterek, “Diğer müşterilerimizin de birkaç yıl içinde bu yolda ilerlemesiyle sürdürülebilir kumaş taleplerinde artış yaşanmasını öngörüyoruz.” dedi.

SEKTÖRÜN önemli markalarından biri olan Yünsa'nın 2021 yılını nasıl geçirdiğini öğrenmek isteriz. İhracatta 2022 yılı hedeflerinizi bizimle paylaşır mısınız?

2021 yılı boyunca doğru zamanda, doğru yatırımlarda bulduk. Stoklarımızı, maliyetlerimizi ve finansman süreçlerini iyi yönettik. Bu da verimliliği beraberinde getirdi. Tüketicinin satın alma alışkanlıklarında oluşan değişimler sonrası koleksiyonlarımızı yeniden tasarladık. Moda trendlerine uygun renk, desen ve örgülerimizle hazırladığımız çok çeşitli harman karışımları ve tuşe özellikleri ile Yünsa'nın yenilenen yüzünü müşterilerimizin beğenisine sunduk ve olumlu geri dönüşler aldık. Yılın ikinci yarısında talepte artış yaşanacağını öngörüyoruz, dolayısıyla yün elyaflar, boya ve kimya ham maddelerinde mümkün olduğunca stoklu gittik ve stoklu çalışmanın faydasını gördük.

Üretimini yaklaşık üçte ikisini ihraç eden bir marka olarak, bugün itibarıyla dünyadaki beş büyük üst segment yünlü kumaş üreticisinden biriyiz. Tamamen yerli bir marka olarak ürünlerimizi 50'den fazla ülkeye ihraç ediyor, dünya modasında söz sahibi 400'ü aşkın modacı ve firmaya ulaştırıyoruz. 2022 yılı için büyüme hedefimiz artan bir ivme ile devam edecek. Geçtiğimiz yıl tedarik sıkıntısı sebebiyle Çin'den Türkiye'ye kayan talepleri, müşterilerimize sunduğumuz hızlı, güvenilir hizmet ve yüzde 99,6 kalite oranımız sayesinde kalıcı hâle getirmeyi hedefliyoruz. Yünlü kumaş sektöründe İtalyan marka hâkimiyetini kırarak premium müşteri segmentimizi daha da genişletmek istiyoruz. Ayrıca kumaşın yanında hazır giyim sektöründe de büyümek önemli hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Pandemi dönemi tekstil ve hazır giyim sektöründe sürdürülebilirliği gündeme getirdi. Tekstil ve hazır giyim markalarının sürdürülebilir kumaşlara olan ilgisinin artması Yünsa'ya nasıl yansdı? Bu noktada ne gibi yatırımlar ve çalışmalar yapıyor, hangi global markalar ile iş birliği yürütüyorsunuz?

Sürdürülebilirlik tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil sektöründe de en önemli gündem maddelerinden biri ve öyle olmaya da devam edecek. Günümüzde Uzak



Doğu pazarı dışında tüm pazarlarda sürdürülebilirlik ana pazar trendleri içinde yer alıyor. 2030 yılına kadar tüm malzemelerde yüzde 100 sürdürülebilirlik hedefi belirleyen müşterilerimiz var. Diğer müşterilerimizin de birkaç yıl içinde bu yolda ilerlemesiyle sürdürülebilir kumaş taleplerinde artış yaşanmasını öngörüyoruz.

Yünsa olarak doğayı koruyan üretim anlayışımız doğrultusunda, koleksiyonlarımızda daha az doğal kaynak tüketerek geri dönüştürülmüş malzemelerden üretilen ürünler sunmaya önem veriyoruz. Global Recycled Standard (GRS), Recycled Claim Standard (RCS) ve Responsible Wool Standard (RWS) sertifikalarına

sahip bir firma olarak çevre dostu yöntemlerle, sürdürülebilir kaynaklardan elde edilen ham madde kullanımına öncelik veriyoruz. İlke edindiğimiz döngüsel ekonomi modeli gereğince, atıkları geri dönüştürmeyi ve doğal kaynak kullanımını azaltmayı hedefliyoruz. Bu kapsamda ABD merkezli geri dönüşüm firması Unifi iş birliğinde, atık pet şişelerin geri dönüştürülmesiyle üretilen özel repreve elyaf karışımı kumaşlar üretiliyor. Bugüne kadar koleksiyonlarımızda 147 bin kilogramdan fazla repreve elyaf kullanarak yaklaşık 8,7 milyon pet şişeyi kumaşa dönüştürdük. Böylece toplamda 2 milyon 283 bin 530 kilovat saat enerji ve 746 bin 243 litre su tasarrufu sağladık.

Yünsa'nın sürdürülebilirlik politikası, ekonomik açıdan performansına nasıl yansıyor?

Sürdürülebilirlik, dünyanın gündeminde yer alan en önemli konular arasında başı çekiyor. Çevre konusunda farkındalık arttıkça talep de bu yöne doğru genişliyor ve yeşil standardı yüksek şirketlerin çevreci ürünleri daha çok tercih ediliyor. Başta Avrupa olmak üzere çeşitli pazarlarımızda birçok müşterimizden çevre dostu yöntemlerle üretilmiş, sürdürülebilir kumaş talepleri alıyoruz. Sürdürülebilirlik, önümüzdeki yılların değişmez konusu olmaya devam ederken bizim de iş planlarımız arasında en tepede yer alacak.

AR-GE ve inovasyon alanındaki çalışmalarınız, sürdürülebilir ürün alternatifleri geliştirmenize nasıl bir katkı sağlıyor?

Mevcut üretim yetkinliklerimizi kullanarak ilgilenebileceğimiz yan alanlar, 2010 yılından bu yana AR-GE merkezimizde özellikle yakından değerlendiriliyor. AR-GE projelerimizi belirlerken ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik süzgecinden geçiriyor; çevre dostu, sürdürülebilir projelere öncelik veriyoruz. Yatırımlarımızı inovasyon ve sürdürülebilirlik doğrultusunda kurguluyor; verimliliği artırma, maliyetleri düşürme ve mevcut teknolojinizin yükseltilmesi üzerine planlarımızı hayata geçiriyoruz.

