

14. İSTANBUL 2019 ULUSLARARASI KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI

GENÇ YETENEKLERİ
SEKTÖRE KAZANDIRIYOR

300 BAŞVURU

En başarılı olanlar
ödüllendirildi

1000+

Ödül töreni, binin üzerinde
davetliye ev sahipliği yaptı

11 ÜLKE

Yurt dışı başvuruları
iki kat arttı, 11 ülkeden
120 başvuru yapıldı



İHKİB, Türk hazır giyiminin
üretim gücünü ABD Moda
Sanayi Birliği'ne anlattı

İHKİB, hazır giyim
üreticilerini Allexpress ile
dünyaya açıyor!

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

ARALIK 2019 SAYI 313

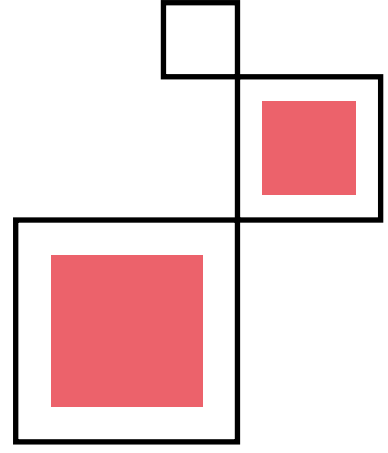


5. DETAY DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ TASARIM YARIŞMASI DERİ'NİN DETAY'LARI ÖDÜLENDİRİLDİ



İÇİNDEKİLER

- 10** | İTKİB'DEN
DESIGN WEEK TURKEY 14-17 KASIM TARİHLERİ
ARASINDA MİSAFİRLERİNİ AĞIRLADI
- 16** | IV. TEKSTİL AKSESURLARI
TREND VE İNOVASYON ETKİNLİĞİ
- 20** | FASHIONIST, MODAYI İSTANBUL'A
GERİ GETİRİYOR
- 22** | TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ ÇALIŞTAYI
2020 HEDEFLERİNİ BELİRLER
- 24** | KAYITLI İSTİHDAMIN İŞVERENLERE SAĞLADIĞI
AVANTAJLARA YÖNELİK REHBER HAZIRLANDI
- 28** | İHKİB, ABD PAZARINI
MERCEK ALTINA ALIYOR



- 52** | KAPAK KONUSU
14. İSTANBUL İTHİB ULUSLARARASI
KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI'NDA
GELECEĞİN TASARIMCILARI
ÖDÜLLERİNİ ALDI

- 82** | TEKNOLOJİ
ROBOT YAZILIMLAR, FİRMALARA
%50 ZAMAN KAZANDIRIYOR

- 88** | HUKUK KÖŞESİ
KVKK KAPSAMINDA VERİ SORUMLUSU TANIMI,
YÜKÜMLÜLÜKLERİ VE SORUMLULUĞU

- 92** | MEVZUAT
SON VERGİSEL DÜZENLEMELER

- 26** | İTKİB'DEN
İHKİB, HAZIR GİYİM ÜRETİCİLERİNİ
ALIEXPRESS İLE DÜNYAYA AÇIYOR!



- 72** | HEDEF PAZAR
AVRUPA'NIN YÜKSELEN
EKONOMİSİ İSPANYA



78 FARK YARATANLAR
“FIFA, ÜRÜN KALİTEMİZİN GARANTİSİ”

66 ANADOLU'DA YATIRIM
“ADANA, SANAYİ
KÜLTÜRÜNE SAHİP
BİR ŞEHİR”

76 BRÜKSEL MEKTUBU
“BREXIT VE ABD-ÇİN
TİCARET SAVAŞINDAKİ
SÜREÇ DENGEE
OTURABİLMİŞ DEĞİL”

44 FUARLAR
JAPAN CREATION FUARI
İTHİB, SEKTÖRÜN PAZAR
PAYINI BÜYÜTMEK İÇİN
MİLLİ KATILIM FUAR
ORGANİZASYONU DÜZENLEDİ



84 KÜLTÜR
ANADOLU İNSANININ DUYGU DİLİ
NAKIŞ

90 MODA TASARIMCISI
ÇİĞDEM AKIN
“HAYAL ET VE BİR HİKAYE YARAT”



İTKİB HEDEF
İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.
Mustafa BEKTAŞ

YAYIN KURULU BAŞKANI
Özkan KARACA

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

YAYIN KURULU

HAZIR GİYİM

Birol SEZER
Aydın ERTEN
Mithat SAMSAMA

TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ
Ali Sami AYDIN
Orhan AYDIN
Fatma UÇURUM

DERİ

İlhan KUŞELİ
Serkan CEVAHİRCİOĞLU

HALI

Bülent METİN
Haşim GÜRELİ

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi B Blok
34530 Yenibosna - İSTANBUL
TEL: 0212 454 02 00
FAX: 0212 454 04 15
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ
Gözde AKDOĞAN
Yılmaz MERMER

EDİTÖR

Ebru PAKSOY
Peri ERBUL

MUHABİR

Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Fatih YALÇIN

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

İlknur ULUSOY
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

ŞAN OFSET
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No 50
Kağıthane - İstanbul
0212 289 24 24

Yasal uyarı: Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflar izinsiz kullanılamaz. Dergimizde yer alan yazı ve fotoğrafların sorumluluğu Viya Medya Yayıncılık Organizasyon A.Ş.'ye, ilanların sorumluluğu reklam verenlere aittir.

Yayın Türü: Aylık süreli yayındır.



10 BİN İHRACATÇIYA DAHA YEŞİL IŞIK

Son üç takvim yılı itibarıyla yıllık ortalama ihracatı 500 bin doların üzerinde olan mal ihracatçısı firmaların temsilcilerine de yeşil pasaport verilecek.

Resmi Gazete'de yayımlanan karara göre, ihracatçı firmaların temsilcilerine tanınan yeşil pasaport hakkına ilişkin ihracat limit miktarı 1 milyon dolardan 500 bin dolara indirildi. Böylelikle son üç takvim yılı itibarıyla yıllık ortalama ihracatı 500 bin doların üzerinde olan mal ihracatçısı firmaların temsilcilerine de yeşil pasaport verilecek. Bu kapsamda, yıllık ortalama ihracatı 500 bin ile 10 milyon dolar arasında olan firmaların bir, 10 milyon dolar üzeriyle 25 milyon dolar arasında olan firmaların iki, 25 milyon dolar üzeriyle 50 milyon dolar arasında olan firmaların üç, 50 milyon dolar üzeriyle 100 milyon dolar arasındaki firmaların dört, 100 milyon dolar üzerinde olanların ise beş yetkilisine yeşil pasaport verilebilecek.

23 Mart 2017'de başlayan uygulamanın başlangıcında istenilen her yıl ihracat yapma şartı da kaldırılarak, son üç takvim yılında yapılan toplam ihracat tutarının ortalaması esas alınmıştı. Bugüne kadar 11 bin 952 ihracatçıya yeşil pasaport verildiği açıklandı. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nden yapılan açıklamada, limitin 500 bin dolara inmesiyle

yeşil pasaporta hak kazanan ihracatçı sayısı 22 bin 325'e yükseldiği belirtildi.

Çok sayıda ihracatçının yeşil pasaport imkanına kavuşmasının ihracatın hacmini de olumlu yönde etkileyeceği vurgulanırken, pasaportun süresinin de dört yıla çıkarılması

yönündeki çalışmaların ihracatçıların elini güçlendirecek önemli bir imkan olacağı belirtildi.

193 ülkenin yüzde 64'ünde, dünya ticaretinin yüzde 75'ini oluşturan ülkelerde yeşil pasaporta vize muafiyeti sağlanıyor.





DESIGN WEEK TURKEY 14-17 KASIM TARİHLERİ ARASINDA MİSAFİRLERİNİ AĞIRLADI

Endüstriyel ve özgün tasarımların öne çıktığı Design Week Turkey'de tekstil tasarımları ve akıllı tekstil ürünleri, Türkiye Tasarım Haftası'nın en dikkat çeken sergileri oldu. Tasarım haftası, bu yıl 61 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırladı.

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından tasarım kültürünü oluşturmak ve Türkiye'deki tasarımcıları dünyaya tanıtmak amacıyla bu yıl 4. kez düzenlenen Design Week Turkey (Türkiye Tasarım Haftası), 14-17 Kasım tarihlerinde İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi.

Dört gün süren etkinlik boyunca 100'den fazla konuşmacı ve 150'nin üzerinde tasarımcı, 34 panel ve konferans ile 53 sergi ve atölye çalışmalarında katılımcılarla buluştu. Katılımcılar, ana teması "Tasarımın Ötesinde" olan

etkinlikte, İngiliz Endüstriyel Tasarımcı Sebastian Bergne, London Design Festival Direktörü Ben Evans, Hollandalı Sanatçı ve Yenilikçi Daan Roosegaarde, Otomobil Tasarımcısı Niels van Roij, Tayvan Medikal Tasarım Birliği Başkanı Kevin C. T seng, International Forum Design Üst Yöneticisi (CEO) Ralp Wiegmann, Mimar Melike Altınışık, Moda Tasarımcısı Arzu Kaprol ve Hakan Akkaya, Ekonomist Emre Alkin gibi konuşmacıları dinleme fırsatı buldu.

Tasarım Haftası'nda İTHİB tarafından düzenlenen 14. İstanbul İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nda finale kalan tasarımcıların yanı sıra İDMİB tarafından düzenlenen 5. DETAY Yarışması'nda deri



İklim değişikliğine karşı kullanıcıyı korumak için şeklini ve işlevini otomatik olarak değiştiren ceket.



13. İstanbul İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması finalistlerinin koleksiyonlarının sergilendiği İTHİB standı, katılımcılar tarafından büyük ilgi gördü.



konfeksiyon ve saraciye ürün gruplarında ilk üçe giren finalistlerin koleksiyonları da sergilendi. Genç tasarımcılara ait modeller oldukça ilgi gördü.

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın da katılım sağladığı açılışa TİM Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici de katılım sağladı. Türkiye'nin ilk ve tek kumaş tasarım yarışması olan İstanbul İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nın geçen seneki finalistlerinin koleksiyonlarının sergilendiği İTHİB standı, katılımcılar tarafından büyük ilgi gördü.

ARZU KAPROL'UN RECYCLE&UPCYCLE STANDI BÜYÜK İLGI GÖRDÜ

Ayrıca Design Week'te bu yıl ilk defa İTHİB tarafından Arzu Kaprol iş birliğiyle "giyilebilir teknolojiler" standı açıldı. Hazırlanan stantta Recycle&Upcycle Mottosu ile konforunu hiç kaybetmeden

yüzde 100 geri dönüştürülmüş pet şişelerden üretilen kumaşlardan iklim değişikliğine karşı kullanıcıyı korumak için şekli ve işlevini otomatik olarak değiştiren ceketlere, entegre edilmiş barkod okuyucusu sayesinde birçok manuel organizasyon işinde kolaylık sağlayan akıllı eldivenlerden elektrik akımı ile ısı üretebilen özel ipliklerden dokunmuş kumaşlara kadar birçok inovatif tekstil ürünü yoğun ilgi gördü.

"Tasarım Ötesi" mottosunun çıkış hikayesini anlatan Arzu Kaprol, tasarımın sadece bir ürünü tasarlamak üzerine kurulu olmadığını belirterek şunları söyledi: "Tasarımın bir bütünü tasarlamak, yaşamı tasarlamak olduğu ama bunun sadece bir ürünü kapsamadığı, o ürünün geçmişini ve geleceğini tasarladığımız bir süreci ifade ettiğini biliyoruz. Benim için tasarımın ötesi bu."

"Sürdürülebilirlik", "Oyun Tasarımı", "Tasarımda Rekabetin Kodları", "Medical Tasarım", "Çağdaş Mücevher



Tasarımı” başlığıyla düzenlenen panel ve konferanslarda, tasarım dünyasındaki son gelişmeler ele alındı.

Tasarım haftasında, Rosanna Orlandi'nin “Suçlu Plastik Değildir” temalı sergisiyle “Sürdürülebilir Yaşam” ve “Sıfır Atık” gibi konulara değinilirken, “Dokumanın Çağdaş Yüzü” sergisiyle Türkiye’de üretim kültürünün mihenk taşı olan dokumanın hikayesi anlatıldı. Ayrıca CollectThings sergisiyle de mimariden, günlük hayattan ve doğadan ilham alarak hazırlanan el yapımı mücevherler sunuldu.

ENDÜSTRİYEL TASARIM ÖDÜLLERİ SAHİLERİNİ BULDU

Design Week Turkey 2019 etkinliği kapsamında Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri de sahiplerini buldu. Yerli ve yabancı tasarımcılardan oluşan seçici kurul, başvuru yapan 286 tasarımı değerlendirdi. 13 kategoride, 8’i üstün, 36’sı iyi ve 18’i kavramsal ödül olmak üzere toplam 62 ödül dağıtıldı.



“İSTANBUL’U KÜRESEL TASARIM MERKEZİNE DÖNÜŞTÜRECEĞİZ”

Bugüne kadar 120 binden fazla ziyaretçiyi ağırlayan Design Week Turkey, bu yıl 61 bin 382 ziyaretçi ile rekor katılıma ulaştı. Design Week Turkey’de pek çok konuyu kapsayan oturumlarla sıra dışı bir program gerçekleştirdiklerini söyleyen TİM Başkanı İsmail Gülle, “Önümüzdeki yıl ülkemizin markalaşma yolculuğuna da önemli katkı sağlayacak yeni bir projeyi hayata geçireceğiz. Bu kapsamda moda ve tasarıma yönelik tüm etkinliklerimizi bir araya getireceğimiz uluslararası organizasyon gerçekleştireceğiz. Yıl boyunca tasarım ve modanın konuşulacağı bu proje ile İstanbul’u uluslararası düzeyde, Avrasya’nın bölgesel tasarım merkezi yapacağız ve İstanbul’u endüstriyel, görsel ve moda tasarım ajanlarının ofis açacakları küresel tasarım merkezine dönüştüreceğiz” diye konuştu.

Bugüne kadar 120 binden fazla ziyaretçiyi ağırlayan Design Week Turkey, bu yıl 61 bin 382 ziyaretçi ile rekor katılıma ulaştı.



DESIGN WEEK, TASARIMIN KAZANANLARINI AĞIRLADI

Design Week haftası kapsamında, 18 Mart tarihinde gerçekleşen Koza Genç Moda Tasarımcıları yarışmasının dokuz finalistinin koleksiyonları sergilendi.

14-17 Kasım tarihleri arasında düzenlenen Design Week haftası kapsamında, 18 Mart tarihinde gerçekleşen Koza Genç Moda Tasarımcıları yarışmasının dokuz finalistinin koleksiyonları sergilendi.

Birçok üniversiteden ve moda okulundan ilgilinin katıldığı etkinlikte, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın finalistleri tarafından, tasarımların detayları ve aşamaları anlatıldı.

Etkinlikte; Mehmet Demir'in Soft Universe, Süreyya Süleymanoğlu'nun Rabotnik, Tanyeli Erdem'in The Kid, Büşra Dinçtürk'ün Earth to Sky, Ezgi Yıldırım'ın Imperefection, İrem Atayakulol'un Turkish Delight, Merve Ulu'nun Kul Ahmet'in Ceket, Selina Alp'in Till I Collapse ve Seydullah Yılmaz'ın Cyberpunk koleksiyonlarına yer verildi.





NEW GEN TASARIMCILARI TASARIM YARIŞMASI'NDA

İstanbul Moda Akademisi (İMA), mezunlarının koleksiyonlarını 14-17 Kasım tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleşen Türkiye Tasarım Haftası'na taşıdı.

12 yıldır sektöre tasarımcı yetiştiren İstanbul Moda Akademisi (İMA), mezunlarının koleksiyonlarını 14-17 Kasım tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleşen Türkiye Tasarım Haftası'na taşıdı.

Sergide yer alan New Gen tasarımcıları; Ayça Canan, Beyza Nur Eyüboğlu, Engin Ekinci, Gülşah Aypak, Natallia Korkmaz ve Senem Kula'nın koleksiyonları market buzdolaplarında sergilendi. Son derece ilgi çeken tasarımlar; "fast fashion" (hızlı moda) kavramının konuşulur olmasını sağladı.

Tasarım Haftası'nda yer alan sergisiyle hızlı moda akımına bir gönderme yapan İMA, buzdolabı sergi konsepti ile teknoloji ve sanat arasındaki ilişkiyi de öne çıkartmış oldu.





IV. TEKSTİL AKSESUARLARI TREND VE İNOVASYON ETKİNLİĞİ

IV. Tekstil Aksuarları Trend ve İnovasyon Etkinliği, sektör temsilcilerinin katılımı, yan sanayi firmalarının büyük ilgisi ve eğitici seminerleriyle gerçekleştirildi.

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD) tarafından düzenlenen IV. Tekstil Aksesuarları Trend ve İnovasyon Etkinliği, 19-20 Kasım 2019 tarihlerinde sektörün yoğun katılımıyla gerçekleştirildi. 72 seçkin firmanın katılım gösterdiği etkinlik, iki gün boyunca 1314 profesyonel ziyaretçi ağırladı. KYSD Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Murat Özpehlivan ev sahipliğinde yapılan etkinliğin açılışına, TİM Başkanı İsmail Gülle, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Şerafettin Demir katıldı. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle yaptığı konuşmada, “Yan sanayi olmadan tam sanayi olmaz” diyerek, konfeksiyon yan sanayisinin önemine vurgu yaptı.

“HAZIR GİYİM ENDÜSTRİSİ GÜCÜNÜ, YAN SANAYİSİNDEN ALIYOR”

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Çin ile birlikte entegre altyapıya sahip iki ülkeden biri olduğunu belirterek, “Elyaftan ipliğe, fermuardan etikete, alıcının her istediğini üretebilecek alt yapıya sahibiz.

Konfeksiyon yan sanayimizin sektörümüze verdiği katkının altını özellikle çizmem gerekiyor. Sizin uzun yıllara dayanan birikiminiz ve deneyiminizle sektörümüz çok daha güçlü. Yenilikçi, ürünleriniz küresel rekabette bizim gücümüzü artırıyor. Sizlerden aldığımız güçle ülkemizi dünya moda endüstrisinde ilk üçe sokmayı hedefliyoruz” dedi.

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Şerafettin Demir ise gerçekleştirdiği açılış konuşmasında, “Güçlü bir konfeksiyon yan sanayi, tekstil ve hazır giyim sanayisinin entegrasyonu açısından da son derece önemlidir. Tekstil aksesuarlarının yerli

sanayi tarafından karşılanması, hem daha fazla katma değer yaratılması hem de tekstil ve hazır giyim sanayilerinin zamanında üretim ve zamanında teslimat süreçlerini olumlu yönde etkilemesi bakımından önem taşımaktadır” şeklinde konuştu.

Etkinliği değerlendiren KYSD Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Murat Özpehlivan da “Sektörümüzün gelecek vizyonuna katkı sunmayı umduğumuz trend ve inovasyon etkinliğimiz her yıl büyüyüp gelişirken, ülkemiz adına gerçekleştirdiğimiz bu faaliyetin sektör ve paydaşlarımız tarafından da fazlasıyla benimsenmesi bizleri gelecek adına umutlandırmaktadır” dedi.





'TERCİHİM TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ' PROJESİNE FELİS'TEN ÖDÜL!

İHKİB, İTHİB ve İDMİB öncülüğünde yapılan 'Tercihim Tekstil Mühendisliği' projesi ile etkinin ve kalitenin değerlendirildiği Felis Ödülleri'nde "Konu, Gündem ve Kriz Yönetimi" kategorilerinde birinci olarak, Felis kazanıldı.

Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri, İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçı Birlikleri ile Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) ve YÖK arasında imzalanan protokol ile tekstil mühendisliğini tercih eden öğrencilere hem burs hem de de iş imkânı sağlayan 'Tercihim Tekstil Mühendisliği' projesi FELİS aldı. 2006'dan bu yana MediaCat tarafından düzenlenen Türkiye'nin en prestijli ödül programı olan Felis'te yüzlerce proje arasından öne çıkarak 'Konu, Gündem ve Kriz Yönetimi' kategorisinde ödül alan proje için değerlendirmede bulunan İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, hazır giyim sektörünün orta vadede 33 milyar dolar ihracat hedefi bulunduğunu hatırlattı. Türk moda endüstrisini dünyada ilk üçe sokma vizyonu ile yola devam ettiklerini vurgulayan Gültepe, "Bizi hedefe taşıyacak sıçrayışı ancak iyi yetişmiş, donanımlı tekstil mühendisleri ile yapabiliriz. Son yıllarda gençlerimizin tekstil mühendisliğine ilgisinde çok ciddi bir düşüş vardı. 'Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi' ile algıyı tersine çevirmeyi başardık. Üniversitelerimizle el ele vererek algıyı çok daha yukarılara taşıyacağız. Mezuniyeti beklemeden öğrencilik döneminden itibaren sahada pratik yapma imkanı bulacak olan gençler,

küresel rekabette sektörümüzün en önemli kozlarından biri olacak" diye konuştu.

"NİTELİKLİ GENÇLERLE KATMA DEĞERİ DAHA ÇOK ARTIRACAĞIZ"

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz de ödül ile ilgili yaptığı açıklamada "Tekstil Mühendisliği Algisının Yükseltilmesi Projesi için harcadığımız emeklerin karşılığını almaktan mutluluk ve gurur duyuyoruz. Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projemiz ile gerçekleştirdiğimiz çalışmalar çerçevesinde geçen yıl yüzde 42'si dolu olan bölüm kontenjanları bu yıl yüzde 92 oranında doldu, tekstil mühendisliği puanları ise yaklaşık 100 puan arttı" diye konuştu. Başkan Öksüz, "Nitelikli gençlerimizin de aramıza katılmasıyla, ihracatta Türkiye ortalamasının çok üzerinde olan katma değerimizi daha da artırmayı hedefliyoruz. Bu çalışmada yer alıp bu ödülü almamıza vesile olan herkese canı gönülden teşekkürlerimi sunuyorum" dedi.

11 Kasım 2019 tarihinde gerçekleşen MediaCat Felis ödül töreninde İTKİB'in ödülünü İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi F. Müge Hepyüksel Keçik ile İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Fatma Uçurum aldı.



FASHIONIST, MODAYI İSTANBUL'A GERİ GETİRİYOR

Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) iş birliği ve KOSGEB desteğiyle düzenlenen, Uluslararası Abiye, Gelinlik, Damatlık ve Moda Fuarı, CNR Fashionist, dünyanın dört bir yanından katılımcı ve ziyaretçileri tek çatı altında buluşturdu.

Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) iş birliği ve KOSGEB desteğiyle düzenlenen Türkiye'nin en büyük uluslararası Abiye, Gelinlik, Damatlık ve Moda Fuarı CNR Fashionist, 19-21 Kasım tarihleri arasında İstanbul'da düzenlendi.

Modaya yön verenleri buluşturan Fashionist Fuarı'nda, 100'ün üstünde firmaya ait 400'den fazla marka, abiye ve gelinlikteki en son trendleri sergiledi. Yaklaşık 15 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapan fuarın, geçen seneye göre yüzde 60 büyüdüğü açıklandı.

Fuarın açılışında konuşan sektör temsilcileri, İstanbul'da daha geniş kapsamlı bir moda fuarının hayata geçirilmesi için güç birliği yapmak gerektiğine vurgu yaptı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle yaptığı konuşmada, "Sektörün temsilcileri, İstanbul Moda Fuarı için burada destek sözü verdi. Biz de TİM olarak sözün arkasındayız ve elimizden geleni yapacağız" dedi.

CNR Holding İcra Kurulu Üyesi Ali Bulut da Osmanbey'in, tekstil sanayi sektörünün lokomotif görevini ifa ettiğini, hedeflerinin

dünyanın en büyük moda fuarını İstanbul'da yapmak olduğunu söyledi.

Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Rıdvan Kandağ da, sektör ihracatının 1,7 milyar dolara ulaştığını belirterek, "Başta Avrupa, Orta Doğu ve ABD olmak üzere dünyanın 9 bölgesine yayılan 150 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Fuarımız bu yıl biraz daha büyüdü ve iki salonda düzenleniyor. Seneye dört salona çıkarmayı planlıyoruz" diye konuştu.

"TÜRKİYE'NİN DAHA FAZLA ÜRETİME VE İHRACATA İHTİYACI VAR"

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe ise "Türk hazır giyim sektörü olarak Türkiye'nin geçmişinde vardık, bugün varız, yarın da var olacağız. İHKİB olarak İstanbul Moda Fuarı'nı gerçekleştirmek için elimizden geleni yapacağız. Türkiye'nin daha fazla üretime ve ihracata ihtiyacı var" diye konuştu.



