



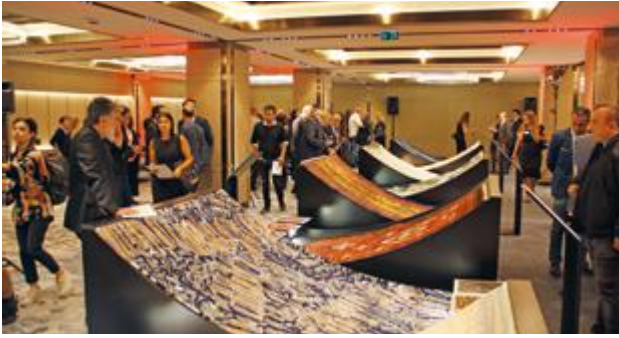
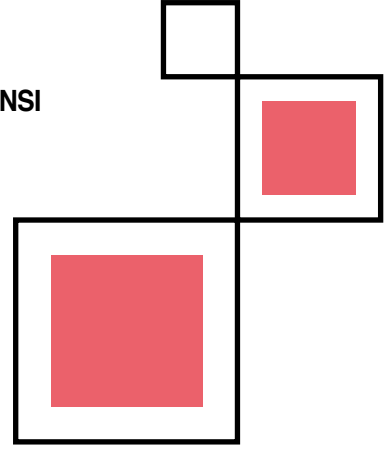
İSTANBUL HALI HAFTASI Tasarımı Dünden Geleceğe Taşıyor



TÜRKİYE'NİN EN
PRESTİJLİ MODA
ETKİNLİĞİ
MERCEDES-BENZ
FASHION WEEK
İSTANBUL

İÇİNDEKİLER

- 12** | İTKİB'DEN
EURATEX KONGRESİ VE İSTANBUL MODA KONFERANSI
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE MERCEK TUTTU
- 20** | İNGİLTERE PAZARINA DAİR
FIRSATLAR PAYLAŞILDI
- 22** | TEKSTİLDE YENİLİKÇİ VE KATMA
DEĞERLİ FİKİRLER SEKTÖRLE BULUŞTU
- 24** | SEKTÖR ZİRVESİ'NDE TEKSTİL VE
MODANIN BUGÜNÜ VE YARINI ANLATILDI
- 30** | İTHİB, BASIN MENSUPLARINA
TEKNİK TEKSTİLİN ÖNEMİNİ ANLATTI
- 34** | İDMİB GÜNEYDOĞU'NUN POTANSİYELİNİ
ARTIRMA HEDEFİNDE



- 40** | KAPAK KONUSU
İSTANBUL HALI HAFTASI
TASARIMI DÜNDEN GELECEĞE TAŞIYOR

- 54** | ETKİNLİK
NEW GEN DEFİLESİ, MBFW'YA
ENERJİ VE DİNAMİZM KATTI

- 78** | VİZYON BELGESİ
HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ÖNCELİKLERİ
MALATYA ÇALIŞTAYINDA BELİRLENDİ

- 86** | EĞİTİM
MESLEKİ VE TEKNİK EĞİTİM
İLE SEKTÖRÜN GELİŞİMİNE HIZ
VERİLECEK



- 50** | ETKİNLİK
"TÜRKİYE'NİN EN PRESTİJLİ
MODA ETKİNLİĞİ
MERCEDES-BENZ FASHION WEEK
İSTANBUL



- 74** | GÜNDEM
AB'YE "DEĞERLİ HAZIR GİYİM"
İHRACATI ARTTI



58

FARK YARATANLAR
“DERİYİ, MODAYA SOKMAK İÇİN DERİMOD’U KURDUM”

70

ANADOLU’DA YATIRIM
“UZAK DOĞU İLE
REKABET,
ANADOLU’DAN
GEÇİYOR”

76

BRÜKSEL MEKTUBU
“İKİLİ ANLAŞMALAR
VE YAPTIRIMLAR,
TİCARET ROTASINI
DEĞİŞTİREBİLİR”

62

FUARLAR

CHILD & JUNIOR MOSCOW
MOSKOVA’NIN ÇOCUK GİYİMİ
PAZARINDAKİ TEKELİ

66

LINEAPELLE FUARI’NA
TÜRK FİRMALARI DAMGA VURDU

68

AYMOD FUARI’NDA
YABANCI SAYISI YÜZDE 32 ARTTI

80

UR-GE

GÖMLEK İHRACATÇILARI RUSYA’DA
PAZAR PAYINI ARTIRIYOR

81

İÇ GİYİM KÜMESİ İTALYA’NIN
DEVLERİ İLE İŞ BİRLİĞİ FIRSATLARINI
DEĞERLENDİRDİ

82

İHKİB’DEN GÖMLEK VE İÇ GİYİM
SEKTÖRLERİNE YOL REHBERİ

88

EKONOMİ

2022 YILINA DOĞRU ENSEYİ
KARARTMADAN ÇALIŞMAYA DEVAM

84

TASARIM

NEW YORK MODA
HAFTASI’NDA
80’LER ESİNTİSİ



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
Aydn ERTEN
Mithat SAMSAMA

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



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ, Yılmaz MERMER

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



BİRLİKLER ŞANLIURFA'YA GİDEREK, MEHMETÇİĞE DESTEK VERDİ

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Ahmet Şişman, Fatih Bilici, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Zekeriya Tanrıverdi, diğer birliklerin başkanları ve yönetim kurulu üyeleri, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonunda, 16 Ekim tarihinde Şanlıurfa'ya ve hareketin başladığı bölgeye sınırı olan Akçakale'ye gitti.

Barış Pınarı Harekatı'nı yürüten Türk Silahlı Kuvvetleri'nin terörle mücadelesine destek olmak ve Mehmetçik'e moral vermek amacıyla bölgeye giden ekip, "Mehmetçik'in yanındayız" mesajı verdi.

Şanlıurfa Valilik Binası önünde açıklama yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, "Ülkemize yönelmiş olan terör tehdidini ortadan kaldırmak ve Suriyeli dostlarımızın tekrar evlerine dönebilmeleri için gereken huzur ve istikrarı sağlamak için yapılan Barış Pınarı Harekatı'nı tüm gücümüzle destekliyoruz" dedi.

Ziyaretle alakalı görüşlerini açıklayan Başkan Mustafa Gültepe, "Türkiye, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kabiliyetleri ve olanakları sayesinde, bölgemizde her zaman barışın ve istikrarın teminatı oldu" derken; Ahmet Öksüz, Türkiye'nin yürüttüğü mücadelenin haklılığını anlatmak adına iş dünyasına çok fazla iş düştüğünü söyledi. Mustafa Şenocak ise, "Vatanımıza yönelik gerçekleşen tehditlere yönelik milletçe birleşmek, yanlış olana ses vermek her vatandaşın görevidir" şeklinde konuştu.

İHRACATÇI KREDİ PAKETİ YENİLENDİ

TİM ve ING Türkiye iş birliği ile ihracatçılara sunulan kredi paketinin koşulları yenilendi. Protokol kapsamında ING Türkiye'nin TİM üyelerine sunduğu Euro bazlı bir yıl vadeli kredilerde sabit faiz %2.50'ye, rotatif kredilerde ise faiz yüzde 1,85'e indi.



ING Türkiye'nin Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile imzaladığı kredi protokolünün şartları yenilenecek, daha avantajlı hale getirildi. Yeni paket, TİM Başkanı İsmail Gülle ve ING Türkiye Genel Müdürü Pınar Abay'ın ev sahipliğinde, 12 Ekim Cumartesi günü düzenlenen basın toplantısıyla açıklandı.

Açıklanan yeni düzenleme ile ING Türkiye'nin TİM üyelerine sunduğu Euro bazlı 1 yıl vadeli kredilerde faiz yüzde 2,50'ye, Euro bazlı ihracat rotatif kredilerinde ise faiz yüzde 1,85'e indirildi. Paket kapsamında sunulan sabit faizli ve rekabetçi nakit ihracat kredilerinde, ihracatçılardan hiçbir komisyon ve masraf alınmazken, protokolle TİM üyelerine fuar katılımlarında kredi kartı ile taksitli işlem yapma ve birçok dijital

hizmetten ücretsiz faydalanma imkanı da sunuluyor.

Yenilenen kredi paketine göre; eşit taksitli kredi ile 12 ayda sabit Euro kredi faiz oranı yüzde 2.50'ye, 24 ayda yüzde 2.75'e, 36 ayda yüzde 2.95'e indi. İhracatçılar krediyi aylık ödemeli, 3 ayda bir ödemeli veya 6 ayda bir ödemeli olarak kullanabilecek. Buna ek olarak, Euro bazlı rotatif ihracat kredisinde de faiz yüzde 1,85'e indi. Tüm bu ihracat kredilerinde, faiz dışında hiçbir ek komisyon ve masraf alınmazken, benzer şekilde dijital bankacılıkta EFT ve havale işlemlerinden de masraf alınmıyor. Paket kapsamında; ihracatçılara, fuar katılım bedellerini ING kredi kartlarıyla ING POS'larında 12 taksitte avantajlı ödeme olanağı da sunuluyor.



BREXIT SONRASINDA TÜRKİYE BİRLEŞİK KRALLIK İLİŞKİLERİ HANGİ YÖNE EVRİLECEK?

TİM ev sahipliğinde gerçekleştirilen “Brexit Kapsamında Türkiye-Birleşik Krallık İlişkileri Konferansı”nda, İngiltere’nin Avrupa Birliği’nden ayrılması durumunda, Türkiye ile olan ikili ilişkilerin hangi yöne kayacağı, ne gibi avantaj ve dezavantajlar oluşacağı masaya yatırıldı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen “Brexit Kapsamında Türkiye-Birleşik Krallık İlişkileri Konferansı”,

18 Ekim Cuma günü Dış Ticaret Kompleksi Ömer Halisdemir Konferans Salonu’nda, birlik yöneticilerinin ve çok sayıda firmanın katılımı ile gerçekleşti.

TİM Genel Sekreteri Prof. Dr. Kerem Alkin ve Ticaret Bakanlığı Uluslararası Anlaşmalar ve AB Genel Müdürlüğü Genel Müdür Yardımcısı Atilla Bastırmacı’nın açılış konuşmalarını yaptığı konferansta, Ticaret Bakanlığı’ndan önde gelen isimler ve uzmanlar sunumlar gerçekleştirdiler. Program, soru-cevap kısmıyla son buldu.

Konferansta genel olarak, Brexit kapsamında ikili ticaretimizde oluşabilecek riskler ve fırsatlar ile alakalı bilgiler aktarıldı.

2018 yılı itibarıyla, 18,6 milyar dolar olarak gerçekleşen ikili ticaret hacmi çerçevesinde Birleşik Krallık’ın, Türkiye’nin en büyük ihracat pazarı konumunda olduğu aktarılan konferansta, anlaşmasız bir Brexit

senaryosunda, Türkiye’nin ülkeye yaptığı ihracatın önemli ölçüde küçülebileceğine dikkat çekildi ve bir Serbest Ticaret Anlaşması’nın elzem olduğu dile getirildi.

Diğer yandan Türkiye için özellikle uzun vadede, Brexit’in birçok alanda ekonomik fırsatlar da yaratacağı söylendi. Konferansta, Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden ithal ettiği pek çok ürünün stok miktarını dengelemek için Türkiye gibi yakın bir coğrafya ile yeni ekonomik ilişkiler başlatılabileceğinin altı çizildi.

Ülkelerin birçoğunun ticaret hacminin daraldığı global ekonomik piyasada, Türkiye ve Birleşik Krallık’ın partner olarak yoluna devam etmelerinin her iki ülkenin menfaatleri açısından son derece önemli olduğu dile getirildi. Türkiye’de 3 bine yakın İngiliz sermayeli şirketin faaliyet gösterdiğini belirttiği konferansta, İngiltere’nin ülkemizdeki önde gelen yatırım ülkeleri arasında ilk üçte yer aldığı, bu sebeple de Brexit sürecinin iki ülke ilişkileri açısından son derece önemli olduğu dile getirildi.



EURATEX KONGRESİ VE İSTANBUL MODA KONFERANSI SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE MERCEK TUTTU

Eş zamanlı düzenlenen EURATEX Kongresi ve İstanbul Moda Konferansı'nda küresel moda endüstrisinin geleceği, sürdürülebilir ekonomi ile yeni trendler mercek altına alındı. Bu yıl "Better Together" teması ile düzenlenen etkinlik, yurt içinden ve yurt dışından onlarca ismi bir araya getirdi.

Türk hazır giyim ve tekstil endüstrisi, küresel ölçekteki iki etkinliği tek çatı altında İstanbul'da buluşturdu.

Avrupa Giyim ve Tekstil Konfederasyonu (EURATEX) İstanbul Kongresi ile 12. İstanbul Moda Konferansı, eş zamanlı olarak İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), Türkiye Tekstil İşverenleri Sendikası'nın (TTSİS) ev sahipliğinde, 1-2 Ekim tarihlerinde Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirildi.

1 Ekim 2019 tarihinde, etkinlik kapsamında EURATEX Genel Müdürler ve Yönetim Kurulu toplantısı yapıldı. Toplantıda EURATEX 2020 çalışma planı görüşüldü. Toplantıda İHKİB'i EURATEX

Başkan Yardımcısı Ruşen Çetin ve İsmail Kolunsağ temsil ederken; İTHİB'i Ahmet Şişman, TTSİS'i ise Harun Tavaşi temsil etti. Toplantıda İTKİB Brüksel temsilcisi Haluk Özelçi de hazır bulundu.

Bu yıl "Better Together" teması ile düzenlenen etkinlik, açılış programını 1 Ekim tarihinde gerçekleştirilen "Gala Yemeği" ile yaptı. Program katılımcılarının yanı sıra tekstil ve hazır giyim sektöründen çok sayıda ismin katıldığı yemekte, sektörün birlikte hareket etmesi halinde çok daha güçlü olacağına vurgu yapıldı.

2 Ekim tarihinde İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, TTSİS Başkanı Ahmet H. Topbaş, TGSD Başkanı Hadi Karasu ve EURATEX Yönetim Kurulu Başkanı Alberto Paccanelli'nin konuşmaları



İHKİB BAŞKANI
MUSTAFA GÜLTEPE

“Katma değerli, markalı üretim ile orta vadede dünyanın üçüncü büyük tedarikçisi olmayı hedefliyoruz.”

ile başlayan organizasyon; “Ticaret ve Sanayi”, “Ekonomi”, “Küresel Tedarik ve Marka”, “İşbirliği”, “Döngüsel Ekonomi”, “3D Teknoloji” ve “Dijital Dönüşüm ve Teknoloji” oturumları ile devam etti. Oturumlarda, ABD Moda Endüstrisi Derneği Başkanı Julia K. Hughes, Citizens of Humanity’den Federico Pagnetti, Ralph Lauren Corporation Genel Müdür Yardımcısı Halide Alagöz ile Fiorucci CEO’su Janie Schaffer’ın, Coton Council USA Türkiye Temsilcisi Marsha Powell, Garanti BBVA Baş Ekonomisti Alvaro Ortiz Vidal-Abarca’nın da aralarında bulunduğu dünyanın farklı yerlerinden 30’dan fazla konuşmacı sektördeki son gelişmeleri ve birikimlerini paylaştı.

Etkinliğin ikinci gününde, dünyanın önde gelen markalarını temsil eden 50 alım ofisi ile ihracatçı firma bin 500’e yakın B2B görüşme yaptı. Gerçekleştirilen görüşmelerin 250 milyon dolarlık bir satış hacmi oluşturması hedefleniyor.

MUSTAFA GÜLTEPE “DÜNYANIN ÜÇÜNCÜ BÜYÜK TEDARİKÇİSİ OLMAK İSTİYORUZ”

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye’nin yaklaşık 18 milyar dolarlık ihracat ile

dünyanın altıncı büyük hazır giyim tedarikçisi olduğunu hatırlattı. Hazır giyim ve tekstil sektörünün Türkiye için çok stratejik bir noktada olduğunu aktaran Gültepe, “Türkiye’nin geçmişinde vardık, geleceğinde de söz sahibi olacağız” diyerek, sektörün önemine dikkat çekti.

Türk hazır giyim endüstrisinin küresel bir oyuncu olduğunun altını çizen Gültepe, şöyle devam etti: “Mütevazı olamayacağım, üretimde marka; hızlı modada lider ülkeyiz. Üç haftada sipariş teslim edebiliyoruz. Daha da önemlisi küresel ölçekte en az beş marka çıkarmak istiyoruz.

Bu noktaya tüm paydaşların dayanışması ve ‘ortak akıl’ ile geldik. Katma değerli, markalı üretim ile orta vadede dünyanın üçüncü büyük tedarikçisi olmayı hedefliyoruz.

İstanbul Moda Konferansı için bir araya gelen sektör bileşenleri olarak bu hedefe inanıyoruz. Kamu otoritesinin desteği arkamızda. Önümüzdeki süreçte oyunun kuralını Endüstri 4.0 ve sürdürülebilirlik belirleyecek. Kurumsal sosyal sorumluluk; sürdürülebilirlik konusunda güçlü bir alt yapımız var. Özel sektör ve kamu otoritesi olarak aynı hedefe kilitlemiş durumdayız.”



İTHİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ
“Pazar payımızı daha da artırmak için yenilikleri takip etmek, dünyanın evrildiği yönleri görmek ve buna uygun projeler üretmek zorundayız.”

AHMET ÖKSÜZ **“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TEKNİK TEKSTİL GELECEĞİMİZİ BELİRLEYECEK”**

Konuşmasına birlikteliğe vurgu yaparak başlayan Ahmet Öksüz, tekstil ve hazır giyimden ayrılmaz bir bütün olduğunu, iki sektörün birlikte çok güzel çalışmalara imza attığını ve bu çalışmaların sektörü daha da ileri taşıdığını belirtti. Sektörde varmış gibi gösterilen olumsuz algının doğru olmadığını ifade eden Öksüz, sektörün ortaya koyduğu rakamların bunun en önemli göstergesi olduğunu kaydetti.

Konuşmasında tekstil endüstrisinin önemli bir değişim ve dönüşüm sürecinden geçtiğini söyleyen Ahmet Öksüz, 4 bini aşkın üyesi bulunan İTHİB'in süreci çok yakından takip ettiğini vurgulayarak, “2018'i yaklaşık 8,5 milyar dolar ihracat ile kapattık. Pazar payımızı daha da artırmak için yenilikleri takip etmek, dünyanın evrildiği yönleri görmek ve buna uygun projeler üretmek zorundayız. ‘Sürdürülebilirlik’ ve ‘teknik tekstil’, geleceğimizi belirleyecek iki önemli başlık olarak önümüzde duruyor. Bizim de yakından takip ettiğimiz sürdürülebilirlik hem kaynakların verimli kullanılması hem de ticaretin ana argümanları arasında ilk sıralara çıkması açısından önem taşıyor. Bu süreçte EURATEX İstanbul Kongresi ve İstanbul Moda Konferansı'ndan edineceğimiz bilgiler, sektörümüze ışık tutacak; geleceğimizi aydınlatacak” dedi.

HADİ KARASU **“KÜRESEL ÖLÇEKTE MARKALAR ÇIKARMAYA EN HAZIR ÜLKİYİZ”**

Yapılan bu çift taraflı organizasyon ile İstanbul Moda Haftası'nı küresel bir ölçeğe taşıdıklarının altını çizen Hadi Karasu, “EURATEX, dünya çapında referans bir kurum. Bu seneki kongrelerine ev sahipliği yapmaktan mutluluk duyuyoruz” dedi. Bu yıl 12'si düzenlenen İstanbul Moda Konferansı için belirledikleri “Better Together” söyleminin ruhuna uygun şekilde EURATEX, İHKİB, İTHİB ve TTSİS ile önemli bir iş birliğine imza attıklarını söyledi.

Sektörün sürdürülebilirliğine, döngüsellik ve dijitalizasyona vurgu yapan Karasu, konuşmasını şu şekilde sürdürdü: “Türkiye, hazır giyimde düğmesinden fermuarına kadar, bütün yan sanayi dalları ile birlikte entegre donanımına sahip ve güçlü bir ekosistemi olan iki ülkeden biri. Ayrıca sürdürülebilirlik konusunda da çok güçlü bir altyapıya sahibiz. Bu güçlü altyapımızla küresel ölçekte yeni markalar çıkarmaya en hazır ülkeyiz. Dünya moda endüstrisinin geleceğinde bugünden çok daha fazla söz sahibi olacağımıza inanıyorum. Ülkemize ve dünyamıza katkılarından dolayı Türk Moda Endüstrisi ile gurur duyuyorum.”

AHMET H. TOPBAŞ **“KATMA DEĞERİ YÜKSELTEN HER PROJEYİ DESTEKLİYORUZ”**

Ahmet H. Topbaş da konuşmasında ülke

genelinde 57 yıldır işveren ve çalışanlar arasındaki iş barışını tesis ettiklerinin altını çizdi. Tekstil ve hazır giyimde entegre yapıyı koruyan ve katma değeri yükseltilecek tüm projelere tam destek sağladıklarını ifade eden Topbaş sözlerini şöyle sürdürdü: “Tedarikçisi olduğumuz büyük markaların, bugün üzerinde önemle durdukları ‘sosyal uygunluk’, ‘çalışan hakları’ ve ‘sürdürülebilirlik’ konuları, sendikamızın yıllardır savunduğu örgütlü çalışma koşullarının da temelini oluşturuyor. Teknolojinin baş döndürücü hızıyla sektörümüzde değişen iş yapma modelleri, Endüstri 4,0’a uyum süreci, çalışma hayatındaki yeni normlar, sektörümüzde daha fazla iş birliği gerektiriyor. EURATEX Konvansiyonu ve İstanbul Moda Konferansı bu iş birliğinin güzel bir örneğini teşkil ediyor.”

ALBERTO PACCANELLI “GÜMRÜK BİRLİĞİ REVİZE EDİLMELİ”

EURATEX Yönetim Kurulu Başkanı Alberto Paccanelli de İstanbul’da olmaktan ve Türk hazır giyim endüstrisi ile iş birliği yapmaktan büyük bir gurur duyduğunu söyledi. EURATEX’in 170 bin şirket ve yaklaşık 1,7 milyon çalışan ile 180 Milyar Euro ciro yarattığını söyleyen Pacanelli, “Türkiye, tekstil ve hazır giyimde AB’nin üçüncü büyük tedarikçisi. İki taraf arasında ekonomik ve ticari ilişkiler, son 10 yıldır büyüyor. Ekonomilerinin gelişimi için AB ve Türkiye arasında güçlü bir ortaklık çok önemli. AB ile Türkiye arasında Gümrük Birliği var ancak mevcut koşullarda yeterli değil. Güncellenmiş bir Gümrük Birliği, karşılıklı yararlarla ilişkilerimizde yeni bir ilerleme sağlayabilir. AB ve Türkiye tekstil endüstrileri olarak biz, ticaretin önündeki teknik engellerle mücadelenin öncelikli olduğu konusunda anlaştık. Ancak her iki taraftaki politik kaygılar, bu modernleşme sürecini durdurduğu için üzgünüz. Liderlerimizi ekonomiyi ilk sıraya koymaya çağırıyoruz; servet üreten ve iş yaratan ekonomidir. Türkiye ve AB tekstil endüstrileri, kısıtlama olmadan; daha verimli ve daha fazla çalışmak zorunda” şeklinde konuştu.

MEHTAP ELAİDİ
“ENDÜSTRİ, TASARIMDAKİ POTANSİYELİ ARTIK GÖRMEZLİKTE GELMİYOR”
Programın “İşbirliği” oturumunda

moderatörlük yapan Türkiye’nin önde gelen modacılarından Mehtap Elaıdı, moda-marka-endüstri iş birliğinin modanın gelişimine büyük katkılar sunduğunun altını çizerek, “Ülkemizde moda tasarımcısı anlamında büyük bir potansiyel var. Uzun bir süre bu potansiyel görmezden gelindi ancak ortaya konan başarılı projeler, bu olumsuz algıyı kırdı” dedi.

Etkinliğin ana konusu olan sürdürülebilirliğin ticaretin büyük önem arz ettiğini belirterek devam etti: “Bizim de markamız ile tanıtımına dahil olduğumuz 3D Giysi Simülasyon Sistemleri, numune maliyetlerini azaltan, gerçek numune için harcanan su, enerji ve ham madde tasarrufu sağlayarak sürdürülebilirliğe de vurgu yaparak, çevre dostu bir çözüm sunuyor. Tasarımlarımızı sanal ortamda bu sistem sayesinde sergiledikleri bir demo gerçekleştirdik, kumaşın hissiyatı ve dökümü, kalıpların detaylarına kadar ince ayrıntıları yansıtan bir sistem. Tekstil sektöründeki numune çalışmalarında sağladığı kolaylık ve tasarruf sayesinde artık çokça karşımıza çıkacak bir teknoloji.”

TÜRKİYE, FIRSATLARA ODAKLANMALI

EURATEX Kongresi ve 12. İstanbul Moda Konferansı’nın oturum konuşmacıları arasında yer alan Uluslararası Akreditasyon Forumu (IAF) Başkanı Han Bekke, ABD-Çin ticaret savaşı, Körfez’deki gerginlik ve Brexit belirsizliği gibi konuların global anlamda istikrarsızlığı tetiklediğini ancak Türkiye’nin bu olumsuzluklara odaklanarak fırsatlar yaratabileceğini söyledi.

ABD Hazır giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Julia K. Hughes, “Çin ile ticaret savaşları ABD’de hazır giyim ve diğer birçok alanda maliyetleri arttırıyor. Biz bu süreçte uygun fiyatlı ve kaliteli ürünü en hızlı şekilde teslim edebilecek ve esnek yapıya sahip üretimi tercih ediyoruz. Mevcut durum Türkiye ve ABD ticaretinin geliştirilmesi için fırsat olabilir” dedi.

AB Türkiye Delegasyonu Ekonomi Bölümü Başkanı Bartosz Przywara ise, Türkiye ile AB arasındaki ekonomik ve ticari ilişkilerin gelişmesinde ve derinleşmesinde Gümrük Birliği’nin çok önemli rol oynadığını ifade ederek, “Bir süredir Gümrük Birliği’nin ‘kazan – kazan’ ilkesinden hareketle güncellenmesi gündemde” şeklinde konuştu.



HADİ KARASU
“Sürdürülebilirlik konusunda da çok güçlü bir altyapıya sahibiz. Bu güçlü altyapımızla küresel ölçekte yeni markalar çıkarmaya en hazır ülkeyiz.”



AHMET H. TOBBAŞ
“Teknolojinin baş döndürücü hızıyla sektörümüzde değişen iş yapma modelleri, Endüstri 4,0’a uyum süreci, çalışma hayatındaki yeni normlar, sektörümüzde daha fazla iş birliği gerektiriyor.”



SANATÇI DENİZ SAĞDIÇ

TEKSTİLİN FELSEFİ DERİNLİĞİNİ SANATIMLA BİRLEŞTİRDİM”

Kavramsal ve klasik sanatı bir araya getirdiği son projesi “Ready ReMade” ile farkındalık ve sürdürülebilirlik konularına vurgu yapan sanatçı Deniz Sağdıç, tekstil atıklarını bir araya getirerek, endüstri ve sanatı ortak bir dilde buluşturduğunu söylüyor.

Resme çok küçük yaşlarda başlayan Deniz Sağdıç, sanatı hiçbir zaman görsel bir platform olarak görmemiş. Sanatını kavramsal meselelerle bir araya getirerek, duysal ve düşünsel bir dil yaratıp, tablolar üzerinden mesajlar vermiş.

Kavramsal ve klasik sanatı bir araya getirdiği son projesi “Ready ReMade” de bu mesajlardan biri. Atıkları bir araya getirerek, yaptığı eserlerde insanlara, çöp olarak görülen bir atığın sanılandan çok daha fazlası olduğunu göstermiş. “Tekstil, endüstri ve sanatı ortak bir dilde buluşturarak yüksek bir farkındalık yaratmak istiyorum” diyen Sağdıç, temel amacının, insanlarda sürdürülebilirlik ile alakalı farkındalık yaratmak olduğunu söylüyor.

“Ready ReMade” projesinin bazı çıktılarını 2-3 Ekim tarihleri arasında gerçekleşen Euratex Kongresi ve 12. İstanbul Moda Konferansı’nda sergileyen Deniz Sağdıç, bir sosyal sorumluluk projesine dönüştürdüğü “Ready ReMade”in çıkış hikayesini ve tekstil ile sanatın oluşturduğu ortak dili dergimiz İTKİB Hedef’e anlattı.

“Ready-Remade” projesi hayata nasıl geçti?
Proje, bundan beş yıl önce, atık malzemelerini sanat eserine dönüştürebilme fikri üzerine doğdu. Kavramsal sanat ile klasik sanatı bir araya getirerek, hem görsel hem de düşünsel bir platform yaratmak istedim.

Günümüzde atık malzemelerin sayısının her geçen gün artması ve dahası bunların döngüye sokulmadan yok edilmesi bana “Ready-ReMade” ilhamını verdi. Atıktan sanat yapmaya başladığım ilk evrede farklı atık materyaller kullandım ancak “denim” çıkış noktalarından biri oldu.

Çalışmalarına özellikle tekstille başlamadım. Farklı materyaller denerken denim ile karşılaştım. Bu kumaşın taşlanabilirliği, dikişe uygunluğu, yapıstırılabilir olması gibi kolaylık sağlayan özelliklerinin yanında, zamanla felsefi bir derinliği olduğunu hatırladım: Özgürlük, demokrasi, işçi hakları vs. Diğer yandan global bir nesne. Dünyanın neresine giderseniz gidin tanınan bir kumaş.

Denimi kullanım miktarım arttıkça, buradan tekstile yöneldim. Tekstil atığı, aksesuarları ile beraber değerlendirildiğinde, ortaya çok güzel işlerin çıkmasını sağlıyor.

Şu an daha çok tekstil atıklarıyla mı devam ediyorsunuz?

Açıkçası atık olan her nesne benim için bir sanat eseri. Ancak şu an odaklandığım nokta tekstil çünkü anlamına ve felsefi derinliğine baktığınızda, öncesiyle sonrasıyla bir sanat unsuru. İnsanlar var oldukları günden bu yana örtünme duygusu içindeler. Kaldı ki tekstil, insanların kazanmak istediği kimliğin bir parçası. Sanat da insanlığın ilk gününden bu yana var ve bir “ifade etme biçimi” olarak doğdu. Bu mantıkla yaklaştığınızda sanat ve tekstilin çok fazla ortak özelliği olduğunu görürsünüz. İkisi de hayatın pek çok alanında var ve çoğu zamanda iç içe geçmiş durumdadır. Şimdi de benim sanatımda karşılaştılar. Bu benim için heyecan verici.

Proje devam edecek mi?

Bir süre daha devam ettirmeyi düşünüyorum çünkü tekstilin inanılmaz

bir büyüü var ve çok sınırsız. Recycle, sürdürülebilirlik, döngüsellik kavramları, birkaç sene evvel hayatımızda düzenli olarak yer almaya başladı. Bu benim sanatım için de böyle. Daha işin başındayız. Daha öğrenecek, öğretecek ve gösterecek çok fazla şey var.

Sanatın endüstri ile buluşma hikayesi nasıl oluştu?

Sanatın sadece galeri ve müze ortamlarına hapsedilmesi fikri, beni çok uzun zamandır rahatsız ediyordu. Sergilerde eserleri çok sınırlı sayıda insan görebiliyor. Bu yöntemle sanatın yaygınlaşmasının ve insanlarla buluşmasının çok olanağı yok. Endüstri ve sanatın ortaklığı sayesinde sanatı daha fazla insana ulaştırabileceğimi düşünerek, tekstil fuarlarına katılmaya başladım. Bir serginin ille de galeride olması gerekmediği mantığıyla başladım bu işe. “Eğer sizin sanat görmeye vaktiniz yoksa ben size gelirim” dedim. Bu aynı zamanda benim felsefem. Tekstil, endüstri ve sanatı ortak bir dilde buluşturarak yüksek bir farkındalık yaratmak istiyorum.

Eserlerin üretiminde birlikte hareket ettiğiniz firmalar var mı?

Projelerimde sektörün farklı kesimlerinden paydaşlarla bir araya geliyorum. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Kiğılı, THY, Murat Çorapları, YKK gibi pek çok marka ve kurum sanatıma destek oldu. Daha önce de İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) ile Premiere Vision Fuarı’nda bir iş birliğine gittik. Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) ile çalışma yaptık.

