

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

EKİM 2019 SAYI 311



Sektörler Fuarlarla Pazar Büyütüyor

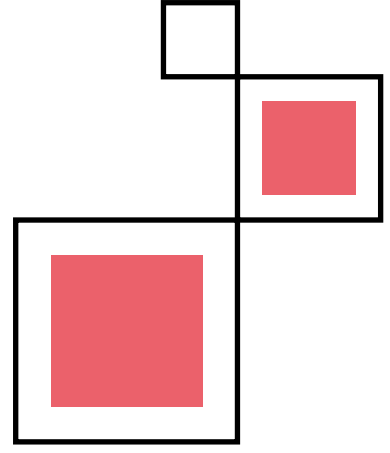
İHKİB, İTHİB VE İDMİB PATRONAJINDA 393 FİRMA EYLÜL AYINDA 5 ÜLKEDE 6 FUARA KATILDI.



HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ
AMERİKAYA İHRACATTA ÖNCÜ OLACAK

İÇİNDEKİLER

- 16** | İTKİB'DEN
TİM DELEGELER ÇALIŞTAYI'NDA
SEKTÖRLERİN SORUNLARI DİLE GETİRİLDİ
- 20** | YARININ MODA ENDÜSTRİSİ
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE ŞEKİLLENECEK
- 22** | 12. EKOTEKS ULUSLARARASI TEKSTİL SEMPOZYUMU
"SÜRDÜRÜLEBİLİR TEMİZ BİR DÜNYA
İÇİN YENİ YAKLAŞIMLAR" I PAYLAŞTI
- 28** | TTC NEW YORK, ABD'Lİ ALICILARLA
TÜRK FİRMALARINI BİR ARAYA GETİRDİ
- 36** | "I OF THE WORLD" FUARI ABD PAZARI
HEDEFİ İÇİN ÖNEMLİ BİR ÇALIŞMA
- 40** | DERİ SEKTÖRÜ, GÜNEY KORE'DE TİCARİ
HEYET ÖNCESİ İNCELEMELERDE BULUNDU



- 76** | KAPAK KONUSU
SEKTÖRLER FUARLARLA
PAZAR BÜYÜTÜYOR

- 50** | UR-GE
ÇORAP UR-GE PROJELERİ
BAŞLADI

- 60** | İŞTİRAKLER
NEW GEN'İN GENÇ YETENEKLERİ
PODYUMA ÇIKTI

- 104** | EKONOMİ KÖŞESİ
MAVİ OKYANUS
KIRMIZI OKYANUS

- 106** | HUKUK KÖŞESİ
TACİR YARDIMCILARI
KİMLERDİR?



- 08** | GÜNDEM
HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ
AMERİKA'YA İHRACATTA ÖNCÜ OLACAK



- 64** | KÜLTÜR
BİR DEVRİN HAFIZASI
KUNDURACILIK



52

FARK YARATANLAR
‘MADE BY ZORLU’ DÜNYADA ÖNCELİKLİ
TERCİH SEBEBİ

68

ANADOLU’DA YATIRIM
“TEMEL HEDEFİMİZ,
ÇALIŞMA
DİSİPLİNİMİZİ YURT
DIŞINA TAŞIMAK”

56

BRÜKSEL MEKTUBU
AB KOMİSYONU’NDAN
AB POLİTİKASINA DAİR
YENİ HEDEFLER

78

FUARLAR

RUSYA PAZARINA GİRİŞ KAPISI
COLLECTION PREMIERE MOSCOW

72

TASARIM
ÖZLEM SÜER
“DÜNYA MODASININ
TÜM GERÇEKLERİ
NY COTERIE’DE İÇ İÇE”

82

HAZIR GİYİM, UKRAYNA’DA İHRACATI
YENİDEN ARTIRMAYI HEDEFLİYOR

84

WHO’S NEXT PARIS’TE
TÜRK İZLERİ

86

ABD’NİN GİRİŞ KAPISI
NEW YORK COTERIE FUARI

88

PREMIERE VISION PARIS’TE
TÜRK MODA VİTRİNİNE BÜYÜK İLGI

90

İDMİB, MICAM FUARI’NDA AYAKKABI
SEKTÖRÜNE REFERANS OLDU

100

EĞİTİM

İHKİB FARKINDALIK YARATMAK İÇİN
14 YENİ SOSYAL UYGUNLUK KILAVUZU
YAYINLANDI



İTKİB HEDEF
İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.
Mustafa BEKTAŞ

YAYIN KURULU BAŞKANI
Özkan KARACA

YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI
Sultan TEPE, Hikmet ÜNAL
Bekir Burak UYGUNER
İbrahim GEYİKOĞLU

YAYIN KURULU

HAZIR GİYİM

Birol SEZER
Aydın ERTEN
Mithat SAMŞAMA

TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ
Ali Sami AYDIN
Orhan AYDIN
Fatma UÇURUM

DERİ

İlhan KUŞELİ
Serkan CEVAHİR

HALI

Bülent METİN
İlker DODANLI
Hamza KÜDEN
Kadir SARIM

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi B Blok
34530 Yenibosna - İSTANBUL

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Selda YEŞİLTAŞ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN
Ercan YAVUZ

EDİTÖR
Ebru PAKSOY
Peri ERBUL

MUHABİR
Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDITÖRÜ
Fatih YALÇIN

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ
Suat YEŞİLTAŞ

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI
YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3
NİŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL
+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI

PELİKAN BASIM
Maltepe Mh. Gümüşsuyu Cd. Odin
Topkapı Center İş Merkezi No: 28/1
Zeytinburnu - İstanbul



HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ AMERİKA'YA İHRACATTA ÖNCÜ OLACAK

ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross ile yapılan toplantıda, İHKİB ve İTHİB, iki ülke arasında Tercihli Ticaret Anlaşması imzalanması durumunda, Türkiye'nin ABD'nin tekstil ve hazır giyim sektörü için en önemli pazar olacağına vurgu yaptı.

ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross ve beraberindeki heyet, Türkiye ile ABD arasında yeniden şekillenen ticari ilişkilere dair yol haritası çimek üzere 6-11 Eylül tarihleri arasında Türkiye'ye ziyarette bulundu. T.C. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ve özel sektör temsilcileri ile bir araya gelen Bakan Ross, Çin-ABD ticaret savaşları ve Türkiye-ABD ticaret hacmini 100 milyar dolara çıkarma hedefi doğrultusunda çeşitli görüşmeler gerçekleştirdi.

Beş günlük ziyaretin ana konusu Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve ABD Başkanı Donald Trump'ın belirlediği 100 milyar dolarlık ticaret hacmine ulaşmak için atılacak adımlar ve yol haritası oldu. Bu bağlamda, ABD tarafının özellikle üzerinde durduğu ve yapılan çalışmaların da teyit ettiği bazı alanlar öncelikli sektörler olarak belirlendi. Tekstil, hazır giyim, mobilya, mermer,

otomotiv, otomotiv yan sanayi, mücevherat, sivil havacılık, çimento, kimya, makine ve lojistik sektörleri ikili ticaret hacminin artırılmasında en öncelikli sektörler olarak belirlenirken, bunlar içinde tekstil ve hazır giyim lider sektör olarak ön planı çıktı.

Böylece 1980 ve 1990'lı yıllar boyunca, Türkiye'de üretimin ve ihracatın lokomotif sektörleri olan tekstil ve hazır giyim, bir kez daha kurtarıcı olarak ön plana çıkıyor. 80 ve 90'larda olduğu gibi Türkiye'nin ihracat yükünü sırtlayacak olan iki sektör, teknik altyapısı, kalitesi ve kapasitesi ile 100 milyar dolar ihracat hedefinde en fazla desteği sunacak.

Diğer yandan ABD'nin Çin'e uygulama kararı aldığı ek vergiler içinde tekstil ve hazır giyim sektörlerinin de yer alması, ABD adına bu iki sektörün önemini daha da artırıyor. Türkiye ise dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim ithalatçısı

konumunda bulunan ABD'ye ihracatını artırmak için önlerine konulan bu fırsatı en iyi şekilde değerlendirmek için temas ve çalışmalarına başladı. Bu bağlamda tekstil ve hazır giyim sektörü, Bakan Ross ile bir araya gelerek, neler yapılması gerektiği konusunu masaya yatırdı.

“TERCİHLİ TİCARET ANLAŞMASI” HEDEFE VARMAYI KOLAYLAŞTIRACAK

Karşılıklı ekonomik ilişkilerin daha ileriye taşınması yönünde gerçekleştirilen görüşmeler kapsamında Bakan Ross, ABD Ankara Büyükelçisi David M. Satterfiel, ABD İstanbul Başkonsolosu Ticaret Ateşesi John Coronado, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ve Adana Sanayi Odası Başkan Yardımcısı Bülent Başer ile 8 Eylül tarihinde, Çırağan Palace Kempinski'de bir araya geldi. Görüşmede Türkiye ile ABD arasındaki 100 milyar dolarlık dış ticaret hedefine yönelik gerçekleştirilmesi planlanan iş birliği imkanları değerlendirildi.

Ana gündem maddesini, iki ülke arasında yapılabilecek “Tercihli Ticaret Anlaşması”nın oluşturduğu toplantıya, Türkiye hazır giyim ve tekstil sektörünün büyüklüğünü yansıtan verilerin paylaşılmasıyla başladı. Toplantıda, Türkiye hazır giyim ve tekstil sektörlerinin diğer ülkeler ile rekabette; sahip olduğu entegre üretim altyapısı, güçlü yan sanayi varlığı, hızlı oluşu, lojistik konusunda sahip olduğu esneklikler, ürün geliştirmede sahip olduğu çok yönlülük ve kalite gibi unsurlar sayesinde önde olduğuna vurgu yapıldı. Türkiye'nin sahip olduğu genç ve sürdürülebilir iş gücü sayesinde herhangi bir ölçek problemi yaşamadığı aktarılırken; sosyal sorumluluk, şeffaflık, etik ticaret ve geri dönüştürülebilir ürün üretimi gibi artık tüm dünyanın üzerinde hassasiyetle durduğu başlıklara da büyük bir titizlikle işlerlik kazandırıldığına altı çizildi. “Made in Turkey” etiketinin özellikle havlu ve bornoz gibi Türk tekstil ve hazır giyim tekstil ürünlerindeki sağlamış olduğu pozitif etki de detaylı şekilde paylaşıldı.

İLAVE GÜMRÜK VERGİLERİ SONRASI MENŞE SAPMASI OLUŞABİLİR

Bakan Ross'un “Türkiye olarak, ABD'li markaların ürün ihtiyacını karşılayabilecek kapasitede misiniz?” sorusuna Başkan Gültepe, kendilerine sektörün mevcut durumunu anlatan ve kapasite artırımı için gereken yeni yatırımlara ilişkin bir rapor sunabileceklerini aktararak, “Önümüzdeki 5-7 yıl içinde tekstil ve hazır giyimde yıllık yüzde 20 büyüme yakalayabiliriz. ABD'ye 5 milyar dolar ihracat yapabileceğimizi hesaplıyoruz. Çin ile olan ticaret savaşları neticesinde ABD pazarında oluşacak fırsatları düşündüğümüzde bu 5 milyar dolar olan ihracat potansiyelini tekstil, hazır giyim ve halı şeklinde sektörleri bütünsel olarak ele aldığımızda rahatlıkla 10 milyar dolara çıkarma kabiliyetimiz var” şeklinde cevap verdi.

Toplantıda, ABD'nin Çin'e, hazır giyim ve tekstil sektörlerinde getirilmesi öngörülen yüzde 25'e yakın ilave gümrük vergilerinin olası sonuçları da konuşuldu ve ortaya çıkabilecek sorunlara değinildi. Başkan Ahmet Öksüz konuyla alakalı olarak, bu durumun menşe sapması problemini doğurabileceğini belirterek, “ABD'nin en büyük tekstil ve hazır giyim tedarikçileri arasında yer alan Vietnam, Endonezya, Pakistan ve Kamboçya ülkeleriyle Çin'in Serbest Ticaret Anlaşması bulunuyor; dolayısıyla Çin'e getirilecek ilave gümrük vergileriyle bu ülkelere menşe sapması olabilir, Çinli üreticiler, ürünlerini bu ülkelere kaydırabilir. Ancak Türkiye ile imzalanacak Tercihli Ticaret Anlaşması ile Türkiye, ABD'nin ihtiyaç duyduğu tekstil tedarikini rahatlıkla sağlayabilir” dedi.

Toplantıda, Türkiye ile olası bir Tercihli Ticaret Anlaşması imzalanması

SEKTÖRÜN ALDIĞI PAY

Dünya pazarından

%3,3

AB pazarından

%12,8

ABD pazarından

%1,6

TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ

Dünyanın

6.

AB'nin

2.

tedarikçisi

Türkiye'nin

2.

ihracatçısı



28

MİLYAR DOLAR
Sektörün
ihracattaki payı



2

MİLYON
sağladığı istihdam



90

MİLYAR DOLAR
Üretim değeri



Toplantıda, ABD ve Türkiye dış ticaretinde, sektörlerin rekabetçi değil, birbirini tamamlayıcı sektörler olduğu, dolayısıyla kazan - kazan ilişkisi içerisinde, birbirlerini destekleyeceği belirtildi.

durumunda, Türkiye'nin Çin'e alternatif bir güç olduğu vurgulandı. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde ABD ve Türkiye dış ticaretinde, sektörlerin rekabetçi değil, birbirini tamamlayıcı sektörler olduğu, dolayısıyla kazan - kazan ilişkisi içerisinde, birbirlerini destekleyeceği belirtildi. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe, dünyanın büyük alım grupları arasında yer alan markaların en önemli tedarikçilerinden biri olduğu ifade edildi ve sektörün ABD'li alım gruplarının da taleplerini karşılayabilecek kapasitede olduğuna dikkat çekildi.

MUSTAFA GÜLTEPE “ABD İLE TİCARETTE ÖNCÜ SEKTÖRÜZ”

ABD'nin, AB'nin ardından dünyanın en büyük hazır giyim ve tekstil pazarı olduğunu belirten Gültepe, Türkiye'nin AB'nin en büyük ikinci tedarikçisiyken, 116 milyar dolarlık ABD pazarında ise 14. sırada olduğuna dikkat çekti ve devam etti: “ABD, 103 milyar dolarlık bir pazar. Oysa bizim bu ülkeye 2018'deki ihracatımız sadece 600 milyon dolar. Tekstilin 357 milyon dolarlık ihracatı ile birlikte 1 milyar dolar sınırına yaklaşıyoruz. Bu rakamlar, dünyanın en önemli birkaç tedarikçisinden biri olan Türkiye için çok düşük. Hem kaliteli üretim anlayışımız hem lojistik avantajımız hem de teknik altyapı

ve donanımızla çok daha iyisini yapabileceğimizi biliyoruz. İki ülke arasındaki yeni ticari hedefler de bunun için bir fırsat” dedi.

İki ülke arasındaki 100 milyar dolarlık ticari hedefe büyük katkının hazır giyim ve tekstilden geleceğine vurgu yapan Gültepe, “Türkiye'nin ABD'ye 50 milyar dolarlık ihracatında en avantajlı sektör, hazır giyim ve tekstil. Zaten ABD ile ticarete en öncü sektör olmak zorundayız. İki ülke siyasi otoritelerinin de desteğini alabilirsek, ABD'ye ihracatımızı kısa vadede 3 milyar dolara çıkarabiliriz. Orta vadede ise 5 milyar dolarlık bir ihracat hacmine ulaşmamızın önünde hiçbir engel yok. ABD'ye 50 milyar dolarlık ihracat hedefinin asgari yüzde 10'una hazır giyim ve tekstil olarak biz imza atabiliriz” şeklinde konuştu.

AHMET ÖKSÜZ

“İHRACATIMIZI 5 MİLYAR DOLARA ÇIKARABİLİRİZ”

100 milyar dolar dış ticaret hedefi kapsamında öncelikli sektörlerin başında yer alan tekstil sektörü adına konuşma yapan Ahmet Öksüz, ilk olarak, Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ABD pazarından aldığı payın çok düşük olduğuna dikkat çekti ve bu durumun gerek sektörlerimizin dünya pazarındaki gücünü gerekse ABD ile tekstil ve hazır giyim dış ticaretinde sektörün potansiyelini ortaya koyduğunu dile getirdi.

ABD ile Türkiye arasında gerçekleştirilmesi planlanan 100 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için yeni bir bakış açısı ve vizyon oluşturulması gerektiğini belirten Öksüz, “Türkiye'nin ABD'ye ihracatından sektörlerimiz yüzde 20 pay alıyor. ABD ile potansiyelimizin farkındayız. Ortaya koyduğumuz rakamlar da gösteriyor ki, sektörümüzün bir kapasite sorunu bulunmuyor. İki ülke arasında ‘Tercihli Ticaret Anlaşması’ imzalanması durumunda ticari ilişkilerimizin hızla artacağına inanıyoruz. Böylesi bir anlaşmanın imzalanmasıyla, Türkiye ve ABD arasındaki 100 milyar dolar değerindeki dış ticaret hacmi hedefine en büyük katkıyı sektörlerimizin vereceğine şüphem yok. Hazır giyim sektörü ile birlikte toplamda ABD'ye ihracatımızı 5 milyar dolara rahatlıkla çıkarabileceğimizi söyleyebilirim” dedi.



ABD PAZARI, SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRMADA SIÇRAMA TAHTASI OLACAK

TİM ev sahipliğinde gerçekleştirilen “ABD Pazarı Çalışma Toplantısı”, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay’ın katılımı ile gerçekleşti. Toplantıda görüşlerini açıklayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Türkiye’nin 100 milyar dolarlık ihracat hedefinde tekstil ve ham maddeleri sektörünün öncelikli sektör olarak belirlendiğine dikkat çekti.

Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin (TİM) ev sahipliğinde, 27 Ağustos Salı günü düzenlenen “ABD Pazarı Çalışma Toplantısı”, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Yönetim Kurulu Üyeleri ve tekstil sektörünün önde gelen isimlerinin katılımı ile gerçekleşti.

Toplantıda ABD ve Çin’in birbirine uygulayacağı ilave vergi ve önlemlerin ülkemiz ekonomisine yansımaları konusunda bilgi alışverişi yapılırken, ABD pazarında etkin olabileceğimiz konular ve sektörler üzerine çalışmalar yapıldı.

“EK VERGİLER SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRACAK”

Türkiye’nin 100 milyar dolar dış ticaret hedefine yönelik olarak, tekstil ve ham maddeleri sektörünün görüş ve önerilerini paylaşan Başkan Ahmet Öksüz, yaptığı konuşmada “ABD, dünyanın en büyük tekstil ve ham maddeleri ithalatçısı. En büyük tedarikçilerinin başında ise 13 milyar dolar ile Çin geliyor. Türkiye ise ABD’nin

tekstil ve ham maddeleri ithalatında sekizinci sırada yer alıyor.

ABD tarafından Çin menşeli tekstil ve ham maddeleri ürünlerinin çok büyük bir kısmına uygulanacak olan yüzde 25 ilave gümrük vergileri; Türkiye’nin ABD’ye tekstil ve ham maddeleri ihracatını artırmak için önemli bir fırsat” dedi.

ABD’nin uygulayacağı ek vergilerin, Türk tekstil ürünlerinin ABD hazır giyim pazarındaki şansını ve rekabet gücünü daha da artıracaklarını vurgulayan Başkan Öksüz, “Katıldığımız ABD fuarlarında gördüğümüz ilgi, yaptığımız iş birlikleri ve şimdiden artan sipariş miktarları, önümüzdeki dönemde çok daha başarılı bir performans sergileyeceğimizin, ABD’deki yerimizi daha da sağlamlaştıracağımızın önemli göstergeleri” dedi ve Türk tekstil sektörünün pazara girişini kolaylaştırmak adına alternatif çalışmalara hız kazandırdıklarını sözlerine ekledi.

Türk tekstil sektörünün 2019 hedefi olan 11 milyar dolarlık ihracatın üzerine çıkmak için ABD pazarının kilit unsur niteliğinde olduğunun altını çizen Öksüz, bu konuda iki ülke arasında tercihli ticaret anlaşması yapılması gerektiğine dikkat çekti.



TİM VE KOSGEB “İHRACATA İLK ADIM SEFERBERLİĞİ” İÇİN İMZALARI ATTI

TİM'in, KOBİ düzeyindeki firmaları ihracata özendirmek ve uluslararası platformda farkındalık oluşturmak amacıyla KOSGEB ile hayata geçirdiği “İhracatta İlk Adım Seferberliği Protokolü” kapsamında imzalar atıldı. Anlaşma ile KOBİ'lere 300 bin TL'ye kadar destek verilecek.

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı (KOSGEB) arasında başlatılan “Yurtdışı Pazar Destek Programı” iş birliği için imzalar, 14 Eylül Cumartesi günü atıldı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ile Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın teşriyiyle Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen protokolün imza törenine İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak ve diğer birliklerin başkanları katıldı.

TİM Başkanı İsmail Gülle ile KOSGEB Başkanı Cevahir Uzkurt'un imzaladığı “TİM-KOSGEB İhracatta İlk Adım Seferberliği İşbirliği Protokolü” ile ihracat yapan ve ihracata başlayacak olan KOBİ'lere 300 bin liraya kadar destek sağlanacak.

Program kapsamında KOBİ'lere, yazılım ve donanım giderleri desteği, tanıtım giderleri desteği, yurt dışı fuar ve seyahat giderleri desteği, personel gideri desteği, test, analiz ve belgelendirmeye yönelik destek ve hizmet alımı giderleri desteği olmak üzere altı farklı kalemdede destek sağlanacak.

KOBİ'ler, 16 Eylül Pazartesi gününden itibaren, KOSGEB'in internet sitesi veya e-devlet üzerinden programa başvuru yapabilecekler.

İSMAİL GÜLLE “3,5 MİLYON KOBİ'Yİ İHRACATA KATMAK İSTİYORUZ”

Törende yaptığı konuşmada, ihracatın Türkiye ekonomisi için önemine dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Gülle, KOBİ'lere destek vermenin ekonomi için stratejik mahiyette olduğunu söyledi.

2019'un ilk sekiz ayında 12 bin firmanın ihracat yapmaya başladığını kaydeden Başkan Gülle, “Bu firmalar, 2,2 milyar dolar ihracata imza attılar. Köklü firmalarımız ile birlikte, ihracata

başlayan KOBİ'lerimiz, geçtiğimiz yıl 168 milyar dolar olan ihracatımızı, Ağustos ayında 12 aylık periyotta 180 milyar dolara taşımayı başardı" dedi.

Gülle, 3,5 milyon KOBİ'nin ihracata katılmasının TİM olarak en büyük hedefleri olduğunu ifade etti.

“KOBİ'LER İÇİN DÜNYA PAZARLARINI ERİŞİLİR KILACAĞIZ”

İmzalanan protokolle KOBİ'leri ihracata özendirmeyi hedeflediklerini belirten Başkan İsmail Gülle, yürütecekleri mentörlük ve eğitim programları ile KOBİ'ler için dünya pazarlarını erişilir kılacaklarını aktardı.

“TİM ve KOSGEB olarak güçlerimizi birleştirerek, firmalarımıza eğitim ve danışmanlık hizmeti verecek, en doğru ürünle en doğru pazarda yer almalarını sağlayacağız” diyen Gülle, eğitimi başarı ile tamamlayan firmalara “Dış Ticaret Eğitimi Katılım Sertifikası” verileceğini söyledi.

MUSTAFA VARANK

“300 BİN LİRALIK DESTEĞİN %70'İ GERİ ÖDEMESİZ OLACAK”

Törende yaptığı konuşmada daha fazla üretim ve ihracata ihtiyaç olduğunu söyleyen Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Yurtdışı Pazar Destek Programı ile KOBİ'lere daha fazla katkı sağlayacaklarını belirtti ve “Protokolü imzalanan bu destek programının asıl amacı, KOBİ'lerin ihracattaki payını, yüzde 60'lara çıkarmaktır” dedi.

Varank, devreye aldıkları Yurtdışı Pazar Destek Programı ile ihracata yönelik KOBİ'lere verecekleri 300 bin liralık desteğin %70'inin geri ödemesiz olacağını söyledi ve şöyle devam etti: “300 bin lira destek almaya hak kazanan bir KOBİ'miz, bunun sadece 90 bin lirasını KOSGEB'e geri ödeyecek. Proje bazlı olarak hayata geçecek programın destek süresi altı aydan 24 aya kadar sürebilecek. KOBİ'lerin ürünlerini tanıtmak üzere yapacakları reklamları ve

e-ticaret platformlarındaki harcamalarını 100 bin liraya kadar biz karşılayacağız.”

RUHSAR PEKCAN

“70 MİLYAR DOLARLIK İHTİYAÇ KREDİSİ VERMEYİ HEDEFLİYORUZ”

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ise, “Bu sene KOBİ'lere 1,7 milyar dolar ihracat desteği verdik. Bütçemiz ise 3,7 milyar dolar. Duyurular yapıyoruz, desteklerimizi anlatıyoruz. Melek yatırımcılarla girişimcileri birleştirmek üzere bir web platformu gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Ayrıca esnafı da ihracatçı yapmak üzere mevzuatta da değişiklik yapmaya çalışıyoruz” dedi.

Eximbank'ın KOBİ'lere yönelik desteklerini artırdığını vurgulayan Pekcan, bu sene 48,4 milyar dolarlık bir ihracat kredisi vermeyi planladıklarını, asıl hedefin ise 70 milyar dolar olduğunu söyledi.

Bakan Pekcan, “Türkiye, KOBİ ağırlıklı bir ekonomi. İstihdamın yüzde 74'ünü, üretilen katma değer yüzde 54'ünü ve ihracatın da yüzde 56'sını KOBİ'ler oluşturuyor. Doğrudan ihracatçı olan KOBİ'lerimiz daha düşük teknoloji yoğunluklu ihracat yapıyorlar” dedi.

CEVAHİR UZKURT

“KOSGEB OLARAK SON DÖNEMDE ÖNEMLİ UYGULAMALARI YÜRÜRLÜĞE KOYDUK”

KOSGEB Başkanı Cevahir Uzkurt ise, son zamanlarda hayata geçirdikleri uygulamalarla ihracatı artırma ve yurt dışı pazarlarına açılma noktasında önemli kademeler kaydettiklerini söyleyerek, “Bundan sonra da KOSGEB olarak KOBİ'lerin ölçeğini büyütmek, dijitalleşmesini sağlama ve teknoloji ile katma değerli ürünler üretmeye dönük bütün çalışmalarında her zaman destekçisi olacağız” diyerek sözlerini tamamladı.

Protokol ile KOBİ'lere

300 BİN TL

kredi desteği
verilecek.

KOBİ'lere verilecek
300 bin liralık desteğin

%70'i

geri ödemesiz olacak.

12
BİN

İlk sekiz ayda ihracat
yapmaya başlayan yeni
firma sayısı





TİM DELEGELER ÇALIŞTAYI'NDA SEKTÖRLERİN SORUNLARI DİLE GETİRİLDİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin ev sahipliğinde üçüncü kez gerçekleştirilen "TİM Delegeler Çalıştayı", sektörlerin sorunlarına ışık tuttu. Yoğun katılımı geçen çalıştayda İHKİB, İTHİB ve İDMİB de sektörlerinin sorunlarına çözüm aradı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM), 83 bin ihracatçısını temsil eden Türkiye'nin farklı bölgelerinden 450 delegesi, İstanbul'da üçüncü kez bir araya geldi. TİM Başkanı İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde 14 Eylül Cumartesi günü yapılan 3. TİM Delegeler Çalıştayı, aynı gün düzenlenen TİM-KOSGEB İşbirliği Protokolü İmza Töreni'nin hemen ardından gerçekleşti. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ve Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın da katılım sağladığı toplantıda, sektörlerin sorunları dinlendi.

Birlik başkanlarının sektörler adına sorunları dile getirip çözüm önerilerini paylaştığı çalıştayda, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak da tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin taleplerini dile getirdi.

Yoğun katılımın yaşandığı TİM Delegeler Çalıştayı'nda ihracatçılar sorunlarını dile getirirken, hükümet yetkilileri de projeksiyonlarını ve ihracatçı firmalardan beklentilerini paylaştı.

İHKİB BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE "MAKİNELERİN TAŞINMASI İÇİN VERİLEN SÜRE UZATILMALI"

Konuşmasına TİM ile KOSGEB arasında gerçekleştirilen iş birliği protokolünün ülkemiz ve ekonomimiz adına çok önemli bir gelişme olduğunu ve hayırlı olmasını dileyerek başlayan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, konuşmasına sektörün çözüm beklediği sorunları anlatarak devam etti.

Hazır giyim sektörü için yeni yatırım teşviklerinde verilen sürelerin yeterli olmadığını ve firmaları zor durumda bıraktığını dile getiren Başkan Gültepe, hazır giyim sektörüne yönelik kullanılmış makinelerin taşınması şeklindeki bu yatırım teşvikleri, sektörde büyük bir memnuniyetle karşılandı. Ancak makinelerin taşınması için verilen

süre yetersizdir ve bunun uzatılmasını talep etmekteyiz” dedi.

İHKİB olarak sektörün ileriye yönelik rekabetçiliğinin sürdürülebilmesi için detaylı bir şekilde yeni nesil yatırım teşvikleri çalışması yaptıklarını kaydeden Gültepe, sektörün üretim ve yatırımlarında yol haritası niteliğindeki bu çalışmanın, en kısa sürede ilgili bakanlıklara iletileceğini ve sektörün ileriye yönelik rekabetini etkileyecek bu önerilerin değerlendirilmesini talep ettiklerini söyledi.

“SEKTÖRÜN İMAJI İÇİN GÜCÜNE VURGU YAPILMASI GEREKMEKTEDİR”

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ülke üretiminde, ihracatında ve istihdamında en büyük paya sahip sektörlerden ve dünyada da önde gelen tedarikçilerinden biri olduğunu anımsatan Gültepe, sektöre dair rakamları paylaşarak, sektörün öncü rolüne dikkat çekti.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yıllık 17,6 milyar dolarlık ihracatla dünyada beşinci Avrupa’da ise üçüncü ihracatçı konumunda olduğunu altını çizen Gültepe, tüm bunlara rağmen sektörün İhracat Ana Planı ve 11. Kalkınma Planı’nda yer almamasını üzüntüyle karşıladıklarını ifade ederek, “Ülkemizde önde ve öncü bir konumda olan sektörümüzün yurt içinde ve yurt dışında olumlu imajı için bakanlıklarımızın, söylemlerinde sektörün bu gücünü vurgulamasını önemsemekte ve talep etmekteyiz” dedi.

“ABD Ticaret Bakanı ziyaretinde sektörümüz açısından sağlanan görüşmeler için Ticaret Bakanlığımıza teşekkür ediyoruz” diyen Başkan Gültepe, hazır giyim sektörü için üçüncü büyük pazar konumunda olan İngiltere ile Brexit çerçevesinde devam eden müzakerelerin de hızlı şekilde sonuçlanmasını beklediklerini ekledi.

Başkan Mustafa Gültepe konuşmasının sonunda numune ithalatında yaşanan sorunlara değinerek, sözlerini tamamladı: “Daha önce hızlı kargo ile 22 Euro’ya kadar gümrük vergisi muafiyetli numune ithalatı söz konusuysen, bu sınır kaldırılmış olup, son yapılan düzenleme ile ticari nitelikte olmayan gönderilerde, AB’den doğrudan gelenler için yüzde 18, diğer ülkeler için yüzde 20 olmak üzere tek ve maktu vergi uygulanmaktadır. Bu düzenleme sonrasında sektör firmaları, numunelerin

gümrükte 12 güne kadar beklediğini ve yüksek maliyetlerle uğraşmak zorunda kaldıklarını belirtmektedir. Bu nedenle, numuneye dayalı hızlı bir çalışma biçimine sahip sektörümüz için bu sorunların giderilmesi sektörümüzce talep edilmektedir.”

İTHİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ “STA MÜZAKERELERİ BAŞLAMADAN ÖNCE SEKTÖR KURULUŞLARI İLE İSTİŞARE EDİLMELİ”

Konuşmasına tekstil ve ham maddeleri sektörlerinin önemine değinerek başlayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, sektörlerin dış ticaret fazlası veren birkaç sektörden biri olduğuna dikkat çekti.

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin Türkiye’nin en büyük ikinci ihracatçısı konumunda olduğunu hatırlatan Öksüz, ihracatın şekillenmesinde önemli nüanslar olan serbest ticaret anlaşmalarının sektörler için önemine değindi. “Türkiye’nin müzakereleri devam eden ve girişimlerde bulunulan olmak üzere 25 ülke ile serbest ticaret anlaşması (STA) görüşmesi bulunmaktadır. STA’larda henüz diğer devletlerle müzakerelere başlanmadan önce sektörel görüşler alınmalı” diyen Öksüz, STA’lara ilişkin görüşlerin müzakereler başladıktan sonra alındığına dikkat çekti ve devam etti: “Tayland STA’sı müzakerelerinde 6. tur, Japonya’da 17. tur, Endonezya’da ise 3. tur görüşmeler tamamlanmıştır. Vietnam ve Hindistan STA müzakereleri içinse girişimler başlatılmıştır. Yürürlükteki STA’ların, sektörümüz özelinde tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir. Ürdün, Türkiye ile STA’sını askıya almış; Tunus ve Fas bazı tekstil ve hazır giyim ürünlerini STA kapsamının dışında bırakmıştır.

Türkiye’nin Güney Kore ile 2013 yılında imzaladığı STA sonrası Türkiye’nin, Güney Kore’ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı 9 milyon dolardan 14 milyon dolara çıkarak, yüzde 44’lük bir artış yaşanmıştır.

Güney Kore’den tekstil ve ham maddeleri ithalatı ise 262 milyon dolardan 432 milyon dolara çıkmıştır. Buradaki artış ise yüzde 65’tir. Bu ülkeye tekstil ve ham maddeleri sektörümüzün dış ticaret açığı STA’dan sonra 253 milyon dolardan 418 milyon dolara yükselmiştir.”



İHKİB BAŞKANI
MUSTAFA GÜLTEPE
“İHKİB olarak sektörün rekabetçiliğinin sürdürülebilmesi için yeni nesil yatırım teşvikleri çalışması yapıyoruz. Bakanlıklarımızdan bu önerilerin değerlendirilmesini talep ediyoruz.”

“TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN YERLİ MALI ÖNCELİĞİNDEN YARARLANMASI SAĞLANMALIDIR”

Hükümetin yaptığı çalışmalar sonrasında, kamu alım ihalelerinde yerli malı teklif edenlere teknoloji sanayi ürünlerinde yüzde 15 oranında fiyat avantajı sağlanmasının, sektörler adına çok önemli bir düzenleme olduğunu aktaran Başkan Öksüz, bu uygulamada tekstil sektörüne sınırlı ölçekte yer verildiğini hatırlatarak, “3177 ürün grubunu içeren ‘Orta ve Yüksek Teknolojili Sanayi Ürünleri Listesi’nde sektörümüze son derece sınırlı ölçekte yer verilmiştir. Ülkemizin geleceği açısından oldukça önemli bir potansiyel taşıyan tekstil ürünleri ve fonksiyonel konfeksiyon ürünleri, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından önümüzdeki dönemde oluşturulacak listede yer almalıdır” dedi.

“Dünyanın birçok yerinde özellikle AB ülkelerinde uygulanmasına rağmen, Türkiye’de kamu binalarında, yurtlarda ve otellerde anti bakteriyel, nefes alabilen, yanmayan, buruşmayan vb. gibi nitelikli tekstil ürünlerinin kullanımı zorunluluğu bulunmaktadır” diyen Öksüz, bu niteliklere sahip, özellikle tekstil ürünlerinin kullanımının bakanlık tarafından zorunlu tutulması gerektiğini vurguladı ve şöyle devam etti: “Getirilecek yasal mevzuat; sektörün de bu alandaki üretimini artmasını sağlayacak ve üretimi artırarak firmaları istihdama teşvik edecek, bu alandaki uzmanlaşma orta vadede daha fazla ihracat artışına imkân sağlayacaktır. Aynı zamanda bu zorunluluğun getirilmesi, hali hazırda geleneksel tekstil üretimi gerçekleştiren tekstil firmalarının da teknolojik dönüşümüne katkı sağlayarak, bu alanda üretim gerçekleştirmelerini teşvik edecektir.”

“PAMUK ÜRETİMİNİN ARTIRILMASI TEŞVİK EDİLMELİDİR”

Pamukta dışa bağımlılığı azaltmanın yolunun, üretim teşvikinden geçtiğini ifade eden Başkan Ahmet Öksüz, “Dış ticaret açığımız ve ekilebilir alanlarımızın zenginliği göz önüne alındığında, pamuk üretiminde artırılacak teşvik sistemi hem dış ticaret açığının azaltılmasına katkı sağlayacak hem de çiftçilerin ekilebilir tarım arazileri, üretimle değerlendirilecektir. Pamuk üretiminin teşviki; tohumculuk sektörü, tekstil sanayii, hazır giyim sanayii, tarım sektörü gibi birçok sektörümüze olumlu etkileyecek;

aynı zamanda sektörümüz kendi ham maddesini üreten sektör olarak, uluslararası alanda daha rekabetçi bir yapıya kavuşacaktır.

“DOĞUDAKİ DESTEKLER ÜRETİME KAZANDIRILMALIDIR”

Güney Doğu ve Doğu Anadolu bölgelerinde istikrarın güçlendirilmesi, tersine göçün engellenmesi ve işsizliğin önüne geçilebilmesi için devletin bölgede verdiği sosyal yardım ve desteklerin üretime kazandırılması gerektiğine vurgu yapan Öksüz, “Türkiye Tekstil Sektör Kurulu olarak yaptığımız proje ile işverenler, vatandaşımıza verilen sosyal yardım haricindeki maliyetleri üstlenecek. Sosyal yardımlar, yeni kurulacak işletmelerde istihdam sağlanacak personel için kullanılacak ve bu bütçe üretime ve istihdama kazandırılacak; böylece hem devletimiz hem işverenler hem de sosyal yardım alan vatandaşlarımızın fayda sağlayabileceği bir model hayata geçirilecektir” dedi.