İstanbul Ticaret Odası (İTO) Yönetim Kurulu Üyesi Servet Samsama da, Osmanbey'in, Türk tekstilinin markalarını ortaya çıkaran bir marka haline geldiğini belirterek, "Sadece Türkiye için değil, bölge ülkeleri için de çok önemli bir ticaret merkezi haline geldi" dedi.

B2B İŞ GÖRÜŞMELERİ 2 MİLYAR DOLARLIK İHRACATIN KAPISINI ARALADI

Farklı model ve renk seçenekleriyle abiye, gelinlik, damatlık, takım elbise ve şık giysilerde 2020 yılına ait tasarımların sergilendiği fuar modayı yeniden İstanbul'a taşıırken, aynı zamanda yerli ve yabancı

100'ün üzerinde firmanın 400'ün üzerindeki markasını da profesyonel alıcılarla buluşturdu.

Amerika, Avrasya, Orta Doğu, Uzak Doğu ve Kuzey Afrika'dan profesyonel alıcıların katıldığı fuarda 70 ülkeden 800 kişilik alım heyeti de yer aldı.

Sektör, fuarda yapılan B2B iş görüşmeleriyle 2 milyar dolarlık ihracatın kapısını da aralamış oldu. 30 bin metrekarelik alanda gerçekleştirilen fuar süresince dünyaca ünlü 59 firma özel defile düzenledi. Miss Turkey ve Best Model Turkey modellerin katılımıyla düzenlenen defileler, renkli görüntülere sahne oldu.

Amerika, Avrasya, Orta Doğu, Uzak Doğu ve Kuzey Afrika'dan profesyonel alıcıların katıldığı fuarda 70 ülkeden 800 kişilik alım heyeti de yer aldı.





TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ ÇALIŞTAYI İLE 2020 HEDEFLERİ BELİRLENDİ

Tekstil Mühendisliği 2020-2021 eğitim-öğretim dönemi müfredat çalışmalarının değerlendirildiği Tekstil Mühendisliği Çalıştayı, İHKİB ve İTHİB Başkanları, YÖK ve sektör üyelerinin katılımıyla gerçekleşti.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) koordinatörlüğünde düzenlenen Tekstil Mühendisliği Çalıştayı, 29 Kasım tarihinde GORRION Hotel'de gerçekleşti. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Yürütme Kurulu Üyesi Prof. Dr. Ömer Açıkgöz, Türkiye Sanayi İşverenleri Sendikası üyelerinin ve üniversite bölüm başkanlarının katıldığı çalıştayda, özellikle uygulamalı eğitim ve eğitim müfredatı üzerinde durularak aşağıda konu başlıkları verilen hususlarda çalışma yapılmasının uygun olacağı değerlendirildi.

2019-2020 eğitim-öğretim döneminde "Tercihim Tekstil Mühendisliği" projesi kapsamında yapılan burs çalışmaları hakkında bilgilendirici bir sunum ile başlayan çalıştayda, 2020-2021 eğitim-öğretim döneminde yapılacak tanıtım çalışmalarının değerlendirilmesi ve tekstil mühendisliği bölümünün değişim ve dönüşümünü sağlayacak eylemlerin belirlenmesi konuları konuşuldu. Oldukça verimli geçen toplantı sonucunda 2020-2021 eğitim-öğretim döneminde yapılması hedeflenen 9 maddelik bir sonuca varıldı.

Özellikle uygulamalı eğitim ve eğitim müfredatı üzerinde durularak aşağıda konu başlıkları verilen hususlarda çalışma yapılmasının uygun olacağı değerlendirildi.

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ ÇALIŞTAY KURULU TOPLANTISI'NDA BELİRLENEN 2020 HEDEFLERİ

1. Tekstil mühendisliği müfredatında sektör taleplerinin dikkate alınması, isteğe bağlı olmakla birlikte bir dönem belirlenecek işletmeler içinde eğitimin yürütülmesi, bitirme tezlerinin sektörün sorun olarak gördüğü konulardan seçilmesi ve bu tür istişare toplantılarının yapılmaya devam edilmesi.
2. Hazır giyim ve tekstil birliklerinin bölgelerindeki tekstil mühendisliği

bölgelerindeki öğrencilerle bir araya gelerek, sektör sanayi iş birliği çerçevesinde, eğitim, üretim ve istihdam işbirliğinin tesis edilmesinin önemi vurgulandı.

3. Son sınıflarda sektörel ihtisaslaşmanın sağlanması.
4. 7+1 eğitimi uygulamasının artırılması.
5. Sektör odaklı bitirme tez çalışmalarının yapılması.
6. İş insanlarının bölümlerde öğrencilere ders vermesi.
7. Uygulamalı eğitim için firmaların belirlenmesi ve uygulamalı eğitimin başlatılması.
8. Sektör ve akademi yıllık istişare toplantısı.
9. Üniversite bazında program danışma toplantısı yapılması.





KAYITLI İSTİHDAMIN İŞVERENLERE SAĞLADIĞI AVANTAJLARA YÖNELİK REHBER HAZIRLANDI

Kayıt dışı istihdamı önleyerek sosyal güvenlik bilincinin artırılmasına yönelik çalışmalar yürüten Sosyal Güvenlik Kurumu, kayıtlı istihdamın işverenlere sağladığı avantajlara vurgu yaparak bir rehber hazırladı.

Hazırlanan rehberde, kayıtsız işçi çalıştırılmasının tespit edilmesi halinde, idari para cezasının yanı sıra, yararlanılan teşviklerin, hibe, kredi, vergi indirim gibi avantajların durdurulacağı belirtilerek şöyle denildi: “İşverenlerin istihdam ettikleri kişilerin sigorta başlangıçlarını yapmaları veya yapıp yapılmadığını kontrol etmeleri 5 Puanlık Prim İndirimi, Sigorta Primi Teşviki, Bölgesel Gelişmişlik Düzeyine Göre Artı 6 Puanlık Sigorta Prim İndirimi, Yurt Dışına Götüren/Gönderilen Sigortalılar için Uygulanan Teşvik, Mesleki Belgesi Olanların, Kadın ya da Gençlerin İstihdamında Uygulanacak Teşvik, İşbaşı Eğitim Programını Tamamlayan Sigortalıların İstihdamı Halinde Uygulanan Teşvik, İşsizlik Ödeneği Alanların İstihdamı Halinde Teşvik, Engelli İstihdamının Teşviki, Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinde Uygulanan Teşvik, Kültür Yatırımlarını ve Girişimlerine Uygulanan Teşvik, ilave istihdam desteği, Sosyal Hizmetlerden Yararlanan Çocukların İstihdamı Halinde Uygulanan Teşvik, Genç Girişimci Desteği, 4/1-(b) Kapsamındaki Sigortalılara Yönelik 5 Puanlık İndirim, Sayılı Kanunun Geçici 78. Maddesi Uyarınca Asgari Ücret Desteği, 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununun Ek 4. Maddesi Kapsamında Sağlanan İşsizlik Sigortası Primi Teşviki, 10'dan Az Çalışanı Bulunan Çok Tehlikeli ve Tehlikeli sınıfta Yer Alan İşyerlerinin İş Sağlığı

ve Güvenliği Hizmetlerinin Desteklenmesi gibi sağlanan imkanlardan yararlanma adına çok önemlidir.”

ÇOK AĞIR YAPTIRIMLAR VAR

Kayıt dışı istihdamın önlenmesinin yanı sıra söz konusu Rehberlik ve Bilgilendirme programı kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler ile üzerinde durulan diğer bir konunun ise “sahte sigortalılık” ve “sahte işyeri” sorunu olduğu vurgulandı. Devamında şöyle denildi: “Bir işyerinde fiilen çalışmadığı halde sigortalı olarak bildirilen kişiler ‘sahte sigortalı’, Gerçekte herhangi bir şekilde mal veya hizmet üretilmemekle birlikte, bazı kişileri sigortalı olarak göstermek için kurulmuş paravan işyerleri ‘sahte işyeri’ olarak değerlendirilmektedir. Sahte sigortalı olduğu tespit edilen kişilerin hizmetleri iptal edilmekte, bu kişiler için ödenen primler iade edilmemekte ve SGK tarafından bu sigortalılar için yapılan sağlık harcamaları, ödenekler, gelirler ve aylıklar gibi harcamalar faiziyle birlikte geri alınmakta iken sahte işyeri olduğu belirlenen işyerlerinin ise yaptığı tüm bildirimler iptal edilmekte buradan sigortalı gösterilenlerinde tıpkı sahte sigortalılarda olduğu gibi hizmetleri iptal edilmekte, adlarına yatan primler iade edilmemekte ve SGK tarafından bu sigortalılar için yapılan sağlık harcamaları, ödenekler, gelirler ve aylıklar gibi harcamalar faiziyle birlikte geri alınmaktadır” denildi.



İHKİB, HAZIR GİYİM ÜRETİCİLERİNİ ALIEXPRESS İLE DÜNYAYA AÇIYOR!

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), AliExpress ve AliExpress Türkiye resmi iş ortağı İhracatname, KOBİ'lerin yurt dışındaki tüketicilere doğrudan ulaşmasını sağlayacak bir anlaşma imzaladı.

İHKİB, daha fazla ihracat ve küresel markalar çıkarmak hedeflerini içeren 'Dört Dörtlük Plan' çerçevesinde yeni iş birliklerini hayata geçirmeye devam ediyor. 15 bine yakın üyesiyle Türkiye'nin en büyük hazır giyim ihracatçı birliği olan İHKİB ile dünyanın global anlamda en büyük B2C platformu olan Alibaba Group bünyesindeki AliExpress arasında

yapılan anlaşma ile Türk hazır giyim üreticileri ve ihracatçıları AliExpress'in dijital altyapısı ve hizmetlerinden faydalanarak yurt dışındaki tüketicilere doğrudan ulaşma imkânı yakalayacak! İlk aşamada 15 bin İHKİB üyesinin dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca potansiyel müşteriye ulaşacağı iş birliği sayesinde, AliExpress, ihracatçılara tahsilat, lojistik, pazarlama ve 18 dilde tercüme içerikli altyapı desteği verecek ve küresel ekosistemiyle Türk ihracatçıların ve KOBİ'lerinin markalarını dünyaya duyurmasını sağlayacak. Çözüm ortağı İhracatname ise AliExpress'te mağaza açmak isteyen satıcılara, platforma kayıttan ürünlerin mağazaya yüklenmesine dek geçen bütün süreçte ücretsiz olarak rehberlik edecek.

AliExpress'te mağaza açan ihracatçıları ve KOBİ'ler, platforma katılım ücreti veya periyodik ücretler ödemeyecek ve AliExpress satışları ürün kategorisine bağlı olarak yüzde 5 ila yüzde 8 arasında değişen komisyon oranlarından faydalanmaya uygun olacak.



“MİKRO GİRİŞİMCİLER DE DOĞRUDAN PERAKENDE SATIŞ YAPABİLECEK”

İş birliğinin duyurulmasına ilişkin toplantıda konuşan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, dünyada e-ihracat pazarının hızla büyüdüğünü vurgulayarak, 2016'da 401 milyar dolar olan küresel e-ihracatın, 2020'de 994 milyar dolara ulaşmasının tahmin edildiğini söyledi. Gültepe, Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 17.1 milyar dolar olduğunu bunun içinde e-ihracatın yüzde 2'lik payla 358 milyon dolar olduğunu paylaştı.

Özellikle Rusya, Orta Doğu ve Avrupa'da AliExpress'teki tüketici profilinin, e-ihracat konusunda firmalara önemli avantajlar sağladığına işaret eden Gültepe, “Bu anlaşma sayesinde küçük büyük 15 bin İHKİB üyemize AliExpress üzerinden dünyanın kapılarını açıyoruz. Mikro girişimcilerimiz bile dünyanın en ücra köşesine doğrudan perakende satış yapabilecek. Bu avantajların birçok girişimcimizi ihracatçı olma konusunda cesaretlendireceğine inanıyorum” diye konuştu.

“KOBİ'LERİN KÜRESEL PAZARDA REKABET ETMELERİNİ KOLAYLAŞTIRACAĞIZ”

AliExpress Global Tüketici ve Pazar Operasyon Direktörü Cheer Zhang da AliExpress'in, Alibaba Group'un küreselleşme stratejisinin önemli ve bütünüleyici bir parçası olduğunu belirterek, İHKİB'le gerçekleştirdikleri anlaşma kapsamında, Türkiye'deki ihracatçıların ve KOBİ'lerin küresel pazarda rekabet etmelerini kolaylaştırmayı hedeflediklerini kaydetti. Başta altyapı ve lojistik olmak üzere bu süreçte ihracatçılara gereken tüm desteği vermeye hazır olduklarını aktaran Zhang, “Türkiye'deki KOBİ'lerin AliExpress üzerinden yurt dışına açılmasında hedeflediğimiz ana pazarlar arasında Rusya, Avrupa ve Orta Doğu yer alıyor. Ayrıca, ABD ve Brezilya, Şili gibi Kuzey ve Güney Amerika ülkelerinde de önemli bir potansiyel olduğunu görüyoruz” ifadelerini kullandı.

AliExpress Bölgesel İş Geliştirme Yöneticisi Yaman Alpata, ise “AliExpress, Türkiye'deki KOBİ'lerin küresel düzeyde rekabet edebilmesini kolaylaştıracak tüm dijital altyapıya ve hizmetlere sahip. Türkiye'den tüm girişimciler, markalar ya da perakendeciler basit birkaç belge ile ücretsiz bir şekilde mağaza açabiliyor. KOBİ'ler, AliExpress'te mağazalarını açtıktan sonra ürünlerini Türkçe olarak listeleyebiliyor, biz 18 dilde tercüme ediyoruz. 35'den fazla yerel para birimi ve ödeme sistemi ile hizmet veriyoruz. Siparişleri lojistik ortağımızla birlikte kapılarından alıp global altyapımız sayesinde dünyanın dört bir yanına götürüyoruz” dedi.



“ŞİRKETLER, MİLYONLARCA MÜŞTERİYE ANINDA ULAŞABİLECEK”

İhracatname Genel Müdürü Hidayet Öztürk ise İhracatname olarak, AliExpress aracılığıyla e-ihracat yaparak dünyaya açılmak isteyen üretici ve KOBİ'lere, başvuru ve kayıttan mağazalarının açılıp ürünlerinin yüklenmesine kadar geçen bütün süreçte ücretsiz olarak destek verdiklerini bildirdi. Şirketlerin, İhracatname'nin internet sitesi üzerinden çok kısa bir süre içinde kaydını yaptırıp ürünlerini hızlıca dünya vitrine taşıyabileceğini ve milyonlarca müşteriye anında ulaşabileceğini belirten Öztürk, “İHKİB, AliExpress ve İhracatname arasında yapılan bu ortaklık sonucunda öncelikli hedefimiz, İHKİB üyeleri başta olmak üzere tüm KOBİ'lerimize AliExpress aracılığıyla e-ihracatın kapılarını açmak, e-ihracat yolculuklarında hep yanlarında olmaktır” dedi.

İHKİB BAŞKANI TÜRKİYE MUHASEBE UZMANLARI DERNEĞİ İLE BİR ARAYA GELDİ

Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği'nin, “Ülkemiz için İhracatın Önemi ve Katma Değer Vergisi İadelerinde Yeminli Mali Müşavirlerin Rolü” konulu toplantısına katılan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, sektörün önemini anlattı. Hazır giyim sektörünün Türkiye ekonomisinde oynadığı rol ve dünya pazarındaki gücünden bahseden Başkan Gültepe, “İHKİB olarak sektörün amiral gemisiyiz. Firmaların yüzde 90'ını KOBİ'lerin oluşturduğu sektörün stratejilerini belirliyor, rehberlik ediyoruz” dedi.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 15 binden fazla ihracatçı firma olduğunu hatırlatan Gültepe, şunları söyledi: “Üye firmalarımızın ihracat süreçlerini olabildiğince kolaylaştırma ve hızlandırma doğrultusunda mali müşavirlerle yakın iş birliği yapıyoruz. İhracatçılar olarak mali müşavirlerle adeta etle tırnak gibiyiz. KDV iadeleri konusunda en büyük desteği sizlerden alıyoruz. Ancak KDV iade süreçlerinde bazı sorunlar yaşıyoruz. Birikmiş alacaklar başka bir sorunu oluşturuyor. Firmalarımızın KDV farklarını alabilmeleri için yeminli mali müşavir desteğine ihtiyaçları var. Siz mali müşavirlerin hazırlayacakları uygun dosyalarla sıklığı azaltabiliriz. Kalıcı çözüm için KDV oranlarının teke düşürülmesi gerektiğine inanıyorum. Önerimizi ilgili bakanlıklar nezdinde de her fırsatta dile getiriyoruz.”

Başkan Gültepe, konuşmasında 2020 ile birlikte üreticiden tüketiciye herkesin bazı yeni vergilerle karşılaşacağını hatırlatarak, “Sektör olarak zaten çok yüksek vergi yükümlülüğü ile karşı karşıyayız. Yeni vergilerin haksız rekabeti önleyecek şekilde düzenlenmesi gerektiğini düşünüyoruz. Mali müşavirlerimizin de haklı talep ve beklentilerimizde her zaman yanımızda olmalarına inanıyorum” dedi.





İHKİB, ABD PAZARINI MERCEK ALTINA ALIYOR

ABD'de düzenlenen 31'inci Yıllık Hazır Giyim İthalatçıları Ticaret ve Lojistik Konferansı'na katılan İHKİB Heyeti, konferansta gerçekleştirdiği video gösterisi ve sunum ile Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün üretim gücünü anlatmanın yanı sıra ABD Moda Sanayii Birliği (USFIA) Yönetim Kurulu ile ortak toplantı yaparak, ABD'ye ihracatın yeniden artırılmasına yönelik fikir alışverişinde bulundu.

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe önderliğinde Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri İsmail Kolunsağ, Cem Altan, Mehmet Kaya ve Haldun Boz'dan oluşan İHKİB Heyeti, iki gün boyunca Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için lobi çalışmaları yürüttü.

USFIA KONFERANSI'NA TÜRK HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ İMZASI
İHKİB Yönetim Kurulu, ABD Moda Sanayii Birliği (USFIA) tarafından Amerikan İthalatçı Nakliyeciler Birliği (AISA) iş birliğiyle 7 Kasım 2019 tarihinde ABD'de düzenlenen 31'inci Yıllık Hazır Giyim İthalatçıları Ticaret ve Lojistik

Konferansı'na (Apparel Importers Trade and Transportation Conference) katıldı.

İHKİB'in Kurumsal Ortak (Corporate Partner) olarak katılım sağladığı tüm gün devam eden konferansta Türkiye'den tedarik başlığı altında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tanıtıldığı özel bir oturum düzenlendi. Bu sayede Türkiye'den alımlarını artırmaya hazırlanan ABD'li alıcılara hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yanı sıra İHKİB, güçlü bir temas noktası olarak tanıtıldı.

Konferansın önemli gündem maddelerinden biri Çin ile yaşanan ticaret savaşlarıydı. Çin'e uygulanmaya başlanan ilave vergilerin asıl nedeni olarak Çin'deki fikri mülkiyet hakları gibi çeşitli

haksız uygulamalar gösterilirken, bu uygulamalardan geri adım atılmadığı sürece Çin'e ilave vergilerin uygulanmaya devam edileceği belirtildi.

Konferansta ayrıca ABD'nin son dönemde yaptığı STA müzakereleri hakkında bilgi verilirken, NAFTA anlaşmasının güncellenmesi üzerinde görüşler dile getirildi. Konferansta ayrıca NAFTA anlaşmasının güncellenmesi kapsamında imzalanan ancak henüz yürürlüğe girmeyen USMCA (ABD-Meksika-Kanada STA) anlaşmasına ilişkin güncel bilgiler de paylaşıldı.

ABD pazarında alıcı tercihlerinde özel bir konumda olan sürdürülebilirlik ve uygunluk konularında, ayrıca pamuk üretimine ilişkin kurum ve firma yaklaşımları hakkında da konferans esnasında sunumlar yapıldı.

İHKİB SUNUMU BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ

Konferansta "Türkiye'den Tedarik Fırsatları" başlığıyla, İstanbul başta olmak üzere Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün üretim gücünü anlatan bir video gösterimi yapıldı. Video gösteriminin ardından bir sunum gerçekleştiren İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Kaya, sektörün ABD'ye ihracatına yönelik bilgiler paylaştı.

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün kotalar sonrası ABD pazarında önemli kayıplar yaşadığını hatırlatan Kaya, Türk hazır giyim sektörünün rekabetçi özelliği, kalite ve tasarım gücü, sürdürülebilir üretim yapısıyla önemli bir tedarikçi olarak varlığını sürdürdüğünü vurguladı. Türkiye'nin ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında en büyük üç tedarikçisi arasında olduğunu altını çizen Kaya, ABD pazarında da ilk etapta kaybedilen pazar payının yeniden elde edilmesini hedeflediklerini belirtti.

Katılımcılar tarafından büyük ilgi toplayan video ve sunumdan kareler, konferansa ait aplikasyonda sıklıkla paylaşıldı.

FUAYE ALANINDA KURULAN İHKİB STANDI ZİYARETÇİ TOPLADI

İHKİB ayrıca fuaye alanında kurmuş olduğu stant ile Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü hakkında, konferans katılımcılarını bilgilendirdi.

USFIA YÖNETİM KURULU'NA TÜRKİYE'NİN ÜRETİM GÜCÜ ANLATILDI

İHKİB Heyeti, konferansın ardından sonraki gün USFIA Yönetim Kurulu ile ortak bir toplantı gerçekleştirdi. ABD'nin en büyük alım gruplarını temsil eden USFIA Yönetim Kurulu ile toplantısı, gelecek dönemde ABD pazarında İHKİB'in USFIA ile birlikte gerçekleştireceği iş birliği fırsatlarının ilk adımı olarak nitelenebilir.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, USFIA Yönetim Kurulu'na, ABD Ticaret Sekreteri Wilbur Ross'un Türkiye ziyareti esnasında kendisine sektörü anlatan bir sunum yaptığını belirterek, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün gücüne dikkat çekti. Sunum kopyası USFIA Yönetim Kurulu Üyeleri'yle de paylaşıldı.

İHKİB Heyeti tarafından toplantıda, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak ABD ile tercihli ticaret imkanı sağlanmasının iki ülke arasındaki ticarete olumlu katkıda bulunacağı vurgulandı.

"TÜRKİYE'DE DOĞRU KİŞİYE ULAŞMADA ZORLUK YAŞIYORUZ"

Türkiye'nin ABD'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının nasıl artırılacağına ilişkin USFIA Yönetim Kurulu Üyeleri'yle görüş alışverişini gerçekleştirdi.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe: "ABD pazarına yönelik faaliyetlere ilişkin kapsamlı bir yol haritası ve faaliyet planı üzerinde çalışmalarımız devam ediyor."

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Kaya, konferansta yaptığı sunumda Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ABD'ye ihracatına yönelik bilgiler paylaştı.



Türkiye'yi önemli bir tedarikçi olarak gördüklerini ifade eden USFIA Yönetim Kurulu Üyesi ABD'li alım grupları, Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon tedarikinde doğru temas kişiyi bulmak istediklerini ve bu açıdan İHKİB ile iş birliği kurulmasına önem verdiklerini ifade ettiler.



USFIA Yönetim Kurulu Üyeleri'ni temsilen söz alan Urban Outfitters, Primark ve American Eagle alım grupları temsilcileri, Türkiye'den alım yapmaya başladıklarını ifade etti. Türkiye'yi önemli bir tedarikçi olarak gördüklerini belirten sözcüler, Türkiye'den alım süreçlerinde karşılaşılan sorunlar olarak hacim ve finansman kaynaklı firma kapanmalarını dile getirdiler. Alım gruplarının ortak görüşü ise Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon tedarikinde doğru temas kişinin bulunmasında karşılaşılan zorluk olarak belirtildi.

Türkiye'nin AB ile gümrük birliği ilişkisi nedeniyle ABD ile tercihli ticaret anlaşması yapmasının mümkün olup olamayacağını da değerlendirildiği toplantıda, Türkiye'nin hızlı ve esnek üretim avantajı, kısa sürede teslimat kapasitesi, kalite ve tasarım üstünlüğü ile sürdürülebilir üretim alanındaki ustalığının altı çizilerek, ABD'nin tedarik zincirinde Türk hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçıları için çok büyük fırsatlar olduğuna vurgu yapıldı.