Tekstil ve hazır giyim sektörü dünya endüstrisinin pek çok dinamiğini elinde bulunduran çok güçlü bir sektör ve kendini sanatla var etmesi de ayrı bir başarı hikayesi. Üretmek, tasarım yapmak, dizayn yapmak konusunda son yıllarda çok önemli mesafeler kat ettik. Şimdi bu başarıyı sanatla da göstermek gerekiyor. Ben de kendimi bu noktada konumlandırmaya çalışıyorum ve sektör bana bu anlamda çok fazla destek oluyor.

Sempozyumun da konusu olan “sürdürülebilirlik” son yıllarda tekstil ve hazır giyim sektörünü de radarına aldı ve aslında bu kavram, dünyada artık bir zorunluluk. Yaptığınız sanata buradan nasıl bir bakış açısı getirdiniz?

Aşırı tüketim, kaynak israfı gibi konular benim üzerinde hep hassasiyetle durduğum konulardı ve bundan beş yıl önce, konuya bir de sanatçı olarak eğilmem gerektiğini düşündüm. Atıklara farklı bir imaj ya da duygu katıp, insanlara bu gerçeği nasıl anlatabilirim, diye düşünüp başladım geri dönüşüm sanatına.

Yaptığım çalışmalar vesilesiyle, fabrika ziyaretleri gerçekleştiriyorum. Bu sayede sektörün sürdürülebilirliğe yönelik çalışmalarına ve hassasiyetine de yakinen tanık oluyorum. Aynı mantalitede hareket ediyor olmamız beni tekstil ve konfeksiyon sektörüne biraz daha yakınlaştırıyor.

Peki sempozyumu nasıl değerlendirirsiniz?

İnanılmaz bilgili, donanımlı ve amacına ulaşan bir etkinlikti. Ben her zaman “bir şey hayata geçmiyorsa, çabalamanın bir anlamı yoktur” diye düşünürüm ancak sempozyuma katılanlar çabalamanın ötesindediler. Hikayesel kısmı geçip ortaya bir realite koymuşlar. Bu da sürdürülebilirlik ile alakalı daha fazla umut veriyor. Tabi bunun daha da ilerletilmesi en büyük isteğimiz.

Son olarak neler söylemek istersiniz?

Sürdürülebilirliğin sanatsal boyutunda yer alıyormaktan mutluluk duyuyorum. Böylesi önemli bir etkinliğin içinde yer alıyormaktan büyük bir keyif ve onurdu. Umarım her şey daha güzel olacak ve daha iyi bir dünya için mücadele etmeye devam edeceğiz.



Tekstil ve hazır giyim sektörü dünya endüstrisinin pek çok dinamiğini elinde bulunduran çok güçlü bir sektör ve kendini sanatla var etmesi de ayrı bir başarı hikayesi bence. Üretmek, tasarım yapmak, dizayn yapmak konusunda son yıllarda çok önemli mesafeler kat ettik. Şimdi bu başarıyı sanatla da göstermek gerekiyor.

29 EKİM'DE BİRLİK VE BERABERLİK MESAJI VERİLDİ



Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve eşi Emine Erdoğan'ın ev sahipliğinde, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi Beştepe Millet Kongre ve Kültür Merkezi'nde 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı resepsiyonu gerçekleşti. Kabul törenine siyaset, iş, sanat, spor ve medya dünyasından yaklaşık 5 bin kişi katıldı.

Törende konuşma gerçekleştiren Cumhurbaşkanı Erdoğan, sınırlarımızın içinde ve dışında ülkemizin güvenliğini sağlayan askerlerimize duyduğu minneti dile getirdi. Erdoğan konuşmasının sonunda dört farklı bölgede görev yapan askerlerle bağlantı kurarak, Türk milleti adına teşekkürlerini de ilettili.

Birlik ve beraberlik mesajının verildiği resepsiyona İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Şenocak ve diğer birlik başkanları da katıldı.

Başkan Mustafa Gültepe, konuyla alakalı olarak; "Cumhuriyetimizin 96. yılını kutladığımız bu anlamlı günde, öncelikle Mustafa Kemal ve aziz şehitlerimizi rahmetle anıyoruz. Ülkemizin son zamanlarda yaşadığı olumsuzluklar ve yanlış algı yönetimlerine karşı birlikte hareket etmeliyiz" derken; Başkan Mustafa Şenocak, "Öncelikle tüm milletimizin 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nı en içten dileklerle kutlarım. Bağımsızlık fikrinin taçlandığı Cumhuriyetimizin 96. yılında, daha da gelişmiş bir ülke olma yolundaki çabamıza devam edeceğiz" şeklinde konuştu.

TİM VE İHRACATÇI BİRLİKLERİ SINIR BÖLGESİNE İNSANİ YARDIMDA BULUNDU



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin, Barış Pınarı Harekatı'na sınırı olan bölgelerde yaşayan insanlara yardım sağlamak amacıyla başlattığı "Birliklerimiz Birlikteliğimizdir" kampanyası kapsamında hazırladığı "insani yardım tırları" 26 Ekim'de yola çıktı. Gaziantep, Kilis ve Şanlıurfa'ya dağıtılacak olan paketlerin içinde battaniye, halı, ayakkabı, giyim eşyası, gıda gibi temel ihtiyaç malzemeleri bulunuyor. 35 tırdan oluşan yardım malzemeleri, Kızılay koordinasyonunda sınıra yakın bölgelerdeki 250 aileye dağıtılacak.

Yardım malzemelerinin yola çıktığı

Gaziantep Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği (GAİB) merkez binasının önünde gerçekleştirilen törene Gaziantep Valisi Davut Gül, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, TİM Başkanı İsmail Gülle, GAİB Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci, ihracatçı birlikleri başkanları ve TİM üyeleri katıldı.

Bölgeye yapılan yardımlara İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) de destek verdi.



OTIAD 20. YILINI SEKTÖR TEMSİLCİLERİYLE KUTLADI

Osmanbey İş İnsanları Derneği (OTIAD) 20. yılını, Vadi İstanbul Radisson Blu Otel'de düzenlenen etkinlikle kutladı. 16 Ekim Çarşamba günü gerçekleştirilen programa Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Şişli Kaymakamı Ali Fuat Türkel, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, STK'ların başkan ve temsilcileri ve hazır giyim ve tekstil sektörünün önde gelen isimleri katıldı.

Etkinliğin açılış konuşmasını yapan OTIAD Başkanı Rıdvan Kandağ, Osmanbey'in Türkiye'nin ve dünyanın en

değerli markalarını ortaya çıkaran bölge haline geldiğini ifade etti ve "Osmanbey, bugün tasarım ve üretim anlamında İstanbul'un dünyaya açılan moda kapısıdır.

20. yılını kutlayan OTIAD'ı tebrik eden Gülle ise, "Yapmış olduğunuz güzel işleri bugün milyarlarca dolarlarla ölçülen katma değerli markalı ihracat haline getirdik" dedi. Mustafa Gültepe, konuşmasının devamında, ülkemizin küresel ligde ilk üçte yer alabilmesi için sektörün tüm bileşenlerinin ortak hareket etmesi gerektiğini vurgularken; Ahmet Öksüz ise, katma değerli üretimi ve modaya öncülük eden yapısıyla sektörün kalbi olan Osmanbey'in yüzü akı OTIAD'a ihracata katkılarından dolayı teşekkürlerini sundu.



İNGİLTERE PAZARINA DAİR FIRSATLAR PAYLAŞILDI

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), İngiltere pazarına yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalar kapsamında 16 Ekim Çarşamba günü, Dış Ticaret Kompleksi'nde "İngiltere Pazarı Bilgilendirme Semineri" düzenledi.

Sektörün farklı kesimlerinden çok sayıda ismin katıldığı seminer, Pure London Fuarı'nın organizatör firması Hyve Group iş birliği ile düzenlendi. Seminerde;

İngiltere pazarına girmek isteyen Türk hazır giyim ve deri firmaları için tavsiyeler, doğru alıcılara ulaşmanın yolları, pazara uygun ürünler, online satışlar ve sosyal medyanın etkileri hakkında hakkında birçok detaylı bilgi, katılımcılar ile paylaşıldı. Seminerde, Brexit sürecine dair de bilgilendirme yapıldı. İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkması durumunda, Türk firmalarının süreçten olumsuz etkilenmemesi adına atılması gereken adımlara yönelik olasılıklar da değerlendirildi.



TEKSTİLDE YENİLİKÇİ VE KATMA DEĞERLİ FİKİRLER SEKTÖRLE BULUŞTU

Tekstilde yeni teknoloji ve metotlarla, katma değerli ihracatın artırılması amacıyla düzenlenen TechXtile Start-Up Challenge, yenilikçi fikirleri 11. kez endüstri ile buluşturdu.

Tekstilde yeni teknoloji ve metotlarla, katma değerli ihracatın artırılması amacıyla düzenlenen TechXtile Start-Up Challenge, tarihinde 11. kez düzenlendi. 22-23 Ekim tarihlerinde Bursa'da gerçekleştirilen etkinlik, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) tarafından Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO), Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB), Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA), Bursa Teknoloji Koordinasyon ve Ar-Ge Merkezi (BUTEKOM) ve TÜBİTAK iş birliğinde yapıldı.

Proje; tekstil alanında ihracatta katma değer artırılması, yeni teknoloji ve metotların üretim süreçlerine kazandırılması, yenilikçi ürünler tasarlanması, yeni girişimci ve tasarımcıların teşvik edilmesi ve üniversite-sanayi iş birliğinin geliştirilmesi amacıyla taşıyan organizasyona Sanayi ve Ticaret Bakanı Mustafa Varank, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri

İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, birliklerin başkanları ve yöneticileri ile sektör, akademi ve STK'ların önde gelen isimleri katıldı.

Etkinlik kapsamında konuşma yapan Bakan Varank, "Birden çok paydaşın katkısıyla gerçekleşen bu program; yenilikçi fikirlerin yatırımcıyla buluşmasına, firmalar arası verimli etkileşime ve uluslararası ortaklıklara kapı aralayacaktır. 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejimizde girişimcilik ve Ar-Ge ekosisteminin güçlendirilmesine önem veriyoruz. Bu etkinlik bu anlamda da oldukça değerli" dedi.

TİM ihracatçı birlikleri ile aralarında Bursa'nın da bulunduğu 10 ilde kurdukları Girişim Evleri ile inovasyon ve girişimcilik tüm ülkeye yaymaya çalıştıklarını ifade eden TİM Başkanı İsmail Gülle, her girişimciye eğitimler verildiğini, bunların da ihracata katkıyla döndüğünü söyledi.

DAHA FAZLA GİRİŞİMCİYE VE FİKRE İHTİYAÇ VAR

Girişimciliğin gelişen ülkelerde itici güç olduğunu belirten İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, "Girişimci ve sanayicilerin bir araya gelebildiği platformlar çok önemli. Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği, TechXtile Start-Up Challenge projesi ile bu konuda çok önemli bir adım attı" dedi.

TechXtile Start Up Challenge ile sektörün ulusal ve uluslararası rekabetini güçlendirecek inovatif projelerin, girişimcilik ekosistemine kazandırılması adına önemli adımlar atıldığını dile getiren UTİB Başkanı Pınar Taşdelen Engin, "Tekstil sektöründe sürdürülebilir kalkınma konusunda önemli bir rol oynayacağını düşündüğümüz TechXtile Startup Challenge için şehrimizin tüm dinamikleri bir araya geldi. Girişimcilerimize mentörlük desteği vererek fikirlerini geliştirmelerine katkı sağlayacağımız bu etkinlik, uzun soluklu ve yaşayan bir süreç" şeklinde konuştu.

İNOVATİF PROJELER ÖDÜLENDİRİLDİ

Tekstilde yeni teknoloji ve metotlarla, katma değerli ihracatın artırılması amacıyla düzenlenen TechXtile Start-Up Challenge'ın son bölümünde, finale kalan projelere ödülleri takdim edildi. Yarışmada dereceye giren projeler, para ödülü, patent başvurusu, mentörlük ve muhasebe eğitimi, şirket kurma masraflarının karşılanması gibi ödüllerin sahibi oldu.



SEKTÖR ZİRVESİ'NDE TEKSTİL VE MODANIN BUGÜNÜ VE YARINI ANLATILDI

İTÜ'nün "Sektör Zirvesi" başlığı altında düzenlediği "Tekstil ve Moda Tasarım Zirvesi"nde, markalaşmanın önemi, markaların ülke ihracatına katkısı, sektör dinamikleri, istihdam olanakları ve sektörün bugünü ve geleceği konuşuldu.

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Kariyer Merkezi, 2-23 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirdiği "Sektör Zirvesi" ile öğrencileri endüstriler ve sanayinin önde gelen temsilcileri ile bir araya getirdi. Öğrenciler, akademik eğitimleri doğrultusunda yeteneklerini keşfettikleri zirvede, diğer yandan da staj ve kariyer olanakları hakkında bilgi edindi.

Sekiz farklı sektörü merceğe alan zirve kapsamında, 16 Ekim tarihinde "Tekstil ve Moda Tasarım Zirvesi" gerçekleştirildi. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Mehmet Kaya'nın da konuşmacı olarak yer aldığı zirvede, sektörün öncü kuruluşlarının temsilcileri yer aldı. Sektör temsilcileri yaptıkları konuşmalarda öğrencilere, markalaşmanın önemi, markaların ülke ihracatına katkısı, sektör dinamikleri, istihdam olanakları ve sektörün bugünü ve geleceğine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

TEKNİK TEKSTİL, SEKTÖRÜN YÜKSELEN DEĞERİ

Tekstil ve Moda Tasarımı Sektör Zirvesi'nde konuşan Başkan Ahmet Öksüz, öğrencilerle tecrübelerini paylaştı. Sektörün yükselen değeri "teknik tekstiller"in önemini vurgulayan Öksüz,

"Türk teknik sektörü, ekonomik etkinliği, sosyal etkileşimi ve teknolojik gelişmişliği itibarıyla, Türkiye'nin önde gelen birkaç sektöründen biri. Tekstil sektörünün bugünkü konumunu daha da güçlendirerek sürdürebilmesi için teknolojiye yenilikleri, inovasyonları, bilgiyi takip etmesi ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmesi gerekiyor. Bunun için de Ar-Ge çalışmalarına ağırlık verilmeli. Üniversiteler, sanayinin içine entegre edilmeli" dedi.

Hızlı, kolay, ekonomik ve verimli üretim sağlamanın artık bir seçenek olmaktan çıkıp mecburiyete dönüştüğünün farkında olduklarını ve İTHİB olarak bu konuda çok yönlü çalışmalar yaptıklarını aktaran Öksüz, üniversite-sanayi iş birliğine önem verdiklerini ifade etti ve "Bilgilendirici ve yönlendirici sektörel strateji ve politikalar için üniversite-sanayi diyalogunu daha fazla geliştirmemiz gerekiyor" şeklinde konuştu.

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Mehmet Kaya ise, sektörün değişen durumu ve değişen rekabet ortamındaki potansiyel hakkında bilgilendirmelerde bulundu. Artan rekabet ve küresel ekonomide meydana gelen değişikliklerin hazır giyim ve tekstil sanayisi üzerindeki baskıyı artırdığına dikkat çeken Kaya, değer zincirine yönelik stratejik kararların hayati önem kazandığını belirtti ve şöyle dedi: "Üretim sürecinde teknolojiyi kullanan ve Ar-Ge yapıp inovasyonu hedefleyen firmaların, rekabet güçlerinin yükseldiği görüyoruz."



TEKSTİL SEKTÖRÜ BURSA'DA BİR ARAYA GELDİ

Tekstil Sektör Kurulu, 22 Ekim 2019 tarihinde Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü'nün teşriği, Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurulu Başkanları ve Üyelerinin yoğun katılımları ile Bursa'da gerçekleşti.

Türkiye geneli ve tekstil sektörünün dış ticaret istatistiklerinin değerlendirildiği toplantıda; tekstil mühendisliği burs çalışmalarına ilişkin bilgi verilerek; tekstil mühendisliğinin algısının yükseltilmesine yönelik gerçekleştirilecek önümüzdeki dönem projeleri hakkında Sektör Kurulu Üyeleri ile görüş alışverişinde bulunuldu. Mimar Sinan Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Bölüm Başkanlarının da katılımlarıyla gerçekleştirilen toplantıda; moda ve tasarım bölümleri hakkında bilgi alınarak, bölümlerin mevcut problemleri ve çözüm önerileri ile ilgili değerlendirmelerde bulunuldu.

Toplantıda; tekstil ihtisas gümrüklerinde tekstil mühendislerinin çalıştırılması zorunluluğu, pamuk eksperliği ve iplikçilik bölümlerinin yeniden açılmasının teşvik edilmesi, ikincil işlem görmüş ürünlerden alınan çevre katkı payları gibi tekstil ve ham maddeleri sektörünü yakından ilgilendiren birçok sektörel konu başlığı üzerinde durularak, sektörden gelen taleplerin çözümleri için TİM ve Bakanlıklar nezdinde çalışmaların başlatılması ile ilgili karar alındı.

Dünyanın hızlı bir değişim ve gelişim içinde olduğunu aktaran Ahmet Öksüz, ABD'nin dünyanın en önemli pazarı olduğuna dikkat çekerek şöyle devam etti: "ABD'den aldığımız payı artırabilmek için yeni bir bakış açısı oluşturamamız şart. ABD bizim için büyük bir potansiyel. Ancak bir kapasite sorununuz var. Sektörümüzün öncelikle daha yüksek üretim gücüne ve katma değeri yüksek ürün üretmesine ihtiyaç var. Sektörümüzün 100 milyar dolar hedefinde kendi payına düşeni başaracağından şüphem yok ama asıl hedef bunun ötesine geçmek olmalı."

Toplantının sonunda TİM Başkanı İsmail Güllü, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlik Başkanları ve Yönetim Kurulu Üyelerinin katılımlarıyla Bursa Textile Show Bursa Giysilik Kumaş ve Aksesuarları Fuarı ziyaret edildi.

KUMAŞ TREND SEMİNERİ'NDE 2021'İN TRENDLERİ PAYLAŞILDI

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından WGSN iş birliği ile düzenlenen ilkbahar-Yaz 2021 Kumaş Trend Semineri 31 Ekim tarihinde, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ile Yönetim Kurulu Üyeleri Natan Yakuppur ve Zekeriya Tanrıverdi'nin katılımlarıyla gerçekleştirildi.

WGSN Live Yöneticisi Kim Mannino tarafından sunum yapılan seminerde İTHİB üyesi firma katılımcıları 2021 kumaş trendlerini yakından inceleme fırsatı buldu.

Firmaların yoğun ilgi ile takip ettiği seminerde İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, Türk tekstil sektörünün; üretim, ihracat ve istihdam açısından Türkiye ekonomisi için vazgeçilmez bir sektör

olduğunu belirtti. Firmaların uluslararası trendleri yakından takip etmeleri amacıyla her yıl İTHİB tarafından gerçekleştirilen Trend Semineri'ne, bu yıl ilginç çok daha fazla olduğunu ifade eden Bilici, "Rekabetin hızlandığı ve trendlerin çok çabuk tüketildiği günümüz küresel sisteminde seminerimize katılımın bu kadar yoğun olması, sektörümüzün geleceği ve ihracat hedefleri açısından gurur verici" ifadelerinde bulundu.

WGSN Live Yöneticisi Kim Mannino, seminerde 2021 ilkbahar-yaz sezonunda tekstil sektörünü nelerin beklediğini, hangi ürünlerin trend olacağını ve hangilerinin raflara kaldırılacağına ilişkin ipuçları vererek, firma temsilcilerinden gelen soruları cevapladı.





İTHİB VE TETSİAD EV TEKSTİL SEKTÖRÜNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELERDE BULUNDU

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TETSİAD) Başkanı Hasan Hüseyin Bayram ve Yönetim Kurulu Üyeleri, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyelerini ziyaret etti. 3 Ekim tarihinde gerçekleşen toplantıda ev tekstili sektörünün durumuna ilişkin değerlendirmeler yapılarak fikir alışverişinde bulunuldu.

Başkan Ahmet Öksüz, tekstil ve ham maddeleri sektörü ihracatındaki en büyük üçüncü ihracat grubu olan ev tekstili sektörüne ilişkin sorunlara ve çözüm

önerilerine yönelik bilgi aldı. Öksüz, 90 milyar dolarlık üretim potansiyeline ulaşılabilmesi için sektörün temsilcileri ile birlikte benzer toplantıların yapılmasının önemini bir kez daha dile getirdi.

TETSİAD Başkanı Hasan Hüseyin Bayram ise, İTHİB bünyesinde 21 firma ile yürütülen "Ev Tekstilinde Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme" projesinden bahsederek, küme üyesi firmalara olan katkılarını vurguladı ve "İstanbul'u her anlamda tekstilin merkezi haline getirmek için birlikler olarak daha fazla birlikte hareket etmeliyiz" dedi.

24-27/2/2020

CPM

International Fashion Trade Show
Moscow

cpm-moscow.com

Register now!

12+



İTHİB ENDÜSTRİ 4.0'IN SON TEKNOLOJİLERİNİ UR-GE PROJELERİ KAPSAMINDA YERİNDE İNCELEDİ

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyeleri, Konzek Teknoloji Danışmanlığı firmasını ziyaret ederek, Teknik Tekstil UR-GE Projesi kapsamında, Endüstri 4.0 teknolojisinin küme firmalarına olası katkılarını ve sektördeki güncel gelişmeleri değerlendirdi.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Natan Yakuppur ve M. Zekeriya Tanrıverdi, birliğin hayata geçirdiği Teknik Tekstil UR-GE Projesi kapsamında, Endüstri 4.0 teknolojisinin küme firmalarına olası katkılarını değerlendirmek üzere Konzek Teknoloji Danışmanlığı firmasını ziyaret etti. 7 Ekim Pazartesi günü gerçekleştirilen ziyarette, firmanın yazılımsal ve donanımsal çalışmalarına ilişkin incelemelerde bulunuldu.

Ziyarette, Konzek Teknoloji Danışmanlığı firması Genel Müdürü Yunus Altunbıçak tarafından, firmanın çalışma şekli ve işleyişi, firmada üretilen yazılımlar, uygulanan Endüstri 4.0 teknolojisinin üretime ve verimliliğe katkıları hakkında genel bilgi verildi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ile Yönetim Kurulu Üyeleri, Müdür Yunus Altunbıçak arasında endüstri 4.0 hakkında güncel bilgiler, tekstil sektörüne dair son gelişmeler, sektör ile dijital otomasyonun ortak paydaları, iki sektör arasında

yapılabilecek iş birliği olanaklarına ilişkin karşılıklı görüş alışverişi yapıldı.

Endüstri 4.0 uygulaması ile firmalara; küresel rekabette daha etkin rol alabilmek, işletmelerin üretim operasyonlarının dijital olarak yönetilmesi için "Akıllı Üretim Yönetimi Sistemi"nin kurulması ve geliştirilmesi, veri toplama, ortam çözümleme, enerji yönetimi, ekipman verimliliği, entegrasyon çözümleri gibi hizmetler sunulmaktadır.

Bu hizmetlerle; fabrikalardaki üretim sahasından anlık ve eşzamanlı veri toplanması, verilerin işlenip merkezi bir veri tabanında saklanması, ortak bir ağa erişim imkanı, toplanan verilerle verimlilik analizinin gerçekleştirilmesi, üretim esnasında oluşan hata örneklerinin yapay zeka mekanizmasına tanıtılarak hata oluşumu öncesi uyarı verilmesi, ürün ve zaman kaybının minimum düzeye indirilmesi amaçlanmaktadır.

Ziyaret esnasında Konzek Teknoloji Danışmanlığı firmasındaki çeşitli yazılım ve donanım ürünleri de incelenerek bilgi alındı. İncelenen ürün ve hizmetlerin İTHİB Teknik Tekstil UR-GE projesi katılımcılarına sağlayabileceği olası katkılar da görüldü.



İTHİB, BASIN MENSUPLARINA TEKNİK TEKSTİLİN ÖNEMİNİ ANLATTI

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, basın heyeti ile beraber Hassan Grup'a yaptığı ziyarette teknik tekstilin önemine vurgu yaptı. Her fırsatta, teknik tekstile olan eğilimin global anlamda arttığını ifade eden Öksüz, Türkiye'nin teknik tekstil alanındaki ihracatını daha da artırması adına birlik olarak yoğun bir çalışma içinde olduklarını aktardı.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ve beraberindeki basın heyeti, 17 Ekim Perşembe günü Hassan Grup'a ziyarette bulunarak, firmanın teknik tekstil çalışmaları hakkında bilgi aldı. İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman'ın rehberlik ettiği ziyarette, teknik tekstil uygulamaları hakkında önemli bilgiler edinildi.

Basın mensupları ve sektör temsilcilerinin bir araya gelerek fikir alışverişinde buldukları ziyarette; Başkan Ahmet Öksüz, teknik tekstil sektörünün ihracatımızdaki yükselen payına ve önemine dikkat çekerken, 2018 yılında Türkiye'nin tüm zamanların en yüksek teknik tekstil ihracatını gerçekleştirdiğini ifade etti. Küresel alanda teknik tekstillere yönelimin arttığını belirten Öksüz, bu trendi yakalamak ve sektörün kalifiyeli istihdam isteğini karşılayabilmek adına İstanbul Teknik Üniversitesi iş birliği ile Türkiye'nin ilk tezli teknik tekstiller yüksek lisans programının hayata geçirildiğini dile getirdi.

İTHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman ise, 10 yıl içerisinde teknik tekstil sektörü ihracatında dünyadaki ilk 10 ülke arasında olmak için sektörün büyük bir gayret ile çalıştığını ifade ederek, bu hedefe ulaşmak için gerçekleştirilen Ar-Ge projeleri ve firma yatırımlarından örnekler verdi.

Basın mensuplarının yoğun ilgi gösterdiği fabrika gezilerinin belirli periyotlarda tekstil ve ham maddeleri sektörünün diğer tüm alt ürün gruplarında da devam edilmesine yönelik görüş birliğine varıldı.

AMAÇ TÜRKİYE'NİN PAZAR PAYINI ARTIRMAK

Türkiye'de de dünyayla paralel şekilde teknik tekstil yatırımları her geçen gün artıyor. Bu alanda faaliyet gösteren pek çok yerli firma, uluslararası pazarda da önemli roller edinmeye başladı. Sektörün teknik tekstil anlamında çeşitliliğini ve ihracatını artırması için Teknik Tekstil UR-GE Projesi'ni hayata geçiren İTHİB, firmaların konvansiyonel üretimden teknik tekstil üretimine geçiş yapmalarını hedefliyor.

Dünya tekstil sektöründe yeni vizyonun teknik tekstil olduğunu vurgulayan Başkan Ahmet Öksüz, Türkiye'nin pazar payını artırma konusunda kararlı olduklarını belirtti ve şöyle devam etti: "Tekstil sektörümüzün, bugünkü konumunu daha da güçlendirerek sürdürebilmesi için, teknoloji çağını iyi takip edebilmesi, katma değeri yüksek ürünlere yönelmesi şart. Bunun şu anki yöntemlerinden biri de teknik tekstiller.

2018 yılında, bu alanda 1,7 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek, tüm zamanların en yüksek teknik tekstil ihracat rekoruna imza attık. Türkiye bugün, en fazla teknik tekstil ihracatı gerçekleştiren ülkeler arasında 20. sırada yer alıyor. İTHİB olarak, dünya sıralamasındaki yerimizi daha yukarılara taşımak adına yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Teknik Tekstil UR-GE Projesi ve Teknik Tekstil Yüksek Lisans Programı işin başlangıcı."



TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKNİK TEKSTİL İHRACATI YAPTIĞI ÜLKELER

**Almanya, ABD, İngiltere,
İtalya, Fransa, Polonya
İspanya, İran, Mısır,
Romanya**



BATİAD'DAN İTHİB YÖNETİMİNE ZİYARET

Bayrampaşa Tekstil ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD), 14 Ekim Pazartesi günü, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu üyelerini ziyaret etti. Toplantıda bölgenin potansiyeli değerlendirildi ve ihracatı artırmak üzere geliştirilebilecek iş birlikleri hususunda görüş alışverişinde bulunuldu.

Toplantıda Bayrampaşa'nın Türkiye tekstil ve ham maddeleri sektöründeki önemine değinen Ahmet Öksüz, sektörün ihracat hedefleri doğrultusunda yapılan çalışmalar ve sektörün karşılaştığı

problemler hakkında bilgi aldı. Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörlerinin 90 milyar dolarlık üretim kapasitesinin olduğunu, bunun 100 milyar doların üzerine çıkması için benzer toplantıların daha sık gerçekleştirilerek, iş birliğinin güçlendirilmesine ilişkin adımların atılması gerektiğini vurguladı.

BATİAD Yönetim Kurulu Başkanı Bekir Taner Ateş ise, 2010 yılında kurulmuş olunmasına rağmen yılda 370 milyon dolarlık bir ihracat rakamına ulaştıklarını, başta Avrupa olmak üzere Orta Doğu ve Afrika kıtalarında etkin rol oynadıklarını dile getirdi.

İOSİD'DEN İTHİB'E ZİYARET



Bünyesindeki 35 bin işverenin ve 350 bin çalışanın temsilcisi olan ve İkitelli Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan İkitelli Organize Sanayicileri ve İkitelli Organize Sanayi İş İnsanları Derneği (İOSİD) Başkanı Ahmet Akkaya ve Yönetim Kurulu Üyeleri, 9 Ekim Çarşamba günü, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'ni (İTHİB) ziyaret etti. Başkan Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyelerinin yer aldığı toplantıda İOSİD yetkilileri İTHİB yetkililerine dernekleri hakkında bilgi vererek sektör sorunlarına ilişkin görüş alışverişinde bulundular.

Toplantıda tekstil ve ham maddeleri sektörünün önemine değinen Ahmet Öksüz, sektörün ihracat hedefleri doğrultusunda yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi. Güncel ekonomik gelişmeler, İkitelli bölgesi özelinde sektörün karşı karşıya olduğu problemler ve çözüm önerilerinin görüşüldüğü toplantıda, Başkan Öksüz, bu tür toplantıların hem iş birliklerinin geliştirilmesi hem de sektörün yaşadığı sorunların daha hızlı çözüme kavuşması adına önemli olduğuna dikkat çekti.



İDMİB GÜNEYDOĞU'NUN POTANSİYELİNİ ARTIRMA HEDEFİNDE

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve Yönetim Kurulu Üyeleri, 24-25 Ekim tarihlerinde Gaziantep ve Şanlıurfa'da katıldıkları toplantı ve seminerlerle, bölgenin ihracat ve yatırım potansiyelinin daha da artırılması noktasında tavsiyelerde bulundu.

Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Toplantısı, 24 Ekim tarihinde Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği (GAİB) ev sahipliğinde, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) Başkanı Ahmet Fikret Kileci, Ege İhracatçıları Birliği (EİB) Başkanı Erkan Zandar ve birliklerin yönetim kurulu üyelerinin katılımı ile gerçekleşti.

Sektörün ihracatına ve sektör sorunlarına dair genel bir değerlendirmenin yapıldığı toplantıda konuşan Başkan Mustafa Şenocak, Türkiye'nin Orta Doğu ülkelerine toplam ayakkabı ihracatının yarıya yakınının GAİB tarafından gerçekleştirildiğine dikkat çekerek, Gaziantep ve çevresindeki illerin Afrika pazarına da açılım yapabileceğine vurgu yaptı. Şenocak, 747 milyon dolarlık ayakkabı ihracatında 134 milyon dolarlık pay alan Gaziantep'in İstanbul'dan sonra ikinci büyük ayakkabı ihracat merkezi olduğunu belirtti.

PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİ ARTIRILMALI

Başkan Şenocak, toplantının ardından Gaziantepli ihracatçılar ile gerçekleştirilen panelde İDMİB faaliyetleri hakkında bilgiler aktardı. Milli katılım fuarları, Güney Kore ve Şili'ye planlanan ticaret heyetleri, ayakkabı, saraciye ve deri konfeksiyon UR-GE projeleri, vizyon grupları, trend seminerleri, alım heyetleri, tasarım yarışmaları ve New York'taki Türkiye Ticaret Merkezi hakkında detaylı bir bilgilendirme yapan Şenocak, Gaziantepli ihracatçıların pazar çeşitliliğini

artırmasına yönelik tavsiyelerde bulundu. İDMİB kanalıyla gerçekleştirilen milli katılım fuarlarına Gaziantepli firmaları da davet eden Şenocak, bölgedeki firmaların kümeleşmeye giderek sosyal uygunluk tarafında da kendilerini geliştirmeleri gerektiğine dikkat çekti.