AR-GE merkezimiz altında bir Ham Madde Platformumuz bulunuyor. Yeni ham madde araştırmalarımızı, yeni elyaf/iplik ve kimyasal testlerimizi bu platform bünyesinde yapıyoruz. Ham madde araştırmalarımızın büyük çoğunluğu ise recycle, biyobozunur, üretim esnasında kaynakları daha az tüketen veya doğaya daha saygılı, aynı zamanda sosyal sürdürülebilirliği de içine alan ürünlere yoğunlaşıyor.

Bu çalışmalarımız sayesinde sürdürülebilirlik stratejimize katkı sağlayan önemli projeleri hayata geçirdik. Örneğin, döngüsel ekonomiye katkı sağlayan Yün İplik Üretim Hattı Teleflerinden Geri Dönüştürülmüş İplik ve Kumaşların Geliştirilmesi Başlıklı TÜBİTAK Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı (TEYDEB) Sanayi AR-GE Projeleri Destekleme Programı (1501) destekli projemiz tamamlandı. Yün telefleri, ülkemizde genellikle battaniye gibi kalın ipliklerin kullanıldığı alanlarda değerlendiriliyor. Biz bu projeye iplik ve kumaş üretim hatlarımızda ortaya çıkan teleflerden ince numaralarda, katma değeri yüksek ve Yünsa'nın da üretim yolculuğunda kullanılacak iplik ve kumaşlar ürettik. Karbon ayak izi düşürülen geri kazanılmış yünler 360 RCS adıyla pazara yeni bir koleksiyon olarak sunuldu.



Bugüne kadar koleksiyonlarımızda 147 bin kilogramdan fazla repreve elyaf kullanarak yaklaşık 8,7 milyon pet şişeyi kumaşa dönüştürdük.

Bu çalışmalara ek olarak işletme içinde enerji tüketimi yüksek ve tasarruf potansiyeli olan bölgelerde enerji tasarruf projeleri de hayata geçiriyoruz.

Yünlü kumaşlar ile inovasyonu buluşturan ürün alternatifleriniz hakkında kısaca bilgi verebilir misiniz?

Ana işimiz olan yünlü kumaş ile çeşitli inovatif uygulamaları bir araya getiren birçok farklı ürün alternatifimiz mevcut. Örneğin BioGreen adını verdiğimiz kumaşlarımız, petrol türevi kimyasallar yerine yabancı bitki tohumlarından elde edilen yağ bazlı doğal bir yumuşatıcı ile işlem görüyor. Muadillerine göre sekiz kat daha düşük karbon ayak izine sahip olan bu ürünümüz, doğada biyolojik olarak yüksek oranda çözünebiliyor.

Deniz yosunu içerikli biyobozunur bir elyaf olan Seacell kumaşlarımız; antioksidan, vitamin, mineral, amino asitlerle cildi besliyor ve yumuşaklık sağlayan yapısıyla öne çıkıyor. Avokado içerikli AvoCare kumaşımız da yine doğal yumuşaklık sağlayan ve cilde bakım yapan bir ürünümüz.

Diğer inovatif kumaşlarımız arasında kapok bitki tohumundan elde edilen, çevre dostu, hipoalerjenik ve hızlı kuruyan kapoklu kumaşlar, yünün işlemler esnasında kaybettiği doğal yün yağının ürüne geri verilmesiyle cildi nemlendirme ve yumuşatma özelliği olan Woolwax, yenilenebilir ağaç kaynaklarından üretilen ve şeffaf tedarik zinciri ile eko etiketine sahip EcoVero'yu sayabiliriz.

Polyestere en yakın mekanik özelliklere sahip, polyesterin doğada kolay bozulabilir alternatifi olarak nitelendirdiğimiz PLA elyafını kullanarak geliştirdiğimiz yün/PLA karışımı kumaşlarımız, doğada biyolojik olarak yüzde 100 oranında parçalanabiliyor. Son olarak, iplik üretim hattı teleflerimizi kullanarak özel olarak tasarladığımız, ısı ve ses yalıtımı sağlayan akustik keçer ürünümüz de beyaz eşya ve otomotiv sektörlerinde ses ve ısı yalıtım malzemesi olarak kullanıma uygun, sürdürülebilir bir ürün alternatifi olarak öne çıkıyor.

Dijitalleşirken siber tehditlerden korunmanın yolları

Teknolojik gelişmelere uyum sağlamak, müşteri beklentilerini karşılamak ve dijitalleşmek isteyen şirketler bu alana önemli yatırımlar yapıyor. Ancak moda dâhil olmak üzere birçok sektörü tehdit eden siber saldırılar, dijitalleşme yolunda şirketlerin karşısına çıkan en önemli risklerden biri olarak görülüyor.



INTERNET tarihi boyunca ürün ve hizmet platformlarına yönelik düzenlenen siber saldırılar, son 10 yılda büyük bir risk hâline geldi. Gerçekleştirilen saldırılar nedeniyle milyonlarca müşteri veya kullanıcı mağdur edilirken işletmeler, milyarlarca doları bulan maddi kayıplarla karşı karşıya kaldı. Pandemi döneminde değişen ödeme ve alışveriş alışkanlıkları nedeniyle siber saldırılar büyük bir hız kazandı.

Türkiye’de siber güvenlik alanında çalışmalar yapan STM, 2021 yılının son çeyreğini kapsayan Siber Tehdit Durum Raporu’nu yayımladı. Rapora göre 2021 yılı boyunca dünya genelinde 62 milyon 508 bin 710 siber saldırı meydana geldi. STM analistleri, siber saldırganların uzaktan erişilebilen servisler üzerinde parola ve kullanıcı adı denemeleri yaptığını belirterek test süreci tamamlanan servislerde parolaların değiştirilmesi ve karmaşık parolalar kullanılması gerektiği konusunda uyardı.