İHKİB VE ABD MODA SANAYİİ BİRLİĞİ ARASINDA İŞ BİRLİĞİ

İHKİB, ABD pazarındaki faaliyetlerine ABD Moda Sanayi Birliği (USFIA) ile iş birliği kurarak devam ediyor. ABD, dünyanın en büyük hazır giyim ve konfeksiyon ithalatçı ülkelerinden biri olması nedeniyle sektör için büyük önem taşıyor ve İHKİB, ülkemizin ABD'ye yönelik hazır giyim ve konfeksiyon ihracatını artırmaya yönelik gelecek dönem adımlarını USFIA ile iş birliği yaparak atmaya hazırlanıyor.

USFIA Yönetim Kurulu ile yapılan toplantıyı değerlendiren Başkan Mustafa Gültepe, USFIA Yönetim Kurulu ile kurulan ilk temasın devam ettirilmesinin önemine vurgu yaparak, "ABD pazarına yönelik faaliyetlere ilişkin kapsamlı bir yol haritası ve faaliyet planı üzerinde çalışmalarımız devam ediyor. Lobicilik ve ticari faaliyetleri ortak bir platformda fakat farklı bir planlama ile yürütmeyi planlıyoruz" açıklamasını yaptı.

İHKİB olarak ABD'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatını arttırmada USFIA ile kurulan iş birliğinin önümüzdeki dönemde çeşitli ortak faaliyetlerle devam edeceğini vurgulayan Başkan Mustafa Gültepe, ABD'li alıcıların alımlarında Türkiye'yi tercih etmeye başladıklarını ifade ederek, İHKİB olarak ABD'li alıcılarla Türk hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçıları bir araya getirecek platformların USFIA ile iş birliği sayesinde kolaylıkla kurulacağını ifade etti.



594

MİLYON DOLAR

Yılın 11 ayında ABD'ye yapılan hazır giyim ihracatı

103

MİLYAR DOLAR

ABD'nin 2018 yılı hazır giyim ithalat değeri



HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖR KURULU DENİZLİ'DE BULUŞTU

Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin temsilcilerinden oluşan Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu, Denizli'de toplandı. Kurulun ana gündeminde ihracat ve eğitim vardı.

1 Kasım 2019 tarihinde Denizli İhracatçıları Birliği ev sahipliğinde yapılan ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe'nin başkanlık yaptığı Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu toplantısına Uludağ İhracatçı Birlikleri Başkanı Nüvit Gündemir, Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Recep Burak Sertbaş, Denizli İhracatçıları Birliği Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri katılım sağladı. Yoğun gündemle toplanan Sektör Kurulu'nda ilk olarak hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün güncel ihracat performansı değerlendirildi. İHKİB Hazır Giyim Ar-Ge Şubesi Müdürlüğü tarafından ihracatın güncel durumu ve sektörün performansı ile ilgili bir sunum yapılırken, kurul üyeleri sektör ihracat performansını değerlendirdi. İran'a yapılan ihracatın ve bu ülkeye uygulanan yaptırımlar ile ilgili hususların görüşüldüğü toplantının devamında, numune ithalatında karşılaşılan sorunlar ile ilgili hususlar da ele alındı. Turquality tıblığından yararlanan firmaların hedef pazarlara ilişkin karşılaştıkları sorunlarla ilgili başvuruların görüşüldüğü toplantının devamında, dahilde işleme rejimi (DİR) ile ilgili hususlar görüşüldü.

GÜZEL SANATLARA MERKEZİ SINAV İLE ÖĞRENCİ ALINMASINDAN SEKTÖR RAHATSIZ

Tekstil mühendisliği burs ve alrı çalışmalarına ilişkin bilgi verilen toplantıda, tekstil mühendisliği algısına olumlu katkı yapacağı değerlendirilen, Tekstil İhtisas Gümrükleri ile tekstil ve hazır giyim sektörlerinde açılan Ar-Ge merkezlerinde belirli yetkilerin tanımlanacağı "tekstil mühendisi" çalıştırma zorunluluğu istenmesi hususu görüşüldü. Kurulda ele alınan diğer önemli ve kamuoyunda ses getiren gelişme ise Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın (YÖK) 2019/2020 eğitim ve öğretim yılında üniversitelerin güzel sanatlar ve tasarım fakültelerine bağlı sektörü ilgilendiren bölümlerine özel yetenek sınavı yerine merkezi sınav ile öğrenci alınması yönündeki kararı oldu. Bu kararın yanlış olduğu yönündeki görüşü tekrar belirtilirken, konunun en üst düzeyde yetkililer ile görüşülmesi kararı alındı.

Toplantının bir diğer gündemi ise Ernst & Young Firması ile birlikte hazırlanan "Hazır Giyim Sektöründe İhracat Odaklı Yeni Nesil Yatırım Teşvik Önerileri" raporuydu. Bu konuyla ilgili kurul üyelerinden görüşler alındı.



İHKİB, EURATEX SUSTAINABLE BUSINESSES 2019 SONBAHAR TOPLANTISI'NA KATILDI

İHKİB'i temsilen KSS Komitesi Üyesi ve Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in katıldığı "Euratex Sustainable Businesses 2019 Sonbahar Toplantısı"nın gündeminde; döngüsel ekonomi, Fashion Pact ve Yeşil Anlaşma gibi başlıklar altında toplanan sürdürülebilir moda vardı.

Euratex Sustainable Businesses 2019 Sonbahar Toplantısı, 23-24 Ekim 2019 tarihinde Türkiye, Belçika, Avusturya,

Fransa, İtalya, İsviçre, Finlandiya ve Almanya'dan temsilcilerin katılımıyla Brüksel'de gerçekleştirildi. Avrupa Suni-Sentetik Elyaf Birliği (CIRFS)'ni Ali Akdağ, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenler Sendikası (TTSİS)'ni ise Zeynep Sanigök temsil ederken, Euratex Sürdürülebilir İşler Yöneticisi Mauro Scalia ile yardımcıları Dunja Drmac ve Linda Hornakova toplantıya katılan isimler oldu. İHKİB'i temsilen KSS Komitesi Üyesi ve Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir katıldı.

Avrupa Sanayi Meslek Örgütleri tarafından 14 Mayıs 2019 tarihinde açıklanan Ortak Sanayi Manifesto'suna vurgu yapan Mauro Scalia, bu Manifesto'da Circular Economy (Döngüsel Ekonomi) konusunun da yer aldığını hatırlattı.

Birleşmiş Milletler'in "Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri"ne dayanarak oluşturulan Pact ise toplantının önemli gündem maddelerinden biri oldu. Pact'in, iklim, okyanuslar ve biyolojik çeşitlilik olmak üzere üç odak noktası olduğu belirtilen toplantıda Pact, 2050 yılına kadar sera gazı emisyonlarını gidermeyi, tek kullanımlık plastiklerin 2030 yılına kadar azaltılmasını, sentetik materyallerin yıkanmasından kaynaklanan mikro elyaf kirliliğini yok etmeyi hedefliyor. Pact'in imzalayıcıları arasında dünyanın en prestijli hazır giyim markaları ve hızlı moda perakendecileri bulunuyor.

Euratex bünyesinde geçen yıldan beri çalışan "Döngüsel Ekonomi Çalışma Grubu"nun da Pact'a benzer sonuçlar elde ettiği vurgulandı. Çıkan sonuçlara göre; geri dönüştürülmüş ürünlere talebin artmasıyla maliyetlerin de azalacağı, geri dönüşümlü ürünlerin tasarımlarına destek verilerek ön plana çıkarılması, alıcılar ve üreticiler arasında ortaklıkların kurularak iki tarafın birbirini eğitmesi ve Kamu alımlarının yanı sıra büyük markaların alımlarında "yeşil" ürünlere ve markalara öncelik verilmesi gerektiği vurgulandı.

Toplantıda, Avrupa Birliği Komisyonu Yeni Başkanı Ursula von der Leyen tarafından açıklanan ve yayımlanan "My Agenda for Europe" ajanda belgesinde, Circular Economy, Green Deal (Yeşil Anlaşma), enerji tasarrufu ve geri dönüşüm konularına özel önem verildiğinin altı çizildi. Geri dönüşüm ve Circular Economy konularından bahsedilirken hazır giyim ve tekstil sektörlerine atıf yapılması dikkat çekti. Komisyonun yeni başkanının ilk 100 gün içinde "Green Deal"i yürürlüğe sokmayı hedeflediği, Biyoçeşitlilik ve Döngüsel Ekonomi hedeflerini de 2020-2021 döneminde gerçekleştirmeyi planladığı belirtildi.

Toplantıların devamında, hazır giyim ve tekstil sektöründe "Due Diligence" kurallarının İsviçre'de zorunlu uygulanması ile ilgili bir yasa tasarısı olduğu ve muhtemelen onaylanacak ve sonrasında halkoyuna sunulacak olan tasarının kabul edilirse 1 - 1,5 yıl içinde yürürlüğe gireceği ve tedarik zincirlerini etkileyeceği kaydedildi. "Due Diligence" kurallarının hazır giyim ve tekstil sektöründe zorunlu uygulanmasıyla ilgili olarak Finlandiya'da da bir yasa tasarısının gündemde olduğu belirtildi.

Sustainable Business alanında önceliklerle ilgili olarak görüşlerini paylaşan Nilgün Özdemir, İHKİB olarak önceliklerinin kimyasallar, cilt tahriş eden kimyasallar mevzuatı, mikroplastikler, izlenebilirlik ve karbon ayak izi olarak belirlendiğini anlattı. Diğer temsilci kuruluşların da verdiği oylarla genel olarak en fazla kimyasallar, mikroplastikler, yeni döngüsel ekonomi stratejisi hazırlama ve izlenebilirlik (traceability) konularının da öncelikli konular arasında olduğu belirtildi.

PAKT'I İMZALAYAN MARKA SAYISI 150'YE ULAŞTI

Pakt'ı imzalayarak daha sürdürülebilir moda için söz veren bazı markaların listesi şu şekildedir: Adidas, Bestseller, Burberry, Capri Holdings Limited, Carrefour, Chanel, Ermenegildo Zegna, Everybody & Everyone, Fashion3, Fung Group, Galeries Lafayette, Gap Inc., Giorgio Armani, H&M Group, Hermes, Inditex, Karl Lagerfeld, Kering, La Redoute, Matchesfashion.com, Moncler, Nike, Nordstrom, Prada Group, Puma, Pvh Corp., Ralph Lauren, Ruy, Salvatore Ferragamo, Selfridges Group, Stella McCartney, Tapestry. Toplamda 150'den fazla markanın Pakt'ı imzaladığı açıklandı.



YABANCI İŞÇİLERİN ÇALIŞMA KOŞULLARI DEĞERLENDİRİLDİ

2011 yılından itibaren ülkelerindeki iç savaş koşulları nedeniyle Türkiye'ye sığınmak zorunda kalan Suriyeli göçmenlerin çalışma koşulları, İHKİB'in de katılım sağladığı bir toplantıyla ele alındı.

FLA (Adil Emek Derneği) tarafından düzenlenen "Geçici Koruma Altındaki Suriyelilerin Tekstil ve Tarım Sektörlerinde İş Piyasasına Entegrasyonu: Zorluklar ve Fırsatlar" Toplantısı 7 Kasım 2019 tarihinde Taksim Point Hotel'de yapıldı. Toplantıya İHKİB'i temsilen Ekoteks İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB KSS Komitesi Üyesi Nilgün Özdemir katıldı.

Beş oturumdan oluşan toplantının ikinci bölümünde; Adidas, Esprit ve Puma markası temsilcileri, 2016 yılında "Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler" için çıkarılan yasal düzenlemeler ile Suriyeli mültecileri yasal çerçevede istihdam etmelerinin kolaylaştığını belirtti. Marka temsilcileri tarafından, işletmelerin küçüldükçe yabancı işçi ve Suriyeli istihdamının

zorlaştığı belirtilirken, bunun nedeni olarak da bir işletmede iki Suriyelinin çok yalnız kaldığını ve entegre olamamasına bağladılar. İşletme büyüdükçe ve işletmede çalışan Suriyeli ve yabancı işçi sayısı arttıkça işlerin kolaylaştığı belirtildi.

Nilgün Özdemir de yaptığı sunumunda İHKİB'in KSS ve Suriyeliler alanındaki faaliyetlerini anlattı. Özdemir, Türk hazır giyim sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Standartları, çalışma koşulları ve işçi ücretleri konularında rekabet ettiği ülkelere göre daha iyi seviyelerde olmasına rağmen hak ettiği siparişleri alamadığının altını çizdi. Özdemir yaptığı konuşmada, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) ile ilgili sorunların bitmesi için önce üretim ve ihracatın artması gerektiğinin altını çizdi.



GELİR İDARESİ BAŞKANLIĞI'NIN DÜZENLEDİĞİ ÇALIŞTAY



T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı Gelir Yönetimi Daire Başkanlığı tarafından 5-6-7 Kasım 2019 tarihlerinde Bursa'da "Kayıt Dışı Ekonominin Azaltılması Kapsamında Denetim Kapasitesinin Güçlendirilmesi ve Kurumlar Arası Veri Paylaşımının Artırılması AB Projesi" çalıştayı düzenlendi. Çalıştaya, İTKİB Genel Sekreterliğinin yanı sıra İHKİB ve İTHİB'i temsilen de uzmanlar katılım sağladı. Açılış konuşmasını yapan Gelir İdaresi Başkanı Adem Bilgili, PwC Danışmanlık ekibi ile yürütülen çalıştayı iki yıllık bir süreci kapsayacağını belirterek, "Kayıt dışı ekonominin azaltılması kapsamında bir AB projesidir. Kayıt dışı ekonominin önüne geçilebilmesi için kurumlar arası veri akışı oldukça önemlidir. Dış ticaret alanında yaşanacak kayıt dışılık, zincirleme olarak başka kayıt dışılıklara da neden

olacak, rekabeti olumsuz etkileyecektir. Devlet tarafından verilecek diğer destek kalemlerinin şekillenmesinde de kayıt dışılığın minimuma indirgenmesi önem arz etmektedir" diye konuştu. PwC Şirket Ortağı Cenk Ulu da gördüğü en kapsamlı ve yüksek katılımlı çalıştayı olduğunu belirterek, "Devletin daha güvenli mekanizmalar oluşturabilmesi, özel sektörün de daha emin adımlarla yürüebilmesi adına mevcut kayıt dışılıkları yok etmek gerekmektedir. Gelir İdaresi e-faturaya geçmiştir ve elektronik irsaliyeyi de zorunlu hale getirerek konu ile ilgili mücadelelerini sürdürmektedir. Durum tespiti doğru yapılması sonucunda çok bürokratik olmadan kayıt dışılığın önüne geçilebilecektir" dedi.

120 kişinin katıldığı çalıştayı sekiz masaya dağıtıldı ve bu sekiz masadan dördüne dahilde işleme rejimi (DİR) konusunun ayrıldığı belirtildi.



İHKİB, GÜMRÜK MÜDÜRLERİYLE BİR ARAYA GELDİ

İhracatçılar açısından gümrüklerde yaşanan sorunların da görüşülmesi amacıyla geleneksel olarak düzenlenen gümrük müdürleri toplantısı, 26 Kasım 2019 tarihinde Ataköy Sheraton Hotel’de gerçekleştirildi. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe’nin başkanlığında gerçekleştirilen toplantıya, İstanbul Gümrük ve Dış Ticaret Bölge Müdürlüğü Bölge Müdürü Yalçın Özden, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Özkan Karaca ve yönetim kurulu üyeleri katıldı.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe yaptığı açılış konuşmasında hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak gerçekleştirilen 17,6 milyar dolarlık ihracatın yüzde 80’inin İstanbul’dan yapıldığını hatırlatarak, sektörün en çok İstanbul gümrüklerini kullandıklarını belirtti. İstanbul Gümrük ve Dış Ticaret Bölge Müdürlüğü’ne ait sayısal verileri paylaşan Yalçın Özden de, tüm birim ve personeliyle kurumun ülke menfaati doğrultusunda faaliyet gösterdiğini vurguladı. 2019 Ocak-Ekim döneminde

ihracatta 1,8 milyon adet, ithalatta ise 1,2 milyon adet beyanname düzenlendiğini söyleyen Özden, dış ticaret hacmine göre 41 milyar dolar değerinde vergi tahsilatı yapıldığını açıkladı. Toplantıda İTKİB Genel

Sekreterliği olarak gümrüklerde yaşanan sorunlar ve konuyla ilgili talepler sunularak, bu sorunlara yönelik İstanbul Gümrük ve Dış Ticaret Bölge Müdürlüğü ile görüş alışverişinde bulunuldu.



İHKİB, ÇALIŞTAYLA 2020 DİJİTAL YOL HARİTASINI ÇIKARDI

İHKİB’in dijital iletişim kanallarıyla ilgili yeni dönem iş geliştirmelerinin konuşulması ve stratejilerin belirlenmesi konusunda beyin fırtınası yapılması amacıyla 9 Kasım 2019’da bir çalıştay düzenlendi. İHKİB Basın&Yayın Komite Başkanı Hikmet Ünal’ın başkanlığında üçüncüsü düzenlenen söz konusu çalıştaya TİM Proje ve Dijital Dönüşüm Ofis Müdürü Akif Onur, İTKİB Genel Sekreterlik personeli ile sosyal

medya, web sitesi ve mobil uygulamaların ajans temsilcilerinden oluşan toplamda 22 kişi katılım gösterdi. Tüm gün devam eden çalıştayda İHKİB’in önümüzdeki süreçte, fuarlara yönelik üyelerin farklı kanallardan bilgilendirilmesi, İHKİB ve sektörün sosyal medya kanallarında daha fazla tanıtılması, web ve mobil uygulamaların daha aktif kullanımının sağlanması için yol haritası oluşturuldu.





İÇ GİYİM 2020-2021 İLBAHAR/YAZ TRENDLERİ BELİRLENDİ

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen, İç Giyim Trend Semineri'nde Concept Paris'in kurucusu Jos Berry, 2020-2021 sezon trendlerini anlattı.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından bu yıl üçüncüsü gerçekleştirilen İç Giyim Trend Semineri, Ticaret Bakanlığı ve UR-GE Projesi desteği kapsamında yapıldı. 28 Kasım tarihinde Raffles Hotel'de gerçekleşen etkinlikte, Paris Salon International de la Lingerie fuarının resmi kuratörü Jos Berry, sezonun trendleri hakkında bilgilendirici bir sunum yaptı. Katılımcılar, 2020 Sonbahar, 2021 Kış ve 2021 İlkbahar/Yaz İç Giyim trendlerini ve tasarımlarını yakından inceleme fırsatı buldular. Seminerin açılış konuşmasını yapan, İHKİB Yönetim Kurulu üyesi ve İç Giyim Markaları UR-GE Projesi Komite Başkanı Nazım Kanpolat; katma değerli ürün yaratmada yolun tasarımdan geçtiğini söyleyerek, tasarımın önemine vurgu yaptı ve tasarımcıların mutlaka farklı ürünler üretmesi gerektiğini söyledi. Londra ve Paris merkezli, iç çamaşırı ve plaj giyim sektöründe dünyanın önde



gelen markalarına tasarım danışmanlığı yapan Concept Paris'in kurucusu ve kreatif direktörü Jos Berry'nin sunumu, iç giyim sektörü dışında; ev giyimi, spor kıyafetleri, renk, kalıp, materyal, doku ve tema konularıyla birlikte çok yönlü bilgiler verdi. Yeni sezonda, Lavender&Roses, Graphical, Utilitarian, Ethereal, Mystical ve Opulent gibi temaların hakim olacağı iç giyim sektöründe aynı zamanda 1960'lara ve hikayesi olan ürünlere dönüş olduğu da vurgulandı. Aynı zamanda iç giyim sektörünün gündemindeki trendin Body Mapping (Vücut Haritalama) olduğunu söyleyen Berry, yakın dönem içinde Body Mapping ile kişiye özel haute couture tasarımların yapılmaya başlanacağından bahsetti.

ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ İMZALANDI

TİM öncülüğünde, hazır giyim ve tekstil sektöründe üniversite-sanayi iş birliğinin güçlendirilmesi adına Marmara Üniversitesi ile bir protokol imzalandı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Marmara Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erol Özvar, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve GAİB Başkanı Fikret Kileci'nin katılımıyla üniversite-sanayi iş birliğini hayata geçirecek bir protokol imzalandı. Protokol çerçevesinde, AB projesi kapsamında kurulan İstanbul Tekstil ve Hazır Giyim

Araştırma ve Geliştirme Merkezi'nin (İTA) tüm cihaz ve ekipmanları, bir protokol kapsamında Marmara Üniversitesi'ne devredildi. Devredilen ekipmanlar, Marmara Üniversitesi tarafından kurulan binaya yerleştirilerek öğrencilerin kullanımına sunulacak. Böylelikle, İTA Projesi'nin Marmara Üniversitesi bünyesinde daha verimli kullanılması sağlanmış olacak.

İHKİB, PAKİSTAN'DA YAPILAN IAF KONGRESİ'NE KATILDI

35. IAF Konferansı Pakistan'ın Lahor kentinde yapıldı. 14 üye ülkeden 300'e yakın delegenin katıldığı Kongre'de İHKİB'i Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan temsil etti. Konferansın ana teması "Daha müreffeh ve sürdürülebilir bir gelecek için beraber büyüyelim" olarak belirlenmişti. Konferans kapsamındaki panellere Jan Hilger, Mike Fralix ve Matthijs Crietee moderatörlük yaptı.

Konferans kapsamında katılımcılar hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ortak sorunlarını tartışırken, Pakistan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü hakkında da ayrıntılı bilgiler aldılar. Konferansta Çin'in "Hazır giyim sektöründe nasıl organizatör ülke olunur" konulu deneyimleri de dinlendi.

IAF KONGRESİ'NE PAKİSTAN CUMHURBAŞKANI DA KATILDI

Pakistan'ın Lahor kentinde yapılan IAF Konferansının gala yemeğine Pakistan Cumhurbaşkanı Arif Alvi ve eşi de katılarak kısa bir konuşma yaptı. Cumhurbaşkanı Alvi, ülkesinin iyi bir yoldan geçtiğini belirterek hazır giyim ve tekstil sektörünün Pakistan için önemine vurgu yaptı.

Pakistan Cumhurbaşkanı yıllık toplantısını Pakistan'da yaptıkları için IAF yetkililerine de teşekkür etti.

Konferansın açılış konuşması ise Pakistan Başbakanı sanayi ve tekstil danışmanı Abdul Razak Dawood tarafından yapıldı. Kongre'ye ve gala yemeğine Pencap Valisi

de katıldı. Konferans ile eş zamanlı olarak 10 genç Pakistanlı geri dönüşümlü malzeme kullanılarak üretilen hazır giyim eserlerini katılımcıların beğenisine sundular. Son olarak bir sonraki IAF Konferansının 2020 yılı Kasım ayında Belçika'nın Antwerp kentinde yapılmasına karar verildi.





İHKİB, GÖMLEK ÜRETİCİLERİNİ HEDEF PAZARLARA HAZIRLIYOR

Gömlek UR-GE projesi kapsamında, küme üyesi gömlek üreticilerinin yurt dışında rekabet gücünün artırılması için firmalara 'İhracat Pazarlama Danışmanlığı' desteği verilecek.

İç piyasada faaliyet gösteren firmalar iç piyasada stratejik planlamaya ve kurumsal yapılanmaya ihtiyaç duymadan işlerini sürdürebiliyor. Fakat firmalar yurt dışı pazarlarına açıldığında bilmedikleri dinamikler ve sıkıntılarla yüzleşmek zorunda kalıyor. Bu nedenle yüzünü yurt dışı pazarına dönen gömlek üreticilerinin rekabet gücü, "İhracat Pazarlama Danışmanlığı Faaliyeti ile artırılmaya çalışıyor. Ticaret Bakanlığı destekli Gömlek UR-GE projesinde yer alan firmaların, ihracat pazarlaması konularındaki yetkinliklerinin geliştirilmesi amacıyla "İhracat Pazarlama

Danışmanlığı Faaliyeti" başlatıldı. İhracat pazarlama danışmanlığına katılan gömlek üreticisi ve ihracatçısı firmalardan rekabetçi bir işletme grubu yaratabilmek için bu firmaların insan kaynağı açısından desteklenmesi ve işletmelerde ihracat ve pazarlama departmanlarının oluşturulması planlanıyor. Mevcut veya yeni istihdam edilecek personelin bu konuda yetiştirilmesi ve işletmenin ihracatında sürdürülebilirliğinin sağlanması öncelikli adım olarak belirlendi. Faaliyet kapsamında insan kaynağına yatırımın yanında firmalar için ihracat stratejileri ve pazarlama planı da hazırlanacak. Firmanın ve ürünlerin ihracata hazırlanması, firmaların hedef pazarlarda yeterli sayıda alıcı ile temasa geçilmesi ve müşteri portföyünün oluşturulması hedefleniyor. Daha sonraki süreçte ise ürün satışı ve dağıtım kanalının kurulmasına yönelik girişimlerin de başlatılması ve devamı sağlanacak.