Gaziantep'in önemli bir ihracatçı olduğunu ifade eden Şenocak, konuşmasına şöyle devam etti: "Toplam ayakkabı ihracatının yüzde 18'i, tekstil malzemelerinden üretilen spor ayakkabıların ihracatının da yüzde 42'si Gaziantep ve çevresinden gerçekleştiriliyor. Bu noktada pazar çeşitliliğini Orta Doğu'dan Afrika'ya ve hatta Avrupa'ya da genişletmek ciddi önem arz ediyor. Gaziantepli firmalarımızın farklı pazarları da inceleyerek ihracata odaklanması hem ülke ekonomisine hem de bölgenin gelişmesine daha fazla ivme kazandıracaktır. Sanayi şehri Gaziantep ile olan ilişkimizi daha da sıkı tutmaya gayret göstereceğiz. Bölgedeki ihracatçılarımızın da bizlerle sürekli iletişim halinde bulunmasını yürekten arzuluyoruz."

ŞANLIURFA KARACADAĞ KALKINMA AJANSI ZİYARETİ

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve Yönetim Kurulu Üyeleri Gaziantep'ten sonra 25 Ekim'de Şanlıurfa'ya geçerek, Karacadağ Kalkınma Ajansı ev sahipliğinde gerçekleştirilen "Şanlıurfa Yatırım Fırsatları" seminerine katıldı. Seminerde bölgedeki yatırım fırsatları ve devlet destekleri konusunda Şanlıurfa Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü Yunus Çolak tarafından bilgiler verildi.



DERİ SEKTÖRÜ BAŞARILI MÜHENDİSLERLE KATMA DEĞER YARATACAK

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Fakültesi'ni ziyaret ederek, yaklaşık altı ay önce hayata geçirilen burs ve istihdam projesinin önemini yineledi. Şenocak, projenin üniversite-sanayi iş birliği adına örnek bir proje olduğuna dikkat çekti.

Üniversite girişi sırasında ilk 100 bin içine giren başarılı öğrencilerden 15'i deri mühendisliğini tercih ederken, ilk 40 binlik dilimden de bir öğrenci bölüme kayıt yaptırdı. Burs projesinin başarılı sonuçlarını yerinde görmek ve öğrencilere 'merhaba' demek için bir araya gelen deri sektörü, 1 Ekim Salı günü Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Bölümü'nü ziyaret etti.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDDMİB) Başkanı Erkan Zandar, Gündüz Kürk Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ruken Mızraklı, Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Başkanı Burak Uyguner ve İZBAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Sevimli'nin katıldığı toplantıya, Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hasan Yıldız ile Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Behzat Oral Bitlisli ev sahipliği yaptı.

Yaklaşık altı ay önce hayata geçen burs ve istihdam projesinin girdi ve çıktıkları ile değerlendirildiği toplantıda, konuşma yapan Başkan Mustafa Şenocak, fakültenin uzun yıllar sonra yüzde yüz doluluğa ulaştığına ve bunun hem sektör hem de eğitim adına önemli bir başarı olduğuna dikkat çekti. Projenin bugüne dek, üniversite-sanayi iş birliği adına hayata geçirilmiş en önemli projelerden biri olduğuna vurgu yapan Şenocak, üzerine koyarak devam edeceklerini söyledi.

Konuşmasında sektörün büyüklüğüne değinen Başkan Şenocak, "Deri sektörü olarak 2018 sonu itibarıyla 180 farklı ülkeye 1,7 milyar dolar değerinde ihracat

gerçekleştirdik. Yaklaşık 60 bin kişiye doğrudan istihdam sağlayan sektörümüz Türkiye ortalamasının neredeyse 10 kat, bazı alt sektörlerimizde ise neredeyse 130 kat üzerinde kilogram başına birim fiyat ile ihracat yapıyor" dedi. İhracatın geleceğinin katma değerli ürünlerde olduğunu belirten Şenocak, "Katma değere ulaşmanın en etkili yolu eğitilmiş iş gücüne yatırımdan geçiyor. Dünyada özellikle İngiltere ve İtalya'da örnekleri mevcut olan gelişmiş eğitim programlarına uygun olarak sadece teoride değil, uygulamada ve hatta tasarımda yetkin, bilgisayar ile makine teknolojilerini aynı potada birleştiren, bu gücü tasarım ile zenginleştiren bir seviyeye çıkmak için hep beraber çalışacağız. Bu destekler sadece eğitime başlayan gençlerimiz için değil, bu bölümün potansiyel tüm adayları için geçerli" diye konuştu.

AMAÇ, BÖLÜMÜ CANLANDIRMAK

Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Bölüm Başkanı Behzat Oral Bitlisli, "İstanbul ve Ege Deri ihracatçı birlikleri bu sene hem Bakanlığın hem Eğitim Bakanlığı'nın hem de Ticaret Bakanlığı'nın verdiği yetkiyle bir burs imkanı sağladı. Bu burs imkanıyla bölümü canlandırmak ve talebi artırmak istedik. Dünyada her şey çok hızlı geliyor. Bizim bu kapsamda değişimlere ayak uydurabilecek ve bunları anlayabilecek ufku açık bireylere ihtiyacımız var" dedi.

Deri mühendisliği bölümünü birincilikle kazanan Zafer Can Durma ise, tercih noktasında "burs ve iş garantisi"nin belirleyici olduğunu söyleyerek, "İş imkanı ve Türkiye'de tek olması da tercih etmemde önemli bir etken oldu" dedi.



TÜRK AYAKKABI SEKTÖRÜ ROTASINI ABD'YE ÇEVİRDİ

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB), yeni ve alternatif pazar arayışları çerçevesinde rotasını çevirdiği ABD'ye yönelik semineri, 4 Ekim Cuma günü Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. ABD'de düzenlediği fuarlarla oldukça önemli bir yere sahip olan UBM – Informa Fashion firmasının Ayakkabı Bölüm Başkanı Leslie Gallin tarafından sunulan seminerde, ABD pazarı tüm yönleriyle katılımcılara anlatıldı.

İDMİB Başkan Yardımcısı İslam Şeker'in açılış konuşmasıyla başlayan seminerde ABD pazarının büyüklüğü ve Türk markalarının bu pazarda kaliteleriyle rahatlıkla öne çıkabileceği vurgulandı. Leslie Gallin ise, İDMİB üyelerine ABD pazarı hakkında, özellikle pazarlama konusunda stratejik bilgiler içeren bir sunum yaptı.

Markanın öncü özelliğini öne çıkarmanın önemine ve dijital dünyanın marka bilinirliği için ne ifade ettiğine değindi.

Deri ve deri mamulleri sektörünün ihracatını hız kesmeden artıran ayakkabı sektörü temsilcilerine yönelik düzenlenen seminerde, ABD pazarına ilişkin fırsatlar da konuşuldu.

Toplantı sonrasında AYMÖD Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı'nı da ziyaret eden Leslie Gallin, Türk ayakkabı firmalarının oldukça güçlü, iş yapma kapasitelerinin yüksek, özellikle erkek ayakkabılarında oldukça güçlü ve popüler olduğunu ifade etti.

İDMİB tarafından, İhracat Ana Planı'nda da hedef ülke olarak belirlenen ABD'ye yönelik çalışmalara devam edileceği de aktarıldı.

AYAKKABI VİZYON GRUBU KOMİTESİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Ayakkabı sektörünün uluslararası tanıtımına yönelik projeler geliştirilmesi amacıyla oluşturulan Ayakkabı Vizyon Grubu Komitesi, ilk toplantısını 14 Ekim Pazartesi günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi.

Toplantıya, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkan Yardımcısı İslam Şeker ve Yönetim Kurulu Üyeleri Abdülsabur Endican, Oğuz İner ile İlhan Kuşeli dahil olmak üzere Komite Üyeleri katılım sağladı.

Toplantıda, ayakkabı sektörünün yurt dışı odaklı çalışmalarını artırma hedefleri doğrultusunda yakın gelecekte, yurt dışı pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi uygun görülen hedef ülkeler üzerinde duruldu.

Sektörün gündemindeki konuların da konuşulduğu toplantıda İDMİB'in ve sektör temsilcilerinin atabileceği adımlar konusunda değerlendirmeler yapıldı. Yanı sıra Türk ayakkabı sektörünün imajının güçlendirilmesi yolunda dijital platformlarda geliştirilebilecek projeler gibi başlıklar da bu toplantıda görüşülen konular arasındaydı.





KSİAD'DAN İDMİB'E ZİYARET

KSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yavuz Boynukısa ve beraberindeki heyet, İDMİB'i ziyaret ederek, kıymetli kürkte ÖTV'nin uygulama usul ve esaslarında yaşanan sıkıntıların çözüme kavuşması adına fikir alışverişinde bulundu.

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yavuz Boynukısa 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 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 bir 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 Ali Yavuz Boynukısa 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.

GELECEĞİN MODASI SÜRDÜRÜLEBİLİR OLACAK



İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) WGSN iş birliği ile ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektörlerine yönelik olarak düzenlediği İlkbahar/Yaz 2021 Deri Trend Semineri, 30 Ekim Perşembe günü, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti.

Birlik üyelerinin, sektör derneklerinin, üniversite öğrencilerinin ve firma yöneticilerinin yoğun katılımıyla gerçekleşen seminerde, WGSN Live Yöneticisi ve Trendsetter Kim Mannino konuşmacı olarak yer aldı. Ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektöründe dünyada 2021 İlkbahar/Yaz modasında öne çıkan trendlerin anlatıldığı seminerde Mannino, katılımcılara doğanın gücünün tasarıma ve moda adaptasyonunun önemini aktardı.

Seminerin açılış konuşmasını yapan İDMİB Başkan Yardımcısı Güven Karaca, konuşmasında, deri sektörünün ortalamasının 8,5 katı katma değerli üretim yaptığına dikkat çekerek, ürünlerin tasarımlarını geliştirerek ve zamanı doğru

kullanarak bu payı artırma hedefinde olduklarını aktardı ve şöyle devam etti: "Zamanında doğru koleksiyonu sunmak çok önemli. Trendleri dünya ile aynı zamanda sunmak, pazar payımızı ve ihracatımızı artırmak adına son derece önemli."

"SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRÜNLERE OLAN İLGİ ARTIYOR"

Günümüzde insanların fabrikasyon ürünlerden ziyade el işçiliğine dayanan, hikayesi olan ve daha kullanışlı ürünler görmek istediklerini söyleyen Kim Mannino, insanların artık sürdürülebilir ürünlerden yana olduğunu vurguladı ve devam etti: "Dünyada sürdürülebilirlik, her geçen gün daha fazla önem kazanıyor. Tekrar tekrar kullanılabilir ürünler yaygınlaşıyor."

Mannino, 2021 İlkbahar/Yaz sezonunda minimalizmin önemli bir akım olacağını belirtti. Mannino, sezonun en popüler ürününün deri olacağını ve farklı tekstil ürünleri ile kombinlenerek kullanılacağına da vurgu yaptı.



EL HALISI VE KİLİMİNDE ETİKET OLMALI

TİM Halı Sektör Kurulu, İHİB, GAİB ve HALIMDER, 23 Ekim tarihli “Halı Sektör Kurulu” toplantısında, el halısında “güvenli etiket” konusunu gündeme taşıdı. Kurul, Türk halısının ve Türkiye’nin itibarının zedelenmemesi için bu konuya daha hassas yaklaşılması gerektiğine dikkat çekti.

23 Ekim Çarşamba Günü, İstanbul Halı Haftası esnasında Renaissance Polat Hotel’de gerçekleştirilen “Halı Sektör Kurul” toplantısına Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Halı Sektör Kurulu Başkanı Salahattin Kaplan, İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Başkanı Uğur Uysal, İHİB Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB) Başkan Yardımcısı Murat Çolak, İzmir Halıcılar ve Yer Döşemecileri Odası (HALIMDER) Başkanı Naci Ölçen ve birliklerin Yönetim Kurulu Üyeleri katıldı.

Türkiye halı sektörünün hem ulusal hem de global anlamda yaşadığı sorunlara ve çözüm önerilerine yönelik görüşlerin paylaşıldığı toplantının en önemli başlıklarından birini “güvenilir etiket” oluşturdu.

İHİB Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, konuya dair yaptığı açıklamada, bu kararın iki sene önce Almanya’da gerçekleştirilen kurul toplantısında alındığını ancak, henüz hayata geçirmeye yönelik adımların atılmadığını hatırlatarak, “Etiket, tüm sektörlerde önemli bir detay ve markayı öne çıkaran bir aksesuar. Bugün kullandığımız hemen tüm ürünlerde etiket bilgisi var. Bu etikete baktığımızda ürünün hangi aşamalardan geçtiğini, nasıl yapıldığını, nerede yapıldığını görebiliyoruz. Bu etiket, el halısı için de olmalı.

Bu, sektöre zarar veren bir durum ve acilen bir düzenleme yapılması gerekiyor. Devlet yetkilileri ile bir araya gelip, bu kararımızı bildirmeli ve destek talep etmeliyiz” şeklinde konuştu.

Başkan Uğur Uysal da el halısı ve kiliminin korunması ve ihracatın başka

ülkelere kaptırılmaması için güvenli etiket konusuna önem verilmesi gerektiğini vurgulayarak, şöyle devam etti: “Üreticiden nihai tüketiciye kadar herkesin zarar görebileceği bir konu. Zarar görmemek için acil önlem almalıyız.”

İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Kayhan, etiketin Türk halısının ve kiliminin itibarını korumak adına da önemli olduğunu ve koyulacak etiketlerin uluslararası nitelikte olması gerektiğini söylerken; GAİB TİM Delegatesi Davut Dündar ise, sertifikalandırma yapılması gerektiğinin altını çizerek, “Sertifikasyon için de Ar-Ge’ye ihtiyaç var ve üniversitelerle iş birliği yapılması gerekiyor” dedi.

DEPOLARDA ATIL DURUMDA OLAN HALILAR MÜZEDE SERGİLENECEK

Toplantının bir diğer tartışma maddesi ise, İHİB’in projeleri arasında yer alan “dünyanın en büyük halı müzesinin kurulması” oldu. Geçtiğimiz ay, konuyla alakalı olarak bakanlık ziyaretlerinde bulunan İbrahim Geyikoğlu, devletin müze için kendilerine destek vermeye hazır olduğunu belirterek, “Müze için Sultanahmet’teki eski adliye binası son derece uygun. Diğer müzelerin depolarında saklanan halılar, bu müzede sergilenmek için kullanılabilir. Yüzyıllardır var olan birikimimizi, emeğimizi, kültürümüzü depolarda atıl şekilde tutuyoruz. Bunu gün yüzüne çıkarmalıyız.

Halı ve kilim Anadolu’nun en eski dokumacılık sanatlarından. Türkiye, el halısı ve el kilimi ile yüzyıllardır var olan bir ülke ve bu konuyla alakalı son yıllarda bozulan, zayıflayan algıyı yükseltmek halı sektörünün temsilcileri olarak, bizlerin görevi” şeklinde konuştu.



İSTANBUL HALI HAFTASI TASARIMI DÜNDEN GELECEĞE TAŞIYOR

Dünya halı sektörünün ve halı meraklılarının gözünü İstanbul'a ve Türkiye'ye çevirmesine vesile olan İstanbul Halı Haftası, dördüncü senesinde de motiflerin diliyle dünyaya seslendi. Bu seneki temasını yaratıcılık, hayal gücü ve tasarımın gücü üzerine belirleyen haftada, yerli yabancı pek çok isim; halının dününe, bugününe ve geleceğine değindi. Onlarca farklı ismin yaptığı konuşmaların, sunumların, anlatımların ortak paydası ise; "Halı zamansızdır ve yılları eskittikçe modernleşir" oldu.



uluslararası bir kimlik kazandırmak amacıyla hayata geçirilen hafta; müze ziyaretleri, Halı Tasarım Yarışması, Uluslararası Halı Konferansı, antik halı sergisi, ödül töreni, B2B görüşmeler ve workshop'larla geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi bu sene de festival havasında geçti.

UĞUR UYSAL “TEMEL AMACIMIZ TÜRK HALISININ ALGISINI YÜKSELTMEK”

İstanbul Halı Haftası boyunca gerçekleştirilen etkinliklere değinen ve Türk halısının önemine vurgu yapan İHİB Başkanı Uğur Uysal, konuya ilişkin yaptığı değerlendirmede, “Geçtiğimiz senelerde olduğu gibi bu seneki organizasyonu da yoğun bir katılımı ve birbirinden güzel etkinliklerle tamamladık. Genç tasarımcılarımızı sektöre kazandırmaya çalıştık, davet ettiğimiz yabancı alım heyetleri ile firmalarımızı bir araya getirerek, sektörümüzün ihracatını artırmaya yöneldik. Global alanda biriken bilgiyi, yenilikleri, teknolojiyi, katma değeri sektörümüzün paydaşlarına sunduk. Pazarımızı büyütme ve mevcut pazarlardaki payımızı artırmak adına önümüzdeki yıllarda etkinliklerimizi ve fuarımızın çapını genişletmeye devam edeceğiz.

Organizasyona katılan ziyaretçilerin hepsi, memnuniyetlerini dile getirdiler; Türk halı ve kilimlerine yoğun ilgi gösterdiler. Her zaman söylediğimiz gibi, İstanbul Halı Haftası kapsamındaki



UĞUR UYSAL:
Halı haftası ile
global alanda
biriken bilgiyi,
yenilikleri,
teknolojiyi,
katma değeri
sektörümüzün
paydaşlarına
sunduk.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından halının kültürel değerine dikkat çekmek ve “Türk halısı” markasını kuvvetlendirmek amacıyla organize edilmeye başlanan İstanbul Halı Haftası (Carpet Week), bu sene dördüncü kez gerçekleştirildi. 23-25 Ekim tarihleri arasında Sultanahmet'te kapılarını açan dev organizasyon, yoğun bir programla hem yurt içinden hem de yurt dışından alıcıları, tasarımcıları, genç yetenekleri, akademisyenleri, halı sektörünün duayenlerini ve sanatseverleri ağırladı.

Türk halısı markasının yaşatılması, korunması, değerinin artırılması ve Türkiye'nin tasarım potansiyeline





izlerine rastlanıyor olması bir tesadüf değil. Biz de bu hafta vesilesiyle, bu bilgileri tazeleyip hatırlatmak, bilmeyenlere ise öğretmek istiyoruz” dedi.

İSTANBUL'A DÜNYANIN EN BÜYÜK HALI MÜZESİ KAZANDIRILACAK

Anadolu'nun tarihinde ve kültürel yaşantısında kadim bir yeri bulunan halı dokumacılığına ve haliya sahip çıkmak ve son yıllarda azalan algısını yeniden yükseltmek amacıyla organize edilen İstanbul Halı Haftası, 23 Ekim Çarşamba günü müze ziyaretleri ile başladı. Yurt dışından gelen misafirlerin ve alım heyetlerinin katılımıyla gerçekleşen gezide, Türk ve İslam Eserleri Müzesi ve Sultanahmet Halı Müzesi gezildi. Müzelerde sergilenen Türk halıları ziyaretçiler tarafından büyük bir ilgi gördü.

Ziyaretçilere Türk halısının tarihi geçmişi ve gelişimi ile alakalı bilgilerin de aktarıldığı gezide İHİB Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, yakın zamanda dünyanın en büyük halı müzesini hayata geçirme hedefinde olduklarını söyleyerek, “Kültürel varlığımız olan halıyı gelecek nesillere aktarabilmek için dünyüyle, bugünüyle anlatabilmek gerekiyor. Bir kültürel değer in net ifade edilebileceği yere müzelerdir. Geçmiş bu kadar derin, köklü olan ve pek çok toplumu etkileyen Türk halı dokumacılığı ve halısı için de dünyanın en büyük halı müzesini kurmak istiyoruz. Konuya dair temaslarımıza başladık” şeklinde konuştu.



temel amacımız, Türk kültürünün, Anadolu dokuma sanatı tarihinin en önemli miraslarından olan Türk halıcılığını tüm değerleriyle dünyaya tanıtmak. Yıllardıkça değerlenen, farklı kültürlerin izlerini, hikayelerini özgün motifleri ile yansıtan değerli el halıları mirasımıza sahip çıkmak. Orta Asya'dan Anadolu'ya uzanan tarihi seyirde Türk halı dokuyucuları, pek çok kültürü etkiledi, şekillendirdi. Bu coğrafya, halı sanatının en eski bölgelerinden biri. Bugün yapılan pek çok araştırmada Türk



İstanbul Halı Haftası kapsamında, yurt dışından gelen alım heyetlerine ve misafirlere, Sultanahmet Halı Müzesi gezdirildi.

İHRACATIN YILDIZLARI VE YETENEKLİ TASARIMCILAR ÖDÜLENDİRİLDİ

23 Ekim Çarşamba akşamı Yeşilyurt Renaissance Polat Hotel’de gerçekleştirilen bir tören ile Halı Tasarım Yarışması’nın kazananları ve halı sektörünün en başarılı ihracatçıları ödülleri aldı.

İHİB’in Türkiye’ye kazandırdığı en önemli etkinliklerden biri olan Halı Tasarım Yarışması’nda dereceye kalan sekiz genç tasarımcı, halı sektörünün yaratıcı tarafını, özgünlüğünü temsilen sahnede yer aldı.

Halı sektöründe başarılı ihracatçıların da ödüllendirildiği gecede firmalar ödülleri İHİB Başkanı Uğur Uysal ile TİM Başkanı İsmail Güllü’nin elinden aldı. Ödüller; “Dokuma Makine Halisi”, “El Halısı”, “Kadife ve Seccade”, “Tufting ve Çim Halı” kategorilerinde verildi.

Gecenin sürprizi ise başarılı sanatçı Burcu Güneş oldu. Davetliler, Burcu Güneş’in şarkıları ile keyifli dakikalar yaşadı.

UĞUR UYSAL

“YETENEKLERİMİZİ BAŞKA ÜLKELERE KAPTIRMAMAK İÇİN ÇALIŞMALIYIZ”

Ödül töreninin açılış konuşmasını yapan İHİB Başkanı Uğur Uysal, yaratıcılığın ve yeteneğin önemine vurgu yaparak, İstanbul Halı Haftası’nın bu seneki temasını da Albert Einstein’ın “Hayal gücü bilgiden daha önemlidir. Çünkü bilgi sınırlıyken, hayal gücü tüm dünyayı kapsar” sözü üzerine kurguladıklarını ifade etti.

Yüksek Öğretim Kurumu’nun (YÖK) geçtiğimiz haftalarda aldığı “güzel sanatlar fakültesine girişte yetenek sınavının kaldırılması” kararını doğru bulmadıklarını belirten Uysal, bu kararın bir sene için



Dokuma Makine Halisi kategorisinde ödül alan firmalar



El Halısı kategorisinde ödül alan firmalar



Kadife Halı ve Seccade kategorisinde ödül alan firmalar



Tufting ve Çim Halısı kategorisinde ödül alan firmalar

İHRACATIN YILDIZLARI

DOKUMA MAKİNE HALISI	TUFTING VE ÇİM HALISI	KADİFE HALI VE SECCADE	EL HALISI
Merinos Halı	Dinarsu	Nazar Kadife	I.C.I. Uluslararası Halı
Nema Yatırım Sanayi	Nurteks	Özakbulut Tekstil	Form Halı
Step Halıcılık	Pakteks	Ceyhan Tekstil	Aga Can Halı
Sofiteks Tekstil	Reform Spor	Erto Tekstil	Sentez Turizm
Grand Halı	Confeti Halı	Kale Kadife Tekstil	Kilim İç ve Dış Ticaret
Saray Halı	Hatko Uluslararası Spor	Aydın Tekstil	Elifsu Turizm
Bahariye Mefrucat	Samur Halı	Semateks Mensucat	Söylemezler Halı
AHS Halı	Banyolin Halı	Gözde Kadife	BHK Best Halı
Norm Halı	Beka Spor Zeminleri	Gökkuşluğu 200 Mensucat	Subaşı Halı
Hükümdar Tekstil	Hedef Sentetik	İslamoğlu Tekstil	Nomad Halıcılık



“
Yeşilyurt
Renaissance
Polat Hotel’de
gerçekleştirilen
ödül töreni ile
halı sektörünün
en başarılı
ihracatçıları
ödüllerini aldı.

ertelenmesinin sevindirici olduğunu, arzularının ise tamamıyla kaldırılması olduğunu söyledi.

İHB olarak, 13 senedir gerçekleştirdikleri Halı Tasarım Yarışması ile tasarıma, tasarımcıya ve akademiye destek olmaya çalıştıklarının altını çizen Başkan Uysal, “Değerli yetenekler olmadan gelişim gösteremeyiz. Bugün ülke olarak en büyük problemlerimizden biri yetenekli, yaratıcı gençlerimizin diğer ülkelere gidip, hizmet vermesi. Bu yetenek havuzunu başka ülkelere kaptırmamak için mücadele etmeliyiz. Amacımız ihracat birim değerimizi, katma değerli ürünlerimizi artırmaksa, gençlerle, akademiyle daha fazla iç içe olmalıyız” dedi.

Bir fikrin bazen bir ülkeyi kurtarabileceğini dile getiren Uysal, şöyle devam etti: “İstanbul Halı Haftası bir fikirle başladı ve bugün bu fikir başkalarına da ilham oldu. Diğer birliklerimiz de kendi projelerini oluşturmaya başladılar. Umarım, çok daha başarılı olurlar ve bizi de daha iyisini yapmaya teşvik ederler.”

Görkemli geceye TİM Başkanı İsmail Gülle’nin yanı sıra birlik başkanları, yurt içinden ve yurt dışından alıcılar, akademisyenler, firma sahipleri ve yöneticileri, öğrenciler ve Türk halı sektörünün duayen isimleri katıldı.

İSMAİL GÜLLE
“EĞİTİM ÇALIŞMALARININ
DESTEKÇİSİYİZ”

İHB’in yapmış olduğu bu organizasyonun hem sektör hem ihracatın gelişmesi hem de yeni tasarımcıların sektöre kazandırılması adına son derece önemli olduğuna dikkat çeken İsmail Gülle, TİM olarak İstanbul Halı Haftası’nı son derece önemsediklerini belirtti.

Tasarımın hayatımızın bir parçası olduğunu ve tüm sektörler için anlam taşıdığını ifade eden Gülle, konuşmasına şöyle devam etti: “Halı, evlerimizin en değerli eşyalarından biri. Bu denli hayatımızın içinde olan bir ürünün, gençler tarafından da benimsenmesi bizler için mutluluk verici. Bugüne dek yapılan yarışmalar vesilesiyle, gençlerimizin sektöre katılımı en üst seviyede oldu. Artarak devam etmesi en büyük dileğimiz.”

Halı sektörünün, sağladığı ihracat ve ekonomik değerlerle Türkiye’nin önde gelen sektörleri arasında olduğunu söyleyen Gülle, “Halı sektörü, güçlü altyapı ve deneyime sahip. Geçtiğimiz sene 2,3 milyar dolar olan ihracatını bu sene sonunda 2,6 milyar dolara çıkaracağına inanıyorum. Ancak bu yeterli değil. Kilogram başı ihracat fiyatlarımızı da artırmamız gerekiyor. Bunu yukarı çekmenin yolu da akademiye, bilimi ve

üniversiteyi işin içine dahil etmekten geçiyor” dedi.

Gençlerin üniversitelerde ve iş hayatlarında yaşadıkları sıkıntının farkında olduklarını kaydeden Güllü, eğitim alanında yapılan her türlü çalışmanın destekçisi olduklarını da sözlerine ekledi.

GENÇ YETENEKLER SEKTÖRE KAZANDIRILYOR

İstanbul Halı Haftası kapsamında gerçekleştirilen en önemli etkinliklerden olan Halı Tasarım Yarışması, bu sene 13. kez düzenlendi. Türklerin genlerine işlemiş olan halı bilgi birikimini açığa çıkartıp, gelecek nesillerin faydalanmasını sağlayan yarışma, gençleri güncel ve çağdaş tasarımlara teşvik ederek, geleneksel ve modern bir harman oluşmasına zemin hazırlıyor. İHİB’in üniversitelerle yaptığı iş birliği ile hayata geçen yarışmaya 100’e yakın genç tasarımcı başvuruda bulundu. 80 kişilik uluslararası bir jüri tarafından değerlendirilen Halı Tasarım Yarışması’nın finalinde sekiz tasarımcının dokunmuş halıları yarıştı. Renaissance Polat Hotel’de sergilenen tasarımların kazananları ise, 23 Ekim akşamı düzenlenen yemekte açıklandı. Üç tasarımcının ödüllendirildiği yarışmada, para ödülünün yanı sıra eğitim ödülü, yurt dışındaki fuarlara katılım, staj imkanı da sağlandı.

Rabia Karagül, Sedef Sena Güler, Sultan Gürbüzler, Şule Güzeller, Bedirhan Kaan Ünal, Berke Aşık, Fatma Süleymanoğlu ve İsrannur Doğan’ın finale kaldığı yarışmada, Sultan Gürbüzler üçüncü, Rabia Karagül ikinci, Berke Aşık ise birinci oldu. Finale kalan tüm yarışmacılara, Yarışma Komitesi

Başkanı Nihat Yıldız tarafından sertifika takdim edildi.

Kazanan öğrenciler ise ödülleri TIM Başkanı İsmail Güllü, İHİB Başkanı Uğur Uysal ve TIM Yönetim Kurulu Üyesi Salahattin Kaplan’ın elinden aldı.

Yarışmaya dair açıklamada bulunan Başkan Uğur Uysal, yeni kuşakların ürettiği yeni tasarımların sektöre yön verdiğini ve Türk halı tasarımını farklı bir boyuta taşıdığını ifade ederek, şöyle devam etti: “Günümüzde yetenek kazanmak ve bu yetenekleri elde tutmak milli bir mesele. Ülkemizde pek çok sektörde yetenekli, yaratıcı gençler sorunu bulunuyor. Bizlerin bu yeteneklere kendilerini gösterecek alanlar sunması şart. 13 senedir devam ettirdiğimiz Halı Tasarım Yarışması ile bu alanı yaratmaya ve sektörümüzde bir yetenek devrimi oluşturmaya çalışıyoruz.”

ULUSLARARASI HALI KONFERANSI TÜRK HALISININ DÜNYADAKİ KONUMUNU ORTAYA KOYDU

Organizasyonun ikinci günü, Sultanahmet’teki Armada Hotel’de yapılan Uluslararası Halı Konferansı ile başladı. Türk halısının kimliğinin, tarihinin konuşulduğu konferansta bir sanat ve kültür objesi olarak halı tüm detayları ile ele alındı.

Aydın Eroğlu, Selçuk Mergen, Penny Oakley gibi halı ekosisteminin duayen isimlerinin konuşmacı olarak yer aldığı konferansta, yerli yabancı uzmanların ağzından dünyadaki halı kullanımı, global ilerleyişi ve trendlerine mercek tutuldu. Anadolu’nun önemli sanatlarından halıcılığın dünya literatüründeki konumunun bir kez daha hatırlatıldığı

10.000

TL

Birincilik Ödülü

7.500

TL

İkincilik Ödülü

5.000

TL

Üçüncülük Ödülü





“Türk halısının kimliğinin, tarihinin konuşulduğu Uluslararası Halı Konferansı’nda, bir sanat ve kültür objesi olarak halı tüm detayları ile ele alındı.”

Dünya topluluklarının yaşadığı ortak kültürü halılar üzerinden paylaşan Eroğlu, “Kültür, insanoğluna aittir ve hepimiz bu kültürün bir parçasıyız. Dünyanın neresinde olursak olalım, aynı kültürü, aynı etkileşimi paylaşıyoruz” dedi.

17. yüzyılda Türk halılarının Avrupalıları yüksek oranda etkilediğini dile getiren Eroğlu, Avrupa’nın pek çok farklı yerinde Türk halılarına rastlamanın mümkün olduğunu ve bunun en önemli örneklerinden birinin Romanya’daki Black Church (Kara Kilise) olduğunu söyledi. Eroğlu, bu kilisede 103 adet Türk Serendi halısının sergilendiğini belirtti.

Türk el halıcılığını ve kilimciliklerinin etiket oluşturması gerektiğini vurgulayan Aydın Eroğlu, “Piyasada Türk halısı adı altında çok fazla el halısı satılıyor. Bu durum sektörün itibarını zedeliyor. Bununla alakalı olarak acil önlem alınmalı. İhracatın artması için sektörün kalite ve garanti vermesi gerekiyor” dedi.

CEM KANDEMİR “HALI BİR İFADE BİÇİMİDİR”

PTT Genel Müdürlüğü Hukuk Müşaviri olan Cem Kandemir, kendi hikayesi üzerinden anlattığı halıcılığı bir tutku olarak ifade etti. İlk el halısı ile temasının 1978 yılında başladığını belirten Kandemir, 20 yıllık bir koleksiyoner olduğunu söyledi ve şöyle devam etti: “40 yıldır el yapımı halılarla ilgileniyorum. Bu işten haz alıyorum. 2007 yılında gözlerimi kaybettikten sonra da halı biriktirmeye devam ettim.

sunumlarda, bir halı üzerinden tarih, coğrafya, yaşayış, kültür okumasının nasıl yapılabileceği net şekilde aktarıldı. Yoğun ilgi gören konferansta halıya dair tüm sorular cevaplarını buldu.