Ahmet Öksüz, mevcut teşvik sisteminin de güncellenmesi gerektiğini sözlerine ekledi.

“EMLAK VERGİSİ MUAFİYETİNİN KAPSAMI GENİŞLETİLMELİDİR”

Konuşmasının sonunda emsal alana ilişkin yeni düzenleme gerekliliğine ve emlak vergisi muafiyetinin kapsamının genişletilmesine değinen Öksüz, sözlerini şu şekilde tamamladı: “OSB’lerde uygulanan emsalın minimum 1,5 olarak yeniden düzenlenerek, daha önceden olduğu gibi yardımcı ünite ve sosyal donatı alanlarının emsal alana dâhil edilmemesi talep edilmektedir.

OSB’leri; serbest bölgeler, endüstri bölgeleri, teknoloji geliştirme bölgeleri ve sanayi sitelerinde faaliyet gösteren işletmelere uygulanan emlak vergisi ile birleşme ve ayırma işlemlerinde tahakkuk eden vergi muafiyeti uygulaması, bu bölgeler dışında üretim yapan sanayi sicil belgesine sahip tüm işletmeleri kapsayacak şekilde genişletilmelidir.”

İDMİB BAŞKANI MUSTAFA ŞENOCAK “TTM’LER YENİDEN YAPILANDIRILMALI”

Konuşmasına ihracatın önemine değinerek başlayan İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, bu bağlamda TİM ve KOSGEB arasında gerçekleştirilen



İTHİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ
“Yatırım Teşvik Mevzuatı, il yerine ilçe ve sektör bazlı olarak ilçelerin gelişmişlik düzeyi ve özellikle işsizlik oranı göz önüne alınarak yeniden düzenlenmeli.”

ihracat seferberliğinin ülkenin ekonomik gücünü daha da artıracakını belirterek, her iki kuruma da katkılarından dolayı teşekkürlerini iletti.

Sektörün taleplerine ve yaşadıkları problemlere yurt dışı faaliyetlerinden kaynaklanan sorunlardan başlayan Başkan Şenocak, bu bağlamda kendileri için en kritik meselenin Türk Ticaret Merkezleri olduğunu belirtti ve şöyle devam etti: “Türk Ticaret Merkezlerinin (TTM) yeniden yapılandırılması en önem verdiğimiz konuların başında gelmektedir. İlgili merkezlerin ihracatı ne ölçüde artırdığına yönelik etki analizlerinin yapılması elzemdir. Bu merkezlerdeki firmaların ihracat artışlarının sektörel mi yoksa firmaların bu merkezlerdeki verimli çalışmalarından mı kaynaklandığı kesin değildir. Bu konunun üzerinde hassasiyetle durulması gerekmektedir ve gerekli bakanlıkların bu işi takip etmesini rica etmekteyiz.”

“HEDEF ÜLKELERE DAİR AMAÇLAR SEKTÖREL BAZDA BELİRLENMELİ”

Ticaret heyetleri, UR-GE’ler, fuar organizasyonları, STK vb. etkinliklerin konsolide edilmesi mevzusunun da üzerinde dikkatle durdukları bir başka konu olduğunu aktaran Başkan Şenocak, “Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının, heyetlerin aynı ülkeye benzer organizasyonlar düzenlemesi kaynak israfına yol açmaktadır. Bunun önüne geçebilmek adına bu grupların tek bir çatı altında toplanarak konsolide edilmesi gerekmektedir” dedi.

Başkan Şenocak, İhracat Master Planı’nda, Ticaret Bakanlığı’na belirlenen 17 hedef ülkede, hedeflerin sektörel bazlı belirlenmesi gerektiğine vurgu yaptı. Bu ülkelerde ticaret ateşelerine ek olarak ülkeleri dahası, sektörleri iyi tanıyan sektörel uzmanların da atanması gerektiğinin altını çizdi ve ekledi: “Buna ek olarak boş ticaret ataşesi kadroları da doldurulmalıdır. Örnek vermek gerekirse, deri ve deri mamulleri sektörü olarak ticaret heyeti düzenleyeceğimiz, hedef ülkelerimizden biri olan Güney Kore’de ticaret ataşesi bulunmamaktadır.”

“Fuar ve diğer yurt dışı organizasyonları için yurt dışına çıkarılan ticari olmayan mallarda düzenlenen EK-71 belgesinin alınmasında İstanbul gümrüğünde sorunlar yaşanmaktadır” diyen Şenocak, bu durumun ithalat konusunda firmalara sorunlar yaşattığını söyledi.

Bu sorunun ortadan kalkması için belgelere 43. Fasıla 42.03.10’da olduğu gibi “Tamir Amaçlı Olanlar Hariç” ibaresinin eklenmesi gerektiğini aktaran Şenocak, Atatürk Havalimanı’ndaki kargo işlemlerinde artık gümrükleme işlemi yapılamamasının da aşılması gereken bir diğer sorun olduğuna dikkat çekti. Başkan Şenocak konuşmasını sektörün kapasite kullanım oranlarının yükseltilmesi için desteklenmesi ve sosyal uygunluk kriterlerine göre üretim yapamayan sektör kümelerinin fiziki yapılarının iyileştirilmesi gerektiğine değinerek tamamladı.



İDMİB BAŞKANI MUSTAFA ŞENOCAK
“Sivil toplum örgütleri ve heyetlerinin aynı ülkeye benzer organizasyonlar düzenlemesi kaynak israfıdır. Bunun önüne geçmeliyiz.”



Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, toplantı öncesinde İDMİB ekibini kırmayıp deri ceket giydi. Bakan Varank’ın deri ceket giymesi, ortamın keyiflenmesini sağladı.



YARININ MODA ENDÜSTRİSİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE ŞEKİLLENECEK

Türk hazır giyim ve tekstil sektörü, EURATEX İstanbul Kongresi ile 12. İstanbul Moda Konferansı'nın birlikte yürütüldüğü organizasyon vesilesiyle basın mensuplarıyla bir araya geldi ve sektördeki son gelişmeler hakkında kamuoyunu bilgilendirdi.

EURATEX (Avrupa Giyim ve Tekstil Konfederasyonu) İstanbul Kongresi ile 12. İstanbul Moda Konferansı'nın aynı zamanda yapılacak olmasına yönelik, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Hadi Karasu'nun katılımında basın toplantısı yapıldı. 19 Eylül tarihinde Çırağan Sarayı'nda düzenlenen basın toplantısında, İstanbul'da ilk kez gerçekleştirilecek EURATEX Kongresi'nin ve 12. İstanbul Moda Konferansı'nın önemine vurgu yapıldı. Toplantının açılış konuşmasını yapan Mustafa Gültepe, dünya ticaretinde eksen kaymalarının yaşandığı bu dönemde, Avrupa'nın en büyük hazır giyim ve tekstil

kuruluşlarından biri olan EURATEX'in kongresine ev sahipliği yapmanın önemine değinirken; Ahmet Öksüz ise, sürdürülebilirlik ve teknik tekstil konularına ağırlık verilmesi gerektiğine dikkat çekti ve "Tekstil ihracatında dünyanın en büyük ilk beş ülkesinden biri olabilmek için sürdürülebilir üretim, etik ticaret, kurumsal sosyal sorumluluk konularına daha fazla hassasiyet göstermek ve projeler üretmek zorundayız" dedi.

"Better Together/Birlikte Daha Güçlüyüz" sloganının ruhuna yakışır şekilde EURATEX, İHKİB, İTHİB ve TTSİS ile iş birliğine imza attıklarını söyleyen Hadi Karasu, "Hazır giyim ve tekstilin dört önemli birliği ve STK'ları olarak baş başa verip, sektörümüzün sorunlarını bertaraf etmenin ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanmanın yollarını arayacağız" şeklinde konuştu.



12. EKOTEKS ULUSLARARASI TEKSTİL SEMPOZYUMU

“SÜRDÜRÜLEBİLİR TEMİZ BİR DÜNYA İÇİN YENİ YAKLAŞIMLAR”I PAYLAŞTI

İHKİB iştiraki Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri A.Ş. tarafından bu yıl 12'ncisi düzenlenen Uluslararası Tekstil Sempozyumu, yerli yabancı akademisyenler ve sanayi dünyasının önde gelen isimlerinin katılımı ile, önümüzdeki yıllara damgasını vuracak “sürdürülebilirlik” konusunu mercek altına aldı.



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) iştiraki Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri A.Ş. tarafından bu yıl 12'ncisi düzenlenen Uluslararası Tekstil Sempozyumu, 24 Eylül Salı günü İstanbul'da, Dış Ticaret Kompleksi Binası'nda gerçekleşti. Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin (TİM) evsahipliğinde düzenlenen sempozyum, bu sene "Sürdürülebilir Temiz Bir Dünya için Yeni Yaklaşımlar" teması altında, önümüzdeki yıllara damgasını vuracak olan "sürdürülebilirlik" konusunu mercek altına aldı.

Sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde yerli yabancı uzmanların katkısıyla bir bilgi havuzuna dönüşen sempozyuma; Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, TİM Başkanı İsmail Güllü, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Ticaret Bakanlığı Piyasa Gözetim ve Denetim Daire Başkanı Meral Karaaslan, İthalat Politikalarını İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanı Asuman Kılıç Keleş, akademisyenler, öğrenciler, firmaların üst düzey yöneticileri ve çok sayıda konuk katıldı.

Açılış Konuşmaları ile başlayan 12. Uluslararası Tekstil Sempozyumu, dört oturumla devam etti. İstanbul Teknik Üniversitesi'nden (İTÜ) Prof. Dr. Bülent Özipek'in moderatörlüğünde gerçekleşen oturumlarda sanayi ve akademi dünyasından önde gelen isimler, konuşmacı olarak yer aldı.

Sempozyum; "Tekstil Dünyasında Türk İnisiyatifi", "Sağlık ve Çevre Güvenliği Odaklı Sürdürülebilir Üretim", "Su: Tekstilde Önemli Bir Kaynak" ve "Sürdürülebilir Tekstil Teknikleri" başlıklarında yapılan oturumların ardından Nilgün Özdemir'in etkinliğe dair yaptığı değerlendirme ile son buldu.

NİLGÜN ÖZDEMİR

"DÜNYANIN EN KALİTELİ ORGANİK PAMUĞU TÜRKİYE'DE ÜRETİLİYOR"

Sempozyumun açılış konuşmasını yapan Nilgün Özdemir, sözlerine sempozyumun hazırlanmasında katkısı geçen tüm kurum ve kişilere teşekkür ederek başladı. Ekoteks'in sadece bir laboratuvar olmadığını belirten Özdemir, sektöre maksimum fayda sağlamanın kendileri için öncelikli hedef olduğunu ve her türlü Ar-Ge çalışmasına destek sunmak için hazır olduklarını söyledi.

"Sürdürülebilirlik" kavramının dünyanın önümüzdeki 20-25 yılını domine edeceğine vurgu yapan Özdemir, bu sempozyum ile hem üreticilere hem de tüketicilere en yüksek faydayı sunmayı, farkındalıklarını artırmayı ve daha fazla bilgi sahibi olmalarını sağlamayı umduklarını ifade etti.

1.6
MİLYON

2019'da denetlenen
ürün sayısı

19.8
BİN

Tespit edilen güvensiz
ürün sayısı



NİLGÜN ÖZDEMİR
“Ülkemizde 2 bin 700 hektar alanda 7 bin 700 ton organik pamuk üretimi yapılıyor. Alan olarak dünyada beşinci, üretimde ise dördüncü sıradayız.”

Dünyanın en kaliteli organik pamuğunun Türkiye’de üretildiğine vurgu yapan Özdemir, konuşmasını şu şekilde sürdürdü: “Ülkemizde 2 bin 700 hektar alanda 7 bin 700 ton organik pamuk üretimi yapılıyor. Alan olarak dünyada beşinci, üretimde ise dördüncü sıradayız. Kalite olarak ise dünyanın bir numarası olduğumuzu büyük bir gururla söyleyebilirim. Organik pamuk üretimi konusunda Ekoteks olarak bir önemli işe daha imza attık. Türk ve uluslararası akademisyenlerin iş birliği ile ‘Organik Türk Pamuğu Projesi’nin alt yapısını tamamladık. Bu proje sayesinde pamuğun DNA’sı ile oynanıp oynanmadığını, ürünün yüzde 100 organik olup olmadığını kolaylıkla anlayabiliyoruz. Bu yöntemle küresel ticarete ülkemiz adına haksız rekabetin önlenmesi için de önemli bir adım atmanın gururunu yaşıyoruz.”

AHMET ÖKSÜZ **“ORGANİK PAMUK ÜRETİMİNİ ARTIRMALIYIZ”**

Konuşmasına hazır giyim ve tekstil sektörlerinin büyüklüğüne, yarattığı istihdama ve katma değerli yapısına değinerek başlayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, sektör ihracatının düşmediğini ancak eskisi gibi artan oranlarda bir seyirde ilerlemediğini ifade ederek, bunu yeniden canlandırmanın yolunun ise sürdürülebilir bir yapıdan geçtiğini kaydetti.

GDO’suz (genetiği değiştirilmiş organizma) pamuk üretimi ile alakalı bir proje üzerinde çalıştıklarını belirten Öksüz, “Türkiye’de üretilen pamuk, GDO’suz olarak üretiliyor. Dünyada bizim dışımızda sadece Yunanistan ve İspanya’da üretiliyor. Bu, bizim için önemli bir değer. Yapacağımız proje ile sektörümüze ve ülkemize değer sağlayacağımıza inanıyoruz” dedi.

MUSTAFA GÜLTEPE **“KİRLİ NUMUNE ORANINDA CİDDİ ARTIŞ VAR”**

Sürdürülebilirliğin, dünyanın üzerinde ehemmiyetle durduğu ve en fazla kafa yordduğu konuların başında geldiğini ifade eden İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, moda endüstrisinin devasa bir üretim hacmine sahip olduğuna işaret etti. Dünyada her yıl 55 milyon ton hazır giyim üretimi yapıldığının altını çizen Gültepe, bu kıyafetlerin yaklaşık 50 milyon tonunun da çöpe gittiğini

vurguladı ve şöyle devam etti: “Bu durumun artık böyle devam edemeyeceği çok açık. Ülkemizden her yıl milyarlarca dolarlık tedarik yapan küresel markalar, önümüzdeki 10 yıl içinde üretim şekillerini tamamen sürdürülebilir hale getirecekler. Türkiye olarak bu konuda rakiplerimize göre avantajlı konumdayız. Bu da alım grupları nezdinde bizi öne çıkarıyor. Biz, yerli üretimin kalitesine ve standartlara uygunluğuna güveniyoruz. Ancak Ticaret Bakanlığı’nın denetimlerinde ithal ürünlerde ciddi sıkıntılar olduğunu gözlemliyoruz. Örneğin 2009’dan bu yana yapılan denetimlerde yaklaşık 234 ton ithal ürünün kirlilik denetimini geçemediği için imha edildiğini görüyoruz. Öte yandan bu yıl ithal ürünlerdeki ‘kirli numune’ oranında dikkate değer bir artış var. Geçen yıl yüzde 0,7 olan kirlilik oranı, bu yıl yüzde 1,10’a yükselmiş durumda. Artışın nedenlerini ve alınması gereken önlemleri mutlaka konuşmamız gerekiyor. Bununla birlikte yine Ticaret Bakanlığımız oyuncak, deterjan, hazır giyim, kırtasiye, çocuk ekipmanları, mobilya ayakkabı, dekoratif malzemeler, lazer ürünler gibi pek çok alanda iç piyasayı da denetliyoruz. 2019’un dokuz ayında denetlenen toplam 1 milyon 601 bin 387 üründen 19 bin 849’unun güvensiz çıktığını görüyoruz. Bakanlığımız, yaptığı bu çalışmalarla halk sağlığı ve güvenliğini tavizsiz koruyor.”

Türkiye’nin sürdürülebilir üretimde söz sahibi olabilmesi için organik pamuk üretimini artırmak zorunda olduğuna vurgu yapan Gültepe, Ekoteks’in organik pamuk üretiminde önemli bir rol üstlendiğini ve “Organik Türk Pamuğu Projesi” için gerekli altyapıyı hazırladığını söyledi.

İSMAİL GÜLLE **“SÜRDÜRÜLEBİLİR BAŞARI, ÇEVRECİ GELİŞMELERDEN GEÇİYOR”**

TİM Başkanı İsmail Gülle de yaptığı açılış konuşmasında dünyada çevreye saygılı ve sürdürülebilir üretimin öncelikli konu haline geldiğini belirterek şöyle devam etti: “Küresel ticarete konu olan mal ve hizmetler ile ilgili yeni standartlar artık tüm ülkelerin korumacılık stratejilerinin başında geliyor. Standardizasyon ve sertifikasyon, ülkeler arasında küresel ticarete ve rekabette giderek öne çıkan bir mücadele alanı olmaya başladı. Günümüzde çevre ve sosyal inovasyona



dayalı, bambaşka niş bir pazar oluşuyor, ekolojik tüketim konusu, her geçen gün yeni talepler doğuruyor. Bu, oyunun kuralını farklılaştıracak bir argüman. Türkiye ise küresel değerler konusunda en hassas üretimi yapan ülkelerin başında geliyor. Çevreye ve doğaya saygı konusunda 'sıfır tolerans' iddiamızı sürdürmeye kararlıyız."

ASUMAN KILIÇ TÜRKES "EN FAZLA KIRLI ÜRÜN ÇİN'DEN GELİYOR"

Açılış konuşmalarının ardından oturumlarla devam eden sempozyumun ilk oturumu olan "Tekstil Dünyasında Türk İnisiyatifi"nde konuşan İthalat Politikalarını İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanı Asuman Kılıç Türkeş, "İthalat Denetimi ve Sürdürülebilirlik" isimli bir sunum gerçekleştirerek, Ticaret Bakanlığı'nın ithal hazır giyim, tekstil ve ayakkabıda Riske Dayalı Denetim Sistemi (RDDS) sonuçları hakkında bilgi verdi.

Türkiye'ye yurt dışından getirilen ürünlerde, yapılan denetimler sonucunda mevzuatlara uygun olmayan ürünlerin bertaraf edildiğini belirten Kılıç, bu ürünlerin hangi ülkelere geldiğini de tespit ettiklerini söyledi. 2019'un ilk altı ayında 12,5 ton ithal "kirlili" ürünün

bertaraf edildiğini ifade eden Kılıç açıklamasına şu şekilde devam etti: "2019 yılına baktığımızda 230 bin beyanname görüyoruz. Bunlardan risk fonksiyonuna baktığımızda 2019 yılında 11 bin numune kararı çıkmış. Bunların 129 tanesinde mevzuata uyumsuzluk görülmüş. 2009'dan bu yana 3 milyon beyannameye bakılmış ve 144 bin numune kararı çıkmış, bin 590 dosyadaki kirlili eşyaların tamamı bertaraf edilmiş. Bunlarda insan sağlığına uygun olmayan kanserojen madde tespit edilmiş. Gelen eşyanın cinsine göre 2009 yılından bu yana toplamda 2 milyon adet, 1 milyon çift ve 233 ton eşya bertaraf edilmiş. 2019 yılında ülkelere göre dağılıma baktığımız zaman, ilk sırada yüzde 33,3'lük oran ile Çin var. İkinci sırada yüzde 18,6 ile Hindistan, ardından Pakistan, İtalya, İspanya ve Bangladeş geliyor. Yani bu ürünler sadece Uzak Doğu'dan gelmiyor; Avrupa'dan da çok fazla kirlili ürün alıyoruz."

Kılıç, sürdürülebilir bir düzende yaşayabilmek için sadece, zararlı ürünleri kimlerin ürettiğine değil; kimlerin sattığına, kimlerin aldığına ve neden aldığına da bakmak gerektiğini ve buna uygun bir denetleme ve düzeltme sistemi oluşturulması gerektiğini söyleyerek konuşmasını tamamladı.



MERAL KARAASLAN "GÜVENSİZ ÜRÜNE KARŞI 'SIFIR TOLERANS' İLE HAREKET EDİYORUZ"

İlk oturumun bir diğer konuşmacısı olan Meral Karaaslan, Piyasa Yönetimi ve Gözetimi Daire Başkanlığı olarak yaptıkları çalışmalara ilişkin bilgi verirken, güvensiz ürüne karşı "sıfır tolerans" ilkesiyle hareket ettiklerini söyledi. AB'ye tam uyumlu mevzuatlarla çalışmalarını gerçekleştirdiklerini belirten Karaaslan, "Yaptığımız şey, sadece denetim değil; aynı zamanda üretici ile iş birliği içinde hareket ederek, sistemin en başından itibaren düzgün işlenmesi için çalışmalar yapıyoruz. Tüketicilere farkındalık kazandırmaya çalışıyoruz" dedi.

2019'un dokuz ayında 1 milyon 601 bin 387 üründen 19 bin 849'unun güvensiz çıktığını aktaran Karaaslan, sözlerine şöyle devam etti: "Yaptığımız denetimlerde tekstil sektörünün bu konuda gayet ilerleme kaydetmiş olduğunu gördük. 2018'de 114 bin üründen sadece 2 bin 114'ünde güvensiz ürün bulunmuş, kimyasal risk ise sıfır. Bu güvensiz ürünler ise kordon ve bağcıklara ilişkin. Bu yılın dokuz ayında tekstilde denetlenen 262 bin 602 üründen 2 bin 670'inin güvensiz olduğunu tespit ettik. 40 üründen kimyasal risk var. O risk de çocuk giysilerindeki düğmeden kaynaklanan kurşun. Bununla ilgili regülasyonumuz yeni olduğu için risk bulunmuş. Ayakkabıda ise bu yılın dokuz ayında 7 bin 410 üründen 182, kırtasiyede ise 204 bin 576 üründen 5 bin 97'si güvensiz çıktı. Bu da aslında merdiven altında üretilen ürünlerle ilgili. Büyük firmamızın ürünlerinde herhangi bir sıkıntıya rastlamadık."

Çocuk ürünlerinin kendileri için öncelikli olduğunu dile getiren Karaaslan, çocukların suya alması için kullanılan otuaklara ve içinde yanıcı gaz bulunan uçan balonlara özellikle dikkat edilmesini söyleyerek, "Bunlarla ilgili mevzuat yayımlayarak özellikle üreticilerimizi bilgilendirdik" dedi.



KAZANEXPRESS ÖZEL NİTELİKLİ ALIM HEYETİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ

KazanExpress Özel Nitelikli Alım Heyeti, İHKİB, İTHİB ve İDMİB bünyesinde yer alan firmaların katılımıyla gerçekleşti. İş birliklerinin değerlendirildiği ve katılımcı firmaların oldukça memnun ayrıldığı etkinlikte, Rus firmasının temsilcileri de sektörleri yakından tanıma fırsatı buldu.

istanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) üyeleri, Rusya pazarının önde gelen firmalarından KazanExpress'in üst düzey satın alma yetkilileri ile 24 Eylül 2019 tarihinde, Dış Ticaret Kompleksi'nde özel nitelikli alım heyeti organizasyonu kapsamında bir araya geldi. Etkinlik T.C. Ticaret Bakanlığı'nın desteği ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) koordinasyonunda, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği organizasyonunda gerçekleştirildi.

Organizasyonda KazanExpress firması tarafından belirlenen tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinde faaliyet gösteren toplam 84 üretici firma, KazanExpress'in satın alma direktörleri ile ikili iş görüşmeleri yaptı. Bir gün süren görüşmelerde üye firmalar bir yandan koleksiyonlarını tanıtırken, diğer yandan olası ticari iş birliği imkanlarını değerlendirdi.

Toplantıya katılan üye firmalar, görüşmeleri son derece faydalı bulduklarını aktarırken, KazanExpress firması yetkilileri ise bu başarılı organizasyonun en kısa sürede iş birliğine dönüşmesine yönelik adımlar atacaklarını ifade etti.

Birlik yöneticileri, sürdürülebilir ihracat artışı hedefi ile dünyanın dört bir yanından alıcı firmalar ile üye firmaları buluşturmak adına benzeri organizasyonlara devam edeceklerini aktarırken, katılımcı firmaların da organizasyondan memnuniyetle ayrıldıklarını dile getirdiler.

KazanExpress yetkilileri, Türk hazır giyim, tekstil ve deri sektörlerinin gücüne ve kalitesine vurguda bulunarak, bu görüşmeler sayesinde üretimdeki know-how'ı yakından tanıma fırsatı yakaladıkları için teşekkür etti ve iş birliğinin somutlaştırılması için yeni fırsatlar yaratılacağını belirtti.





TTC NEW YORK, ABD'Lİ ALICILARLA TÜRK FİRMALARINI BİR ARAYA GETİRDİ

Türkiye moda endüstrisinin ABD'deki varlığının daha da geliştirilmesi, sektörün gelişen taraflarının tanıtılması, marka faaliyetlerinin yürütülmesi ve ABD'li alıcılar ile Türk markaları arasında iş birliğinin geliştirilmesine yönelik gerçekleştirilen TTC New York tanıtım organizasyonu, iki ülke arasındaki ilişkilerin gelişimine yönelik fırsatların değerlendirilmesini sağladı.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Fuarlar Komitesi Başkanı Nazım Kanpolat ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı Timur Bozdemir, 16 Eylül Pazartesi günü New York Türk Ticaret Merkezi'nde gerçekleşen davet organizasyonuna katıldı. ABD'nin önde gelen sektör temsilcileri ve alıcılarının katıldığı etkinlikte, New York Başkonsolosluğu'nda ticaret ateşeleri ve temsilcileri ile sektörün farklı alanlarından uzmanlar yer aldı.

Türkiye moda endüstrisinin ABD'deki varlığının daha da geliştirilmesi, sektörün gelişen taraflarının tanıtılması, marka faaliyetlerinin yürütülmesi ve ABD'li alıcılar ile Türk markaları arasında iş birliğinin geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin geliştirilmesi adına gerçekleştirilen organizasyon, Catherine Schuller, Billie Blunt ve Yasemin Demirci'nin sunumları ile başladı.

"Runway the Realway" adlı moda show firmasında moda show'larını organize eden moda küratörü Catherine Schuller, konuşmasında New York'ta markaların ve modacıların geçmişle

kıyaslandığında mağazalara bağlı kalmak yerine doğrudan müşteriye ulaşmaya çalıştığını aktardı.

Moda dergisi yayıncılığında altı yılı geride bırakan Billie Blunt, konuşmasında, eskiye oranla sektörde yeni moda tasarımcıları ve markaların daha kolay çıktığını ancak bunların varlıklarını devam ettirmede zorlandığını belirterek, "Tasarımcılar; üretim anlamında daha az adet ve hızlı servis bekliyorlar. Türk üreticileri de bunun için en ideal aktörler" dedi. Blunt, dergisinin gelecek sayısında Türk hazır giyim üreticilerine ve modacılarına yer vermek istediğini de sözlerine ekledi.

Programın bir diğer konuşmacısı olan Yasemin Demirci, New York'taki pek çok firmada tasarımcı olarak geçirdiği 25 yılın ardından "Adam Smith" adlı lüks segmentli erkek iç giyim markasını çıkarmış. Konuşmasında yıllara yayılan tecrübesini de paylaşan Demirci, kendisinin de bütün tedariki Türkiye'den yaptığını Türk üreticilerin Avrupa'da iyi servis verdiklerini söyleyerek, Amerika'da özellikle hızlı iletişime dikkat ederek bu servisi vermeleri gerektiğini aktardı.

HER AY FARKLI TEMALARLA ETKİNLİKLER DÜZENLENMEYE DEVAM EDİLECEK

Katılımcıların Türk üreticilerden beklentileri, organizasyona katılan Türk firmaları açısından bilgilendirici ve dikkate alınması gereken pazar bilgileri içerirken; özellikle satın alımcıların hangi iş kültürü ile alışveriş yapmak istediklerini belirtmesi, üreticiler açısından son derece yönlendirici oldu. Tüm katılımcıların, Türkiye pazarının tekstil ve hazır giyim sektörleri açısından son derece zengin olduğunu düşünmeleri, ülke imajının ABD pazarında olumlu yönde gelişmeye devam ettiğini gösterdi.

Toplantıya dair görüşlerini açıklayan Nazım Kanpolat, Türkiye ile ABD arasındaki ticari bağın önemine değinerek, “Karşılıklı beklentilerin paylaşılmasının, oluşacak yeni iş imkanlarına sağlam bir altyapı hazırlayacağını biliyoruz. Şüphesiz, bu faaliyet; Türkiye ABD arasında gerçekleşmesi hedeflenen 100 milyar dolarlık ticaret hacminden, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin 5 milyar dolarlık pay alması yönünde atılmış adımlardan biri oldu. İnaniyoruz ki, bu küçük ama önemli adımlarla hedefe makul bir sürede ulaşacağız” dedi.

Kanpolat, organizasyonun, her ay farklı temalarla düzenlenmesi planlanan etkinliklerin ilki olarak merkezin tanıtımına

katkı sağladığını ifade ederek, “Katılımcılar, etkinlikten memnun kaldıklarını ifade ederken, TTM’de faaliyet gösteren firmalarımız için yeni iş fırsatları ortaya çıktı” şeklinde konuştu.

İKİ ÜLKE ARASINDAKİ TİCARİ SÜREÇ, BAKANLIQÇA DESTEKLENECEK

Bu etkinliğin sonrasında, 19 Eylül tarihinde New York TTM’de Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ve New York Ticari Ateşesi İsmail Balcı ile bir araya gelen Nazım Kanpolat ve Timur Bozdemir, gerçekleştirdikleri istişare toplantısında, ikili ilişkilerin geliştirilmesi adına atılabilecek adımlarla alakalı fikir alışverişinde bulundu.

Toplantıya dair açıklamada bulunan Bozdemir, “Bu görüşme sırasında da Türk Ticaret Merkezi’nin halihazırda Türkiye ABD ihracatını geliştirmeye yönelik ciddi bir ön adım olduğunu ve izleyen süreçte Bakanlığımızın merkezimizi daha yakından destekleyerek, mümkün olduğunca daha fazla Türk firmasına ulaşılması için gerekli adımların atılmasını destekleyecekleri sözünü aldık. Sürecin yasal altyapısı hakkında kendilerini bilgilendirdik ve İHKİB olarak gerek Bakanlık gerekse Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından verilecek görevlere hazır olduğumuzu dile getirdik” dedi.



NAZIM KANPOLAT

“Bu etkinlik; Türkiye ABD arasında gerçekleşmesi hedeflenen 100 milyar dolarlık ticaret hacminden, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin 5 milyar dolarlık pay alması yönünde atılmış adımlardan biri oldu.”



TİMUR BOZDEMİR

“Ticaret Bakan Yardımcısı ile yaptığımız görüşmede, Türk Ticaret Merkezi’nin hali hazırda Türkiye ABD ihracatını geliştirmeye yönelik ciddi bir ön adım olduğunu ve izleyen süreçte Bakanlığımızın merkezimizi daha yakından destekleyeceği sözünü aldık.”



New York Ticari Ateşesi İsmail Balcı, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı Timur Bozdemir



İHKİB, MALATYA'DA YATIRIM FIRSATLARINI DEĞERLENDİRDİ

İHKİB, “Stratejik Yapılanma ve Yapılandırma” başlığı altında Malatya’da gerçekleştirdiği sektör buluşma toplantısında, Malatya’daki iş imkanlarını değerlendirdi. Yeni yatırımları yerinde inceleyen İHKİB ekibi, konuya dair istişarelerde bulundu.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Anadolu’da üretim yapan bölgelerde gerçekleştirdiği sektör buluşma toplantılarına bir yenisini ekledi. İki geçtiğimiz aylarda Trabzon’da gerçekleşen toplantının ikincisi 22-23 Eylül tarihlerinde, “Stratejik Yapılanma ve Yapılandırma” başlığı altında Malatya’da düzenlendi.

Malatya Park Otel’de yapılan toplantıya, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Malatya Valisi Aydın Baruş, AKP Malatya Milletvekili Bülent Tüfenkçi, Büyükşehir Belediye Başkanı Selahattin Gürkan, İnönü Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ahmet Kızılay, Azerbaycan Devlet Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Babanlı, Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ata Sadıkoğlu, Malatyalı İşadamları Derneği (MiAD) Başkanı Yunus Akdaş, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ve iş dünyasının önemli temsilcileri katıldı.

İki gün süren organizasyonda; alternatif projelerin değerlendirilmesi, Anadolu’da yatırımın artırılması,

sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünün yetiştirilmesi, bölgeler arasında koordinasyon sağlanması gibi konular gündeme alındı. Malatya’da ticaret hacmini geliştirmek ve buradaki iş adamlarına yeni fırsatlar sunmak amacıyla yapılan etkinlikte, Malatya’daki yatırım imkanları da değerlendirildi.

Başkan Mustafa Gültepe ve İHKİB Yönetim Kurulu, Malatya’da yapılan yeni yatırımları yerinde inceleyerek, yatırım imkanları hakkında istişarelerde bulundu.

MUSTAFA GÜLTEPE “MALATYA SEKTÖR İSTİHDAMINA ÖNEMLİ FAYDALAR SAĞLIYOR”

Organizasyonda yaptığı konuşmaya Malatya’nın tekstil ve hazır giyim sektöründeki önemine değinerek başlayan Başkan Mustafa Gültepe, Malatya’nın sektörde önde gelen şehirlerden biri olma hedefiyle hareket ettiğinin farkında olduklarını söyledi ve şöyle devam etti: “Sektörümüz istihdam konusunda Türkiye’nin öncelikli sektörlerinden

biri. Bu sektörde çok sayıda Malatyalı iş insanlarımız var. Önümüzdeki dönemlerde önemli yatırımlar yapacaklarına inanıyorum.”

“Malatya, hazır giyim ve tekstil alanında istihdama önemli faydalar sağlayan şehirlerin başında geliyor. Bunu devam ettirmesi ve uluslararası pazarda rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için daha fazla yatırıma ihtiyacı var” diyen başkan Gültepe, yatırımlarla sağlanacak teknolojik altyapı, marka ve tasarım üstünlüğü sayesinde Malatya'nın pazarda önemli bir yere gelebileceğine dikkat çekti.

VALİ AYDIN BARUŞ “SEKTÖRÜN NİTELİKLİ ELEMAN SORUNUNU ÇÖZECEĞİZ”

Bugün sahip oldukları iki organize sanayi bölgesindeki 300 firmada 23 bin civarında kişiyi istihdam ettiklerini ve bunların yüzde 60'ının tekstil ve hazır giyim sektöründe çalıştığını söyleyen Vali Aydın Baruş, Malatya için bu sektörlerin çok önemli olduğuna vurgu yaptı. Baruş, Malatya dışında hazır giyim ve tekstil sektöründe yatırım yapan Malatyalı iş insanlarının, kendi şehirlerinde yapacakları yatırımla şehrin bu noktadaki değerini ve gücünü daha fazla artıracığını aktardı.

Malatya'nın, tekstil ve hazır giyim alanında Türkiye'nin sayılı illerinden birine dönüşmesi için yoğun şekilde çalıştıklarını ifade eden Baruş, “Sanayicilerimizin sıkıntılarını, problemlerini ve yapılması gerekenleri yakından takip ediyorum. Ticaret ve Sanayi Odamız ile birlikte, sanayicilerimizin işini kolaylaştırmak için elimizden geleni yapıyoruz” şeklinde konuştu.

Malatya'nın yoğun genç bir nüfusa sahip olmasının hazır giyim ve tekstil sektörü açısından önemli olduğunu ve sektörün kalifiye eleman sıkıntısına çözüm



sunabileceklerini dile getiren Baruş, “Teknik tekstil alanında sektörün ihtiyacı olan insan gücünü yetiştirmede Milli Eğitim Bakanlığı ve üniversitemiz ile birlikte hareket ediyoruz. Mesleki ve teknik lisemizde 1000, meslek yüksek okulumuzda ise 600 öğrencimiz bulunuyor. Bu nitelikli iş gücü ile sektöre ve ekonomiye güzel katkılar sunacağımıza eminim” dedi.

ATA SADIKOĞLU “TEKSTİLDE ADINDAN SÖZ ETTİREN BİR İL OLACAĞIZ”

Programda yaptığı konuşmada, Organize Sanayi Bölgeleri'nde (OSB) nitelikli istihdam yaratabilecek firmalara destek verdiklerini aktaran TSO Başkanı Ata Sadıkoğlu, “Yoğun emek ve iş gücü gerektiren hazır giyim ve tekstil sektörlerinde yapılacak yatırımların 2-3 sene gibi kısa bir sürede kendini amorti edeceğini garanti edebiliriz. Biz, Ticaret ve Sanayi Odası olarak, özellikle tekstil sektöründe vizyoner bir şehir olma hedeflerimizi gerçekleştirme adına çalışmalarımıza devam edeceğiz. Tekstilde, Türkiye'de adından söz ettiren bir il olmayı hedefliyoruz” dedi.

MUSTAFA GÜLTEPE
“Sektörümüz istihdam konusunda Türkiye'nin öncelikli sektörlerinden biri. Bu sektörde çok sayıda Malatyalı iş adamımız var. Önümüzdeki dönemlerde önemli yatırımlar yapacaklarına inanıyorum.”

AYDIN BARUŞ
“Teknik tekstil alanında sektörün ihtiyacı olan insan gücünü yetiştirmede Milli Eğitim Bakanlığı ve üniversitemiz ile birlikte hareket ediyoruz. Yetiştirdiğimiz nitelikli iş gücü ile sektöre ve ekonomiye güzel katkılar sunacağımıza eminim.”



MALATYA'DAKİ OSB'LERE DEVLET DESTEĞİ

Malatya'da OSB'lerde gerçekleştirilecek yatırımlara devlet, önemli teşvik ve istisnalar sunuyor. Devletin bölgesel olarak sağladığı bu teşviklerde Malatya için belirlenen sektörler arasında; konfeksiyon, tekstil ve ayakkabı de yer alıyor.

KDV İSTİSNASI

Yurt içinden ve yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için KDV ödenmemektedir.

GÜMRÜK VERGİSİ MUAFİYETİ

Yurt içinden ve yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için gümrük vergisi muafiyeti vardır.