İHKİB VE ILO İŞ BİRLİĞİYLE SOSYAL UYGUNLUK EĞİTİMLERİ DEVAM EDİYOR

12-13 Kasım tarihlerinde İHKİB ve ILO ortaklığıyla üçüncüsü düzenlenen Sosyal Uygunluk & İç Tetkikçi Eğitimi'ne hazır giyim ihracatçıların sosyal sorumluluk temsilcileri katıldı. Ethica Danışmanlık'dan Ebru Gökbulut tarafından verilen ve iki gün süren eğitim 25 katılımcıyla gerçekleştirildi. Eğitimde, Sosyal Uygunluk Kavramı ve Standartları, Yabancı İşçi İstihdamı, Tedarikçi-Taşeron İlişkileri, Çalışan-İşveren ilişkileri, Çocuk Emegi ile Mücadele, Adil Ücret, İş Sağlığı ve Güvenliği konuları ele alındı. İnteraktif bir ortamda gerçekleşen eğitimde, sunumların yanısıra katılımcılar Role-play aktiviteleri ve vaka analizleriyle öğrendiklerini uygulama fırsatı yakaladılar. Katılımcılar eğitim sırasında ILO ve İHKİB iş birliğince hazırlanan Sosyal Uygunluk Kılavuzları'ndan faydalanarak vaka analizlerini incelediler. Eğitim sonunda uygulanan sınavı geçen katılımcılara sertifikaları takdim edildi.





JAPAN CREATION FUARI

İTHİB, SEKTÖRÜN PAZAR PAYINI BÜYÜTMEK İÇİN MİLLİ KATILIM FUAR ORGANİZASYONU DÜZENLEDİ

9

MİLYAR DOLAR

Japonya'nın yıllık tekstil ve ham maddeleri ithalatı

istanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 19-20 Kasım 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen Japan Creation Fuarı'na ilk kez milli katılım organizasyonu düzenledi. İTHİB üyesi 10 Türk firmasının yer aldığı fuarda firmalar, ortak bir stant alanı oluşturarak ürünlerini ziyaretçilerin beğenilerine sundular. Ziyaretçilerin çok yoğun ilgisi ile karşılaşan Türk firmalar, Japonya'da etki alanını genişletme fırsatı elde ettiler.

Dünyanın en büyük 3. ekonomisi olan Japonya, 7,3 milyar dolarlık tekstil ve ham maddeleri ihracatı ile dünyanın en büyük 12.

ihracatçısı ve yaklaşık 9 milyar dolarlık tekstil ve ham maddeleri ithalatı ile dünyanın en büyük 9. ithalatçısı konumunda bulunuyor. 126 milyon nüfusa sahip olan Japonya'nın tekstil ve ham maddeleri ithalatı içerisinde Türkiye'nin payı ise sadece binde dört civarında. Japonya tekstil ve ham maddeleri ithalatının yüzde 52'sini Çin, yüzde 8'ini, Vietnam ve yüzde 6'sını ise Endonezya'dan gerçekleştiriyor. Türkiye'nin Japonya pazarında daha fazla pay alabileceğini düşünen İTHİB, Japonya'nın en büyük tekstil ürünleri tedarikçileri arasına Türkiye'yi de dahil etmek için, ülke pazarını radarına aldı. Ayrıca, Türkiye ve Japonya



arasında yakın zamanda imzalanması öngörülen Serbest Ticaret Anlaşması ile Türkiye'nin Japonya pazarında Çin'e karşı rekabet avantajı sağlayabileceği de değerlendiriliyor.

Bu çerçevede düzenlenen milli katılım organizasyonu kapsamında, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, fuar alanını ziyaret ederek Japon mevkidaşları ile görüş alışverişinde bulundular. Ayrıca fuar idaresi ve ITOCHU yetkilileri ile ayrı ayrı toplantılar yaparak, tekstil sektörünün Japonya pazarındaki projeleri hakkında görüş alışverişinde bulundu. İTHİB'in Japonya'nın en büyük satın alma gruplarından olan ITOCHU firması ile iş birliği neticesinde fuar öncesinde çeşitli etkinlikler de yapıldı. Bu etkinliklere Ticaret Bakanlığı Tokyo Ticaret Baş Müşaviri Murat Yapıcı ve Tokyo Ticaret Müşavir Yardımcısı Onur Özmen de eşlik etti.

İTHİB tarafından Japonya'ya ilk defa gerçekleştirilen milli katılım organizasyonu öncesi moda endüstrisi gazeteleri arasında dünyanın en büyük tirajına sahip olan Japon Senken gazetesine reklam verildi. 1956 yılında Japonya'nın Tokyo kentinde kurulan ve günlük yaklaşık 200 bin tirajı olan Japon moda gazetesi, dünya tekstil endüstrisi tarafından ilgi ile takip ediliyor.

世界が注目するトルコテキスタイル、初のトルコパビリオンが JAPAN CREATIONに出展

主催者：イスタンブール織機・原料輸出業者協会
会場：東京国際フォーラム ホールE (展示ホール)
日時：
2019年11月19日(火) 10:00~18:30
20日(水) 10:00~18:00
ブース番号：Hall E-1 / 3-69

The Trademark of Reputation

Turkey
Discover the potential

Turkish
Textile

İTHİB

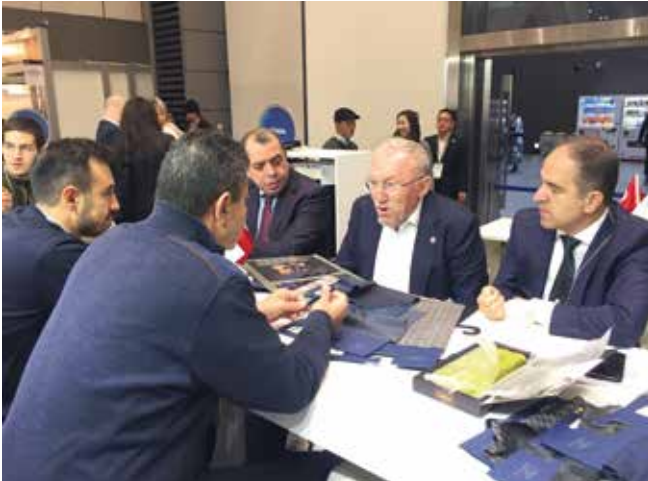
discoverthepotential.com

本展示に関するお問合せ・アポイントのご依頼
イスタンブール織機・原料輸出業者協会
Mr. Salih Diner / salih.diner@itib.org.tr

TEKNİK TEKSTİL YENİ İHRACAT KALEMİ OLABİLİR

Yılda 9 milyar dolar tekstil ürünleri ithalatı yapan Japonya'nın teknik tekstil ithalatı da 4,6 milyar dolar civarında bulunuyor. Türkiye'nin bu ithalattaki payı sadece binde bir. Teknik tekstilleri alanında son dönemde başarılı işler yapan Türk teknik tekstil firmaları için Japonya'nın yeni bir pazar olacağı düşünüyor.

İTHİB, yıllık yaklaşık 9 milyar dolar değerinde tekstil ve ham maddeleri ithal eden Japonya'ya düzenlediği milli katılım fuar organizasyonu, yeni iş birlikleri için görüşmeler yaptı. İTHİB üyesi 10 Türk firması, koleksiyonlarını ziyaretçilere sundu.





IWEC'TEN İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ SULTAN TEPE'YE KADIN GİRİŞİMCİ ÖDÜLÜ!

IWEC 2019 Yılın Kadın Girişimcisi Ödülü'nü kazanan İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe Hindistan'da düzenlenen törenle ödülünü aldı.

Başarılı kadın girişimciler arasında küresel bir iş ağı oluşturmak amacıyla 2007'de kurulan International Women's Entrepreneurial Challenge (IWEC) ağı 26,6 milyar dolarlık ekonomiyi temsil ediyor. IWEC ödülleri de IWEC ağındaki bulunan ticaret ve sanayi odalarının çalışmalarıyla tespit edilen küçük ve orta ölçekteki girişimci kadınlara veriliyor. Türkiye'den şu ana kadar aralarında Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın da olduğu 16 kadın girişimci, bu ödüle layık görüldü. IWEC'ten bu yıl da Türkiye'ye iki ödül geldi. Hindistan'ın başkenti Yeni Delhi'de, 10-13 Kasım tarihleri arasında gerçekleştirilen ödül töreninde İTHİB ve ISO Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe ve TAZİ Al firması kurucu ortağı Prof. Dr. Zehra Çataltepe, İTO'nun önerileriyle IWEC 2019 Yılın Kadın Girişimcisi Ödülü'nü almaya hak kazandı. Başarılı Türk kadınlarına ödülleri IWEC Başkanı Ibukun Awosika, IWEC Yönetim Kurulu Başkanı Ruth A. Davis ve FICCI FLO Başkanı Harjinder Kaur Talwar takdim etti.



İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ SULTAN TEPE

“DÜNYANIN HER YERİNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN SORUNLARI ORTAK”

Uzun yıllardır Türkiye tekstil ve ham maddeleri sektörünü Türkiye'de ve dünyada başarılı bir şekilde temsil eden İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, Türkiye'yi temsil edecek isimlerin TOBB İstanbul Kadın Girişimciler Kurulu üyeleri arasından seçildiğini belirterek, “Firma özelinde güzel bir girişim başarı hikayemizin olması ve firma olarak inovatif ürünlere imza atmamız tercih edilmemizde etkili oldu. Çevreye duyarlı yönümüz ve sürdürülebilir bir ekosistem içinde üretimimizi sürdürüyor olmamız sektörümüzde dikkat çekiyordu. Firma ölçeğimize göre attığımız adımlar takdir ediliyordu. İstanbul Ticaret Odası Yönetimi ve TOBB İstanbul Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı'na bu organizasyonu destekleyerek Türk girişimci kadınlarının uluslararası arenada yer almasını sağladıkları için teşekkür ediyorum” diye konuştu.

Tepe, dünyanın dört bir yanından gelen girişimci kadınlarla bir kez daha bilgi ve kültür alışverişi yapma imkanı bulduklarını belirterek, şunları söyledi: “Biz kez daha gördük ki ülkenin gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun girişimci ve çalışan kadınların her yerde ortak. Kadın girişimciler, her yerde aynı sıkıntılar ile karşılaşılıyor. Ülkemizin girişimci kadınlarının, çok sayıda ülke ile kıyaslandığında daha iyi noktalarda olduğunu gördüm. Türk kadın girişimcilerimiz, hem aile birligini korumak hem de işini devam ettirmek noktasında çok daha iyi durumda diye düşünüyorum. Diğer yandan ödül töreninde İstanbul olarak anons edilmemiz ve ülkemizi temsil etmemiz çok güzel bir duygu ve tecrübe oldu benim için. Dünyanın dört bir yanından gelen diğer davetlilerden çok önemli tebrikler-geri dönüşler almamız da ayrıca mutlu etti.”



İTHİB YÖNETİM KURULUNDAN EXİMBANK'A ZİYARET

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Başkan Yardımcıları Fatih Bilici ve Ahmet Şişman, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Vehbi Canpolat, Mustafa Denizer, Natan Yakuppur, Muammer Akçay ve Ali Sami Aydın'dan oluşan bir heyet, 12 Kasım 2019 tarihinde Türk Eximbank Genel Müdürü Ali Güney'e hayırlı olsun ziyareti gerçekleştirdi. İTHİB Heyeti, Eximbank kaynaklarının en verimli şekilde kullanılabilmesini teminen tekstil ve ham maddeleri sektörü ihracatını artırmaya yönelik

geliştirilebilecek projeler hakkında Ali Güney ile fikir alışverişinde bulundu. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz gerçekleştirilen toplantıda, bahse konu projelerin Eximbank finansmanı ile yapılabilmesi durumunda Türkiye'nin ve tekstil sektörünün üretim gücüne katkılarının çok yüksek olacağını vurguladı. Eximbank Genel Müdürü Ali Güney de Eximbank'ı Türkiye ihracat ailesinin bir parçası olarak konumlandıklarını ifade ederken, ihracatı destekleyici yeni uygulamalar ve projeler hakkında İTHİB Yönetim Kurulu Üyelerine bilgi verdi.

İTHİB, COTTON USA KONFERANSI'NDA SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ ROLÜNÜ ANLATTI



25 - 27 Eylül 2019 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen Antalya Cotton USA konferansına İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer katılarak Türkiye tekstil ve ham maddeleri sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerine ilişkin detaylı bir sunum gerçekleştirdi. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Hadi Karasu, ABD Ankara Büyükelçiliği Ticaret Ateşesi Christine Strossman, COTTON USA temsilcileri Eddy Esteve, Hank Reichle, Jon Whatley, Jason Thamson, International Cotton Association

Başkanı Bill Balleden'in de sunum yaptığı konferansa ilgi yoğun oldu. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer, gerçekleştirdiği sunumda; Türkiye tekstil ve ham maddeleri sektörü için pamuk ham maddesinin önemine değinerek şunları söyledi: "Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sanayi ürünlerinin ihracatında yarısını pamuk ürün grupları oluşturuyor. Türkiye, dünya pamuk üretiminde 7. sırada, dünya pamuk ithalatında 4. sırada, dünya pamuk tüketiminde ise 5. sırada bulunuyor. Türkiye'nin en fazla pamuk ithalatı gerçekleştirdiği ülke ise ABD'dir."



SUSUZ TEKSTİLLER KONFERANSI'NDA SEKTÖRÜN GELECEĞİ KONUŞULDU

14 Kasım 2019 tarihinde İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin destekleriyle bu yıl sürdürülebilir üretim teknolojilerinin değerlendirildiği ve bunların getireceği kazanımların paylaşıldığı "Susuz Tekstile Doğru" temalı bir konferans gerçekleştirildi.

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat'ın açılış konuşmalarını gerçekleştirdiği konferansa Çevre ve Şehircilik Bakanlığı yetkilileri, yerli ve yabancı akademisyenler ile çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat açılış konuşmalarında, tekstil ve ham maddeleri sektörü olarak gelecek vizyonu açısından çok önemli buldukları konferansın tekstil ve hazır giyim sektörlerine yeni bakış açıları kazandıracağını ifade etti. Vehbi Canpolat konuşmasının devamında "Sektörümüze katma değer yaratan susuz tekstiller, sosyal uygunluk, çevre konuları gibi sürdürülebilirliğe ilişkin konular; çok yakın gelecekte tüm sektörümüzün küresel markalara ihracat gerçekleştirebilmesi için zorunluluk olacaktır. Bugün birçok küresel marka 2025 yılına kadar tedarik edecekleri tüm tekstil ürünlerinin sürdürülebilirlik standartlarına sahip olma zorunlu hale gelecektir. Dolayısıyla sektörümüzde su tüketiminin azaltılmasına yönelik her

İTHİB'in destekleriyle düzenlenen, sürdürülebilir üretim teknolojilerinin değerlendirildiği "Susuz Tekstile Doğru" temalı konferans gerçekleştirildi.



türlü girişimi destekliyor; bugün yoğun katılımlarınızla gerçekleştirilecek olan konferansımızı ayrıca önemsiyoruz" açıklamalarında bulundu.

Konferansta tekstilde plasma teknolojisi ile kumaş ön hazırlığında susuz yeni yaklaşımlar ve yeni standartlar, tekstilde suyun geri kazanımı başarı hikayesi, üretimde %95'e varan su geri kazanımı, su ve çevre dostu teknolojiler, tekstilde kumaş ön işleminde susuz teknolojiler, pamuklu ve polyester kumaşlarda susuz dijital baskı çözümlerine yönelik konu başlıkları değerlendirildi.



ÇUKUROVA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM FUARI İLK KEZ KAPILARINI AÇMAYA HAZIRLANIYOR

2020 yılında Adana'da ilk kez gerçekleştirilecek olan TÜYAP Adana Çukurova Tekstil ve Hazır Giyim Fuarı için geri sayım başladı. 5-8 Şubat 2020 tarihinde TÜYAP Adana Fuar ve Kongre Merkezi'nde kapılarını ziyaretçilerine açacak fuarda; kadın, erkek, bebek ve çocuk hazır giyim markalarının yanı sıra tekstil sektöründe kullanılan ham madde ürünleri de yer alacak. Fuara, 20 ülkeden ticari alım heyeti getirilecek.

TÜYAP Adana Çukurova Tekstil ve Hazır Giyim Fuarı için hazırlıklar hızla sürüyor. İki yıldır Fuar ile ilgili önemli araştırmalar yapıp alt yapı hazırlıklarını tamamlayan TÜYAP Adana Fuarçılık A.Ş. ve Hazır Giyim Komitesi, Bölgede önemli bir potansiyele sahip olan sektörün bu fuar ile şaha kalkacağına inanıyor. Ekonominin lokomotif sektörlerinden biri olan tekstilin rakamsal verileri de Adana'daki potansiyeli gözler önüne seriyor. Son 10 yılda hazır giyim ihracatındaki payını yüzde 3 bandında tutmayı başaran Türk hazır giyim sektöründe 35 binin üzerinde firma faaliyet gösteriyor ve yaklaşık 17 bin kişiye istihdam sağlanıyor. 2018 yılını 17.4 milyar dolar ihracat değeri ile kapatan sektör, yılda ortalama 17 milyar dolar ihracat gerçekleştiriyor. Çukurova Bölgesi de tekstil sektöründe yurt içi ve yurt dışında önemli bir konumda yer alıyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre; Türkiye'de imalat sanayi içerisinde ciro payı yüzde 3,6 olan Adana tekstil sektörü, hazır giyim sektöründe de Türkiye'de yüzde 1.2'lik bir paya sahip. 2017 yılında 305 bin dolar olan ihracat performansına sahip olan Adana tekstil sektörü, 2018 yılında 346 bin dolara çıkarılarak yüzde 17,22'lik bir ihracat performansı bulunuyor.

EN ÇOK İHRACAT TEKSTİL SEKTÖRÜNDE Türkiye İhracatçılar Merkezi verilerine göre; Adana'da en çok ihracat yapan sektör tekstil ve ham maddeleri olurken konfeksiyon ve hazır giyim sektörü de 5. sırada yer alıyor. Bölge için önemli bir ekonomik güç olan tekstil ve hazır giyim sektörü, bu gücü fuar ile daha ileriye taşımayı amaçlıyor. 2020 yılında ilk kez açılacak olan tekstil ve hazır giyim fuarı; sektörün tüm profesyonellerini katılımcılarıyla buluşturmayı hedefliyor.

Fuarda başta 2020 ilkbahar-yaz sezonu koleksiyonlarını sergileyecek hazır giyim markaları olmak üzere; çorap, pijama, iç çamaşırı, abiye, kot, triko, ev tekstili ve aksesuar gibi, bebek ve çocuk sektörüne ait tüm alt ürün grupları tek bir çatı altında yer alacak.

20 ÜLKEDEN TİCARİ ALIM HEYETİ

Tekstil ve Hazır Giyim Fuarı'na başta Rusya, Hollanda, Belçika, İspanya olmak üzere 20 ülkeden ticari alım heyetleri fuara davet edilecek. Türkiye'nin dört bir yanından da ilgilileri ağırlayacak olan Fuar, 5-6-7 Şubat 2020 tarihlerinde 10:00 ila 18:00 saatleri arasında 8 Şubat 2020 ise 10:00 ila 17:00 saatleri arasında ziyaretçilerine kapılarını açıyor.



TÜRK AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN MICAM'A İLGİSİ ARTIYOR

Avrupa ve dünyadaki en önemli ayakkabı fuarı olan MICAM Ayakkabı Fuarı'na, İDMİB'in düzenleyeceği milli katılım organizasyonu için başvurular devam ediyor. MICAM, 16-19 Şubat 2020 tarihleri arasında İtalya'da düzenlenecek.

İç piyasadaki daralmadan dolayı yurt dışına açılan Türk ayakkabı üreticilerinin, büyük ilgi gösterdiği fuara bu yıl da yoğun talep olduğu öğrenildi. İDMİB'ten katılımcı firma seçimlerinin süreciyle ilgili şöyle bir açıklama yapıldı: "Micam 2018/2 Dönemi ve daha sonrası fuarlarına katılmak için başvuran firmalardan bir bekleme listesi oluşturulmuştur. Yönetim Kurulu kararımıza istinaden, mevcut bekleme listesi üzerinden ilerlenecektir. Herhangi bir hak kaybının oluşmaması amacıyla

APLF LEATHER&MATERIALS+ 2020 BAŞVURULARI DEVAM EDİYOR!

Uluslararası deri sektörünün önemli buluşma ve tedarik merkezlerinden APLF Leather & Materials+ (Asya Pasifik Deri Fuarı), 31 Mart - 2 Nisan 2020 tarihleri arasında Hong Kong'da düzenlenecek. İDMİB de 23'üncü kez Milli Katılım Organizasyonu ile fuarda yerini almaya hazırlanıyor. Çin ve Asya pazarlarından, uluslararası katılımcı ve alıcılardan büyük bir ilgi gören APLF'yi her yıl yaklaşık 90 ülkeden 15 bin kişi ziyaret ediyor. APLF, Çin pazarına giriş ve bu pazardaki diğer deri fuarlarına katılım için başlangıç noktası olarak biliniyor.



mevcut bekleme listesindeki firmalarımız sıralarını koruyarak yeni firma başvuruları alınacak olup, yeni başvuran her firma bu listeye sondan eklenecektir. Ayrıca, MICAM Fuar idaresi bazı durumlarda boş alanlar için, oluşturulan bekleme listesindeki sıradan bağımsız olarak firma tayin edebilmektedir."

LINEAPELLE MILANO'YA KATILIM İÇİN SON BAŞVURU TARİHİ 19 KASIM

Dünya deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Deri Fuarı, 19-21 Şubat 2020 tarihinde İtalya'nın Milano kentinde düzenlenecek. Lineapelle Milano'ya, İDMİB bu yıl da milli katılım organizasyonu düzenleyecek. Fuarın 2019-II dönemine İDMİB aracılığıyla 30 deri ve yan sanayi üreticisi katılarak toplam 808 metrekarelik alanda ürünlerini

sergilemişti. İDMİB'ten yapılan açıklamada; fuara katılım için başvuruların 19 Kasım 2019 tarihine kadar devam edeceği bildirildi. Türkiye Milli Katılım Organizasyonu İDMİB tarafından gerçekleştirilecek olan fuarın 2020-I dönemine, mevcut katılımcı firmaların yanı sıra, yeni firmaların da katılım göstererek milli katılım organizasyonuna dâhil olabileceği belirtildi.





DERİ VE DERİ MAMULLERİ SEKTÖRÜNÜ TANITACAK FİLM SENARYOLARI DEĞERLENDİRİLDİ

Türkiye Tanıtım Grubu çalışmaları kapsamında hazırlanacak ve deri mamulleri sektörünün uluslararası platformlarda kullanılması planlanan tanıtım filmleri için komite ve ajans temsilcileri 2 Kasım 2019 tarihinde bir araya geldi. Toplantıya İDMİB Yönetim Kurulu

Başkan Yardımcıları Güven Karaca ve İslam Şeker'in yanı sıra Yönetim Kurulu Üyeleri Burak Uyguner, Tamer Tanju Geçgören, İlhan Kuşeli, Yücel Elibol ve Ahmet Yeşil de katıldı. Sektörel dernek temsilcileri ve tanıtım komitesi üyeleri toplantıya katılan diğer isimlerdi. Toplantıda,

ayakkabı, saraciye, deri konfeksiyon, mamul deri alt grupları başta olmak üzere tüm deri ve deri mamullerini genel olarak tanıtacak beş ayrı film için hazırlanan mevcut senaryolar değerlendirilerek, tüm alt sektörlerin talep ve önerileri ajans yetkililerine aktarıldı.

MICAM 50. YIL DÖNÜMÜ TANITIM ETKİNLİĞİ

İtalyan Ekonomik Gelişmeler Bakanlığı'na bağlı, İtalya Başkonsolosluğu'nun Ticari İlişkileri Geliştirme Bölümü İtalyan Dış Ticaret ve Tanıtım Ajansı tarafından; Türkiye ile İtalya arasındaki ilişkileri canlandırma ve güçlendirme amacıyla gerçekleştirilen etkinlikler kapsamında MICAM ayakkabı

fuvarının tanıtım etkinliği düzenledi. 16-19 Şubat 2020 tarihleri arasında düzenlenecek olan MICAM fuvarının 50. yıl dönümü tanıtım etkinliği 25 Kasım Pazartesi günü Taksim The Marmara Otel'de yapıldı.