E-ticaret sitelerinin siber güvenliği değerlendirilen yerli girişim PCI Checklist’in açıkladığı 2021 yılı siber güvenlik verilerine göre Türkiye’de siber risklere karşı en güvenli sektörler finans, perakende ve moda olarak sıralandı. Perakende sektörünün 2021 yılında siber güvenliğe yaptığı yatırımlara dikkat çekilirken sektörün, güvenlik duruşunu en çok iyileştirenler kategorisinde birinci sıraya yükseldiği açıklandı. Siber güvenlik skorunu



Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

ortalama yüzde 20 artıran perakende sektörünü, moda ve eğitim sektörleri takip etti.

KOBİ’LERİN YÜZDE 51’İ SİBER SALDIRGANLARIN HEDEFİNDE

Siber güvenlik önlemlerine yatırım yapmak, büyük şirketler için kolay olsa da bu çaba, KOBİ’ler için çoğu zaman imkânsız görünebiliyor. Bu durumu fırsat bilen hackerler, saldırılarını siber güvenlik önlemleri zayıf olan KOBİ’lere yöneliyor. Yapılan araştırmalar, KOBİ’lerin yüzde 51’inin siber güvenlik ihlali yaşadığını ve bu ihlallerin yüzde 24 oranla en fazla kötü amaçlı yazılımlar yoluyla gerçekleştiğini gösteriyor. KOBİ’lerin uğradığı en yaygın saldırılar arasında yüzde 16 oranla veri ihlalleri ve yüzde 15 oranla kimlik avı saldırıları yer alıyor.

HACKERLER HANGİ SİBER SALDIRI YÖNTEMLERİNİ SEÇİYOR?

Uzaktan çalışmanın yaygınlaşmasıyla birlikte birçok kişi herkeşe açık Wi-Fi ağlarının olduğu ortamları tercih ediyor. Ancak Wi-Fi ağlarında yer alan yetersiz önlemler, hackerlerin kötü amaçlı yazılımlarını daha kolay yayabilmeleri için kusursuz bir zemin hazırlıyor. Halka açık bir alanda bulunan ücretsiz Wi-Fi bağlantısı, birçok kişi için cankurtaran işlevi görürken hackerler, kötü amaçlı yazılımlarını çeşitli yollarla bu ağlara enjekte edebiliyor. WatchGuard

Türkiye ve Yunanistan Ülke Müdürü Yusuf Evmez, hackerlerin kullandığı en yaygın yöntemler hakkında bilgiler paylaştı. Ortadaki Adam (MITM) saldırısının, üçüncü bir tarafın iki katılımcı arasındaki iletişimi ele geçirdiği bir siber saldırı türü olduğunu belirten Evmez: “Bu saldırıda hackerler kendi mesajlarını ekleyip size iletmek için bir sitenin kendi sürümünü sunabilir. Güvenliği ihlal edilmiş bir yönlendirici ise pek çok kişisel materyali nispeten basit bir şekilde yok edebilir. URL’ye bakarak güvenliğinizi kontrol etmelisiniz. Bir HTTPS adresinde “S” eki, sitenin güvenli olduğu anlamına gelmektedir. Evil Twins isimli saldırı yönteminde ise kötü niyetli bir erişim noktası (AP), bilinen bir ağ adresini taklit ederek meşru olanı kopyalamaktadır. Kullanıcı aldatmacaya düşerse hackerler veri trafiğine müdahale edebilir, kimlik bilgilerini çalabilir veya kötü amaçlı yazılım enjekte edebilir. Benzer şekilde adlandırılmış iki ağ bağlantısı görürseniz şüphelenmeli ve VPN kullanmayı ihmal etmemelisiniz.” dedi.

Packet Sniffing isimli yöntemin, siber saldırganların mevcuttaki bilgileri elde etmesini ve bunları hızlıca analiz etmesini sağladığını ifade eden Evmez, IT departmanlarının düzenli olarak çalışarak güvenli uygulamaları sürdürmesi, hataları bulması ve şirket politikalarına uyması konusunda çalışmalar yapmasına rağmen siber suçlular için kolay bir yöntem olarak algılandığına değindi. Bu yöntemden korunmak için güçlü şifreleme, VPN kullanımı ve özel bilgi gerektiren sitelerin SSL/TSL sertifikalarına sahip olduğuna dikkat edilmesi gerekiyor. Sidejacking isimli yöntemin web sitelerindeki özel hesaplara erişim sağlamak için kullanılan bir teknik olduğunu belirten Evmez: “Web siteleri, parolaları şifrelese de size şifrelenmemiş bir veri gönderebilir. Etkili bir güvenlik önlemi olarak bir erişim noktasından ayrılırken her zaman oturumu kapattığınızdan emin olmalıyız. Hileli AP’ler yöntemi ise yöneticiler tarafından yetkisiz olarak kurulmuş, kablosuz erişim noktalarıdır. Hackerler, doğrudan sunuculara bağlanmayı başardıktan sonra ağa bağlanan veya fiziksel olarak bağlanan yazılım tarafından oluşturulan bir AP aracılığıyla saldırı planlayabilir. Bu nedenle, hackerlerin türlü oyunlarına karşı dikkatli olmalıyız.” diye konuştu.