VERGİ İNDİRİMİ

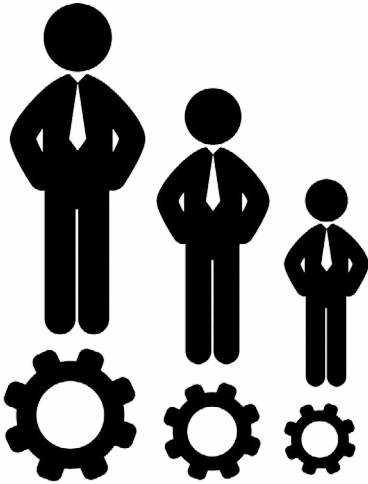
Yatırımcı tarafından yapılan yatırım tutarının yüzde 50'si (2019 yılı için +%15) oranında vergi indirimi elde edilene kadar, gelir veya kurumlar vergisi %22 yerine %2,2 indirimli vergi oranıyla ödenmektedir.

FAİZ DESTEĞİ

Yatırım desteğinin %70'ine kadar kullanılan krediye ilişkin ödenecek faizin veya kâr payının belirli bir kısmı, azami ilk beş yıl için ödenmek kaydıyla, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nca karşılanmaktadır.

%50+%15
Devlet desteği

DESTEK ORANI		AZAMİ DESTEK TUTARI
TL Cinsi Kredi	Döviz Cinsi Kredi	1.800.000 TL
7 puan indirim	3 puan indirim	



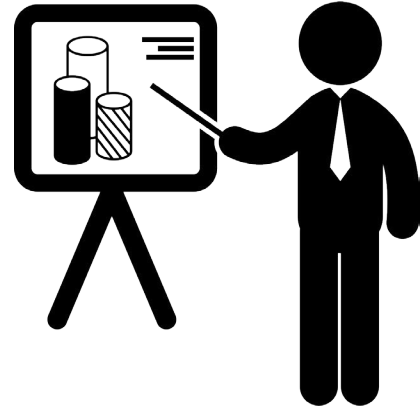
İSTİHDAM DESTEKLERİ

Yatırımlarla sağlanan ilave istidam için yatırımcı tarafından ödenmesi gereken;

- Sigorta primi işveren hissesi
 - Sigorta primi işçi hissesi
 - Gelir vergisi stopajı
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nca 10 yıl boyunca karşılanacaktır.

KDV İADESİ

İmalat sanayi yatırımlarında gerçekleştirilen bina inşaat harcamaları için ödenen KDV iade edilmektedir.



MALATYA'DA YATIRIM DESTEK OFİSLERİNİN SUNDUĞU HİZMETLER

- Devlet destekleri ve yatırım alanları hakkında bilgilendirme
- Yatırım öncesinde, aşamasında ve sonrasında rehberlik ve destek
- Yabancı yatırımlara yönelik eşleştirme
- Sektör ve pazar durumu hakkında bilgilendirme
- Ücretsiz danışmanlık
- Yatırım teşvik belgesi düzenleme ve ekspertiz hizmetleri



TÜRKİYE'NİN İLK TEKNİK TEKSTİLLER YÜKSEK LİSANS PROGRAMI BAŞLIYOR

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) tarafından, üniversite-sanayi iş birliği çerçevesinde Türkiye'deki ilk tezli Teknik Tekstiller Yüksek Lisans Programı hayata geçiyor.

İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) tarafından desteklenen, üniversite-sanayi iş birliği adına önemli bir adım olan Teknik Tekstiller Yüksek Lisans Programı, 2019-2020 eğitim yılında hayata geçiyor. Program; tekstil mühendisliğinin yanı sıra malzeme, polimer, nanoteknoloji ve elektronik uygulamalarını da içeren çok disiplinli bir yapıya sahip. Sanayi-üniversite iş birliği adına Türkiye'de ilk niteliğinde olan program ile Türkiye'de teknik tekstiller alanında sektörün gelişimine liderlik edecek nitelikli insan gücünün yetiştirilmesine ve üniversite-sanayi iş birliği vasıtasıyla firmaların Ar-Ge potansiyellerinin geliştirilmesine katkı sağlanması hedefleniyor.

Programın tanıtımına yönelik düzenlenen basın toplantısı 30 Eylül tarihinde, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, İTÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Ali Fuat Aydın, öğretim üyeleri ve iş dünyasından isimlerin katılımı ile gerçekleşti.

İSMAİL GÜLLE “LİSANSTAKİ İLGİYİ LİSANSÜSTÜ PROGRAMLARDA DA GÖRECEĞİZ”

İş birliği imza töreninde konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi ile elde edilen başarıya vurgu yaparak, proje kapsamında verdikleri burs ve istihdam destekleriyle üniversite-sanayi iş birliğine sağladıkları katkının meyvelerini vermeye başladığını söyledi ve “Eminim

ki lisansta gördüğümüz ilgiyi lisansüstü programlarımızda da göreceğiz” dedi. “Türkiye’nin en iyi üniversitelerinden olan İTÜ’nün yetiştirdiği lisansüstü öğrencilerimizin, üretecekleri tezlerle hem akademik literatürü geliştireceklerine hem de yeni üretim teknikleriyle sektörümüze katma değer sağlayacaklarına inancım tam” diyen Gülle, kalifiye iş gücünün ihracat için son derece önemli olduğunu altını çizdi.

Bu iş birliği sayesinde katma değerli üretimin daha da artacağına inandığını ifade eden Gülle, “Bizleri en çok motive edecek netice; yapılan projeler ve yazılan tezlerin hayata geçerek, ülkemize birer milli teknoloji ürünü olarak katma değer sağlayabilmesidir. TİM olarak belirlediğimiz ‘Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye’ hedefimize ancak geliştireceğimiz milli teknolojiyi ihraç ederek ulaşabiliriz” şeklinde konuştu.

AHMET ÖKSÜZ “SEKTÖRÜN DÖNÜŞÜMÜNÜ TEKNİK TEKSTİLLERLE GERÇEKLEŞTİRECEĞİZ”

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, tezli Teknik Tekstiller Yüksek Lisans Programı’nın üniversite sanayi iş birliğine gösterdikleri hassasiyetin bir sonucu olduğunu dile getirerek, “Teknolojik gelişmeler dünyayı hızla dönüştürüyor. Bu şartlar altında geleneksel tekstil anlayışıyla devam etmek orta ve uzun vadede sektörümüzün rekabetçi gücünü etkileyecektir. Sektörümüzün

dönüşümünü kesinlikle teknik tekstillerle gerçekleştirmek zorundayız. Bunun için gerekli olan adımlardan belki de en önemlisini burada atıyoruz. Türkiye geneli ihracatımızın dünya pazarından aldığı pay binde dokuzken, tekstil ve ham maddeleri sektörü olarak dünya pazarından yüzde 3,5; AB pazarından ise yüzde 15,5 pay alıyoruz. Bu gücümüzü artırmak için yeni bir vizyona ihtiyaç duyuyoruz. Bu vizyonu da ancak ve ancak üniversite sanayi iş birliğinin en somut örneklerinden biri olan İTÜ ile gerçekleştirdiğimiz bu yüksek lisans programı gibi projelerle yakalayabiliriz” dedi.

PROF. DR. ALİ FUAT AYDIN “DİSİPLİNLER ARASI BİR PERSPEKTİF SUNACAĞIZ”

İTÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Ali Fuat Aydın, programın nitelikli insan gücü oluşturmanın yanında, firmaların Ar-Ge potansiyellerini de geliştireceğini söyledi. Programda eğitim gören öğrencinin, yenilikçi teknik tekstillerin farklı alanlarında, ham maddeden nihai ürüne kadar yer alan tüm süreçler hakkında detaylı bilgiye sahip olacağını dile getiren Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Aydın, “Öğrenci, yenilikçi ve özgün teknik tekstil ürünleri tasarlama, geliştirme ve son kullanım alanına bağlı olarak ürün kalitesini değerlendirme becerisi kazanmanın yanı sıra, programın sunduğu disiplinler arası perspektif sayesinde mesleklerinde rekabet avantajı yaratabilme potansiyelini bünyesine katacak” dedi.



AHMET ÖKSÜZ
Sektörümüzün dönüşümünü kesinlikle teknik tekstillerle gerçekleştirmek zorundayız. Bunun için gerekli olan adımlardan belki de en önemlisini İTÜ ile beraber atıyoruz.





“I OF THE WORLD” FUARI ABD PAZARI HEDEFİ İÇİN ÖNEMLİ BİR ÇALIŞMA

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyeleri, 21-22 Ocak 2020 tarihinde New York'ta düzenlenecek olan “I of the World” Fuarı ile alakalı olarak katılımcı firmaları bilgilendirerek, sektörün ABD pazarındaki gücünü artırmak adına fuarın önemine dikkat çekti.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Natan Yakuppur ve Fatma Uçurum; 21-22 Ocak 2020 tarihinde İTHİB organizasyonunda New York'ta düzenlenecek olan “I of the World” fuarıyla ilgili katılımcı firmalar ile bir araya gelerek, istişare toplantısı gerçekleştirdi.

10 Eylül Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen toplantıda hem fuarla alakalı bilgi verildi hem de ABD pazarının sağlayacağı potansiyelin önemine vurgu yapıldı.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil ve ham maddeleri sektörünün ABD pazarında öne çıkabilecek güçlü yönlerini ve önemini vurgulayarak, 8 Eylül 2019 tarihinde ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross, ABD Ankara Büyükelçisi David M. Satterfield, ABD İstanbul Başkonsolosu Daria Darnell, ABD İstanbul Ticaret Ateşesi John Coronado ve ABD'li diğer katılımcılarla gerçekleştirilen toplantı hakkında bilgi verdi.

Başkan Öksüz, tekstil sektörünün, Türkiye – ABD 100 milyar dolar dış ticaret hedefinde en öncelikli sektör olarak belirlendiğini vurgulayarak; “100 milyar dolar dış ticaret hedefinde hepimize çok önemli sorumluluklar düşüyor. ‘I Of The World’ Fuarı da 100 milyar dolar dış ticaret hedefine ulaşma noktasında sektörümüzün en önemli çalışmalarından biri olacaktır” dedi.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ise “I Of The World” Fuarına ilişkin hedefler, pazarlama etkinlikleri, tanıtım faaliyetleri ve ziyaretçi profilleri konularında katılımcı firmalara bilgi vererek, firmalar ile görüş alışverişinde bulundu.

ALIM OFİSLERİ İLE BİR ARAYA GELİNDİ

Başkan Ahmet Öksüz, Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ve Yönetim Kurulu Üyeleri, konuya dair bir sonraki toplantıyı, 24 Eylül tarihinde ABD alım ofisleri ve Türkiye'nin önde gelen hazır giyim firmaları ile gerçekleştirdi.

Yapılan istişare toplantısında, I of the World Fuarı'nın sektörün en önemli çalışmalarından biri olacağını vurgulayan Ahmet Öksüz, “Bu kapsamda firmalarımızla sık sık bir araya gelerek istişare toplantıları gerçekleştireceğiz. Çünkü bir komite kurarak, 100 milyar dolar dış ticaret hedefi kapsamında neler yapabileceğimize ilişkin görüş alışverişlerimizi çok önemsiyoruz” dedi.

Toplantıda, katılımcılardan oluşan bir komite oluşturulması yönünde karar alınarak, I of the World Fuarı ile ilgili olarak geri dönüştürülebilir ürünlerle birlikte inovatif ve sürdürülebilir çalışmaların desteklenmesinin gerekliliğine dikkat çekildi.





GÜNEY AFRİKA KALKINMA AJANSI'NDAN İTHİB'E ZİYARET

Güney Afrika Kalkınma Ajansı Heyeti, 20 Eylül 2019 tarihinde İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu'na bir ziyaret gerçekleştirdi. İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Şerafettin Demir, Vehbi Canpolat, Orhan Aydın, Muammer Akçay, Ali Sami Aydın ve Mehmet Toraman'ın katılımıyla gerçekleşen toplantıda, Türkiye ve Güney Afrika ülkeleri arasındaki iş birliğinin geliştirilmesi için fikir alışverişinde bulunularak, iki ülke arasındaki dış ticaret hedefleri değerlendirildi.

Güney Afrika Kalkınma Ajansı Heyeti, yıllık 250 bin balya değerinde pamuk üretimi yaptıklarını ancak tekstil üretiminin ülke için yeterli

seviyede olmadığını belirterek, Türkiye'nin olası tekstil yatırımları sonucunda, 300 milyonluk nüfusa sahip bir coğrafyaya ulaşabileceğini aktardı. Heyet; bahse konu yatırımların gerçekleşmesi halinde gümrük vergisi muafiyeti, KDV muafiyeti ve arazi tahsisi gibi hususlarda Türk yatırımcılara teşvikler sağlanabileceğini de dile getirdi.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ise değerlendirmesinde; iki ülke arasındaki dış ticaret hacminin artırılabilmesi için öncelikle yüzde 30'lara varan gümrük vergilerinin düşürülmesinin gerektiğini söyleyerek, iki ülke arasında Serbest Ticaret Anlaşması ya da Tercihli Ticaret Anlaşması düzenlenebileceğini söyledi.

TMO'DAN İTHİB'E "TEBRİK" ZİYARETİ

Tekstil Mühendisleri Odası (TMO) Başkanı Emre Fidan ve TMO Bursa Başkanı Füsün Ekren, 13 Eylül Cuma günü, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz'ü ziyaret ederek, tekstil mühendisliği algısının yükseltilmesi yönünde gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda ortaya çıkan başarı için memnuniyetlerini dile getirdiler.

Toplantıda İTHİB, İHKİB ve İDMİB'in YÖK ile birlikte hayata geçirdiği "Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi"nin elde ettiği

başarılar ve sonuçları değerlendirildi.

Başkan Ahmet Öksüz toplantıda yaptığı konuşmada, "Türkiye'nin dış ticarete en fazla döviz girdisi sağlayan sektörleri olarak, nitelikli gençlerimizin de aramızda katılmasıyla var olan katma değerimizi artıracaktır. Tekstil mühendisliğine yönelik algıyı pozitif hale getirerek, gençlerimizin geleceği için güzel bir adım attığımızdan dolayı çok gururluyuz" dedi. Başkan Ahmet Öksüz, yarattıkları olumlu algının dağılması için projenin, üzerine eklenerek devam ettirileceğini de söyledi.





İTHİB SEKTÖRÜN SORUNLARINI DİNLEDİ

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan heyet, ZETSİAD'ı ziyaret ederek, sektörün sorunlarına dair bilgi edindi. İTHİB olarak dahil oldukları tüm platformlarda sektörün sorunlarını dile getirdiklerini aktaran Öksüz, çözüm süreçlerinin takipçisi olduklarını ifade etti.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Orhan Aydın, Mehmet Toraman ve Vehbi Canpolat, Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İşadamları Derneği (ZETSİAD) Yönetim Kurulu Üyeleri ile 13 Eylül Cuma günü bir araya geldi. Toplantıda tekstil ve ham maddeleri sektörüne ilişkin görüş alışverişinde bulunuldu.

Toplantıda sektörün ihracat hedefleri doğrultusunda yapılan çalışmalar hakkında bilgi vererek, sektör temsilcilerinin, sektörel konulara dair sorunlarını dinleyen Başkan Ahmet Öksüz, İTHİB olarak dahil oldukları tüm platform ve yapılarla sektörün sorunlarını en net şekilde dile getirdiklerini belirterek, çözüm süreçlerinin yakın takipçisi olduklarını ifade etti.

Zeytinburnu'nun Türkiye tekstil ve ham maddeleri sektöründeki önemine değinen Ahmet Öksüz, 90 milyar dolar üretim değerine sahip, entegre bir şekilde çalışan tekstil ve hazır giyim sektörlerinin gücünün birlik ve beraberliğinden geldiğini, sık sık benzer toplantılar gerçekleştirilerek sektöre yönelik ortak iş birliklerinin artırılması gerektiğini vurguladı.

ZETSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Sartık ise, İTHİB Yönetim Kurulu'nun ZETSİAD'ı ziyaretinden duyduğu memnuniyeti ifade ederek; birlikte ne tür çalışmalar gerçekleştirilebileceği hususunda fikir alışverişini yapılması gerektiğini ifade etti.

Toplantıda tekstil ve ham maddeleri sektöründe Afrika atağı başlatılması gerektiği ve ortak bir çalışma gerçekleştirilerek, Afrika özelinde bir strateji belirlenmesi konusunda fikir birliğine varıldı.





DERİ SEKTÖRÜ, GÜNEY KORE'DE TİCARİ HEYET ÖNCESİ İNCELEMELERDE BULUNDU

İDMİB ve EDMİB üyelerinden oluşan heyet, Güney Kore'nin başkenti Seul'da bir dizi görüşmeler gerçekleştirerek, Kasım ayında yapılması planlanan ticari heyet öncesinde hem Türk deri sektörünün algısını yükseltti hem de Kore pazarı hakkında bilgi aldı.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ve Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB), 5-7 Eylül tarihleri arasında Güney Kore'nin başkenti Seul'de bir dizi ziyaretler ve görüşmeler gerçekleştirdi. İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Tanju Geçgören, EDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Zandar, EDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Selahattin Güven ve İTKİB Deri Sektör Şube Müdürü Çağrı Öztürk'ten oluşan heyet; hedef pazar olarak belirlenen Güney Kore'de Türk deri sektörünün algısını yükseltmek, bulunduğu konumu anlatmak ve yeni iş birlikleri oluşturmak adına Seul'de önde gelen kurum ve kişilerle bir araya geldi.

ABD İLE YAŞANAN SÜREÇ, GÜNEY KORE İLE İLİŞKİLERDE BELİRLEYİCİ OLACAK

İki gün boyunca yedi farklı görüşme yapıldı. 6 Eylül Cuma günü gerçekleştirilmesi planlanan sektörel ticaret heyetinde ülkenin önde gelen danışmanlık firmalarından biriyle yapılan görüşmede, olası heyete ilişkin beklentiler paylaşarak, güncel durum

değerlendirmesi yapıldı.

Deri heyeti, sonrasında T.C. Seul Büyükelçisi Ersin Erçin'i ziyaret ederek, planlanan sektörel ticaret heyet hakkında büyükelçiyi bilgilendirdi. Sektöre ve organizasyona her türlü desteği vermeye hazır olduklarını ifade eden Erçin ise, iki ülke arasındaki STA'nın şu anda Türkiye aleyhine bir seyir izlediğini ifade ederek, ülkemizin ihracatının artırılması için yoğun bir çaba içinde olduklarını söyledi ve şöyle devam etti: "Kore ile Japonya arasında yaşanan siyasi gerilim, bu iki ülke arasındaki ticari ilişkilere olumsuz yansıdı. ABD ile Çin arasında yaşanan ticaret savaşları da Güney Kore'ye zarar veriyor. Bu gelişmeler, Türkiye'nin bölgedeki potansiyelini artırıyor. Bu da Türkiye'nin buradaki şansını daha da artırıyor. Kore, ABD ile Türkiye arasındaki ikili ilişkileri yakından takip ediyor. Bu süreçte ABD ile yaşanacak olumlu gelişmeler, dolaylı olarak Güney Kore ile olan ilişkilerimizin de gelişmesi adına bir referans olacak ve ülkemize yatırım yapmak isteyen Koreliler adına teşvik edici bir rol oynayacaktır.

Türkiye, katma değeri yüksek ve niş ürün pazarında önde gelen ülkelerden

biri. Pahalı zevkleri olan Korelilere uygun bir üretim anlayışımız var. Burada yapılması gereken, sektörün algısını yükseltecek çalışmalar gerçekleştirmek.”

Görüşmede hali hazırda Büyükelçilik bünyesinde boş bulunan Ticaret Müşavirliği kadrosunun bir an önce doldurulmasına yönelik beklentiler de dile getirildi.

TÜRK DERİ SEKTÖRÜ GEREKLİ ALTYAPIYA SAHİP

Başkan Şenocak ve deri heyeti aynı gün yapılan Güney Kore’de yerleşik, ülkenin önde gelen Department Store’larından bir tanesinin yetkilileri ile buluştu. Heyet, çalışma ortaklarına muhtemel ticari heyete dair bilgiler vererek, karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu.

Şenocak ve heyet katılımcıları, Türkiye deri sektörünün, her türlü ürünün üretimi için gerekli altyapıya sahip olduğunu ve Kore’nin önde gelen markaları için en yüksek kalitede ürün sağlanabileceğini aktardı.

Firma yetkilileri ise ziyaretten duydukları memnuniyeti dile getirerek, destek verebileceklerini aktardılar. Yetkililer, Türk ürünleri hakkında detaylı bilgi almak istediklerini ve ürünlerin tanıtımına dair destek verebileceklerini söylediler.

İKİ ÜLKE ARASINDAKİ STA TÜRKİYE ALEYHİNE İŞLİYOR

Kore İthalatçılar Birliği’nde (KOIMA) ile yapılan görüşmede ise; deri grubu, heyetle alakalı bilgi vererek, iki ülke arasındaki STA’nın sonuçlarının Türkiye’ye olumlu girdiler



sağlamadığını, bu anlaşmadan her iki ülkenin de kazançlı çıkması için ortak hareket edilmesi gerektiğini vurguladı.

Kore’nin Türkiye’nin hedef pazarlarında biri olduğunu ifade eden Başkan Şenocak, “Karşılıklı ticaretimizi artırma hedefindeyiz. Türkiye deri sektörü, katma değerli ürünleri ve üretim kapasitesi ile dünyanın önde gelen pazarlarından biri. Kasım ayında yapmayı planladığımız heyetin, ticari ilişkileri geliştirmesi adına önemli fırsatlar barındıracağına inanıyorum” dedi ve Türk deri sektörünün Kore’de tanıtılması için iş birliği ve önerilere açık olduklarını ekledi.

Başkan Mustafa Şenocak ve beraberindeki heyet, iki günlük görüşmelerin sonunda Seul Incheon Havaalanı’nda incelemelerde bulunarak, Güney Kore’de tax free satış yöntemlerine ve bu sürecin lojistik ayağının işleyişine yönelik incelemelerde bulundu.



İDMİB BAŞKANI MUSTAFA ŞENOCAK
Güney Kore ile karşılıklı ticaretimizi artırma hedefindeyiz. Türkiye deri sektörü, katma değerli ürünleri ve üretim kapasitesi ile dünyanın önde gelen pazarlarından biri. Kasım ayında gerçekleştirmeyi planladığımız heyetin, ticari ilişkilerin gelişmesi açısından önemli fırsatlar barındıracağına inanıyorum.



Seul Büyükelçisi Ersin Erçin’e ziyaret



İDMİB YENİ ÖĞRETİM YILINDA ÖĞRENCİLERE DESTEK VERDİ

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve Yönetim Kurulu Üyeleri, yeni eğitim öğretim yılında Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret ederek, öğrencilere yeni eğitim öğretim yılında başarılar diledi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak ve Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan heyet, 12 Eylül Perşembe günü Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ni ziyaret ederek, öğrencilere yeni eğitim öğretim yılında başarılar diledi.

Öğrenciler, eğitimciler ve Okul Müdürü Aylin İstek ile keyifli bir sohbet gerçekleştiren Başkan Mustafa Şenocak ve beraberindeki ekip, okulun ihtiyaç ve taleplerini dinledi.

“EĞİTİMİN GÜCÜNE İNANIYORUZ”

Ziyaret esnasında bir konuşma gerçekleştiren Başkan Mustafa Şenocak, sözlerine öğrencilere yeni yılda başarı dileyerek başladı ve kendilerini ağırladıklarından dolayı hem okul yönetimine hem öğrencilere hem de öğretmenlere teşekkür etti ve şöyle devam etti: “Kurduğumuz günden bu yana eğitimin gücüne inanan bir birlik olduk. Hedefe ulaşmada eğitimli ve nitelikli iş gücünün hayati önem taşıdığına farkındayız. Bu bilinçle eğitime yaptığımız yatırımları ve desteği her geçen gün artırıyoruz.

Sektörümüzün bugün geldiği noktada, ihracatta yakaladığımız başarıda mesleki eğitim almış gençlerimizin emeği, kattığı bilgi çok fazla. Donanımlı gençlerimizle bir yandan katma değerli üretimimizi, bilinirliğimizi artırmaya devam ederken diğer yandan da tasarım ve inovasyon alanında daha da ilerleyeceğimize yürekle inanıyorum.

Çıktığınız bu güzel yolda sizden, ülkemiz ve sektörümüz adına başarılı işler bekliyoruz. İşinizi severek yaparsanız mutlaka kendinize, ailenize, sektöre ve ülkeye çok yararlı bireyler olursunuz.”

Müdür Aylin İstek de Başkan Mustafa Şenocak ve İDMİB üyelerine, okula verdikleri destek ve katkılardan dolayı teşekkür etti.





DERİ KONFEKSİYON VİZYON GRUBU İLK TOPLANTISINI GERÇEKLEŞTİRDİ

Deri sektöründe ihracatın artırılması ve sektörün uluslararası platformlarda tanıtılması amacıyla bir araya gelen “Deri Konfeksiyon Vizyon Grubu”, ilk toplantısını İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak’ın başkanlığında yaptı. Şenocak konuşmasında, ihracatı geliştirmek ve çeşitlendirmek için sektörün bilinirliğinin daha da artması gerektiğine vurgu yaptı.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB); deri ve deri mamulleri alt sektörleri bazında oluşturduğu vizyon grupları ile sektörün yönünü belirlemek adına üyeleri ile birlikte çalışmaya devam ediyor.

İhracatın geliştirilmesi ve sektörün uluslararası tanıtımına yönelik projeler gerçekleştirmek adına oluşturulan “Deri Konfeksiyon Vizyon Grubu” da ilk toplantısını sektör temsilcilerinin yoğun katılımları ile 12 Eylül Perşembe günü, Dış Ticaret Kompleksi’nde gerçekleştirdi.

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak’ın başkanlığında yapılan toplantıya, Yönetim Kurulu Üyeleri Tamer Geçgören ve Remzi Özbay başta olmak üzere sektörün ileri gelen temsilcileri katıldı.

Toplantıda, deri konfeksiyon sektörü ihracat performansı; hedef ülkeler ve alt ürün grupları bazında değerlendirildi ve sektörün uluslararası tanıtımını projelendirmek üzere iki ayrı çalışma komitesi oluşturuldu.

Başkan Şenocak, toplantıda yaptığı konuşmada, “İhracat pazarlarımızı geliştirmek ve çeşitlendirmek için bilinirliğimizi daha da artırmalıyız. Bu bağlamda özellikle uluslararası fuarlara katılımı önemsiyoruz. Dünyanın önde gelen fuarlarına milli katılımı sağlamayı gereklilik olarak görüyoruz. Diğer yanda deri tanıtım grubumuz, Türk derisini dünya çapında tanıtmak için çalışmalarını yoğun şekilde devam ettiriyor. Tüm sektörün bu bağlamda birlikte hareket etmesi, işlerin daha hızlı yürümesi adına önemli” dedi.



SARACİYE VİZYON GRUBU 3. KEZ BİR ARAYA GELDİ

4 Eylül tarihinde üçüncü kez bir araya gelen Saraciyeye Sektörü Vizyon Grubu'nun gündem maddelerini, yeni hedef pazarlara yönelik stratejik yol haritasının çıkarılması ve sektörün bilinirliğinin global anlamda daha da artması için yapılacak projeler belirlendi.

Üçüncü toplantısını 4 Eylül Çarşamba günü İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkan

Yardımcısı Güven Karaca başkanlığında gerçekleştiren "Saraciyeye Sektörü Vizyon Grubu"; ihracat performansı, yeni hedef ülkelerin belirlenmesi, devlet teşvikleri, sektörün tanıtımı için yol haritasının belirlenmesi, kümelenme faaliyetleri ve e-ticaret konularını masaya yatırdı.

İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Kamuran Uyar ve Saraciyeye Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Aydın ve yönetim kurulu üyeleri başta olmak üzere sektörün ileri gelen temsilcilerinin katılım sağladığı toplantı, deri ve deri mamulleri sektörüne yönelik ihracat-ithalat performansına ilişkin detaylı yapılan bilgilendirme sunumu ile başladı.

Toplantının ana gündem maddelerini ise Türkiye Tanıtım Grubu'nun faaliyetleri, sektörün tanıtımını sağlayacak bir film yapılması ve hedef pazarlara yönelik stratejik yol haritasının hazırlanması

oluşturdu. Sektörün tek pazara olan bağımlılığını bitirmesi ve geleneksel pazarların dışına çıkması gerektiğini vurgulayan Güven Karaca, Amerika, Uzak Doğu ve Kuzey Avrupa ile olan etkileşimin artması gerektiğini söyledi. Türkiye'nin deri mamullerinde dünyanın önde gelen birkaç oyuncusundan biri olduğunu hatırlatan Karaca, "İhracatımızı artırmak ve katma değeri yüksek ürünlerimizi yeni pazarlarla buluşturmak için sektörümüzün bilinirliğini artırmak zorundayız" dedi.

Stratejik yol haritası kurgusunun e-ticaret ve online satış üzerine yapılması ve hedef pazarlara yönelik tanıtım çalışmaları için bir komite kurulması hususunda görüş birliğine varıldıktan sonra, saraciyeye sektörünün e-ticaret ve online satış adaptasyonu için atılması gereken adımların bir sonraki toplantının ana gündemi olması kararı alındı. Toplantıda, İDMİB'in temel faaliyetleri ve üyelere hizmet sunduğu konular hakkında da katılımcılara bilgiler verildi.



KSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Külekçi ve beraberindeki heyet, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak'ı ziyaret ederek, kıymetli kürkte ÖTV'nin uygulama usul ve esaslarında yaşanan sıkıntıların çözüme kavuşması adına fikir alışverişinde bulundu.

KSİAD'DAN İDMİB'E ZİYARET

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Külekçi ve beraberindeki heyet, 12 Eylül Perşembe günü İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak'ı makamında ziyaret etti.

Kıymetli kürkte ÖTV'nin uygulama usul ve esaslarında yaşanan sıkıntıların toplantının ana gündem maddesini oluşturduğu toplantıda görüşlerini ifade eden İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, "Bu senenin başında kıymetli kürkte ÖTV'nin kaldırılması ile artık kıymetli kürk pazarında daha aktif rol oynayabileceğiz. Dünya çapında 15 milyar dolarlık pazar büyüklüğüne sahip olan bu alanda üretici pozisyonunda bulunan üç dört ülkeden biri olmamız, sahip olduğumuz potansiyelin en net göstergelerinden biri. Hem birliğimiz hem de birliklerin

ve sektörlerin temsilcileri ile yaptığımız girişimler sonucunda ÖTV'nin kaldırılmasını sağladık. Bu bizim için önemli bir adımdı ancak tek başına yeterli değil. Uygulama usul ve esaslarına ilişkin olarak yaşanan aksaklıkları çözüme kavuşturmak için de girişimde bulunarak; katma değerli ihracatımızın artmasına katkı sunacağız" şeklinde konuştu.

KSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Külekçi ise, "Rakip ülkelerde olmayan, bizde ise çok yüksek oranlarda seyreden ÖTV'nin kaldırılmış olması, dünya pazarından daha fazla pay almamız adına geç kalınmış bir karardı ancak yine de kaldırılmış olmasından dolayı büyük memnuniyet duyuyoruz. Şimdiki çabamız ise ÖTV'nin kalkması ile oluşan boşlukları ve uygulamanın ihracatımızı artıracak şekilde düzenlenmesini sağlamak" dedi.



İHİB, BAKANLIK ZİYARETLERİNE DEVAM EDİYOR

İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu ve beraberindeki heyet, Milli Eğitim Bakanı ile Turizm ve Kültür Bakanını ziyaret ederek, el halısı sektörünün sorunlarını dile getirdi. İHİB ayrıca, ülkemizde bir halı kilim müzesinin açılmasının gereklilik olduğunu da dile getirdi.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu ve beraberindeki heyet, Eylül ayında, Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk'u ziyaret etti. Bakan Selçuk'un daveti üzerine gerçekleşen görüşmede, İHİB heyeti, el halısı sektörünün güncel sorunlarından bahsetti ve çözüm yollarına dair bilgi verdi. Bakan Ziya Selçuk ise, bakanlık olarak kendi alanları ile alakalı çözüm yolları aramaya önem vereceklerini ifade etti.

Bakanlığın, Halk Eğitim Kursları ile halı ve kilim üretimine katkı sunduğuna ve bu kursların sürekli hale getirilmesinin sektöre katkı sağlayacağına vurgu yapılan toplantıda, yerel kültürün bir parçası olan el halı ve kilimlerinin okulların müfredatında yer alması konusu da gündeme getirildi. Eğitimde bu kültüre yer verilmesinin çok önemli olduğunu dile getiren İbrahim Geyikoğlu, "Bu değerli kültürün yaşatılması hususunda yeni nesillere büyük görevler düşüyor. El halısının müfredatta yer almasının yanı sıra, okullar arası bir yarışma yapılması durumunda, İHİB olarak her türlü desteği vermeye hazırız" dedi.

TURİZM VE KÜLTÜR BAKANLIĞI DA ZİYARET EDİLDİ

İHİB heyeti, bir sonraki bakanlık ziyaretini Turizm ve Kültür Bakanlığı'na gerçekleştirdi. Bakan Mehmet Nuri Ersoy'un da katılım sağladığı toplantıda, Türk halısının ve kiliminin geçmişten günümüze, ülkemiz için hem kültürel hem de ticari bir ürün olduğunu, bu konuda da Kültür ve Turizm Bakanlığı'na pek çok görev

düştüğünü anlatan İHİB, bakanlıktan birtakım istek ve ricalarda bulundu.

Ülkemizde bir halı kilim müzesinin açılmasının gereklilik olduğuna dikkat çeken İHİB heyeti, müze için hali hazırdaki müzelerin depolarında binlerce eser olduğunu, sadece Türk-İslam Eserleri Müzesi deposunda bin 500'ten fazla halı kilim bulunduğunu, bunun dışında Vakıflar Genel Müdürlüğü depolarında binlerce eserin olduğunu aktardı.

İbrahim Geyikoğlu konuyla alakalı olarak, "Bu eserler ile dünyada eşi benzeri olmayan, ülkemizi temsil edecek, turizm alanına çok katkısı olacak bir müze açabiliriz. Böyle bir müze, dünyada kültürel anlamda büyük bir ses getirecektir" şeklinde konuştu. İHİB heyeti, Sultanahmet'te bulunan eski adliye binasının bu amaç doğrultusunda kullanılabilirlikte doğru mekan olduğunu belirlerken, Bakan Ersoy ise konuyla ilgileneceğini söyledi.

El halısı ticaretinin turizmde ilk sırada olduğunu ve bunun için de Türkiye'de halı üretiminin önemli olduğunu aktaran İHİB, daha önce Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde olan DÖSİMM mağazalarının yeniden açılarak, üreticilerden ürün alınmasının sektöre faydalı olacağını dile getirdi.

Bakan Ersoy, turizm alışverişlerindeki yüksek komisyonlardan hayli rahatsız olduğunu ve bunu bitirmek istediğini söylerken, İHİB ise yüksek komisyonlardan ziyade esas problemin turiste yanlış veya sahte ürün satılması olduğunu, bu konu hakkında turizmdeki acente ve dükkan sahipleri ile bir toplantı yapmanın faydalı olacağını ifade etti. Her iki taraf da bu konuda hemfikir oldu.



ÇORAP UR-GE PROJELERİ BAŞLADI

İHKİB, “Çorap Dijital Dönüşüm ve Kurumsal Gelişim” UR-GE küme projelerinin ilk eğitim faaliyetini gerçekleştirdi. 25 firmadan katılımcının yer aldığı etkinlikte, liderlik yaklaşımına ve şirket yönetimine ilişkin bilgiler aktarıldı.

Ticaret Bakanlığı tarafından 2010/8 sayılı “Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” kapsamında desteklenen ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından yürütülen “Çorap Dijital Dönüşüm ve Kurumsal Gelişim” UR-GE küme projelerinin ilk eğitim faaliyeti 26 Eylül Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi Ömer Halisdemir Konferans Salonu’nda gerçekleştirildi.

Yaklaşık üç saat süren ve 25 firmadan katılımcıların yer aldığı “Liderlik Yaklaşımları Semineri”, eğitmen Güler Oral tarafından verildi. Bu ilk faaliyetle

birlikte, UR-GE firmalarının üç yıllık proje serüveni resmen başlamış oldu. Projeye katılan firmaların üst düzey yöneticilerinin hazır bulunduğu seminerde, dış ticaret yönetiminde liderlik, yetki devrimi, şirket ve ekip yönetimi, müşteri kazanımı ve bunun için ekiplerin motivasyonunun artırılması gibi konular ele alındı. Eğitmen Güler Oral’ın interaktif sunumu ile başlayan proje, katılımcıların yer aldığı grup aktiviteleri ile devam etti.

Seminer sonunda ise katılımcıların grup aktivitelerinden yaptığı çıkarımları, kendi şirketleri ve liderlik yetkinlikleriyle değerlendirerek bir sunum yapmaları istendi.



ZORLU HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI AHMET NAZİF ZORLU:

‘MADE BY ZORLU’ DÜNYADA ÖNCELİKLİ TERCİH SEBEBİ



“Dünyanın birçok ülkesinde ‘Made by Zorlu’ öncelikli tercih sebebi. Biz de bu durumu bugün, dünya pazarlarında 70’e yakın ülkeye yaptığımız, toplamda 200 milyon dolara ulaşan ihracatla karşılayarak, küresel tekstil pazarında emin adımlarla büyümeye devam ediyoruz.”

Bugün beş kıtada 155 ülkeye ihracat gerçekleştiren, Türkiye'nin en büyük birkaç grubundan biri olan Zorlu Holding'in temelleri, bundan 65 yıl önce, Denizli'nin Babadağ ilçesinde, dokuma tezgahlarının başında atılmış. Baba Hacı Mehmet Zorlu tarafından başlatılan hikaye, Denizli'den Trabzon'a, oradan İstanbul'a, sonrasında da dünyaya açılmış.