Organizasyona, Türkiye'deki resmi İtalyan ticari birimleri, İtalyan satın alma firmaları, basın, sektörel yayınlar, sektör bilirkişileri, moda editörleri, blogger, influencer ve trend setter'lar davet edildi.

Etkinlikte İtalyan ayakkabı sanayicileri derneği Assocalzaturifici, İtalya ile Türkiye arasındaki sektörel gidişat ve fırsatlarla ilgili bilgi verirken; İngiliz araştırma firması WGSN, 2020/2021 kadın ve erkek ayakkabı makro trendleriyle ilgili bir sunum yaptı. Ayrıca Türk firmaların İtalyan firmaları ile arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla networking ortamı da sağlandı.

İDMİB, MICAM'A 30. KEZ MİLLİ KATILIM SAĞLAYACAK

Önümüzdeki dönemde fuara 30. kez milli katılım sağlayacak olan İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri de MICAM 50. yıl dönümü etkinliğinde hazır bulundu. MICAM Fuarları Organizatörü, İtalya Ayakkabı Sanayicileri Derneği Global Ticaret Bölüm Başkanı. Matteo Scarparo ile de görüşmeler gerçekleştirildi, fikir alışverişinde bulunuldu.

İDMİB, MICAM fuvarında Türk ayakkabı sektörünün daha yüksek bir katılımcı sayısı ve daha geniş bir alanda temsil edilebilmesi için çalışmalarına devam ettiğini aktarırken; sektörün yakalamış olduğu ihracat değerlerine ve globaldeki yerine uygun şekilde tanıtılabilmesi hedefinde olduklarını dile getirdi.



14. İSTANBUL İTHİB ULUSLARARASI KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI'NDA GELECEĞİN TASARIMCILARI ÖDÜLLERİNİ ALDI

15 Kasım 2019 tarihinde Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) destekleriyle İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından organize edilen '14. İstanbul İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması' ödülleri görkemli bir törenle sahiplerini buldu.

G enç yetenekleri desteklemek ve sektöre kazandırmak amacıyla İTHİB tarafından düzenlenen Türkiye'nin ilk ve tek kumaş tasarım yarışması olan 14. İstanbul İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nda yurt içi ve yurt dışından gelen üç yüzü aşkın başvuru arasından seçilen genç tasarımcılar ödüllerine kavuştu.

Yarışmanın ödül törenine katılan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, "Uluslararası nitelik taşıyan 14. İstanbul İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nda bulunduğum için çok mutluyum. Ülke olarak tekstil alanında rekabete ayak uydurmak ve daha iyi koşullara sahip olmak için tasarım, inovasyon, moda ve marka yaratmak bizim için çok önemli. Katma değeri artırmak için bu alanlarda gelişmeyi sürdürmeliyiz. Bu sebeple Bakanlığımız bu nitelikte yarışmaları desteklemeye devam edecektir.





Burada başarılı olan finalistleri Ticaret Bakanlığı olarak aynı zamanda yurt dışı eğitimleri konusunda da destekliyoruz çünkü onlara önemli okullarda eğitim fırsatı sunarak Türkiye'nin tasarım konusundaki elçilerinin sayısını artırmayı hedefliyoruz. Başta İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz olmak üzere organizasyonda emeği geçen herkesi kutluyorum" diye konuştu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ise sürdürülebilir kalkınmanın odak noktası olan ihracatımızı daha nitelikli ve değerli hale getirebilmek için bu yarışmaları hemen hemen her ilde, tasarımın dokunduğu her sektör nezdinde hayata geçirmek, değişimin temsilcisi genç tasarımcıları daha da teşvik etmek gerektiğine inandığını belirtti. İsmail Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü: "Tasarım farkıyla sıradan bir kumaş piyasası fiyatının birkaç katı değere sahip olabilir. Dolayısıyla, bugün tasarımcılarımızın

sunmuş olduğu ürünleri, yarı Paris'te, Milano'da ve New York'ta mağazalarda ve insanların üzerinde görebilmek için fiyat rekabetinin ötesine geçip bilgiyi, yaratıcılığı ve teknolojiyi harmanlayıp başarılı bir şekilde pazarlamak için çalışıyoruz. Bu vesileyle alanın öncüsü olan 14. İstanbul İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması organizasyonu için başta İTHİB Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Ahmet Öksüz olmak üzere organizasyonda emeği geçen herkese teşekkür ediyorum" diyerek sözlerini noktaladı.

14. Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nın açılış konuşmasını yapan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ise, "Tekstil sektörü olarak makinelere yıllarca çok büyük yatırımlar yaptık, yapmaya da devam ediyoruz. İlerleyen süreçte artık insana daha fazla yatırım yapmamız gerektiğini anladık.



Yerli ve yabancı tasarımcılar, akademisyenler, tekstil sektörünün duayen isimleri ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan jüride bu yıl da sanat, moda ve cemiyet hayatının önde gelen isimleri yer aldı.







Sunuculuğunu Burcu Esmersoy'un yaptığı yarışmada, Pele'nin Gözyaşları tasarımıyla Damla Güden 1., Row and Refine Shine tasarımıyla Hale Yılmaz 2., Flawed Symmetry tasarımıyla Mithila Amy Mohan 3. oldu. Jüri üyeleri arasında yer alan ünlü sanatçı Mustafa Sandal, yeni albümünden seslendirdiği şarkılarıyla geceye renk kattı.





Türkiye'nin ilk ve tek uluslararası kumaş tasarım yarışması.

Yurt dışı başvuruları iki kat arttı, 11 ülkeden 120 başvuru.

Ödül töreni, binin üzerinde davetliye ev sahipliği yaptı.

300 başvurudan en başarılı olanlar ödüllendirildi.



Jürinin değerlendirmeleri sonucu 'Pele'nin Gözyaşları' tasarımıyla 'Damla Güden' birinci olarak 50 bin TL para ödülü almaya hak kazandı.





Bu ihtiyacı sektörün en önemli nitelikli insan kaynağı olan tekstil mühendisliği bölümüne yönelik rağbetin azaldığı süreçte çok daha iyi bir şekilde anladık. Tekstil Mühendisliğini seçen öğrencilerin başarı kriterini göz önüne alarak verdiğimiz burs ile sektöre yönelik algının tekrar yükseltilmesini sağladık. Bugün burada sektörümüzde katma değer yaratan en önemli unsurlardan tasarımın önemini ve tasarımcıya verilen değerlerin ortaya konduğu bu organizasyon aynı zamanda insana yaptığımız yatırımın bir kanıtı olmuştur. Bu organizasyonda emeği geçen başta Ticaret Bakanlığımız ve Türkiye İhracatçılar Meclisimiz olmak üzere tüm paydaşlarımıza teşekkür ediyorum” dedi.

YARIŞMANIN KAZANANLARI BELLİ OLDU

Genç yetenekleri desteklemek ve tekstil sektöründe katma değerli ürün ihracatını artırmak amacıyla düzenlenen dünyanın dört bir yanından gelen tasarımcıların tasarımlarının değerlendirildiği yarışmada M. Fatih Bilici, M. Zekeriya Tanrıverdi, Ahu Yağtu, Alara Koçibey, Daan Roosegarde, Feryal Gülman, Filiz

Tunca, Nejdet Ayaydın, Nomi Kleinman, Nur Bilen Yavuzer, Mustafa Sandal, Özgür Masur, Özlem Kaya, Sema Güral Sürmeli, Sinem Kınran Parlak, Siren Ertan, Süleyman Orakçioğlu, Tamer Pala, Yıldırım Mayruk ve Zeynep Üner Jüri koltuğunda oturdu.

Jürinin değerlendirmeleri sonucu ‘Pele’nin Gözyaşları’ tasarımıyla ‘Damla Güden’ birinci olarak 50 bin TL para ödülü almaya hak kazandı. Birinci seçilen Damla Güden’e ödülünü Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz verdi. ‘Row And Refine Shine’ tasarımıyla ikincilik ödülünün sahibi ‘Hale Yılmaz’ 25 bin TL, ‘Flawed Symmetry’ tasarımıyla üçüncülük ödülünün sahibi ‘Mithila Amy Mohan’ ise 2.125 Euro kazandı. Ayrıca ilk üç finalist, dünyanın önde gelen fuarlarından Premiere Vision Paris Fuarı’nı ziyaret etme hakkı, altı aylık dil eğitimi ve Ticaret Bakanlığı’nın onaylarıyla yurt dışında eğitim hakkına sahip oldular. SİNGER ise dev yarışmanın tüm finalistlerine dikiş makinesi hediye ederken ‘Ceylan Şenkal’ isimli tasarımcı SİNGER Jüri Özel Ödülü ile ödüllendirildi.



Ticaret Bakan Yardımcısı
RIZA TUNA TURAGAY

“Bakanlık olarak Türkiye’nin tasarım konusundaki elçilerinin sayısını artırmayı hedefliyoruz.”



TİM Başkanı
İSMAİL GÜLLE

“Tasarımcılarımızın sunmuş olduğu ürünleri, yaratıcılığı ve teknolojiyi harmanlayıp başarılı bir şekilde pazarlamak için çalışıyoruz.”



İTHİB Başkanı
AHMET ÖKSÜZ

“Ürünlere katma değeri sadece sahip olduğumuz yeni teknolojiler ve makinelerle değil, eğitilmiş insan kaynağı ile oluşturmamız.”



DERİ'NİN 'DETAY'LARI ÖDÜLENDİRİLDİ

Ticaret Bakanlığı'nın destekleriyle İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) bünyesinde, Türk deri sektörüne yeni tasarımcıların kazandırılması amacıyla düzenlenen 5. Detay Deri ve Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nın kazananları ödüllendirildi.



10,3
DOLAR

Deri ihracatı
kilogram değeri

15
DOLAR

Saraciye ihracatı
kilogram değeri

130
DOLAR

Kürk konfeksiyon
ihracatı kilogram
değeri

Deri sektöründe katma değerli ihracatı daha da artırmak için yapılan 5. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nda, Jüri Başkanı Güven Karaca olmak üzere Demet Sabancı Çetindoğan, Feryal Gülman, Lemi Tolunay, Safa Şahin, Sedef Orman, Ruken Mızraklı, Derin Mermerci, Güneri Cıvaoglu, Ertuğrul Özkök, Hakan Yıldırım, Özgür Masur, Özlem Kaya, Burak Çelet, Mert Aslan, Zeynep Üner, Ceylan Atınc, Yasemin Ögün, Seçkin Pirim, Burak Sanuk ve Tanju Tamer Geçgören gibi isimler jüri üyeliği yaptı.

Tasarım kültürünü yaygınlaştırmak, ihracatta sürdürülebilir kalkınmayı katma değer ile yakalayabilmek adına tasarım yarışmalarına her zaman önem verdiklerini dile getiren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, "Deri ve deri mamulleri sektörümüz, katma değeri en yüksek olan sektörlerimizden biri olarak senelerdir öne çıkıyor. Şu an ihracatımızın kilogram değeri 1,2 dolar olurken, deri sektörümüzde bu rakam 11 dolara yaklaşmış durumda. Yani sektörümüzde tasarım var, hayat var" dedi.



MUSTAFA ŞENOCAK



Genç yeteneklerimizi de sektöre kazandırmak istiyoruz. Çünkü ülke olarak daha yüksek katma değerle ihracat yapmaya ihtiyacımız var.



İSMAİL GÜLLE



İhracatımızın kilogram değeri 1,2 dolar olurken, deri sektörümüzde bu rakam 11 dolara yaklaşmış durumda. Yani sektörümüzde tasarım var, hayat var.



Deri konfeksiyon kategorisinde ilk üçe giren sırasıyla Merve Karali, Selin Cevahir, Meryem Balıkcı Özögür, saraciye kategorisinde ise ilk üçe giren sırasıyla Beril Sayın, Çiler Sevingen, Burcu Özden Ergene'ye eğitim ve para ödülü verilecek.



DAHA YÜKSEK KATMA DEĞERLİ İHRACATA İHTİYAÇ VAR

Yarışmanın ev sahipliğini yapan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, gerçekleştirdikleri tasarım yarışmalarıyla sektöre çok değerli tasarımcılar kazandıklarını ve kazandırmaya devam edeceklerini vurguladı. İDMİB olarak öncelikli amaçlarının deri sektörünün tasarım gücünü ve katma değerini arttırmak olduğunu aktaran Şenocak, "Genç yeteneklerimizi de sektöre kazandırmak istiyoruz. Çünkü ülke olarak daha yüksek katma değerle ihracat yapmaya ihtiyacımız var. Dünyada güncel akımları sektörümüze tanıtmak için trend seminerleri düzenliyoruz. Bir yıl ayakkabı, bir yıl konfeksiyon ve saraciye olmak üzere her yıl tasarım yarışmaları organize ediyoruz. Yarışmalarımız her geçen yıl daha çok kişiye ulaşıyor. Finalistlerimizi çok önemli ödüller ile buluşturuyoruz. Çünkü biz ihracatta nitelikli insan kaynağının ve tasarımın gücüne inanıyoruz" dedi.

Deri ve deri mamulleri sektörünün bugün Türkiye'de ihracatta en yüksek katma değerli dördüncü sektör konumunda olduğunu belirten





Tasarımcıların deri konfeksiyon ve saraciye kategorilerinde yarıştığı 5. Detay Deri ve Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nda başarılı tasarımcılar ödüllendirildi.



Şenocak, "Türkiye'nin kilogram başına ihracat birim fiyatı 1,2 dolar seviyesindeyken, deri ve deri mamulleri sektöründe 10,3 dolar, saraciye sektöründe 15 dolar, deri ve kürk konfeksiyonda ise 130 dolar seviyelerinde. Bu rakamlar güzel ama daha çok çalışmak zorundayız. Türkiye olarak deri ve kürk konfeksiyon ile saraciye sektörlerimizde ihracat birim fiyatımız neredeyse Avrupa Birliği'nin ortalamasını yakalamış durumda. Ülkeler özelinde de baktığımızda kat etmemiz gereken çok yol var." diye konuştu.



İKİ KATEGORİDE 6 ÖDÜL SAHİBİNİ BULDU

Tasarımcıların deri konfeksiyon ve saraciye kategorilerinde yarıştığı 5. Detay Deri ve Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nda başarılı tasarımcılar ödüllendirildi. Deri Konfeksiyon kategorisinde ilk üçe giren sırasıyla Merve Karalı, Selin Cevahir, Meryem Balıkcı Özögür, saraciye kategorisinde ise ilk üçe giren sırasıyla Beril Sayın, Çiler Sevingen, Burcu Özden Ergene'ye eğitim ve para ödülü verilecek. Yarışmanın dereceye girenleri bakanlığın tercihi ile yurt dışı eğitim ile ödüllendirilecek.

Bossa

1951



BOSSA YÖNETİM
KURULU BAŞKANI
İSRAFİL UÇURUM
“ADANA, SANAYİ
KÜLTÜRÜNE
SAHİP BİR ŞEHİR”

Oğuz Tekstil ile sektörde uzun yıllardır pay sahibi olan Uçurum Ailesi, iki sene evvel Bossa'yı satın alarak, denim pazarında da öncü rol oynamaya başladı. Çevre, enerji verimliliği ve müşteri memnuniyeti konularında sürdürülebilirliğe büyük önem veren İsrail Uçurum, Bossa olarak Re-Set koleksiyonuyla dünyada yüzde 100 geri dönüşümlü kumaş üretmeyi başaran ilk tekstil şirketi olduklarını söylüyor. Bossa Yönetim Kurulu Başkanı İsrail Uçurum ile şirketin bugünkü başarısını ve Adana'nın yatırım avantajlarını konuştuk.

Köklü şirketi satın almanın avantajları kadar hiç şüphesiz dezavantajları da vardır. Geçen iki yıllık süreci nasıl yönettiniz? Yatırımlar ve organizasyonda önceliğiniz neler oldu?

Bossa'nın köklü bir firma oluşunu, bilinirliğini ve marka değerini çok iyi biliyorduk. Firmayı satın almamızın ardından hedefimiz, firmanın bulunduğu yeri daha yukarı taşımak oldu. Bu hedef doğrultusunda da hem kapasite artırımını hem de satış, pazarlama organizasyonları anlamında gerekli müdahaleleri yaptık. Bu müdahalelerin ardından başarılı sonuçlar alıyoruz ve gelecek dönemde de almaya devam edeceğimize inanıyoruz.

Bossa'nın şu an halka açık oranı ne düzeyde? Satış sonrası, hisse değerlerinde nasıl bir değerlendirme söz konusu?

Şu anda Bossa'nın halka açıklık oranı yüzde 9 seviyesindedir. Bossa satın alma işlemi, 2017 Mayıs ayında gerçekleşmiştir. Borsa İstanbul'da, 2017 yılı Mayıs ayı başlarında yaklaşık 2,70 seviyelerinde olan fiyatımız, bugünlerde 7,00 seviyelerinde işlem görmektedir.

Bossa, sizin yönetiminize geçtikten sonra kapasite ve ürün çeşidi açısından nasıl bir değişim yaşadı?

Bossa'nın yıllık kapasitesi 36 milyon metre idi, yaptığımız yatırımlar ile yıllık kapasiteyi 50 milyon metreye çıkardık.

Bossa üretim proseslerinde en son teknolojiyi kullanmaktadır ve sürekli yenilikleri takip etmektedir. Yeni teknolojileri izleyerek var olan

makine parkurumuzu daha verimli ve daha kaliteli ürün elde etme yönünde sürekli güncelliyoruz. Yeni çıkan makineleri seçerken de var olan üretimi hızlandırmak ve farklı inovatif ürünleri elde etme üzerine seçimler yapıyoruz.

Entegre tesisin, kapasite kullanım oranı ne düzeyde? Yıllık ne kadar bir üretim mevcut? Mevcut kapasiteyi artırma projeleriniz ne düzeyde?

Yukarıda da belirttiğim üzere şu an mevcut yıllık üretim kapasitemiz 50 milyon metredir. Firmamız genellikle 4 ay doluluk ile devam etmektedir, kapasitemizin yüzde 15'ini ise acil ihtiyaçlar için ayırıyoruz.

Bossa'nın toplam satışlarında ihracatın ne kadar payı bulunuyor?

Yurt içinde pazarda söz sahibi olan birçok iç piyasa müşterisine hitap ediyoruz, yurt dışında ise Avrupa ağırlıklı çalışmakla birlikte, Amerika, Uzak Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarında da büyüme yönünde adımlar atmaktayız. İhracatımız Avrupa ağırlıklı ve yüzde 80 denim ihraç etmekteyiz.

2019'un son çeyreğine girdik. Bossa, ilk 10 ayda nasıl bir yıl geçirdi, yılı ne kadarlık büyüme ve ciro ile kapatacağınızı öngörüyorsunuz?

Genel konjonktür iyi olmamasına rağmen, Bossa olarak ilk 10 ay bizim için çok iyi geçti.

Bossa olarak 2018 yılını, ciromuzu önceki yıla oranla yüzde 31 artırarak ile kapattık. Yapılan yatırımların, pazarlama ve satış projelerinin etkisi ile 2019 yılında yüzde 20 daha artırarak, 720 milyon civarında kapatmayı bekliyoruz.

Bossa için sürdürülebilirlik ve geri dönüşümün büyük önem taşıdığını biliyoruz. Bu kültür, Bossa'dan, kalan bir miras mı yoksa Oğuz Tekstil'in kültürünün Bossa'ya aktarılması mı?

Bossa sürdürülebilirlik çalışmalarına 2000'li yılların başında başlamış bir firmadır. Dünyada en öncü firmalardan birisi olan Bossa'nın her koleksiyonunda sürdürülebilirlik anlamında ürünler bulunmaktadır ve bu ürünleri Re-set adı altında sunulmaktadır. Bu sürdürülebilir ürün ailesini her dönem canlı tutmaya, sürdürülebilirlik anlamında yeni ürünler ortaya koymaya devam ediyoruz.



68 yıldır müşterilerimize sunduğumuz farklılık yaratan yüksek kaliteli inovatif ürün kompozisyonu, müşteri odaklı özel hizmet, hızlı servis, yüksek memnuniyet, etkin fiyat politikaları ile yapılandırılmış yaygın pazarlama ağı, doğru pazar konumlanması ve rekabetçi fiyatlarımızla sektördeki lider konumumuzu sürdürüyoruz.





Sanayi kültürü olan Adana'nın, limanlara yakınlığı, işgücüne ulaşım kolaylığı ve iklimi yatırım yapacak sanayicilere avantaj sunuyor.

Yıl sonunda sürdürülebilirlikte şeffaflık esasına dayanan bir rapor yayınlamayı hedefliyoruz. Bu raporda su, enerji gibi birçok faktörde yıllara oranla kazanımlarımızı ve attığımız adımları, gelecek hedeflerimizi yayınlayacağız. Bu raporu da her yıl yayınlamaya devam edeceğiz.

Oğuz Tekstil olarak da sürdürülebilirliğe önem veren bir firmayız. Bu anlamda her iki firmamız da aynı yönde, aynı hedefler doğrultusunda çalışmalar yapmaya devam etmektedir.

Sürdürülebilirlik ve çevre konusunda ne gibi farkındalıklarınız ve yatırımlarınız bulunuyor?

Denim üretiminde birçok ilke imza atan firmamız, özellikle çevresel sürdürülebilirliğe yönelik çalışmaları ile dikkat çekmektedir. Şirket, 2006'da başlattığı tamamen ekolojik Re-Set koleksiyonu ile hem Türkiye'de hem de dünyada tekstil alanında bu yöndeki çalışmalara öncülük eden kuruluşlar arasında yer almıştır.

Sonsuz kaynakları olmayan dünyamız için geri dönüşüm çok önemlidir. Kağıt, plastik ve demir çelik sektörlerinde olduğu gibi tekstil sektöründe de geri dönüşüm yapılmaktadır. Biz Bossa olarak, işletmede atıl durumda olan iplik ve elyaflarımızı yeniden ham madde olarak kullanarak geri dönüşüm sağlamaktayız. Ayrıca r-PET projesi ile pet şişe atıklarından elde ettiğimiz lifleri tekstil ham maddesi olarak kullanıyoruz. Re-Set koleksiyonuyla

da dünyada yüzde 100 geri dönüşümlü kumaş üretmeyi başaran ilk tekstil şirketi olmayı başarmış bulunmaktayız. Re-Set koleksiyonundaki ürünleri ayrıca yaşam döngüsü değerlendirmesi, LCA (Life Cycle Assessment) projesi ile de ürün bazında tüm çevresel etkileri hesaplamakta ve belgelendirmekteyiz.

Çevre denilince akla ilk gelen unsur "su"dur. Su hayattır. Su tasarrufu konusunda da çalışmalar yaparak, "Saveblue" konseptini çıkardık. Enerji ve su tüketimine duyarlı olan firmamız, doğal elyaf kullanımı ile de bu konsepti birleştirerek sürdürülebilirlik anlamında büyük bir adım attı. "Saveblue" konseptindeki ürünlerin boyamasında yüzde 85 su tasarrufu sağlamaktayız.

Sudan bahsetmişken ayrıca atık su konusunda yaptığımız bir diğer projemiz de bazik olan atık suyumuzu nötrlemede sülfürik asit yerine karbondioksit kullanarak çevre açısından önemli bir adım daha atmış bulunmaktayız. Bu projemizin ilk aşamasında atık sularımızı nötrleme işleminde kullanılan karbondioksidi sıvı halde satın almaktayız şu an bu projemizin ikinci aşaması üzerinde çalışıyoruz. Hedefimiz yine kendi atığımız konumundaki bacalarımızdan çıkan karbondioksidi kullanmaktır.

Bir başka önemli projemiz ise enerji konusundadır. İşletmemizde kojenerasyon tesisi kurumu sağlamıştır. Bu kurulum ile kendi enerjimizi üretmeye başladık ve bu sayede yüzde 20 oranında enerji tasarrufu sağlamış durumdayız. Kojenerasyon tesis kurulumu, enerji maliyetlerimizi düşürmek ile beraber çevre kirliliğinin azaltılması yönünde de ciddi katkılar sağlamıştır.

Yenilikçi yaklaşımlar ile her sezon yeni bir projeye imza atıyoruz. Çevreci yeni boyama prosesi geliştirerek renkli denim kumaş üretimine yeni bir anlayış kazandırdık. "Dyeart" ismini verdiğimiz konseptimizde renkli ve çevresel açıdan kazanımları yüksek denim kumaşlar üretmekteyiz. Ayrıca kumaşların tutumu konusunda da inovatif gelişmeler ortaya koyulmuş olup bu konudaki çalışmalara hız kesmeden devam etmekteyiz.