YUSUF EVMEZ
WATCHGUARD TÜRKİYE VE YUNANİSTAN
ÜLKE MÜDÜRÜ

SİBER SALDIRILAR, MODA DÜNYASINI DA ETKİLİYOR

Dünyanın önde gelen moda perakendecilerinden Guess, önceki yıl bir siber saldırıya uğradı. Fidyeye yazılım saldırısı nedeniyle marka, müşterilerinin kişisel verilerinin ele geçirildiğini açıkladı. Saldırı nedeniyle bin 300’den fazla müşteri mağdur olurken markanın 2021 yılının Şubat ayında gerçekleşen saldırıyı, beş ay sonra fark etmesi dikkat çekti. Türkiye dâhil 80 ülkeden kullanıcısı olan ABD’li moda perakendecisi Shein, 2018 yılında uğradığı siber saldırı sonrasında 6,5 milyon kullanıcısının bilgilerinin çalındığını açıkladı. Ünlü spor giyim

SİBER SALDIRILARDAN KORUNMANIN 5 ETKİLİ YOLU

1. Güvenlik duvarına sahip olunması:

Güvenlik duvarı, veriler ve siber suçlular arasında bir engel olarak kabul ediliyor. Şirketler ek bir koruma katmanı sağlamak için standart harici güvenlik duvarına ek olarak ayrı bir güvenlik duvarı kurmayı da seçebiliyor. Çalışanların, evden çalışmalarını ihtimaline karşı sistemlerinde güvenlik duvarını etkinleştirdiklerinden emin olunması gerekiyor.

2. Sahip olunan varlıkların korunması:

Şirketlerin, tüm kritik ve gizli verilerinin nerede bulunduğu hakkında bilgi sahibi olması ve bunları korumak için ekstra güvenlik önlemleri uygulaması önem arz ediyor. Tüm sistemleri, ağları, verileri ve kurtarma yeteneklerini kapsayan bir acil durum planı yapılması gerekiyor.

3. Kötü amaçlı yazılımlara karşı savunma:

Güçlü bir kötü amaçlı yazılımdan koruma çözümü, cihazların güvenliği için tehditleri engelleme ve işaretleme söz konusu olduğunda çok yararlı oluyor. Kötü amaçlı yazılımlara maruz kalmamak için en iyi uygulamalardan biri bilinmeyen Wi-Fi ağlarına bağlanmaktan kaçınmakken cihazları güncel tutmak ve güçlü parola koruması sağlamak da etkili adımları oluşturuyor.

4. Veriler üzerindeki yetkinin

kontrol edilmesi: Önemli verilere erişim ihtiyacı olmayanlara ekstra izin verilmemesi gerekiyor. Yönetim görevleri için yalnızca yönetici ayrıcalıklarına sahip hesapların yetkisi olmalı.

5. Çok faktörlü kimlik doğrulama (MFA)

çözümü: Başarılı bir kimlik ihlalinin arkasındaki neden, kendini bu işe adanmış bir saldırgan veya dikkatsiz bir çalışan olabilir. Kimlik hırsızlığı gibi genellikle siber suçluların sevdiği, kolay, düşük riskli ancak yüksek getirili siber suçlar bulunuyor. MFA sayesinde hesapları veya cihazları korumak için ek koruma katmanları eklenebiliyor. MFA ile yöneticiler anormallikleri tanımlamak için oturum açma davranış hareketleri, coğrafi konum ve erişilen oturum açma sistemi türü gibi bağlamsal bilgilerden de yararlanarak bu tür saldırıların önüne geçebiliyor.

Kaynak: Komtera

firması Under Armour, 2018 yılında “My Fitness Pal” adlı servisinin siber saldırıya uğradığını ve saldırıdan 150 milyon kullanıcısının etkilendiğini duyurdu.

2020 yılında ise siber saldırıların Türkiye’deki en önemli örneği kadın giyim perakende markası Penti’ye gerçekleştirildi. Markanın e-ticaret platformu bir süreliğine hacklendi. Penti, saldırıya müdahale ettiklerini ve riskleri ortadan kaldırdıklarını belirtti. E-bebek markası da Türkiye’deki moda endüstrisinde siber saldırıya maruz kalan kurumlardan oldu.



Fazla mesainin ispatında maaş bordrolarının önemi

Bu ayki makalemizde fazla mesainin ispatında maaş bordrolarının önemi konusunu, değerli okurlarımızın bilgisine sunmaktayız. Fazla çalışma, iş kanunumuzda haftalık 45 saati aşan çalışmalar olarak tanımlanmıştır. İşçinin fazla çalışma yapması hâlinde işveren tarafından kendisine belli oranda fazla çalışma ücreti ödenir.

BAHSİ geçen uygulamada sıklıkla işçiler tarafından fazla çalışma ücretlerinin ödenmediği yönünde davalar açılmakta ve işverenlerden hak talep edilmektedir. İşte bu noktada fazla mesai ücretinin ödenmiş olduğunun ispatı oldukça önem arz etmektedir. Fazla çalışma yaptığının ispatı işçiye aittir ve işçi her türlü delille fazla çalışma yaptığını ispat edebilir. Buna ilişkin ücretlerin ödendiğini ise işveren ispat etmelidir.

Fazla çalışma ve buna ilişkin ücretin ödendiği hususunda en önemli ispat araçlarının başında maaş bordroları gelir. İşverenin çalışanlara ödediği ücretlerin tüm vergi ve kesintilerle birlikte kaydedildiği, işveren tarafından her ay periyodik olarak düzenlenen resmî belgeye maaş bordrosu denir. Maaş bordrosu, işverenin işçiye ücret ödeme yükümlülüğünü yerine getirdiğini kanıtlayan bir belge niteliğindedir. Bu sebeple bordronun düzenlenmesi ve uygulanması hem işveren hem de işçi için oldukça önemlidir.