UĞUR UYSAL “100’ÜN ÜZERİNDE TASARIMCIYI SEKTÖRE KAZANDIRDIK”

Bu yıl dördüncüsü düzenlenen Uluslararası Halı Konferansı’nda konuşan İHİB Başkanı Uğur Uysal, “Bugünlere bir fikir ve bir hayalle geldik. Birkaç masa sandalyeden 100’lerin bir araya geldiği bir organizasyona dönüştük. İstanbul Halı Haftası’nın bugün geldiği nokta, hayal etmenin ve yaratmanın ne denli büyük bir işe dönüşebileceğinin de bir göstergesi” dedi.

Katma değer ve ihracatın artabilmesi için yaratıcılığa ve güçlü tasarımcılara ihtiyaç olduğuna dikkat çeken Uysal, “Bu zamanın yetenekli gençleri, 100 sene sonrasına kalabilecek halılar üretebilirler. Böyle bir güçleri var. Elbette kültürümüzü korumalıyız ancak bunu güncel yorumlarla, gelişimi ve değişimi takip ederek yapmalıyız. Bizim bu tür organizasyonlara başlarken en büyük hayalimiz; bu ülkeden, bu topraklardan çıkmış, yetenekli tasarımcılar keşfetmek ve dünyaya tanıtmaktır. Bugüne dek 100’ün üzerinde tasarımcıyı sektöre kazandırdık. Bundan 13 sene evvel sektörde çalışmak istemeyen gençlerimiz, bugün büyük ilgi duyuyorlar çünkü değişimin farkındalar. Biz de elimizden gelen her türlü desteği kendilerine vermeye hazırız” şeklinde konuştu.

İstanbul Halı Haftası’ndaki temel amacın İstanbul’a ve Türk halısına dikkati çekmek olduğunu belirten Uysal, “Gidilecek daha çok yolumuz var elbette ama bir yerden başlamış olmanın gururunu yaşıyoruz. Diğer yandan başka kurumlara da ilham vermiş olmak bizleri sevindiriyor. Antep’teki firmalarımız da benzeri bir organizasyonu hayata geçirdiler. Bizden daha iyisini yapmalarını dileriz.

Bu, tek başına yapılan bir iş değil, bir ekip çalışması. Tüm ekibe teşekkür ediyorum” diyerek sözlerini tamamladı.

AYDIN EROĞLU “HEPİMİZ AYNI KÜLTÜRÜN BİR PARÇASIYIZ”

Türk halıcılığının duayen isimlerinden Aydın Eroğlu, sunumuna “turizm ve Türk halısı eğitmeni” olarak geçen 52 yıllık kariyer deneyimini paylaşarak başladı.

Sadece görsellik ve kültürel içerik halılar bir süre benim için bir yaşam şekline dönüştü. Onlara dair o kadar fazla okudum, araştırdım ve o kadar fazla dokundum ki, görmeden de tanıyabiliyor ve anlatabiliyorum.”

El dokumacılığının Orta Asya'dan bu yana Türklerin hayatında olduğunu belirten Kandemir, el halıcılığının her şeyden önce bir yaşam ve ifade biçimi olarak doğduğunu belirterek, bu kültürün, sonraki nesillere aktarılmasının bir görev olduğunu söyledi.

KRISTIINA LASSUS “TASARIMA KÜLTÜRÜMÜ YANSITIYORUM”

Finlandiyalı tasarımcı Kristiina Lassus, kendi adını taşıyan stüdyo galerisinde yaptıkları çalışmalarını anlatarak başladı konuşmasına.

13 sene evvel kendi markasını kuran Lassus, halılar üzerine araştırmaya 25 sene önce başlamış. Tasarımda asıl önemli olanın kişinin kendi kültürünü, yaşayışını ve duygularını ürüne yansıtmasından geçtiğini belirten Lassus, yaptığı işi şu cümlelerle aktardı: “Yaptığımız üründe işlev ve fiyatın yanı sıra duygusal değerlerin de olması gerekiyor. Ben bunu kendi halılarıma aktarıyorum. İskandinav kültürü yalın ve sadedir. Bunu benim halılarımda görmeniz mümkün.”

Duygu aktarımının bir ürünü sadece endüstriyel bir nesne olmaktan çıkardığını dile getiren Lassus, “Benim, yaptığım işte savunduğum değerler; orijinallik, sürdürülebilirlik, miras aktarımı, kalite ve zamansızlık. Global ürünler için farklı kültürlerle hitap eden işler çıkarmaya çalışıyorum, bunu kendi kültürümün değerlerinden yola çıkarak sağlıyorum” dedi.

ANNA PANOSYAN “TASARIMDA ÖZGÜR VE ÖZGÜN OLMANIZ GEREKİYOR”

Creative Matters firmasının Tasarım Geliştirme Direktörü olan Anna Panosyan, tasarımda asıl dikkat edilmesi gerekenin özgünlük ve kişinin kendi kimliğinin ürünle entegre edilmesi olduğunu vurgulayarak, firmasının yaptığı örneklerle tezini savundu.

Ekibi ile beraber, yaratıcılıklarını serbest bırakmak adına farklı atölye çalışmaları yaptıklarını belirten Panosyan, şöyle devam etti: “Tasarım pazarında ön plana çıkabilmek için yaratıcı olmanız ve bunun için mücadele etmeniz gerekiyor. Biz firma olarak, özgür ve özgün olabilmek adına farklı materyallerle atölye çalışmaları yapıyoruz. Ortaya çıkan desenleri ve görselleri de halılarımızın tasarımları olacak şekilde yeniden kurguluyoruz. Bazen ilham almak için anlamlı şeyler görmenize ihtiyaç yoktur. Burada devreye hayal gücünüz girmeli. O anlamsız gibi duran görüntüyü bir ifadeye dönüştürebildiğinizde yaratıcı bir şeyler yapmış oluyorsunuz. Üzerine çalışacak katmanlar oluşturmak ya da manipüle edebileceğiniz çalışmalar yapmak tasarımlarınıza farklılık getirecektir.”

SELÇUK MERGEN “ÜRETMEKTEN ZİYADE TASARIMA ODAKLANMALIYIZ”

İstanbul Halı Haftası kapsamında “Karya’da Açan Çiçekler” isimli bir sergiye de imza atan Selçuk Mergen, sunumunda Türk halıcılığını girişimci, pazarlamacı ve koleksiyoner kimlikleri üzerinden değerlendirdi.

Halıcılığa 1978 yılında üniversite yıllarındayken satışçı olarak başladığını



YABANCI SATIN ALMA HEYETLERİ TÜRK HALISINDAN MEMNUN KALDI

Yurt içinden ve yurt dışından katılımcı sayısının her geçen gün arttığı İstanbul Halı Haftası, konferansın ardından eşzamanlı başlayan B2B görüşmeleri ve Anna Panosyan’ın yönettiği atölye çalışması ile devam etti.

İHİB’in destekleri ile 10 ülkeden 20’nin üzerinde alıcının ağırlandığı İstanbul Halı Haftası’nda, B2B görüşmelerinde Türk firmaları yabancı alım heyetleri ile bir araya gelerek hem ürünlerini tanıttılar hem de Türk halı sektörünün gücünü gösterdiler. Firmaların ürünlerini en güzel şekilde anlattığı görüşmelerde satın almacılar, Türk halı ve kilimlerine yoğun ilgi gösterdi. Alıcılar, ürünleri detaylıca inceleyerek, geniş bilgi aldılar.

Görüşmeler, katma değeri yüksek bir yapıya sahip olan Türk halı sektörünün hem pazar payını büyütme hem de yeni pazarlar oluşturmak adına son derece verimli geçti. Yapılan görüşmeler sonucunda yeni iş olanakları arttı, bu durumun ihracatımızı daha da artıracığı öngörülmüyor.



aktaran Mergen, harçlık çıkarmak için başladığı bu işte, üniversiteden sonra da devam etmiş. Kurduğu mağazalar ve verdiği konferans ve seminerlerle Türk halıcılığına büyük katkılar sağlayan Mergen, 1996 yılına kadar Türk halıcılığına büyük bir duygusallıkla, sonrasında ise daha gerçekçi yaklaştığını ve işi bir pazarlamacı olarak ele aldığını söylüyor.

Türkiye’de halıcılığın üretimden ziyade tasarıma odaklanması gerektiğine dikkat çeken Mergen şöyle konuştu: “Türkiye’de artık halı üretimi Bangladeş, Pakistan gibi ülkelere bırakılmalı. Bizim asıl dikkate almamız gereken kısım tasarım. Bugün tüm dünyada asıl satan tasarımdır. Yeni değerler, genç ve yaratıcı isimler yaratmamız gerekiyor. Daha yüksek hedefleri olan bir ülke olarak bu yolda ilerlemeliyiz.”

PENNY OAKLEY “HALI BİR BİLİMDİR”

Konferansın son konuşmacısı olan akademisyen Penny Oakley ise, Konya’nın Karapınar ilçesi ile özdeşleşmiş “Karapınar el halıları” üzerine bir sunum gerçekleştirdi. Doğu halıları üzerine araştırmalar yapan Oakley, Karapınar halılarının zaman içinde yaşadığı geçişleri, Karapınar bölgesinin tarihsel değişimi ve ilerleyişi üzerinden anlattı.

Doğu halılarının incelenmesinin her daim bir bilim olarak kalmaya devam edeceğini ifade eden Oakley, Karapınar halıları üzerine çalışmalarının da devam ettiğini ekledi.

HAYAL GÜCÜNÜ HAREKETE GEÇİREN ATÖLYE

Uluslararası Halı Konferansı’nın konuşmacıları arasında yer alan Anna Panosyan’ın gerçekleştirdiği atölye çalışmasına 60 öğrenci katıldı.

Etkinliğe firmasının yaptığı çalışmalardan örneklerle başlayan Panosyan, ilk olarak tasarıma dair tekniklerden bahsetti.

Anna Panosyan, sunumunun devamında yaratıcılığa dair anlatımlarda bulundu. “Halı aslında bir tablodur ve bu tablo için ilhamınızı hayatınızdaki birçok bildiğiniz, hikayeden, anıdan, nesneden alabilirsiniz. Yapmanız gereken zihninizin yaratıcı tarafını serbest bırakmak” diyen Panosyan, şöyle devam etti: “Modern, sınırı olan bir kavram. Ancak halı, yıllarca var olacak bir ürün. Bu sebeple içinde pek fazla trend barındırmaz. Trend olan yöntemlerdir. Halıyı modern yapan ise zamandır.”



Katılımcılara, boyalarla deneysel çalışmalar yaptıran Panosyan, soruların da büyük bir samimiyetle cevapladı.

KARYA’DA AÇAN ÇİÇEKLER: 19. YÜZYIL MILAS HALILARI

İstanbul Halı Haftası, 24 Ekim Perşembe akşamı, Selçuk Mergen’in 40 yıllık halıcılık hayatında biriktirmiş olduğu 19. yüzyıl Milas halıları sergisinin açılışı ile son buldu. Mergen’in “Karya’da Açan Çiçekler” adını verdiği sergi, Sultanahmet’teki Şerefiye Sarnıcı’nda geniş bir katılımla görücüye çıktı.

Serginin açılışında yaptığı konuşmada, serginin 8-10 saatlik bir çalışmayla üç haftalık bir emeğin sonucunda hazırlandığını dile getiren Mergen, şöyle devam etti: “Sahip olduğum asıl koleksiyon sadece Milas halılarına yönelik değil ama burada sergilediğim halılarımın tamamı Milas sınırları içinde bulunan bölgelerden topladığı için serginin adına Karya’da Açan Çiçekler dedik.”

Yaptığı işin Anadolu kültür mirasına bir hizmet olduğunu aktaran Mergen, bu serginin Milas halısı için bir başlangıç olmasını umduğunu söyledi ve devam etti: “Bu güzel tasarımları gençlere ilham kaynağı olarak sunuyoruz. Bu antik halılardan yola çıkarak gelenekseli modernize etmiş yeni tasarımlar yaratsınlar, dünyada buna çok fazla ihtiyaç var.”

Tarihi bir sarnıçta açılan ilk halı sergisi niteliğinde olan Karya’da Açan Çiçekler, 5 Aralık tarihine kadar gezilebilecek.



İstanbul Halı Haftası kapsamında gerçekleştirilen en önemli etkinliklerden olan Halı Tasarım Yarışması, bu sene 13. kez düzenlendi. 80 kişilik uluslararası bir jüri tarafından değerlendirilen Halı Tasarım Yarışması'nın finalinde sekiz tasarımcının dokumuş olduğu halılar yarıştı. Üç tasarımcının ödüllendirildiği yarışmada, para ve eğitim ödüllerinin yanı sıra, yurt dışındaki fuarlara katılım, staj imkanı da sağlandı.



BERKE AŞIK

“SEKTÖRE DAHA HIZLI ADAPTE OLACAĞIM”

İstanbul Halı Haftası, sadece sektörün ticari tarafını temsil eden aktörleri için değil, tasarımcılar ve bizim gibi potansiyel sektör oyuncularını için de son derece verimli geçen bir organizasyon oldu. Ben ve diğer genç tasarımcı arkadaşlar, yurt içinden ve yurt dışından haftaya dahil olan akademisyen, tasarımcı ve halı sektörünün duayenleri ile değerli etkileşimler yakaladık, çok önemli bilgiler edindik.

Tüm bunların yanında elde ettiğim birincilik ödülü de beni son derece mutlu etti. Bu sayede sektörün içine daha fazla dahil olacağım, ilişkilerimi daha güçlendireceğim.

Sektöre daha da hızlı adapte olmamı sağlayan İstanbul Halı Haftası vesilesi ile emeği geçen herkese teşekkür ederim.



RABİA KARAGÜL

“ÜRÜNÜ PAZARLAYACAK OLAN TASARIMDIR”

Ben, yaratıcılığın içten geldiğine inananlardanım ancak yaratıcılığı besleyen şey yetenek, yeteneği besleyen şeyse çalışmaktır. Bu doğrultuda Başkan Uğur Uysal'ın konuşmasında bahsettiği gibi yetenek sınavlarının elzem olduğuna inanıyorum. Ürünü üretmek, ticarete dönüştürmek kesinlikle önemli ama onu asıl pazarlayacak olan tasarımdır. Başkanın dediği gibi hayal gücü ve tasarlamak, işin en değerli ayağı.

Bu organizasyon vesilesiyle, İHİB yönetimine ve Başkan Uysal'a teşekkürlerimi sunuyorum. İlk defa katılan biri olarak, çok başarılı ve değerli bir organizasyon olduğunu söylemeliyim.



SULTAN GÜRBÜZER

“İÇ DÜNYANIZ YARATICILIĞINIZI BESLER”

Tasarım söz konusu olduğunda yaratıcılığı en fazla besleyen şeyin insanın iç dünyası olduğunu düşünüyorum. Burada bana ödül getiren çalışmamda da kendi içsel dünyamı halıya yansıttım. İçinde hem mitoloji var hem de kendi dünyamda, çevremde gördüklerim. Ancak her şeyden önemlisi, her bakanın kendi düşüncelerini, duygularını dile getirebileceği bir tasarım koydum ortaya.

İstanbul Halı Haftası vesilesiyle, bize bu şans sunan İHİB ekibine çok teşekkür ederim. Son derece önemli bir organizasyon ve çoğalarak devam etmesini umut ediyorum.

TÜRKİYE'NİN EN PRESTİJLİ MODA ETKİNLİĞİ MERCEDES-BENZ FASHION WEEK ISTANBUL

NEW GEN DEFILESİ

İHKİB'in moda sektörünün geleceğine yöne veren kuruluşu İstanbul Moda Akademisi'nin genç yetenekleri, MBFWI kapsamında dünya moda profesyonelleriyle buluştu.

THE CORE ISTANBUL

İHKİB, moda haftasında gerçekleştirdiği The Core İstanbul ile önemli sayıda yabancı alıcı ve tasarımcının katılımıyla moda endüstrisine güncel ve yaratıcı çözümler sundu. Aynı zamanda da yeni iş birliklerine zemin hazırladı.

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK ISTANBUL

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul moda haftası kapsamında yapılan defilelerle, gelecek sezonun trendleri belirlenirken, İstanbul'un moda dünyasındaki yeri de tüm dünyaya bir kez daha gösterildi.



Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI) ilkbahar/Yaz 2020 sezonu 8-11 Ekim 2019 tarihleri arasında İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile Zorlu PSM'de gerçekleşti. İstanbul'da moda haftasının 10. yılını da onurlandıran etkinlik, bu sezon "Together" teması ile moda endüstrisinin tüm paydaşlarını güçlerini birleştirmeye ve tek bir moda platformu etrafında yaratıcılığı paylaşmaya davet etti.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, "Together" teması ile günümüz moda endüstrisine alternatif bakış açıları sunan, modanın farklı alanlarına ışık tutan, ilham veren konuşmacılar ve çarpıcı panellerle daha da zenginleşti. Zorlu PSM SKY Lounge'da gerçekleşen paneller, moda endüstrisinin farklı alanlarına dokunan isimleri bir araya getirerek, disiplinler arası bir perspektif ve moda belleği sundu.

İHKİB'in, marka ekonomisine geçiş yolundaki en önemli aktörlerden biri olan Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul moda haftası kapsamında üç önemli etkinliğe birden imza atıldı. New Gen by İMA defilesi ile yeni modacıları sektörün beğenisine sunan İHKİB, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul moda haftası ile moda dünyasında Türk modacıların tasarımlarını öne çıkardı. Başarılı modacıların etkinlik kapsamında gerçekleştirdiği defileler, dış basında da büyük bir ilgi ile karşılandı. Moda haftasının öne çıkan etkinliklerinden The Core İstanbul ise, Türk moda tasarımcılarını global alıcılara bir araya getirerek, Türkiye'nin katma değerli ürünlerinin ihracatını artırmasına aracı oldu.

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK'İN YÜKSEK ENERJİSİ NEW GEN

Her yıl, moda dünyasının uzman isimlerinden oluşan jüri değerlendirmesi sonucu seçilen İstanbul Moda Akademisi'nin genç yetenekleri, New Gen by İMA defilesi ile Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul takviminde kendine yer buldu.



Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un 14. sezon takviminde moda endüstrisinin tecrübeli isimlerinin yanı sıra, yetenekli genç tasarımcılar da geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi bu yıl da yerli yabancı basında ve moda camiasında büyük dikkat çekti.

Moda alanında kariyerine devam etmek isteyen gençlere motivasyon sağlayan New Gen Defilesi, moda ekosisteminin parlak ve tutkulu tarafını da göstermiş oluyor. MBFWI, genç yeteneklere sunduğu bu platformla, yaratıcılığı destekleyen metodolojisini ortaya koymanın yanında modanın geleceği için de yeni bir sahne açıyor.

Her yıl büyük bir dikkatle

takip edilen New Gen kapsamında bu sezon ilk defa "Pioneering Designers" seçkisi ile genç ve yetenekli tasarımcılar, karma defileler ile koleksiyonlarını sundular. Pioneering Designers l'de Futuristiklover, Mehmet Emiroğlu, Şebnur Günay, Pioneering Designers l'de ise Emre Pakel ve Seydullah Yılmaz İlkbahar/Yaz 2020 koleksiyonlarını MBFWI podyumuna taşıdı.

Her sezon desteklediği tasarımcının defilesini sunan etkinlik isim sponsoru Mercedes-Benz Türk, bu sezonda Türk moda sektörünün parlayan isimlerinden Kadir Kılıç'ın İlkbahar/Yaz 2020 koleksiyonunu "Mercedes-Benz Presents Miin by Kadir Kılıç" ismiyle sundu.



THE CORE ISTANBUL, TÜRK TASARIMCILARI VE MARKALARI BULUŞTURDU



Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul ile eş zamanlı ve aynı mekanda gerçekleşen, beş yıldır yerli ve yabancı satın alma sorumlularını, genç moda girişimcilerini, moda basını mensuplarını bir çatı altında buluşturan ve yeni iş birliklerine zemin hazırlayan The Core Istanbul, bu sezon 10-11 Ekim tarihleri arasında misafirlerini ağırladı.

Etkinlik kapsamında, İstanbul alanında modayı farklı boyutlarıyla ele alan sekiz panel düzenlendi. 20'nin üzerinde köklü ve gelişmekte olan tasarımcının yanı sıra 10'a yakın tasarım markasının katılımıyla moda endüstrisine güncel ve yaratıcı çözümler sunan The Core Istanbul, bu sezon "Meet the Talents" alanında 30'a yakın genç ve yetenekli Türk tasarımcının hazırladığı, sınırlı sayıda tasarımı da sektör profesyonelleri ile buluşturdu. Londra, Milano, Varşova, Riyad ve Madrid gibi farklı şehirlerden Harvey Nichols Riyad, Studio Zeta ve Rainbowwawe gibi dünya çapında prestijli mağaza ve showroom'ları temsilen gelen uluslararası satın alma sorumluları, iki gün boyunca Türk marka ve tasarımcılarla tanışma fırsatı buldular.



Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un ilkbahar/Yaz 2020 sezonu ile eş zamanlı ve aynı mekânda gerçekleşen The Core İstanbul, moda haftasının satışa yönelik boyutunu oluşturmasının yanı sıra, beş yıldır yerli ve yabancı satın alma sorumlularını, genç moda girişimcilerini ve moda basını mensuplarını tek bir çatı altında buluşturmaya devam ediyor.

MUSTAFA GÜLTEPE

“THE CORE İSTANBUL DÖRT DÖRTLÜK EYLEM PLANI AÇISINDAN ÇOK ÖNEMLİ”

The Core İstanbul, MBFWI organizasyonunu üstlenen İHKİB'in "Dört Dörtlük Eylem Planı" doğrultusunda tasarım odaklı ihracatı artırma hedefinde önemli bir yer tutuyor. İHKİB 17,6 milyar dolar olan sektör ihracatını, hazır giyim sektörünün modaya evrilmesiyle birkaç katına çıkarmayı hedefliyor. Bu sebeple de MBFWI'nın altyapısını güçlendirmeye çalışıyor.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, yaptığı açıklamada etkinliğin önemine vurgu yaparak, "The Core İstanbul, İHKİB olarak hayata geçirdiğimiz Vizyon Belgesi çerçevesindeki Dört Dörtlük Çalışma Programı açısından bizim için oldukça önemli bir etkinlik. Bir hazır giyim ürününün ortalama 20 dolar/kg olan birim fiyatı marka etkisiyle üç katına, özel tasarım olması durumunda beş katına çıkabiliyor. Bu da tasarım, moda ve markanın çarpan etkisiyle ihracatın geometrik artışını sağlıyor. Yüksek katma değerli tasarımcı ürünlerinin ihracattaki payını artırmayı öngören bu plan doğrultusunda, The Core İstanbul ile hem marka ve tasarımcıları satın alma sorumluları ile buluşturuyoruz hem de marka ve tasarımcılar arasında farklı iş birliği modellerini artırmayı hedefliyoruz" dedi.

GÜNEŞ GÜNER

“THE CORE İSTANBUL KULUÇKA MERKEZİ OLMAYI HEDEFLİYOR”

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul Kreatif Direktörü Güneş Güner de The Core İstanbul ile ilgili olarak, "Defilelerde koleksiyonlarını gösterme imkanına sahip tasarımcı ve markaların yanı sıra genç moda girişimcileri de bu alanda farklı koleksiyon parçalarını sergileme ve değerlendirme imkanı buldular. The Core İstanbul, gelecekte yeni iş birlikleri için de bir kuluçka merkezi olmayı hedefliyor. 20'nin üzerinde köklü ve gelişmekte olan tasarımcının yanı sıra 10'a yakın tasarım markasının katılımıyla moda endüstrisine farklı tasarımsal çözümler sunan bu yaratıcı platforma, bu sezon farklı bir deneyim de eklendi. "Meet the Talents" alanında genç Türk tasarımcılarının hazırladıkları limitli parçalar oldukça ilgi çekti" sözleriyle düşüncelerini dile getirdi.

MARKA VE TASARIMCILAR BİR ARADA

The Core İstanbul kapsamında ilkbahar/yaz 2020 koleksiyonlarını sergileyen marka ve tasarımcılar arasında bu sezon Anais&Margaux Paris, Can Oker, Ceren Ocak, Eclectic Concept, Exquise, Filiarmi, IP217, Jaquette, Join Us, Karma Blue Bleu, Kith & Kin, Lug von Siga, Mert Erkan, Futuristiklover & Mehmet Emiroğlu, Mehmet Korkmaz, Mehtap Elaidi, Meltem Özbek, Miin by Kadir Kılıç, Muun, Natalie Kolyozyan, Özlem Erkan, The Royal Gang, Y Plus by Yakup Biçer, ZELL ve Zeynep Erdoğan yer aldı.



NEW GEN DEFİLESİ, MBFWI'YA ENERJİ VE DİNAMİZM KATTI

12 yıldır sektöre tasarımcı yetiştiren Türkiye'nin önde gelen moda okulu İstanbul Moda Akademisi'nden mezun olan ve sektör profesyonellerinden oluşan bir jüri tarafından seçilmiş olan tasarımcılar, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında "New Gen by İMA" defilesinde koleksiyonlarını sergiledi.

İstanbul Moda Akademisi'nde moda tasarımı eğitimi tamamlamış genç yetenekler, her yıl sektörün uzman isimlerinden oluşan jüri değerlendirmesi sonucu seçilerek koleksiyonlarını Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da (MBFWI) sergileme fırsatı buluyor.

İMA moda tasarımı lisans ve lisansüstü master class programlarından bu yıl mezun olan, jüri tarafından seçilen 13 tasarımcı, MBFWI kapsamında New Gen by İMA defilesinde yer aldı.

"Dream a Dream" yani "Düşünü Düşle" teması altında toplanan genç tasarımcılar; Atlan Toygar Rona, Arda Paris Akay, Ayça Canan, Avishan Daneshfar, Beyza Nur Eyüboğlu, Engin Ekinci, Essin Baris, Ezgi Karayel, Gülşah Aypak, Natallia Korkmaz, Senem Kula, Sevgi ve Sevilay Yıldırım'ın sundukları koleksiyonlar, sektör profesyonellerinden oluşan Türk ve yabancı davetlilerin takdirini kazandı.

Moda haftasına enerji ve dinamizm katan defileyi izlemeye gelenler arasında sanat dünyasından oyuncu Kubilay Aka, Burak Yörük, Beran Özel, Zeynep Elçin, moda ve iş dünyasından Levent Erden, Nur Bilen Yavuzer, İsmail ve Batuhan Kutlu, Mehtap Elaidi, Anadolu Efes Basketbol takımından Çağatay Duygun, Sertaç Şanlı, Tolga Geçim de vardı.



GENÇ YETENEKLER MODA HAFTASINDA “PIONEERING DESIGNERS” DEFİLESİYLE YER ALDI

İstanbul Moda Akademisi mezunları arasından seçilen New Gen tasarımcıları, kendi kanatlarıyla uçtukları “Pioneering Designers I-II” adıyla düzenlenen defileler ile Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul podyumunda yer aldı.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından desteklenen Pioneering Designers I ve II defilelerinde beş genç tasarımcı koleksiyonları sunuldu. Pioneering Designers I’de Muhammed İloğlu, Mehmet Emiroğlu ve Şebnur Günay; Pioneering Designers II de ise, Emre Pakel, Seydullah Yılmaz 2020 İlkbahar – Yaz Koleksiyonlarını tanıttı.



MUHAMMED İLOĞLU HAKKINDA

2017 yılında katıldığı 25. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması’nda ilk 10 finalist arasında yer alarak İMA’da Master Class Moda Tasarımı eğitimi ödülü kazandı. İMA’da aldığı yüksek lisans eğitiminden mezun olduğu yıl New Gen tasarımcıları arasına seçilen İloğlu, New Gen defilesine çıkmaya hak kazandı. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi mezunu olan ve katıldığı çeşitli workshoplar ile deneysel tasarımla ilgili çalışmalar yapan İloğlu, 3. Tasarım Bienali kapsamında İKSV ve H&M’in düzenlediği “Fashioning the Future” sergisinde 20 genç tasarımcı arasında yer aldı.

Koleksiyon Hakkında:

Muhammed İloğlu, 2020 İlkbahar-Yaz kadın hazır giyim koleksiyonunda renklerin özgür bırakılıp formlar ile insan bedenine olan hapsi konu ediyor.

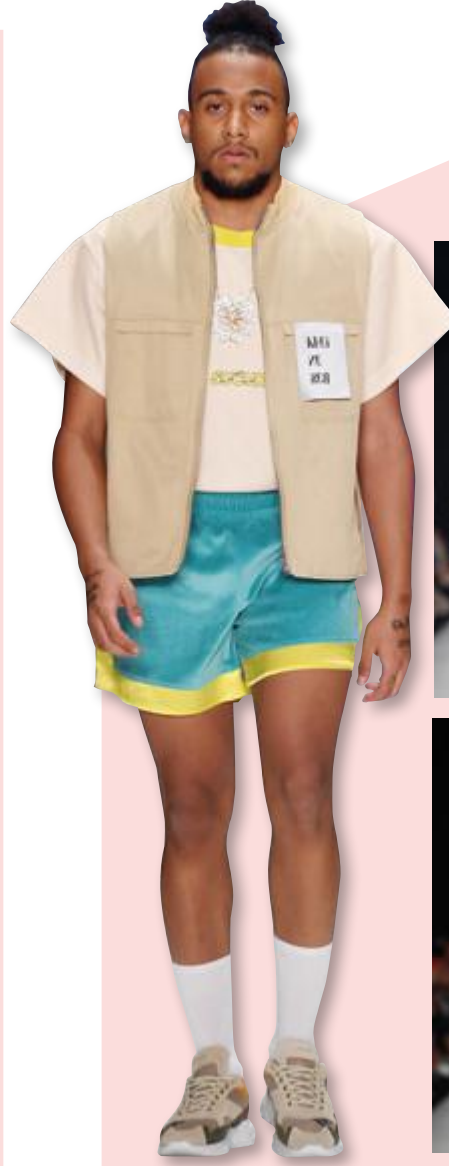
Tesera; yani “hiperküp” Yunanca “dört” anlamına geliyor ve aynı zamanda dördüncü boyutu temsil ediyor. Dördüncü boyut ise; “zaman” demek. İnsan ilk üç boyutta özgürdür, dikey ve yatay hareket edebilir fakat 4. boyutta bedenine sıkışık kalmıştır, zamanda hareket edemez.

MEHMET EMİROĞLU HAKKINDA

2017 yılında katıldığı 25. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nda 1. olan Mehmet Emiroğlu, İMA'da Master Class Moda Tasarımı eğitimi ödülü kazandı. Aynı yıl marka tescili edinerek kurumsal firmalara tasarım danışmanlığında bulundu. Sabancı Üniversitesi "Visual Arts and Visual Communication Design" bölümünde eğitim aldı. Sabancı Enstitüsü'nde aldığı 2 yıllık Hazır Giyim Tasarımı ve Teknolojileri eğitiminin ardından Studio Arzu Kaprol'de başladığı stajından sonra Simay Bülbul'ün tasarım ekibinde 3 yıl deri ve deri konfeksiyon tasarımları yaptı. Koleksiyonu "Skip Ad"i 2018 yazında tanıttı. Yakında çıkaracağı ikinci markası olan "Out of Concept" için de altyapı çalışmalarına halen devam ediyor.

Koleksiyon Hakkında:

'Ülkemizde Kadın Olmak Çok Zor' gibi klişe bir başlangıç yapmak istemese de Mehmet Emiroğlu hem kadın olmanın hem de kadın olup özgür olmanın çok zor olmasını masaya yatırdığı "Mahizer" adlı 2020 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu'nda kadın olmanın ötesinde, hüküm giymiş ve tahliye olmuş kadınları konu ediniyor. Mahize', tahliye edilmiş mahkûm kadınların emekleriyle hazırlanan bir koleksiyon olma özelliği taşıyor. Emiroğlu koleksiyonunu, "Hem onlara ihtiyaç duydukları istihdamı hem de hak ettikleri ikinci şansını vermeye andandı" diye özetliyor.



ŞEBNUR GÜNAY HAKKINDA

Belçika doğumlu olan Şebnur Günay, 2014 yılında İstanbul'a taşındı, İstanbul Moda Akademisi'nde önce kalıp ve dikiş eğitimi alan Günay, moda tasarımcısı olmak üzere İMA'da Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı eğitimine katıldı. Lisans eğitimini tamamlayan tasarımcı, Belçika-Anvers'teki Royal Academy of Fine Arts 'da eğitimine devam ediyor.