Bossa ayrıca yeni bir geri dönüşüm projesinin de adımlarını atmış olup, tüketicinin kullandığı pantolonları toplayarak, tekrar kumaş haline getiriyor. Tüm dünyada "Post Consumer Denim" olarak bilinen bu projede birçok müşterimiz ile çalışmalarımız bulunmaktadır.



Yüzde 100 sürdürülebilir ürünleri kapsayan "Future Denim" konseptimiz ile de uyumlu son iki koleksiyonumuzda çok olumlu geri dönüşler aldık. Bu konseptimizde yer alan ürünlerin birçoğu siparişe dönüşen projeler başlattı. Bir taraftan süreç ve ürün geliştirme çalışmalarına devam ederken, diğer taraftan da birçok modacı ile ortak çalışmalara, başarılı projelere imza atıyoruz. Çevre, enerji verimliliği ve müşteri memnuniyeti konularında sürdürülebilirliğe büyük önem veriyoruz.

Bossa'nın, Türkiye'nin 100 değerli markasından biri olmasının arkasında bu kültür mü var?

Bossa 1951'de kurulmuş, Türkiye'nin ilk entegre firmalarından biridir.

68 yıldır müşterilerimize sunduğumuz farklılık yaratan yüksek kaliteli inovatif ürün kompozisyonu, müşteri odaklı özel hizmet, hızlı servis, yüksek memnuniyet, etkin fiyat politikaları ile yapılandırılmış yaygın pazarlama ağı, doğru pazar konumlanması ve rekabetçi fiyatlarımızla sektördeki lider konumumuzu sürdürüyoruz. Bu başarının arkasında nitelikli insan kaynakları gücü, geniş satış ağı, ürün kalitesi, koleksiyon zenginliği, ileri üretim ve bilgi sistemleri teknolojisi bulunmaktadır.

Geçen yıl Ar-Ge merkezi kurdunuz. Merkezin önceliğinde neler var? Merkez, katma değerli üründe nasıl bir rol üstlenecek?

Türkiye'deki tekstil sektörü ve içinde bulunduğumuz denim sektörünün Türkiye'den hiç gitmeyeceğine inanıyoruz. Bu kalıcılığı sürdürülebilir çalışmalara, yeniliğe, Ar-Ge'ye bağlıyoruz. Ar-Ge merkezi olarak da kendimizi tescilleyerek, bunun kalıcı olmasını sağladık. Tüm yenilikleri; ham maddesel, kimyasal, teknolojik, ürün odaklı, bu çatı altında topladık. Ekibimizin de bu yaklaşımda, bu çerçevede olmasını takip ediyoruz.

Türkiye'nin denim ihracatı ile kıyaslandığında Bossa'nın ihracat birim değeri ne seviyede?

Sektörün en büyük oyuncularından olan firmamız yüzde 80 ihracat yapmaktadır. Dünyadaki bilinen hemen hemen tüm markalara kumaş satmaktayız. Hedefimiz bu şekilde devam ederek, ihracat gerçekleştirdiğimiz marka sayısını artırmak.

Kayserili bir aile olarak Adana'da yatırım yapmışsınız. Yine Adana'da büyük bir markayı satın aldınız. Neden Adana diye sorsak?

Öncelikle Adana'yı seviyoruz. Adana 1900'lerden bu yana sanayi şehri olarak bilinmektedir. Sanayileşme, sanayi kültürü olan bu ilin, limanlara yakınlığı, işgücüne ulaşım kolaylığı ve iklimi gibi birçok avantajı bulunuyor.

Aynı zamanda Adana Sanayi Odası Meclis Başkanlığı şapkanız var. Tekstil sektörü, Adana için ne ifade ediyor? Bölgede tekstil sektörü için nasıl bir altyapı mevcut, firmalara ne gibi avantaj sunuyor?

Adana poliviskon ve pamuklu dokuma kumaş üretiminde büyük kapasiteye sahip bir şehir ve birçok insana istihdam sağlıyor. Ayrıca çok gelişmiş, uzmanlaşmış yan sanayisi var, bu yan sanayi ile birlikte Türkiye'ye de hizmet vermektedir.

Adana, tekstilde olduğu gibi diğer sanayi kuruluşları için de önemli bir şehir. En önemlisi de bir sanayi kültürüne sahip olmasıdır. Özetle; Adana, sanayi yatırımı için iyi bir şehirdir.

İstanbul'da bulunan tekstil ve hazır giyim firmalarının, yeni yatırımlarda Anadolu'yu tercih ettiği görülüyor. Adana, bu yatırımları çekme noktasında ne düzeyde? Adana'da yeni tekstil yatırımları oluyor mu?

Adana, tekstil yatırımı için son derece iyi bir bölge. İstanbul'dan genel olarak teşvikte daha ön planda olan şehirlere yönelim var.

Son yıllarda Ceyhan Bölgesi'ne yakın açılacak olan Polipropilen tesisi gibi son birkaç yıldır denim anlamında yapılan yatırımlar oldu. Bu yatırımların artmasını da bekliyoruz.

Son olarak gelecek dönem siparişlere baktığımızda, tekstil sektörü için 2020 yılı nasıl bir mesaj veriyor?

2020 yılının 2018 ve 2019'a nazaran daha iyi olacağını bekliyoruz. Bu, Bossa için de böyle olacaktır. Bossa olarak en büyük hedefimiz, 68 yıldır sektörde öncü kimliğini koruyan Bossa markasını her yıl bir adım öteye taşımaktır.

**Bossa'nın
yıllık kapasitesi
50
MİLYON METRE**

**Avrupa ağırlıklı
denim ihracatı
%80**

**Kendi enerjisini üreterek
sağladığı enerji tasarrufu
%20**

**Bossa'nın halka
açık oranı
%9**



CÜNEYT BAŞARAN
Bloomberg HT Genel Yayın Yönetmeni

Almanya'nın resesyondan kıl payı kurtulduğu, İngiltere'de büyüme oranının yüzde 1'in altına gerilediği, Çin'de son 30 yılın en düşük rakamı olan yüzde 5,7 büyüme oranına inildiği 2019'da kimsenin yüzü pek gülmedi. Daha önceki krizlerde en iyi refleksi gösteren, gelişmekte olan ülkeler grubunda sınıfının en başarılı öğrencisi olan Hindistan'da bile bu sene büyüme oranı yüzde 5'in altına indi.

2019'UN SON GÜNLERİNİ YAŞIYORUZ

Ekonomi anlamında, Türkiye ve Dünya için farklı geçen bir sene oldu.

Dünya Ticaret Örgütüne göre küresel ticaret hacminin son 7 yılın en düşük, IMF'ye göre de küresel büyüme oranının son 3 yılın en zayıf olduğu bir yıldır. Almanya'nın resesyondan kıl payı kurtulduğu, İngiltere'de büyüme oranının yüzde 1'in altına gerilediği, Çin'de son 30 yılın en düşük rakamı olan yüzde 5,7 büyüme oranına inildiği 2019'da kimsenin yüzü pek gülmedi. Daha önceki krizlerde en iyi refleksi gösteren, gelişmekte olan ülkeler grubunda sınıfının en başarılı öğrencisi olan Hindistan'da bile bu sene büyüme oranı yüzde 5'in altına indi.

Trump yönetimindeki ABD'de ise, ekonomi göreceli olarak daha iyi performans gösterdi. 2019 yılını yüzde 2,4 büyüme ile kapatması beklenen ABD ekonomisi, Trump'ı tam anlamıyla memnun edemese de, gelişmiş ülkeler arasında 2019'un en iyi performansını gösterdi. Bu arada yıl başında faiz artırmayı beklenen FED'in, ABD ekonomisinin bu performansına rağmen, 2019'da 3 kez faiz indirmesi ise Trump'ın sıkı markajında kalan FED üyelerinin topu taca atmak istemesine yormak lazım.

2019 Avrupa'da ise büyük bir hayal kırıklığı olarak tarihe geçti. Almanya seneyi yüzde 0,5 büyüme ile kapatacak. Yıllardır Avrupa ekonomisinin lokomotif rolünü oynatan Almanya, Çin ekonomisindeki soğuma ve küresel otomotiv sektöründe yaşanan daralma sonucunda, 2009 krizinden sonra en kötü senesini 2019'da yaşadı.

KÖTÜ GİDEN NEYDİ?

2019'da hesapları bozan "ticaret savaşları" oldu. Yıl başında ABD Başkanı Trump'ın Çin'den gelen mallara vergi koyacağı açıklaması çok ciddiye alınmamıştı. Geçen sene 50 milyar dolarlık ürün listesiyle başlayan ithalat vergileri bu sene ortasına doğru 250 milyar dolara çıktı. Eğer sene sonuna kadar bir gelişme olmazsa bu rakama 300 milyar dolarlık ekstra ürün eklenecek. Böylece 201 sonu itibarıyla Çin'den ABD'ye yapılan ihracatın tamamına

ekstra vergi konmuş olacak. Buna karşı Çin'in yapabileceği hamle ise 160 milyar dolarlık ABD'den gelen ürüne vergi koymak olacak.

Bu iki ülke arasında yaşanan ticaret savaşları sadece bahsi geçen ülkelerin ekonomilerini etkilemedi, ekosistemdeki bütün paydaşlar negatif etkilendi.

İhracat odaklı büyüme modeliyle bugünlere gelen Çin'in ticaret savaşlarından negatif etkilenmesi önce G. Kore, Japonya, Endonezya hatta Hindistan gibi ülkeleri etkiledi. Çin ekonomisi zayıflayınca bahsi geçen ülkeler Çin'e mal satamaz oldu. Bir sonraki hamlede ise Çin'e yüksek miktarda high tec ürün satan Almanya ve Çin'e emtia satan Brezilya, Suudi Arabistan gibi ülkeleri etkiledi.

Kısaca ticaret savaşları 2019'da hemen herkesin oyun planını bozdu.

TÜRKİYE'DE EN KÖTÜ ZAMANLAR GERİDE KALDI

Türkiye için en kötü yıl 2018'di. Özellikle ABD ve AB ile dış politikada yaşanan gerginliklerin içeriye yansımaları olumsuz oldu. 2018 ortasında başlayıp, 2019 ortasına kadar devam eden süreçte, kurun aşırı değer kaybı, yüksek enflasyon, sanayi üretiminin zayıflaması ve artan işsizlik Türkiye ekonomisinde ağır hasarlar bıraktı.

Ancak 2019'un ikinci yarısı itibarıyla, özellikle dış ticarettten gelen destek ve kamu destekli tüketim harcamalarıyla Türkiye ekonomisinde gözle görülür bir ivmelenme yaşandı. Yıl başında yüzde 2'ler civarında daralma beklenirken, küçük de olsa bir artı büyüme ile sene tamamlanacak.

2020 için de büyüme oranlarında yüzde 3 ile yüzde 5 arasında değişen tahminler yapılmakta. 2019 yılında enflasyonu yüzde 10'lar seviyesine indiren Türkiye 2020'de tek haneli enflasyonu hedefliyor.

Ancak bu pozitif gelişmelerin yanında yüzde 3 bandını aşan bütçe açığı, yüzde 14'leri vuran işsizlik rakamı ve küresel ölçekte yaşanan durgunluğun Türk ihracatını da vurmaya başlaması 2020'de Türkiye ekonomisini zorlayacak riskler olacak.

AVRUPA'NIN YÜKSELEN EKONOMİSİ İSPANYA

İspanya'nın toplam tekstil ve konfeksiyon ithalatında ikinci tedarikçi ülke konumunda olan Türkiye, dünyada rekabetçi olduğu fakat henüz İspanya'ya satamadığı veya çok az pay aldığı ürünlerin pazar payını büyütebilir.



D enizci bir ülke olan İspanya, asırlar boyu dış ticarete önem veren bir ülke olarak öne çıkıyor. 2018 yılında 376,2 milyar dolar ithalat yapan İspanya'nın ithalat pazarında Türkiye'nin yüzde 2,2 gibi oldukça sınırlı bir payı bulunuyor.

Türkiye, İspanya'nın Çin ve ABD'den sonra AB ülkeleri dışındaki en büyük üçüncü tedarikçisi konumunda bulunurken, İspanya'nın tekstil ve konfeksiyon ithalatında Türkiye, Çin'den sonra ikinci sırada geliyor. TİM'in hazırlamış olduğu "İspanya Hedef Pazar Ülke Analizi" raporu, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatında dünyada rekabet üstünlüğü fakat İspanya'ya henüz satılmayan ürünleri olduğunu gösteriyor. Bu da İspanya'ya yapılan tekstil ve konfeksiyon ihracatının yeni ürünlerle artırılabilceği anlamına geliyor.

İSPANYA'NIN SATIN ALMA GÜCÜ ARTIYOR

1,4 trilyon dolarlık milli gelire sahip İspanya, dünyanın 14'üncü, Avrupa Birliği'nin ise 5'inci büyük ekonomisi konumunda. 2008 yılındaki finansal kriz sonrası darboğaza giren İspanya, son yıllarda büyüyen ekonomi olarak ihracatçı ülkelerin radarına girdi. 2009 yılında 10,4 milyar dolarlık direk yabancı yatırım çeken İspanya, 2018 yılında ise 43,6 milyar dolarlık yatırım çekmiş. Son yıllardaki dış ticaret hacmi de dikkate alındığında ülkenin 2024 yılında milli gelirinin 1,7 trilyon dolara yükseleceği tahmin ediliyor. 376,2 milyar dolar olan ithalatın ise aynı dönemde 424,3 milyar dolara yükseleceği tahmin ediliyor. Benzer büyümenin ihracatta da yaşanmasıyla kişi başına düşen milli gelirin de 30 bin 733 dolardan 35 bin 572 dolara yükseleceği öngörülüyor.

İspanya her dönem ithalatı yüksek bir ülke olarak öne çıkıyor ve ithalatta en büyük partnerleri de Almanya, Fransa ve Çin. Aralarında Türkiye'nin de olduğu ilk 10 ülke, İspanya'nın ithalatında yüzde 58,4 gibi oldukça yüksek paya sahip. Bu da İspanya'nın ithalatında yüksek bir yoğunlaşma olduğunu ve ithalatın belli başlı ülkelere yapıldığını gösteriyor.

376

MİLYAR DOLAR

İspanya'nın
2018 yılı ithalatı

%2,2

Türkiye'nin İspanya
ithalat pazarındaki payı

TİM tarafından hazırlanan İspanya raporu, hazır giyim ve tekstil sektörünün rekabet üstünlüğü olduğu için firmaların şansının yüksek olduğuna vurgu yapıyor.



İSPANYA'YA İHRACAT DOKUZ YILDA İKİ KAT ARTTI

Türkiye, İspanya'nın Çin ve ABD'den sonra AB ülkeleri dışındaki en büyük üçüncü tedarikçisi konumunda bulunuyor. İspanya'nın Türkiye'den yaptığı ithalat, son 10 yılda hızlı bir yükselme gösterdi. İspanya'nın Türkiye'den yaptığı ithalatta 2018 yılında, 2009 yılına göre iki kattan fazla artış oldu.

Türkiye'nin 2018 yılında İspanya'ya yaptığı ihracat 8,4 milyar dolara ulaştı.

Ayrıca, İspanya'nın Türkiye'den yapılan ithalatın dünyadan yaptığı toplam ithalat içindeki payı da arttı. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin hazırladığı "İspanya Hedef Pazar Ülke Analizi" raporuna göre; İspanya'ya 2003 yılında Türkiye'den 2 bin 357 firma ihracat gerçekleştirirken, 2018 yılında ülkeye ihracat yapan firma sayısı 5 bin 478 firmaya çıkmış.

İSPANYA'YA İHRACATTA EN BÜYÜK PAY HAZIR GİYİMİN!

İspanya'nın Türkiye'den ithal ettiği ürün gruplarından en büyük pay hazır giyim sektörüne ait. İspanya, geçen yıl Türkiye'den 2,9 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştirdi. TİM'in hazırladığı rapora göre; İspanya, 2018 yılında toplam 21 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştirdi. İspanya'nın 3,6 milyar dolarlık tekstil ve ham maddeleri ithalatında, Türkiye'nin aldığı pay ise yüzde 8,8 ile 315,8 milyon dolar seviyesinde. İspanya 2018 yılında tüm dünyadan 6,35 milyar dolarlık deri ve deri mamulleri ithalatı gerçekleştirdi ve bunun sadece yüzde 0,9'luk yani 58,7 milyon dolarlık kısmını Türkiye'den ithal etti. İspanya'nın 223 milyon dolarlık toplam halı ithalatında da Türkiye'nin payı yüzde 5,6 ile 12,4 milyon dolar civarında.

İSPANYA PAZARINDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN 5 DETAY

- İspanyolların ticari ilişkilerini yakın kişisel ilişkilere paralel yürütme alışkanlıklarından dolayı, İspanya piyasasına girişte en etkili yol, yüz yüze görüşme yapmak.
- Özellikle bir dağıtıcı ya da alıcı ile ilk ilişkinin yüz yüze bir toplantı yapmak yoluyla gerçekleştirilmesi daha uygun.
- Ülkedeki firma yöneticilerinin yüzde 30'dan daha azının İngilizce konuşabildiği göz önüne alındığında, bu ülke ile ikili ilişkilerde tercüman gerekebileceği unutulmamalı. İş çevrelerinde yaygın yabancı dil İngilizce olmakla beraber, satış literatürünün İspanyolca olarak hazırlanması avantaj yaratıyor.
- İspanya iş kültüründe hiyerarşinin ve pozisyonların büyük bir öneminin olduğunun farkında olunmasında fayda vardır. Sizden daha alt derecede bir kişi ile zaman kaybederek iş yapmaya çabalamak pek işe yaramayabilir. Kendi pozisyonunuzu denk düşen kişilerle birlikte iş yürütmeniz neticesinde başarıya ulaşılması mümkün olabilir.
- İspanya'da hiyerarşi o derece aşırı bir düzeydedir ki, "e jefe" veya "el padron" diye adlandırılan patronlar karar verme otoritesini ellerinde bulundururlar. Ast olan kişiler ise otoriteye uyarlar ve sadece emirleri takip ederler.

Ülke	İthalat (1.000 \$)	%
Almanya	47.296.264	12,6%
Fransa	40.681.177	10,8%
Çin	31.737.899	8,4%
İtalya	24.885.578	6,6%
ABD	15.497.966	4,1%
Hollanda	15.297.595	4,1%
Portekiz	13.643.687	3,6%
Birleşik Krallık	13.509.844	3,6%
Belçika	8.776.115	2,3%
Türkiye	8.376.324	2,2%
Diğer Ülkeler	156.482.637	41,6%
Toplam İthalat	376.185.086	100,0%

Türk tekstil ve ham maddeleri sektörünün rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak İspanya pazarında hiç yer almadığı 52 ürünü bulunuyor.





Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, İspanya'nın en büyük ikinci tedarikçisi konumunda bulunuyor.

HAZIR GİYİM VE TEKSTİLİN ŞANSI YÜKSEK

TİM'in hazırladığı raporda, sektörler arasında İspanya'nın dünyadan gerçekleştirdiği ithalatta yüzde 13,6'lık paya sahip hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün, yüzde 10'luk paya sahip tekstil ve ham maddeleri sektörünün performanslarının dikkat çekici olduğu belirtilirken, Türk ihracatçıları için İspanya pazarında göreceli daha fazla paya sahip olunan bu sektörlerde pazar paylarını genişletmeleri diğer sektörlerle göre daha kolay görüldüğü vurgulandı.

TÜRKİYE'NİN GÜÇLÜ OLDUĞU 2 BİNDEN FAZLA ÜRÜN İSPANYA'YA HIÇ SATILMAMIŞ

TİM, hazırladığı İspanya raporunda; Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve İspanya pazarına ihraç edilebilecek çok sayıda yeni ürün olduğuna vurgu yaparak "İspanya'ya satılabilecek 4 bin 727 üründen sadece 2 bin 516 tanesini satan Türk ihracatçılarının İspanya ile Türkiye arasında mevcut olan ticareti daha da artırmalarının mümkün olabileceğini göstermektedir" denildi. Bu ürünler arasında, hazır giyim ve tekstil ürünleri de bulunuyor.

TEKSTİL SEKTÖRÜ İSPANYA'YA DAHA FAZLA İHRACAT YAPABİLİR

Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak İspanya pazarında hiç yer almadığı 295

ürünün TİM sektörel sınıflamasına göre; hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 13 ürün grubu, tekstil ve ham maddeleri sektöründe 52 ürün grubu, halı ve deri mamullerinde ise sadece birer ürün grubunun, İspanya pazarında hiç yer almadığı tespit edilmiş.

Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve İspanya'nın Türkiye'den ithalatında pazar payı yüzde 0-1 aralığında olan 372 ürünün TİM sınıflamasına göre sektörel dağılımı incelendiğinde ise; hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 52 ürün grubu, tekstil ve ham maddeleri sektöründe ise 33 ürün, deri ve deri mamullerinde 10, halı sektöründe ise üç ürün grubunun İspanya pazarında hiç yer almadığı görülüyor.

İspanya'nın Türkiye'den ithalatında pazar payı yüzde 1-5 aralığında olan 345 ürünün sektörel dağılımı incelendiğinde ise hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 35 ürün, tekstil ve ham maddeleri sektöründe 58 ürün, deri ve deri mamullerinde yedi, halı sektöründe beş ürün grubunun İspanya pazarında hiç yer almadığı görülüyor. İspanya'nın Türkiye'den ithalatında pazar payı yüzde 5'den büyük olan 267 ürünün sektörel dağılımında ise hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 101 ürün, tekstil ve hammaddeleri sektöründe ise 168 ürün, deri ve deri mamullerinde beş, halı sektöründe ise altı ürün grubunun İspanya pazarında hiç yer almadığı görülüyor.



M. HALUK ÖZELÇİ
ITKIB Brüksel Temsilcisi

BREXIT VE ABD-ÇİN TİCARET SAVAŞINDAKİ SÜREÇ DENGELİ OTURABİLMİŞ DEĞİL

Dünya ekonomisini yakından ilgilendiren Brexit süreci ve ABD-Çin arasındaki çekişmeler, henüz netlik kazanabilmiş değil. ABD ve Çin başkanları ateşkes anlaşması imzalamayı planlarken, Dünya Ticaret Örgütü'nün Çin'e verdiği misilleme yetkisi anlaşmayı zora soktu; AB Konseyi ise Birleşik Krallık için ayrılma süresini bir kez daha uzattı.

Geçtiğimiz günlerde Dünya Ticaret Örgütü'nden (DTÖ) beklenmedik bir açıklama geldi: ABD, Çin'den yapılan çelik ve diğer ürünlerin ithalatına koyduğu vergileri “yasadışı” olarak abartmış.

Bu karar, Çin'in elini güçlendirmiş gibi görünüyor. Nitekim Dünya Ticaret Örgütü, Çin yönetiminin, ABD mallarına uyguladığı cezalandırıcı vergi miktarını 3,6 milyar dolara çıkarmasına izin verdi bile. Çin yönetimi eğer isterse, ABD'den yapacağı ithalata uygulayacağı karşı önlemlere Kasım ayından itibaren başlayabilir.

DTÖ'nun onayladığı cezalandırıcı vergi miktarının, Çin'in 2018'den beri ABD'den yaptığı ithalata uyguladığı ek tarifelerin toplamıyla kıyaslandığında sembolik olarak sayılacağına şüphe yok. Ancak, dünyanın en büyük iki ekonomisi arasındaki ticaret savaşında ateşkes sağlandı derken, DTÖ'nun araya girmesinin yeni bir gerilim yaratabileceği de göz ardı edilemez.

ABD ve Çin Başkanları, “ateşkes anlaşması”nı Kasım ayı içinde Şili'de, Asya Pasifik İş Birliği toplantısında imzalamayı planlamışlardı fakat bu ülkedeki sorunlar nedeniyle toplantı iptal edildi. İşte, tam bu sırada taraflar, alternatif bir yer bulmaya çalışırken DTÖ'nun kararı gündemi sarstı.

Çin, yaklaşık yirmi yıl önce büyük tartışmaların ardından DTÖ'ya katılmıştı. O tarihten bu yana DTÖ, Çin'e ilk defa ABD veya başka bir ülkeden gerçekleştirileceği ithalata, misilleme yapma yetkisi vermiş oluyor. Dünya Ticaret Örgütü'nün aldığı kararın ABD yönetiminde hayal kırıklığı yarattığına şüphe yok. Ancak genel görüş, bunun olumlu bir havada seyreden ticari görüşmeleri etkilemeyeceği yönünde.