Maaş bordrolarının delil gücü ise imzalı olup olmamasına, bordroya karşı ihtirazi/aksine bir kayıt ileri sürülüp sürülmemiş olmasına göre değişmektedir. Çeşitli ihtimallere göre değerlendirecek olursak:

1- Maaş bordrolarında fazla mesai gösterilmiş ve işçi, ihtirazi/aksine bir kayıt ileri sürmeden bordroyu imzalamışsa artık işveren tarafından fazla mesai ücretinin ödenmiş olduğu kabul edilir. İşçi buna rağmen bordroda görünenden daha fazla mesai yaptığını ileri sürüyorsa ancak yazılı delil/belge ile ispat edebilir. Yani örneğin bordroda fazla çalışma yapıldığı ve buna ilişkin bir ödeme yapılmış olduğu görünüyor ve bu bordro işçi tarafından hiçbir kayıt konulmaksızın imzalanıyorsa, o bordronun aksini iddia eden işçi; bu iddiasını sadece yazılı delil ile ispat edebilecektir. Görüldüğü üzere işçi tarafından imzalı ve ihtirazi/aksine kayıt konulmamış maaş bordroları fazla mesainin ispatında en güçlü ispat aracıdır.

2- Bir diğer ihtimal olarak maaş bordrosunda fazla mesai gösterilmiştir ancak işçinin imzası yoktur. Bu durumda işçi, bordroda gösterilenden daha fazla çalışmasının olduğunu iddia etmesi hâlinde her türlü delil ile ispat faaliyetinde bulunabilir. Başka bir anlatımla işçinin imzasının bordroda yer almaması durumunda işçi, her türlü delille fazla çalışma yaptığını ispat edebilir. Buradan anlaşılacağı üzere maaş bordrolarında işçinin imzası büyük önem taşımaktadır.

3- Son ihtimal olarak ise işçi maaş bordrolarını imzalamış olmakla birlikte ödenen miktardan daha fazla ücret alacağı

olduğu yönünde ihtirazi/aksine kayıt ileri sürmüş olabilir. Bu hâlde işçi, bordroda görünenden daha fazla çalışma yaptığını her türlü delille ispat edebilir. Örneğin işçi, fazla çalışmasının 10 saat değil de 20 saat olduğu yönünde bordroya bir kayıt düşerek imzalamışsa artık o bordronun aksini tanık dâhil her türlü delil ile ispat edebilecektir.

Tüm bu açıklamalarımızdan anlaşılacağı üzere maaş bordroları, fazla mesainin ispatında büyük öneme sahiptir. Bordroyu güçlü bir delil durumuna sokan ise maaş bordrosundaki işçinin imzasıdır.

İŞÇİLER MAAS BORDROLARININ SAHTE OLDUĞUNU İDDİA EDEBİLİYOR

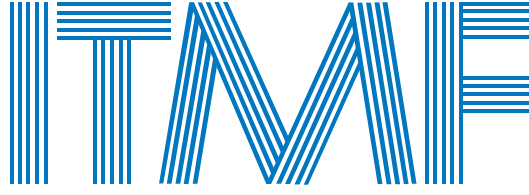
Uygulamada ortaya çıkan bir diğer sorun ise işçiler tarafından maaş bordrolarının sahteliğinin iddia edilmesidir. Bir başka anlatımla işçiler, her ne kadar maaş bordroları imzalamış olsalar da aslında bunu işveren otoritesi altında yaptıklarını ve baskı altında imzaladıklarını, bordroların gerçeği yansıtmadığını sıklıkla iddia etmektedirler. Bu durumda işçi, bordroda gösterilenden fazla çalışma yaptığını ancak bordronun sahteliğini ispat ederek kanıtlayabilir. İşveren, bordroları gerçeğe uygun doldurduysa ve düzenli olarak imzalı bir şekilde tuttuysa bordroları lehine kullanabilir. Yani işçi, bordrolarda tahakkuk edilenden daha fazla çalışma yaptığını iddia etse bile bu iddiasını kanıtlaması zor olacaktır. Yargıtay'ın yerleşmiş içtihatları da imzalı ve ihtirazi kayıtsız bordrolar kesin yazılı delil niteliğinde olduğu için işçinin bordrolarda yazılandan fazla çalıştığını ileri sürülmesinin mümkün olmadığını ifade etmektedir.

Sonuç itibarıyla, bordroda ihtirazi/aksine kayıt bulunup bulunmaması, imzalı olup olmaması, fazla çalışma sütununun doldurulmuş olup olmaması hususları bordronun ispat gücüne etki etmektedir. İşverenlere tavsiyemiz maaş bordrolarında fazla mesai için bölüm ayırmaları, bu bölüme işçinin fazla mesai bilgilerini kaydetmeleri ve bordro içeriklerinin doğruluğunu işçinin onayına sunarak imza almalarıdır. Böylelikle işverenler, ileride doğabilecek fazla mesai iddialarını bertaraf edebilme olanağına sahip olacaklardır.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

İşveren, bordroları gerçeğe uygun doldurduysa ve düzenli olarak imzalı bir şekilde tuttuysa bordroları lehine kullanabilir.



ITMF TEKSTİL ÖDÜLLERİ

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nın ulusal üyesi bulunduğu Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu ITMF, bu yıl ilk kez ITMF Ödülleri yarışması düzenliyor. İki kategoride, tekstil endüstrisinde başarı elde etmiş kişi ya da kurumlara verilecek ödüllerin kazananları 18-20 Eylül 2022'de Davos, İsviçre'de gerçekleşecek ITMF Konferansı'na projelerini sunmak üzere davet edilecek.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE İNOVASYON

Tekstil endüstrisinde yenilikçilik, tasarım, gelişim ve üretim odaklı; sürdürülebilirlik standartlarına ve çevreye saygılı başarılı çalışmalar ödüllendirilecektir.

ULUSLARARASI İŞBİRLİĞİ

17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi değerlerine yönelik, başarılı uluslararası işbirliği çalışmaları ödüllendirilecektir.

Başvurular **30 Nisan 2022** tarihine kadar **secretariat@itmf.org** adresine e-posta aracılığı ile yapılabilecek.

Başvuru belgeleri için: itmf.org/awards/itmf-awards-2022



Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası



Kur korumalı mevduat hesabı, şirketler için de uygulamaya konuldu

Siyasi otorite son dönemde yapmış olduğu düzenlemelere bir yenisini daha ekledi. Ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik krizin aşılması hususunda para politikası ile mücadele edilmesinin yanı sıra maliye politikası araçlarıyla da mücadele edilmesi gerekliliği önem kazandı.