Koleksiyon Hakkında:

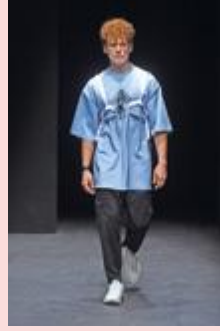
Tasarımcı, kendi hayatını kayıt altına aldığı, hayatını, çevresini gözlemleyerek yaşadığı her şeyi ve tercihlerini seri halde koleksiyonlarına yansıtarak bir günlük tutuyor. "Koleksiyonlarım benim günlüğüm, devam eden seriler gibi..." diyen tasarımcı, ait olduğu kültürün, günümüz dünyası ile olan ilişkisini kendi gözlemleriyle ve algılarına göre yorumlayarak bir nevi günlük hayatını ürünlere yansıtıyor.

EMRE PAKEL HAKKINDA

EİB Moda Tasarımı Yarışması'nda 2017 yılında birincilik ödülünü almış olan tasarımcı, DENİB 5. Ev ve Plaj Giyimi Tasarım Yarışması'nda 2.'lik ödülüne layık görüldü. İstanbul Moda Akademisi'nde Master Class Moda: Tasarımı Programı'na katıldı. 2018 yılında Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nda ikincilik ödülünün sahibi oldu ve aynı yıl Central Saint Martins'te yüksek lisans programına kabul edildi. Tuvana Büyükcınar, Beymen Academia, Nihan Buruk, Damat-Tween gibi marka ve tasarımcılarla çalışmış, Sanayi Nefise İstanbul adlı markanın ilk koleksiyonunu kendi adıyla iş birliği içinde hazırlamış olan Pakel, 2018 Haziran ayında kendi markası olan "Pakel"i oluşturmuştur.

Koleksiyon Hakkında:

Pakel "Pakel Cooperation" adlı koleksiyonunda ABD'nin dünyaca özenilen Hollywood stillerine tepki olarak özgür yeni Japon sokak stili ele alınıyor. Japon sokak modasının özgün duruşu ile eleştirel bir bütünlük sunan koleksiyonda, bu sefer bombalar Hiroshima yerine Amerika'da son buluyor. Özendirilen yerine, Uzak Doğu'nun alt kültür grubunda kendi stilleri ile ayrılan elektro kültürünün genç ve dinamik erkek stili öne çıkıyor.



SEYDULLAH YILMAZ HAKKINDA

2018 yılındaki Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nda ilk 10 finalistten biri olan Yılmaz, İstanbul Moda Akademisi'nde Master Class Moda Tasarımı eğitimi aldı. Lisans eğitimini Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nde tamamlayan Seydullah Yılmaz, çeşitli workshop ve atölyelere katıldı. Tergan ile Çanta Tasarımı Projesi, Erdek Belediyesi ile beraber Doğal Çevrede Lif Sanatı Projesi, Adana İnovasyon Haftası'nda "Çukurova'da Hayat Pamuk İpliğine Bağlıdır." Projesi ve Tasarım Vakfı'yla beraber Mardin-Midyat Miras Semboller Projesi'nde yer aldı.

Koleksiyon Hakkında:

Koleksiyon, yenilikçi bir tema olan "Aerodynamics Dadaizm" akımıyla retrofütürizm ve fütürizm akımlarını birleştirerek, geçmişte ve gelecekte aerodynamics'in nasıl kullanıldığını yansıtıyor. Tasarımlarının formlarında deneysel bir yöntem izleyen tasarımcı, aerodynamic ile kıyafet içine ısı entegre etmeyi hedefliyor. Kumaşları kullanmaya farklı bir yorum getiren tasarımcı, sentetik lifli kumaşların giysilerde kullanımının artmasıyla birlikte, lifin sadece hava geçirmesi ve ısıyı barındırmasıyla bitmediğini, aynı zamanda form olarak da aynı ısı ve hava dengesinin sağlanabileceğini gösterdi.

DERİMOD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI
ÜMİT ZAIM

“DERİYİ, MODAYA
SOKMAK İÇİN
DERİMOD’U
KURDUM”

S eneler boyunca Türkiye'nin önde gelen deri üretim ve konfeksiyon firmalarında çalıştıktan sonra 1974 yılında beş dikiş makinesi ile Derimod'u kuran firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Zaim, Derimod'un bugünlere gelişini "Önceleri sadece deri ceket üretimi yapıyorduk. Aradan bir süre geçtikten sonra yanıma kız kardeşim Zerrin'i aldım ve iki kardeş sırt sırta verip çalışarak, bugünlere geldik" deyip, 45 yılı iki cümleye sığdırsa da onun hayata geçirdiği asıl şey, sadece bir deri markası değil; derinin moda sızması, sektörün markalaşma süreci, yurt dışına açılması ve derinin reklam yüzüne dönüşmesi süreci.

Birkaç dikiş makinesinin başında "Türkiye'de deriyi moda sokacağım" demişti. Bunu yaptı da. Bugün hazır giyim sektörünün tüm çıktılarını deri ile yapmak mümkün. Türkiye'deki ve dünyadaki onlarca mağazasını her geçen yıl artıran firma, hızlı büyümesini sürdürmeye devam ediyor.

"ALMANYA'YA ARKAMIZDAN 10 DERİ FİRMASI GELDİ"

Kurulduktan hemen sonra markalaşma yoluna giden ve ihracata yönelen Ümit Zaim, ihracata ilk başladığı yıllarda deri sektörü için örnek oluşturduklarını belirtiyor ve başlıyor ihracat yıllarını anlatmaya: "1970'lerde ve 80'lerde, Türk deri sektörü için ana pazar Almanya'ydı. Ben, iyi derecede Almanca bildiğimden, çok kolay hareket edebiliyordum. O zamanlar, lisan bilmek büyük bir ayrıcalıktı. Bunun avantajını kullanarak, Türkiye'de faaliyete geçtikten üç yıl sonra, Düseldorf'ta kendi firmamızı kurduk. O dönemde Çin, Hindistan, Kore bize rakip bile değildi. En büyük rakibimiz İtalya'ydı ki, Almanya pazarına girdikten sonra onlara bile kök söktürdük."

Derimod'un Almanya pazarına girmesinden sonra, 1980-85 arasında, Düseldorf'a 10 Türk deri firmasının daha geldiğini aktaran Ümit Zaim, şöyle devam ediyor: "O dönem Almanya'da, Türklere deri modasında gerçek söz sahibi oldular. Biz, Derimod olarak bütün sektöre vizyon gösterdik. Almanya ve Fransa'da 100'den fazla fuara katıldık. Yurt dışına açıldığımız günden bu yana, Avrupa deri piyasasında ve modasında öncü isim olarak anılmaya devam ediyoruz."

25 yıl boyunca ihracatta büyük

başarılar elde ettiklerini dile getiren Zaim, "İhracatta, en başarılı birkaç firmadan biriydik. Üst üste 30 milyon dolar yaptığımız yıllar oldu. Avrupa'nın en büyük bir iki deri firmasındandık. Yıllarca hem kendi koleksiyonumuzu sattık hem de Boss, Lagerfeld, Daniel Hechter ve Armani gibi dünya moda devlerine üretim yaptık" diyor.

SEKTÖRE RUSYA ETKİSİ

90'lı yıllarda Türkiye'de Rusya furçasının başladığını belirten Zaim, Rusların Türkiye piyasasında önemli yer edinmeye başladığını söylüyor ve şöyle anlatıyor, sektöre Rusların etkisini: "Bu durum, normal düzeyde gelişen deri ihracatımıza azımsanmayacak bir sekte vurdu. Kısa zamanda sektör, çok paralar kazandı. Kapalıçarşı'da Rusça bilen Bulgar ve Makedon tezgahlar arkadaşlar, deri firmaları kurdular. Sektörde pazarlama, hızlı bir şekilde onların eline geçti. Bu durum, 15-20 yıl böyle devam etti.

Her sektörde olduğu gibi bu dönemde de lüzumsuz çok fazla tabakhane kuruldu, bugün bunların yüzde 70'i çalışmıyor.

Biz, Rusya piyasasına son dönemde girdik. Rusya'nın altın çağını yaşamadık. Tabi, bu dönemde deri ve işçilik fiyatları aşırı kârlı satışlar yüzünden inanılmaz arttı. Avrupalı ihracatçılar da Türkiye'yi bırakıp, Çin, Kore ve Hindistan'a gittiler. Maalesef, sektör şu anda halen bu dönemin olumsuz etkilerini yaşıyor."

İHRACATTAN PERAKENDEYE GEÇİŞ

95'li yıllarda AVM furçası ile yeni mağazalarını AVM'lerde açmaya başlayan Ümit Zaim, bu çoklu yapıların, tüketici tercihlerinin değişmesinde rol oynamaya başlaması ve rekabeti artırması ile ürün yelpazesini artırması gerektiğini fark etmiş. Bu uyanış da Derimod'un deri ceket sektörünün yanına ayakkabıyı eklemesini sağlamış.

"Kız kardeşim Zerrin dedi ki, 'Ya bu mağazaları kapatalım ya da bize en uygun ürün olan ayakkabıya girelim', ben de kabul ettim. O, ayakkabının başına geçti ve deyim yerindeyse, hayatını ayakkabıya adadı. 25 senede de ayakkabıda en üst seviyelere çıktık" diyen Zaim, Derimod'un DNA'sında dünya kalitesinde iş yapmak olduğunu söylüyor ve "En iyisini yapacağımıza inanmadığımız bir işin altına imza atmamız" diye nokt alıyor.

“

Biz, Rusya piyasasına son dönemde girdik. Rusya'nın altın çağını yaşamadık. Tabi, bu dönemde deri ve işçilik fiyatları aşırı kârlı satışlar yüzünden inanılmaz arttı. Avrupalı ihracatçılar da Türkiye'yi bırakıp, Çin, Kore ve Hindistan'a gittiler. Maalesef, sektör şu anda halen bu dönemin olumsuz etkilerini yaşıyor.



100
MİLYON DOLAR
Yıllık ciro

883
İstihdam edilen
kişi sayısı

95
Yurt içi mağaza
sayısı

11
Yurt dışı mağaza
sayısı

İLKLERİN FİRMASI DERİMOD

- 40 sene önce Avrupa'dan stilist ve teknik elemanlar getiren,
- Derinin özgül ağırlığını yarı yarıya indiren.
- Sektörde ilk basın ve TV reklamını yapan,
- Giyim sektöründe halka ilk açılan,
- Deriyi moda sokan,
- Almanya ve Amerika'da ilk showroom'u açan firma.

Zaim, iç pazardaki büyümelerini bitirdiklerini ve hedeflerini tamamıyla yurt dışına yönelttiklerini belirterek, "Bugün itibarıyla Türkiye'nin bütün önemli şehirlerinde şubelerimiz var. Şu an Türkiye'de 95 mağazamız bulunuyor. Kıbrıs'ta üç, Kırgızistan'da üç, Özbekistan'da bir, Azerbaycan'da bir, Kosova'da bir ve Cezayir'de iki olmak üzere yurt dışında da toplam 11 mağazamız var. 2020 hedefimiz ise yurt dışında 20 mağazaya ulaşmak" diyor.

"BU SEKTÖRE ÇOK EMEK VERDİK"
Derimod, Türkiye'de ve dünyada derinin bir moda ürünü olması noktasında, önemli başarılarla imza atan ve sektöre ilkleri kazandıran bir firma.

Bundan yaklaşık 50 yıl evvel, dayanıklı ve soğuktan koruyan mont, ayakkabı ve çanta olarak işlev gören; bekçi, polis ve şoförlerin giydiği deri, Ümit Zaim sayesinde farklı bir boyuta geçti. İşlevselliğin yanında şıklık da önem kazanmaya başladı, farklı ürün çeşitleri ortaya çıktı. Beş dikiş makinesi ile Derimod'u kurduğunda, "Ben, deriyi moda sokacağım" vizyonu ile hareket eden Ümit Zaim, deriyi kumaş gibi işleyerek, dediğini yaptı ve deriyi moda haline getirdi.

Sektörün gelişimindeki öncü rolü, başarılı uygulamaları ve seneler içinde oluşturduğu örnek çizgisi ile rakipleri de dahil olmak üzere iş dünyasının tüm kesimlerinde saygı uyandıran Zaim, 45 yıl önce "deriyi kumaş gibi işlemek" sloganından yola çıkarak, sektör için genişlettiği yolu daha da büyütme devam ediyor.

Derimod sayesinde derinin moda olduğunu dile getiren Ümit Zaim, Derimod'un yıllar boyunca bir okul misyonu yüklediğini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Biz, bu sektöre çok emek verdik, çok eleman yetiştirdik. Avrupa'dan ustalar ve stilistler getirttik. İşi önce biz öğrendik, ardından da onlarca makineci, modelist ve pazarlamacıya öğrettik. Bizden ayrılanlar diğer firmalara kaliteyi götürdüler. Tüm çalışanlarımızın gelişimine büyük hassasiyet gösterdim, başarılı olmaları için çaba sarf ettim." İçeride kurduğu kalifiye sistemi piyasaya kalite ve memnuniyet olarak aktardıklarını söyleyerek, "Tüketicilerimiz, Derimod'dan bir ceket aldığı zaman parasının karşılığını aldığını bilir. Derinin



şekil değiştirmiş olması ve farklı formlara bürünmüş olması kaliteden ödün vermemize sebep olmadı. Bu sebeple, yaklaşık yarım asırdır hem mağaza hem de müşteri sayımızı artırmaya devam ediyoruz" diye ekliyor.

"DERİ İHRACATININ ARTMASI İÇİN ESKİ SİSTEME DÖNMEK GEREKİYOR"

Deri sektörünün 1980'li yıllardaki şaşaalı günlerine dönebilmesi için eski sisteme dönülmesi gerektiğine dikkat çeken Ümit Zaim, "Global sektörde eski gücümüzü geri kazanmak için eski sisteme dönmek lazım. Belli bir ülke belirleyip, orada showroom açacaksınız veya kendi firmanızı kuracaksınız. Müşteri ve pazarla iç içe olacaksınız. Biz, bunu başarmıştık. Hem de devletten hiçbir teşvik görmeden. Halbuki şimdi o kadar çok teşvik var ki" diyerek, sektörün devletin imkanlarını daha sistemli kullanması gerektiğini vurguluyor.

Diğer yandan dünyadaki değişen dengelere de uyum göstermek gerektiğinin altını çizen Zaim, "E-ticaret günümüzün en önemli konusu. Ciromuzun şu an yüzde 6'sı buradan geliyor. Hedefimiz, bu oranı önümüzdeki yıl yüzde 10'lara çıkarmak. E-ticarette insana ve teknolojiye yatırımlarımız devam ediyor, meyvelerini de önümüzdeki günlerde görmeye başlayacağız" şeklinde konuşuyor.

Katılımcı sayısı	350
Katılan Türk firması sayısı	20
İTKİB patronajında katılan firma sayısı	5
Fuar alanının büyüklüğü	15.717 m ²
Firmalarımıza tahsis edilen toplam alan	186 m ²
Ziyaretçi sayısı	18.000



CHILD & JUNIOR MOSCOW MOSKOVA'NIN ÇOCUK GİYİMİ PAZARINDAKİ TEKELİ

Dünyanın en başarılı çocuk giyim, aksesuar, ayakkabı ve hamile kıyafetleri fuarı olan Child & Junior Moscow (CJF) Fuarı'nın, 23. sezonu 24-27 Eylül tarihleri arasında Krasnaya Presnaya Expocentr'da gerçekleşti.

Çocuk giyim, aksesuar ve hamile kıyafetleri alanında dünyanın en büyük markalarını aynı çatı altında buluşturan fuar, 350 katılımcı ve 18 bin ziyaretçinin eşliğinde sona erdi.

Rusya ekonomisinin son dönemlerde yaşadığı olumlu gelişmelerin ışığında parlak bir sezon geçiren fuar, bu sene piyasa hakkındaki en güncel bilgileri, yeni trend ve teknolojileri aktardı. Fuar, marka ve firma imajının tanıtılması, satış çözümleri, potansiyel ortaklıklar adına son derece önemli bir etkinlik.

2007 yılında Mir Detstva Sergisi'nin bir parçası olarak hayatına başlayan Child & Junior Moscow



Dünya çocuk moda endüstrisi için benzersiz bir iletişim platformu olan Child & Junior Moscow (CJF) Fuarı, firma imajının tanıtılması, satış çözümleri, potansiyel ortaklıklar adına son derece önemli bir etkinlik.



Fuarı, geçen 12 sene içinde küçük bir sergiden etkili bir pazarlama aracına dönüştü. Yeni yatırım araçları ve ticari ilişkiler oluşturmak adına önemli bir platform olan CJF Fuarı, tüm dünyadan çocuk moda endüstrisi ve profesyonelleri için eşsiz bir iletişim aracı. CJF, her sene artan etkinlik sayısı, defileleri, seminer ve tanıtım organizasyonları ile de kendisine olan ilgiyi artırıyor.

Sektöre dair yapılan son araştırmalar, çocuk, genç ve anne kıyafetlerine yönelik ilginin giderek arttığını gösterirken, paralel şekilde CJF Fuarı'na olan ilgi de her sene yükseliyor. Doğu Avrupa pazarının en önemli çocuk hazır giyim fuarlarından biri olan CJF'de başta Rusya olmak üzere Doğu Blok'u ülkeleri, Orta Doğu ve Avrupa ülkelerinden gelen ziyaretçiler dikkat çekti.

Katılımcılar arasında Türkiye'nin yanı sıra Fransa, İtalya, Almanya, İspanya ve Çin gibi dünyanın önde gelen hazır giyim ülkeleri de yer aldı.

CJF, ÇOCUK GİYİMİ PAZARINDAKİ EN ETKİLİ KANALLARDAN BİRİ

Her geçen gün gelişen ve büyüyen Rusya çocuk ve hamile giyim piyasasından iyi bir pay edinmenin en önemli rolü her ülkede olduğu gibi burada da moda fuarlarından geçiyor. Ülkenin siyasi ve ekonomik başkenti olan Moskova da gerçekleşen CJF Fuarı, ülkede, sektörün tek belirgin uluslararası fuarı özelliğinde ve bu sebeple de son derece önemli. Ayrıca Expo Center fuar alanının sahibi olan Krasnopresenskaya Expocenter AO'nun organizatör olması, fuar için ciddi faydalar barındırıyor. Fuar, Moskova çocuk ve hamile giyim ve aksesuarları piyasasında sahip olduğu kilit rol özelliğiyle, bu pazar için en etkin kanallardan biri.

Rus alıcı profili, çocuk giyiminde, gelirlerine oranla ürün birim başına yüksek alımlar yapan bir kitle. Fuara milli katılım gerçekleştiren İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) de bu bilgi ışığında, katılım sağlayan firmaların; kendini Türkiye ve dünya çapında kanıtlamış, mali yapıları güçlü, kaliteli ürün üreten firmalar olması konusunda hassas davrandı.

İHKİB'DEN İLK MİLLİ KATILIM

İHKİB'in ilk kez milli katılım sağladığı fuara katılan Türk firmaları, geçen yılın Ocak dönemine göre Rusya ekonomisinde son dönemde yaşanan canlanmaya da paralel olarak ciddi anlamda bir müşteri ve talep artışını tecrübe ettiler.

Bu sene fuarda toplamda 20 Türk firması yer alırken, bunlardan beşi İHKİB patronajında katılım sağladı. Önümüzdeki sene bu sayının artacağı öngörülüyor.

Fuara katılan firmaların genel itibarıyla memnun olduğu gözlenirken, gelecek dönemlerde yoğun bir ilgi olacağı düşünülüyor.



ERCAN HARDAL
İHKİB YÖNETİM
KURULU ÜYESİ

“MİLLİ KATILIM İLE DAĞINIKLIĞI DİSİPLİNE ETTİK”

Türk firmaları bu fuara uzun bir süredir katılıyor. Ancak bireysel gerçekleştirilen bu katılım, firmalar için farklı fiyat politikaları, uygun olmayan stant yerleri gibi birtakım sorunları da beraberinde getiriyordu. Biz İHKİB olarak, bu sene itibarıyla başladığımız milli katılım ile bu dağınıklığı disipline ettik. Bu hem katılımcı firmalarımıza özgüven verdi hem de ülke imajını düzeltmek adına önemli bir adım oldu. Bir birlik beraberlik mesajı da vermiş olduk.

Son yıllarda Rusya ile olan ilişkilerimiz önemli ölçüde gelişse de ekonomik anlamda, 2013'ten bu yana yeterli bir gelişme kaydedemiyoruz. İhracatımız yeterli kadar değil. Bunu ilerletmek adına da tasarım ve inovasyona yöneldik. Rusya pazarının asıl istediği de bu çünkü bu konuda yeterli başarıyı yakalayabilmiş değiller.

Biz de tüm bunlar doğrultusunda, fuara katılacak olan firmaları kalite, imaj ve büyüklük süzgecinden geçirerek seçtik.

Bu sene fuara beş firma ile milli katılım sağladık ancak bu sayı Şubat sezonunda 15 olacak ve sonrasında 30'lara ulaşmasını sağlayacağız.

CJF FUARI 2019 2. DÖNEMİ ÇALIŞMALARI

İHKİB Info Standı: Türkiye moda sektörünün ve katılımcı firmaların tanıtımının yapıldığı standta 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 firmalarının 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.

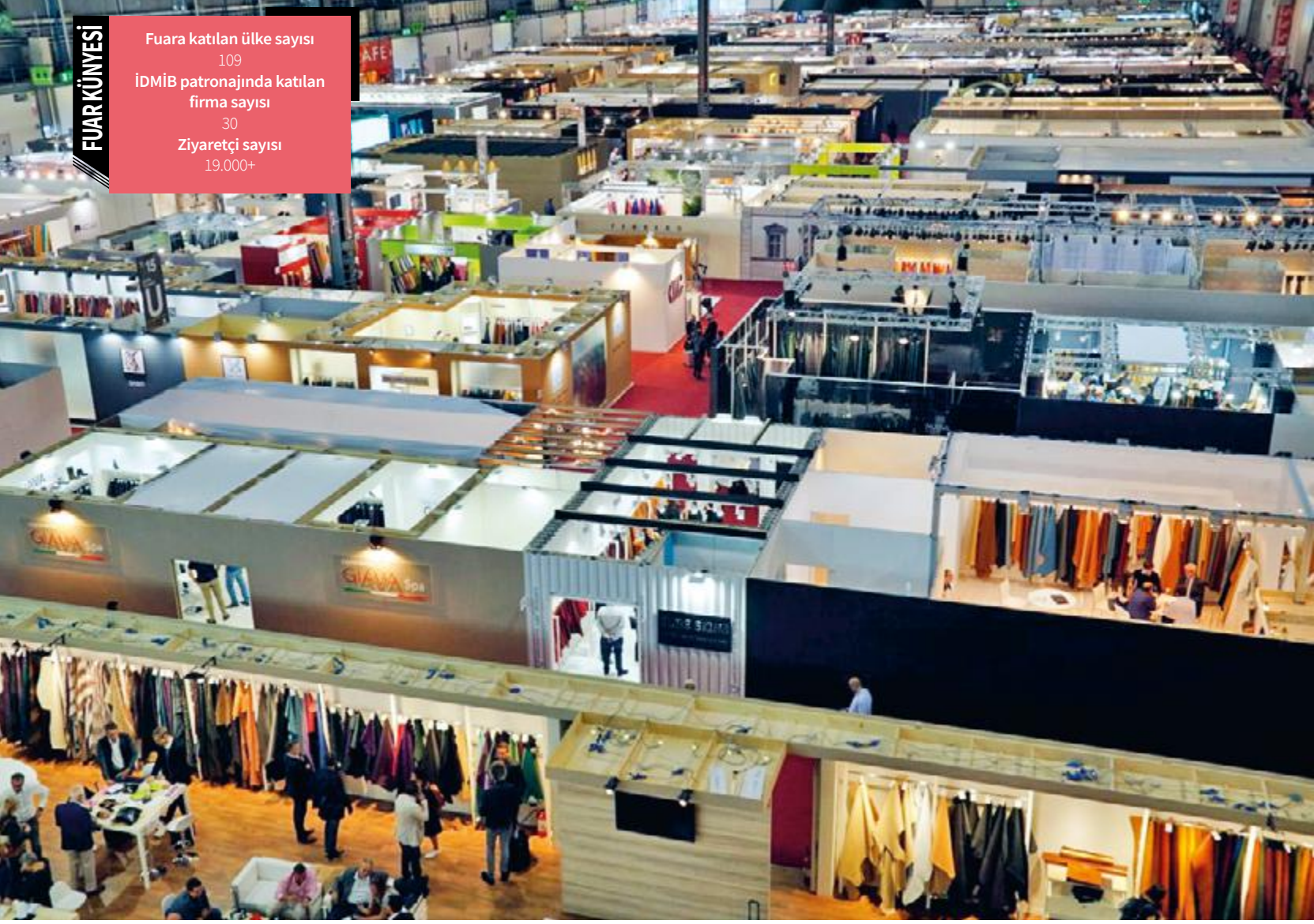
PR Tanıtım Çalışmaları: İHKİB patronajında katılan firmaların bilgilerini içeren özel bir katalog hazırlandı ve fuar boyunca ziyaretçilere dağıtıldı.

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

Ülkenin siyasi ve ekonomik başkenti olan Moskova'da gerçekleşen CJF Fuarı, ülkede, sektörün tek belirgin uluslararası fuarı özelliğinde ve bu sebeple de son derece önemli.



Fuara katılan ülke sayısı
109
İDMİB patronajında katılan
firma sayısı
30
Ziyaretçi sayısı
19.000+



LINEAPELLE FUARI'NA TÜRK FİRMALARI DAMGA VURDU

Deri ve deri mamulleri alanında dünyanın en prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Milano'da sezonun son etkinliğine Türk markaları damga vurdu. İDMİB patronajında 11. kez milli katılım sağlanan fuarda, Türk firmaları 100'ün üzerinde ülkeye ürünlerini sundu ve Türk deri sektörünün gelişmişliğini gözler önüne serdi.

Deri sektörü için uluslararası bir buluşma sahnesi olan Lineapelle Milano Fuarı, gelecek sezon için en iyi koleksiyonları, trendleri tanıtan büyük bir şov.

Ayakkabı, çanta, giyim, aksesuar ve döşeme de dahil olmak üzere, deriye dahil her şeyi bir araya getiren Lineapelle Milano, sadece yaratıcılık, kalite, lüks ve spesifik ürünlerin sergilendiği değil, ekolojik sürdürülebilirliğe yönelik çalışmaların da gösterildiği önemli bir etkinlik.

Sektörün niş tarafını temsil eden fuar sistemi, seçkin stili ve müşteri hizmetleri ile her sene düzenli katılım sayısını artırıyor. Fuar sektöründeki son trendler ve yenilikler konusunda çeşitli seminerler de eşlik ediyor.

Dünyadaki deri talebini artıran inovatif bir yapıyla karakterize edilen Lineapelle, yılda iki kez, yaz ve kış koleksiyonlarını beğeniye sunuyor. Dünyadaki bilinirliği her geçen yıl daha da artan fuarın, Lineapelle New York ve Lineapelle Londra olarak iki ayağı daha bulunuyor.

Alanında dünyanın en önemli fuarlarından biri olan Lineapelle Milano'nun ikinci sezonu bu sene, 2-4 Ekim tarihleri arasında gerçekleşti.

İDMİB'DEN 11. KEZ MİLLİ KATILIM

Deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli fuarlarından biri olan Lineapelle'da Türk deri mamulleri İDMİB'in önderliğinde gerçekleştirilen Milli Katılım ile 11. kez tüm dünyadan alıcılar ile buluştu. 2-4 Ekim 2019 tarihleri arasında gerçekleşen; her geçen gün milli katılım firma sayısı ve katılım alanı artan fuarda bu dönem 30 firma İDMİB milli katılım organizasyonunda yer aldı. Katılımcılar, 107 farklı ülkeden 19 bini aşkın alıcıya koleksiyonlarını sundu.

Fuar süresince, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, Başkan Yardımcısı Güven Karaca ve Milano Ticaret Ataşesi Emre Öztelli, Türk katılımcıları stantlarında ziyaret ederek fuara ilişkin görüş ve değerlendirmelerini dinledi. Ekip, fuar idaresi ile de ayrıca görüşmeler gerçekleştirerek, fuarı Türk firmaları için daha da verimli hale getirmeye yönelik görüş alışverişinde bulundu.

Fuar öncesi ve sürecinde tanıtım çalışmaları ile de sektörün bilinirliğini artırmak için çalışan İDMİB, billboard ve katalog tanıtımlarının yanı sıra, sosyal medya aracılığı ve e-mail servisi ile de Türk firmalarını alıcılar ile buluşturdu. Mailing uygulaması ile yaklaşık 30 bin alıcıya ulaşılırken, sosyal medya reklamları ile ise 360 bin kişiye milli katılım firmaları tanıtıldı.



GÜVEN KARACA

İDMİB Başkan Yardımcısı

“LINEAPELLE, SEKTÖRÜN GÜCÜNÜ HAYKIRDIĞIMIZ BİR PLATFORM”

Dünya deri sektörünün en güçlü ve en prestijli fuarlarının başında gelen Lineapelle; sahip olduğunuz çeşitliliği, know how'ı, kaliteyi dünyanın beğenisine sunduğunuz ve sektörün gücünü haykırdığınız bir platform.

Avrupa, pazarından aldığımız payı daha da artırmak adına Lineapelle, çok önemli bir yerde duruyor. İDMİB olarak çok fazla önemseydiğimiz ve her geçen yıl katılımcı sayımızı artırdığımız bu fuardan, firmalarımızın memnun ayrılması bizleri son derece memnun ediyor. Doğru ürün ve doğru koleksiyon ile katılım sağlayıcılarımızın fuardan ciddi kazanımlarla ayrıldığını senelerdir gözlemliyoruz. Biz de İDMİB olarak, bu tecrübeden hareketle, firmaların daha yüksek fayda sağlaması için onları her sene bilgilendiriyoruz. Dünyadaki gelişmeler ve inovasyonları aktararak, yenilikçi kalmalarına gayret gösteriyoruz.



Ülke sayısı
80
Katılımcı sayısı
500
Alım heyeti sayısı
600
Ziyaretçi sayısı
30.000+
Fuar alan büyüklüğü
60.000 m²



AYMOD FUARI'NDA YABANCI SAYISI YÜZDE 32 ARTTI

Ayakkabı ve saraciye sektörüne yön veren binin üzerinde markanın katılımı ile bu sezon 62. kez düzenlenen AYMODO Fuarı'nın yabancı alıcı sayısında geçtiğimiz yıla oranla yüzde 32'lik bir artış yaşandı.

Alanında Türkiye'nin birincisi, dünyanın ise ikinci büyük etkinliği olma özelliğini taşıyan AYMODO- Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı, bu sene 3-6 Ekim tarihleri arasında CNR Expo Yeşilköy'de gerçekleşti. Hem katılımcılar hem de ziyaretçiler için arz ve talep arasındaki en önemli buluşma noktası olan AYMODO'da kadın-erkek ayakkabısından çizmeye, çocuk ayakkabısından bota, terlikten çantaya kadar olan klasik ve modern binlerce 2019-2020 Sonbahar-Kış ürünü görücüye çıktı. 600 kişilik alım heyetinin yer aldığı fuarda 500'ün üzerinde marka 10 binin üzerinde ürününü sergiledi. 30 bine yakın moda severin katıldığı fuara katılan yabancı sayısı da geçtiğimiz yıla oranla yüzde 32 arttı.

2023 yılında 2,5 milyar dolar ihracat hedefleyen ayakkabı sektörü için yurt dışı alım heyeti çalışmalarına yoğun bir mesai harcayan CNR Holding ve TASD, bu çalışmaların sonucunda aralarında Afrika, Almanya, Azerbaycan, Arnavutluk, Belarus, Beyaz Rusya, Beyrut, Ermenistan, Dubai, Fransa, Hırvatistan, Irak, İran, İsrail, İtalya, Kazakistan, Kırgızistan, Pakistan, Pekin, Romanya, Rusya, Ukrayna'nın da bulunduğu 80'in üzerinde ülkeden 600 kişilik alım heyetini AYMODO Fuarı'na getirdi. Türkiye ve Avrasya Bölgesi'nin en etkili ticari fuarı olan AYMODO, Orta Doğu, Doğu Avrupa, Balkanlar ve BDT Ülkeleri ve Afrika Ülkeleri için de ticari bir referans platformu. Fuar, bu yıl da yapılan ikili görüşmeler ile milyonlarca dolarlık iş bağlantılarının kurulmasını sağladı.