BREXIT BİR KEZ DAHA UZATILDI

Avrupa Konseyi, Birleşik Krallık'ın (BK) Avrupa Birliği'nden ayrılma süresinin bir kez daha ve 31 Ocak 2020 tarihine kadar uzatılmasını onayladı. Konsey, her defasında “bu son, bir daha uzatma yok” diyor ama ağlamlara, sızlamalara dayanmıyor süreyi yeniden uzatıyor.

Bu arada Birleşik Krallık'ın, “AB Gümrük ve Vergilendirme” alanından anlaşma olmadan ayrılmasının yaratacağı ticari etkilere haliyle her gün bir yenisi



ekleniyor. Son olarak, anlaşmasız ayrılma olması halinde, gümrük vergisine tabi olacak tekstil ve hazır giyim mamullerinin listesinin genişletildiği açıklandı.

Mart 2019'da yayımlanan ilk listede, 97 değişik tarife pozisyonundaki tekstil ve hazır giyim mamulleri yer alıyordu. Yeni liste, 140 tarife pozisyonundaki mamulleri içerecek şekilde artırılmış. Açıklamalara göre bu geçici tarife rejimi, 31 Ocak 2020 tarihine kadar uygulamada kalacak.

SİNGAPUR İLE AB ARASINDAKİ STA YÜRÜRLÜĞE GİRDİ

AB ile Singapur arasında Ekim 2018'de imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA), AB Konseyi ve Parlamentosu'ndaki onay işlemlerinin ardından 21 Kasım 2019 tarihinde yürürlüğe girmiş oldu.

Singapur, AB'nin Güneydoğu Asya'daki en büyük ticari ortağı konumunda. Taraflar arasındaki mal ticareti 53 milyar Euro, hizmet ticareti ise 51 milyar Euro seviyelerinde.

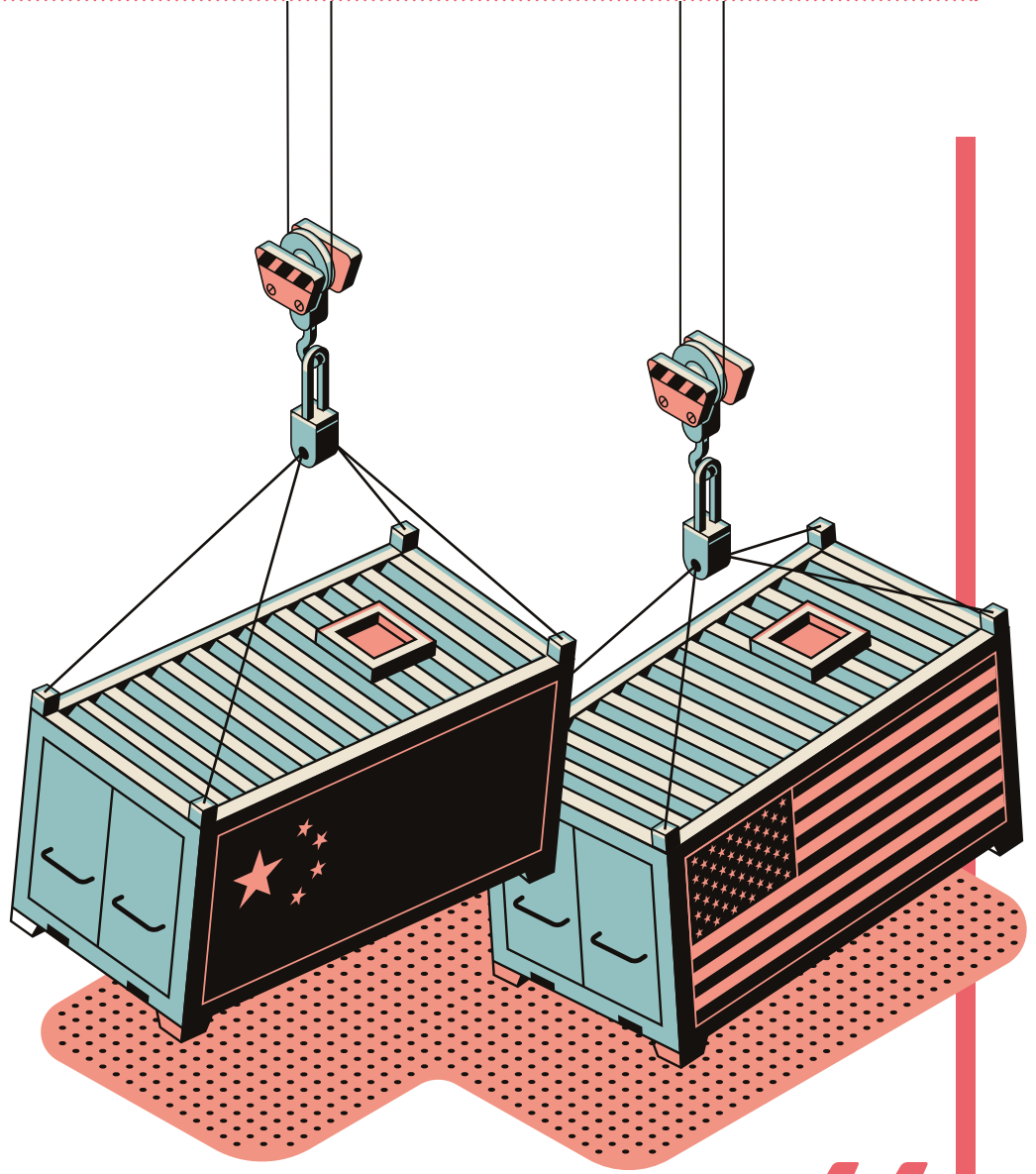
Singapur'da faaliyet gösteren 10 bin civarındaki AB firması, bu bölgeyi, Pasifik alanındaki ülkelerle ticaretlerini sürdürdükleri bir merkez olarak kullanıyor. STA'nın yürürlüğe girmesiyle beraber Singapur, AB mallarına uyguladığı tarifeleri sıfırladı. Ayrıca bu STA ile Singapur, Avrupa'da coğrafi tanımlama altındaki en çok bilinen ve tercih edilen 138 yiyecek ve içecek ürününü korumaya aldı.

Singapur, tarifeleri sıfırlamasının yanı sıra bazı sektörlerde uyguladığı engelleri de kaldırıyor. Örneğin, taşıt araçlarında, elektronik aletlerde AB'nin güvenlik testlerini; tekstil mamullerinde ise AB firmalarının etiketlerini kabul edecek.

AB bütçesine bugüne kadar en büyük net katkısı Almanya, Hollanda, Avusturya, Danimarka ve İsveç yapıyordu. Bu ülkeler, Brexit sonrasında bütçeye yapacakları ödemelerin daha da artacağından endişe duyuyor.

Komisyounun, Brexit sonrası için hazırladığı taslak harcama teklifi üye ülkelerde çok etkisi yarattı. Yeni hesaplama göre sadece Almanya'nın bir sonraki uzun vadeli AB bütçesine katkısı 15 milyar Euro'dan yüzde 100'den fazla artışla yaklaşık olarak 33 milyar Euro'ya ulaşacak.

Hollanda Maliye Bakanlığı'nın hesaplamasına göre ülke Topluluk bütçesine, 2027 yılına kadar halen ödemekte olduğu 7,5 milyar Euro yerine yüzde 75'lik bir artışla yaklaşık 13 milyar



Euro net katkı yapmak zorunda kalacak.

Tahminlere göre Komisyon, uzun vadeli bütçeyi, BK'nın bırakacağı mali boşluğu doldurmak ve Avrupa'nın iklim ve sınır kontrolüne yönelik harcamalarını karşılamak amacıyla artırmaya çalışıyor. Komisyon, bu hacimde bir bütçeye ulaşabilmek için AB'nin gayri safi milli gelirinin yüzde 1,11'inin ayrılmasının şart olduğu görüşünde.

Basta Almanya olmak üzere diğer net katkı yapan ülkeler ise en fazla gayri safi gelirlerinin yüzde 1'i kadar katkı yapabileceklerini söylüyor. Konu para olduğu için bu tartışmaların bir süre daha devam edeceği anlaşılıyor.

AB'nin 2018 yılı bütçesinde toplam harcamalar 156,6 milyar Euro, toplam gelirler ise, 158,6 milyar Euro olarak gerçekleşmişti. Bir sonraki AB bütçesi 2021'den 2027'ye kadar olan süreyi kapsayacak.



Komisyounun, Brexit sonrası için hazırladığı taslak harcama teklifi üye ülkelerde çok etkisi yarattı. Yeni hesaplama göre sadece Almanya'nın bir sonraki uzun vadeli AB bütçesine katkısı 15 milyar Euro'dan yüzde 100'den fazla artışla yaklaşık olarak 33 milyar Euro'ya ulaşacak.

NURTEKS
YÖNETİM KURULU BAŞKANI
İBRAHİM NALBANT
“FIFA, ÜRÜN
KALİTEMİZİN GARANTİSİ”



Türkiye'nin ilk çim halı markası olan Nurteks, futboldan basketbola, golften tenise, koşu parkurlarına kadar geniş bir alanda ürettiği ürünleri dünyanın 65 ülkesine ihraç ediyor ve bu alanda FIFA kokartına sahip sayılı firmalardan biri.

Çim halı alanında dünyanın beşinci büyük firması olduklarını söyleyen Nurteks Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Nalbant, ürünlerinin sahip olduğu dünya standartlarındaki kalitenin, geldikleri noktada büyük bir rol üstlendiğini söyleyerek, FIFA'nın bu kalitenin garantörü olduğunu ekliyor: "FIFA, ürün kalitemizin garantisini."

Çim halı sanayiinde geride bıraktığımız yaklaşık yarım asrı dinleyerek başlamak isteriz...

1972 senesinde Sultanhamam'da tekstil ticareti ile başladığım iş hayatımda 82 yılına kadar ev tekstili ve manufakturacılık yaptım. O dönemde Frankfurt'ta "İleri Teknoloji Tekstil" isimli ufak çaplı düzenlenen bir tekstil fuarı vardı. Bu fuara katılımlarımdan birinde çim halısı ile tanıştım. Kullanışlı olması ve dayanıklılığı ile dikkatimi çekti. Fuardan hemen sonra Güney Sanayi Fabrikası'na gidip, bu halıyı üretip üretemeyeceklerini sordum. Onlar da gerekli inceleme ve araştırmaları bitirdikten sonra yapabileceklerini söylediler ve tek yetkili satıcı pozisyonunu da bize verdiler.

Biz bu işe girdiğimizde, daha futbol sahaları hesapta yoktu. Büyük bir hevesle geldik Türkiye'ye; balkonlara, teraslara döşeriz, yağmurdan etkileniyor, kullanışlı, uzun ömürlü ve şık ürün. Büyük bir talep görecekti diye düşündük. Ancak durum beklediğimiz gibi olmadı, kimse çim halının ne olduğunu bilmiyor.

Türkiye'ye ilk bizim getirdiğimiz çim halı ile 1990'lara kadar az miktarlarda satış yaparak devam ettik. Bir gün Dinarsu Halı, bizi çağırarak, sahalar için halı yaptığını

söyledi. Fikrimizi sordu. Güzel, biz bayiliğini ve pazarlamasını yaparız dedik; kabul etti. Halı saha kârlı bir yatırımdı. Bu halının her saat top oynanmasına müsaade etmesi, yatırımın hızlıca geri dönmesini sağlıyordu.

Derken 1980'lerin ortasından itibaren, Türkiye'nin çok fazla yerinde halı sahalar açılmaya başladı. Biz de çim halımızı bu yönde pazarlama yönünde strateji değişikliğine gittik. 1995 senesinde de Çorlu'da kendi fabrikamı kurarak, fason olarak ürettirdiğimiz çim halıları kendimiz üretmeye başladık. Ancak şunu da belirtiyim; ben önce pazarını elde ettim sonra üretime başladım. Çim halılarımızın dünya çapında satılması için tanıtım çalışmaları yaptık; fuarlara katılım sağladık. Şu an sadece halı sahalar değil, yüksek binaların çatıları için kaplama olarak da satıyoruz.

2000'li yılların başıyla da duvardan duvara halı üretimine girdik. Bu alanda da başarılı olduk. Şimdi ise; başarılarımızı, hizmetimiz, kalitemiz, müşteriye verdiğimiz güven. En önemli prensiplerimizden biri kendimizin kullanmayacağı ve müşteriye kazanç sağlamayacak ürünü satmamak. Kendi menfaatlerimizi öncelikli kılan bir firma değiliz. Tüm partnerlerimizin ve çalışanlarımızın eşit oranda mutluluk duyacağı, kâr elde edeceği bir marka anlayışına sahibiz. Tüm bunlar neticesinde de piyasada hem sevilen hem takdir edilen hem de tercih edilen bir markayız.

Yıllık ne kadar üretim yapıyorsunuz?

Senede 8,5 milyon metrekare üretim yapıyoruz. Bunun dört milyonu duvardan duvara halı; 4,5 milyonu ise çim halıya ait.

Yurt dışına olan satışlarımız son dört sene içinde büyük bir artış yaşadı. 2019 senesinde 32 milyon doların üzerinde ihracat yaptık. İhracatımızı artırmaya çalışıyoruz. 2020 senesi için hedefimiz; ihracatta 40 milyon doların üzerine çıkmak.

65

İhracat yapılan ülke sayısı

32

MİLYON DOLAR ÜZERİ
Yıllık ihracat rakamı

"Yurt dışına olan satışlarımız son dört sene içinde büyük bir artış yaşadı. 2019 senesinde 32 milyon doların üzerinde ihracat yaptık. İhracatımızı artırmaya çalışıyoruz. 2020 senesi için hedefimiz; ihracatta 40 milyon doların üzerine çıkmak."



Sunduğumuz işin ve hizmetin kalitesi, büyük bir müşteri sadakati de yaratmış durumda; son derece sürdürülebilir bir müşteri portföyüne sahibiz.

“Çim halı alanında dünyada FIFA Lisans Anlaşması yapmış ve bunu sertifikalandırmış 34 firmadan biriyiz. Yaptığımız saha adedi bakımından aldığımız belge nezdinde dünyada beşinci sırada yer alıyoruz.”

Nurteks’in kaç üretim tesisi var? Kaç kişi istihdam ediyorsunuz?

Çorlu ve Çerkezköy’de birer fabrikamız, İstanbul’da ise genel merkezimiz bulunuyor. Çorlu’da çim halı, Çerkezköy’de duvardan duvara halı üretimi yapıyoruz. Fabrikalar ve İstanbul’daki merkezimiz de dahil olmak üzere toplam 240 kişi istihdam ediyoruz.

Çim halı ve duvardan duvara halıda nasıl bir konumlanmaya sahipsiniz? Üretimin ne kadarı içeriye yönelik, ne kadarı ihraç ediliyor?

Nurteks’in ihracata başlamasındaki temel etken aslında krizler oldu. Yurt içinde yaşadığımız daralmadan çıkmak adına yurt dışına yöneldik. 2010 senesinden bu yana ihracatımızı daha da artırdık. Şu anda toplam üretimimizin yüzde 75’i yurt dışına

gönderiliyor. Dünyanın 65 ülkesine ürün satıyoruz; Amerika’dan Afrika’ya, Kuzey Avrupa’da Asya’ya kadar.

Bugün, ürettiğimiz çim halının 2,7 milyon metrekaresini ihraç ediyoruz. 60 ülkeye yaptığımız ihracatımızın en ağırlıklı olduğu bölge, Asya. Avrupa bölgesinde ise daha çok Doğu Avrupa’ya ihracat yapıyoruz. Türki Cumhuriyetler, Orta Doğu, Körfez Bölgesi ve Afrika’da son derece aktifiz. 25’in üzerinde distribütör ile çalışıyoruz. Ancak son kullanıcıları da hesaba kattığımız zaman yaklaşık 250 birimlik bir dağıtım ağına sahip olduğumuzu söyleyebiliriz.

Diğer yandan ihracatımızın yüzde 70-75’i proje bazlı gerçekleşiyor. Sadece halı satışı gerçekleştiriyoruz. “Key Turn Project” dediğimiz sistemle A’dan Z’ye hizmet veriyoruz. Talep edildiği takdirde süpervizör da gönderiyoruz.

Çim halı alanında dünyada FIFA Lisans Anlaşması yapmış ve bunu sertifikalandırmış 34 firmadan biriyiz. Yaptığımız saha adedi bakımından aldığımız belge nezdinde dünyada beşinci sırada yer alıyoruz. Türkiye’de bizimle aynı sektörde üretim yapan büyük 6-7 firma var ancak hiçbiri rakibimiz değil. Bu firmaların yaptığı ihracat bizim toplam üretimimizin yarısından dahi az. Bizim yarışımız ilk dördü oluşturan Batı Avrupalı üreticilerle.

Duvardan duvara halı işine ise 1999 yılında girdik. Bu alandaki en büyük atılımı 2010 yılında yeni üretim tesisimizi açarak yaptık. Burada büyük bir baskı hattı kurarak, sektördeki gücümüze hız kazandırdık. Son dört yıldır da her dönem, ihracatımızı yüzde 30-50 arasında artırmayı bildik. Bizim rekabet halinde olduğumuz firmalar yüksek kaliteye ve A+ müşteriye hitap edenler. Dünyanın en büyük zincir firmalarına sağladığımız ürünlerin temelindeyse kalite var. Çünkü bu tür ürünlerde sunduğumuz kalite, hizmet ve güvenin sürekliliği, büyümenin devamlılığını belirliyor.

Duvardan duvara halıda bazı müşterilerimiz için private label olarak çalışmakla beraber daha çok kendi markamız altında satış yapıyoruz. Şu an için ihracatımızın yüzde 30’nu Amerika’ya, diğer bir yüzde 30’luk kısım ise Avrupa’ya yapıyor. Asya ve Afrika pazarlarına da yüzde 30 oranında hakimiz. Geri kalan kısmı ise Uzak Doğu’ya sağlıyoruz.

Çim halıda FIFA’nın istediği kriterler neler?

Burada çok fazla kriter söz konusu, bunları yapmak için de öncelikle sağlam

bir altyapıya sahip olmanız gerekiyor. Biz Türkiye’de bu işe giren ilk şirketiz; sektöre girdiğimizde ise Avrupa’da bu işi yapan sınırlı sayıda firma vardı. FIFA kuralları içinde kalite ve standart çok önemli. Satış öncesi ve sonrası hizmet, üretim süresi, ürünün arkasında durabilmek, dürüstlük, üretim ve satış hacminiz gibi sayılabilir ve sayılamaz pek çok veriden bahsediyoruz.

FIFA, dünyanın en büyük futbol organizasyonu ve istediği hizmet de bu büyüklüğe yaraşır nitelikte. O nedenle de sadece parasını verip alabileceğiniz bir belge değil bu. Birçok sertifikasyon sürecine tabi oluyorsunuz. Fabrikalarınız denetleniyor, yaptığımız sahaların üç dört sene sonraki yapıları inceleniyor, alınan feedback’lere bakılıyor, memnuniyet anketlerinin sonuçları inceleniyor; müşterilerle yapılan diyaloglar dahi teste tabi.

Tüm bunlar nezdinde bakıldığında da çim halıda dünya markası olduğumuzu gönül rahatlığı ile söyleyebiliriz. Yaptığımız işin her süreci belgelenmiş durumda.

FIFA, ürün kalitemizin garantisi. Bu sebeple Türkiye’de Spor Bakanlığı ve Futbol Federasyonu nezdinde de öncelikli firmayız. Ülkenin önde gelen kulüplerinin büyük çoğunluğunun tesislerinde kullandıkları çim halılar Nurteks imzalı.

Ar-Ge ve inovasyona ne gibi yatırımlarınız oluyor?

Öncelikle FIFA onaylı bir firma olduğumuzdan ürünlerimizin kalitesinin daha da ileri seviyeye taşınması, oyuncuya zarar vermeyecek yapıda olması, yumuşaklığı gibi hassasiyetler var. Bu sebeple daha iyisini sunmak ve rekabet gücümüzü artırmak adına inovatif çalışmalarımız oluyor. Bu alana yıllık yüzde 10 civarında bir bütçe ayırıyoruz. Piyasada ortaya çıkan her türlü yeniliği ve teknolojiyi takip ediyoruz. Her sene fuarlara yenilikçi ürünlerimizle katılıyoruz.

Yeni projeler var mı yakın zamanda?

Son yıllarda futbol sahalarının hibrit çime kaymaya başladığını fark ettik ve biz de bu alanda yer almak adına çalışmalara başladık. Hollanda menşeli Tencate firması ile hibrit çim saha sektörüne girdik. İlk sahamızı da önümüzdeki sene Mart ayında Antalya’da yapacağız. Bu alanda da Türkiye’de öncü olmayı, yenilikler sunmayı hedefliyoruz. Yatırıma dair yol haritamızı belirledik. Ortak bir yapı olduğumuzdan önümüzdeki dönemde yurt dışına açılma hedefimiz de var.



Son yıllarda hem ülkemizde hem dünyada yaşanan ekonomik dalgalanma ve olumsuzluklar sizi nasıl etkiledi?

Son iki yıldır ülkemizde ve dünyada ekonomik gidişatın iyi olmadığını herkes biliyor. Geçen sene ülkemizde çim halı alanında hiç yatırım gerçekleşmedi diyebiliriz. Biz, ihracatımızın yoğunluğu sebebiyle rahat geçirdik, 2019 yılında önceki seneyi oranla yüzde 20-25 büyümeye sağladık. Açıkçası bu oran, bizim her sene kendimize koyduğumuz bir hedef. 2019 yılında makine yatırım ve yenilemelerimizi, altyapı çalışmalarını yaptık; daha yapacağımız çalışma ve yatırımlar var bu noktada, onları da önümüzdeki dönemlerde tamamlayacağız.

Fark yaratmak, ekip kurmaktır, dediniz. Açabilir misiniz?

Ben ekip kavramına, ruhuna, “çok”un birden fazla ve kaliteli iş yapacağına inanlıyım. Doğru ekibi kurmak kolay iş değil. Fabrikayı kurarsınız, işletmeyi açarsınız ama ekibi oluşturamazsanız bu yatırımların pek bir anlamı olmaz. Doğru kişilerin aynı çatı altında buluşması, bir süreçtir ve bazen uzun sürer. Yakaladıktan sonra da birlikte kalmak gerekir ki, başarınız ve firmanız da devam etsin. Bence bu, fabrikayı kurmaktan daha zor. O nedenle benim önceliklerimden biri çalışanlarımın memnuniyetidir. Onlar ne kadar memnun olursa o kadar kazanır ve başarılı olurum. Şunu da eklemek isterim ki, bir işletmeci için en büyük fark yaratımı, doğru ekibi oluşturup bir arada tutabilmektir.

“FIFA, ürün kalitemizin garantisi. Bu sebeple Türkiye’de Spor Bakanlığı ve Futbol Federasyonu nezdinde de öncelikli firmayız. Ülkenin önde gelen kulüplerinin büyük çoğunluğunun tesislerinde kullandıkları çim halılar Nurteks imzalı.”





TANSU YEĞEN
Uipath Avrupa Başkan Yardımcısı

ROBOT YAZILIMLAR, FİRMALARA %50 ZAMAN KAZANDIRIYOR

Robot yazılımlar dünyada kamudan finansa kadar çok ciddi sayıda sektörü etkilemektedir. En önemli nokta, kurumları hızlandırıp yapay zeka teknolojilerini kolayca kullanıma sunarken, çalışanların tekrarlanan görevlerden kurtarılıp daha katma değerli işlerle şirketlerine katkıda bulunmalarını sağlamaktadır.

Robotik Süreç Otomasyonu, kural bazlı bir süreci ve işi tamamlamak için dijital sistemler ve uygulamalar kullanan insanı, birebir taklit ederek, el ve göz ile yaptıklarını onun yerine, hızlı ve hatasız bir şekilde gerçekleştiren için yapılandırılan, yapay zeka çözümlerinden destek alan bir yazılım teknolojisidir.

RPA robot, çalışanların katma değersiz işlerini dijital asistan olarak üzerine alır ve ortalama olarak yüzde 50 vakit harcadıkları rutin, sıkıcı ve kural bazlı işleri onların adına gerçekleştirir. Bu sayede çalışanlar farklı işlere yönelir ve daha önce yaptıkları sıkıcı işleri robotlar devraldığı için de çalıştıkları kuruma ek kapasite kazandırır. Bilgisayar başından kalkan çalışanlar, duygusal zeka, empati, kavramsal beceri, müşteri ile iletişim gerektiren ve insan zekasına ihtiyaç duyulan katma değerli işleri gerçekleştirir.