SÖZ KONUSU düzenleme kapsamında siyasi otorite, asgari ücretin vergi dışı bırakılması ve asgari ücretin üzerinde ücret geliri elde edenlerin; asgari ücret kadarkı kısmının vergiden istisna edilmesi ile hem düşük gelirli olanların gelirini artırmış hem de yüksek açıklanan asgari ücret zammından dolayı ödeme yükleri artan işverenlerin yükünü azaltmıştır. Yine imalatçı olan ihracatçıların, kurumlar vergisi oranı bir puan düşürülmüştür. İşte kur korumalı mevduat hesabı uygulamasının gerçek kişilerden sonra şirketler için de uygulamaya konulması, bu kapsamda atılmış bir adımdır.

KUR KORUMALI TL HESABI İLE ALTIN VE ALTIN MEVDUAT HESAPLARINA ŞİRKETLER DE DÂHİL EDİLDİ

Başlangıçta yurt içi yerleşik gerçek kişiler için getirilen kur korumalı TL mevduat ve katılma hesabı uygulamasına, gelen talepler de dikkate alınarak şirketler de dâhil edildi. Söz konusu tebliğe göre gerçek ve tüzel kişiler, döviz ve altın hesaplarını kur korumalı TL mevduat hesabına dönüştürebilecek.

Yine yurt içi yerleşik gerçek ve tüzel kişilerin altın cinsinden mevduat ve katılım fonu hesaplarının, TL vadeli mevduat ve katılma hesaplarına dönüştürülmesi imkânı getirildi. Yurt içi yerleşik gerçek kişilerin 28 Aralık 2021 tarihinde mevcut olan, yurt içi yerleşik tüzel kişilerin ise 31 Aralık 2021 tarihinde mevcut olan altın hesabı ile bu tarihten sonra açılacak işlenmiş ve hurda altın karşılığı altın hesabı bakiyelerini dönüşüm fiyatı üzerinden TL'ye çevirmeleri durumunda belirlenen haklardan yararlanmaları sağlanacak.

PEKİ, BU HAKLAR NELER?

Şirketler, söz konusu düzenlemede yer alan kurumlar vergisi istisnalarından yararlanmak istemeleri hâlinde; 31 Aralık

2021 tarihli bilançolarında yer alan yabancı paralarını, 17 Şubat 2022 tarihine kadar TL'ye çevirmek ve bu suretle elde edilen TL varlığı, en az üç ay vadeli TL mevduat hesaplarında tutmak zorunda. Eğer bu işlem yapılır ve belirlenen süre boyunca beklenirse aşağıdaki istisnalardan yararlanılacak:

2021 YILI SONU DEĞERLEMESİNDEN KAYNAKLANAN KUR FARKLARI İSTİSNASI

Söz konusu yabancı paraların, 2021 yılı dönem sonu değerlemesinden kaynaklanan kur farkı kazançlarının son üç aya (1 Ekim - 31 Aralık 2021) isabet eden kısmı, kurumlar vergisinden istisna tutuluyor.

2022 KUR FARKI, FAİZ VE KÂR PAYLARI İSTİSNASI

Bu düzenlemede tam bir kaymaklı künefe durumu mevcut. Yapılan düzenlemeye göre hem şirketlerin dördüncü dönem kur farkı değerlemesinden kaynaklanan kambiyo kârları hem de 2022 yılında TL mevduata geçilmesi gereken 17 Şubat'a kadar oluşacak kur farkları vergi dışı bırakılmıştır. Yine belirlenen vade sonunda elde edilecek faizler ile Merkez Bankası tarafından yapılması muhtemel ek ödemeler de kurumlar vergisinden istisna edilmiştir.

KURUMLAR VERGİSİ İSTİSNASI, TL'YE DÖNÜŞTÜRÜLEN ALTIN HESAPLARI İÇİN DE GEÇERLİ OLACAK

Şirketlerin 31 Aralık 2021 tarihli bilançolarında yer alan altın hesabı ile bu tarihten sonra açılacak işlenmiş ve hurda altın karşılığı altın hesabı bakiyelerini, 2022 yılı sonuna kadar TL mevduat hesaplarına dönüştürmesi ve bu suretle elde edilen TL varlığı



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Yurt içi yerleşik gerçek ve tüzel kişilerin altın cinsinden mevduat ve katılım fonu hesaplarının, TL vadeli mevduat ve katılma hesaplarına dönüştürülmesi imkânı getirildi.



en az üç ay vadeli TL mevduat hesaplarında tutmaları durumunda; altın hesabının, Türk lirasına çevildiği tarihte oluşan kazançları, dönem sonu değerlemesinden kaynaklananlar da dâhil olmak üzere vade sonunda elde edilen faiz ve kâr payları ile Merkez Bankası tarafından yapılacak destek ödemeleri, kurumlar vergisinden istisna edilmiştir.

DÖNÜŞÜM NEDENİYLE OLUŞAN KUR VE ALTIN ALIM SATIM ZARARLARI GİDER YAZILABİLECEK

Peki bu işlemde zarar edilmesi durumunda ne olacak? TL mevduat ve katılma hesaplarına çevrilen yabancı paralar ile altın hesaplarına ilişkin olarak oluşan kur zararları ve altın alım satımına

Yabancı paraların, 2021 yılı dönem sonu değerlemesinden kaynaklanan kur farkı kazançlarının son üç aya isabet eden kısmı, kurumlar vergisinden istisna tutuluyor.

ilişkin zararlar, kurumlar vergisi matrahının tespitinde gider olarak dikkate alınabilecek.

BELİRLENEN KURALLARA UYULMAZSA NE OLACAK?