FUARIN SÜRPRİZ İSMİ KOBİ LEVİ OLDU

AYMOD Fuarı, yerli ve yabancı dünyaca ünlü tasarımcıların katıldığı T-Talks seminerlerine de ev sahipliği yaptı. Ayakkabıda sürdürülebilir ürünlerin gelecekte sağlayacağı faydalar, yeni tasarımlar, yeni trendler ve sektörün ekonomisinin tartışmaya açıldığı fuarın bu yılki sürprizi Lady Gaga'nın da ayakkabı tasarımcısı olan Kobi Levi oldu. Fuar süresince sıra dışı tasarımların yer aldığı "Artistik Ayakkabılar" koleksiyonunu sergileyen Kobi Levi, aynı zamanda T-Talks seminerinde ayakkabı sanatına dair serüvenini anlattı. T-Talks seminerlerinde ayrıca Türkiye Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımcıları Birliği Kurucusu Ahmet Baytar "Tasarım ve İlham Aldığı Akımlar", Ayakkabı Tasarımcısı Sezgi Beşli "Global Pazarda ve Türkiye'de Markalaşma", Ayakkabı Tasarımcısı Beste Cercis "Ekosistemdeki Sürdürülebilirliğin Bilinci: Muz Lifi Tabanlar", ECOALF'in Ayakkabı Direktörü Miguel Pomares "ECOALF: Çünkü Gezen B yok", Ayakkabı Tasarım Eğitmeni Pınar Ergün ise "2020 Ayakkabı Trendleri ve Ayakkabı Sektörünün Geleceği" başlıklı birer sunum gerçekleştirdi.

PLASTİK POŞETLERDEN AYAKKABI VE ÇANTALAR

Fuarda ayrıca Hollanda'dan gelen dünyaca ünlü tasarımcılar "Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Ekonomi" konsepti ile eserlerini

sergiledi. Dünyaca ünlü Hollandalı tasarımcıların sakızdan, plastikten ve bitkisel ürünlerden tasarladıkları ayakkabılar ziyaretçileri hayran bıraktı. Tasarımcı Mimar Eylem Pala Uluğ da aynı konsept içerisinde kendisine ait yöntemlerle atık plastik poşetleri kullanarak, vintage ayakkabıları yeniden yorumladığı koleksiyonunu tanıttı. Fuarda ayrıca Konyalı ayakkabı ustası Zahit Okurlar tarafından imal edilen, Guinness Rekorlar Kitabı'nda da yerini almış 455 numaralı dünyanın en büyük ayakkabısı da ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekti.

İDMİB BAŞKANI MUSTAFA ŞENOCAK STANTLARI ZİYARET ETTİ

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle de bu yıl 61'inci kez gerçekleşen fuarı ziyaret ederek, katılımcı markaların stantlarını gezdiler. Şenocak ve Gülle, firmaların fuara ilişkin beklentilerini dinleyerek, sektörün 2019 yılı projeleriyle ilgili bilgi verdi.

Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi standını da ziyaret eden Şenocak ve Gülle, okulun faaliyetleri hakkında bilgi alarak, öğrencilerin deri ürünleri ile yapmış oldukları tasarımları inceledi.

Fuara dair görüşlerini açıklayan Başkan Mustafa Şenocak, katılan yabancı sayısındaki artışın memnuniyet verici olduğunu söyleyerek, fuarın ihracata önemli katkılar sağladığını ifade etti.



Fuar süresince sıra dışı tasarımların yer aldığı "Artistik Ayakkabılar" koleksiyonunu sergileyen Kobi Levi, aynı zamanda T-Talks seminerinde ayakkabı sanatına dair serüvenini anlattı.

Fuara katılan
yabancı sayısı

%32
arttı.

GİTEKS

Konfeksiyon San. ve Tic. A.Ş.

GİTEKS YÖNETİM KURULU BAŞKANI
HAYRETTİN GÜMÜŞKAYA

“UZAK DOĞU
İLE REKABET,
ANADOLU'DAN
GEÇİYOR”

Geçtiğimiz sene Giresun'daki fabrikaların yanına Van fabrikasını da ekleyen Giteks'in Yönetim Kurulu

Başkanı Hayrettin Gümüşkaya, Türkiye'nin üretimini ve ihracatını artırabilmesi için Anadolu'ya daha fazla yatırım yapması gerektiğini vurgulayarak, "İstanbul ve diğer büyükşehirler ise finans ve tasarım merkezi olarak kalmalı" dedi.

Anadolu'ya yaptıkları yatırımlarla diğer firmalar için rol model oluşturmak istediklerini ifade eden Gümüşkaya, "Anadolu'ya yaptığımız yatırımların temelinde bir iş kültürü oluşturmak ve burada yaratılan know how'ın, teknolojinin, tasarımın içerde kalmasını istemek var" dedi.

Öncelikle Giteks'in kuruluş hikayesiyle başlayalım...

Giteks'in hikayesi çok yeni aslında; 2004 yılında başlıyor. 2000'li yıllarda Çin, maliyete dayalı yıkıcı bir rekabet ortamı yarattı. O yıllarda Türkiye'deki firmalar, üretimlerini küçük yerlere taşıyorlardı. Biz, daha o dönemde maliyet avantajlarını kullanarak Uzak Doğu ile rekabet edebilmenin yolunun, Anadolu'dan geçtiğini İstanbul'un ise mümkün olduğu kadar tasarım ve finans merkezi olarak kalması gerektiğini dillendiriyorduk. Bunun için bir rol model olmak istedik ve 2004 yılında teşvik yasalarının oluşturduğu uygun ortam ile Giresun'da faaliyete başladık. Giresun'da şu an iki fabrikamız bulunuyor. Giteks adı altında takım elbise, Giysun ile de gömlek üretimi gerçekleştiriyoruz.

Giresun, konfeksiyon için yeterli derecede uygun muydu?

Üretime başladığımız dönemde Giresun'da tekstile ve hazır giyime dair herhangi bir altyapı yoktu, emek gücü sektöre dair bilgiye sahip değildi.

Fabrikayı devreye aldığımız dönemde, ihracatçı birliğimizin gezici eğitim turları vardı. İlk konfeksiyon eğitimlerimize o turlarda başladık.

2004'ün Ekim ayında üretime 80 kişi ile başladık. Bugün geldiğimiz noktada bin kişilik bir istihdamımız söz konusu. Bugün Giresun, artık 20 bin kişinin çalıştığı bir tekstil kenti oldu. Bu süreci başlatan ilk firma olmaktan da gurur duyuyoruz.

Van'da geçtiğimiz sene hayata geçirdiğiniz fabrika da "Anadolu'ya yatırım taşımak" felsefesi üzerine mi kuruldu?

Anadolu'nun hemen tüm kentleri büyük bir potansiyel taşıyor ve örnek bir lokomotif ihtiyaçları var, tıpkı bizim Giresun'da yaptığımız gibi. Elbette Van'daki yatırımımızın da temelinde Anadolu'da üretim vardı.

Anadolu'ya yaptığımız yatırımlarla bir iş kültürü oluşturmak istemenin yanında burada yaratılan know how'ın, teknolojinin, tasarımın içerde kalmasını da istiyoruz. Kendi markalarımızı yaratıp ihracatımızı devam ettirmek adına bu son derece önemli. Türkiye, çok uzun yıllar daha tekstil ve konfeksiyondan para kazanacak, istihdam ve ihracata olanak sağlayacak. Türkiye'nin ihtiyaçlarına hızlı çözümler üretebilecek sektörden bahsediyoruz. Ancak tüm bunların yolu, Anadolu'dan geçiyor.

Anadolu'ya gitmek için vesileler oluşturmak gerekiyor. Bizim Van'daki vesilemiz de benim başkanlığı yaptığım "Van Dostluk Grubu" oldu. Bu tekstil ekibi ile beraber yatırım hayata geçirdik.

Van'daki 1,5 milyonluk nüfusun yaş ortalaması Türkiye ortalamasının çok altında ve gençler arasındaki işsizlik yüzde 60 civarında. Bu, konfeksiyon sektörünün büyümesi açısından ideal bir ortam. Diğer yandan Van'ın sektörel altyapısı da oldukça gelişmiş durumda. Devletin bu bölgeye dair pek çok teşviki bulunuyor; hazır bina veya arsa tahsis, istihdam yükünün az olması, kamusal yüklerin olmaması, stopaj ve sigorta bedelinin olmaması gibi...

Biz, ikinci yılımızdayız ve çok mutluyuz. Dileriz, Van için de bir lokomotif oluruz.

Giresun ve Van'ın size bölgesel olarak sağladığı avantajlar neler?

En büyük avantajları üretim maliyetleri. Çok daha düşük ücretlere yüksek ve kaliteli üretim sağlayabiliyoruz. Buradaki temel etkenlerden biri, bu şehirlerin İstanbul gibi büyük şehirlere oranla daha ucuz ve ulaşımı kolay olması. İnsanların güzel bir yaşam idame ettirebilmesi için ortaya konan ücretler daha makul. Siz oraya eğitimi ve iyi organizasyonu götürdüğünüzde sürdürülebilir bir üretim yakalayabiliyorsunuz.



Anadolu'ya yaptığımız yatırımların temelinde bir iş kültürü oluşturmak var. Bunun yanında burada yaratılan know how'ın, teknolojinin, tasarımın içerde kalmasını istiyoruz. Kendi markalarımızı yaratıp ihracatımızı devam ettirmek adına bu son derece önemli.





“
Van'daki fabrikamızı yüksek oranda son teknoloji ile donattık. Giresun'daki fabrikalarımızda da bu sistemi kademeli olarak devreye alıyoruz. Yatırım, sonu olan bir şey değil zaten. Giresun'da bu yıl sonunda bitirmeyi hedeflediğimiz 1,5 milyon TL'yi bulacak bir yatırımımız var.

Diğer yandan böyle yerlerde yetiştirdiğiniz bir elemanın çok fazla alternatifi yok. Çünkü nüfus belli ve zorlama bir göç yaşanmıyor. Bu sebeple koşullar el verdikçe, emekli olana dek sizinle çalışmaya devam ediyorlar.

Son yıllarda ülke genelinde yapılan lojistik altyapı iyileştirmeleri sayesinde lojistik sorunumuz da bulunmuyor. Ürün nakliyesi konusunda dünyanın her yerinden kumaş alabiliyoruz, ürünlerimizi ihraç edebiliyoruz.

Van'da istihdama ne kadarlık bir katkı sağlıyorsunuz?

Van'da şu an itibarıyla 150 kişilik bir istihdamımız bulunuyor ancak yatırımımız 500 kişilik. Fabrika tümüyle devreye girdiğinde bu sayıyı yakalayacağız. Biz de bu doğrultuda istihdam eğitimlerimize devam ediyoruz. Altı ayda bir İŞKUR ile ortak kurslar açıyoruz. Buradaki kurslarda eğitimini tamamlayanları istihdama aktarıyoruz.

Üretiminizin ne kadarını ihraç ediyorsunuz?

Van'daki üretimimiz şu an tamamen iç pazara yönelik. Giresun'daki üretimin ise yüzde 80'i ihraç ediliyor.

Günlük üretim hacminiz nedir? Hangi firmalar için üretim yapıyorsunuz?

Giteks ve Giysun firmaları Orka Holding ortaklığında kuruldu. Biz, bu ortaklığın üretim tarafındayız. Marka imajını ise onlar üstleniyor. Giresun'da içeriye yönelik yaptığımız yüzde 20'lik üretimi Orka Holding bünyesinde yer alan D'S, Damat firmaları için yapıyoruz. Van'daki fabrika ise D'S ve Damat'ın yanı sıra Kişili için de üretim yapıyor.

Van fabrikamız günlük bin 500 adet; Giresun'daki fabrikalarımız ise günlük 5 bin adet gömlek, bin 200 adet takım elbise kapasitesiyle çalışıyor.

Yurt dışında temel pazarlarımızı İngiltere ve Kara Avrupası oluşturuyor.

Kendi markanızı kurmak gibi bir düşünceniz var mı?

Marka bu işin olmazsa olmazı. Belli bir üretim ve know how'ı olan firmaların markalaşması gerekiyor. Biz, grup firması olduğumuzdan şu an için ihtiyaç duymuyoruz. Temel amacımız; üretim, yatırım ve istihdam tarafını geliştirmek.

Ham madde daha ziyade dışarıdan mı yoksa yerli mi?

Yüzde 90'a yakın yerli kumaş kullanıyoruz. Bazen müşteri talepleri dolayısıyla yurt dışından kumaş almamız gerekebiliyor. Ancak Türkiye, gerçek bir kumaş ülkesi. Her türlü firmanın ihtiyacına cevap verebilecek zenginlikte bir yelpazemiz bulunuyor.

Son yıllarda tekstilde de inovatif yapılar ve akıllı fabrika gibi sistemler yaygınlaşıyor. Giteks bunun neresinde?

Giteks olarak, yatırımlarımızın yaklaşık yüzde 40'ını bilgisayar yazılımlarına, teknolojik altyapıya, yeni teknolojiye ve otomasyon niteliği olan makinelere ayırıyoruz. Her sene bütçemizin yüzde 10'unu Ar-Ge için harcıyoruz. Bizim için yeni koleksiyon yapmak da yeni kalıp geliştirmek de yeni trend oluşturmak da bir Ar-Ge. O trendlerin uygun teknolojiyle ürüne dönüştürülmesine yönelik makine araştırmaları,

makinecilerle yaptığımız ortak çalışmalar gelişimimiz için çok önemli.

Van'daki fabrikamızı yüksek oranda son teknoloji ile donattık. Giresun'daki fabrikalarımızda da bu sistemi kademeli olarak devreye alıyoruz. Giresun'da bu yıl sonunda bitirmeyi hedeflediğimiz 1,5 Milyon TL'yi bulacak bir yatırımımız var. Orada bir kapasite artışına gideceğiz. Bünyeye hem yeni bir alan ekleyeceğiz hem de yeni teknolojiler kazandıracaktır.

Giteks sektörde nasıl bir yerde duruyor?

Kaliteli ve nitelikli üretimde Türkiye'de ilk sıradayız. Dünyanın en sayılı akredite kuruluşlarının denetimlerinden çok yüksek puanlar alıyoruz. İş güvenliğine, insan sağlığına, çevreye en duyarlı firmalardan biriyiz. İç piyasada rakibimizin olmadığını söyleyebiliriz. Üretim maliyetlerinde, kalitede, pazarlamada, hizmet üretmede, tasarımda, koleksiyonda, kalıp geliştirmelerinde yüksek düzeyde müşteri memnuniyetine sahibiz.

Grup firması olmamızın avantajlarını en yüksek şekilde değerlendiriyoruz. Bunlardan biri tasarım kısmı. 20'den fazla dünya çapında tasarımcı ile çalışıyoruz, koleksiyonlar üretiyoruz. Şu an dünyanın bütün ülkelerinde, rahatlıkla satılabilecek nitelikte en güncel tasarımlar bünyemizde yapıyor. Sonrasında bu tasarımlar, modelist ekibimizce en uygun ve en trend kalıplara yansıtılıyor. Üretim tarafındaki ekibimiz ise işinin en iyileri. Tüm bunlar, markanın yapısını ortaya çıkarıyor.

Bizim ana hedefimiz Giteks ve Giysun ile üretimde marka olmak.

Siz, Anadolu'da devletin sağlamış olduğu teşviklerden yararlanmış bir yatırımcı olarak, bu yatırımları nasıl değerlendirirsiniz?

Bugün itibariyle Anadolu kentlerinde en önemli mesele altyapının oluşturulmaması. Elbette eğitim, teşvik, makine olanakları önemli ama yer tahsisi bunlar içinde büyük önem arz ediyor. Yatırımcılar, yeni bina yapmaya "ölü yatırım" olarak bakıyor. Sektörde zaten sermaye kıtlığı var dolayısıyla giden firmalar ellerindeki sermayeyi mümkün olduğu kadar makineye, ekipmana, iş gücüne ya da işletmeye kullanmak istiyor. Bu sebeple

hazır üretim alanları bekliyorlar. İnanın, bugün Van'da Tekstil Kent kurulmuş olmasaydı, hiçbir firmaya oraya gitmezdi.

Devlet, uygun üretim alanını oluşturursa, büyükşehirlerdeki popülasyon, trafik sıkışıklığı ve göç gibi sorunlara da çözüm bulmuş olur. Büyükşehirlerdeki yer sorunu, üretimin dışarı kaymasına dolayısıyla da rekabet gücünün zayıflamasına neden oluyor. 2000'li yıllarda dünyanın birinci tedarikçisiydik fakat bugün üçüncüyüz. Çünkü rekabet koşullarını devam ettirip o üretim kapasitesini koruyamadık.

Dünyada değişen koşullar, rekabetçi koşullarımızı nasıl bir dengeye oturtuyor?

Giyim, öyle bir sektör ki insanoğlu var oldukça olacak. Bunu tedarik edebilme yeteneği olan ülkelerse bir adım önde olacak. Tedarik edebilme sürecinde iki unsur devreye giriyor. Beklenen trende uygun ürünü yapmak ve bu ürünü uygun maliyetlerle ortaya koyabilmek. Ülke olarak, bu iki yeteneğe de sahibiz. Eğer biz bu yeteneklerimizi aktif hale getirirsek emin olun, aklınıza gelebilecek tüm ülkelerle çok rahat rekabet edebiliriz. Bizim engelimiz, bu nitelikleri iyi bir politika ile doğru bir yol haritasına çevirememek.

Bugün Amerika dünyanın en büyük pazarı ve bu pazara gidebilmek için ölçek ekonomisi ve iyi adetler üretebilmek gerekiyor. Biz eğer iyi tasarım yapabilmeye, iyi ürün geliştirebilme yeteneklerimizin arkasına Anadolu'daki üretim kapasitesini koyarsak, pazarda birinci olabiliriz.

Son olarak 2019 yılını nasıl geçirdiniz? Önümüzdeki dönem için nasıl bir beklentiniz var?

2019, seçimlerin ve küresel finansal dalgalanmaların gölgesinde geçti. Bu da yatırım kısmında bekle-gör döneminin yaşanmasına neden oldu. Ancak 2020 için ümitliyiz. Tek korkumuz döviz kurları. Yatırımlarımızın ana hedefi ihracat. Düşük kur, yüksek faiz sistemi altyapımıza ve küresel ilişkilerimize zarar verdi. 2020'de eğer döviz kuru düşmezse ihracata yönelik çok büyük yatırım potansiyelleri var.

Günlük üretim kapasitesi (Birim)

VAN
500
GİRESUN
6.200

İstihdam oranı

VAN
150
GİRESUN
1.000





AB'YE "DEĞERLİ HAZIR GİYİM" İHRACATI ARTTI

Yılın ilk sekiz ayında AB'ye yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının birim fiyat ortalaması bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,6 artarak kilogram başına 18,1 Euro oldu.

Yıllık 94 Milyar Euro hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapan Avrupa Birliği'nin üçüncü tedarikçisi konumunda olan Türk hazır giyim sektörü için Euro Bölgesi de en büyük ihracat pazarı konumunda. AB ekonomisindeki gelişmelerin, hazır giyim sektörünü yakından etkilemesi nedeniyle İTKİB Hazır Giyim ve Konfeksiyon Ar-Ge Şubesi tarafından 2019 yılının Ocak-Ağustos dönemini kapsayan bir rapor hazırlandı. Raporda, Yılın ilk sekiz ayında Avrupa Birliği'nin ithalatının 1,4 Trilyon Euro olarak gerçekleştiği ve aynı dönemde Avrupa Birliği'nin Türkiye'den ithalatının 2018 yılına göre yüzde 5,5 oranında artarak 53,2 Milyar Euro seviyesine yükseldiği kaydedildi. Raporda Euro Bölgesi'nin hazır giyim ve tekstil ürünleri ithalatı da yer buldu.

Avrupa Birliği ülkelerinin 2018 yılı hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı, 2017 yılına göre yüzde 1,5 artarak, 94,1 Milyar Euro değerinde gerçekleşmişti.

2018 yılında AB'nin Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı ise yüzde 0,5 artışla 10,9 Milyar Euro olarak gerçekleşti. Avrupa Birliği ülkelerinin hazır giyim ve konfeksiyon ithalat artışının 2019 yılı Ocak-Ağustos döneminde de devam ettiği görülüyor. Rapora göre; AB'nin ilk sekiz aydaki hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı, bir önceki yıla oranla yüzde 5,4 arttı ve 65,9 Milyar Euro olarak gerçekleşti. Aynı dönemde Türkiye'den yüzde 2,1 artışla 7,6 Milyar Euro değerinde sektörel ithalat değeri kaydedildi. Türkiye'nin

AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı değer bazında artsa da miktar bazında, önceki yılın aynı dönemine göre %0,5 düştü. Böylelikle Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün pazar payı 2019 yılı Ocak-Ağustos döneminde, yüzde 3,2 azalarak yüzde 11,5 olarak gerçekleşti. Aynı dönemde AB'nin ilk tedarikçisi konumunda olan Çin'in payı da yüzde 2,1 azalarak, yüzde 31,6'dan yüzde 31'e geriledi. Diğer yandan ikinci sırada bulunan Bangladeş'in pazar payı da yüzde 4,8 artarak, yüzde 18'den yüzde 18,9 seviyesine yükseldi.

SEKTÖRÜN BİRİM İHRACAT DEĞERİ ARTTI

Raporda, AB'ye yapılan ihracatta Türkiye'nin birim fiyatlarının 2018 yılında 2017 yılına göre yüzde 1,6 azalarak, kilogram başına 17,3 Euro olarak gerçekleştiği kaydedildi. Bu değerle Türkiye 2018 yılı genelinde, Avrupa Birliği'nin ilk 10 hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri tedarikçisi arasında en yüksek birim fiyata sahip dördüncü ülke durumunda bulunuyor.

2019 yılı Ocak-Ağustos döneminde ise birim fiyatlar bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,6 artarak kilogram başına 18,1 Euro olarak hesaplandı.



M. HALUK ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

İKİLİ ANLAŞMALAR VE YAPTIRIMLAR, TİCARET ROTASINI DEĞİŞTİREBİLİR

Dünya Ticaret Örgütü, Airbus davasında AB'nin sağladığı teşviklerin yasal olmadığını söyledi ve ABD'nin AB ürünlerine yüzde 25 düzeyinde ek tarife uygulamasına karar verdi. Dünya Ticaret Örgütü kurallarına göre, taraflar arasında bir anlaşmaya varılıncaya veya DTO, AB'nin kurallara uymaya başladığına karar verinceye kadar, ABD'nin bu tarifeleri uygulama hakkı bulunuyor.

Dünya Ticaret Örgütü (DTO), "Airbus'a" verilen teşviklerle ilgili, 15 yıldır süren tartışmaya son noktayı koydu ve AB'nin sağladığı desteklerin yasal olmadığını açıkladı. Bu haksız rekabetin dengelenmesi için de ABD'nin, 18 Ekim 2019 tarihinden itibaren yıllık olarak AB'den yapacağı 7,5 milyar dolar tutarındaki ürünün ithalatına, yüzde 25 düzeyinde ek tarife uygulamasına karar verdi. Kararın ardından ABD yönetiminin açıkladığı ithal listesinde, 6110/6302 GTIP kapsamındaki kadın ve erkek abiye ve spor giyim eşyaları, battaniye, yatak çarşafı gibi çeşitli tekstil ve hazır giyim mamulleri var. Ayrıca listede Fransız şarapları, İtalyan peynirleri, zeytinyağları, İspanyol zeytinleri, sosisleri, Alman kahveleri ve İskoç viskileri yer alıyor.

Dünya Ticaret Örgütü kurallarına göre, taraflar arasında bir anlaşmaya varılıncaya veya DTO, AB'nin kurallara uymaya başladığına karar verinceye kadar, ABD'nin bu tarifeleri uygulama hakkı bulunuyor.

Konumuz bu değil ama Avrupa menşeli kaliteli ürünlere alışık olan ABD'li tüketicilerin ek vergilerden memnun oldukları söylenemez. Donald Trump yönetimi Airbus davasında haklı çıktığını büyük bir başarı olarak ilan etse de üzerine ek vergi bineceği için alacağı mala daha fazla ödeme yapacak olan sokaktaki Amerikalının bu işe sevindiğini hiç sanmıyorum. Aynı şekilde Airbus'a verilen teşviklerin cezasını, siparişleri iptal edilen İtalyan, Fransız, Alman ve İngiliz tekstil ve hazır giyimcileri, şarap, zeytinyağı ve viski üreticileriyle, ihracatçıları çekiyor.

Açıkçası konuyla uzaktan yakından ilgisi olmayan sektörler, havacılık sanayiindeki sorunlar nedeniyle içine sürüklendikleri bu ticaret savaşından hoşnut değiller. Nitekim daha şimdiden ABD'deki bazı ithalatçıların, ek vergileri paylaşma konusunda Avrupa'daki ihracatçılarla temas kurmaya çalıştıklarına dair duyular var. Uygulayabilirler mi? Kolay değil. Ancak en azından, bu yükü paylaşma konusunda bir pazarlık başladığı anlaşılıyor.

AB mamullerine getirilen ek vergilerin, ABD pazarına ihracat yapan diğer ülkelere olumlu bir etkisi olur mu peki? Bazı sektörlerde örneğin, şarap ve peynir çeşitlerinde Fransa veya İtalya'nın yerini



almak zor. Fakat tekstil ve hazır giyimde niye olmasın!

ABD Ticaret Bakanı'nın Türkiye ziyaretinde ülkelerimiz arasındaki ticaretin artırılması yönünde görüş birliğine varılmıştı. İhracatçılarımızın, bu olumlu ortamdan yararlanarak, yüzde 25 düzeyindeki vergileri, kendileri için bir fırsata çevirmelerinin tam zamanı gibi gözüküyor.

Bu arada bir başka gelişme daha var.

Önümüzdeki günlerde ABD firmaları tahmin edemeyecekleri kadar büyük sorunlarla karşılaşabilirler. Nitekim DTO, ABD'nin, Boeing firmasına haksız teşvikler sağladığı yönünde AB tarafından başlatılan bir soruşturma üzerinde çalışıyor. DTO'nun kararının önümüzdeki yılın ilk aylarında açıklanması bekleniyor.

Getirilecek ek verginin oranı belli değil ama konuşulanlara göre AB tarafı, aralarında gıda ve tarım ürünleri bulunan yaklaşık 20 milyar dolar tutarındaki Amerikan malını içeren bir liste hazırlamış bile.

ZORUNLU ETİKETLEME SİSTEMİ AVRUPA'YA EK YÜKÜMLÜLÜKLER GETİRECEK

Rusya, 1 Aralık 2019 tarihinden itibaren tüm Euro Asia Economic Union (EAEU) alanında kademeli olarak zorunlu etiketleme (labelling) sistemi uygulamasına geçileceğini açıklamıştı.

EAEU, Rusya, Belarus, Kazakistan, Kırgızistan ve Ermenistan'dan oluşan bir gümrük alanı.

Bu uygulama 2024 yılına kadar çeşitli tekstil ve hazır giyim mamulleri de dahil olmak üzere tüm üretim alanlarını kapsayacak.

Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayii adına EURATEX ve Topluluktaki diğer sanayi temsilcilikleri bir süredir uygulamanın ertelenmesi konusunda AB Komisyonu'na Rusya Hükümeti nezdinde baskı yapması çağrısında bulunuyordu. Rusya'nın konuya olumlu yaklaştığı ve söz konusu uygulamanın 1 Temmuz 2020 tarihine ertelenmesinin beklendiği anlaşılıyor.

Her halükarda bu uygulamanın Rusya ve EAEU pazarına mal satan ihracatçılara ilave bürokratik engeller yanında ek mali yükümlülükler de getirmesi kaçınılmaz olacak.

Zorunlu etiketleme uygulaması, 6106, 6201, 6202 ve 6302 GTIP'lerde yer alan yaklaşık tüm tekstil ve hazır giyim mamullerini kapsamına alacak.



AB'NİN TİCARET ANLAŞMALARıyla İLGİLİ 2019 YILI RAPORU AÇIKLANDI

AB hâlâ, 41 ikili veya bölgesel ticaret anlaşmasıyla, 72 ülkeyi kapsayan dünyanın en büyük ticaret ağına sahip bulunuyor.

Dünya Ticaret Örgütü'nün, DOHA süreci adı altında 2001 yılında başlattığı GATT müzakereleri, çok taraflı ticaretin önünü açmayı, tarımda, sanayide ve hizmet sektöründe teşvikleri sona erdirmeyi amaçlıyordu.

Meksika'da 2003 yılında yapılan ikinci tur müzakerelerde ilerleme kaydedilmedi. Daha sonra 2005 de Hong Kong'da düzenlenen görüşmeler ise, tam bir başarısızlıkla sonuçlandı. Bu aynı zamanda "çok taraflı ticaret müzakerelerinin" sona erdiğinin ilanıydı. Bundan sonra ikili yani, "Serbest Ticaret Müzakerelerinin" (STA) başladığı yeni bir süreç girildi.

AB ticaret anlaşmalarının türleri var. Örneğin, 2006'dan önce müzakere edilen ve tarife kaldırmaya odaklananlar "ilk nesil" olarak niteleniyor.

Fikri mülkiyet hakları da dahil olmak üzere yeni alanlara uzanan "ikinci nesil" anlaşmalar, sürdürülebilir kalkınma ve hizmetleri kapsıyor.

Derin ve Kapsamlı Serbest Ticaret Alanları (DCFTA), AB ile komşu ülkeler arasında daha güçlü ekonomik bağlantılar oluşturuyor.

Ekonomik Ortaklık Anlaşmaları (EPA) olarak nitelenenler ise Afrika, Karayipler ve Pasifik bölgelerinin kalkınmasına odaklanıyor.



ABD Ticaret Bakanı'nın Türkiye ziyaretinde ülkelerimiz arasındaki ticaretin artırılması yönünde görüş birliğine varılmıştı. İhracatçılarımızın, bu olumlu ortamdan yararlanarak, AB'ye uygulanacak yüzde 25 düzeyindeki vergileri, kendileri için bir fırsata çevirmelerinin tam zamanı gibi gözüküyor.



HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ÖNCELİKLERİ MALATYA ÇALIŞTAYINDA BELİRLENDİ

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) yönetim kurulu başta olmak üzere İHKİB ekibi Malatya’da düzenlediği ‘Karar Çalıştayı’nda sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik hedef ve önceliklerini belirledi.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün öncelikli hedef ve eylemlerini belirlemek amacıyla, 21 Eylül 2019 tarihinde Malatya’da bir çalıştay düzenledi. Oğuz Baburoğlu moderatörlüğünde düzenlenen ve katılımın yüksek olduğu çalıştayda, hazır giyim sektörünün geleceğine dair çok önemli kararlar alındı.

İHKİB tarafından 2017 yılında hazırlanan “Hazır Giyim Sektörü Vizyon Belgesi Kısa – Orta – Uzun Dönem” raporunda, ‘Eylem Önerileri’ paylaşılmıştı.

Bu eylem önerileri arasında; Türk hazır giyim sektörünün dijital tedarik zinciri niteliğine kavuşturulması, küresel ilk 100’de, beş Türk markasının oluşturulması, sektörün rekabet gücünün artırılması ve perakende değer zincirindeki oyun alanının genişletilmesi yer aldı.

İHKİB, 2018 yılında ise hazır giyim ihracatını dört yıl içinde ikiye katlamayı hedefleyen “Dört Dörtlük Plan”ını sektörle paylaşmıştı. Söz konusu plan ile hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının, dört yıl içinde 33 milyar dolara çıkarılması hedefleniyor. Bu çerçevede belirlenen “Dört Dörtlük Plan”ın birinci başlığını üretimde dönüşüm oluştururken, ikinci başlığı, ekosistemi geliştirecek ve ileriye taşıyacak kaldıraçlar oluşturuyor. Üçüncü adımda tasarımcı-sanayici kazan-kazan iş birliği modelinin geliştirilmesi hedeflenirken, dördüncü adımda ise sektörün küresel arenadaki algısının yükseltilmesi amaçlanıyor.