1960 yılında Trabzon'da "Babadağ Yerli Mallar Pazarı"nın açan oğul Ahmet Nazif Zorlu, dükkanı için fason üretim yaptırmak adına sık sık geldiği İstanbul'un canlılığı ve sunduğu fırsatların karşısında buraya yerleşmiş. "Ticaret yapıyorsanız sevgilerinizin güçlü olması gerekiyor. İstanbul'a geldiğimde pazardaki boşlukları çok iyi gördüm, bu boşlukları dolduracak ürünler ürettim" diyen Zorlu, 1972 yılında Türkiye'nin ilk desenli king size çarşafını üretmiş ve artan siparişlere yetişilemeyince ilk fabrikayı kurmaya karar vermiş. 1976'da Bursa'da Korteks Kadife Dokuma Tesisi hayata geçtikten sonra Türkiye tekstil sektöründe pek çok ilk; bunları da 1979 yılında gerçekleştirilen ilk ihracat izlemiştir.

Peşi sıra devam eden yatırımlarla hem Türkiye hem de globaldeki büyümesini devam ettiren Zorlu, bugün tekstilde Türkiye'nin en büyük ihracatçılarından biri. Türkiye tekstil sektöründe birçok ilkin ve yeniliğin öncüsü olarak, beş kıtaya ürün ihraç ediyor.

"Bilindiği gibi Türkiye'de birçok büyük grubun da kökeni tekstil ancak birçoğu yıllar önce çekildi. Biz Zorlu Holding olarak, tekstilin gelecekte de katma değer yaratacak en kritik sektörlerinden biri olacağını öngörerek, bu alandaki yatırımlarımıza devam ettik" diyen Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Nazif Zorlu, büyüme hikayesinin temelinde inanç ve yenilikler sunmak olduğunu söylüyor. Yeni ve kaliteli üretim arzusunun neticesinde buralara geldiğini belirten Ahmet Nazif Zorlu, Zorlu Tekstil'in hikayesinin, aynı zamanda Türkiye tekstil sektörünün de hikayesinin özeti olduğunu vurguluyor ve başlıyor anlatmaya...

Bu süre zarfında tekstilin hikayesi nasıl evrildi, Türkiye'de ve dünyada?

Bugün ne Türkiye 50'li 60'lı yılların Türkiye'si ne de tekstil o günlerin

tekstili. Artık evlerdeki tezgâhlardan dev fabrikalara, pazarlarda satılan ürünlerden dünyanın dört bir yanına ihraç edilen katma değerli tekstil ürünlerine dönüşmüş bir yapı var. Tekstil sektörü, 2018 yılı itibariyle 188 ülkeye 10,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Tekstil, dış ticaret fazlası verebilen nadir sektörlerden; hatta geçen yıl toplam tekstil ihracatının yüzde 17'ye yakını, yani 1 milyar 750 milyon doları, teknik tekstiller gibi oldukça katma değerli ürünlerden oluştu.

Bilindiği gibi Türkiye'de birçok büyük grubun da kökeni tekstil ancak birçoğu yıllar önce çekildi. Biz Zorlu Holding olarak, tekstilin gelecekte de katma değer yaratacak en kritik sektörlerinden biri olacağını öngörerek bu alandaki yatırımlarımıza devam ettik. Bugün tekstil, beş ana faaliyet alanımızdan biri ve gelecekte de öyle olmaya devam edecek. Özellikle bugün 160 milyar doları bulan akıllı tekstil pazarında gidilecek daha çok yol olduğunu düşünüyoruz.

Zorlu Tekstil Grubu, tekstil sektöründe nerede duruyor, sektöre katkılarınız neler?

Zorlu Holding olarak, tekstilde her zaman ilkleri gerçekleştirdik; sektörümüze her zaman öncülük ettik ve etmeye de devam ediyoruz. Ev tekstilinde beş kıtada 68 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Türkiye tekstil ihracatının; nevresim grubunda yüzde 23'ü, perdede ise yüzde 17'sini tek başımıza gerçekleştiriyoruz. Ev tekstilinde Bed Bath and Beyond'tan IKEA'YA, HM'den, Marks&Spencer ve Zara Home'a kadar uzanan 250 seçkin dünya perakende devinin inovatif iş ortağı olmaya devam ediyoruz. Yine Avrupa'nın en büyük entegre polyester iplik üreticisi ve ihracatçısı olan Korteks ile bugün beş kıtada 57 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. İnovatif ürünlerimizle, sadece ülkemizde değil; dünyada da örnek oluyoruz. Kendini temizleyen, nefes alan, en zor koşullara dayanan, nano ya da antimikrobiyal kumaşlar ve Dry Touch teknoloji ile üretilmiş nem yönetimi sağlayan, organik pamuktan üretilmiş yüzde 100 organik ev tekstili ürünlerimiz ile dünyada "Made by Zorlu" markasını kabul ettirmiş durumdayız. "Kendini





Temizleyen Perde”, “Serin Tutan Pike”, “Led Işıklı Perde”, “İçerik Üreten QR Kodlu Nevresim” gibi akıllı ve yenilikçi ürünlerimiz ile sektörün gelişimine ışık tutuyoruz. Türkiye’nin uzun süredir gündeminde olan katma değerli üretimin, tekstil sektöründeki en güncel örneklerini sunarak, sektörümüze öncülük ediyoruz.

Bünyenizdeki markalar genel hatlarıyla nasıl ayrışıyor? Rekabet yoğun bir sektör olan tekstilde markalaşmanın önemine değinerek anlatabilir misiniz bu ayrışmayı?

Tekstilde markalaşma, her sektörde olduğundan daha da fazla öneme sahip. Çünkü ucu, bucağı olmayan bir sektör. Rakiplerden ayrışmak adına marka olmanın önemini 1970’li yıllarda fark ettim. Bunun sonucu olarak da 1971’de “TAÇ” markası doğdu. Tabii ki pazara ve tüketici talebine göre markanızı farklılaştırmanız, gerekirse yeni markalar oluşturmanız gerekiyor. Çünkü her pazarın, her müşterinin beklenti ve istekleri farklı olabiliyor. Valeron ve Linens markalarını da kurarak, ev tekstilinde sürükleyici gücümüz olan üç marka oluşturduk. İç pazarda 96’sı merkez mağaza olmak üzere 4 bin satış noktasında varız. TAÇ, Türkiye’nin ve dünyanın en beğenilen ve tanınan

markasıyken; Linens, Türkiye’nin ilk uzmanlaşmış, uluslararası pazara açılmış ev tekstili mağazalar zinciri. Valeron da Avrupa ev tekstili pazarında adını duyurmuş ve üst gelir grubuna hitap eden bir marka. Bu üç marka ile dünyanın pek çok yerinde mağazalaştık, bu süreç devam ediyoruz.

Zorlu Tekstil’in ihracat yaptığı ülkeler hangileri? Hedef pazarda neler var?

Korteks ile beş kıtada 57 ülkeye, Zorluteks ile beş kıtada 68 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. İhracatımızı ağırlıklı olarak Avrupa olmak üzere Almanya, Belçika, İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Polonya, Portekiz, İran, Mısır, ABD, Kanada, Meksika ve Güney Afrika gibi birçok farklı ülkeye yapıyoruz. İhracat pazarlarımızı sürekli geliştiriyoruz. Bunun dışında yurt dışında mağazalarımızla da büyümek istiyoruz. Bu konuda ana pazarlarımız Avrupa ve Amerika. Bu pazarlara odaklanmaya devam edeceğiz. Mevcutta çalıştığımız müşterileri büyütme ve bu pazarlardan potansiyeli yüksek müşteri bulmak, öncelikli hedeflerimiz. Ayrıca bugüne kadar satış yapmadığımız her ülkeye satış yapmayı da hedefliyoruz. Bu kapsamda bu yıl Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Makedonya, Arnavutluk, Tunus, Kıbrıs ve Katar gibi ülkelerde mağazalar açma hedefiyle ilerliyoruz. Amerika’da Zorlu Home Textiles mağazasını açtık. Çin’de de TAÇ ve Linens için görüşmeler devam ediyor.

Zorlu tekstilin global pazardaki yeri nerede?

Zorlu Tekstil, yurt dışında bilinen, kalitesi, yenilikçiliği ve güvenilirliği ile her zaman tercih edilen bir marka. Dünyanın birçok ülkesinde “Made by Zorlu” öncelikli tercih sebebi. Biz de bu durumu bugün, dünya pazarlarında 70’e yakın ülkeye yaptığımız, toplamda 200 milyon dolara ulaşan ihracatla karşılayarak, küresel tekstil pazarında emin adımlarla büyümeye devam ediyoruz.

Özellikle Uzak Doğu ve Asya ülkelerinin pazardaki payını hızla artırması, rekabetin her geçen gün daha da zorlaşmasını sağlıyor. Siz bu konuda nasıl bir ayrışma sağlıyorsunuz?

690
MİLYON DOLAR
Yıllık ciro

200
MİLYON DOLAR
Yıllık ihracat

Biz, bunu katma değerli üretime ağırlık vererek aşıyoruz. Özellikle Ar-Ge, inovasyon ve tasarıma ciddi yatırımlar yapıyoruz. Bununla birlikte tüketici beklentilerini iyi yönetiyoruz. Kaliteli ve yeni trend ürünleri tüketicilere zengin koleksiyonlarla sunuyoruz. Dünyadaki trendleri ve -özellikle Avrupa ve Kuzey Amerika'daki- fuarları yakından takip ediyor, buralardaki yenilikçi fikirleri etkin bir şekilde değerlendiriyoruz. Ayrıca müşteri deneyimine çok önem veriyoruz. Onlarla sürekli iletişim halindeyiz; taleplerini en hızlı şekilde ve kaliteden ödün vermeden karşılıyoruz.

Uzak Doğu ve Asya ülkelerinin bu kalitede, bu hızda ve böyle yenilikçi bir şekilde ürün sunması çok zor. Biz, fiyat odaklı olarak değil; kalite, yenilikçilik ve üretim esnekliği ile fark yaratıyoruz.

Son yıllarda moda ve tekstil pazarının en önde gelen akımlarından biri de sürdürülebilir tekstil. Bu alanda ne gibi çalışmalarınız var?

Zorlu Grubu'ndaki tüm faaliyetlerimizi, Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu "Akıllı Hayat 2030" vizyonumuz ile şekillendiriliyoruz. Bu kapsamda sürdürülebilirliği, adım adım tüm grup şirketlerinin uzun vadeli yönetim stratejisi, iş politikası ve süreçlerine dahil etmeye devam ediyoruz. Fabrikalarımızda ham madde ile proses yönetiminden, ürünlere ve hizmetlere kadar her şeyi sürdürülebilirliğe uygun bir şekilde yönetiyoruz.

Bunun en güzel örneklerini de tekstilde sunuyoruz. Sürdürülebilirlik alanında geliştirdiğimiz kalite, standartlar ve uygulamalar sayesinde bugün, dünya devleri tarafından tercih ediyoruz. Örneğin bir kilogram pamuklu kumaş üretiminde dünya ortalaması 120 litre su iken, Zorluteks'te ortalama 80 litre su ile üretim yapıyoruz. Katı atıkların yüzde 90'ını geri dönüşüme alıyoruz. Son dönemde mısır, şeker kamışı gibi yüksek oranda nişasta içeren tarım ürünlerinden elde edilen PLA iplikler üretiliyor. PET şişelerin ham madde olarak kullanıldığı recycle polyester filament iplikler üretiliyor. TAÇ markamız, bir süre önce pet şişe ve polyester ipliklerin

geri dönüştürülmesiyle üretilen TAÇ Reborn Perde Koleksiyonu'nun yanı sıra pamuk ve tencel ipliklerin geri dönüştürülmesiyle elde edilen TAÇ Reborn Nevresim Koleksiyonu'nu sundu. Ayrıca gelecek sene Korteks bünyesinde, kendi polyester geri dönüşüm tesisimizi devreye almak için çalışmalarımızı devam ettiriyoruz.

Teknolojinin hızla nüfuz ettiği tekstilde, siz dijitalizasyon sürecini nasıl yaşıyorsunuz?

Dijitalleşen endüstriye paralel olarak, fabrikalarımızı Endüstri 4.0 ile uyumlu hale getirerek, makinelerimizi akıllı hale getirerek, hataları oluşmadan önleyerek, arızadan kaynaklı üretimde kapasite düşüklüğünün önüne geçiyor, işlerimizin verimliliğini artırıyoruz. Bu kapsamda Zorluteks, bir süre önce AB'nin Horizon 2020 Hibe Programı kapsamında RECLAIM adında bir projeye dahil oldu. Bu proje kapsamında yapay sinir ağlarıyla; makine/ekipman ve malzemelerin ömrünün uzatılmasını sağlayacağız ve kaynakların gereksiz kullanımı önleyeceğiz.

Akıllı tekstiller kapsamında teknik tekstillere ciddi yatırımlarımız var. Dünya akıllı tekstil pazarının, 2025 yılında 475 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor. Bugün, toplam satışlarımızın yüzde 20'si akıllı tekstillerden oluşuyor. 2025'e kadar tekstildeki ciromuzu yaklaşık üç kat artırarak 1,9 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Bu cironun yarısının da akıllı tekstil ürünlerinden geleceğini öngörüyoruz.

Tekstilde en büyük gücümüz olan Ar-Ge ve inovasyona yaptığımız yatırımlara aralıksız devam ediyoruz. İki Ar-Ge ve bir tasarım merkezimiz ile 2019'da da inovasyon temelli sürdürülebilir ürünler yaratmayı sürdürüyoruz. Tekstilde Ar-Ge'ye her yıl yaklaşık 10 milyon TL ayırıyoruz. Patent ve tescile de bugüne kadar ciddi yatırımlar yaptık ve bu yatırımlarımızın meyvesini toplamaya devam ediyoruz. Bu anlayışla 2019'da da yine patent ve tescilde yüzde 50'lik bir artış öngörüyoruz. Tüm bunlara paralel olarak, sürdürülebilir ve akıllı ürün kategorisinden gelen cirolarımızda da bu yıl yüzde 10 artış öngörüyoruz.



4

fabrika



12

şirket

7

marka



7.000

istihdam



70

ülkeye ihracat

YILLIK ÜRETİM MİKTARI

Korteks
170
BİN TON

Zorluteks
250
MİLYON M²



M. HALUK ÖZELÇİ
ITKIB Brüksel Temsilcisi

AB KOMİSYONU'NDAN AB POLİTİKASINA DAİR YENİ HEDEFLER

Temmuz ayında AB Komisyonu Başkanlığı görevine atanan Ursula von der Leyen, geçtiğimiz ay gerçekleşen, çalışma arkadaşlarını basına tanıma toplantısında yaptığı konuşmasında, AB'ye dair yapacakları çalışmalar hakkında bilgi verdi. Dikkat çeken başlıklara değinen von der Leyen, bazı tartışmaları da beraberinde getirdi.

A B Komisyonu başkanlığına tartışmalı bir şekilde seçilen Ursula von der Leyen, önümüzdeki beş yıl beraber görev yapacağı çalışma arkadaşlarını bir süre önce basına tanıttı.

Bir bakıma AB topluluğunun kabinesi sayılan AB Komisyonu'nun yeni düzeninde sekiz başkan yardımcısı yer alıyor. Bunlardan üçü, önemli konulardan sorumlu icracı başkan yardımcısı olarak görev yapacak.

Bu komisyonun en büyük özelliği, başkan da dahil olmak üzere 13 kadın ve 14 erkek komiserden oluşması. Kasım ayı başında görevi resmen devralacak olan komisyon başkanı, çalışma arkadaşlarının hangi konulardan sorumlu olacaklarını ve yeni görev tanımları konusunda bilgi verdi. Bu görevler arasında "Protecting Our European Way of Life", en dikkat çeken konu olarak öne çıkıyor. Diğer yandan bu konu hakkında tartışmalar başladı bile.

Bazılarına göre, "European Way of Life" diye bir tarif yapılamaz. Finli ile Portekizli, Hollandalı ile Bulgar veya Slovak ile Norveçli nasıl aynı kalıba sokulabilir?

Aslında bu insanların kültürleri, yaşam şekilleri, örf ve adetleri, hatta mutfakları bile birbirinden o kadar farklı ki...

Oldukça aşırı bir başka görüş ise bu farklılıkları kabul ediyor ama yine de Avrupa'da yaşayan insanların ortak bir paydada birleştiklerini, bunun da din olduğunu söylüyor.

Tabii bir de "sığınmacılar" gerçeği var. Galiba AB Komisyonu, son yıllarda

AB ülkelerine gelen milyonlarca sığınmacının Avrupa'nın yaşam şekli ve ortak değerlerini aşındırmasına karşı "nasıl bir koruyucu önlem uygulanabilir?" arayışında. Bu sığınmacıların büyük çoğu eğitilmiş ve meslek sahibi olduğu halde, AB'nin gösterdiği duyarlılık dikkat çekici!

Bundan önce Alman Savunma Bakanı olarak görev yapan Ursula von der Leyen'in komisyon başkanlığına seçilmesi hiç de

179,7
MİLYAR EURO

**AB'nin extra trade
ülkelere ihracatı**

189,8
MİLYAR EURO

**AB'nin extra trade
ülkelere ithalatı**

kolay olmadı. Avrupa Parlamentosu'nda geçen temmuz ayında yapılan oylamada 327 hayır oyuna karşılık 383 evet ile az bir farkla, bu göreve geldi. Bir önceki Başkan Juncker, 422 oy alarak komisyon başkanlığına seçilmişti.

Avrupa Parlamentosu'nun yeni başkana verdiği mesaj, hiç de rahat ve kolay bir çalışma ortamı vadetmiyor.

Komisyonun yeni başkanı geçtiğimiz ay, 2019-2024 dönemini kapsayan sürede izleyecekleri AB politikasına dair hedefleri konusunda bilgi verdi. Altı başlıktan oluşan yeni "politika kılavuzu" içindeki en çarpıcı başlıklar, "A European Green Deal", "An Economy that Works for People" ve "A Europe For Digital Age" olarak dikkat çekiyor.

AB'NİN TOPLULUK DIŞINDAKİ ÜLKELERE YAPTIĞI İHRACAT ARTTI

AB İstatistik Ofisi, 2019 yılı Ocak-Temmuz ayları arasında "AB 28"lerin dış ticaret rakamlarını açıkladı.

Yılın ilk yedi ayında üye ülkelerin "Extra Trade" olarak tanımlanan topluluk dışındaki üçüncü ülkelere yaptıkları ihracat bir önceki yıla göre yüzde 4,5 artışla 1 179,7 Milyar Euro, ithalat ise yüzde 5,2 artışla 1 189,8 Milyar Euro olarak gerçekleşmiş.

Topluluk ülkeleri arasında yapılan "Intra Trade" dahil ticaret ise 2019 yılının ilk yedi ayında bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 2,3 artış göstererek 2 112,9 Milyar Euro düzeyine ulaştı.

AB ülkelerinin kendi aralarındaki gümrük birliği içinde tamamen serbest olarak gerçekleştirdikleri "intra" ticaretin büyüklüğü, topluluk içi ticaretin üye ülkeler açısından ne kadar önemli olduğunu gösteriyor.

İstatistik Ofisi verilerine göre içinde bulunduğumuz yılın ilk ayında AB'nin en çok ticaret yaptığı ilk 10 ülke sıralamasında bir değişiklik olmadı.

İlk sırada toplam 430,4 milyar Euro ile ABD geliyor (ihracat 260,6, ithalat 169,8). Çin, 366,5 milyar Euro ile ABD'yi izliyor (ihracat 128,7, ithalat 237,8). İsviçre 167,1 milyar Euro ile üçüncü sıradaki yerini koruyor (ihracat 94,0, ithalat 73,1). Dördüncü sırada 143,4 milyar Euro ile Rusya (ihracat 51,0, ithalat 92,4) ve beşinci sırada 89,5 milyar Euro (ihracat 42,3, ithalat 47,2) ile Türkiye geliyor. Burada dikkat çeken nokta, yıllardan beri ilk defa Türkiye'nin AB'ye olan ihracatının (47,2 milyar Euro) ithalatından (42,3 milyar Euro) daha fazla olması.



AB Komisyonu tarafından yayımlanan bir rapor, üye ülkelerde, 2018 yılında ele geçirilen yaklaşık 27 milyon sahte ve korsan ürünün piyasa değerinin 740 milyon Euro düzeyinde olduğuna işaret ediyor. Raporla Sahte ürünlerin küçük partiler halinde ve posta yoluyla adreslere ulaştırıldığına dikkat çekiliyor.

El konulan toplam sahte ürünlerin içinde yüzde 15 pay ile sigara birinci sırada. Daha sonra yüzde 14 ile oyuncaklar, yüzde 9 ile ambalaj malzemeleri, yine yüzde 9 ile marka ile etiket ve yüzde 8 ile hazır giyim geliyor. Öte yandan günlük yaşamda kullanılan vücut losyonları, ilaçlar ve elektrikli ev aletleri, ele geçirilen toplam korsan ürünlerin içinde yüzde 37'lik paya sahip.

Raporla, fikri mülkiyet haklarını en fazla çiğneyen ülkenin Çin olduğu vurgulanıyor. Ayrıca Kuzey Makedonya'nın sahte alkollü içkilerin kaynağını oluşturduğu, Türkiye'nin ise diğer içeceklerle, parfüm ve kozmetik ürünlerinin en çok tedarik edildiği yer olduğu ileri sürülüyor.

AB gümrüklerinde ele geçirilen çok sayıda sahte saat, mobil telefon, her tür kartuş, toner ve CD/DVD'nin Hong-Kong ve Çin, bilgisayar malzemelerinin Hindistan, sigaraların Kamboçya ve ambalaj malzemelerinin Bosna kaynaklı olduğu, raporda yer alan bilgiler arasında.



AB Komisyonu'nun yeni başkanı Ursula von der Leyen, geçtiğimiz ay yaptığı bir konuşmada, 2019-2024 dönemini kapsayan sürede izleyecekleri AB politikasına dair hedefleri konusunda bilgi verdi. Altı başlıktan oluşan yeni "politika kılavuzu" içinde, en çarpıcı başlıklar, "A European Green Deal", "An Economy that Works for People" ve "A Europe For Digital Age" olarak dikkat çekiyor.



BIST. KURUCUSU BUKET KIZILTAN

“İMA SİZİ OLMAK İSTEDİĞİNİZ KİŞİYE DÖNÜŞTÜREN BİR KURUM”

Moda tasarımı alanındaki eğitimine Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünde başlayan Buket Kızıltan, aldığı eğitime rağmen nereden başlanması ve nasıl olması gerektiği ile alakalı soru işaretlerinin olduğunu ve ilerlemek istediği bu alana dair kafasındaki soru işaretlerini ve boşlukları İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) aldığı eğitimle doldurduğunu ifade ediyor.

Modaya dair kurduğu hayallerinin gerçekleşmesinde İMA'nın çok büyük bir payı olduğunu ifade eden Kızıltan, İMA'nın bu alanda hayaller kuran herkes için mükemmel bir rehber olduğunu söylüyor ve ekliyor: “İMA tam olarak ne isterseniz onu alabileceğiniz bir eğitim kurumu. Eğitimler, yolun sonuna kadar elinizi asla bırakıyor.”

Yaklaşık bir sene evvel kendi markası “Bist.”i kuran Buket Kızıltan, İMA'nın hem tasarımcının kendi markasını oluşturmada hem de kariyer yapması konusunda yol gösterici olduğunu belirtiyor.

Moda alanında bir kariyer planı yapmaya giden süreci bizimle paylaşır mısınız?

Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı mezunuyum. Üniversite hayatımın son iki yılında İstanbul Moda Akademisi Moda Tasarımı Diploma Programı'na katıldım. Her öğrenci gibi benim de endişelerim vardı. Evet, bu bölümü okuyordum ama neyi nasıl yapacağım, nereden başlayacağım konusunda hiçbir fikrim yoktu.

Sektörle hiç alakası olmayan bir ailede büyüdüm. Bu sebeptendir ki, konuyla alakalı danışabileceğim kimse yoktu etrafımda. Nitekim, İMA bu konudaki boşluğumu doldurdu ve beni sektöre adım atma konusunda cesaretlendirdi.

Mezun olduktan yaklaşık bir sene sonra Bebek'te bulunan ofisimi tuttum. Üretim süreçleri, eğitim süreçlerinden çok daha zorlu geçti. Adapte olma konusunda çok zorlandım ama pes etmeme konusunda da ısrarcıydım. Deneyerek, yanılarak ve yorularak geçen meşakkatli bir süreçti benim için.

Söz konusu süreçte İstanbul Moda Akademisi (İMA) sizin için ne tür bir vizyon yarattı?

İMA, hayallerimi planlamamda bana rehber oldu. Bakış açımın tamamen değiştiği, kafamdaki soru işaretlerinin cevap bulduğu keyifli iki yıl geçirdim.

Üniversite stajımı, İMA iş paylaşımları vesilesiyle, Dice Kayek'te yaptım. Bist., bu dönemde kafamda iyice şekillenmişti.

Hayallerin gerçekleşmesinde İstanbul Moda Akademisi'nin çok büyük bir payı var.

Aldığınız eğitimde teorik eğitimlerin yanı sıra derslerde yapılan uygulamalar da önemli olsa gerek. Bu anlamda İMA'da ne tür uygulamalı eğitimler aldınız? Söz konusu uygulamalı eğitimlerin size moda sektörünün gerçek dinamikleri ile tanışma imkanı sağladığını söyleyebilir miyiz?

Drapaj, kalıp ve dikim uygulamaları yaptık. Üretim süreçleri için en zor yanı. Aldığınız eğitimi pratikte uygulayabilmek, en azından sürece müdahale edebilmek çok önemli. İMA, bu konuda kendinizi hangi yönde geliştirmek isterseniz size o yönde alanlar sunuyor. Ben eğitim sürecinde kendimi, özellikle neden kalıp konusunda geliştirmedüğümün pişmanlığını yaşıyorum.

İMA tam olarak ne isterseniz onu alabileceğiniz bir eğitim kurumu. Eğitimci, yolun sonuna kadar elinizi asla bırakmıyor.

Türkiye'de moda tasarımını ve yönetimini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu sistem içerisinde başarılı ve yaratıcı olan herkesin bir şeyler yapabileceğini düşünüyor musunuz?

Türkiye'de moda tasarımı çok güzel bir ivme kaydetti. Genç tasarımcılar için müşteriye ulaşmak, eskiye nazaran çok daha kolay. Sevgili İsmail Kutlu'nun genç tasarımcılara da açmış olduğu kapı Gizia Gate, sektörde var olabilmek, markanızı tanıtabilmek adına size harika fırsatlar sunuyor.

Tasarım yaparken ilham oluşturan unsurlar var mı? Tasarımda kendi tarzınızı yaratmanıza yardımcı olan kaynaklar neler?

Aslında, tasarım yaparken ilham oluşturan unsurlar her defasında değişiklik gösteriyor. O anki ruh halim, gördüğüm, duyduğum şeye yüklediğim anlamla alakalı bir durum bu. Kendi tarzımı yaratma konusunda ilham aldığım bazı markalar ve tasarımcılar var. Bunun dışında Pinterest, görsel olarak kendimi beslediğim başucu uygulamam. Her gece yatmadan önce, uzunca vakit geçirdiğimi söyleyebilirim.

Moda dünyasından kendinize örnek aldığınız, en beğendiğiniz yerli yabancı moda tasarımcıları kimler? Hangi açılarda başarılı buluyorsunuz?

Phoebe Philo favorim. Tasarımlarında yarattığı zamansız silüetleri, son derece ilham verici buluyorum.

Şu an profesyonel anlamda neler yapıyorsunuz?

"Bist." profesyonel anlamda bir yılını yeni tamamladı, hâlâ gelişim sürecinde olan çok genç bir marka.

Şu an sonbahar kış koleksiyonu hazırlığımızı tamamlamak üzereyiz. Kendimize ait ufak bir atölyemiz var. Modelleri ve numuneleri burada üretiyoruz. Ürünlerimiz Bebek'te bulunan mağazamızın dışında, Gizia Gate Nişantaşı, Aqua Florya, Palmarina Bodrum'da müşterileri buluyor.

Bunların dışında kişiye özel çalışmalar yaparak da müşterilerimize hizmet veriyoruz.

Türkiye'de moda tasarımının gelişimini nasıl buluyorsunuz? Bu sistem içerisinde başarılı ve yaratıcı olan herkesin bir şeyler yapabileceğini düşünüyor musunuz? Eğitimi aldığınız İMA'nın bu anlamda bir mezuna kariyer yapması için ne tür destekleri var?

Gerek Avrupa'da gerek Orta Doğu'da Türk markasına ve Türk tasarımcısına verilen önem arttı. Bu da Türk modasının başarılı bir gelişme içerisinde olduğunu gösteriyor. Artık Türkiye'de büyük multi brand showroom'larda yabancı markaların yerini yerli Türk markalar aldı. Bu durum, genç markalar için aslında bir avantaj. Bu tecrübeli showroom'lar, ürünlerin pazarlanması anlamında markaya değer katan bir tutum içerisindedir. Bu gelişme sürecini kendine güvenen, markasına inanan herkes fırsata çevirebilir.

İMA, paylaştığı ilanlarla kariyer anlamında mezun öğrencilerine iş bulma fırsatları sunuyor. Keza ben, üniversite stajımı bu ilanlar vesilesiyle, çizgisini çok sevdiğim Dice Kayek'te yapabileceğim şansı yakaladım.

Uzun vadede düşündüğünüzde, moda endüstrisi yönetiminde kendinizi nerede görmek istiyorsunuz?

Çok genç, kendini geliştirme hevesinde bir markayız. Önümüzde uzunca bir yol var. Şu an için ilk hedefimiz, markamızı yurt dışında konumlandırabilmek ve Bist.'i dünya çapında tanınan bir marka haline getirebilmek.

Ülkemiz konumu itibarıyla Avrupa'yla Orta Doğu arasında önemli bir pazar niteliğinde. Kuveyt, Katar, Bahreyn, Dubai gibi ülkelerden ülkemize olan yoğun talep, ülkemizin bu ülkeler nezdinde moda ve trend merkezi olması, bize fırsatlar sağlıyor. Bu fırsatları avantaja çevirebileceğimiz, ülkemize değer katan bir marka olabilmeyi hedefliyoruz.

Moda sektörü ile ilişkisi ve bilgisi olmayan bir ailede büyüdüğünü belirten moda tasarımcısı Buket Kızıltan, İMA'nın sektöre dair soru işaretlerini ortadan kaldıran ve kendisine yol gösteren bir rehber olduğunu söylüyor. "İMA'daki eğitimci, olmak istediğiniz kişi için büyük bir özveriyle çalışıyor ve elinizi hiç bırakmıyor" diyen Kızıltan, İMA'nın kişiyi yeteneklerine ve isteklerine göre sektöre hazırladığına vurgu yapıyor.



NEW GEN'İN GENÇ YETENEKLERİ PODYUMA ÇIKTI

12 yıldır sektöre tasarımcı yetiştiren Türkiye'nin önde gelen moda okulu İstanbul Moda Akademisi, sektör profesyonellerinden oluşan bir jüri tarafından seçilen mezunlarını, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında yer alan New Gen defilesiyle sektöre tanıttı.

Modanın her alanında modern ve yenilikçi bir eğitim anlayışı ile hareket eden İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) moda tasarımı eğitimi almış genç yetenekleri sektörle buluşturan New Gen, İMA mezunlarına koleksiyonlarını Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergileme fırsatı sunmaya devam ediyor. Her yıl sektörün uzman isimlerinden oluşan jüri kadrosunun değerlendirmesi sonucu seçilen isimler, bu sene 8-11 Ekim tarihleri arasında Zorlu PSM'de gerçekleşen MBFWI'nin ikinci sezon takviminde yer aldı.

Bu sezon 53 genç ve yetenekli tasarımcının koleksiyonlarının değerlendirildiği New Gen jürisinde London College of Fashion (LCF) Tasarım ve Teknoloji Fakültesi Dekan Yardımcısı John Lau, LCF Moda Program Direktörü Lindsey Riley, İMA Kreatif Direktörü ve Moda Tasarımı Öğretmeni Raf Stesmans, moda tasarımcılarından; Bora Aksu, Mehtap Elaidi, Özgür Masur, Özlem Kaya, Şebnem Günay, moda basınından; Özge Sarıkadılar, Kaner Kıvanç, Burak Sanuk, Duygu Bengi, moda buyer'ları, fotoğrafçılar, stylist'ler ve influencerlar olarak Alper Uzel, İlke Güzelsoy Cerci, Aytekin Yalçın, Mert Yemenicioğlu, Oğuz Erel ve Burçin Ünalı yer aldı.

53 genç tasarımcı arasından 13 ismin belirlendiği elemelerde, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul podyumunda yer alarak koleksiyonlarını etkinliğin sahip olduğu uluslararası moda ağına taşıma fırsatı bulan genç tasarımcılar ise, Altan Toygar Rona, Arda Paris Akay, Ayça Canan, Avishan Daneshfar, Beyza Nur Eyüboğlu, Engin Ekinci, Essin Barış, Ezgi Karayel, Gülşah Aypak, Natallia Korkmaz, Senem Kula, Sevgi ve Sevilay Yıldırım oldu. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da 13 New Gen tasarımcısına ait 65 look sergilendi.

AYÇA CANAN

10 sene sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

Kendimi bundan 10 yıl sonrasında; birtakım deneyimler sonucu kendini gerçekleştirmeye daha yakın biri ve alanında uzman bir tasarımcı olarak görüyorum.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğiniz koleksiyonunuzun hikayesini anlatabilir misiniz?

Podyumda, "Koma" halindeki düşlerin, hislerin giyilebilir halini yansıttım. Hazırlık sürecinde bazen zorlansam da yıllarca anlatamadıklarımı yüksek sesle söyleme fırsatı, farklı bir özgürlük hali yakalamış oldum. Bu yüzden hazırlık sürecinden defileye kadar sürecin her aşaması benim için keyifliydi.

En beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

Chris Leba, Thierry Mugler, Marc Jacobs.

Türkiye'de modayı üç kelimeyle özetler misiniz?

Kaygılı, risksiz ve gelişmekte.

**BEYZA EYÜBOĞLU**

10 sene sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

10 yıl ilerisi planlayabilmem için çok uzak bir tarih. Her şey o kadar hızla değişiyor ki; terimler, olgular hatta kendi algımız... Bu değişkenlikte tasarım, her seferinde kendimi baştan keşfettiğim ve bunu insanlara anlattığım en iyi yol oldu. Bundan sonra tasarımdan kişinin tavrına, stiline, dinlediği müziğe kadar tasarlayabildiğim bir oluşum yaratmaya çalışacağım.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğiniz koleksiyonunuzun hikayesini anlatabilir misiniz?

"A Night in the Ghetto"da gece hayatının ışıltılı ve şık sokak stilini yansıttım diyebilirim. Koleksiyon süreci koşturmalı ve tempolu geçti ama benim için eğlenceli ve keyifli. Defileye çıktığımda ise her şeye değdiğini fark ettim.

En beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

Alessandro Michele, Demna Gvasalia, Jacquesmus, Virgil Abloh.

Türkiye'de modayı üç kelimeyle özetler misiniz?

Çabalayan, modern ve ticari.

**NATALLIA KORKMAZ**

10 sene sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

10 sene sonra kendi markamı yöneten başarılı bir tasarımcı olarak görüyorum kendimi. Hayallerimi gerçekleştirmek için çalışacağım.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğiniz koleksiyonunuzun hikayesini anlatabilir misiniz?

Kendi kültürümü ve beni yansıtan "Nerden geldiğini asla unutma" temalı bir koleksiyon sundum. hazırlık süreci de defile de benim son derece öğretici oldu.

En beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

Alexander McQueen, Maison Margiela, Tarkov, Thom Browne

Türkiye'de modayı üç kelimeyle özetler misiniz?

Yenilenme, merak, yeni nesil.



ESSİN BARIŞ

10 sene sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

10 sene çok uzun bir süre, bir senede bile çok şey olabilir. Ama şunu diyebilirim ki uzun vadeli hayalim, kendi markamı yaratmak ve Kuzey Afrika'da satışlarının olması.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğiniz koleksiyonunuzun hikayesini anlatabilir misiniz?

Erkek kalıplardan kadınlar için maskülen bir koleksiyon oluşturdum. Cezayir kültürü benim için çok büyük bir ilham kaynağı oldu. Hüsnü Cezayir kumaşları almak için Cezayir'e (Alger) gittim. Ekstravagan ve klasik bir hava oluşturdum. Yoğun ve heyecanlı geçen hazırlık süreciyle beraber başarılı bir defile yaşadım.

En beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

Jacquemus, Céline by Phoebe Philo, Dior Homme by Kim Jones.

Türkiye'de modayı üç kelimeyle özetler misiniz?

Bu soruya cevap vermek biraz zor çünkü Türk modasının bir tane kimliği yok, aksine çok çeşitli.

**AVISHAN DANESHFAR**

10 sene sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

Kendi tasarım markamı kurduğumu görüyorum.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğiniz koleksiyonunuzun hikayesini anlatabilir misiniz?

Defilede biraz daha sert ama aynı zamanda daha detaylı ve neşeli bir koleksiyon sundum. Defilede aldığım tepkilerden de beğenildiğini gördüm. Bu da beni son derece mutlu etti.

En beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

Kim Jones, Feng Chen Wang.

Türkiye'de modayı üç kelimeyle özetler misiniz?

Klasik, net bir duruş ve zamansız.

**SEVGİ & SEVİLAY YILDIRIM**

10 sene sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

Moda sektöründe derin uzmanlığa sahip iki tasarımcı olarak görüyoruz.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da sergilediğiniz koleksiyonunuzun hikayesini anlatabilir misiniz?

Moda haftasında ilk defa yer alıyorduk, bu da bizim için büyük bir heyecandı. Bizim için çok güzel bir deneyim oldu.

Koleksiyonumuzda, 1974'te gerçekleşen ve popülaritesi hâlâ devam eden bir banka soygunundan ilham aldık. Çeteye sonradan dahil olan ve olayın dikkat çekmesini sağlayan Stockholm Sendromlu Patty Hearst'in duygusal travmatik ruh hali, güçlü olma isteği ve bu istekle kendinin en güçlü haline dönüşümü koleksiyonun tavrını ortaya çıkardı. Koleksiyonumuza zıtlıklar, bloklaşmış renkler ve çılgın bir ruh hali hakim.

En beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

Sevgi: Thom Browne, Gucci, Bobby Abley.

Sevilay: Dries Van Noten, Gucci, Raf Simons.

Türkiye'de modayı üç kelimeyle özetler misiniz?

Sevgi: Influencer, influencer, influencer.

Sevilay: Yeniliğe açık, değişken, homojen.



BİR DEVRİN HAFIZASI KUNDURACILIK

Ayakkabının moda olmadığı ancak son derece kıymetli olduğu, yenisinin beraberinde mutluluk getirdiği dönemi artık geride bıraktık. Ayakkabıların ısmarlama yöntemiyle yapıldığı dönemden tek tıkla “beğen al” dönemine geçtik. El işçiliğinin yerini fabrikasyon sistem aldı ve pek çok zanaat gibi “kunduracılık” da anılarda kendine yer bulacak bir evreye girdi. Henüz kaybolmadı ama bu işin son üstatları ömür biçmeye başladılar. Net bir tarih yok belki ancak “gittiği yere kadar”ın ömrü çok değil.



Tarihin kendisi kadar eskidir ayakkabıcılık. İnsanlığın en eski kayıtlarında dahi izine rastlanıyor. MÖ 1000 gibi erken tarihlerde, herhangi bir zarar görmeden yürüyebilmek için sandalet biçiminde üretilen ayakkabılar, bugün onlarca farklı türde, binlerce çeşit modelde üretiliyor. Yüzyıllar içinde koruma, işlev eğilimleri ile şekillenen ayakkabılar, son olarak işin içine “moda”yı da katarak, bugünlere ulaştı. Modern dünyanın fabrikasyon sistemi, ayakkabıcılığı yok olmaya mahkum etti.

2000’li yıllara kadar aile işi ve önemli bir zanaat olarak varlığını devam ettiren ayakkabıcılık ya da eskilerin tabiriyle kunduracılık, günümüzde pek çok zanaat gibi sembolik bir kültür olarak varlığını devam ettirmeye çalışıyor.

20. yüzyıla kadar tamamen el işçiliğine dayanan ayakkabıcılık hem Osmanlı döneminde hem de Cumhuriyetin ilk dönemlerinde “Ermeni mesleği” olarak anılıyordu. Ermeni ve Rumların topraklarımızda bir mesleğe dönüştürdüğü iş, yüzyıllardır ülkemizde varlığını devam ettiriyor. Rumların ve Ermenilerin mesleğe katkıları bugün dahi, bu mesleği devam ettirmeye çalışanlar tarafından minnetle anılıyor.

1942’de çıkartılan Varlık Vergisi, 6-7 Eylül Olayları ve Yunanistan ile Türkiye arasında yapılan mübadele; meslekteki gayrimüslim sayısının azalmasına, zamanla yok denecek sayıya düşmesine neden olmuş. Onlardan arta kalan boşluğu da çoğu onların yanında pişmiş Türk ustalar doldurmaya başlamış. Bugün özellikle Beyoğlu’ndaki ve Gedikpaşa’daki kunduracıları ziyaret ederseniz, hemen çoğunun bir Ermeni, Rum ustası veya tanıdık hikayesi olduğunu göreceksiniz. Ustalarımız hikayeyi anlatırken, mesleğin 1900’lerin başında büyük bir itibar sahibi olduğunu hem övünerek hem de hayflanarak anlatıyor.

Ermeni ve Rumlardan Türklere geçen bu zanaatın günümüz ustaları ise belki de ayakkabıcılıkta el işçiliğinin son temsilcileri. Hepsinin serzeniş de senaryosunun sonu da aynı: “Hayatın dünden bugüne fabrikasyon ürünlerine dönüştüğü çağımızda, bizim mesleğimiz de kısa zaman içinde tarih sayfalarındaki yerini alacak.”

Kunduracılık mesleğinde sanayinin evrimleşme dinamiklerini belirleyen en önemli unsurlardan biri ilişkiler. O günün

model ve üretim miktarlarını belirleyen ve üreticilerle alıcılar arasında bağ kuran tüccarlar, bu yöntemle aynı zamanda bir rekabet ortamı da yaratıyordu. Bu ilişki, bir yandan küçük üretimin dönüşüm koşullarını belirleyen sermaye sürecini hızlandırırken diğer bir yandan da sermayenin oluşumunu sınırlıyordu. Bu da küçük üretimin çözülmesine, pek çok kunduracının pazardan çekilmesine neden oldu. Bazıları ise dönüşümünü tamamlayıp fabrika oldu. Gedikpaşa’da parça başı iş yaparak çalışma yaşamına başlayıp, ayakkabıcılıkta Türkiye’nin önde gelen aktörlerinden birine dönüşen Yeşil Kundura, değişen döngünün ve ilişki sisteminin sonuçlarının en başarılı örneklerinden biri. Gedikpaşa’nın diğer aktörleri ise genel olarak el ayak çekti. Ancak onlara bazen İstanbul’un ara sokaklarında denk gelebiliyorsunuz.

ARİF USTA “GEDİKPAŞA DA KUNDURACILIK GİBİ NOSTALJİK BİR ANIYA DÖNÜŞTÜ”

Bin bir zorluğa dayanarak günümüze ulaşmış birkaç ayakkabı ustasından biri Arif Özsoy, nam-ı diğer Arif Usta. Beyoğlu Koca Sokak’ta “İpek Kundura” adı altında 40, normalde ise yarım asırlık bir hikaye onunki. Mesleğe 16 yaşında başlamış. 1979’da atölyesine



ARİF ÖZSOY

Ayakkabıların eskiden daha sağlam olduğunu ve itinayla yapıldığını vurgulayan Arif Usta, fabrikasyon sistemin ürettiği daha kalitesiz ürünlere rağmen bu mesleği, iyi olanın vasıfsız olana mağlubiyetinin bitirdiğini söylüyor.





ALİ OSMAN BAL
71 yaşına rağmen bu işi
severek devam ettirdiğinin
altını çizen Osman Usta,
sadece ayakkabıcılıkta değil,
hemen pek çok zanaatın
yok olmasında asıl sorunun
sistemden kaynaklandığını
belirterek, devletin küçük
yaşlardan gençleri zanaatlara
yönlendirmek için programlar
oluşturması, teşvik sistemleri
yapması gerektiğine dikkat
çekiyor.

ismini veren Beyoğlu İpek Sokak'ta kendi dükkanını açmış. “Kendimi bildim bileli bu işi yapıyorum. Şimdilerde sadece model çıkarıyorum ama eskiden bir ayakkabıyı baştan sona yapardım” diyerek, endüstriyel sistemin çıktıklarına istemese de- bir şekilde cevap verdiğini belirtiyor.

Bugünlerde dükkanı oğluna devretmiş ama 75'i aşkın yaşına rağmen tezgahın başında. “Evde oturamıyorum, gelip yardım ediyorum” diyor. Arif Usta mesleğe doğup büyüdüğü Yeşilköy'de başlamış. Beyoğlu'na yerleşmeden önce de bir zamanlar kunduracılığın en önemli bölgesi olan Gedikpaşa'da çalışmış. “Eskiden bizim işimizde en önemli yeri Gedikpaşa. Ancak şimdilerde bölgenin bu özelliği, mesleğimizle beraber, nostaljik bir anıya dönüştü” diyor ve “Gittiği yere kadar” diye ekliyor.

NURETTİN USTA “AYAKKABILAR ESKİDEN ISMARLAMA USULÜ YAPILIRDI”

Ayakkabıcılığın tarihi gelişiminde önemli bir merkez olan Anadolu'da eskiden her mahallede, her köyde kunduracılar olurmuş. “Şimdi mağazalarda olduğu gibi ayakkabılar sergilenmezdi. Sipariş üzerine yapılırdı” diyor Ankara'nın emektar kunduracısı Nurettin Cebeci. Ismarlama usulüyle yapılan ayakkabıların öncelikli ihtiyaç olduğu bilindiğinden, önceliğin kalite olduğunu da belirtmeden geçmiyor.

Kunduracılığa 14 yaşında İstanbul'da başlayan Nurettin Usta, sonrasında

Ankara'ya geçmiş ve mesleğini burada devam ettirmiş. 1963 yılında Ankara'da Cebeci'deki Ziya Gökalp Caddesi'nde “Bale Kundura” adını verdiği dükkanında Bülent Ecevit'ten Zeki Müren'e, Köksal Toptan'dan Adnan Şenses'e kadar sanat ve siyaset camiasından pek çok ünlü ismin ayakkabılarını yapmış. Bu tanınmış simaların her birinin fotoğrafları dükkanının duvarlarını süslüyor hâlâ. Her şeyin kaydını tutmuş. 80 yaşındaki Cebeci, Bale Kundura için “Burası sadece bir ayakkabı dükkanı değil, aynı zamanda bir dönemin hafızası” diyor. “Peki, ne olacak bu hafızaya sizden sonra?” “Mesleğin ömrü çok kısa ama neyse ki, fotoğraflar ve belgeler daha çok yaşayacak.”

FABRİKASYON SİSTEM ZANAATI RAFA KALDIRDI

Dünden bugüne kaybolan ya da kaybolmaya yüz tutmuş tüm mesleklerin ve zanaatların önünde duran ve aşılamayacak en temel sebep, fabrikasyon. Kunduracılık mesleği, varlığını bugünlere ulaştırmış olsa da aslında 1980'lerin başında, ülkemize ithal ayakkabıların daha sık gelmesi ve fabrikaların sayısının çoğalması ile yok olma evresine girmiş.

Ayakkabıların eskiden daha sağlam olduğunu ve itinayla yapıldığını vurgulayan Arif Usta, fabrikasyon sisteminin ürettiği daha kalitesiz ürünlere rağmen, bu mesleği bitirenin, iyi olanın vasıfsız olana mağlubiyeti olduğunu söylüyor. “Bu, yadırgadığım bir durum ancak biz eski ayakkabıcılar, hep iyiyle, kaliteyle anılacağız, bundan da şüphem yok” diyor ve fabrikasyonun sadece mesleğe değil, yaşam standartlarına da zarar verdiğini ekliyor.

OSMAN USTA “MESLEĞİN ASIL SORUNU YETİŞTİRECEK ÇIRAK BULAMAMAK”

1962 yılında kunduracılığa başlayan Trabzonlu Ali Osman Bal, Sarıyer Yeniköy'deki atölyesinde yaklaşık 60 yıllık bir deneyim saklıyor. O da merkez bölge Gedikpaşa'da öğrenmiş işin inceliklerini.

Osman Usta da geleneksel zanaatkarlığı devam ettirmenin giderek zorlaştığını ifade ediyor ancak fabrikasyon ayakkabıların hiçbirinin el yapımı ayakkabının yerini tutamayacağını da üstüne basa basa



söylüyor: “Bugünlere ulaşabilmişsek, bunun nedeni yaptığımız işin temelinde ‘kalite’ olmasıdır.” Doğal malzemeden doğal yöntemlerle yapılan ayakkabıların insan sağlığı için son derece faydalı olduğunu belirtiyor ve kullanım süresi ile dayanıklılık açısından da çok daha başarılı olduğunu altını çiziyor.

Üretim kalitesini koruyabilmek için haftada en fazla 30 çift ayakkabı ürettiklerini söyleyen Osman Usta, siyasetçilerden sanatçılara, iş adamlarına kadar 40 yıllık müşterileri olduğunu gururla dile getiriyor. Hatta yaptığı işin kalitesini takdir eden müşterileri arasında dünyanın farklı yerlerinden isimler de var: “İspanya, Hollanda, Almanya, Belçika, İtalya gibi ülkelerden müşterilerim var. Mütevazı atölyemde mütevazı bir ihracat.”

Osman Usta, bu başarıya rağmen çok umutsuz, “5-6 sene içinde bu meslek yok olabilir” diyerek, nedenini açıklıyor: “Bu işi devam ettirecek insan bulamıyoruz.”

“Her şey, herkes makineleşti. Kimse uğraşmak istemiyor. Emek vererek para kazanma devri çoktan sona erdi. Bu meslek özveri istiyor. Ancak bu özveriyi verecek insanlar artık yok. Çırac bulamıyoruz. Bu mesleği öğretilen devredecek öğrenciler bulamadığımız için de yok olmaya mahkum” diyen Arif Usta da Osman Usta’ya destek çıkıyor.

71 yaşına rağmen bu işi severek devam ettirdiğinin altını çizen Osman



Usta, sadece ayakkabıcılıkta değil, hemen pek çok zanaatın yok olmasında asıl sorunun sistemden kaynaklandığını belirterek, devletin küçük yaşlardan gençleri zanaatlara yönlendirmek için programlar oluşturması, teşvik sistemleri yapması gerektiğine dikkat çekiyor. “Bizler, bu mesleği bugünlere kadar taşıdık artık devletin işin bir ucundan tutması lazım yoksa ayakkabıcılık için de çok geç kalınmış olacak” diyen Osman Usta, mesleğin geleceği için yardıma çağırıyor.



NURETTİN CEBECİ

Ankara’da Cebeci’deki Ziya Gökalp Caddesi’nde “Bale Kundura” adını verdiği dükkanının sadece bir atölye değil, aynı zamanda bir dönemin hafızası olduğunu söyleyen Nurettin Usta, hafızaların tarih kadar güçlü olduğunu belirtiyor.

HİLAL ÇANTA YÖNETİM KURULU BAŞKANI
TURHAN AKYÜZ

**“TEMEL HEDEFİMİZ, ÇALIŞMA
DİSİPLİNİMİZİ YURT DIŞINA TAŞIMAK”**

Türkiye saraciyeye pazarının yeni aktörlerinden olan Hilal Çanta'nın Yönetim Kurulu Başkanı Turhan Akyüz, en temel hedeflerinin, müşteri memnuniyeti ve kalite odaklı büyümelerini yurt dışına taşımak olduğunu söylüyor. Akyüz, Türkiye ekonomisine ihracat odaklı bir katkı sağlamak istediklerini de ifade ediyor.

2 001 yılında faaliyet hayatına başlayan Hilal Çanta, sektörde çok yeni olmasına rağmen, kalitesi ve profesyonel hizmet anlayışı ile rakiplerinden sıyrılmayı başarmış. “Müşteri memnuniyetini ve kaliteyi odağa almış bir firma olarak, temel hedefimiz, teknolojik ve inovatif sistemde bu iki değeri sürekli iyileştirmek” diyen Hilal Çanta Yönetim Kurulu Başkanı Turhan Akyüz, firmasının bugünlere ve daha iyiye ulaşmak için müşteri ile büyük bir sinerji içinde hareket ettiğini söyleyerek, müşteriye ve müşteri memnuniyetine verdikleri değeri anlatıyor.

Kuruldukları günden bu yana başarılı bir büyüme grafiği sergilediklerini dile getiren Turhan Akyüz, şimdiki hedeflerinin, bu başarıyı yurt dışına taşımak olduğunu söylüyor. Yurt dışında da private label üreticisi olarak konumlanma arzusunda olduklarını aktaran Akyüz, 2020 ile beraber ihracata da yöneceklerini belirtiyor ve şöyle diyor: “Kapasitemizin yükselmesi ile birlikte, 2020 yılından itibaren, kademeli bir yükselişle, ciromuzun en az yüzde 20'sini ihracattan elde etmeyi planlıyoruz.”

Hilal Çanta, çok yeni bir marka olmasına rağmen piyasada güçlü bir yerde duruyor. Bu başarının arkasında neler var?

Üç ortak olarak, bundan 18 yıl önce başladığımız üretim yolculuğumuz, Ordu'da faaliyete geçirdiğimiz yeni fabrikamızla bambaşka bir boyut kazandı. Kendimizi her zaman üretici bir firma olarak tanımladık. Kurumsal

firmalar için promosyon çantaları üretirken, promosyon sektöründe yaşanan daralma nedeniyle, hem lisansör firmalara fason üretime hem de perakende zincirlerine private label (özel etiket) üretimine başladık. Sektördeki değişimi gördük ve buna göre makine parkurumuzu ve ürün gruplarımızı farklılaştırdık. Ürünlerimizde kalite ve sağlık unsurlarını en yukarıya taşıdık.

Müşteri memnuniyetini ve kaliteyi odağa almış bir firma olarak, temel hedefimiz, teknolojik ve inovatif sistemde bu iki değeri sürekli iyileştirmek.

Bünyenizde hangi ürünlerin üretimini yapıyorsunuz?

Hilal Çanta, askeri ve sivil olmak üzere iki ana başlıkta onlarca farklı segmentte ürün üretme kabiliyetine sahip bir firma. Askeri amaçlı portföyümüzde hücum takımlarından ilk yardım çantalarına, sivil kategoride ise okul çantalarından seyahat çantalarına kadar onlarca çeşit ürünü üstün sağlık, güvenlik ve kalite kriterlerine göre üretiyoruz.

Yurt içinde/yurt dışında nasıl bir konumlanmanız var?

Kurulduğumuz günden bu yana yükselen bir başarı grafiğine sahibiz. Perakende zincirlerinin güvenilir tedarikçilerinden biri olmamız bunun en önemli göstergelerinden. Şimdiki hedefimiz ise disipline ettiğimiz bu çalışma şeklimizi ve kalitemizi yurt dışına taşımak. Avrupa başta olmak üzere yakın coğrafyamızdan başlayarak ihracat yaptığımız müşteri sayısını ve ciromuzu artıracacağız. Kendimizi yurt dışında da private label üretici olarak konumlandıracağız.

Üretimizin ne kadarını ithal ediyorsunuz? Yıllık ihracat hacminiz nedir?

Biz, ham madde ithalatı yapıyoruz veya ithalatçı firmalardan bu ürünleri temin ediyoruz. Ham madde dışında bir ithalat kalemimiz bulunmuyor. Geçtiğimiz yıla kadar ihracat yapmak öncelikli hedeflerimiz arasında değildi. Ancak kapasitemizin yükselmesi ile birlikte, 2020 yılından itibaren, kademeli bir yükselişle, ciromuzun en az yüzde 20'sini ihracattan elde etmeyi planlıyoruz. Hedefimize ulaşmak için yurt dışı fuar katılımları başlangıç noktamız olacak. Buna da 19-22 Eylül'de Köln'de düzenlenen “Kind



Asıl hedeflerimizden biri, disipline ettiğimiz çalışma şeklimizi ve kalitemizi yurt dışına taşımak. Avrupa başta olmak üzere yakın coğrafyamızdan başlayarak ihracat yaptığımız müşteri sayısını ve ciromuzu artıracacağız. Kendimizi yurt dışında da “private label” üretici olarak konumlandıracağız.





Anadolu'da iş hacmi yaratması açısından desteklerin hayati derecede önemli olduğunu düşünüyorum. Firmalar geliştikçe ve iş hacimleri arttıkça, değişik ihtiyaçlar ortaya çıkıyor. Bu anlamda devletin, firmalar bazında ve proje bazlı teşvikler vermesinin çok yerinde olacağı kanaatindeyim.

Und Jugend" Fuarı'na stantlı katılım göstererek başladık.

Üretimizde deri, diğer ham maddeler içinde ne kadarlık bir paya sahip?

Hilal Çanta tekstil malzemeden çantalar ve aksesuarlar üreten bir firma. Bu nedenle müşterinin özel bir talebi olmaz ise genellikle deri kullanmıyoruz. Nadiren ürettiğimiz çantaların bazı bölümlerinde bazen tasarımsal açıdan bazen mukavemeti arttırmak için deri kullandığımız olmuştur.

İTO Deri, Kürk ve Saraciye Meslek Komitesi Başkanı olarak sektörle iç içe olan bir isimsiniz. Sektörün temel sorunları neler, bunların çözümünü için ne gibi katkılar sunuyorsunuz?

Çanta dediğinizde deri parçalarının veya imperteks, kanvas veya pamuklu

kumaşların dikilmesinden oluşan bir eşya anlaşılıyor. Eğer bu bir tekstil çanta ise en büyük girdi kalemi tabii ki kumaş oluyor. Tekstil çantalarının çoğu imperteks dediğimiz bir tarafı lamine edilmiş kumaş malzemeden üretiliyor. Bu laminasyon işlemi hem su geçirmezliği sağlıyor hem mukavemeti artırıyor. Aynı zamanda görsel olarak da çantaya bir hava katıyor. Bu ürün maalesef, ülkemizde üretilen bir ürün değildi. Ancak her zaman yerli üretimin desteklenmesi gerektiğine inandığımızdan, bu konunun üzerine eğildik. Bu nedenle 31 Aralık 2018'e kadar sanayide ham madde olarak kullanılan bu malzemede uygulaması askıya alınmış gümrük vergileri ve ilave vergiler hayata geçirildi. Bu da ithal malzemenin fiyatının yüzde 20 oranında en az yükselmesine sebebiyet verdi. Bu da ithal malzemenin fiyatının yüzde 20 oranında yükselmesine sebep oldu. Bu konu daha önce kumaş üretilen imperteks üretmeyen firmaların

dikkatini çekti ve şimdi, yerli üreticiler bu konuya eğilmeye başladı. Kısmen de olsa üretim var. Çeşit ve miktarın artması içinse biraz zamana ihtiyaç var.

2014 yılında Fatsa'da yeni bir tesis kurdunuz. Tesisinizin nasıl bir altyapısı var? Son yıllarda fabrikaların yaşadığı teknolojik dönüşüm baz alındığında, sizin fabrikanız bu dönüşümün neresinde duruyor?

Bu fabrikayı hayata geçirirken, özellikle dikiş makineleri konusunda hızı artırabilmeye odaklandık. Bu bakımdan, makine parkurumuza elektronik cihazları ekledik. Yeni bir fabrikanın sağladığı en büyük artı, alanı etkin ve çağa uygun olarak kullanabilmenize olanak sağlaması. Kiralık birçok binada kurması çok zor olan sağlık ve güvenlik altyapısını kendi fabrikamızda rahatlıkla hayata geçirdik. Bu fabrika sosyal uygunluk denetimlerinden de rahatlıkla geçebiliyor.

Bununla birlikte dikiş makinelerini kullanmak üzere hâlâ insan gücüne ihtiyaç duyuyoruz. Bizim gibi sektörlerde şimdilik makine altyapısı modernize olsa bile insan kaynağı olmaksızın üretim mümkün değil.

Ar-Ge'ye yıl içinde ne kadarlık bir bütçe ayırıyorsunuz?

Kendimize ait faydalı modellerimiz olsa da şu an, daha ziyade, müşteri talebine göre üretim yapıyoruz. Ancak özellikle modelleme alanında sürekli yenileme çalışmaları yapıyoruz; var olan ürünü, sistemi ve know how'ı geliştirmeye çabalyoruz. İstanbul'daki genel müdürlüğümüzde de bir "Modelhane" kurduk. Burada evcil hayvanlar için tasarlanmış çantalarından ısı korumalı çantalara kadar her boyda ve özellikle modeller tasarlıyor ve üretiyoruz. Bu çalışmayı bir Ar-Ge çalışması olarak ele alıyoruz. Bu çalışmanın maliyeti de ciromuzun yaklaşık yüzde birini oluşturuyor.

Yeni projeler ya da fabrika kurulumları söz konusu mu?

Fatsa fabrikamıza, ilave bir bina yapıyoruz. Kısa zamanda inşaatını sonuçlandıracağız. Üretim arttıkça depolama ve lojistik ihtiyacı da elbette artıyor; biz de yeni yatırımlarımızı bu alanda genişletmeyi tercih ettik.

Anadolu'da yatırımın artırılması için devlet desteklerini nasıl buluyorsunuz, yatırımcılar olarak ne gibi beklentileriniz var?

Ordu ili, teşvik sisteminde "5. Bölge" olarak geçiyor. Biz de fabrikamızı bu nedenle Ordu'da kurmayı tercih ettik. Yatırım teşviki kapsamında fabrikamızın temellerini attık. Faaliyete başlarken, ilk etapta çok zorlandığımızı belirtmeliyim çünkü yetişmiş bir insan kaynağı maalesef yoktu. Öncelikle, bölgedeki kamu kurumları ile bir araya gelerek, kalifiye ve işi bilen insan kaynağını oluşturduk. İŞKUR, bu anlamda bize çok destek oldu ve olmaya devam ediyor. İşbaşı eğitim programı bizim açımızdan faydalı oldu. Anadolu'da iş hacmi yaratması açısından bu tür desteklerin hayati derecede önemli olduğunu düşünüyorum. Firmalar geliştikçe ve iş hacimleri arttıkça, değişik ihtiyaçlar ortaya çıkıyor. Bu anlamda devletin, firmalar bazında ve proje bazlı teşvikler vermesinin çok yerinde olacağı kanaatindeyim.

Son olarak neler eklemek istersiniz?

Türkiye güçlü bir ekonomi ve güçlü bir üretici ülke. Üretim gücü oldukça hem küresel hem yerel ekonomik dalgalanmaları atlatacaktır. Ancak her üretici firmanın bir miktar ihracat yapmasının iç pazardaki dalgalanmaları atlatabilmek için gerekli olduğunu düşünüyoruz. Biz de kendimize bir ihracat hedefi koyduk. Çalışmalarımızı bu yönde sürdüreceğiz.



MODA TASARIMCISI



ÖZLEM SÜER

MBFWI, çok değerli bulduğum bir fuar. Başarısını önemser ve katılım gösterirsek, ayakta kalıp dünyaya, bulunduğumuz noktayı işaret edebiliriz. Evrensel bir moda dili ve söylemi içinde olmak için bu rotada olmamız önemli.

“DÜNYA MODASININ TÜM GERÇEKLERİ NY COTERIE’DE İÇ İÇE”

Yeni koleksiyonu “ÖzlemSüer '20”yi geçtiğimiz ay gerçekleşen New York Coterie Fuarı’nda ilk kez görücüye çıkaran başarılı moda tasarımcısı Özlem Süer, koleksiyonun, yaratıcılığın çıkış noktası olan cesareten ilham aldığını söylüyor. Özlem Süer markasının tekniklerini natürel ve deneysel formüllerle buluşturan koleksiyon, siyah beyaz bir kurguya sahip.

NY Coterie Fuarı’nın hem koleksiyonu hem de markası açısından son derece başarılı geçtiğini ifade eden Süer, New York’un bir moda üssü olduğunu dile getiriyor ve İstanbul’un böyle olabileceğine dikkat çekiyor. Fuarların moda endüstrisinin ayakta kalabilmesi adına çok değerli bir yerde durduğunu belirten Süer, bu sebeple MBFWI’yi çok önemseydiğini ve gereken ilginin gösterilmesi durumunda Coterie gibi dünya tarafından önemsenen bir yere ulaşacağını altını çiziyor.

Eylül ayında düzenlenen New York Coterie Fuarı’nda 2020 İlkbahar Yaz Koleksiyonu’nuzu tanıttınız. Fuar, sizin adınıza nasıl geçti?

Uzun yıllardır Paris, Milano, Londra hattı üzerinden markamızın tanıtım ve satışını gerçekleştiriyoruz. New York, bizim için yeni bir hedef; daha doğrusu, New York merkezden daha doğruya hareket etmek yeni bir hedef.

Coterie Fuarı bizim adımıza oldukça başarılı geçti. İyi kontaklar elde ettik, büyük yerlerden siparişler aldık. Tasarımcı markası için sadece satış değil, satış ve tanıtım bir arada yürümesi gereken bir ikili. Bu anlamda son derece hareketli bir stanttık. Stylist’ler, ajanslar gibi ulaşmak istediğimiz pek çok kişiyle tanıştık, iletişim kurduk.

Koleksiyonunuzda ön plana çıkan noktalar neler, nasıl bir felsefesi var?

Yaratıcılığın başlangıç noktası olarak kabul gören “cesaret” kavramı, koleksiyonun ana temasını oluşturuyor. Tasarımlar, siyah beyaz kurgusu üzerine kurulu asimetrik kesimlerle; natürel, serbest ve deneysel formüllerle “daily couture” çizgisini; Özlem Süer markasının özel drapaj tekniği dahilinde yansıtıyor. Ünik üretimi sayesinde ise “pret-a couture” izlerini taşıyor.

New York, hazır giyim sektörü için önde gelen şehirlerden biri. Bu bağlamda Coterie Fuarı’nı nasıl değerlendirirsiniz?

New York, tam bir moda üssü; her an gerçek bir ilham kaynağı olarak nefes alıyor ve enerjisi çok yüksek. New York Coterie Fuarı’nda ise dünya markaları, junior girişimci tasarım markaları ve üretim odaklarıyla hareket eden lokal markalar yani moda dünyasının tüm gerçekleri iç içe. Renkli, keyifli ve gerçekçi bir fuar. Farklı niteliklerde katılımcılar vardı ve stantlar hareket alanlarına taşmadığından gezilmesi ve gözlem yapılması son derece kolaydı. Hazırlıklı ve düzenli gidildiğinde, katılımcılar için muhteşem sonuçlar doğuracak bir fuar. Butikler, zincirler, on-line satış siteleri, departman store’lar, showroom’lar, ajanslar, PR’cılar ve daha fazlası standınızı keşfedebilir.

Katılımcı profili açısından nasıldı? Türk firmaları nasıl bir görüntü sergiledi?

Dünyada birçok merkezde yaygın satış ağı olan markalarla, yeni, girişimci ruhuyla yüksek enerji taşıyan markalar bir aradaydı. Bu da muhteşem bir sinerji yaratıyor. Türk markalarında çok keyifli stantlar vardı. İyi tasarım, nitelikli üretim ve fuar katılım geleneğine uygun hazırlık

yapanlar, ülkemiz adına gurur vericiydi. Tabii bunda İHKİB yönetiminin ve fuarlar ekibinin itinalı yönlendirmesi de etkiliydi.

Bu ay yeniden gerçekleşen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI) için neler söylersiniz?

MBFWI, çok değerli bulduğum bir fuar. Başarısını önemser ve katılım gösterirsek, ayakta kalıp dünyaya, bulunduğumuz noktayı işaret edebiliriz. Evrensel bir moda dili ve söylemi içinde olmak için bu rotada olmamız önemli. İstanbul, inanılmaz üretken bir kent. Tüm sanatlar ve sektörler için önemli bir nokta.

Sizce fuarlar ve moda haftaları; sektörün tanıtımı ve ticari ilişkilerin gelişimi noktasında nasıl bir önem arz ediyor?

Fuarlar, bir endüstrinin ayakta kalması için çok önemli. Dijitalleşen dünyada, satış yaklaşımlarının farklılaştığı ve çağdaş tanıtım ve satış hareketlerinin, ilkelerinin teknolojiyle yeni alanlara evrildiği bir dönemdeyiz. Fuarların gelecekte markalara dokunup tanımak için önemi daha da artacak. Her şey dijital network'e gidiyor ancak markaların alıcılarıyla sosyalleşmeleri her zaman önemli olmaya devam edecek.

Son yıllarda global ve zincir markalar kadar tasarımcı markalarına da olan ilgi artıyor. Bunun arkasında yatan sadece farklılaşma isteği mi?

Değişen ve gelişen toplumsal yapı doğrultusunda, bireylerin yaşamlarında kullandığı her obje, taşıdıkları göstergelerle birlikte benliğinin bir parçası haline geldi. Bunun yanı sıra hedonik tüketim de göz önünde bulundurulursa, tek faktörün farklılaşma olmadığı açıkça görülür. Tasarımcılar akıllı tasarım peşinde. İnovasyonu da kullanarak yeni farkındalıkları yaşatma konsantrasyonundalar.

Artan etkileşim sayesinde, insanlar çok ve yaygın bilineni değil, kendi keşfettiğini daha çok seviyor artık. Tasarım markaları da ünik servisleri ve özgünlükleriyle daha da ilgi çekiyor. Moda dünyasında dijital okuma farkındalığı, alışkanlığa dönüştü ve bu yolda tasarımcılar çok yol kat ettiler.

Üretiminizin ne kadar dışarıya ihraç oluyor? Arkanızda bir marka olmadan bu işi yapmak ne kadar zorlayıcı?

Markamız her yıl yaklaşık 70-80 arası noktada satışını sürdürüyor. Tasarım,

satış ve üretim çok yoğun süreçler. Çok seçkin noktalara özel üretimler yapmak, gerçekten bir uzmanlık istiyor. Yurt içi ve yurt dışı yüzdesini dengede tutmaya çalışıyoruz. Kendi öz kaynağımızla yol alıyoruz. Çeşitli yabancı fonlar, yatırımcılar zaman zaman iş birlikleri teklif etti bundan sonra daha hazır olduğumuzu düşünüyoruz bu tekliflere.

Katılığınız şov, hafta ve fuarlarda yeteri desteği görebiliyor musunuz?

Fuarlar, showroom'lar, süreklilik gösterildiğinde satın almacı ve diğer alanlara bir şey ifade ediyor. Şu an bu denli yüksek katılım rotalarında değiliz ama yeni bir yol haritasıyla dijital etkileşimi yüksek bir dille ilerlemeye çalışıyoruz, çünkü her an her yerde olmamız mümkün değil.

Daha çok yurt dışı gösterimleri, teknolojiyi çok daha iyi kullanacağımız, üretim ve satış sonrası kolaylıklar için destekler çok önemli. Dijital değişimi iyi değerlendireceğimiz yeni modellere açıldık ve bu kanallarda olursanız iş yapabiliyorsunuz. İHKİB gibi birliklerin ve devletin sağladığı kolaylıklar ve teşvikler var. Tasarım odağının ve modanın konuşulduğu yerlere teşvik ve kolaylıklar hareketliliğinin daha da yükseleceğine inanıyorum.

Dijital dünyada geçmişe oranla kendinizi tanıtmamız daha da kolay. Sadece rekabet çok yükseldi ve Düşüncelerin ve fikirlerin anında çoğaltılıp, kolay kopyalanmasına neden oldu. Yani tasarım ve üretim ahlakının özendirilmesi konusunda sektöre ve hepimize çok şey düşüyor. Türk tekstil ve moda sektörü, lokomotif sektör olarak ilerlemesini sürdürmeli. Bunun için daha girişimci, keşif dolu, teknolojiye hakim evrensel bir dille yenilenmeli ve dinamizmini dünya rekabetine rahatlıkla sunmalı.

Son olarak neler söylersiniz?

Tasarım gücü yüksek sektörümüze çok inanıyorum. Bu sene 30. yılım ve hayatım boyunca sadece tasarım odaklı iş ürettim. Kendimi ifade biçimim ve yaşam enstrümanım bu oldu. Hem kendim hem de sektör adına tasarımı, yaratımı bol nice yarınlar diliyorum.



AYMOD FUARI ALIM HEYETİ
İSTANBUL 2-5.10.2019

TÜRKİYE TASARIM HAFTASI'19
İSTANBUL 14-17.11.2019

AYSAF-2 ALIM HEYETİ
İSTANBUL 20-23.11.2019

**KUMAŞ TASARIM
YARIŞMASI**
İSTANBUL KASIM 2019

İSTANBUL CARPET WEEK (ICW)
İSTANBUL 23-24.10.2019

ICW ALIM HEYETİ 2019
İSTANBUL EKİM 2019

**HALI TASARIM YARIŞMASI
(ICW)**
İSTANBUL EKİM 2019

MAPIC TİCARET HEYETİ
FRANSA 16-18.11.2019

ICW KONFERANS 2019
İSTANBUL EKİM 2019



SEKTÖRLER, FUARLARLA HEDEF BÜYÜTÜYÖR

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) çatısı altında faaliyet gösteren İHKİB, İTHİB ve İDMİB; büyüklüğü, prestiji, katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile dünyanın önde gelen fuarlarına milli katılım sağlayarak, bir yandan pazarda meydana gelen yeni oluşumları yakından takip ediyor diğer yandansa Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün rekabetçi gücünü yansıtıyor.

Eylül ayında dünya genelinde fuar sezonunun açılması ile beraber hareketli bir döneme giren birlikler, bu ay içinde dünyanın önde gelen altı moda, tekstil ve ayakkabı fuarına katılım sağladı.

İTKİB'in verdiği desteklerle, Türkiye olarak fuarlara en fazla katılım sağlayan ülkelerin başında gelmemiz, sektörlerin gücünü ve kalitesini de ortaya koydu. Diğer yandan fuarlara katılan Türk firmalarının hemen tamamının

fuarlardan memnun ayrılması ve önemli iş birliklerine imza atması mutluluk verdi. Ayrıca sağlanan iş birlikleri, ülkemiz ile diğer bölgeler arasındaki iletişimi artırmak adına da başarılı bir PR yaratmış oldu.

İTKİB; değişen rekabet koşulları, ticaret savaşları ve ekonomik dengeler neticesinde önemi her geçen gün artan uluslararası fuarlara katılımını, Ekim ve Kasım aylarında da devam ettirecek.

İTKİB'İN EYLÜL AYINDA MİLLİ KATILIM SAĞLADIĞI FUARLAR

- CPM Moscow
- MICAM Milano
- Premiere Vision Paris
- New York Coterie
- Who's Next Paris
- Kyiv Fashion

10

İTKİB'in milli katılım sağladığı toplam fuar sayısı



EYLÜL AYI FUAR KÜNYESİ

5
Ülke

6
Fuar

393

Toplam katılımcı firma



209

Milli katılım sağlayan firma sayısı



FUAR KÜNYESİ

Katılımcı ülke sayısı
35

Katılımcı firma sayısı
1.300

İHKİB patronajında
katılan firma sayısı
69

Fuar alanı büyüklüğü
45.000 m²

Türk firmalarına ayrılan alan
2.049 m²

Ziyaretçi sayısı
21.300

RUSYA PAZARINA GİRİŞ KAPISI COLLECTION PREMIERE MOSCOW

Rusya pazarına giriş kapısı olarak nitelendirilen Collection Premiere Moscow (CPM) Fuarı, sezonun ikinci etkinliğinde de görkemli bir “moda şovu”na imza attı. Türkiye, İtalya, Fransa ve Almanya gibi hazır giyimin önde gelen ülkelerinin milli katılım gerçekleştirdiği fuar, 2020 ilkbahar yaz modasını tüm yelpesiyle dünyanın beğenisine sundu.