Türk lirası mevduat veya katılma hesabından vadeden önce çekim yapılması durumunda bu madde kapsamında istisna edilen tutarlar nedeniyle zamanında tahakkuk ettirilmeyen vergiler, vergi ziyai cezası kesilmek suretiyle gecikme faiziyle birlikte tahsil olunacak. Dolayısıyla şirketlerin bütçelerini iyi yapmaları ve vade tarihine kadar ihtiyaçları olmayacak parayı bu kapsamda değerlendirmeleri önem arz etmektedir.

Sonuç olarak bu uygulamaya döviz ve altın olan mükelleflerin ilgi göstereceği kanaatindeyim. Birçok firmaya danışmanlık yapan biri olarak, birçok şirketin konudan haberdar olmadığını da görmekteyim. Bu düzenlemeden parasal ihtiyaçlarını planlamaları şartıyla 31 Aralık itibarıyla bilançolarında döviz olan tüm mükelleflerin ve altın hesabı olanların yararlanması gerektiğine inanıyorum.

Hazır giyim ihracatı

2022 OCAK AYI İHRACATI



2022 Ocak ayı ihracatı bir önceki yılın aynı ayına göre %5,5 arttı.

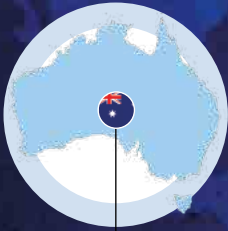


2022 Ocak ayında AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı ayına kıyasla %8,2 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



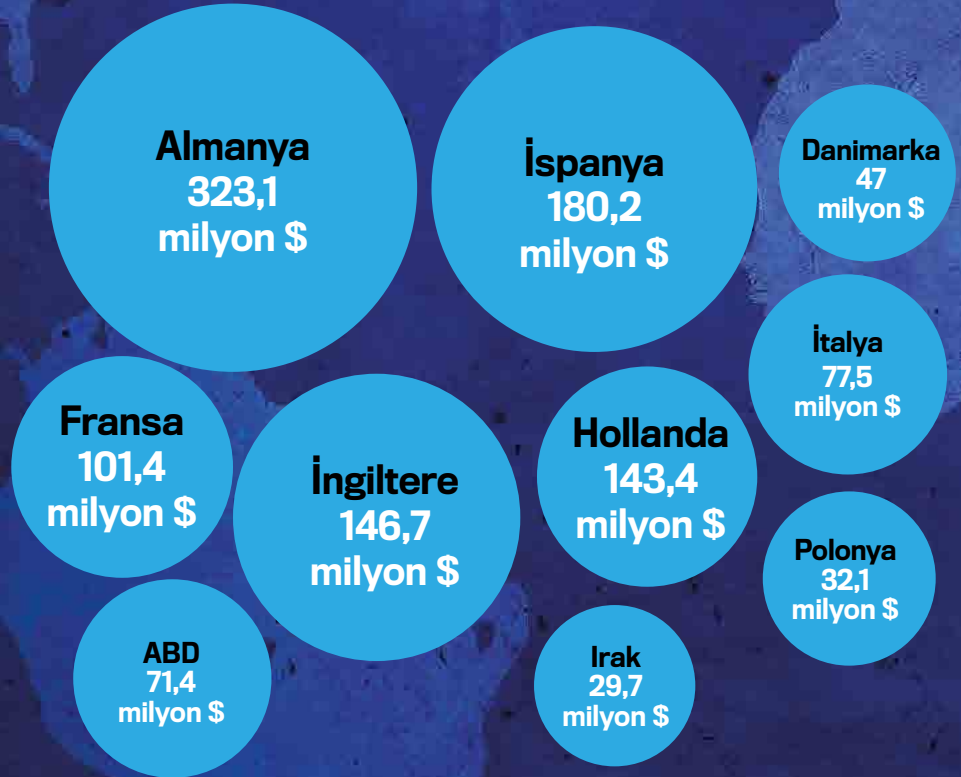
İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Avustralya
%163,9

2022 Ocak ayı ihracatında ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %163,9 ile Avustralya olurken Tacikistan'a ihracat %77,8, Yunanistan'a ise %71,8 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK AYI İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK AYI İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

%7,9 788,8 milyon \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

%0,5 552,3 milyon \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

%8,4 231,4 milyon \$

Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

2022 OCAK AYI İHRACATI

1,05
milyar
dolar



Sektörün 2022 Ocak ayı ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına kıyasla %11 arttı.



AB'ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı, Ocak 2022'de %14,2 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%6

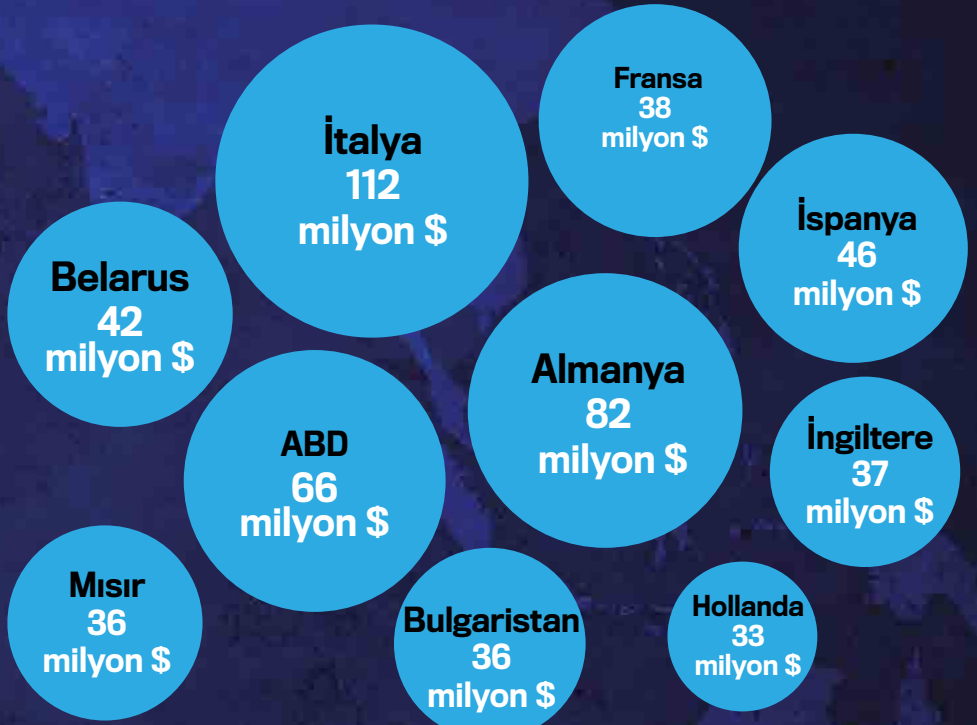
İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Nijerya
%109,8