ÖNCELİĞE ÜRETİMDE YENİDEN YAPILANMA ALINDI

Gerek Vizyon Belgesi gerekse Dört Dörtlük Plan'da yer alan hedef ve eylemlerden hangilerinin daha öncelikli olduğunu belirlemek amacıyla İHKİB tarafından Malatya'da düzenlenen çalıştayda, sektörün hedefleri arasında önceliklendirme çalışması yapıldı. Çalıştayda katılımcılar dört gruba ayrılarak değerlendirme kriterlerini ikili karşılaştırmalar yaparak önceliklendirdiler. Değerlendirme kriterleri önceliklendirildikten sonra gruplar, her projeyi tek tek değerlendirme kriterlerine vereceği katkıya göre önceliklendirdi. Son olarak grupların çıktılarını değerlendirilerek bütünleştirildi. Gruplara ayrılan katılımcıların çalışmaları sonucunda "üretimde yeniden yapılanma" en öncelikli hedef ve eylem olarak belirlendi. En öncelikli hedef olan "üretimde yeniden yapılanma"nın ardından diğer öncelikli hedef ve eylem olarak ise "değer zincirinin her aşamasında büyük oyuncu geliştirmek" belirlendi. Bu kriterin ardından da "dünya çapında 5 Türk markası oluşturmak" hedefi geldi. "Değer zincirinin her aşamasında büyük oyuncu geliştirmek" ve "dünya çapında 5 Türk markası oluşturmak" kriterlerinin öncelikleri birbirlerine yakın belirlendi. Çalıştayda ayrıca "yeni tasarımcı-endüstri iş birliği modeli" kriteri seçildi.

Çalıştayda kriterlerin önceliklendirilmesinin ardından projelerin önceliklendirilmesine geçildi. Projelerin önceliklendirilmesinde

ilk olarak "Dijital Dönüşümde İnsan Kaynakları" öne çıktı. Sektörün insan kaynağını geliştirmek, sektörün dijitalleşmesinden daha öncelikli bulundu. Sektörün dijitalleşmesi için donanımlı ve nitelikli insan kaynağı ihtiyacı olduğu vurgulandı.

Öne çıkan ikinci proje ise "Nitelikli Üretici Sertifikasyonu, Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon Standartlarının Geliştirilmesi Projesi" oldu. Bu noktada yurt dışında artan 'compliance' (uyum) baskısının ön plana geldiği ifade edildi.

Üçüncü öncelikli alanın ise çevre olduğu belirtilerek üçüncü öncelikli proje olarak "Türkiye'nin Çevreye Duyarlı Üretim Yapma Kapasitesi Projesi" seçildi.

Öncelikli ilk üç projenin ardından "Sektör Ekosistem İş Birliği, Tanıtım ve Lobicilik ve Üretimde Dijitalleşme ve otomasyon" projeleri belirlendi. Buradaki ortak akıl ne söylüyor diye değerlendirildiğinde:

- Tüm ekosistem olarak ilerlemenin dünya rekabetine hazırlanmak için önemli olduğu,
- Tanıtım ve lobicilikte sektörün tek ses ve tek hareket ile güç göstermesi açısından ekosistem iş birliğinin gelişmesi ile ilişkili olduğu,
- Dijitalleşme ve otomasyonun sektör çapında verimliliğin artması ile ilgili yeni bir bilgi olması ve sektör içinde yaygınlaşması gereklilik olarak yorumlandı.

İHKİB Yönetim Kurulu ve ekibi, çalıştay sırasında Malatya'da üretim yapan hazır giyim fabrikalarını da ziyaret ederek, bilgi aldılar.

ÖNCELİĞE ALINAN DİĞER PROJELER

Öncelikli altı projenin ardından "Hazır Giyim Döngüsel-Geri Dönüşüm Ekonomi Stratejisinin Geliştirilmesi Projesi", "Dijitalleşen Tedarik Zincirinin Her Halkasında Büyük Oyuncu Olmak için İş Birliği, Konsolidasyon, Sektörel Dış Ticaret Şirketi gibi Modeller Geliştirme Projesi", "İnovatif ve Akıllı Hazır Giyim Üretimi için Yerli Malzeme Kullanımı İş Birliği Projesi" ve "Çoklu Kanal Stratejileri ve Firmaların E-İhracat Yetkinliklerinin Geliştirilmesi Projesi" öncelikli projeler olarak seçildi.



Hazır giyim sektörü, üretimde yeniden yapılanmayı en öncelikli hedef ve eylem olarak belirlerken, dijital dönüşümde insan kaynağını öncelikli proje olarak seçti.





GÖMLEK İHRACATÇILARI RUSYA'DA PAZAR PAYINI ARTIRIYOR

Orta Ölçekli Gömlek Üreticileri Markaları UR-GE Projesi kapsamında, Rusya'nın önde gelen zincir perakende markalarının satın almaları ile bir araya gelen Türk gömlek ihracatçıları, iki ülke arasındaki ticaretin ilerlemesi adına girişimlerde bulundu.

Ticaret Bakanlığı desteğiyle yürütülen Orta Ölçekli Gömlek Üreticileri / Markaları UR-GE Projesi kapsamında Türk gömlek ihracatçıları, 17 Ekim 2019 tarihinde Rusya'nın önde gelen perakende zincirleri ile buluştu.

Moskova'da bir araya gelen gömlek üretici ve ihracatçıları, Rusya'nın farklı şehirlerinde yüzlerce mağazası bulunan perakende markaların satın almaları ile bir araya gelerek, sergiledikleri ürünleri gösterme ve birebir görüşme fırsatı elde etti.

Etkinlik kapsamında ilk olarak Türk firmaları, görüşecekleri perakende markaların mağazalarını ziyaret etti; sergilenen ve satılan gömlekleri, rakip markaları ve fiyatları, ürün kumaş ve aksesuarlarını da inceledi.

2020 RUSYA PAZARINA ETİKET VE ÇİP ZORUNLULUĞU GELECEK

Bunun yanı sıra, 2020 yılında bazı hazır giyim ürün gruplarında artık Rusya'ya etiketleme ve çip ile girme zorunluluğunun gelecek olması nedeniyle, yakın bir zamanda Türk ihracatçısı firmaları, bu ülkeye kargo ile satış yapamayacak hale gelecekler. Bu nedenle, özellikle Rusya pazarını yakından görmeleri, pazardaki tüketici trendlerini ve satın alma eğilimini, perakende ve online satış sektörlerinin dinamiklerini anlamaları ve beyaz ticaret olarak adlandırılan gümrüklü resmi ticarete geçiş sürecini başlatmaları amacıyla düzenlenen bu faaliyet ile Türk gömlek üretici ve ihracatçıları, Rus alıcıların ürün gönderimlerinde isteklerini ve beklentilerini de anlamış oldular.



Gerçekleştirilen etkinliğe katılan firmaların, yaklaşık 600 milyon dolarlık gömlek ithal eden Rusya pazarında doğru alıcı kitleyi bulamaması ve ulaşamamasındaki temel problemin, bu ülkenin dil konusundaki sıkıntılarından kaynaklı olduğu da tespit edildi. Bu nedenle Bakanlık destekli yürütülen Gömlek UR-GE Projesi kapsamında Türk firmaları toplu olarak ülkenin büyük perakende zincir mağazalarından alıcılarla buluşarak, önemli bir engeli de aşmış oldu.

Gömlek UR-GE Projesi'nde yer alan firmaların, daha önce, proje kapsamında katıldıkları koleksiyon hazırlama eğitimleri ve danışmanlıkları ile geçtiğimiz Nisan ayında İngiltere'de düzenlenen ikili iş görüşmeleri etkinliğine katılmaları sayesinde, Moskova'da düzenlenen görüşmelere daha hazırlıklı katıldıkları gözlemlendi.

İÇ GIYIM KÜMESİ İTALYA'NIN DEVLERİ İLE İŞ BİRLİĞİ FIRSATLARINI DEĞERLENDİRDİ

İç Giyim Kümesi, İş ve Vizyon Geliştirme ziyaretinde lider İtalyan üretici ve markalarla buluştu. "İtalya'da Perakende & Tasarımda Trendler Semineri" ile güncel bilgiler edinen iç giyim markaları, üretim sahalarını gezerek, vizyon geliştirme anlamında da önemli bilgiler edindi.

T.C. Ticaret Bakanlığı UR-GE Tebliği kapsamında, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizatörlüğünde yürütülen Türk İç Giyim Markalarının Uluslararası Rekabetçiliğinin Artırılması Projesi ile 11 İç Giyim Kümesi firması, "İş ve Vizyon Geliştirme Faaliyeti" kapsamında, 1-5 Ekim tarihinde, lider İtalyan üretici ve markalarla buluştu. İtalya pazarını yakından tanıma, yeni iş bağlantıları edinebilme şansı yakalayan Türk firmaları, faaliyet kapsamında düzenlenen "İtalya'da Perakende & Trendler Semineri"ne de katıldılar. Milano Ticaret Birliği'nin koltuğu olarak kullanılmakta olan Palazzo Castiglioni Sarayı atmosferinde gerçekleşen söyleşide, Avrupa İç Giyim Trendleri hakkında güncel bilgiler edinildi. İç giyim sektörünü yakından tanıyan pazarın duayen isimlerinden olan Rinaldo Stefanutto'nun gerçekleştirdiği sunuma,

İtalyan Dış Ticaret Derneği temsilcisi Pierantonio Cantoni eşlik etti.

Faaliyet kapsamında firma ziyaretlerinin ilk durağı, iç giyim öncü markalarından İtalyan Yamamay oldu. Tanışma toplantısı ve ikili iş görüşmeleri gerçekleştiren İç Giyim Kümesi'nin ikinci durağı ise, CSP Group International oldu. Sunum ve tanışma toplantısı ile başlayan ziyaret programında, tanışmanın ardından oldukça büyük ve modern üretim tesislerine sahip firmanın üretim sahası gezilerek, vizyon geliştirme anlamında proje katılımcı firmalarına katkı sağlandı.

LA GARDİ GÖLÜ'NDE İKİLİ İŞ GÖRÜŞMELERİ

Program kapsamında La Garda Gölü'nde gerçekleştirilen etkinlikte küme firmaları, 70'in üzerinde görüşme gerçekleştirdi. Etkinlikte firmalara, İzmir Türk İtalyan Ticaret Odası ve Perakende Trend söyleşini gerçekleştiren Rinaldo Stefanutto da eşlik etti.



2. SOSYAL UYGUNLUK VE İÇ TETKİKÇİ EĞİTİMİ YAPILDI



Sosyal Uygunluk Kılavuzları'na QR koddan ulaşabilirsiniz.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ortaklığıyla ikincisi düzenlenen Sosyal Uygunluk ve İç Tetkikçi Eğitimi'ne hazır giyim ihracatçılarının sosyal sorumluluk temsilcileri katıldı. 14-15 Ekim tarihlerinde gerçekleşen eğitim, Ethica Danışmanlık'tan Ebru Gökbulut tarafından verildi.

İki tam gün süren ve yaklaşık 40 kişinin katıldığı eğitimde, "Sosyal Uygunluk Standartları", "Yabancı İşçi İstihdamı", "Çocuk Emegi ile Mücadele", "Adil Ücret", "İş Sağlığı ve Güvenliği" konuları ele alındı.

Eğitim boyunca yapılan interaktif sunumların ardından, katılımcılar role-play aktiviteleri ve vaka analizleriyle öğrendiklerini uygulama fırsatı buldu. Katılımcılar eğitim sırasında İHKİB ve ILO iş birliğince hazırlanan Sosyal Uygunluk Kılavuzları'nı kullandılar.

Eğitim sonunda katılımcılara yazılı bir sınav uygulandı. Sınavı geçen katılımcılara sertifikaları verildi.

İHKİB'DEN GÖMLEK VE İÇ GIYIM SEKTÖRLERİNE YOL REHBERİ



Türk hazır giyim sektörünün temel alanlarından biri olan gömlek sektörü, 2018 yılında 200'den fazla ülkeye 2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken, iç giyim sektörü ise aynı yıl içinde 646 milyon dolarlık ihracat yaptı. Her iki sektörün sağladığı bu başarının daha da ileriye taşınması için hem endüstri tarafında hem de kamu tarafında teşvik ve destekler söz konusu.

Gömlek ve iç giyim sektörlerinin ikili ekonomik ve ticari ilişkilerinin yoğunlaştırılması bakımından öncelikli hedef pazarlar; gömlek sektörü için Almanya, Fransa, İngiltere ve ABD olurken, iç giyim sektöründe Almanya, İngiltere ve İspanya olarak öne çıktı. Bu pazarlar Ticaret Bakanlığı'nın 2020 - 2021 dönemi için ilan ettiği hedef ülkeler ve öncelikli ülkeler arasında da yer alıyor.

İHKİB, her iki sektörün potansiyelini daha da artırması adına hazırladığı "Pazar Araştırması Raporları" çalışmasında, gömlek ve iç giyim firma ve üreticilerinin faydalanabilmesi adına dünya pazarlarındaki durum, güncel gelişme ve potansiyeli derledi.

Raporlar kapsamında her bir pazar için; ülke genel bilgilerine, ürünler bazında ithalat ve ihracat rakamlarına pazar büyüklüklerine, her ülke pazarındaki

yerel rakiplere, perakende sektörleri ve perakende satış fiyatlarına, satış ve dağıtım kanallarına, kâr marjlarına ve markaların pazardaki büyüklükleri ve konumuna yer verildi.

2018 yılı ithalat ve ihracat verilerinin kullanıldığı raporlarda, Türk gömlek sektörü firmalarının ABD'nin toplam gömlek ithalatının sadece yüzde 1'ini karşıladığı görüldü. Fransa pazarında yüzde 8, İngiltere pazarında yüzde 6 oranlarından gömlek sektörü, Almanya pazarında yüzde 15 gibi hiç de küçümsenmeyecek bir oranda. Yine raporlarda Almanya, Fransa ve İngiltere pazarlarında kadın gömlek ve bluz ürünleri ihracatının daha fazla olduğu gözlemlenirken, ABD pazarında erkek gömlek ürünlerinin daha fazla ihraç edildiği belirtildi.

Raporlara göre, iç giyim sektöründe ise Türk iç giyim ihracatçısı firmalar, Almanya pazarının yüzde 12'lik kısmını karşılarken, İngiltere ve İspanya pazarlarında ise yüzde 9'luk pay buluyorlar. Bu üç ülkeye de iç giyim ürünleri arasında en fazla tişört, fanila ve atlet ürünleri ihracatı yapıldığı görülüyor.

Raporlar İHKİB web sitesi "Araştırma Raporları" sayfasında ve mobil uygulamada sektörün kullanımı amacıyla yayınlanmaktadır.

MODA TASARIMCISI



RAISA & VANESSA SASON

“The Lambada” adını verdikleri yeni koleksiyonlarını ilk olarak New York Moda Haftası’nda tanıtan Raisa ve Vanessa Kardeşler, 2020’nin yazını 80’li yılların canlı, dinamik ruhuyla karşılıyor.

NEW YORK MODA HAFTASI’NDA 80’LER ESİNTİSİ

Cesur ve sıra dışı kreasyonları ile Türkiye moda sahnesinde farklı bir yerde duran Raisa ve Vanessa Rason kardeşler, iddialı kıyafetleri kadar, giydirdikleri isimlerle de adlarından sürekli söz ettiriyor.

Trendlere sıkışmış bir moda rağmen, sokağın, alt kültürlerin, uzakta ve köşede kalmış yaşamların, sanatın ve cesaretin dilini kreasyonlarına yansıtan Sason Kardeşler, “The Lambada” adını verdikleri yeni koleksiyonlarında ise ilhamlarını, 80’li yılların Brezilya’sından dünyaya yayılan ve herkesi dansa teşvik eden “Lambada” şarkısından almışlar.

80’lerin canlı, hareketli, kıpır kıpır ruhunu New York Moda Haftası’nda sahneye taşıyan Raisa ve Vanessa Kardeşler, fuardan yine tam not almış.

Geçtiğimiz ay gerçekleşen New York Moda Haftası’nda 2020 İlkbahar-Yaz koleksiyonunuzu tanıttınız. Nasıl geçti, koleksiyonunuz nasıl bir ilgiyle karşılaştı?

Yatırımlarımızı ve ileriye yönelik projelerimizi özellikle Avrupa ve Amerika pazarları üzerine planlıyoruz. Bu sebepten de defileimizi bu sene New York Fashion Week (NYFW) kapsamında, 8 Eylül’de Spring Studios’ta gerçekleştirdik. Hem defile hem de defile sonrası açtığımız pop-up store, beklediğimizin üzerinde bir ilgi aldı. Bu da bizi çok mutlu etti.

NYFW’yi değerlendirmek gerekirse de dünyada moda haftalarına baktığımızda, aslında defilelerin sadece reklam ve markayı represente etmekten öte bir mali “business” da olduğunu görüyoruz. Moda haftaları aynı zamanda dünyadan birçok satın almanın bir araya geldiği ve sezonluk siparişlerini geçtikleri bir iş sirkülasyonu. Bu açıdan

değerlendirdiğimizde de NYFW, bizim için çok verimli geçti.

Koleksiyonunuzda ön plana çıkan noktalar neler, nasıl bir hikayesi var? R&V yazı nasıl olacak?

75 look ve 135 parçadan oluşan “The Lambada” adını verdiğimiz bir İlkbahar-Yaz 2020 Koleksiyonu hazırladık. Koleksiyonumuz couture, semi couture ve pret a porte olmak üzere üç bölüme ayrılıyor. The Lambada’ya işçilik ve stil açısından kendi karakterimize göre yorumumuzu kattık. Koleksiyonumuzda tabii ki, imzamız haline gelen volanlar ve kendimize özel tekniklerle yaptığımız el işlemleri karşınıza çıkıyor. Bunlara ek olarak, büyük kol ve yaka detayları, ipek organze kumaşlardan yapılmış formlar ile couture kısmında farklılıklar sağladık. Omuzları açıkta bırakan formlar, volanlar, İspanyol paçalar, kat kat etekler, fırfırlar, drapeler ve puantiyeler, dönemin izlerini yoğun bir şekilde hissettiriyor. Özel dokulu kumaşların hayat verdiği tasarımlar feminen ve seksapeli yüksek kalıplarla birleşiyor.

Koleksiyonun ilhamını ise 80’li yıllardan Brezilya’dan çıkıp tüm dünyaya yayılan “Lambada” şarkısından aldık. Broadway’den Hollywood’a uzanan lambada dans çığırılığı, disko geceleri, o dönemin ruhunu yansıtan filmler, kayıtlar koleksiyonumuzdaki parçalarda hayat buluyor. Koleksiyonumuzla dansın canlılığını ve hareketli ruhunu yansıtıyoruz.

Senelerdir hem Türkiye’de hem de dünyada moda haftalarında boy gösteriyorsunuz. Bu bağlamda moda haftalarının -ülkelerin moda, tekstil ve marka bilinirliği açısından- durduğu yeri nasıl değerlendirirsiniz?

Türkiye, tasarım algısı açısından sadece tekstilde değil; sektörün birçok alanında kendini geliştirmeye devam ediyor. Birçok Avrupa ülkesi ile birlikte uluslararası moda haftaları takviminde yer alıyor. Elbette geliştirmemiz gereken noktalar olduğunu düşünüyoruz ancak günden güne Türkiye'nin yerini dünya moda haftaları içerisinde sağlamlaştırdığına inanıyoruz.

İstanbul Moda Haftası global açıdan nasıl bir prestij? Yeterli gelişimi sağlayabildiğini söyleyebilir miyiz ya da sadece kendi dinamikleri içinde mi değerlendirmeliyiz?

Moda haftaları markalara ait catwalk'lar ile PR yapmaktan öte bir amaca sahip. Moda haftaları satın alma gruplarına sezonluk ürünlerini sunarak, globalde birçok departman store içinde markaların yer almasını sağlıyor. İstanbul'daki defileler ise daha çok davet niteliğinde işliyor. Bu sebepten, satın alma ve iş yönünden daha fazla geliştirilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

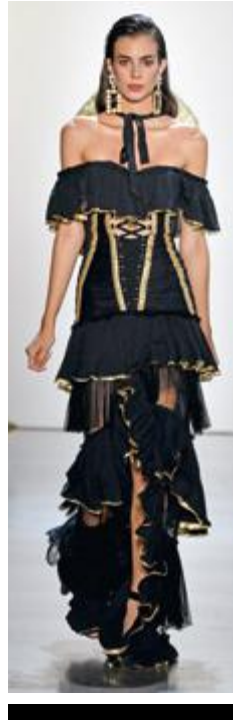
Tasarımlarınızda sıra dışı detaylar ve yine sıra dışı kumaş kombinasyonları dikkat çekiyor. Tasarladığınız kıyafetler için ham maddeyi nereden temin ediyorsunuz? Türkiye, bu noktada yeteri kaynağı sunabiliyor mu sizlere?

Kumaşlarımızı yurt içinden ve yurt dışından pek çok yerden alıyoruz. İtalya, İspanya ve Hindistan sıklıkla çalıştığımız ülkeler arasında yer alıyor. Aynı zamanda birçok kumaşımızı da Türkiye'den temin ediyoruz. Ham madde açısından bazı kumaşların en kaliteliğini Türkiye'de bulabiliyoruz.

Tasarımlarınız trendlere sıkışmış bir anlayışın çok ötesinde duruyor, sizin için kullanılan genel tanım "sıra dışı". Bu sıra dışılık için yeni bir "evrilme" noktanız var mı?

Birçok materyali birleştirerek tasarımlarımızı oluşturuyoruz. Bu bağlamda da birçok farklı kombinasyon edinebilme şansımız oluyor. Bu, her koleksiyonumuzda bizi farklı yapan olgunun temel taşı. Evrilme noktasının ise bir anda değil, zamanla olduğunu ve bunun ancak bir ivmeleme ile gerçekleştiğini söyleyebiliriz.

Son yıllarda teknolojinin tekstile ve moda entegrasyonu hızla gelişiyor ve pek çok modacı bunu kıyafetlerine



ve şovlarına dahil etmeye başladı. Bu duruma nasıl bakıyorsunuz? Siz, tekno modanın neresindesiniz?

"Haute couture" ve "ready to wear" yaparak, senede dört sezon koleksiyon çıkarıyoruz. Giyilebilir bir moda anlayışımız var. Tekno moda, takip ettiğimiz ancak şu an marka paralelimizde olmayan bir moda anlayışı bizim için...

Genç tasarımcılarla sık sık bir araya geliyor musunuz? İDMİB'in gerçekleştirdiği deri yarışmasının da koordinatörlüğünü yapıyorsunuz. Tasarım yarışmalarını, modanın gelişimi noktasında nasıl değerlendirirsiniz?

Bu sene İDMİB ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği, bizim için farklı ve eğlenceli bir deneyim oldu. Genç tasarımcı adayları ile yeni fikirleri ve tasarım anlayışlarını değerlendiriyoruz. Bu tür yarışmaların, genç tasarımcılar açısından çok önemli olduğunu ve onların gelişmesinde etkin rol oynadığını düşünüyoruz.

Trendyol ile "kapsül koleksiyon" iş birliğiniz bulunuyor. Benzeri başka projeler var mı, markalarla iş birliğiniz devam edecek mi?

Önümüzdeki iki sezon boyunca da Trendyol ile iş birliğimiz devam edecek. Trendyol, uzun süredir beraber çalıştığımız bir platform. Kendi marka kimliğimize uygun farklı iş birliklerine de tabii ki açığız, neden olmasın.





MESLEKİ VE TEKNİK EĞİTİM İLE SEKTÖRÜN GELİŞİMİNE HIZ VERİLECEK

LC Waikiki (LCW) Kurumsal Akademi ekibi, 8 Ekim Salı günü İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Eğitim Vakfı'nı ziyaret ederek, mesleki ve teknik eğitimin kalite ve algısını artırmak ve sektöre nitelikli eleman yetiştirmek adına iş birliği imkanlarını görüştü.

LC Waikiki Kurumsal Akademi Direktörü Gülperi Tandar, LC Waikiki Kurumsal Akademi Mesleki Uzmanlık Geliştirme Müdürü Özlem İşeri, LC Waikiki Mesleki Uzmanlık Geliştirme Müdürü İbrahim Güneş, LC Waikiki Akademi Eğitim Gelişim Uzmanı Fatma Çardak, İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu ve İTKİB Genel Sekreteri Mustafa Bektaş'ın katıldığı toplantıda, İHKİB Kariyer Akademisi'nin son yıllarda mesleki eğitime verdiği destekten ve LCW Akademi'nin kurumsal eğitim anlamında yaptığı çalışmalarından bahsedildi. İHKİB Protokol Okulları, Tekstil Mühendisliği burs çalışması, Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması, sektörel kurslar da dahil olmak üzere

yapılabilecek iş birliğine ilişkin bilgilerin aktarıldığı görüşmede, karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu. Toplantıda, hazır giyim sektörünün mesleklerinin standartlarının oluşturulması, mesleki ve teknik Anadolu liselerindeki ders müfredatları, tekstil mühendisliği müfredatı konusunda ortak çalışma yapılması hususunda birlikte çalışılmasının önemi vurgulandı.

Meslek liselerinin "memleket meselesi" olduğunu belirten Gülperi Tandar, başta liseler olmak üzere üniversitelerin de müfredatında değişiklikler yapılması ile özellikle takip ettikleri Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması konusunda İHKİB Eğitim Vakfı ile iş birliği yapma konusunda gönüllü olduklarını dile getirdi.

İTKİB Genel Sekreteri Mustafa Bektaş ise LC Waikiki Akademi'nin mesleki eğitim konusunda aldığı mesafenin, sektör menfaatine sunulması için iş birliğinin önemini vurgulayarak, bu iş birliğinin sektörün eğitilmiş iş gücünün temininde oldukça önemli olacağını söyledi.

HAZIR GIYIM SEKTÖRÜ 2021 KIŞINA HAZIRLANDI

Dünya trendlerini yakalamak, değişen tüketici alışkanlıklarını keşfetmek, yaratıcılığı artıracak esin kaynakları yakalamak için hazır giyim ihracatçıları, markaları ve moda meraklıları 10 Ekim tarihinde Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında gerçekleştirilen 2020-2021 Sonbahar/Kış Moda Trend Semineri'nde bir araya geldi.

Zorlu Performans Sanatları Runway alanında yapılan seminer, dünyanın en prestijli trend tahmini ajanslarından Worth Global Style Network (WGSN) ile İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) iş birliğiyle düzenlendi. WGSN Live Yöneticisi Kim Mannino'nun sunum yaptığı seminere yaklaşık 600 kişi katıldı.

Seminerde yeni tasarım ve ürün grupları hakkında katılımcılara hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne dair en güncel bilgiler aktarıldı.



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

İHKİB KARİYER AKADEMİ EĞİTİMLERİ İTKİB ÜYELERİNE %50 İNDİRİMLİ!

2 ARALIK PAZARTESİ

GÜVENLİ DURUŞ VE DAVRANIŞ

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

İTKİB / YENİBOSNA

3 ARALIK SALI

GOOGLE ADS. EĞİTİMİ

Süre: 2 gün (12 saat)
Eğitmen: DİJİTAL PAZARLAMA OKULU

İMA / NİŞANTAŞI

4-5 ARALIK ÇARŞAMBA PERŞEMBE

EXCEL İLE DASHBOARD RAPORLAMA

Süre: 2 Gün (12 saat)
Eğitmen: ALAATTİN MACARA

İTKİB / YENİBOSNA

6 ARALIK CUMA

ÜRETİM MALİYETLERİ VE VERİMLİLİK

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: LÜTFİ PİŞİREN

İTKİB / YENİBOSNA

9 ARALIK PAZARTESİ

YÖNETİM BECERİLERİ GELİŞTİRME VE LİDERLİK

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

İTKİB / YENİBOSNA

10 ARALIK SALI

NUMUNE VE ÜRETİM SÜREÇLERİNDE TAKVİM YÖNETİMİ (cps)

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

İTKİB / YENİBOSNA

11 ARALIK ÇARŞAMBA

İSTATİSTİKSEL PROSES KONTROL

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: FAYSAL ALMEMAN

İTKİB / YENİBOSNA

12 ARALIK PERŞEMBE

MAVİ YAKA NASIL YÖNETİLİR?

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

İTKİB / YENİBOSNA

13 ARALIK CUMA

DOKUMA KUMAŞ GRAMAJI VE MALİYETİ

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

İMA / NİŞANTAŞI

16 ARALIK PAZARTESİ

SÖZLÜ VE SÖZSÜZ KURUMSAL İLETİŞİM

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

İTKİB / YENİBOSNA

17 ARALIK SALI

FACEBOOK -İNSTAGRAM REKLAMCILIĞI EĞİTİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: DİJİTAL PAZARLAMA OKULU

İTKİB / YENİBOSNA

18 ARALIK ÇARŞAMBA

E-İHRACAT

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: DİJİTAL PAZARLAMA OKULU

İTKİB / YENİBOSNA

19 ARALIK PERŞEMBE

ÜRETİM VE KAPASİTE PLANLAMA -ERP EĞİTİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: ENÇİN AKÇACÜN ABDURRAHİM YILMAZ

İTKİB / YENİBOSNA

19 ARALIK PERŞEMBE

İŞ HAYATINDA BAŞARI İÇİN DUYGUSAL ZEKA BECERİLERİ

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

İMA / NİŞANTAŞI

20 ARALIK CUMA

DIŞ TİCARETE YÖNELİK E-TİCARET

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

İTKİB / YENİBOSNA

24 ARALIK SALI

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: FAYSAL ALMEMAN

İTKİB / YENİBOSNA

25 ARALIK ÇARŞAMBA

ANLYTICS EĞİTİMİ

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: DİJİTAL PAZARLAMA OKULU

İTKİB / YENİBOSNA

25 ARALIK ÇARŞAMBA

FARKINDALIK VE STRESLE BAŞA ÇIKMA

Süre: 1 Gün (6 saat)
Eğitmen: ÜMİT DOĞAN

İTKİB / YENİBOSNA

26 ARALIK PERŞEMBE

HAZIR GİYİMDE KALİTE KONTROL VE KALİTE GÜVENCE

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

İTKİB / YENİBOSNA

27 ARALIK CUMA

İHRACATTA FİYATLANDIRMA MALİYET VE RİSK YÖNETİMİ

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

İTKİB / YENİBOSNA



PROF. DR. EMRE ALKIN
EKONOMİST

Yeni Ekonomi Programı'na göre işsizlikte tek hanenin görülmesi için 2022 yılını bekleyeceğiz. Bana göre de bu durum, gerçekçi bir yaklaşım. Ekonomistlerin üzerinde ısrarla durduğu "işsizlik platosunu yüzde 9.5'in altına çekmek" ümidini besleyecek ihtimallerin giderek azaldığını görmekteyim.

2022 YILINA DOĞRU ENSEYİ KARARTMADAN ÇALIŞMAYA DEVAM

Yazıma başlarken, "Yeni Ekonomik Program" (YEP) adı altında Ankara'nın 2022 yılına kadar makro ekonomik parametrelerle alakalı hangi öngörülerde bulunduğunu hatırlatmakta fayda görüyorum. Ardından da mevcut gelişmelere göz atacağız. Ekim ve Kasım aylarında her ne kadar enflasyonu tek hane olarak test etme mutluluğuna ulaştık da yıl sonunu yüzde 11.5-12.5 aralığında tamamlayacağız gibi gözüküyor. Yeni Ekonomi Programı'nda gelecek yıl enflasyonun yüzde 8.5 civarında olacağı belirtiliyor. Planın son yılında enflasyonun yüzde 5'in altına düşeceği bekleniyor. Ancak enflasyonu düşürmek sadece baz etkisi ile değil, aynı zamanda üretici ve tüketici davranışlarının değişmesiyle de mümkün olabilir. Eğer, insanlar enflasyonun düşüşüne inanmıyorsa, fiyatlama ve satın alma davranışlarına bu durumu yansıtırlar. Dolayısıyla, düşüş yönündeki enflasyonu "düşüş trendine" sokmak mümkün olmayabilir. Dikkatli olmak, hayat pahalılığı ve enflasyon arasındaki bu farklılığın nereden kaynaklandığını doğru şekilde anlatmak gerekiyor.

Yeni Ekonomi Programı'na göre işsizlikte tek hanenin görülmesi için 2022 yılını bekleyeceğiz. Bana göre de bu durum, gerçekçi bir yaklaşım. Ekonomistlerin üzerinde ısrarla durduğu "işsizlik platosunu yüzde 9.5'in altına çekmek" ümidini besleyecek ihtimallerin giderek azaldığını görmekteyim. Yapay zeka ve robotlar, henüz yüksek istihdam gerektiren sektörlerde egemen olmaya başlamadı. Diğer taraftan yeni neslin konvansiyonel sektörlerde çalışmayı düşünmemesi ve nihayetinde inşaat gibi fazla eğitim gerektirmeyen sektörlerdeki sert dalgalanmalar, işsizlik oranlarının radikal düşüşü için bizlere fazla ümit vermiyor. Yine de 2022'de yüzde 9.8 işsizlik öngörüldüğünü YEP'ten anlıyoruz.