Doğu Avrupa'nın en büyük moda fuarı olan Collection Premiere Moscow (CPM), 3-6 Eylül tarihleri arasında 2019'un ikinci etabını gerçekleştirdi. Kadın ve çocuk hazır giyim ve aksesuarları alanında dünyanın en büyük ve en niş markalarını aynı çatı altında buluşturan fuar, bu sene 35 ülkeden bin 300 katılımcı ve 21 binden fazla ziyaretçinin eşliğinde sona erdi.

Bölgesinde son 15 yılda ziyaretçi ve katılımcı firma sayısını üç kat artırarak sektörün en önemli tanıtım ve satış mecralarından biri haline gelen CPM, Rusya ekonomisinde yaşanan olumlu gelişmelerin de etkisiyle, bu seneyi daha yoğun geçirdi.

Yüksek potansiyeli ile pek çok alıcının sipariş verdiği uluslararası bir ticaret merkezi konumunda bulunan CPM'nin geniş ve çeşitli segmentleri

yoğun bir talep görürken; fuar, birçok uluslararası markayı da global moda dünyasına sunma hizmeti veriyor.

CPM'de hem alıcılar hem de katılımcılar için 40'ın üzerinde defile, trend seminerleri, CPM Fashion Night, Rus Moda Perakende Forumu gibi bir dizi destekleyici etkinlik de yapılıyor. Sayısız aktivite ile network oluşturma imkânı sağlanıyor.

Hazır giyim ve aksesuara dair, beş ayrı kategori altında onlarca farklı başlık açan fuarda, ülke bazlı olarak Made in Turkey, Made in France, Made in Germany ve Made in Italy gibi ülke bölümleri de bulunuyor.

MİLLİ KATILIM SAYISINDA ARTIŞ YAŞANDI

Fuarcılık sektöründe yarım asırdan daha eski bir tecrübeye sahip olan IGEDO Company firmasının organize



FUARA MİLLİ KATILIM SAĞLAYAN ÜLKELER

Türkiye, İtalya,
Almanya, Fransa

ettiği Collection Premiere Moscow (CPM), başta Rusya olmak üzere Doğu Avrupa pazarının en önemli hazır giyim fuarlarından biri. CPM’de Doğu Bloğu ülkeleri, Orta Doğu ve Avrupa ülkelerinin ziyaretçileri dikkat çekerken, İtalya, Fransa, İspanya gibi ülkelerle birlikte milli katılım yapan Türkiye hem katılımcı sayısında hem de kullandığı alan büyüklüğünde artış gösteren ülkelerden biri oldu.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği’nin (İHKİB) bu dönem 30’uncu kez milli katılım sağladığı fuara, birliğin patronajında 69 firma katıldı. Bu seneki milli organizasyonda, firma sayısında önceki yıllara oranla artış oldu. Bununla beraber, katılımcı markalar, bir sonraki dönemde de yer almak istediğini dile getirdi.

Fuara katılan Türk firmaları, geçen yılın Ocak dönemine göre, Rusya ekonomisinde son dönemde yaşanan canlanmaya da paralel olarak ciddi



SABRİ SAMİ YILMAZ

İHKİB RUSYA-BDT FUARLARI
KOMİTE BAŞKANI

CPM, “İHRACAT” ADINA ÖNEMLİ BİR BASAMAK

CPM, bölgenin en büyük ve en prestijli fuarı olması açısından, dünyanın önde gelen hazır giyim ülkelerinin yoğun katılım sağladığı fuarlardan biri. Rusya’nın sektörümüz açısından önde gelen pazarlardan biri olması sebebiyle, senelerdir buraya milli katılım sağlıyoruz. Aynı şekilde İtalya, Almanya, Fransa gibi önde gelen moda ülkelerinin de milli katılım sağladığı bir organizasyon. Fuar, özellikle Laleli, Osmanbey ve Merter’de faaliyet gösteren firmalarımız ve zincir mağazacılık noktasında gelişim sağlayan markalar için ayrı bir önem taşıyor. Katılımcılarımız bu fuarda direkt satış yapmaya yönelik çok fazla fırsat buluyorlar. Firmalarımızın hemen tamamı da fuardan memnun ayrıldı, güzel iş birlikleri sağladı. İhracata yönelik planları olan ya da ihracatını artırmak isteyen firmalar için CPM önemli bir basamak. CPM Fuarı, İTKİB olarak katıldığımız tüm fuarlar içinde en fazla milli katılım yaptığımız fuar. Her sene yüzlerce talep alıyoruz firmalarımızdan ancak hem Rusya pazarının dinamikleri hem de Rus alıcıların isteklerini göz önünde bulundurarak, bir takım kriterler eşliğinde eleme yapıyoruz. Yine de önümüzdeki dönemlerde sayımızı artırarak, yolumuza devam edeceğimizi söyleyebilirim.



Fuara katılan Türk firmaları, geçen yılın Ocak dönemine göre, Rusya ekonomisinde son dönemde yaşanan canlanmaya da paralel olarak ciddi anlamda bir müşteri ve talep artışı tecrübe ettiler. Fuar stant inşaatlarında ulaşılan seviyenin sağladığı imajın da katkısıyla yüksek verimlilikle geçen fuardan firmalar, genel itibariyle yüksek memnuniyetle döndüler.



tanıttı ve başarılı iş birlikleri gerçekleştirdi.

Ayrıca İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de fuarı ziyaret ederek, katılımcı firmaların görüş ve önerilerini dinledi ve önerilerini paylaştı.

FUAR TÜRKİYE MARKALARI İÇİN PAZARA GİRİŞ KAPISI NİTELİĞİNDE

Rusya'da her yıl binlerce fuar düzenleniyor. Yalnızca Moskova'da 400 civarında fuar düzenlendiği göz önüne alındığında, bu pazara girişte fuarların önemi daha iyi anlaşılıyor. Bölgenin en büyük fuarı niteliğinde bulunan CPM Fuarı ise, Rusya pazarına girişte en önemli sıçrama tahtalarından biri olarak kabul ediliyor.

Rusya'da 2000 yılından itibaren yıllık ortalama yüzde 10-15 oranında büyüme taşıyan perakende sektörü, son yıllarda başkent Moskova'nın dışındaki büyük kentlere doğru kaymaya başlamış olsa da başkent, hazır giyim alanında dünyanın en önemli merkezlerinden biri olarak varlığını devam ettiriyor.

Sektörün aktörleri ve analizcileri, Rus alıcı profilini "moda bilinci yükselmeye başlayan halk" olarak tanımladığından, Moskova pazarını bu açıdan okumak, pazara etkili giriş yapmak adına ayırt edici olur. Bu sebeple de Moskovalı alıcılara ülke ve marka imajını iyi yansıtabilme, rakiplerden ayrılmak adına önemli. Refah düzeyi yüksek kitleye kaliteli ve modaya uygun tarzı sunmak, pazar sürdürülebilirliği açısından kritik değerdedir.

Moskova hazır giyim piyasasından pay almak adına fuarın öneminin farkında olan İHKİB de milli katılım için başvuruda bulunan Türk firmaları arasından bu kriterler doğrultusunda seçim yaptı. Türkiye'de ve dünya çapında kendini ispatlamış markalarla fuar organizasyonu yaparak, Türk moda endüstrisinin başarısını da sergiledi.

anlamda bir müşteri ve talep artışı tecrübe ettiler. Fuar stant inşaatlarında ulaşılan seviyenin sağladığı imajın da katkısıyla yüksek verimlilikle geçen fuardan firmalar, genel itibarıyla yüksek memnuniyetle döndüler.

Aralarında Fimka, Asilem, Mees, Climer, Of White, Giovane Gentile, Ricardo Ricco, Whitney ve Zingalriche gibi Türkiye'nin önde gelen markalarının da yer aldığı fuarda Türk firmaları, dünyanın farklı yerlerinden gelen satın alımcılara ve ziyaretçilere ürünlerini



CPM FUARI 2019 İKİNCİ DÖNEM ÇALIŞMALARI

İHKİB info Standı. Türkiye moda sektörünün ve katılımcı firmaların tanıtımının yapıldığı stantta ayrıca firmalar için internet ve yeme-içme gibi hizmetler de sunuldu.

İHKİB Bar. Ulusal katılım yapılan salonda oluşturulan bardan, katılımcı firmalara ve ziyaretçilere sıcak-soğuk içecek servisi yapıldı.

Stant Hizmetleri. Türk firmalarımızın talepleri doğrultusunda, stant inşaat ve dekorasyonunda ekonomik, sade ama göz alıcı yeni bir stant tasarımı hazırlandı. Dinamik, modern ve canlı bir tasarıma sahip olan fuar hem firmalar hem de ziyaretçiler tarafından çok beğenildi.

PR Tanıtım Çalışmaları. İHKİB patronajında katılan firmaların bilgilerini içeren özel bir katalog hazırlandı ve fuar boyunca ziyaretçilere dağıtıldı. Geçtiğimiz dönem yapılan Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFI) görüntüleri ekrana yansıtılarak, hem Türkiye milli katılımının yeri belirtildi hem de İstanbul'un moda çekim merkezi olması amacıyla, hazır giyim sektörünün reklamı yapıldı.

Hall 2.2'nin girişine Türk firmalarının yerini gösteren yer planı haritası kuruldu.

Nakliye/Gümrükleme Hizmetleri. Bu hizmetten faydalanan firmaların malları teslim alınarak fuar alanına götürüldü. Mallara ilişkin tüm gümrükleme işlemleri de yapıldıktan sonra firmaların fuar teşhir malları stantlarına teslim edildi.

Temizlik ve Güvenlik Hizmetleri. Türk firmalarının stantlarının temizliği düzenli olarak İHKİB personeli tarafından yapıldı. Firmalara stant güvenlik hizmeti de verildi.

HAZIR GİYİM, UKRAYNA'DA İHRACATI YENİDEN ARTIRMAYI HEDEFLİYOR

CPM Moskova Fuarı'ndan sonra bölgenin en büyük ve en prestijli hazır giyim fuarı niteliğinde olan Kiev Fashion Show, bu senenin ikinci etkinliğini de geride bıraktı. Bir süredir zayıf bir görüntü sergileyen fuar, senenin ikinci ayağında gerçekleştirdiği performansla, eski günlerine ışık yaktı. Fuarına katılan Türk firmaları da yakın zamanda bölgeye yapılan ihracatın yeniden yükselişe geçeceğine inandıklarını kaydetti.

Ukrayna moda endüstrisinin ana "B2B" etkinliği olma özelliğine sahip olan Kiev Fashion Show, 20 yıldır sektör profesyonellerini bir araya getiriyor. Hazır giyim ve tekstil sektörüne ait en özel koleksiyonları, ürün ve aksesuarları moda dünyasının aktörleri ile buluşturan fuar, herkes için birçok pazar segmentini kapsayacak en uygun koşulları yaratıyor.

Kiev Fashion Show, gerek sergilenen ürün çeşitliliği, alan büyüklüğü, katılımcı sayısı ve ziyaretçi sayısı açısından Ukrayna'nın en önde gelen fuarlarından biri olarak öne çıkıyor. Fuarda, hazır giyimden kumaşa, aksesuardan ayakkabıya kadar tekstil, hazır giyim, deri, yan sanayi ve tekstil makineleri sektörlerinin tüm bileşenleri etkin bir potada eritilerek, gösterişli bir şekilde sergileniyor.

Hazır giyim, tekstil ve deri sektörlerinin tüm bileşenlerinin sergilendiği prestijli fuarın bu seneki ikinci bölümü, 10-11-12 Eylül tarihlerinde 15 Brovarskoy Ave'de gerçekleşti.

Bölgede, Rusya CPM Moskova Fuarı'ndan sonraki en büyük hazır giyim, tekstil ve aksesuarları fuarı kabul edilen Kiev Fashion Show'da bu sene dünyanın farklı yerlerinden 350'ye yakın katılımcı firma, 700 marka kapsamında ürün ve koleksiyonlarını tanıttı. Fuarı Ukraynalı firmalar dışında Türkiye, Çekya, Çin, Belarus, Fransa, Polonya, Litvanya, İspanya ve İtalya firmaları katıldı. Fuarı üç gün boyunca 12 bin 500'den fazla kişi ziyaret etti.

İHKİB FUARA 5'İNCİ KEZ MİLLİ KATILIM SAĞLADI

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) de, sektör için önemi her geçen gün artan Ukrayna'nın bu önemli fuarına beşinci kez milli katılım gerçekleştirdi. İHKİB patronajında 10, toplamda ise 13 Türk firmasının katıldığı fuarda firmalar, başta Ukraynalı olmak üzere, çeşitli ülkelerden gelen alıcılara görüşme ve ürünlerini tanıtmaya imkânı buldular.



Katılım sağlayan diğer yabancı firmalar gibi Türk firmaları da fuarın kendileri için son derece başarılı geçtiğini kaydetti.

Toplamda 13 bin metrekarelik alanda gerçekleşen organizasyonda, Türk firmalarına 193 metrekarelik bir alan ayrıldı. İHKİB de kurduğu info standı ile ziyaretçilere katılımı Türk firmalarını tanıttı.

TÜRK FİRMALAR, UKRAYNA'YA İHRACATIN YENİDEN ARTACAĞI KONUSUNDA HEMFİKİR

Geçtiğimiz yıllarda yaşadığı siyasi ve ekonomik istikrarsızlık nedeniyle bir süredir zayıf bir görüntü sergileyen Kiev Fashion Show'un bu son ayağındaki katılımcı firma ve ziyaretçi sayısındaki artış, fuarın yeniden yükselen bir ivme yakalayacağını gösterdi. Diğer yandan hem Türk firmalarının hem de diğer ülkelerden gelen firmaların olumlu görüşleri, bu durumu destekler nitelikteydi. Türkiye'den katılım sağlayan firmalar, fuarla ilgili olarak, yakın zamanda bu bölgeye yapılan ihracatın yeniden yükselişe geçeceği konusunda hemfikir oldu.

Fuarda alıcıların büyük çoğunluğunu Ukraynalı butik alıcılar oluştururken, alıcıların yüzde 50'si ise şirket sahibi ya da genel müdür seviyesindeydi. Fuarda en yüksek katılım, 5'te 2 oranıyla iç giyim firmalarındı. Diğer yandan Ukraynalı katılımcılar, özellikle kadın mont, palto, kürklü kaban ürünlerinde fuarı domine etti.

FUAR KÜNYESİ

Katılımcı sayısı	350
Katılan Türk firma sayısı	13
İHKİB patronajında katılan Türk firma sayısı	10
Türk firmalarına ayrılan alan	193 m ²
Ziyaretçi sayısı	12.500+



FUARA KATILIM SAĞLAYAN ÜLKELER

Ukrayna, Türkiye, Çekya, Çin, Belarus, Fransa, Polonya, Litvanya, İspanya, İtalya

ERCAN HARDAL

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

“UKRAYNA'YA İHRACATIMIZI YENİDEN ARTIRACAĞIMIZA İNANIYORUM”



Ukrayna'nın bir süredir devam eden ekonomik sıkıntıları sebebiyle, Kiev Fashion fuarlarının durgun geçtiğini görüyorduk. Ancak bu fuar ile beraber gözlemledik ki, eski görkemli günlerini yeniden yakalayacak. Fuara katılan firmalarımız

da genel olarak memnun ayrıldı. Özellikle doğru ürün ve doğru koleksiyon ile katılım sağlayanlar, fuarın ciddi anlamda faydasını gördük. Bundan sonraki süreçte biz de İHKİB olarak, firmaların daha yüksek fayda sağlamaları için daha geniş perspektifte firmalarımızı bilgilendireceğiz. Ukrayna, bizim için bölgedeki en önemli ülkelerden biri. Fuarın yeniden canlanmaya başlamasıyla, son yıllarda azalan ihracatımızı artıracamıza dair umutluyuz.

Katılımcı firma sayısı
1.340
İHKİB patronajında katılan
firma sayısı
23
Ziyaretçi sayısı
50.000



WHO'S NEXT PARIS'TE TÜRK İZLERİ

Kadın giyim modasının en önemli yönlendiricilerinden olan Who's Next Paris Fuarı, senenin ikinci ayağında, kapılarını Porte de Versailles Sergi Merkezi'nde açtı. Dört gün boyunca binden fazla markayı 50 bin ziyaretçi ile buluşturan fuarda, geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi, bu yıl da Türk markalarına büyük ilgi gösterildi.

Bu yıl 25'inci yılını kutlayan Who's Next Paris Fuarı, Avrupa'da, kadın giyiminde lider uluslararası moda fuarlarından biri. Her yıl 100'den fazla ülkeden satın almacılar, markalar, tasarımcılar, moda editörleri ve trend belirleyicilerle birlikte her mevsim için trendlerin yaratıldığı fuar; hazır giyim, aksesuar, güzellik ve yaşam tarzı için büyük bir ilham kaynağı.

Koleksiyonların yanı sıra konferanslar, atölye çalışmaları ve şovları da barındıran Who's Next Paris, kış ve yaz dönemi olmak üzere senede iki kez düzenleniyor. Önümüzdeki ilkbahar ve yaz trendlerinin belirlendiği organizasyonun ikinci etabı bu sene 6-9 Eylül tarihleri arasında gerçekleşti.

Paris'teki Porte de Versailles Sergi Merkezi'nde kapılarını açan fuar, dört gün boyunca, bin 340 Fransız ve uluslararası markanın 50 bin ziyaretçi ile buluşmasını sağladı.

Hazır giyim ve aksesuar başlıkları altında pek çok farklı kategoride ürünlerin sergilendiği fuar, kadın hazır giyimine ve güzelliğine dair her türlü ayrıntıyı en net şekilde ortaya koydu.

İHKİB'TEN YENİDEN MİLLİ KATILIM

Enternasyonel katılımcı ve ziyaretçileri ile moda endüstrisindeki konumunu her geçen yıl daha da artıran Who's Next Paris Fuarı'na, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları



Birliği (İHKİB) bu sene de milli katılım organizasyonu gerçekleştirdi.

İHKİB'in 23 firma ile katılım sağladığı Who's Next Paris'te Türk firmaları, başta Fransız olmak üzere, çeşitli ülkelerden gelen alıcılara birebir görüşme ve ürünlerini tanıtmaya fırsatı buldu. Fuarın büyüklüğüne yakışır koleksiyon ve ürün gruplarıyla katılım yapan hazır giyim, ayakkabı ve aksesuar firmalarımız, fuardan memnun şekilde ayrıldı. Katılım yapan 23 firmanın 20'si fuara yeniden katılım sağlayacağını belirtirken, diğer firmalar ise yeni koleksiyonlarını tamamlayabilmeleri halinde yeniden düşüneceklerini aktardı.

AVRUPA ÜLKELERİ FUARA YOĞUN İLGI GÖSTERDİ

Fuarı ziyaret eden alıcı profilinde Avrupa ülkelerinden gelenlerin yoğunluğu ilgi çekerken, en fazla alıcı İtalya, İspanya, Belçika, Japonya ve İngiltere'den geldi. Fransa, 2019'un başında birçok sosyal ve politik hareket tarafından işaretlenmesine rağmen, ziyaretçilerin yüzde 70'ini temsil eden Bazar Chic, Brand Alley, La Redoute, Place des Tendances gibi çevrimiçi platformlardan ve Sarenza'nın yanı sıra Citadium, Le Bon Marché gibi büyük ve konsept mağazalar, Les Galeries Lafayette, Le Printemps, El Corte Ingles gibi departman store alıcılarının fuara ilgisinin hâlâ yoğun olduğu gözlemlendi.

Diğer yandan fuarda her ülkeden çok sayıda butik ve zincir mağaza alıcısının bulunması nedeniyle, Türk firmalarının koleksiyonları -kalite ve model olarak- yoğun ilgi gördü. Türk firmaları, dört günde, 38 farklı ülkeden 180 adet siparişli, 571 adet de siparişe dönüşmesi muhtemel alıcı görüşmesi gerçekleştirdi. Firmalar, fuarda kalıcı müşteriler edindiklerini de belirttiler.

TÜRK FİRMALARI

38

ülkeden

751

müşteriyle görüşme yaptı

180

adet sipariş aldı



MÜGE HEPYÜKSEL KEÇİK

İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“DÜZENLİ KATILIM BAŞARIYI ARTIRIYOR”

Bizim için önemli fuarlardan biri ve oldukça başarılı geçti. Katılımcılarımızın da memnuniyetle dönmüş olması beni ayrıca mutlu etti. Firmalarımız, farklı ülkelere ve müşterilerden sipariş aldı. Diğer yandan katılımcı firmalarımız bu fuara her sene düzenli olarak katılıyor ve önümüzdeki dönem de katılacaklarını ifade ettiler. Bu fuarın bir marka fuarı olduğu göz önüne alındığında da düzenli katılım, başarıyı da artıran bir faktör.

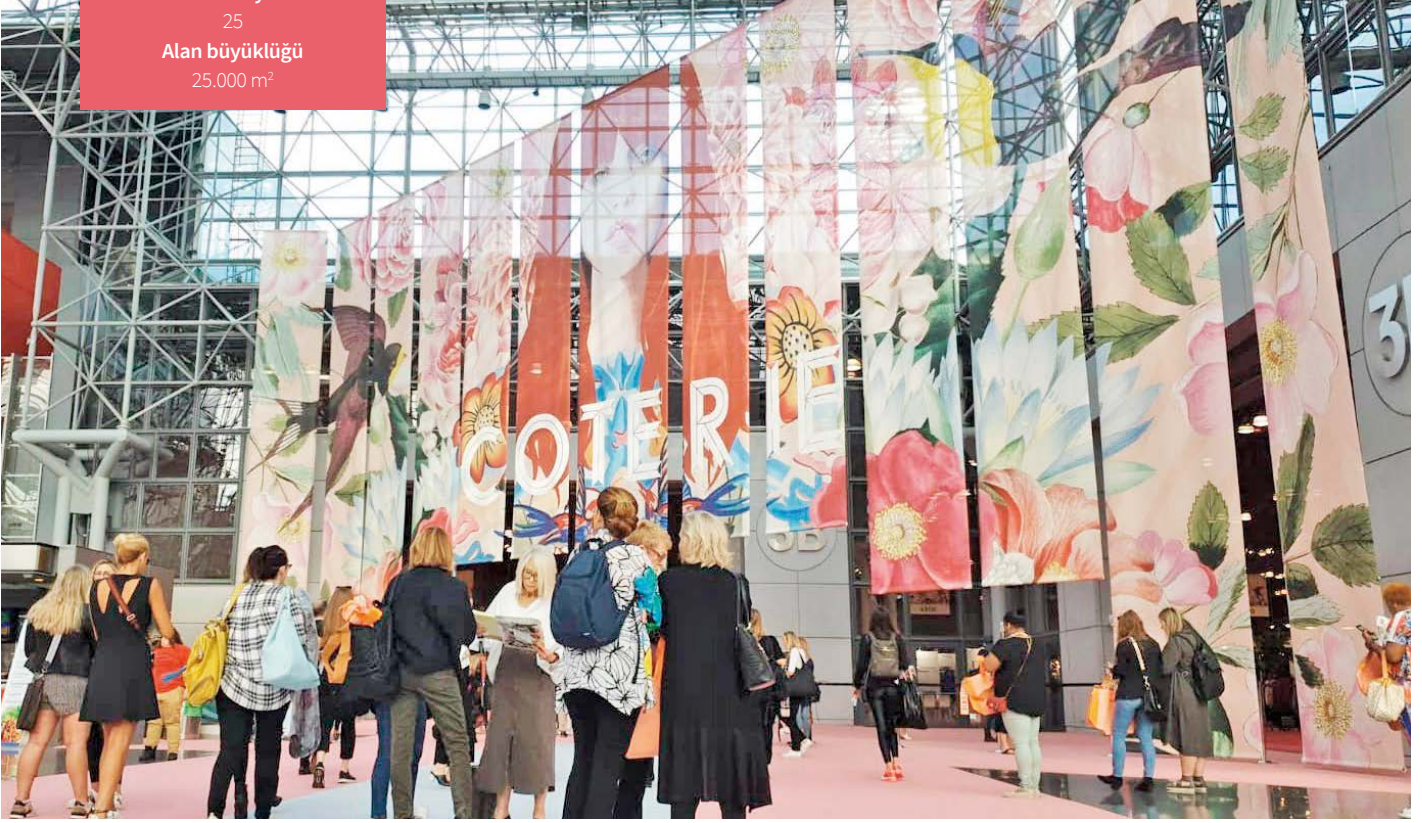


TÜRK FİRMALARININ STANTLARINI ZİYARET EDEN ÜLKELER

Amerika, Kanada, Meksika, İspanya, İtalya, Yunanistan, İngiltere, Fransa, İsviçre, Portekiz, Japonya, Ürdün, Kuveyt, Suudi Arabistan, Dubai, Katar, Lübnan, Fas, Rusya, İrlanda, Almanya, Mısır, Belçika, Hollanda, Danimarka, Hong Kong, Bahreyn, Çin, Zanzibar, Makedonya, Avustralya, Senegal, Mauritius, Lüksemburg, Güney Kore.

Katılımcı firma sayısı
1.200+
Ziyaretçi sayısı
17.000+
Katılan Türk firması sayısı
33
İHKİB patronajında katılan
firma sayısı
25
Alan büyüklüğü
25.000 m²

ABD’NİN GİRİŞ KAPISI NEW YORK COTERIE FUARI



30 yıldır dünya modasına yön veren New York Coterie Fuarı, Türk markalarının modern ve kaliteli ürünlerine sahne oldu. Türkiye’nin ABD ile olan ilişkilerinin farklı bir evreye girmesi ile daha da önemli hale gelen fuarda, Türk markaları ve İHKİB, Türkiye hazır giyim pazarının büyüklüğünü sergiledi.

Büyükülüğü, katılımcı ve ziyaretçi sayısı ABD’nin ve dünyanın en önde gelen moda fuarlarından New York Coterie, 15-17 Eylül tarihlerinde, Jacob Javits Center’da, bu sene ikinci kez kapılarını açtı.

Hazır giyimden deri kürk ürünlerine, aksesuardan ayakkabıya, tekstil, deri ve hazır giyim sektörünün en iyi moda markaları ve moda perakendesinin en etkileyici karar vericilerinin bir araya geleceği fuar, dünya modasının lokomotiflerinden biri olarak görev alıyor.

Kadın giyimi ve aksesuarları alanında dünyanın önde gelen markalarını ve fast fashion’ın son trendlerini bir araya getiren NY Coterie, modasını ve trendlerini zaman içinde değiştiren kadınlar için mükemmel bir şov platformu.

Fuar, göz alıcı koleksiyonları ve ürünleri görücüye çıkarmanın yanı sıra dünyanın

dört bir yanından gelen üreticiler, satın alımcılar, moda editörleri markalar ve moda tutkunları arasında da küresel bir köprü görevi yapıyor.

Moda dünyasındaki varlığını 30 yıldan uzun süredir devam ettiren NY Coterie, New York Moda Haftası’nın hemen ardından gerçekleşmesi bakımından da markaların ve alıcıların ticari faaliyetlerini yürütmeleri için en doğru meca olarak gösteriliyor.

Bu dönem, bin 500 standın yer aldığı fuar, sağladığı B2B görüşmeler, şovlar ve bilgilendirici etkinliklerle firmaların yeni iş birlikleri kurmasına ve ticari yapılarını geliştirmelerine de olanak sağlıyor.

Bu dönem, bin 200’ün üzerinde katılımcı ve 17 binden fazla ziyaretçinin katılımı ile gerçekleşen Coterie, dünyanın en büyük hazır giyim pazarı olan ABD’ye yatırım yapmak isteyen ya da ihracatını artırmak isteyen firmalar için de ayrı bir önem taşıyor.



İHKİB, FUAR ÜZERİNDEN ABD İLE OLAN İLİŞKİLERİN GELİŞTİRİLMESİNE DESTEK SUNDU

Son dönemde ABD ile artan ekonomik ilişkiler sayesinde, bu dev pazara olan ihracatını artırma hedefinde olan İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), fuara 25 firma ile milli katılım sağladı. Toplamda 33 Türk firması fuardan memnun kalınırken, yerli firmaların çoğu önemli iş birlikleri ile döndüğünü açıkladı. Firmalar,

başta Amerika olmak üzere, çeşitli ülkelerden gelen alıcılarla görüşme ve ürünlerini gösterme imkânı buldular.

ABD pazarında daha fazla yer bulmayı ve sektörün ülkeye olan ihracatını artırmayı amaç edinen İHKİB, fuarda kurduğu info standından, hem firmaların satın alımcılar ve ziyaretçiler nezdinde daha yakından tanınması için çalışmalar yaptı hem de Türkiye hazır giyim pazarının reklamını gerçekleştirdi.



HİKMET ÜNAL

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

“100 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİ” FUARI DAHA DA ÖNEMLİ KILIYOR”

Dört kategoride gerçekleşen fuar, son derece disipline bir organizasyona ve dizayna sahip olduğundan katılımcıların; koleksiyonları, değişen trendleri, ilişkileri ve önceki senelerden farklı olanı en net şekilde gözlemleyebilmesini sağladı. Bunu söylüyorum çünkü fuar aynı zamanda gözlem yapıp notlar aldığı, bu doğrultuda kendi revizelerini gerçekleştirebildiğin bir platform olmalı. Ancak bunu her fuarın sağlayamaması, başarabilenleri değerli kılıyor. Diğer yandan NY Coterie, fuar alanının ferahlığı, genişliği ve ambiyansının yanı sıra ulaşımının kolay olması da katılımcılar için avantaj sağlıyor.

ABD’liler genel olarak rahat kıyafetlerden hoşlanırken, New York bölgesindekiler lüks ve şık giyimi tercih ediyorlar. Bu sebeple fuarın alt katı tümüyle, dünyaca ünlü markalara ayrılmıştı. Rebecca Taylor, 7 for All Mankind, Ba&sh, Glamorous, Halston Heritage, Trina Turk, Vince, Zadig Voltaire, Marella ve Ted Baker gibi dünyanın önde gelen markalarının dahi fuarda yerini almış olması NY Coterie’nin ne denli önemli olduğunu bir kez daha ortaya koyuyor aslında.

NY Coterie, Amerika pazarına açılmak için son derece önemli ve doğru bir adres. Bu sene Güney Koreliler de fuara milli katılım sağladı. Özellikle ABD ile Çin arasındaki ticari savaşlardan sonra onlar da bu pazardan pay almaya çalışıyorlar. Bu da “100 milyar dolarlık ihracat hedefi” doğrultusunda fuarı bizim için daha anlamlı kılıyor.

PREMIERE VISION PARIS'TE TÜRK MODA VİTRİNİNE BÜYÜK İLGİ

İTHİB tarafından bu yıl 25'inci kez milli katılım organizasyonu düzenlenen Premiere Vision Paris Fuarı, Türk markalarının zengin içerik ve modern ürünlerine sahne oldu. 200 firma ile en fazla katılım yapan birkaç ülkeden biri olan Türkiye, tekstil ve hazır giyim sektörünün tanıtımı adına minyatür bir görüntü sergiledi.

FUAR KÜNYESİ

Katılan ülke sayısı	173
Fuara katılan firma sayısı	2.056
Fuara katılan Türk firma sayısı	200
İTHİB patronajında katılan firma sayısı	37
Fuara katılan Türk tekstil firması sayısı	99
Ziyaretçi sayısı	50.000+

Paris-Nord Villepinte'de yılda iki kez düzenlenen üç gün boyunca dünya moda endüstrisine ve yan ürünlerine ev sahipliği yapan Premiere Vision Paris'in ikinci organizasyonu 17-19 Eylül tarihleri arasında gerçekleşti. Koleksiyonları; tasarımdan üretime kadar en başarılı hale getirmek için ihtiyaç duyulan her şeyi tek çatı altında toplayan fuar, en son ürün yeniliklerini ve know how'ları yine binlerce moda tutkununun beğeni ve bilgisine sundu.

Uluslararası moda ağının kalbi olarak kabul edilen Premiere Vision; profesyoneller, mevcut eğilimler ve yenilikler hakkında bakış açısı kazanılmasını sağlamanın yanında, B2B görüşmeleri ve sağladığı iş birliği olanakları ile yeni pazarlar yaratma ve kaynak bulma adına da önemli bir vitrin.

Premiere Vision bu yıl da, yaratıcı etkinlikleri, ödülleri, yarışmaları, sempozyumları, sunumları ve konferansları ile yarının endüstrisini dönüştürmek adına birbirinden başarılı

etkinliklere imza attı. 173 ülkeden 2 binden fazla marka ve 50 binden fazla ziyaretçinin katılımı ile gerçekleşen fuar, 4 binden fazla ürünü moda severlerle buluşturdu.

Dünyanın dört bir yanından hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticileri, moda tasarımcıları ve alım gruplarını bir araya getiren ve moda otoritelerinin yakından takip ettiği en önemli etkinlikler arasında yer alan Premiere Vision, dünya modasının küresel gelişimine paralel olarak New York, Sao Paulo ve Şanghay gibi önemli merkezlerde de alt etkinliklerini sürdürüyor.

TÜRKİYE, EN FAZLA KATILIM SAĞLAYAN ÜLKELERDEN BİRİ OLDU

Fuara bu sene toplamda 200 Türk firması katılırken, bunlardan 101 tanesini tekstil, 99 tanesini ise hazır giyim firması oluşturdu. Fuara, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) patronajında ise 37 firma katıldı. Türkiye, fuara en fazla katılım sağlayan dördüncü ülke oldu.



Türkiye’den fuara katılan tekstil üreticisi firmaların koleksiyonlarının, fuar ziyaretçilerine tek bir çatı altında sunulabilmesi ve kolay erişim sağlanabilmesi amacıyla, İTHİB tarafından bir “trend alanı” ve info stant oluşturuldu. Bu alanda Türk firmaları 2020-2021 Sonbahar-Kış sezonuna ait ürünlerini tanıttı. Yabancı alıcılar tarafından yoğun ilgi ile takip edilen İTHİB trend alanında bu yıl ilk defa, sanatçı Garip Ay tarafından ebru sanatı, canlı olarak icra edildi.

İTHİB, sektöre ve katılımcıların ürünlerine ait bilgileri yer aldığı kitapçıkları ve broşürleri dağıtarak hem firmaların tanıtımına katkı sağladı hem de ziyaretçilerin sorularını cevapladı. Ayrıca, geçmiş dönemde olduğu gibi bu dönem de Hall 5 ve Hall 6’ya ulaşan yürüyüş yolu üzerinde ve tren istasyonu çıkışı üzerindeki ışıklı ilan panosuna milli katılım ilanı yerleştirdi. Ayrıca, Hall 5’in girişinde yer alan büyük banner ile Hall 5 ve Hall 6 girişinde yer alan dört taraflı reklam panosuyla firmaların tanıtımı yapıldı.

İTHİB tarafından bu yıl 25’inci kez milli katılım organizasyonu düzenlenen fuara, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Başkan Yardımcıları Fatih Bilici ve Ahmet Şişman ile Yönetim Kurulu Üyesi Zekeriya Tanrıverdi de katılarak tüm Türk firmalarını ziyaret ettiler. İTHİB’in büyük bir tanıtım atağı gerçekleştirdiği fuara, T.C. Paris Büyükelçisi İsmail Hakkı Musa ve Paris Ticaret Başmüsaviri Sibel Kaplan da katılım göstererek hem İTHİB Yönetim Kurulu hem de Türk firmalarıyla görüş alışverişinde bulundular.



FATİH BİLİCİ

İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

“İHRACATI ARTIRMAK ADINA FUARA DESTEK VERMEYE DEVAM EDECEĞİZ”

Premiere Vision Paris Fuarı, dünyanın dört bir köşesinden kumaş üreticilerini, moda tasarımcılarını ve alım gruplarını bir araya getiren ve moda otoritelerinin yakından takip ettiği en önemli tekstil fuarlarından biri. Firmalarımızın koleksiyonlarını fuar ziyaretçilerine tek bir çatı altında sunulabilmesi ve kolay erişim sağlanabilmesi amacıyla, bir trend alanı oluşturduk. Kumaş üreticilerimizin en son kreasyonlarından örnekleri, güncel kumaş doku ve renk eğilimlerini sergiledik. Firmalarımızın ticari temasları ile alakalı aldıkları olumlu dönüşler bizi çok fazla motive etti. Yaratıcılık ile endüstrinin bir araya geldiği fuara, ihracatı artırma çerçevesinde önümüzdeki dönemlerde de İTHİB olarak gereken desteği vermeye devam edeceğiz.



İDMİB, MICAM FUARI'NDA AYAKKABI SEKTÖRÜNE REFERANS OLDU

Dünya ayakkabı sektörünün en önemli ve en prestijli fuarı niteliğinde olan MICAM, 15-18 Eylül tarihleri arasında İtalya'nın Milano kentinde gerçekleşti. Ayakkabı sektörü için uluslararası sergi niteliği taşıyan fuar, ticaret ve modayı birleştiren iki binin üzerinde ayakkabı koleksiyonu ile türünün eşsiz bir örneği.

Yılda iki kez, Şubat ve Eylül döneminde Fiera Milano Rho fuar alanında gerçekleşen MICAM, üretici firmalardan distribütörlere, acentelerden ayakkabı temsilcilerine, moda tasarımcılarından moda editörlerine kadar sektörün tüm paydaşlarını bir araya topluyor.

Ayakkabı endüstrisi için referans noktası olan MICAM; lüks, yenilikçi, tasarım ve sıra dışı kavramlarını vurgulayarak, ayakkabı dünyasına dair benzersiz bir deneyim sunuyor.

FUAR KÜNYESİ

Katılımcı ülke sayısı

30

Katılımcı firma sayısı

1.300

Türk katılımcı sayısı

55

İDMİB patronajında katılan

firma sayısı

45

Ziyaretçi sayısı

45.000

Fuar alan büyüklüğü

63.000 m²

Her yıl dünyanın farklı yerlerinden ayakkabı meraklılarını bir araya getiren fuar, bu sene 30 ülkeden bin 300 katılımcı ve 45 bin ziyaretçiyi ağırladı.

MICAM, bu sene 50'nci yıl dönümü vesilesiyle, birbirinden başarılı etkinliklere de imza attı. 1970'lerden günümüze en büyük hitler ve muhteşem bir müzikal performansla start alan fuarda; sergiler, seminerler, sunumlar ve projeler de gerçekleşti.