2022 Ocak ayı ihracatında ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke %109,8 ile Nijerya olurken Yunanistan'a ihracat %82,2, Gürcistan'a ise %54,1 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK AYI İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK AYI İHRACATI

İPLİK

%13,1 215 milyon \$

DOKUMA KUMAŞ

%29,5 198 milyon \$

TEKNİK TEKSTİL

%-19,6 182 milyon \$

EV TEKSTİLİ

%-0,9 164 milyon \$

Deri ve deri mamulleri *ihracatı*

2022 OCAK AYI İHRACATI



2022 Ocak ayında deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yılın aynı ayına kıyasla **%21,5** arttı.



Ocak ayında AB'ye deri ve deri mamulleri ihracatı **%37** arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Ürdün
%648,3

2022 Ocak ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke **%648,3** ile Ürdün olurken Tacikistan'a ihracat **%436,8**, Vietnam'a ihracat ise **%339** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK AYI İHRACATI

Almanya
12,8
milyon \$

Rusya
10,8
milyon \$

ABD
5,1
milyon \$

İspanya
6,9
milyon \$

İtalya
9,4
milyon \$

İngiltere
5,4
milyon \$

Polonya
4,9
milyon \$

Hollanda
4,5
milyon \$

Irak
4,1
milyon \$

Fransa
4,9
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK AYI İHRACATI

AYAKKABI

%16,7 81 milyon \$

SARACİYE

%36,1 20,4 milyon \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

%54,2 19,8 milyon \$

DERİ VE KÜRKTEN GİYİM EŞYALARI

%-0,1 12 milyon \$

Halı ihracatı

2022 OCAK AYI İHRACATI

198,7
milyon
dolar



2022 Ocak ayında halı ihracatı bir önceki yılın aynı ayına göre **%15,6** düştü.



2022 Ocak ayında bir önceki yıla kıyasla Orta Doğu ülkelerine halı ihracatı **%11,6** oranında artış gösterdi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%1,6

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Yunanistan
%497

2022 Ocak ayında en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, **%497** payla Yunanistan oldu. Irak ihracatı **%60** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK AYI İHRACATI

ABD
62,9
milyon \$

İngiltere
12,5
milyon \$

Irak
6,8
milyon \$

Almanya
11,5
milyon \$

B.A.E.
10,5
milyon \$

Libya
7,1
milyon \$

Bulgaristan
4,6
milyon \$

İsrail
3,7
milyon \$

Kanada
3,7
milyon \$

Kuveyt
3,5
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK AYI İHRACATI

MAKİNE HALILARI

%-21 163 milyon \$

TÜFTE HALILARI

%17,1 31,9 milyon \$

EL HALISI

%93,9 3,7 milyon \$

ŞUBAT AYI ETKİNLİKLERİ

İSTANBUL HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

08-10 Şubat	Premiere Vision Paris Fuar Ziyareti – Fransa
9-11 Şubat	IFCO Fuarı – İstanbul
14-17 Şubat	Magic Fuarı – ABD
21-24 Şubat	CPM Moscow Fuarı – Rusya
21-24 Şubat	CJF Fuarı – Rusya
24-25 Şubat	OECD Forum on Due Diligence (Sanal)
27 Şubat-2 Mart	Coterie Fuarı – ABD

İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

8-10 Şubat	Premiere Vision Paris Fuarı – Fransa
------------	--------------------------------------

İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

22-23-24 Şubat	Lineapelle Fuarı – İtalya
6-7-8 Mart	Shoes Dusseldorf Fuarı – Almanya



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 Cad. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul
Tel: 0 212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0 212 454 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
(BATIAD)
Tel: 0 212 613 97 23
Web: www.batiad.org.tr

Birleşmiş Markalar

Derneği (BMD)
Tel: 0 212 320 82 00
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

İHKİB Eğitim Vakfı

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

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları

Derneği (KSİAD)
Tel: 0 212 415 82 32
Web: www.ksiad.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri

Derneği (KYSD)
Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Web: www.kysd.org.tr

Laleli Sanayici ve İş Adamları

Derneği (LASİAD)
Tel: 0 212 516 90 52 - 53
Web: www.lasiad.org.tr

Merter Sanayici ve İş Adamları

Derneği (MESİAD)
Tel: 0 212 643 47 22
Web: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları

Derneği (MTD)
Tel: 0212 296 90 45
Web: www.mtd.org.tr

Osmanbey Tekstilci

İş Adamları Derneği (OTİAD)
Tel: 0 212 231 92 85
Web: www.otiad.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

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.ttttd.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

HIZLI - GÜVENLİ - UYGUN

INTERMODAL & KARAYOLU Taşımacılığı

INTERMODAL;

İngiltere, Almanya, İtalya
Belçika, Hollanda, Avusturya
Lüksemburg

KARAYOLU;

Fransa, İspanya, İtalya
Belçika, Hollanda, Portekiz

6. GÜNDE
TESLİMAT



pricing@seraytrans.com

+90 212 451 51 01



S'ERAY
Logistics & Transport

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

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!



+90 212 481 22 17



kmt@kometmetal.com.tr



@kometmetal



ENERGY MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT SYSTEM

www.kometmetal.com.tr