Her sabah televizyonda da sıkça bahsettiğim gibi, bütçe açığı ve cari açığın, milli gelire oranı ile ilgili bazı tereddütlerim var. Öncelikle bütçe açığı için yüzde 3'lük bir kırmızı çizgi belirlenmiş. Bu, oldukça önemli ve bir o kadar da olumlu bir adım. Ancak, faiz dışı fazla rakamının sürekli olarak "sınırdan"

dolaşacak olması, Türkiye'nin disiplini elden bıraktığı anda borç sarmalına düşmesine yol açabilir. Özetle, bütçe açığı/ milli gelir hedefi kabul edilebilir olsa da arka planında bazı riskler barındırıyor diyebiliriz.

"SIFIR CARİ AÇIK" DÖVİZ KAZANDIRAN FAALİYETLERİ ARTIRMAK GEREKİYOR

Cari açığın önümüzdeki üç yılın sonunda "sıfır" olacağı beklentisi, 2019 yılındaki olumsuz şartlar sebebiyle kapanan dış ticaret açığından cesaret alınarak belirlenmiş gibi geldi bana. Türkiye'nin ithalatının yüzde 85'inden daha fazlası ham madde-ara mali-yatırım mali olduğundan, 2020 yılı dahil 2022'ye kadar her yıl yüzde 5 büyüme beklentisini yakalayabilmek ve "sıfır cari açık" ile başarabilmek için şunları yapması gerekiyor:

- İthal ettiğimiz girdilerin büyük bir kısmını Türkiye'de üretmek,
- İhracatın katma değerini hızla artırmak,
- Döviz kazandıran faaliyetlerin sayısını artırmak ve destek vermek.

Belki de en kolay, sonuncu maddeyi gerçekleştirmek. İlk iki koşulu maddeleştirmek kolay değil. Ancak üçüncü koşulu başarmak için ciddi bir irade gerekiyor.

Özetle, yüzde 5 büyüme hızı her ne kadar bizim için en uygun seyir olarak gözükse de söz konusu hedefi gerçekleştirmek ve cari dengeyi sağlamak için üç yıl kısa bir süre.

Sonuç olarak, Yeni Ekonomi Paketi hedeflerinin bir kısmı tutacak ama birbiriyle doğrudan bağlantılı olan hedeflerin bazılarında sapmalar göreceğiz. Banış Pınarı Harekatı neticesindeki olumlu gelişmeler, en azından gelecek yıl için, beklentilerin bozulmasını önledi diyebilirim.

Merkez Bankası'nın sürpriz faiz indirimi ile kısa bir yorumda bulunmakla yetineceğim. Bu karar, Aralık'a kadar küresel ve bölgesel gelişmelerde herhangi bir netlik olmayacağından dolayı, "önden yüklemeli" bir faiz indirimi olarak not edilebilir. Merkez Bankası hem özel bankalara hem de büyük firmalara "köprüden önceki son çıkış" olarak işaret vermekte. Kredilerin yeniden yapılandırılması için düşük maliyetli bir fırsat olduğu gibi, bu fırsatı değere çevirecekler için de bir şanstır diyebilirim.



AV. H. OZAN ÖGÜT
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

İŞÇİNİN VE İŞVERENİN BORÇLARI

İşçinin ve işverenin birbirlerine olan borçları, kanunlarca belirlenmiştir. Taraflar bu borçların kapsamının genişletilmesi veya daraltılmasını sözleşme ile kararlaştırabilirler. Lakin işveren, kanunda işçi lehine getirilen emredici hükümlere aykırı maddeleri sözleşmeye koyarak borçların kapsamını genişletemez.

İş sözleşmesi bir tarafın (işçi) bağımlı olarak iş görmeyi, diğer tarafın (işveren) da ücret ödemeyi üstlenmesinden oluşan sözleşmedir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere iş sözleşmesi, iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olup gerek işçi gerekse işveren açısından çeşitli borçlar doğurmaktadır.

İşçi ve işveren ilişkilerini düzenleyen temel kanun İş Kanunu olsa da Türk Borçlar Kanunu da işçiye ve işverene borçlar yüklemektedir.

Bu yazımızda İş Kanunu ve Borçlar Kanunu kapsamında işçiye ve işverene yüklenen sorumluluklar hususunda değerli okurlarımızı kısaca bilgilendirmeye çalışacağız.

İlk olarak işçinin borçlarına değinecek olursak; işçinin en önemli borcu iş görme borcudur. İş görme borcu, işçinin işi ifasını ifade etmektedir. Kural olarak, işçinin “bizzat ifa yükümlülüğü” vardır ve işçi üstlendiği işi özenle yapmak zorundadır.

İşçinin işverene sadakat borcu vardır. Sadakat borcu, işçinin işverenin haklı menfaatlerini gözetme ve koruma borcu anlamına gelmektedir. Sadakatle davranmak, aslında dürüstlük kurallarına uygun davranmayı ifade eder. Türk Borçlar Kanunu’nda özen ve sadakat borcu açıkça düzenlenmektedir. Borçlar Kanunu’nun ilgili hükmüne göre, “işçi yüklediği işi özenle yapmak ve işverenin haklı menfaatinin korunmasında sadakatle davranmak zorundadır.”

İşçi işverenin talimatlarına uymakla yükümlüdür. İşyerinde işin yürütülmesi ile ilgili olabileceği gibi işçinin davranışlarına yönelik talimatlar da olabilir. Lakin, bu talimatlar hukuka uygun olmalı ve iş görme borcu içinde yer almalıdır.

İşçi, iş sözleşmesi devam ettiği sürece işverenle rekabet edici nitelikte bir iş yapamaz. Rekabet yasağı mutlak niteliktedir. Rakip şirkette çalışamaz, rakip şirket kuramaz, üçüncü kişiye bu şekilde hizmette bulunamaz. İkinci bir işte çalışmak sadakat borcuna aykırılık teşkil etmediği sürece mümkündür. Mesela, temizlik işi. Başka bir işte çalışma imkanı olup olmadığı açısından rekabet etmeme borcu ile sadakat borcunu birlikte değerlendirmek gerekmektedir.

İş sözleşmesi sona erdikten sonra rekabet yasağının devam edebilmesi için, bu hususun taraflarca sözleşmede kararlaştırılmış olması gerekmektedir ve müşteri çevresi, üretim sırları ya da işverenin yapmış olduğu işler hakkında bilgi edinme imkanı veriyorsa ve bu bilgilerin kullanılması işverene önemli ölçüde zarar verecek ise, rekabet etmeme borcu devam etmektedir.

Borçlar Kanunu’nun ilgili hükmüne göre, “rekabet yasağı, işçinin ekonomik geleceğini hakkaniyete aykırı olarak tehlikeye düşürecek biçimde yer, zaman ve işlerin türü bakımından uygun olmayan sınırlamalar içeremez ve süresi, özel koşullar dışında iki yılı aşamaz.”

Eğer bu tip sınırlamalar yoksa hakim kendisi bu rekabet yasağına müdahale ederek, kapsamı veya süresi bakımından sınırlandırabilir.

İşçi rekabet yasağına aykırı davranırsa, işverenin uğradığı zararı gidermekle yükümlü olur. Rekabet yasağına aykırılığa bir cezai şart getirilmiş ise, işveren bu cezai şartın ödenmesini talep edebilir. Ayrıca, mahkemeden de bu aykırılı davranışa son verilmesini isteyebilir.

Sözleşme, haklı bir sebep olmaksızın işveren tarafından sona erdirilmişe,

rekabet yasağı sona erer. İşverene yüklenebilen bir sebeple işçi tarafından sözleşme feshedilirse, rekabet yasağı sona erer. Örneğin, işverenin işçiye ücret ödememesinden dolayı işçi, sözleşmeyi feshederse rekabet yasağı sona erer.

İŞVERENİN İŞÇİYİ GÖZETME BORCU VARDIR

İşverenin borçlarına baktığımızda ise, kuşkusuz işverenin en önemli borcu ücret ödeme borcudur. İşverenin işçiye ödeyeceği ücret asgari ücretin altında olamaz. Ücret en geç ayda bir ödenir.

Ücret gününde ödenmezse, işçi iş sözleşmesini haklı nedenle feshedebilir; 1 yıllık kıdemi varsa kıdem tazminatına hak kazanır. Ücreti ödeme gününden itibaren 20 gün içinde mücbir neden dışında ödenemeyen işçi, iş görme borcunu yerine getirmekten kaçınabilir. İşçilerin bu nedenle çalışmadıkları için iş sözleşmesi feshedilemez ve yerine yeni işçi alınamaz, bu işler başkalarına yaptırılmaz. Gününde ödenmeyen ücret için en yüksek mevduat faizi uygulanır.

Kural olarak, işçinin çalıştığı sürece ücret alması; çalışmadığı sürece ücret almaması esastır. Ancak yıllık izin, ulusal bayram, genel tatil hallerinde işçi çalışmadığı halde ücret alır. Buna “sosyal ücret” denilmektedir. O günlerde eğer işveren işçinin çalışmasını isterse onayını alması gerekir. İşçi çalışmayı kabul ettiğinde her güne karşılık +1 günlük ücrete daha hak kazanır. İşçi, haftanın tatilden önceki günlerinde 45 saat çalışmışsa işveren aralıksız 24 saat izin vermek zorundadır. İş sağlığı ve güvenliği açısından hafta tatilinde çalışmak yasaktır. Yasağa rağmen çalışma yapılırsa +1,5 zamlı ücret ödenir.

İşverenin işçiyi gözetme borcu vardır. İşçinin kişiliğinin korunması borcu, işçinin sadakat borcu karşısında yer almaktadır ve işveren işçinin kişiliğini koruma ve saygı gösterme, iş yerinde dürüstlük kurallarına uygun bir çalışma ortamı yaratmakla yükümlüdür. İşçinin kişiliğinin korunması aynı zamanda iş sağlığı, güvenliği önlemleri alınmasını da kapsamaktadır.

İşverenin eşit davranma borcu da bulunmaktadır. Eşitlik ilkesi, eşit durumda olanlara eşit davranmayı öngörür. Eşitlik ilkesi Anayasa'nın 10. maddesinden kaynaklanmaktadır. İşveren eşit durumda olan işçilere eşit davranmak zorundadır. Objektif sebepler yoksa (kıdem, diploma, yabancı dil gibi) eşit davranmakla



yükümlüdür. Örneğin aynı statüdeki işçilere aynı ücret verilmelidir.

Ayrımcılık yasağında ise kişinin belirli nitelikleri veya özellikleri nedeniyle o kişiye farklı davranılması önlenmektedir. İşveren esaslı sebepler olmadıkça, tam süreli çalışan işçi karşısında kısmi süreli çalışan işçiye, belirsiz süreli çalışan işçi karşısında belirli süreli çalışan işçiye farklı bir muamele yapamaz. İşveren, biyolojik veya işin niteliğine ilişkin sebepler zorunlu kılmadıkça, bir işçiye, iş sözleşmesinin yapılmasında, şartlarının oluşturulmasında, uygulanmasında ve sona ermesinde, cinsiyet veya gebelik nedeni ile doğrudan veya dolaylı farklı bir işlem yapamaz. İş ilişkisinde veya sona ermesinde ayrımcılık yasağına aykırı davranılırsa işçi, dört aya kadar ücreti tutarındaki uygun bir tazminattan başka yoksun bırakıldığı haklarını da talep edebilir.

İşçinin ve işverenin borçları yukarıda genel hatlarıyla belirttiğimiz şekildedir. Taraflar bu borçların kapsamının genişletilmesi veya daraltılmasını sözleşme ile kararlaştırabilirler. Lakin işveren, kanunda işçi lehine getirilen emredici hükümlere aykırı maddeler sözleşmeye koyarak borçların kapsamını genişletemez. Gerek İş Kanunu gerek Türk Borçlar Kanunu uyarınca taraflara çeşitli borçlar yüklediğinden dolayı, bu borçların taraflarca iyi özümsemek, uygulamaya geçirilmesi gerektiği kanaatindeyiz.



İşveren esaslı sebepler olmadıkça, tam süreli çalışan işçi karşısında kısmi süreli çalışan işçiye, belirsiz süreli çalışan işçi karşısında belirli süreli çalışan işçiye farklı bir muamele yapamaz.



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

MALİYEDE YENİ E-DÖNÜŞÜM DÜZENLEMELERİ

19 Ekim 2019 Tarihli ve 30923 Sayılı Resmi Gazete’de Vergi Usul Kanunu uyarınca düzenlenmesi zorunlu olan elektronik belge uygulamalarına yönelik zorunlu geçiş tarihlerinin ve uygulama esaslarının yer aldığı 509 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu (VUK) Genel Tebliği yayınlanmıştır.

VUK Genel Tebliği ile; belgelerin elektronik ortamda düzenlenmesine yönelik olarak yayınlanan VUK Tebliği,

elektronik belge uygulamasında bütünlüğün sağlanması amacıyla tek bir tebliğde toplanmıştır. Bu Tebliğ ile bazı mükellefler için bazı belgelerin elektronik olarak düzenlenmesi zorunluluğu getirilmiştir. Bu ayki yazımızda vergisel iş ve işlemleri bakımından “e uygulama” kapsamına giren mükellefler, kapsama girme tarihleri ve kapsama girme kriterleri açıklanmıştır.

Bu düzenlemeye göre;

E-fatura Uygulaması	Uygulamaya Geçiş Tarihi
5 Milyon TL ve üzeri olan brüt satış hasılatı (veya satışları ile gayri safı iş hasılatı) şartını 2018 veya 2019 hesap dönemlerinde sağlayan mükellefler,	1/7/2020 tarihinden itibaren
Özel Tüketim Vergisi Kanunu’na ekli (I) sayılı liste kapsamındaki mallar nedeniyle, EPDK’dan lisans alımı veya mezkur Kanun’a ekli (III) sayılı liste kapsamındaki malların imal, inşa veya ithalini 2019 yılında gerçekleştirenler	1/7/2020 tarihinden itibaren
Aracı hizmet sağlayıcıları, internet reklamcılığı hizmet araçları ile internet ortamında ilan yayınlayanlar,	1/7/2020 tarihine kadar
5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümlerine göre komisyoncu veya tüccar olarak sebze ve meyve ticaretiyle iştigal eden mükellefler,	1/1/2020 tarihine kadar
E-fatura uygulamasına kayıtlı olan mükelleflerden, 25/10/1984 tarihli ve 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu’nun 11. maddesi kapsamındaki mal ihracı (Türkiye’de ikamet etmeyenlere Özel Fatura ile yapılan bavul ticareti kapsamındaki satışlar dahil) ve yolcu beraberli eşya ihracı (Türkiye’de ikamet etmeyenlere KDV hesaplanarak yapılan satışlar) kapsamında fatura düzenleyecek olanlar, bahsi geçen faturalarını	1/7/2017 tarihinden itibaren (Türkiye’de ikamet etmeyenlere özel fatura ile yapılan bavul ticareti kapsamındaki satışlar açısından 1/7/2020 tarihinden itibaren) geçiş yapmalılar.

E-irsaliye Uygulaması	Uygulamaya Geçiş Tarihi
1- E-fatura uygulamasına kayıtlı olan ve 2018 veya müteakip hesap dönemleri brüt satış hasılatı (veya satışları ile gayri safı iş hasılatı) 25 milyon TL ve üzeri olan mükellefler,	1/7/2020 tarihine kadar
2- Özel Tüketim Vergisi Kanunu’na ekli (I) sayılı listedeki malların imali, ithali, teslimi vb. faaliyetleri nedeniyle EPDK’dan lisans (bayilik lisansı dahil) alan mükellefler,	1/7/2020 tarihine kadar
3- Özel Tüketim Vergisi Kanunu’na ekli (III) sayılı listedeki malların imal, inşa, ithalini ve ana bayi/distribütör şeklinde pazarlamasını gerçekleştiren mükellefler,	1/7/2020 tarihine kadar geçiş yapmalılar.

E-arşiv Fatura Uygulaması	Uygulamaya Geçiş Tarihi
E-fatura uygulamasına dahil olma zorunluluğu bulunan mükellefler ile isteğe bağlı olarak e-fatura uygulamasına bu Tebliğ'in yayım tarihi itibarıyla geçmiş olan mükellefler,	1/1/2020 tarihine kadar
Aracı hizmet sağlayıcıları, internet ortamında ilan yayınlayanlar ile internet reklamcılığı hizmet araçları,	1/1/2020 tarihine kadar
E-arşiv fatura uygulamasına dahil olmayan mükelleflerce, 1/1/2020 tarihinden itibaren düzenlenecek faturaların, vergiler dahil toplam tutarının 30 bin TL'yi (vergi mükelleflerine düzenlenenler açısından vergiler dahil toplam tutarı 5 bin TL'yi) aşması halinde, söz konusu faturaların "e-arşiv fatura" olarak Gelir İdaresi Başkanlığı'nca sunulan e-belge düzenleme portalı üzerinden düzenlenmesi zorunludur.	1/1/2020 tarihinden itibaren geçiş yapmalıdır.

E-serbest Meslek Makbuzu Uygulaması	Uygulamaya Geçiş Tarihi
Serbest meslek erbablarından 1/2/2020 tarihi itibarıyla faaliyetine devam etmekte olanlar	1/6/2020 tarihine kadar geçiş yapmalıdır.
Serbest meslek erbablarından 1/2/2020 tarihinden (bu tarih dahil) itibaren faaliyetine başlayacak olanlar,	İşe başladıkları ayı izleyen üçüncü ayın sonuna kadar geçiş yapmalıdır.

E-gider Pusulası Uygulaması	Uygulamaya Geçiş Tarihi
E-gider Pusulası uygulaması, Gelir İdaresi Başkanlığı'nca kendisine yazılı bildirim yapılan mükellefler dışındaki mükellefler için zorunlu bir uygulama olmayıp, kendisine yazılı bildirim yapılan mükelleflerin,	Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından belirtilen süre içinde geçiş yapmalıdır.

E- defter Uygulaması Kapsamına Giren Mükellefler

Kapsama Girenler	E-defter Uygulamasına Geçiş Tarihi
10 milyon TL ve üzeri brüt satış hasılatı olma (veya satışları ile gayrisafi iş hasılatı) şartını 2018 yılında sağlayan mükellefler 1/1/2020 tarihinden itibaren e-faturaya ve e-deftere geçecektir.	1/1/2020
5 milyon TL ve üzeri brüt satış hasılatı olma (veya satışları ile gayrisafi iş hasılatı) şartını 2018 veya 2019 hesap dönemlerinde sağlayan mükelleflerin 1/7/2020 tarihinden itibaren e-faturaya geçmesi gerektiğinden,	1/1/2021
Özel Tüketim Vergisi Kanunu'na ekli (I) sayılı liste kapsamındaki mallar nedeniyle EPDK'dan lisans alımı veya mezkur Kanun'a ekli (III) sayılı liste kapsamındaki malların imal, inşa veya ithalini 2019 yılında gerçekleştirenlerin 1/7/2020 tarihinden itibaren e-faturaya geçmesi gerektiğinden,	1/1/2021
Aracı hizmet sağlayıcıları, internet reklamcılığı hizmet araçları ile internet ortamında ilan yayınlayanların, 1/7/2020 tarihine kadar e-faturaya geçmesi gerektiğinden,	1/1/2021
Komisyoncu veya tüccar olarak sebze ve meyve ticaretiyle iştigal eden mükelleflerin 1/1/2020 tarihine kadar e-faturaya geçmesi gerektiğinden,	1/1/2020
19/10/2019 tarihi itibarıyla Türk Ticaret Kanunu'nun 397. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca bağımsız denetime tabi olan şirketler,	1/1/2020 tarihinde geçecektir.

Yapılan bu düzenlemeler ile Gelir İdaresi Başkanlığı'nın, işletmelerin e- dönüşüm uygulamalarına geçiş için gerekli olan parasal miktar kriterlerini asgari düzeye indirerek, işletmeler üzerindeki hakimiyet gücünü artırdığı görülmektedir. Bu düzenlemeler kapsamında, işletmelerin 01/01/2020 tarihinden itibaren e-fatura / e-arşiv fatura ve e-defter uygulamalarına dahil olup olmayacaklarını bugünden bilmeleri ve geçiş hazırlıklarını yapmaları ve tamamlamaları son derece önemlidir.

HAZIR GİYİM İHRACATI

Ocak-Ekim döneminde AB (28) ülkelerine yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre % 2,4 geriledi.

Ocak-Ekim döneminde Orta Doğu, Eski Doğu Bloku, Afrika ve Amerika ülkelerine ihracat arttı.

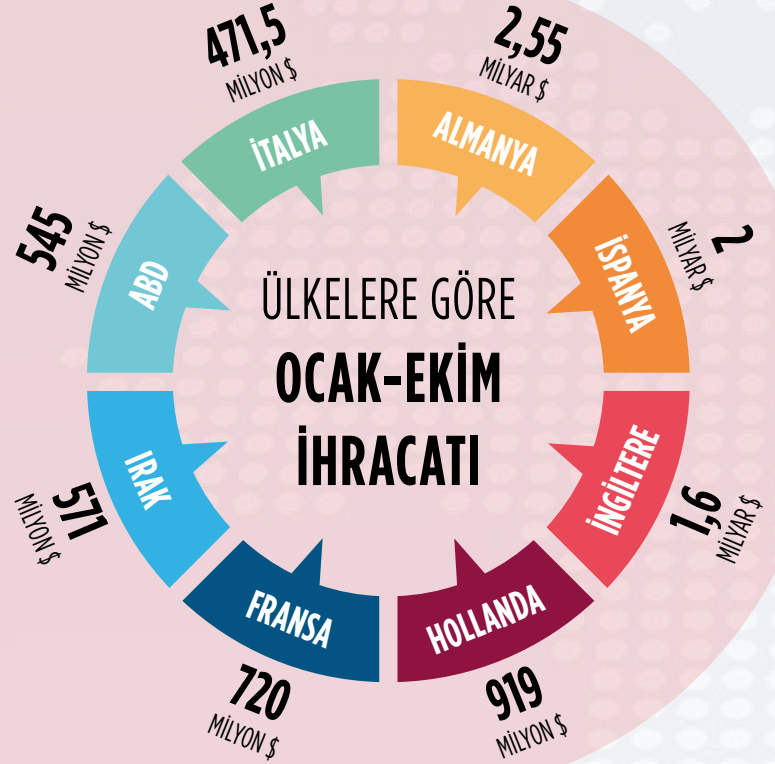
İlk 10 ayda Ocak, Haziran ve Ekim ayları dışında diğer aylarda hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı arttı.

OCAK-EKİM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,3 ARTIŞLA
14,8 MİLYAR DOLARA
ULAŞTI.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE MACARİSTAN % 66,7

Ocak-Ekim döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke % 67,7 ile Macaristan olurken, Slovakya'ya ihracat % 54,1, Beyaz Rusya'ya ise % 51,2 arttı.



TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HAZIR GİYİMİN PAYI

% 10

OCAK-EKİM 2019

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EKİM İHRACATI

ÖRME GİYİM VE
AKSESUARLARI

7,5

MİLYAR \$

DOKUMA GİYİM
VE AKSESUARLARI

5,5

MİLYAR \$

DiĞER HAZIR EŞYALAR
VE EV TEKSTİLİ

1,7

MİLYAR \$

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

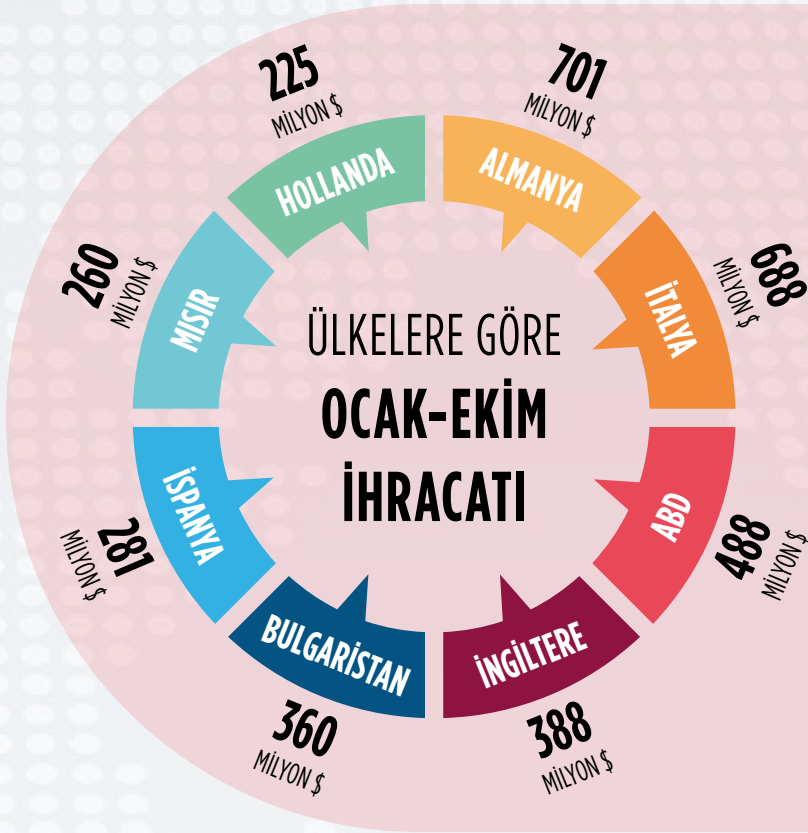
OCAK-EKİM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 5,5 DÜŞÜŞLE
8,3 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

Ocak-Ekim döneminde Eski Doğu Bloku ülkelerine yapılan ihracat %4,9 artarak 860 milyon dolar değerinde gerçekleşti.

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

Ekim ayında ev tekstili ihracatı %4,9 artışla, ürün grupları içinde artan tek sektör oldu.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-EKİM İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE KIRGIZİSTAN % 183

Ocak-Ekim döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve hammaddeleri ihracatının en fazla arttığı ülke % 183 ile Kırgızistan olurken, Rusya'ya ihracat % 32,3, Belarus'a % 22 arttı.

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EKİM İHRACATI

DOKUMA
KUMAŞLAR

1,95
MİLYAR \$

EV
TEKSTİLİ

1,53
MİLYAR \$

İPLİK

1,52
MİLYAR \$

TEKNİK
TEKSTİL

1,44
MİLYAR \$

TEKSTİL VE
HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNÜN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 5,6
OCAK-EKİM 2019

DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Ocak-Ekim döneminde AB (28) ülkelerine ihracat % 4,7 artarak 586,7 milyon dolar oldu.

Ocak-Ekim döneminde ayakkabı (%5,8) ve saraciye (%8,4) ihracatı artıran alt ürün grupları oldu.

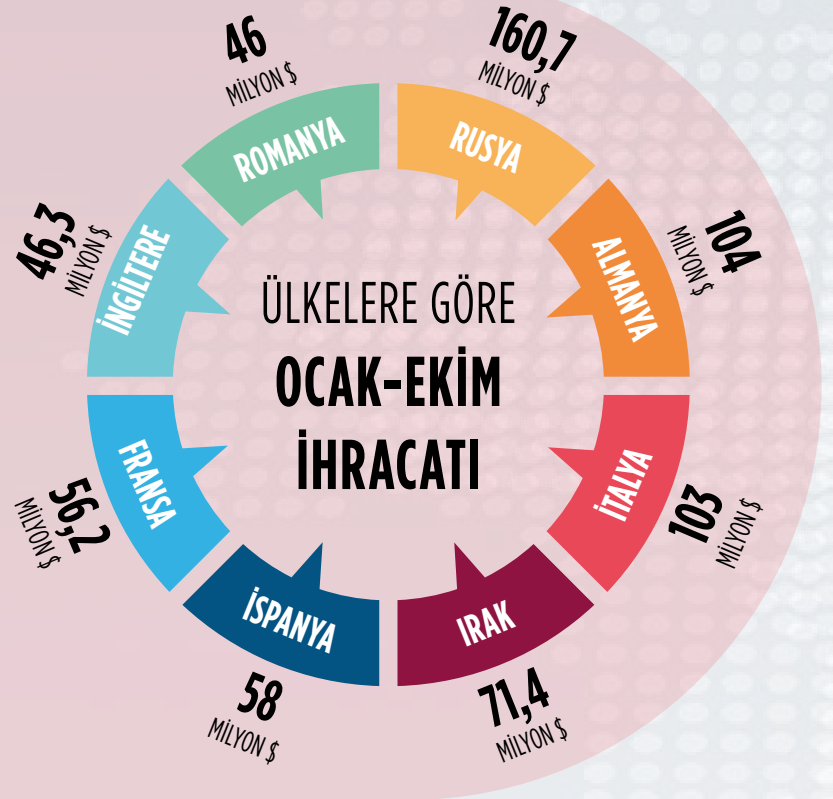
Ekim ayında deri ve deri ürünleri ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre %3,7 arttı.

OCAK-EKİM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,2 ARTIŞLA
1,4 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE NİJERYA % 65

Ocak-Ekim döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke % 65 ile Nijerya olurken, Sudan'a ihracat % 54,6, Ukrayna'ya ise % 54,1 arttı.



ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 1

OCAK-EKİM 2019

AYAKKABI
816,4
MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ
DERİ VE KÜRK
218
MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN
GİYİM EŞYALARI
200
MİLYON \$

SARACİYE
191,6
MİLYON \$

OCAK-EKİM DÖNEMİNDE İHRACAT

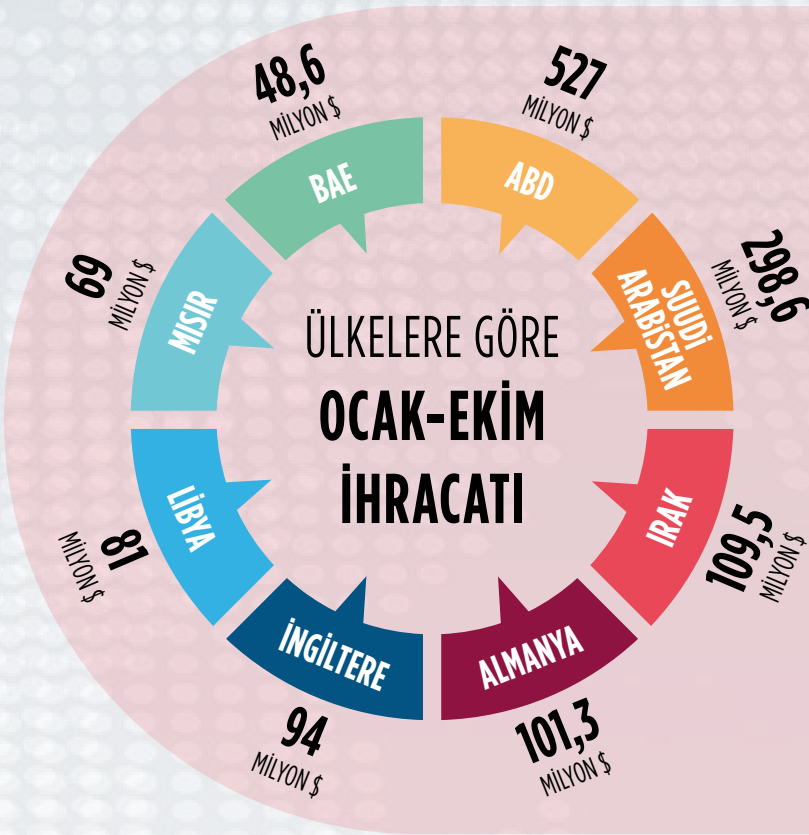
YÜZDE 11,4 ARTIŞLA
2,1 MİLYAR DOLAR
DEĞERİNE ULAŞTI.

HALI İHRACATI

Ekim ayı halı ihracatı, 2018 Ekim ayına kıyasla %19,7 artarak 255 milyon dolara ulaştı.

Ocak-Ekim döneminde Amerika ülkelerine halı ihracatı %14,1, AB ülkelerine ise %13,5 arttı.

Ocak-Ekim döneminde el halısı ihracatı %3,9, makine halı %11 ve tüfte halı ihracatı ise %15,2 artış yakaladı.



ÜLKELERE GÖRE
OCAK-EKİM İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

LİBYA
% 115,8

Ocak-Ekim döneminde en fazla ihracatın yapıldığı ilk 50 ülke arasında Libya'ya ihracat % 115,8 artarken, Japonya'ya %91,8 ve Rusya'ya %68,3 arttı.

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-EKİM DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALILARI

1,7
MİLYAR \$

TÜFTE HALILARI

280,4
MİLYON \$

EL HALISI

44,8
MİLYON \$

TOPLAM ÜLKE İHRACATINDA HALININ PAYI

% 1,4

OCAK-EKİM 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.tttsd.org.tr

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

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

Saraciye Sanayicileri Derneği (SSD)

Tel: 0 212 543 39 07
Web: www.saraciye.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