İDMİB'in her geçen sene daha fazla katılımcı ile milli katılım sağladığı ayakkabı endüstrisinin referans fuarı MICAM Milano'da en fazla beğenilen ve ön plana çıkanlar, Türk markaları oldu. Türk firmaları, modern, ultra kaliteli ve şık ayakkabıları ile Avrupa ülkelerine sektörün gücünü gösterdi.



İDMİB YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI İSLAM ŞEKER

“MICAM BİR AB FUARI”

MICAM sadece bizim değil, genel olarak dünya ayakkabı sektörünün en fazla önemseydiği fuarlardan biri. Firmalarımızla yaptığımız görüşmelerde, fuardan memnun ayrıldıklarını ve sağlam iş birliklerine imza attıklarını duyuyoruz. Benim gözlemlediğim en önemli şey ise firmalarımızın bu sene sergilediği ürünler, önceki yıllara oranla çok daha modern, şık ve üst kaliteydi. Bu da firmalarımızın fuara artık daha da adapte olduğunu gösteriyor.

MICAM'ın organizatörleri, fuara bir AB fuarı gözüyle bakıyor. Bundan dolayı da sadece AB ülkelerinin, AB'ye aday olan ülkelerin ve ABD gibi önde gelen ülkelerin katılabildiği bir fuar. Şu an Uzak Doğu'daki ülkeler, bu fuara katılmak için can atıyorlar. Ancak organizatörlerin fuarın kalitesinin düşmesini istemediğinden, bu kapıyı açmıyorlar çünkü fuarın marka değerini korumak istiyorlar.



İDMİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ OĞUZ İNNER

“İDMİB OLARAK MICAM'DA HER SENE DAHA DA BÜYÜYORUZ”

MICAM Fuarı'nı 2011'den bu yana takip ediyorum ve şunu söyleyebilirim ki, o zamandan bu yana gerçekleşmiş en iyilerden bir tanesiydi. Türkiye olarak önemli bir katılım sağladık. Tüm firmalarımızdan olumlu geri dönüşler aldık. Avrupa'da Türk ayakkabısına karşı olan imaj pozitif yönde evrilmeye başladı; bunu fuarda da gözlemledik. Avrupa'da küçülen ayakkabı pazarında Türk ayakkabısı büyümeye devam ediyor.

MICAM kendi alanında Avrupa'nın en önemli fuarı. Katılımcı ve ziyaretçi profili açısından son derece kaliteli bir fuar. İDMİB olarak burada her geçen sene büyüyoruz. Bunun için de çok çaba sarf ediyoruz. Katılımcı firmalarımızın stantlarını fuarın en iyi noktalarına taşımak için uğraşıyoruz. Bu arada bu seneki standımız katılımcılar ve ziyaretçiler tarafından çok beğenildi. Oldukça ilgi çektik; bu da Türk firmalarının tanıtımına büyük katkı sağladı.





İDMİB, MİLANO'DA BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) milli katılım organizasyonu kapsamında 45 firmanın, toplamda ise 55 Türk firmasının yer aldığı fuarda Türk markaları son derece olumlu dönüşler aldı ve güzel iş birlikleri gerçekleştirdi. Ayakkabı ihracatçıları, dünya ayakkabı sektörünün bir araya geldiği bu platformda, yeni pazarlar yaratmak adına üst düzey görüşmeler yaptı.

İDMİB'in bu seneki milli katılım oranında yüzde 18 artış yaşanırken, Türk firmalarına ayrılan alanda ise yüzde 17'lik bir artış oldu. Türk firmaları kendilerine ayrılan 2 bin metrekaarelik alanda ürünlerini tanıttı. Firmalarımız, kaliteli ve modern ürünleri ile fuarın en fazla ilgi çeken markaları arasında yer aldı.

Fuarın en fazla ilgi çeken stantlarından biri ise İDMİB'in dinamik, hareketli ve canlı bir görüntü sergileyen info standı oldu. İDMİB, fuarda hem Türkiye ayakkabı sektörünün ve katılımcı firmaların tanıtımını yaptı hem de standı ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin sorularını cevapladı.

İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, Başkan Yardımcısı İslam Şeker ve Yönetim Kurulu Üyelerinin Türk firmalarını ziyaret ettiği fuara, T.C. Milano Başkonsolosu Özgür Uludüz ve Milano Ticaret Ataşesi Emre Öztelli de katılarak firmalarla görüşmeler yaptı ve fuara dair bilgi aldı.

Fuar esnasında ABD Ayakkabı Perakendecileri Birliği Başkanı Chuck



Schuyler ve UBM Informa Ayakkabı Bölüm Başkanı Leslie Gallin ile toplantı yapma imkanı da yakalayan İDMİB Yönetim Kurulu, ABD'ye yönelik ihracatın artırılması adına potansiyel iş birliği imkanlarını değerlendirdi.

Fuara dair bir değerlendirmede bulunan İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB olarak MICAM Fuarı'nda geçen sene daha fazla büyüdüklerini ve buradaki yerlerini sağlamlaştırdıklarını ifade etti. Şenocak, "Her geçen yıl fuara katılım sağlayan Türk firmalarının sayısında meydana gelen artış, bizleri son derece memnun ediyor. Firmalarımız, yaptığımız görüşmelerde fuarın kendileri için oldukça başarılı geçtiğini belirttiler, bu da ayrı bir memnuniyet sebebi.

Hedefimiz, bir sonraki fuara daha fazla firma ile katılım sağlamak. Buradaki firmalarımızın yeniden katılmak istemelerini belirtmesi ve her sene aldığımız onlarca katılım isteği, bu hedefe çok yakın olduğumuzu gösteriyor" dedi.



İDMİB YÖNETİM KURULU YEDEK ÜYESİ
İLHAN KUŞELİ

"FUARIN EN HAREKETLİ STANTLARI TÜRKLERE AİTTİ"

Bu sene İDMİB olarak rekor diyebileceğimiz bir firma sayısıyla milli katılım organizasyonu gerçekleştirdik. Geçtiğimiz yıllara oranla daha büyük metrekaarelerde temsil etmeye başladığımız sektörümüz adına son derece başarılı bir fuardı. Özellikle Avrupalı zincir mağazalar ve departman store'ların hemen tamamı firmalarımızın stantlarını ziyaret edip bilgi aldı. Fuarın en hareketli stantları kesinlikle Türk firmalarına aitti.

Son derece memnun ayrıldığımız bu fuar sadece burada katılımcı olan firmalarımız için değil, aynı zamanda ayakkabı sektörümüz adına da bir başarı. Türk ayakkabısının gücü ve kalitesi artık Avrupa'da ciddiye alınıyor. Eskiden teredditle yaklaşan alıcılar ve markalar, şu an en fazla Türk stantlarını ziyaret ediyor. Bu da bizim için gurur verici.





İHKİB Avcılar Mesleki Teknik Anadolu Lisesi

İHKİB YÖNETİMİ, MESLEKİ LİSELERE “HER ZAMAN YANINIZDAYIZ” MESAJI VERDİ

İHKİB yönetimi, 2019-2020 eğitim öğretim yılının açılışında, İHKİB protokolündeki okulların açılışına katılarak öğrencilere başarı dileklerini ilettiler. Eğitimin kendileri için odak noktalardan biri olduğunu ifade eden İHKİB, her koşulda öğrencilerin ve eğitimin yanında olduğu mesajını verdi.

Eğitime verdiği desteklerle adından sürekli söz ettiren İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) çatısı altında eğitim veren Avcılar, Kağıthane ve Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri, 9 Eylül tarihinde gerçekleştirilen törenlerle 2019-2020 eğitim öğretim yılına “merhaba” dedi.

Öğrencilerin, öğretmenlerin ve velilerin hazır bulunduğu açılışlarda, moda endüstrisinin gelişiminde mesleki eğitimin kritik önemine her zaman

dikkat çeken İHKİB yönetimi de hazır bulundu.

Mesleki eğitim almış gençlerle sektörde katma değerli üretimin, inovasyon ve yenilikçi tasarımın daha ileri düzeye ulaşacağını ve sektörün ihracatının daha da artacağı bilincinde hareket eden İHKİB yönetiminden isimler, yeni sezonun açılışında öğrencilerle buluşarak, onlara moral verdiler. İHKİB, öğrencilere, bu sektörün en değerli paydaşları olduklarını hatırlatarak, her zaman destek vermek için yanlarında olacaklarını tekrarladı.



MEHMET MAHFUZ GÖNÜLLÜ
**“İHKİB’İN YATIRIMLARINI EKONOMİYE
 KAZANDIRMA AMACINDAYIZ”**

Törende açılış konuşmasını gerçekleştiren Okul Müdürü Mehmet Mahfuz Gönüllü, bu okulu bir numaralı meslek lisesi haline getirme amacıyla olduğunu ifade ederek, İHKİB Avcılar Mesleki Teknik Anadolu Lisesi’nin çok sayıda artışı olduğunu, yapılacak yeni yatırımlarla daha da başarılı hale geleceğini belirtti. Bu başarının öğrencilerin başarısına dönüşeceğini söyleyen Gönüllü şöyle devam etti: “İHKİB’in okulumuza yaptığı yatırımları, günümüz ekonomisine kazandırmak amacıyla çalışmalar yapacağız. Bu bağlamda İl Milli Eğitim Müdürlüğümüz ile gerçekleştirdiğimiz proje sayesinde okulumuzda üretilen ürünleri satacağız. Okul bünyesinde açacağımız bir mağaza ile siz öğrencilerin üretimi daha okurken

emeğe ve kazanca dönüşecek. Bizim İHKİB okulları olarak vermek istediğimiz de tam olarak bu. İnteraktif bir eğitim ile sizleri geleceğe donanımlı gençler olarak hazırlamak. Türkiye; sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda yeni atılımlar gerçekleştiren bir ülke. Biz de sizleri bu heyecana ve başarıya ortak etmek istiyoruz.”

TİMUR BOZDEMİR

**“AKADEMİK VE MESLEKİ EĞİTİM
 BİRBİRİNDEN KOPUK OLMAMALI”**

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı Timur Bozdemir de açılışa katılarak öğrencilere başarılar diledi. İHKİB ve hazır giyim sektörü olarak, öğrencilerin her zaman yanlarında olacaklarını ifade eden Bozdemir, sektörün nitelikli personel ihtiyacının en üst seviyede olduğunu, moda tasarım teknolojileri alanını tercih eden öğrencilerin, bu tercihlerini fırsata çevirme imkanı bulacağını vurguladı.

Eğitimin kendileri için odak noktalardan biri olduğunu ifade eden Bozdemir, konuşmasını şu şekilde sürdürdü: “Biz İHKİB olarak her sene eğitim alanında bir önceki yıla oranla daha fazla projeye imza atıyoruz. Bu sene gerçekleştirdiğimiz tekstil mühendisliği kampanyası sonrası ortaya çıkan başarı, yaptıklarımızın teminatıdır diyebilirim. Bu çalışmalarımızı teknik ve mesleki eğitimde de gerçekleştirme hedefindeyiz. Çünkü akademik eğitim ile mesleki eğitim birbirinden ayrı hareket ederse, bütünsel başarıdan uzak, kopuk hedefleri olan bir endüstri oluşturmuş oluruz. Bu sebeple de sektörel eğitimin her aşaması için daha fazla mesai harcıyoruz. İHKİB olarak, gelişen ve değişen dünyanın dinamikleri ile paralel bir eğitimin daha doğru olduğuna inandığımızdan, bu sene okullarımızda dijitalleşmenin startını vereceğiz.”

SÜLEYMAN ÇAKIROĞLU

**“ÖĞRENCİLERİN ÜRETEREK
 ÖĞRENEBİLECEĞİ BİR ORTAM İNŞA
 ETMEYE ÇALIŞIYORUZ”**

İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’nde gerçekleştirilen açılış törenine katılan İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman



TİMUR BOZDEMİR

“Akademik eğitim ile mesleki eğitim birbirinden ayrı hareket ederse bütünsel başarıdan uzak, kopuk hedefleri olan bir endüstri oluşturmuş oluruz. Bu sebeple de sektörel eğitimin her aşaması için daha fazla mesai harcıyoruz.”



MEHMET MAHFUZ GÖNÜLLÜ

“İHKİB’in okulumuza yaptığı yatırımları, günümüz ekonomisine kazandırmak amacıyla çalışmalar yapacağız. Bu bağlamda İl Milli Eğitim Müdürlüğümüz ile gerçekleştirdiğimiz proje sayesinde okulumuzda üretilen ürünleri satacağız.”



SÜLEYMAN ÇAKIROĞLU

“İHKİB okullarına olan ilgimizi her geçen gün artırıyoruz. Okullarımızdaki eğitim sürecini, öğrencilerin çalışma hayatına ve mesleğe en iyi şekilde hazırlanmaları için tasarlıyoruz. Siz öğrencilerin üreterek öğrenebileceği bir ortam inşa ederek, ilk önce kendinize yatırım yapmanız gerektiği bilincini uyandırmaya çalışıyoruz.”



İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Çakıroğlu, öğrencilere yönelik yaptığı konuşmasında, İHKİB'in mesleki eğitime verdiği önemin altını çizerek, “Eğitimi sadece sektörün değil, ülkemizin ekonomik, sosyolojik ve kültürel gelişiminin en önemli unsuru olarak gören bir birlik olarak, bu alana olan ilgi ve alakamızı her geçen gün artırıyor, eğitimin geleceğin dinamikleri ile şekillenen bir yapıda ilerlemesi için her türlü desteği sunmaya çalışıyoruz. Bu sebeple, İHKİB okullarına olan ilgimizi her geçen gün artırıyoruz. Okullarımızdaki eğitim sürecini, öğrencilerin çalışma hayatına ve mesleğe en iyi şekilde hazırlanmaları için tasarlıyoruz. Siz öğrencilerin üreterek öğrenebileceği bir ortam inşa ederek, ilk önce kendinize yatırım yapmanız gerektiği bilincini uyandırmaya çalışıyoruz. Tüm bunların sonunda da diploma sahibi yapmaktan çok, meslek sahibi olacak gençlerin mezuniyetini büyük bir coşkuyla birlikte kutlamak istiyoruz” dedi.

İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde yapılan törende ise İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe'nin, öğrencilere yönelik mesajı okundu. Mesajında, yeni eğitim öğretim yılında tüm öğrencilere başarı dileklerini sunan Başkan Gültepe, sektörün hedeflerine ulaşmasında nitelikli iş gücünün ne denli önemli olduğunu bildiklerini ve bu doğrultuda hareket ettiklerini aktardı.

Okulun açılış konuşmasını yapan Okul Müdürü Kadir Taşdelen de öğrencilere başarı dilekleri sunarak, Türkiye'nin önde gelen sektörlerinden birinde iş hayatına atılacakları için kendilerini pek çok kişiye oranla şanslı saymaları gerektiğini söyledi.

Ayrıca Nişantaşı Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile Nahit Menteşe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin açılışlarında da Başkan Mustafa Gültepe'nin yeni eğitim ve öğretim yılında başarı dilekleri aktarıldı.



İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Sektörle iç içe ilerleyen İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile profesyonel dünyaya güvenli adımlar atın!

İHKİB KARİYER AKADEMİ EĞİTİMLERİ İTKİB ÜYELERİNE %50 İNDİRİMLİ!

1 EKİM SALI

MS EXCEL ORTA DÜZEY

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: ESRA GÖKÇELİOĞLU

İTKİB / YENİBOSNA

3 EKİM PERŞEMBE

HAZIR GİYİM ÜRETİM SÜREÇLERİ VE İŞ ETÜDLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: SELİN SARIKAYA

İMA / NİŞANTASI

4 EKİM CUMA

YENİ NESİL İŞLETME ENGELLERİ VE ÇÖZÜMLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: EVREN ÇOLAK

İMA / NİŞANTASI

8 EKİM SALI

MOTİVASYON VE BAŞARI ODAKLILIK

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: MELTEM AYVACIOĞLU

İTKİB / YENİBOSNA

8 EKİM SALI

ETKİLİ İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: HÜLYA MUTLU

İTKİB / YENİBOSNA

9 EKİM ÇARŞAMBA

SATIŞTA ETKİLİ SUNUM VE İKNA TEKNİKLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: BÜLENT BAŞAR

İTKİB / YENİBOSNA

11 EKİM CUMA

İPLİK CİNSİ TESPİTİ İPLİK VE DOKUMA KUMAŞ GRAMAJI

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: KASIM UZUNÖZ

İTKİB / YENİBOSNA

11 EKİM CUMA

İHRACATTA FİYATLANDIRMA MALİYET VE RİSK YÖNETİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: CEYHUN YEŞİLŞERİT

İTKİB / YENİBOSNA

14 EKİM PAZARTESİ

ZAMAN YÖNETİMİ (ERTELEMİYİ ERTELEMEK)

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: EVREN ÇOLAK

İTKİB / YENİBOSNA

15 EKİM SALI

İLETİŞİMDE 4 ÖLÜMCÜL HATA

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: İNANÇ CİVELEKOĞLU

İMA / NİŞANTASI

18 EKİM CUMA

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: DAMLA ÖZDEMİR

İTKİB / YENİBOSNA

21 EKİM PAZARTESİ

POWER POINT İLE ETKİLİ SUNUM TEKNİKLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: ALİ ERDÖNMEZ

İTKİB / YENİBOSNA

21 EKİM PAZARTESİ

SATIŞ ÖRGÜTÜ YÖNETİMİ VE SATIŞTA LİDERLİK

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: BÜLENT BAŞAR

İTKİB / YENİBOSNA

24 EKİM PERŞEMBE

ETKİN YÖNETİCİLİK BECERİLERİ GELİŞTİRME

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: SEVTAP YASİN

İMA / NİŞANTASI

25 EKİM CUMA

ULUSLAR ARASI FRANCHISE OPERASYONLARI

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: AYTEKİN SÜNGERLİ

İTKİB / YENİBOSNA

31 EKİM PERŞEMBE

DENİM ÜRETİMİNDE KALİTE KONTROL

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: SELİN SARIKAYA

İTKİB / YENİBOSNA

Sektörle iç içe ilerleyen İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile profesyonel dünyaya güvenli adımlar atın!

İHKİB KARİYER AKADEMİ EĞİTİMLERİ İTKİB ÜYELERİNE %50 İNDİRİMLİ!

5 KASIM SALI

ETKİLİ VE ETKİN TEKNİK FÖY HAZIRLAMA TEKNİKLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: SELİN SARIKAYA

İTKİB / YENİBOSNA

5-6 KASIM SALI-ÇARŞAMBA

MİCROSOFT EXCEL İLERİ

Süre: 2 gün (12 saat)
Eğitmen: ESRA GÖKÇELİOĞLU

İMA / NİŞANTASI

7 KASIM PERŞEMBE

ENDÜSTRİ 4.0

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: ENGİN AKÇAĞUN
ABDURRAHİM YILMAZ

İTKİB / YENİBOSNA

8 KASIM CUMA

GLOBAL PAZAR STRATEJİLERİ BELİRLEME

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: AYTEKİN SÜNGERLİ

İTKİB / YENİBOSNA

11 KASIM PAZARTESİ

SATIŞ VE FİNANS EKİPLERİ İÇİN "MÜŞTERİ İSTİHBARATI, TAHSİLAT VE RİSK YÖNETİMİ"

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: BÜLENT BAŞAR

İTKİB / YENİBOSNA

12 KASIM SALI

ÜRÜN YAŞAM EĞRİSİ YÖNETİMİ (PLM)

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: SELİN SARIKAYA

İTKİB / YENİBOSNA

13 KASIM ÇARŞAMBA

İSTATİSTİKSEL PROSES KONTROL

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: DAMLA ÖZDEMİR

İTKİB / YENİBOSNA

14 KASIM PERŞEMBE

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE YÖNELİK ULUSLAR ARASI PAZAR ANALİZİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: CEYHUN YEŞİLŞERİT

İTKİB / YENİBOSNA

14 KASIM PERŞEMBE

STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: AYTÜL KALKAN

İMA / NİŞANTASI

15 KASIM CUMA

SAĞLIKLI KARAR VERİYOR VE PROBLEMLERİ ÇÖZÜYORUM

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: MELTEM AYVACIOĞLU

İTKİB / YENİBOSNA

18 KASIM PAZARTESİ

İŞ VE YAŞAM DENGESİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: EVREN ÇOLAK

İTKİB / YENİBOSNA

19 KASIM SALI

İHRACAT İŞLEMLERİ VE İŞ AKIŞ SÜREÇLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: CEYHUN YEŞİLŞERİT

İTKİB / YENİBOSNA

20 KASIM ÇARŞAMBA

X,Y,Z KUŞAKLAR ARASI YÖNETİM

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: SEVTAP YASİN

İTKİB / YENİBOSNA

21 KASIM PERŞEMBE

DIŞ TİCARETE GİRİŞ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: ALİ KEMAL YAZAR

İMA / NİŞANTASI

22 KASIM CUMA

BAHANE SİZSİNİZ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: EVREN ÇOLAK

İTKİB / YENİBOSNA

25 KASIM PAZARTESİ

SATIŞTA KARI ARTTIRMAK İÇİN STRATEJİK İŞ TASARIMLARI

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: CEYHUN YEŞİLŞERİT

İTKİB / YENİBOSNA

28 KASIM PERŞEMBE

LİDERLİKTE KOÇLUK BECERİLERİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: İNANÇ CİVELEKOĞLU

İTKİB / YENİBOSNA

İHKİB FARKINDALIK YARATMAK İÇİN 14 YENİ SOSYAL UYGUNLUK KILAVUZU YAYINLANDI

İHKİB, işletmelerin ve çalışanların iş koşullarına dair güncel gelişmelerden ve haklarından haberdar olması, çevreye yönelik sorumlulukların bilincinde olması ve sürdürülebilirlik gibi pek çok konuya dair üyelerinin farkındalığını artırmak için 14 adet yeni sosyal uygunluk kılavuzu hazırladı. Evrensel ILO kodları ve ulusal mevzuat uyarınca hazırlanan kılavuzlar, vaka analizleri ve prosedür şablonlar gibi anlatımlar sayesinde kolay anlaşılır bir yapıya sahip.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB); ihracatta, yatırımda, istihdamda ve katma değer yaratmada öncü ve lider olmanın bilinci ile hazır giyim sektörüne yönelik çalışmalarına devam ediyor. İHKİB, gerçekleştirmiş olduğu tüm çalışmalarda ve hayata geçirdiği projelerde; çalışan hakları ve iş koşullarının iyileştirilmesini hedefliyor ve sosyal uygunluk şartlarının geliştirilmesi adına çaba sarf ediyor. Bu bağlamda İHKİB, başta Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) olmak üzere, sektörde sosyal sorumluluğun geliştirilmesi üzerine çalışmalar yürüten uluslararası örgütler ve üye firmalar ile yakın temas halinde. Diğer yandan sektöre doğrudan nüfus eden ve İş Kanunu, İş Sağlığı ve Güvenliği Mevzuatı, Çevre

Kanunu ile doğrudan ilgili olan “Sosyal Uygunluk” kriterlerinin sağlanmasında önemli rol alıyor.

Sosyal Uygunluk, işletmelerin çalışanlarına ve çevreye nasıl davrandığının ve sosyal sorumluluk kavramını kendi içinde ve etki alanlarında nasıl uyguladığının göstergesi niteliğinde bir kavram. Bu sebeple de İHKİB tarafından üye firmaların, sosyal uygunluk (SU) denetim süreçlerini içselleştirmeleri ve kendi denetimlerini yapabilir hale gelmelerini amaçlayarak, hedef pazarlarda talep edilen sosyal uygunluk belgelerine (WRAP, BSCI, Sedex, SA8000, WCA, marka denetimleri vb.) sahip olmaları amacı ile uyum ve iyileştirme konusunda bir dizi çalışmalar yapılıyor.

Bu kapsamda 2016 yılından itibaren alt sektör kümelerinde (iç giyim, çorap, denim ve örme), konfeksiyon küme projeleri kapsamında sosyal uygunluk iyileştirme programları uygulamaya alındı ve UR-GE projelerinde hâlâ uygulanmaya devam ediyor.

İHKİB'İN İŞÇİ VE İŞVERENLERİ BİLGİLENDİRMEK İÇİN ÇIKARDIĞI ÖNCEKİ YAYINLARI

29 sayılı, 25 Haziran 2015 tarihli Yönetim Kurulu toplantısında, Birleşmiş Milletler ve İHKİB koordinasyonunda yürütülen "Türkiye'de Tekstil Sektöründe KOBİ'ler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması" programı kapsamında; işçi ve işverenin, iş hakları konusunda bilgilendirilmesi amacıyla, "İşçi Hakları Kitapçıkları" basıldı. Bu kitapçıklara İHKİB web sitesinden de ulaşılabilir. Kitapçıkların başlıkları şu şekildedir:

- 10 Adımda İş Sağlığı ve Güvenliği
- 50 Soruda İş Kanunu'nda Çalışma Süreleri
- 50 Soruda Kadın İşçilere Özel Çalışma Koşulları
- 40 Soruda İş Kanunu'nda Ücret
- 30 Soruda Çocuk ve Genç İşçilere Özel Çalışma Koşulları
- 10 Adımda Düzenli Çalışma Koşulları
- 30 Soruda İşçinin Dinlenme Hakkı

Kitapçıklara <https://www.ihkib.org.tr/tr/bilgi-bankasi/kss-yayinlari/sosyal-uygunluk-kilavuzu/k-380> adresinden ulaşabilirsiniz.



İHKİB tarafından üye firmaların, sosyal uygunluk denetim süreçlerini içselleştirmeleri ve kendi denetimlerini yapabilir hale gelmelerini amaçlayarak, hedef pazarlarda talep edilen sosyal uygunluk belgelerine (WRAP, BSCI, Sedex, SA8000, WCA, marka denetimleri vb.) sahip olmaları amacı ile uyum ve iyileştirme konusunda bir dizi çalışmalar yapıyor.



SOSYAL UYGUNLUK KILAVUZLARI

İHKİB üyelerinin farkındalığını artırmak üzere, İHKİB ve ILO iş birliğinde, Çalışma Bakanlığı ile EKOTEKS'in destekleriyle KSS Sosyal Uygunluk Kılavuzları hazırlanmıştır. Evrensel ILO kodları ve ulusal mevzuat uyarınca hazırlanan 14 kitapçıkta, çalışma sürelerinden atık yönetimine, sürdürülebilirliğin tüm alanlarına yönelik prensipler, vaka analizleri ve prosedür şablonları yer alıyor. Kolay bir dille hazırlanan kitapçıklara İHKİB web sitesinden de ulaşılabilir. Kitapçıkların başlıkları şu şekildedir:

- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kuralları ve Kaideler
 - Sosyal Uygunluk Yönetim Sistemi
 - Tedarik Zincirinde Sosyal Uygunluk Yönetimi
 - İş Sağlığı ve Güvenliğinin Sağlanması İçin Adımlar
 - Çalışma ve Dinlenme Sürelerinin Düzenlenmesi
 - Adil Ücretlendirme
 - Sosyal Yönetim Sistemine Çalışanların Katılımı ve Korunması
 - İstihdamın Sürekliliği
 - Çocuk Emegiyle Mücadele
 - Taciz ve Ayrımcılığın Önlenmesi
 - Rüşvet ve Yolsuzluğu Önleme
 - Yabancı İşçi Çalıştırma
 - Atık Yönetimi ve Enerji
 - Hassas Gruplar Genç Kadın Hamile Emziren Engelli ve 50 Yaş Üzeri Çalışanlar
- Kitapçıklara <https://www.ihkib.org.tr/tr/bilgi-bankasi/kss-yayinlari/sosyal-uygunluk-kilavuzu/k-380> adresinden ulaşabilirsiniz.

SOSYAL UYGUNLUK İYİLEŞTİRME PROGRAMLARI

Tedarik zincirinde sosyal diyalogu etkinleştirmeyi, çalışanları hakları ve sorumlulukları ile ilgili bilinçlendirmeyi amaçlayan programlar, Ticaret Bakanlığı'nın finansal desteği ile hazırlanıyor.

BAŞLANGIÇ DÜZEYİ: BELGELENDİRME VE FARKINDALIK ARTIRMA

- İK Yönetimi ve Sosyal Uygunluk Sistemi Eğitimleri
- Firma içinde bağımsız denetçiler tarafından izleme
- Belgelendirme sürecinin desteklenmesi

19
FİRMA

ORTA DÜZEY: FİRMANIN İÇSELLEŞTİRİLMESİ

- Baş denetçi eğitimi ve sertifikalandırma
- Sosyal Uygunluk Sistemi Eğitimi ve sertifikalandırma
- Firma içinde bağımsız denetçi ile ön izleme (2 gün)
- Final izleme denetimleri (1 gün)

12
FİRMA

İLERİ DÜZEY: TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

ORTA DÜZEY PROGRAMI VE FASONDA DENETİMLER:

- Uzman denetçi tarafından (yetiştirilen denetçi eşliğinde)
- Yetiştirilen denetçi tarafından (uzman denetçi nezaretinde)

6+24
FİRMA





EBRU GÖKBULUT
SOSYAL UYGUNLUK DANIŞMANI

SOSYAL UYGUNLUK SATIN ALMADA ÖN ŞART HALİNE GELDİ

Bugün, imalat ve ihracat yapan her işletme için “Sosyal Uygunluk” olmazsa olmaz kavramlardan birine dönüştü. Müşterilerin -özellikle Avrupa ve Amerikalıların- eski satın alma alışkanlıkları, sadece fiyat ve kalite üzerineyken, son 10 senedir ivme kazanan “Sosyal Uygunluk Denetimleri”nden başarı ile geçmek satın alma sisteminde temel koşul oldu. Dolayısıyla artık satın almada fiyat ve kalite ile beraber sosyal uygunluk da ön şart haline geldi.

Bu konunun önemi ve imalatçıya gereken desteğin verilmesi için İHKİB, öncü bir çalışmaya imza attı ve Uluslararası Çalışma Örgütü ile beraber sosyal uygunluk konuları ile ilgili kitapçıkları sektöre kazandırdı. Bu kitapçıklar hazırlanırken, konu ile ilgili fazla bilgisi olmayan işletmeler için bile bir kılavuz niteliğinde olmasına özen gösterildi. Kitapçıkların her biri Sosyal Uygunluk Yönetim Sistemi’nde yer alan konuları barındırıyor; örneğin “Çalışma Saatlerinin Düzenlenmesi”, “Adil Ücretlendirme”, “Yabancı İşçilerin İstihdamı” her biri ayrı birer kitapçık olarak hazırlandı. Aynı zamanda işletmenin denetim öncesi bir iç denetim gerçekleştirebilmesi için denetim listesi gibi pratik listeler ve çeşitli sosyal uygunluk konuları ile ilgili vaka analizleri de kitapçıklar içinde yer alıyor.

Kitapçıklar, sektörü oldukça zorlayan bazı denetimleri dikkate alarak hazırlandı. Sektörün bu kaynaktan en iyi şekilde yararlanarak, ihracatlarını geliştireceklerini umuyorum. Sektöre hayırlı olmasını diliyorum.



HÜLYA MUTLU
YÖNETİM DANIŞMANI/EĞİTMEN

SOSYAL UYGUNLUK MÜŞTERİ KAZANIMI KONUSUNDA ÖNEMLİ BİR KRİTERER OLACAK

Kurumsal sosyal uygunluk standartları ülkemizde ihracat yapan birçok firmanın yurt dışı müşterisi tarafından ihracat şartları arasında yer alıyor. Önümüzdeki günlerde firmalar adına, kurumsal sosyal uygunluk şartlarını sağlamak daha önemli bir hal alacak ve bu konuda sistemi olmayan bir kısım firmalar müşteri bulmakta güçlük çekerken, bir kısmı ise var olan müşterilerini kaybetmekle ilgili bir risk ile karşı karşıya kalacak. Bu standartların firmalara ekonomik getirileri olduğu gibi toplumsal dinamizm için gerekli olan sanat, spor etkinlikleri, sosyal adalet mekanizmalarına katkıda bulunarak sosyolojik katkısı da bulunuyor. Bir diğer önemli etki sürdürülebilirlikle ilgili. Standartların etkin uygulanması sürdürülebilirlik anlamında önemli katkılar sağlıyor. Ayrıca kaynakların daha verimli kullanılması ve süreçlerin etkin yönetilmesi ile ilgili de önemli katkıları bulunuyor.

İHKİB ÜYELERİNİ BİLGİLENDİREREK MOTİVE OLMALARINI SAĞLADIK

Geçtiğimiz aylarda gerçekleştirdiğimiz iç giyim ve gömlek UR-GE faaliyetlerimize katılan firmalarımızın tamamı ihracat yapmaya istekli ve bunun gereklerine göre sistem kurmak üzere gönüllü yapıldı. Dolayısıyla süreçte hızlı yol aldık ve firmalarımızın büyük bir kısmı, ilgili sertifikasyonları tamamladı. Sertifika bir çıktı olarak onlar açısından ihracatı kolaylaştıran bir katkı sağladı. Ancak bunun dışında altı ay devam eden projemizde firmalarımız kurumsallaşma, kârlı olma ve bunları sürdürme adına ciddi mesafe aldılar. Yapılan çalışmalar sadece dokümantasyon bazında içeriklerin üretilmesi değil, alt yapı sorunlarının giderilmesi, verimlilik ve kaliteli iş sonuçlarına ulaşmak gibi değerli çıktılar da beraberinde getirdi. Bu süreçte proje kapsamında çalışan gelişimini sağlamaya yönelik bir dizi eğitimler verildi. Bu süreç, markalarımızı ve firmalarımızı global dinamiklere uygun çalışma kültürü yaratmak ile ilgili oldukça motive etti.



KEREM ALKIN
TİM Genel Sekreteri

MAVİ OKYANUS, KIRMIZI OKYANUS

Türkiye, Çin ve Hindistan ile birlikte, birinci yüzyıldan itibaren ekonomik, demografik ve tarihi kayıtları olan bir ülke. Bu paha biçilmez tarihi ve toplumsal zenginlik, Türkiye'yi "siyaset diplomasisi", "güvenlik diplomasisi", "ticaret diplomasisi", "kamu diplomasisi", "medeniyet diplomasisi" ve "kültür diplomasisi" alanlarının tümünde iddiası, projesi ve birikimi olan ender ülkeler arasında ilk beşe yerleştiriyor.

Ticaret Bakanımız Ruhsar Pekcan'ın ev sahipliğinde yapılan ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross'un Türkiye ziyareti, pek çok açıdan kritik önemde. Öncelikle, 1940'lı yılların sonlarından bu yana, Türkiye-ABD ilişkilerinin ağırlıklı olarak "güvenlik" perspektifinden yürüyor olması, iki ülke arasındaki ilişkilerin sağlığı açısından kritik sorunlara sebep olmaktaydı. Rahmetli Turgut Özal, iki ülke arasındaki ilişkilere "ticaret" perspektifi kazandırmak için çaba sarf etmiş olsa da, ilk kez Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve ABD Başkanı Donald Trump'ın ortaya koyduğu liderlik ve kararlılıkla "100 milyar dolar ticaret hacmi" hedefine dayalı somut adımlar atılıyor.

Bakan Ross'un TİM Başkanı İsmail Gülle ve ihracatçı sektörlerimizin birlik başkanları ve önde gelen ihracatçı şirket ve firmalarımızla geçtiğimiz gerçekleştirdiği temaslar, Türkiye'nin küresel ticaret imkan ve kabiliyetlerinin, ABD cephesinde muhatap görülmesi açısından kritik önemdeydi.

ABD, dünyanın en büyük pazarı konumunda ve 2,5 trilyon dolarlık ithalat gerçekleştiriyor. ABD'ye son dönemde daha yoğun bir tempoyla ihracat gerçekleştiren Çin ve Asya ekonomilerinin stratejileri incelendiğinde, dağınık bir ihracatçı ağı üzerinden ticaret yerine, ölçek ekonomisine dayalı olarak, hayli yüksek miktarda ihracat yapabilme kabiliyeti olan şirketler üzerinden ticaret ağı kurulmasına ağırlık verildiği görülüyor.

Bunun yanı sıra, Asya ülkelerinin ABD'nin farklı bölgelerine ihracat ürünlerini daha seri ulaştırabilmek adına, büyük lojistik merkezleri oluşturdukları da gözlemleniyor. Bu durum, bir süredir satış pazarlama alanında önemli bir konu başlığı olan "Mavi Okyanus Kırmızı Okyanus" konusunu öne çıkarıyor. Ülke ekonomisinde ve/veya dünya ticaretinde, birbiriyle kıyasıya rekabet eden binlerce şirket, firma yer alıyor. Söz konusu firmalar, birbirinden müşteri çalacak şekilde bir pazarlama satış stratejisi, sürekli fiyat kırarak pazarda kalma mücadelesi ortaya koyduklarında, okyanusta köpek balıklarının sürekli birbirlerine saldırmalarından dolayı, okyanusun "kırmızı"ya dönüşmesine benzer bir ortam oluşuyor.

Oysa, bilhassa küresel ticarete iddialı olabilmek için, aynı sektördeki firma ve şirketlerin, rekabet etseler dahi, birlikte hareket etme kültürü oluşturup, birbirlerine zarar verecek ölçüde "fiyat kırma" yarışına girmek yerine, aynı ülkeden dünyaya yapılan satışta, gerek ölçek ekonomisi gerekse de ihracattan elde edilen kilogram başına katma değeri güçlü kılmak için sinerji oluşturmaları gerekiyor. Buna da "mavi okyanus" stratejisi diyoruz. ABD ile yürütülen 100 milyar dolar pazar hedefine dayalı ticaret müzakereleri, ihracatçılarımızın bu pazar için "kırmızı okyanus" taktikleri yerine, birlikte hareket etme kültürüne dayalı mavi okyanus stratejisi ile çok daha güçlü sonuçlar elde edeceklerine işaret ediyor.

2,5
TRİLYON DOLAR
ABD'nin yıllık ithalatı

TÜRKİYE’NİN “TİCARET VE ‘KÜLTÜR’ DİPLOMASİSİNİN GÜCÜ

Türkiye gibi bin yıllık güçlü bir devlet geleneğine ve 7 bin yıllık üretim, ticaret, kültür zenginliğine, tarih birikimine sahip dünyada benzer ülke bulmak zor. Çin ve Hindistan ile birlikte, birinci yüzyıldan itibaren ekonomik, demografik ve tarihi kayıtları olan bir ülkeyiz. Bu paha biçilmez tarihi ve toplumsal zenginlik, Türkiye’yi “siyaset diplomasisi”, “güvenlik diplomasisi”, “ticaret diplomasisi”, “kamu diplomasisi”, “medeniyet diplomasisi” ve “kültür diplomasisi” alanlarının tümünde iddiası, projesi ve birikimi olan ender ülkeler arasında ilk beşe yerleştiriyor. Türkiye, 229 diplomatik misyon temsilciliğiyle, ekonomik imkanları kat ve kat güçlü olan ülkelerin tümünü geride bırakarak, dünyada beşinci sırada yer alan bir ülke.

Türk Hava Yolları’nın, dünyada tek noktadan 300’ün üzerinde uçuş noktasıyla küresel havayolu şirketleri içerisinde birinci sırada yer alması ve İstanbul Havalimanı (IGA) ile 2030’da 200 milyon yolcu sayısına koşuyor olmamız; Türkiye’nin diplomasi becerisinin lojistiği açısından hayati önem taşıyor. Dünyanın her yerinde kalıcı barışı tesis etmek ve Türkiye’nin çok sayıda gelişmekte olan ülkeye rol model başarısıyla yol göstermesi adına, önde gelen uluslararası kuruluşların tümünde kurucu ve sürükleyici rolümüzü siyaset diplomasisi becerisiyle yürütüyoruz. Türk Silahlı Kuvvetlerimiz, jandarmamız, polisimiz ve Milli İstihbarat Başkanlığımız ile dünyanın her noktasında terörle mücadeledeki kararlılığımız ve başarımızla devredemiz ve NATO’nun en vazgeçilmez üç ülkesinden birisiyiz.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve çatısı altındaki 85 bin ihracatçımız ile 223 ülke, özel ticaret bölgesi ve serbest bölgede, Türk bayrağının sallandığı etkin, rekorlara doymayan bir ticaret diplomasisi yürütüyoruz ve ABD ile 100 milyar dolar ticaret hacmi hedefi için uzun soluklu bir iş birliği sürecine soyunurken, Rusya ve Çin’den de gelen benzer talepler için Japonya ile serbest ticaret anlaşması için müzakereleri tamamlama aşamasındayız.

TİKA, AFAD, Kızılay, Maarif Vakfı ve Yunus Emre Enstitümüzle, dünyanın dört bir yanında güçlü, etkili bir medeniyet ve kamu diplomasisi yürütüyoruz.



Afrika, Asya, Orta Asya, Balkanlar ve Kafkasya’da, doğal afetlerden fakirlikle mücadeleye, eğitim, sağlık ve alt yapı yatırımlarına yönelik çok sayıda projeye, yüz binlerce insanın, milyonların yüzünü güldürüyoruz. Son dönemde, Cumhurbaşkanlığımız bünyesindeki “İletişim Başkanlığı” mızla, Türkiye’nin tüm bu küresel imkan ve kabiliyetlerini dünya ve ülkemiz kamuoyuna etkili ve pozitif yönde sonuç verici olarak anlattığımız, güçlü bir farkındalık oluşturduğumuz önemli bir başarıyı da yakaladık.

Yine, Cumhurbaşkanlığımız nezdinde, bir başka başarılı alan da son dönemde kültür diplomasisi ile kendini gösteriyor. Tüm sanat dallarının ve Türkiye’nin önde gelen sanatçılarınin kucaklandığı, projelerinin öne çıkarıldığı bu süreçte, Türkiye’nin dünya ölçeğindeki sanatçıları üzerinden iddialı kültür diplomasisi çalışmalarına imza atıyoruz. Cumhurbaşkanlığımızın yürüttüğü projelerden birisi olan, dünyaca meşhur fotoğraf sanatçımız Ara Güler Sergisi serisi, bunun en önemli örneklerinden birisi. Londra, Paris ve Kyoto’nun ardından, dördüncü durağı New York olan bu serginin Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’na denk getirilmesi ise, ayrı bir beceri. “Ara Güler Üzerine Kültürlerarası Sohbet” paneline ABD’nin tanınmış entelektüel ve kültür dünyası insanlarının katılıyor olması önemli bir başarı. Ticaret ve kültür diplomasisine yönelik tüm bu projeler, Türkiye’nin küresel algısını hiç şüphesiz bir iki sene içerisinde çok daha güçlü noktalara taşıyacak.



Dünya ticaretinde, birbiriyle kıyasıya rekabet eden binlerce şirket, firma yer alıyor. Söz konusu firmalar, birbirinden müşteri çalacak şekilde bir pazarlama satış stratejisi, sürekli fiyat kırarak pazarda kalma mücadelesi ortaya koyduklarında, okyanusta köpek balıklarının sürekli birbirlerine saldırmalarından dolayı, okyanusun “kırmızı”ya dönüşmesine benzer bir ortam oluşuyor.



AV. H. OZAN ÖGÜT
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

TACİR YARDIMCILARI KİMLERDİR?

Tacir yardımcılarının farklı hukuki statüleri ve tanımları bulunmaktadır. Bu sebeple, verilen görevler karşısında tacir yardımcılarına atfedilen sıfatlar değişeceğinden, beklenen sonuca uygun bir görevlendirme ile tacir yardımcısı ile olan hukuki ilişkinin kurulması ve buna uygun sözleşmelerin yapılması büyük önem taşımaktadır.

Modern ekonomide, gelişen rekabetçi pazar ve yoğun alım satım ilişkileri, artık bir tacirin, bütün işleri tek başına yürütmesine imkân bırakmamaktadır. Bu sebeptir ki, bir işletmeyi tek başına idare eden kişiler -hukuken “tacir” dahi olsalar- günlük yaşamda “esnaf” olarak adlandırılmaktadır.

Tüm işleri kendisi yapamayacak olan tacir, ticari işletmesiyle ilgili faaliyetleri yürütürken, başka kişilerin (tacir yardımcıları) emek ve mesailerinden de yararlanır. Bu kişilere ise “tacir yardımcısı” denilmektedir.

Tacir yardımcılarının hukuki statülerinin belirlenmesi ve kimlerin tacir yardımcısı olup olmadığının tespiti, verilecek haklar ile beklenen yükümlülüklerin karşılanması noktasında büyük önem arz etmektedir.

Bu yazımızda tacir yardımcıları hususunda değerli okurlarımızın kısaca bilgilendirmeye çalışacağız.

TACİR YARDIMCISININ ÇEŞİTLERİ

Tacir yardımcıları bağımlı ve bağımsız olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tacirin verdiği talimat çerçevesinde ve onun gözetimi altında çalışan tacir yardımcıları “bağımlı”; kendi adlarına işlettikleri ayrı bir işletmesi olan veya tacire organik olarak bağlı olmayanlar ise “bağımsız tacir yardımcıları” olarak adlandırılmaktadır.

Bağımlı tacir yardımcıları, ticari temsilci (ticari mümessil), ticari vekil ve pazarlamacıdır. Bağımsız tacir yardımcıları ise, simsar (tallal), acente ve komisyoncudur.

Ticari temsilci, işletme sahibinin, ticari işletmeyi yönetmek ve ticari temsil yetkisi ile kendisini temsil ettirmek üzere açıkça

veya örtülü olarak yetki verdiği kişidir. Ticari temsilci, sadece ticari işletmeye atanır ve işletme sahibi, ticari temsilciyi bizzat atar. Ayrıca bir yetkilendirmeye gerek duymadan kambiyo senetleri imzalayabilir, borç alıp verebilir, bir başka kişinin borcu için tacir adına kefalet verebilir, personel alıp çıkarabilir, ticari davada işletme sahibini temsil edebilir, ticari vekil atayabilir ve taşınmaz satın alabilir. Buna karşılık özel yetki verilmedikçe işletmeyi devredemez, bir bütün olarak rehnedemez, taşınmaz devredemez ve bunlar üzerinde üçüncü kişiler lehine aynı haklar tesis edemez, tacirin iflasını isteyemez, kendi yerine geçecek başka bir kişiyi ticari temsilci olarak atayamaz. Ayrıca önemle belirtmek gerekirse, tacirin iflası, ticari işletmenin devri ve tasfiyesi ticari temsilcinin yetkisini sona erdirir.

Ticari vekil, tacirin kendisine ticari temsilcilik yetkisini vermeksizin, işletmenin olağan işlerini yürütmek için yetkilendirdiği kişidir. Kendisine özel yetki verilmemişse, ticari vekil ödünç veremez, kambiyo senedi imzalayamaz ve davada taciri temsil edemez.

Pazarlamacı, ticari işletme sahibi tarafından atanır ve işveren adına işletmenin dışında her türlü işlemin yapılmasına aracılık etmeyi, ücret ödenmesi karşılığında üstlenen kişidir. Pazarlamacı ile ticari işletme sahibi arasındaki ilişki, hizmet sözleşmesidir ve pazarlamacı faaliyetini sürekli olarak sürdürmelidir. Pazarlamacı, müşterilerin yükümlülüklerini ifa etmemesinden dolayı sorumlu değildir. Aksine, sözleşmeye konulacak koşul geçersizdir.

Simsar, bağımsız tacir yardımcısıdır. Tacirle arasındaki ilişki geçicidir. Taraflar

arasında bir sözleşme kurulması imkanını hazırlayan veya kurulmasına aracılık etmeyi üstlenen ve bu sözleşmenin kurulması halinde ücrete hak kazanan kişidir. Sımsarın ücret talep edebilmesi için aracılık faaliyeti sonunda geçerli bir sözleşmenin kurulması gerekmektedir. Ayrıyeten, tarafların menfaatini korumakla yükümlüdür; eğer buna aykırı hareket ederse, ücret talep hakkını yitirir. Sımsarlık sözleşmesinden doğan alacaklar, beş yıllık zaman aşımına uğrar.

Acente, bir sözleşmeye dayanarak, belli bir yer veya bölge içinde sürekli şekilde ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi veya bunları o tacir adına yapmayı meslek edinen kimsedir. Hem gerçek hem tüzel kişiler acente olabilmektedir; lakin seyahat acenteleri sadece tüzel kişiler olabilir. Acente, aracı acente ve sözleşme yapmaya yetkili acente olmak üzere ikiye ayrılır. Aracı acente tacirin ürettiği veya pazarladığı ürünün ya da sunduğu hizmetin ulaştırılacağı müşterileri bulur ve bunları tacire yönlendirir. Tacirle müşterisi arasındaki ilişki doğrudan doğruya bu ikisi arasında kurulur ve bunlar tarafından yürütülür. Sözleşme yapmaya yetkili acente ise, taciri temsilen, tacir adına ve onun hesabına müşteri ile sözleşmeyi yapar ve gerekirse ifa aşamasında da taciri temsil eder. Daha evvel yukarıda da belirttiğimiz üzere, acente bağımsızdır; dolayısıyla kendi işletmecilik anlayışına göre işini kendisi sevk ve idare eder. Sımsarın aksine acente, sözleşme akdetmese bile müşterinin kazanılmasında etkin rol oynamış ise ücrete hak kazanır.

Belirli süreli acentelik sözleşmesinde, yazılı sürenin sona ermesi ile sözleşme ilişkisi yani acentelik ortadan kalkar. Belirsiz süreli acentelik sözleşmesinde, taraflardan her biri, üç ay önceden feshi, ihbarda bulunarak sözleşmeyi sona erdirebilir. Haklı bir sebebin ortaya çıkması halinde ise, taraflardan her biri hem belirli hem de belirsiz süreli acentelik sözleşmesini, herhangi bir ihbarda bulunmaksızın sona erdirebilir. Haklı sebebin kusura dayanması şart değildir, fakat kusur varsa tazminat talep hakkı doğar.

Tacir ile acente arasında rekabet yasağı sözleşmesi iki yıl süre ile yazılı şekilde yapılabilir. Bu durumda tacir, acenteye uygun bir tazminat ödemelidir. Ayrıca, acente temsil ettiği tacirin müşteri çevresini genişlettiği ve bu hususta etkin rol aldığından ötürü, hakkaniyete uygun bir ödeme talebinde bulunabilir. Bu, bir nevi

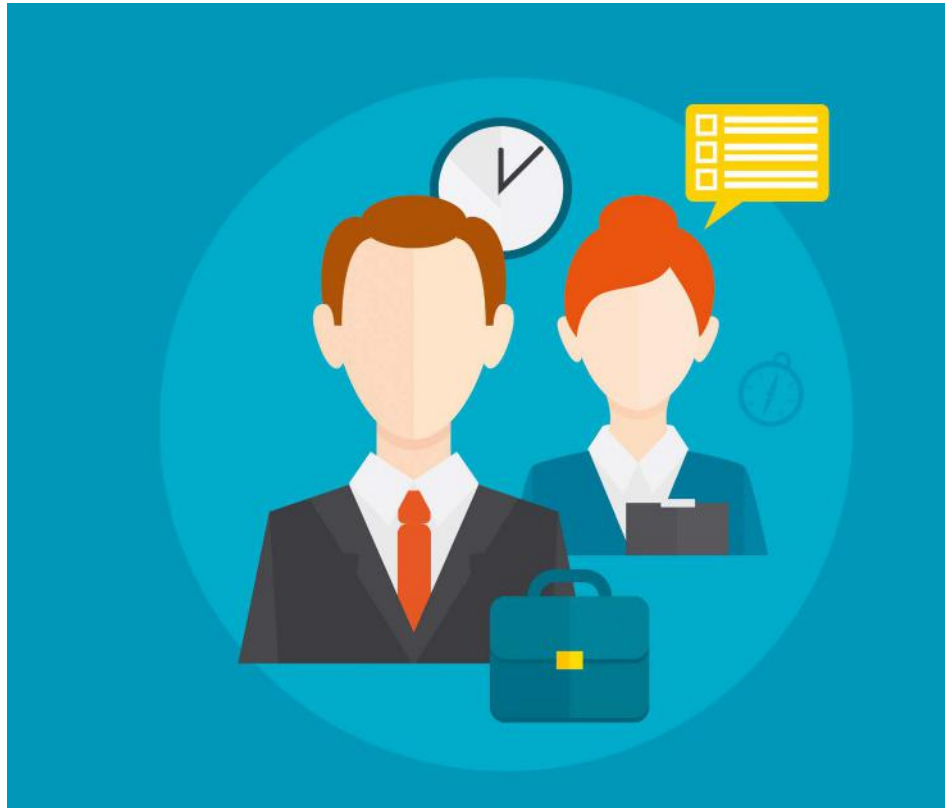
müşteri tazminatıdır ve bir defaya mahsus olarak istenir. Bu ödemeye “denkleştirme talebi” denmektedir. Denkleştirme talebinin sözleşme ilişkisinin bitiminden itibaren bir yıl içinde talep edilmesi gerekir. Acentelik sözleşmesinden doğan diğer talepler ise, beş yıllık zaman aşımına tabidir.

Son olarak komisyoncu ise, ücret karşılığında kendi namına ve tacir hesabına (dolaylı temsil) kıymetli evrak ve menkul eşya alım satımına aracılık etmeyi üstlenen kimsedir. Örneğin, meyve sebze hallerinde komisyonculuk yapan kimseler, üreticiden teslim aldıkları meyve sebzeleri, kendi adlarına ve üreticiler hesabına manavlara satarlar. Ürünle ilgili bir sorun çıktığında manav, üretici ile muhatap olmaz, doğrudan komisyoncu ile muhatap olur. Komisyoncu, belirlenen asgari fiyattan daha yüksek fiyatla satış yaparsa, aradaki bu fark kendisine değil, müvekkil tacire ait olur.

Görüldüğü üzere, tacir yardımcılarının farklı hukuki statüleri ve tanımları bulunmaktadır. Bu sebeple, verilen görevler karşısında tacir yardımcılara atfedilen sıfatlar değişeceğinden, beklenen sonuca uygun bir görevlendirme ile tacir yardımcısı ile olan hukuki ilişkinin kurulması ve buna uygun sözleşmelerin yapılması büyük önem taşımaktadır.



Tacir yardımcıları bağımlı ve bağımsız olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tacirin verdiği talimat çerçevesinde ve onun gözetimi altında çalışan tacir yardımcıları “bağımlı”; kendi adlarına işlettikleri ayrı bir işletmesi olan veya tacire organik olarak bağlı olmayanlar ise “bağımsız tacir yardımcıları” olarak adlandırılmaktadır.





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

İŞ HAYATINDA YENİ BİR KAVRAM “VERBİS” NEDİR?

Veri sorumlusu; Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’na göre, kişisel verilerin işleme amaçlarını ve vasıtalarını belirleyen, veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetilmesinden sorumlu olan gerçek veya tüzel kişidir.

Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sistemi (VERBİS); kişisel verileri işleyen gerçek ve tüzel kişilerin, kişisel veri işleme başlamadan önce kaydolmaları gereken ve işlemekte oldukları kişisel verilerle ilgili kategorik bazda bilgi girişi yapacakları bir kayıt sistemidir.

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nun 16’ncı maddesine göre, kişisel veri işleyen gerçek ve tüzel kişi veri sorumlularının, kişisel veri işleme başlamadan önce “Veri Sorumluları Sicili”ne kaydolması gerekmektedir.

Daha anlaşılır bir dille anlatmak gerekirse, gerçek veya tüzel kişiler örneğin şirketler; çalışanlarının, müşterilerinin veya başkalarının kişisel bilgilerini (yaş, parmak izi, kan grubu, mali bilgiler, hesap numarası, iletişim bilgisi, telefon numarası, dini inanç, siyasi görüş vb.) çeşitli nedenlerle almaktadırlar. Bu bilgilerin alınması, bilgilerin istismar edilme riskini de beraberinde getirmektedir. Bu verilerin yetkisiz kişiler tarafından elde edilmesi, kullanılması ve ifşa edilmesi, temel hakların ihlali olarak kabul edilmektedir. Artık bu bilgileri işleyen gerçek veya tüzel kişiler, bu bilgileri aldıklarını, bilgisi alınan kişiye bildirecekler ve onayını alacaklar

bunun yanı sıra bu bilgileri de çerçevesi kanunla çizilen şekilde korumakla yükümlü olacaklar.

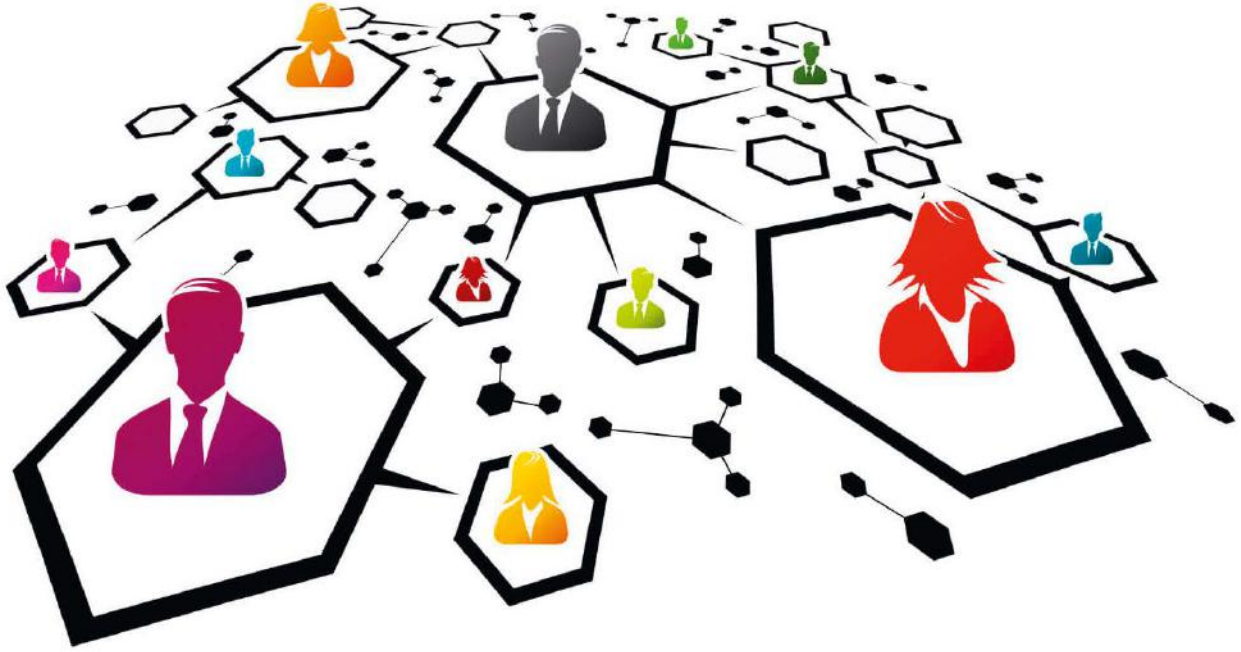
Veri sorumlusu; Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’na göre, kişisel verilerin işleme amaçlarını ve vasıtalarını belirleyen, veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetilmesinden sorumlu olan gerçek veya tüzel kişidir.

VERBİS’E KİMLER HANGİ TARİHE KADAR KAYIT OLMAK ZORUNDADIR?
Mevcut gerçek ve tüzel kişiler ile kamu kurumları için;

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nun geçici 1’inci maddesinin 2’nci fıkrasında, Veri Sorumluları Sicili’ne kayıt yükümlülüğünün başlama tarihleri ile ilgili karar alma ve bunu ilan etme görev ve yetkisi Kişisel Verileri Koruma Kurulu’na verilmiştir.

Kişisel Verileri Koruma Kurumu’nun (KVKK) internet sitesinde, 05 Eylül 2019 günü yayınlanan duyuruya göre, Kişisel Verileri Koruma Kurulu’nun 03 Eylül 2019 tarihli ve 2019/265 sayılı kararı ile yıllık çalışan sayısı ve yıllık mali bilanço toplamına göre, kurumların sisteme kaydolmaları için belirlenen tarih aralıkları aşağıdaki gibidir.

Veri Sorumlusu	Kayıt Başlangıç	Süre	Son Tarih
Yıllık çalışan sayısı 50’den çok veya yıllık toplam bilanço toplamı 25 milyon TL’den fazla olanlar	1.10.2018	15 ay	31.12.2019
Yurt dışında yerleşik olanlar	1.10.2018	15 ay	31.12.2019
Çalışan sayısı 50’den az ve yıllık bilançosu 25 milyon TL’nin altında olup, ana faaliyet konusu özel nitelikli kişisel veri işleme olanlar	1.01.2019	15 ay	31.03.2020
Kamu kurum ve kuruluşları	1.04.2019	15 ay	30.06.2020



Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere 50'den fazla çalışanı veya 25 milyondan fazla bilanço toplamı olan şirketlerin 31 Aralık 2019 tarihine kadar VERBİS sistemine kayıtlarını yaptırmaları gerekmektedir.

VERİ İŞLEMENE BAŞLAMADAN ÖNCE VERBİS'E ASGARİ OLARAK HANGİ VERİLER VERİLEREK KAYIT OLUNMALI?

- Kanunun 16. maddesine ve kurum tarafından çıkartılan Veri Sorumluları Sicili Hakkında Yönetmeliği'ne göre, kişisel verileri işleyen gerçek ve tüzel kişiler, veri işlemeye başlamadan önce VERBİS'e asgari olarak aşağıdaki bilgileri girerek kaydolmak zorundadır.
- Veri sorumlusu ve varsa temsilcisinin kimlik ve adres bilgileri
- Kişisel verilerin hangi amaçla işleneceği
- Veri konusu kişi grubu ve grupları ile bu kişilere ait veri kategorileri hakkındaki açıklamalar
- Kişisel verilerin aktarılabilceği alıcı veya alıcı grupları
- Yabancı ülkelere aktarımı öngörülen kişisel veriler
- Kişisel veri güvenliğine ilişkin alınan tedbirler
- Kişisel verilerin işlendikleri amaç için gerekli olan azami süre

VERBİS'E KAYIT OLMAMANIN USUL VE ESASLARA UYMAMANIN CEZASI NEDİR?

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 18'inci maddesinin (ç) bendinde, Veri Sorumluları Sicili'ne kayıt ve bildirim yükümlülüğü kapsamında olmasına rağmen, bu yükümlülüğünü yerine getirmeyen veri sorumluları hakkında Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nca 20 bin TL ile 1 milyon TL arasında idari para cezası uygulanacağı hükmüne yer verilmiştir.

Bu kapsamda, ileride oluşabilecek mağduriyetlerin önlenilmesi, kanun ve yönetmelik hükümleri ile belirlenen idari para cezaları ile karşı karşıya kalınmaması açısından kapsama giren tüm şirketlerin ilgili kanun ve yönetmelik hükümlerini incelemeleri ve kanun ve yönetmelik hükümleri doğrultusunda sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekmektedir.

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 18'inci maddesinin (ç) bendinde, Veri Sorumluları Sicili'ne kayıt ve bildirim yükümlülüğü kapsamında olmasına rağmen, bu yükümlülüğünü yerine getirmeyen veri sorumluları hakkında Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nca 20 bin TL ile 1 milyon TL arasında idari para cezası uygulanacağı hükmüne yer verilmiştir.



HAZIRGIYİM İHRACATI

Ocak-Eylül döneminde AB (28) ülkelerine yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre % 2,6 geriledi.

Eylül'de hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı % 3,2 artarak 1,5 milyar dolar değerine ulaştı.

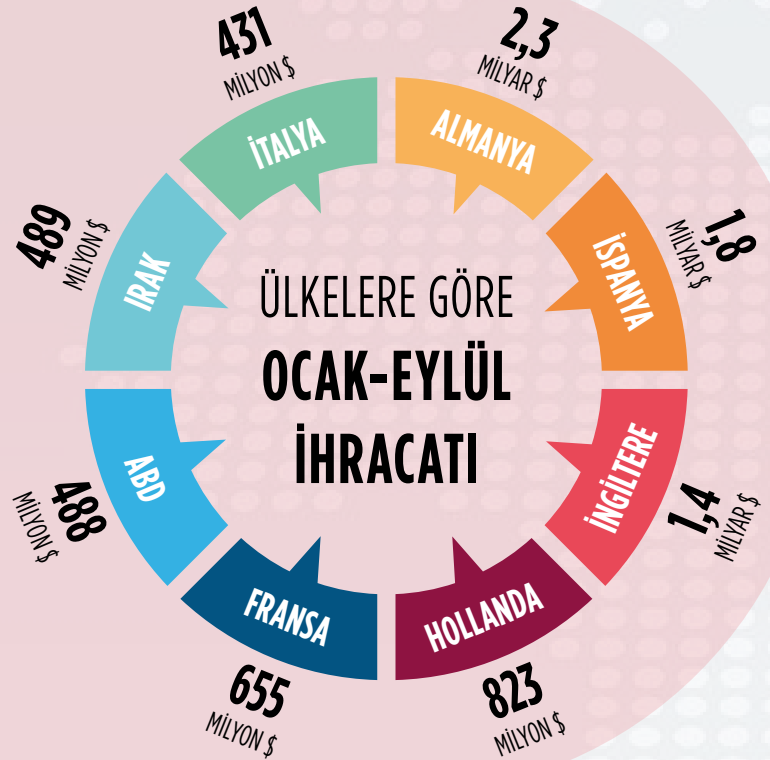
Ocak-Eylül döneminde en fazla hazır giyim ihracatı yapılan ilk üç ülke Almanya, İspanya ve İngiltere oldu.

OCAK-EYLÜL DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,4 ARTIŞLA
13,3 MİLYAR DOLARA
ULAŞTI.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE MACARİSTAN % 65

Ocaak-Eylül döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke % 65 ile Macaristan olurken, Slovakya'ya ihracat % 60,2, Beyaz Rusya'ya ise % 59,4 arttı.



TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HAZIRGIYİMİN PAYI

% 10

OCAK-EYLÜL 2019

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EYLÜL AYI İHRACATI

ÖRME GİYİM VE
AKSESUARLARI

6,7

MİLYAR \$

DOKUMA GİYİM
VE AKSESUARLARI

4,9

MİLYAR \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR
VE EV TEKSTİLİ

1,5

MİLYAR \$

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

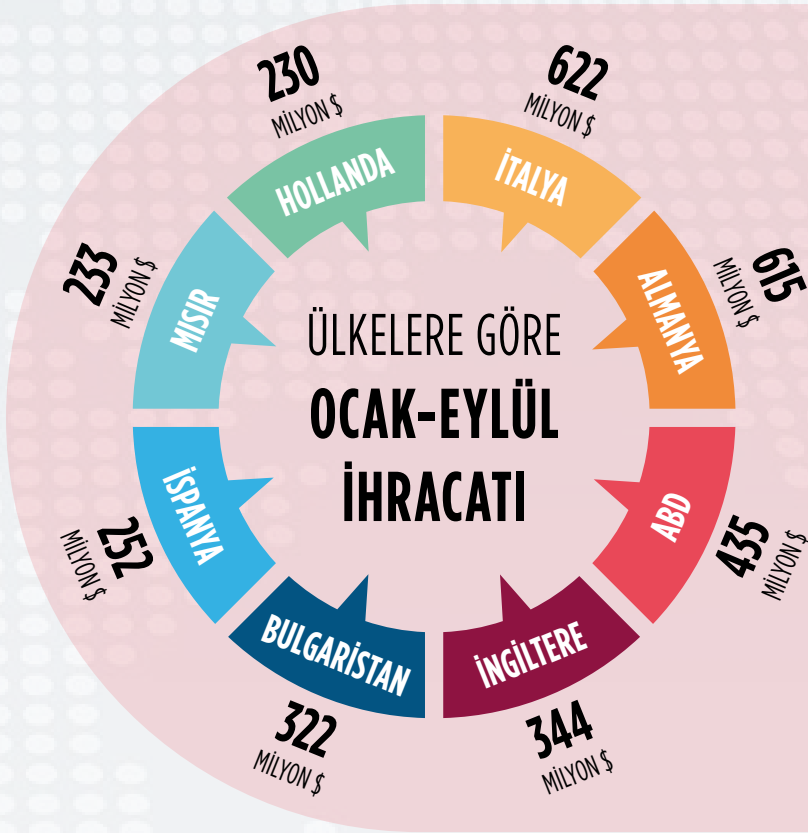
OCAK-EYLÜL DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 5,5 DÜŞÜŞLE
7,4 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

Ocak-Eylül döneminde Eski Doğu Bloku ülkelerine yapılan ihracat %4,5 oranında artarak 756 milyon dolar değerinde gerçekleşti.

Ocak-Eylül döneminde ihracat yapılan ilk 10 ülke arasında İngiltere, Mısır ve Rusya'ya ihracat artışı dikkat çekti.

Eylül ayında ürün gruplarından ev tekstili ihracatı %1,2, örme kumaş ihracatı %0,4 arttı.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-EYLÜL İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE KIRGIZİSTAN % 179

Ocak-Eylül döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve hammaddeleri ihracatının en fazla arttığı ülke % 179 ile Kırgızistan olurken, Rusya'ya ihracat % 35, Suriye'ye ise % 18 arttı.

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EYLÜL AYI İHRACATI

DOKUMA
KUMAŞLAR

1,74
MİLYAR \$

İPLİK

1,36
MİLYAR \$

EV
TEKSTİLİ

1,35
MİLYAR \$

TEKNİK
TEKSTİL

1,3
MİLYAR \$

TEKSTİL VE
HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNÜN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 5,6

OCAK-EYLÜL 2019

DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Ocak-Eylül döneminde AB (28) ülkelerine ihracat % 4,1 artarak 533,6 milyon dolar oldu.

Ocak-Eylül döneminde ayakkabı (%6,4) ve saraciye (%8,4) ihracatını artıran alt ürün gruplar oldu.

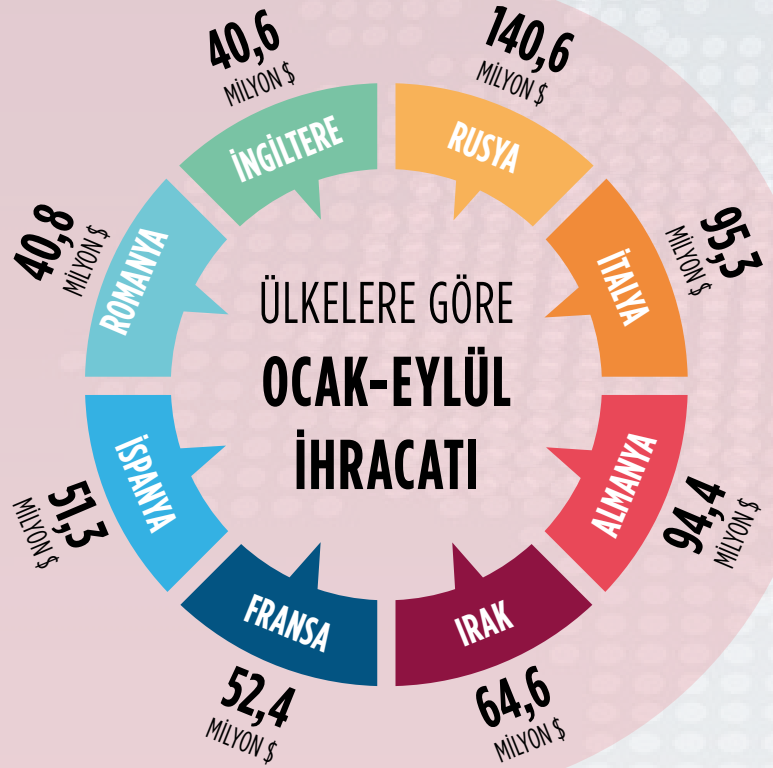
Ocak-Eylül döneminde ilk 10 ülkeye yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre % 3,7 geriledi.

OCAK-EYLÜL DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,2 DÜŞÜŞLE
1,3 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE NİJERYA % 85

Ocak-Eylül döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke % 85 ile Nijerya olurken, Ukrayna'ya ihracat % 49,6, İran'a ise % 48,9 arttı.



ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 1

OCAK-EYLÜL 2019

AYAKKABI
747,4
MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ
DERİ VE KÜRK
194
MİLYON \$

SARACİYE
171
MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN
GIYİM EŞYALARI
166
MİLYON \$

OCAK-EYLÜL DÖNEMİNDE İHRACAT

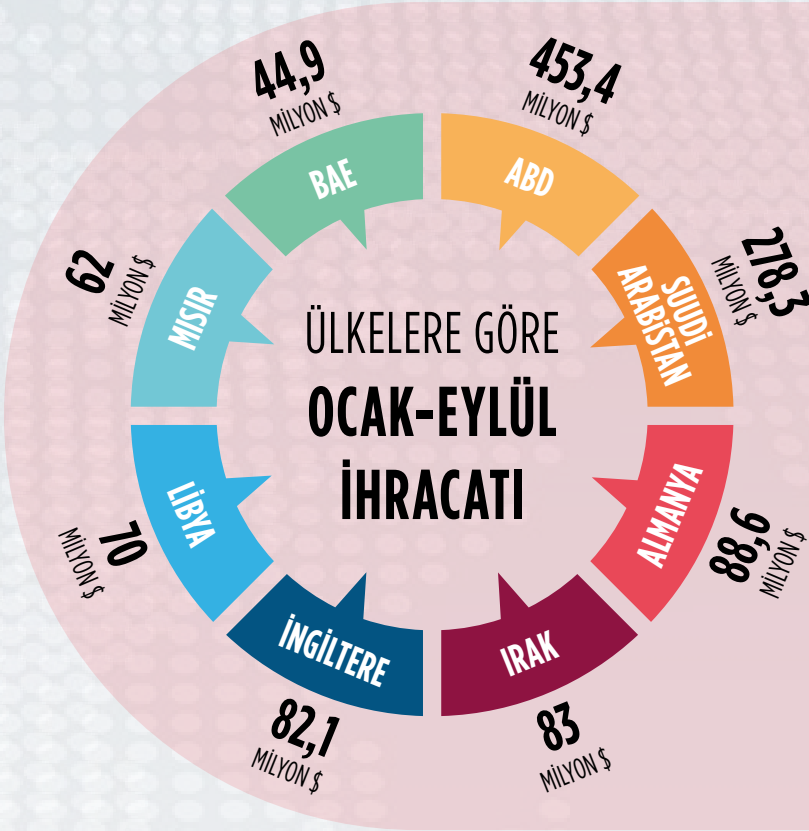
YÜZDE 10,4 ARTIŞLA
1,80 MİLYAR DOLAR
DEĞERİNE ULAŞTI.

HALI İHRACATI

Ocak-Eylül döneminde %5,2 artışla Türkiye'nin en büyük halı ihracat pazarı %30,4'lük payıyla Orta Doğu ülkeleri oldu.

Ocak-Eylül döneminde ABD'ye gerçekleştirilen halı ihracatı, %11 artarak, 453,4 milyon dolara ulaştı.

Ocak-Eylül döneminde el halısı ihracatı %0,6, makine halısı ihracatı %10,1, tuftel halı ihracatı ise %13,6 oranında arttı.

İHRACATIMIZIN
EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

LİBYA
% 109,1

Ocak Eylül döneminde en fazla halı ihracatının yapıldığı ilk 10 ülke arasında ABD'ye ihracat 11 artarken, Suudi Arabistan'a ihracat % 39,1, Almanya'ya ise % 26,1'lik artış dikkat çekti.

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EYLÜL DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE
HALILARI
1,52
MİLYAR \$

TÜFTE
HALILARI
244,9
MİLYON \$

EL
HALISI
38
MİLYON \$

TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HALININ PAYI
% 1,4

OCAK-EYLÜL 2019



İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (İTKİB)

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

TİCARET BAKANLIĞI

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



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

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



İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

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

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)

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

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

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

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

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

Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (BAİB)

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

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB)

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

İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

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

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

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

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB)

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

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

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

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

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

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

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

İLGİLİ KURUMLAR

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

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

Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

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

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

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

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

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

Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD)

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

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

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

Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

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

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

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

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

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

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

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

Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)

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

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

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

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

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

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

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

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

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

İHKİB Eğitim Vakfı

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

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

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

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

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

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

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

Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

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

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

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

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

Tescilli Markalar Derneği (TMD)

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

Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

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