Bu teknolojik yatırım, saatler içinde kullanılmaya başlanabilmekte ve de geri dönüşü ortalama üç ayda gerçekleşmektedir ve kurumlara kullanım alanlarına göre yüzde 40-90 arası verimlilik kazandırmaktadır.

Robot yazılımlar getirdiği çözümle 4. Endüstri Çağı olarak nitelendirilen bu dönemdeki büyük veri, nesnelere interneti, yapay zeka, süreç optimizasyonu gibi gelişmeleri tamamlayan en önemli teknoloji olup, kurumların dijital dönüşümüne en hızlı ve etkili katkıyı yapmaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren şirketlerin stratejileri doğrultusunda, iki yıl içinde yazılım

robotlarının tamamen yapay zeka robotları olarak öngörülmektedir. Bu sayede robotlar insanlardan devamlı öğrenen, tahminlerde bulunan, kendilerine sorulan sorulara cevap verebilen ya da önceden uyarı özelliklere sahip olacak ve RPA'nın kullanım alanları daha da genişleyecektir. Çok farklı süreçleri otomasyona geçirebildiği için dünyada birçok işletme tarafından tercih edilen robot yazılımlar, şirketlerin dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırırken; aynı zamanda rekabet avantajlarını da artırarak, yapay zekanın yoğun kullanılacağı yakın geleceğe de hazırlanmaktadır.

En son yapılan araştırmalara göre yüzde 70'e yakın kurum, gelişmiş ülkelerde RPA kullanımına geçmiş ve yılda ortalama yüzde 50 ek kapasite kazanmışlardır. Yani daha önce 100 kişi ile yaptıkları işi aynı süre içinde hiç çalışan almadan bir bakıma 150 kişi ile gerçekleştirmeye başlamışlardır. Aynı zamanda bu durum kurumda, çalışan memnuniyetini yüzde 80 oranında artırmıştır.

Ülkemizdeki kurumların dijital dönüşüm alanında yapmış oldukları çalışmaların sonuçlarını çok hızlıca almalarını sağlayan ve yapay zekayı tam olarak kurumlarının içine entegre etmeleri açısından RPA fazlaca önem kazanmaktadır. Ülkemizde RPA pazarının önümüzdeki yıl itibarıyla 20 milyon dolar büyüklüğe ve 4 bin robotluk bir kapasiteye ulaşması beklenmektedir. Dünyada da bu pazar hızlı bir büyüme göstermektedir. Forrester firmasının 2018'in Ekim ayında yaptığı bir



araştırmaya göre, pazar büyüklüğünün 3,30 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

2020 YILINDA YAPAY ZEKA YIKICI BİR ETKİYE SAHİP OLACAK

UiPath, kullandığı yapay zeka platformuyla, bir şirketin satın alma bölümünde işi robota aktararak dokuz kişiye bedel iş yapabileceğini ve bir başka kurumda ise rapor hazırlama sürecinin 10 saatten altı dakikaya düşürülebileceğini ortaya koydu. Ortaya çıkan zaman ve emek verimliliği şirketlerin günümüzde istediği en temel şey. Bu arada yapay zekanın yıkıcı etkisi 2020 yılı ile beraber kendini gösterecek. Bu sebeple, şirketlerin şimdiden kurum süreçlerine yapay zekayı entegre etmeleri gerekmektedir.

Robot yazılımlar dünyada kamudan finansla kadar çok ciddi sayıda sektörü etkilemektedir. En önemli nokta, kurumları hızlandırıp yapay zeka teknolojilerini kolayca kullanıma sunarken, çalışanların tekrarlanan görevlerden kurtarılıp daha katma değerli işlerle şirketlerine katkıda bulunmalarını sağlamaktadır.

Robot yazılımlar kesinlikle çalışanların işlerini elinden almayı hedeflememektedir. Meslek ve o mesleği gerçekleştirmek

için yapılan işleri birbirinden ayırmak gerekmektedir. Tekrarlanan işleri üstlenecek robot yazılımlar, çalışanlara insan becerisi gerektiren işleri bırakacaktır. Robot yazılımlar; insanların dijital ortamda yaptığı çalışmaların önemli bölümünü taklit ederek bu süreçleri otomasyona geçirebilmektedir; Bir uygulamayı çalıştırmak, kullanıcı adı ve şifreyle o uygulamaya erişmek, veriyi kopyalamak ve yapıştırmak, dosyalarla ve klasörlerle işlemler yapmak, hesaplamalar yapmak, e-posta mesajlarını açıp eklerine ulaşmak gibi... Fazla aşamalı işlem gerektiren, kural bazlı ve tekrarlayan süreçler için en başlangıç olan otomasyonun özellikle insan kaynakları, finans, muhasebe, üretim zinciri, bilgi işlem, satış ve pazarlama departmanlarında son derece faydalı olacağı ve kullanım için iyi başlangıç olduğu şüphesiz.

İnsanların ve firmaların gelecek için bir şeyler yapmaya başlaması lazım çünkü bundan sonra teknolojinin etkisi hiç olmadığı kadar hızlanacak. Özellikle 5. Endüstri Devrimi robotlarla iş birliği içinde olmamız gerektiğinin sinyallerini verirken, bundan sonrasında, eğitim ve teknolojiyi bir arada kullanabilip bunu sürdürülebilir kılan toplumlar ileri gidebilecek.

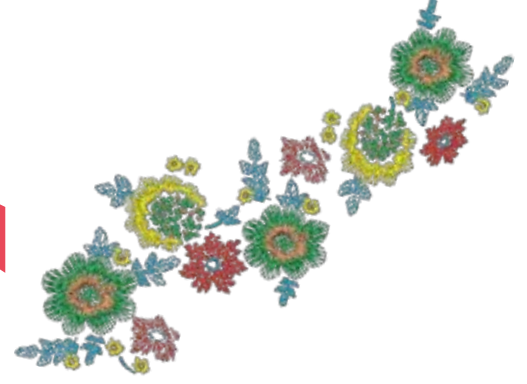


İnsanların ve firmaların gelecek için bir şeyler yapmaya başlaması lazım çünkü bundan sonra teknolojinin etkisi hiç olmadığı kadar hızlanacak. Özellikle 5. Endüstri Devrimi robotlarla iş birliği içinde olmamız gerektiğinin sinyallerini verirken, bundan sonrasında, eğitim ve teknolojiyi bir arada kullanabilip bunu sürdürülebilir kılan toplumlar ileri gidebilecek.



ANADOLU İNSANININ DUYGU DİLİ

NAKİŞ



Kültürel hafızanın bir kuşaktan diğerine aktarılmasında önemli bir aktör olan nakış sanatı, Anadolu insanının duygu ve düşüncelerini, iplikler aracılığıyla somutlaştırıp görsel sanata dönüştürdüğü bir kültür ögesi. Duyguları ipliklere yazan bu tekstil sanatı, coğrafyanın, coğrafya insanının dile getiremediklerini de aktarıyor.

Halk el sanatları; işlevlerinin ve estetik duruşlarının yanında bilgi, beceri, üslup, duygu ve düşünceleri aktarma konusunda önemli bir rol üstlenirler. Bundan dolayıdır ki, hayatımızdaki en önemli kültürel belleklerimizdir. Sadece, yaratıldığı topluma özgü maddi ve manevi zenginlikleri değil, o toplumun çevresini, doğasını, yaşayışını da aktarırlar.

İnsanoğlunun, beşeri ihtiyaçlarını karşılamak için günlük yaşamının içine entegre ettiği beceriler, zamanla içine kapanıklıktan çıkıp, ihtiyacın ötesine geçti ve hak sanatına dönüştü. Tüm coğrafyalarda olduğu gibi Anadolu'da da el sanatları; yüzyıllar içinde bölgesel, iklimsel ve farklı etnik kültürlerden beslenerek, sanatsal bir nitelik kazandı; gelenekselleşti ve Türk halk kültürü içinde önemli bir yer edindi.

El sanatlarındaki bu kültürel belleğin en önemli ve ayrıntılı yapısını kuşkusuz motifler oluşturuyor. İlmeklerin yan yana gelerek oluşturduğu anlam yüklü motifler, nakış sanatı ile beraber, yüzyıllardır hayatımızda.

İlk bakışta sadece renkli bir sanat olarak kendini gösterse de nakışlardaki renkler ve biçimler, kültürel hafızanın bir kuşaktan diğerine aktarımında önemli aktörler. Toplumların acısını, kederini, umudunu ve mutluluğunu rengarenk iplerle yansıtır. Türk





İlk bakışta sadece renkli bir sanat olarak kendini gösterse de nakışlardaki renkler ve biçimler, kültürel hafızanın bir kuşaktan diğerine aktarımında önemli aktörler. Toplumların acısını, kederini, umudunu ve mutluluğunu rengarenk iplerle yansıtır.

kültüründe önemli bir yere sahip olan işleme sanatı, Anadolu insanının duygu ve düşüncelerini, iplikler aracılığıyla somutlaştırıp görsel sanata dönüştürdüğü bir kültür ögesi. Geleneksel sanatlar içinde farklı bir yere sahip olan nakış, toplum içinde aşkını, acısını, hüznünü, coşkusunu, düşüncelerini dile getiremeyen Anadolu kadının konuşan dilidir de. Narin ellerden çıkan figürler, cümleler olarak oluşur çoğu zaman. Burada sonraki nesillere aktarılan şey, sadece sanatın incelikleri değil, aynı zamanda duyguların ipliklere nasıl işleneceğidir.

ÇEYİZ SANDIKLARININ GÖZ NURU

El sanatlarımızın zarif örneklerinden olan nakış, süsleme amacının dışında bir iletişim aracı olarak da yüzyıllar boyunca kullanıldı. Kullanım veya giyim eşyasını

süsleme zevkiyle gelişen bu kumaş sanatı, çizilen bir desenin ipek, yün, keten, pamuk, metal gibi iplikler, çeşitli iğneler ve uygulama biçimleri ile kumaşa, deriye, keçeğe uygulanmasıdır. Nakış, kendi içinde farklı yöntemler kullanılarak şekillendirilir. Bunlardan biri, düz zemin üzerine istenilen desenin çizilip ardından bu çizgilerin üzerinin doldurulmasıdır. Bir diğerinde parça kumaşlar üzerine yapılan işlemler, bir başka kumaş üzerine dikilirken, bazense kendinden dokulu kumaşta bazı kısımlar ipliklerle belirgin hale getirilir.

Anadolu'da özellikle evlilik çağındaki genç kızların çeyizlerinde kendine sıkça yer bulan desenli nakışlar, çoğunlukla yastık, divan örtüsü, yatak takımı, havlu, elbise gibi tekstillerde görülür. Başörtüsü, eşarp, havlu gibi kumaşların etrafı da iğne, tığ, mekik gibi malzemelerle oya adı verilen işlemlerle süslenir. Oyalardan dik durması için örgüye at kılı, tel gibi malzemeler eklenir ya da nakış işlemi bittikten sonra, kolalanır.

Anadolu'daki motifler arasında en yaygın kullanılan desenler; çiçekler, meyveler ve yapraklardır. Aşığın kirpiği, gözyaşı, tren yolu gibi aşk, üzüntü, gurbet gibi duyguları ifade eden simgeler de oyalarda kendine yer bulur.

Çeşitli bölge ve yörelere özgü unutulmuş ya da hâlâ kullanılan nakış türleri de mevcut. "Balıkesir pullusu" ya da "Antep işi" gibi. Balıkesir yöresinde Osmanlı döneminde giyilen, pullarla bezeli bir gelinlik olan Balıkesir pullusu, 1970'lere kadar aktif olarak kullanıldı. Şimdilerde ise eskisi kadar olmasa da yaşamaya devam ediyor.

Gaziantep ve yöresine ait Antep işi ise, zor bir işleme tekniğine sahip. Günümüzde kadınlar arasında hanım usta ve çırak ilişkisiyle öğretilen bir meslek olarak kabul edilen bu nakış türü, genel itibarıyla gelinlik kızların çeyizlerinde sergilenecek ve kullanılacak hediyelik eşyalar olarak karşımıza çıktığından, evlenecek genç kızlar daha çocuk yaştan itibaren işlemeğe başladılar.

GİYİM KADAR ESKİ BİR SANAT

Bir tekstil sanatı olan nakışın tarihi, insanların giyinme ihtiyacı kadar eski. Kaynaklar farklılık gösterdiğinden tam tarihi hakkında bilgi verilemese de nakışın tarihinin MÖ 30 binlere kadar gittiği düşünülüyor. İlk örneklerine Orta Asya'da

rastlanan nakış sanatı, göçlerle, elçilerle batıya ve diğer ülkelere yayılmış.

Erken dönemlerde çok değerli bir kumaş sanatı olan nakış, özellikle kralların, sultanların ve önde gelen kişilerin kıyafetlerinde kullanılmış. Osmanlı döneminde, özellikle 16. yüzyılla beraber, kumaşlar kendilerine has desenlerle üretilmeye başlandı. Yavuz Sultan Selim döneminden sonra saray nakış hanesi kurulup, kumaş sanatında büyük bir gelişme kat edildi. Lale, karanfil, hasbahçe, erik dalları, güller gibi bugün nakış nostalgisindeki pek çok ekol, bu dönemde kumaş desenlerine katıldı. Osmanlı'da kültürün ve ihtişamın önemli göstergelerinden olan kıyafetler, nakış sanatı ile desteklenerek, devletin gücü ve ihtişamı yansıtılmaya çalışıldı.

Oba ve beylik sisteminin var olduğu dönemlerde ise nakış sanatı, kabilelerin ayırma adına kullandığı sembollerini içerdi. Her kabilenin kendine has motifleri ve desenleri vardı.

11. ve 12. yüzyılda nakış sanatı, özellikle Selçuklularda büyük bir gelişme gösterdi. İpek zemin üzerine inci ve boncuk gibi aksesuarlarla farklı motif ve desenler yapıldı. Türk toplumunun kültürel zenginliğini, malzeme hakimiyetini ve tasarım kabiliyetini yansıtan bu sanatın bulunan en eski örnekleri Selçuklulara ait.

Nakış sanatı, kültürel değerinin yanı sıra ticari ilişkilerin gelişmesinde de önemli rol oynadı. Orta Çağ'da Haçlı Seferleri'nin başlamasıyla beraber, doğu batı ticareti arttı; bu da doğunun nakış sanatının batı tarafından tanınmasına ve Avrupa'ya yayılmasına vesile oldu. Özellikle İtalya'da, Osmanlı nakış motifleri büyük bir ilgi gördü. Hatta belirli bir döneme kadar, Avrupa'da makul sayılan Macar nakış motifleri,

Türk nakışçılığının bir taklidi olup, kökeni Osmanlı Rumlarına uzanıyor.

Yine yüzyıllar boyunca doğu ile batı arasında bir köprü görevi gören tarihi İpek Yolu da adını bir işleme sanatından almıştır. Bu ticaret Çin ile yapılan ticaret olarak bilinir fakat Orta Asya Türkleri İpek Yolu ticaretinin en önemli üreticileri olduğundan, tarihi yolun adını almasında büyük pay sahibidirlere. Tarihi ticaret yolunun adını aldığı nakış türü ise "Suzani Türk nakış sanatı". Geniş kumaşlara iğne ile işlenen bu sanat, Orta Asya'da göçmen çadırlarında kumaş, eşyaları sarmak için bohça, seccade, yatak örtüsü, yer örtüsü olarak kullanılırdı.

17. ve 18. yüzyılda, Osmanlı döneminde şöhretinin zirvesine ulaşan nakışçılık, 19. yüzyıla gelindiğinde, sanayileşmenin ve makinelerin varlığını iyice hissettirmesi ile eski rağbetini kaybetmeye başladı. Şu an milli giyimde bir sembol olarak varlığını koruyan nakış sanatı, 20. yüzyıla gelindiğinde ise yerini makinelere bıraktı.

Günümüzde nakış, çeşitli teknolojiler ve malzemeler ile yeniden şekillenmiş olsa da o motiflerin yarattığı ortak hafıza ve eski duygular sabit. Diğer yandan son yıllarda hem giyim kuşamda hem de yaşam tarzında eskiye olan rağbet, nakış sanatının yeniden sükse yapmasına neden oldu. Ayakkabılarda, çantalarda, fularlarda, şallarda ve daha pek çok giyim eşyasında nakış işlemelerine artık sıkça rastlıyoruz. Öyle ki, dövme sanatında bile trend hale geldi. Babaannelerimizin, anneannelerimizin kanaviçelerini, nakışlarını sandıklardan çıkaran dövmeler, eskiye modern bir hava da katıyor. Ayrıca bugün yeniden pek çok sanatta, özellikle resimde, kendine yer bulmaya başlayan nakışçılık unutuluyor derken, güçlü bir şekilde dirilmeye başlıyor.

Günümüzde nakış, çeşitli teknolojiler ve çeşitli malzemeler ile yeniden şekillenmiş olsa da o motiflerin yarattığı ortak hafıza ve eski duygular sabit. Diğer yandan son yıllarda hem giyim kuşamda hem de yaşam tarzında eskiye olan rağbet, nakış sanatının yeniden sükse yapmasına neden oldu.





AV. H. OZAN ÖGÜT
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

KVKK KAPSAMINDA VERİ SORUMLUSU TANIMI, YÜKÜMLÜLÜKLERİ VE SORUMLULUĞU

Kişisel veri, insanların birbirlerinden ayırt edilmesine yarayan ve herkese ayrı bir birey olabilme özelliği veren her türlü bilgiyi ifade etmektedir. Farkında bile olmadan bu bilgiler pek çok kişinin eline geçebilmektedir. İnsanların bilgilerinin elden ele izinsiz dolaşması pek çok hukuka aykırılığı beraberinde getirmekte ve çeşitli suçların oluşmasına neden olmaktadır. Bu durumun önüne geçilmesi için pek çok hukuk düzeninde çalışmalar yapılmış ve yapılmaya da devam etmektedir. Türkiye ise 07 Nisan 2016 tarihinde Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK)'nın yayımlanması ile özel hayatın ihlali niteliğinde olan kişisel verilerin hukuka aykırı olarak ele geçirilmesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Türk hukukunda KVKK uyarınca, kişisel veri "Kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi" olarak tanımlanmaktadır. Ancak sadece gerçek kişilerin verileri bu KVKK uyarınca kişisel veri sayılmaktayken, tüzel kişilerin verileri KVKK kapsamında kişisel veri sayılmamış ve koruma altına alınmamıştır. KVKK kişisel verileri numerus clauses olarak saymayıp gerçek kişiyi belirli veya belirlenebilir kılan her türlü bilgiyi kişisel veri olarak nitelemektedir. Kişinin adı- soyadı, kimlik numarası, adresi, telefon numarası, doğum tarihi, doğum yeri, cinsiyeti vb. kişisel veri olarak sayılmaktadır. Ancak bazı kişisel veriler, başkaları tarafından öğrenildiği takdirde ilgili kişinin mağdur kalabilmesine veya ayrımcılığa maruz kalmasına neden olabilecek verilerdir. Bu tür kişisel verilere özel nitelikli kişisel veri denmektedir. İlgili kişinin ırkı, etnik kökeni, siyasi düşüncesi, dini, sağlığı, cinsel tercihi kişinin açıklamak istemeyeceği bilgiler olduğundan, bu veriler KVKK'da öngörülen şartları taşırsa açık rıza alınmadan, kanun

istisnaları kapsamında değilse de ilgili kişiden açık rıza alınarak işlenebilecektir.

Kişisel verilerin bu denli önemsenmesindeki ve korunmasındaki amaç; kişilerin özel hayatına müdahale edilmesinin önüne geçilmek istenmesinden kaynaklanmaktadır. KVKK 1. Maddesi uyarınca "Bu Kanunun amacı, kişisel verilerin işlenmesinde başta özel hayatın gizliliği olmak üzere kişilerin temel hak ve özgürlüklerini korumak ve kişisel verileri işleyen gerçek ve tüzel kişilerin yükümlülükleri ile uyacakları usul ve esasları düzenlemektir." denilerek kişilerin özel hayatına müdahale edilmesi engellenmek istenmekte ve özel hayatın gizliliğinin temel hak ve özgürlükler kapsamında korunması gereken bir hak olduğu vurgulanmaktadır.

KVKK uyarınca veri sorumlusu, kişisel verilerin işleme amaçlarını ve verilerin nasıl bir şekilde işleneceğini, işlemek için hangi araçların kullanılacağını belirleyen, veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetiminden sorumlu gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlanmaktadır. KVKK'nın önceki tasarı metinlerinde veri sorumlusu "veri kütüğü sahibi" olarak adlandırılmış, kişisel verilerin işlenmesinin amaç ve metodlarını tek başına veya başkaları ile birlikte belirleyen gerçek ve tüzel kişiler olarak tanımlanmıştır.

Tüzel kişi açısından yapılan tanımlama incelendiğinde, tüzel kişinin organları veri sorumlusu olmamakta bizatihi kendisi veri sorumlusu olmaktadır. Dolayısıyla kişisel verilerin işlenmesi veya korunması prosedürleri karşısında karşılaşılabilecek her türlü cezai ve hukuki sorumluluk tüzel kişiliğin kendisinde doğmaktadır. Bu konuda özel hukuk tüzel kişisi veya kamu hukuku tüzel kişisi ayrımı yapılmamıştır.

Kişisel veri işlenirken veri sorumlusuna gerçekleştirmesi zorunlu

olan ek yükümlülükler de getirilmiştir. Bu yükümlülükler, ilgili kişiyi aydınlatma yükümlülüğü, veri güvenliğine ilişkin yükümlülükler, ilgili kişiler tarafından yapılan başvuruların cevaplanması ve Kişisel Verileri Koruma Kurulunun kararlarının yerine getirilmesi ve çalışan veya toplam bilanço kriterlerini sağlayanlar için veri sorumluları siciline kaydolma yükümlülüğü olarak belirlenmiştir.

AYDINLATMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Aydınlatma yükümlülüğü, ilgili kişinin kişisel verisinin alınmadan önce veri sorumlusunun yerine getirmesi gereken önemli yükümlülüklerden biridir. Bu sayede, verisi toplanan ilgili kişi hangi amaçla kişisel verisini veri sorumlusuna verdiğini ve verinin nıza dışı başkalarının eline geçmesinin nasıl önleneceğini öğrenebilmektedir. Kurum, veri sorumlusunun aydınlatma yükümlülüğüne uyarken ilgili kişiye verdiği bilgilerden madde kapsamında birinin eksik olması durumunda bile, veri sorumlusunun yükümlülüğünü yerine getirmediğini belirtmektedir. Dolayısıyla, aydınlatma yükümlülüğünün yerine getirilmesi konusunda ilgili kişiye verilmesi gereken bilgiler, madde kapsamındaki sayılanların eksiksiz olarak sunulmasıyla gerçekleştirilebilecektir.

Veri sorumlusunun kişisel verileri işlerken uyması gereken diğer bir yükümlülük, veri güvenliğini sağlamaktır. Veri güvenliğini sağlayabilmek kişisel verilerin başkalarının eline hukuka aykırı olarak geçmesini önlemek anlamına gelmektedir. Veri sorumlusu her türlü idari ve teknik tedbiri alarak hem kişisel verilerin hukuka aykırı olarak işlenmesini önlemek hem de kişisel verilerin korunmasını sağlamak zorundadır. Bu tedbirleri almak, kişisel verileri işleyen büyük şirketler için uygulanmış ve uygulanmakta olan bir düzenleme olsa da birçok eksiklik barındırmakta, gözden kaçırılan her ufak husus, kişisel verilerin muhafazasını engellemekte ve kötü niyetli kullanım sonucunu doğurmaktadır.

Ek olarak, veri sorumlusu, ilgili kişinin kendisine yaptığı başvuruları yanıtlamak ve ihlal edilen kişisel veri güvenliğini bu şekilde sağlamak zorundadır. Bu yükümlülük de kanun kapsamında güvence altına alınmış olup kanunun 13. maddesinde ve 10 Mart 2018 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Veri Sorumlusuna Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Tebliğ uyarınca, veri sorumlusu ilgili kişinin kendisine yaptığı başvuruyu en geç 30 gün içerisinde ücretsiz olarak cevaplamak zorundadır. İlgili kişi bu başvuruyu yazılı olarak veya bahsedilen sair şekillerle

yapmak zorunda olup, şikayetçi olduğu konu hakkında veri sorumlusuna başvurmadan Kurula gidemeyecektir. Görüldüğü üzere, ilgili kişinin kişisel verisi hakkında çözümlenmesi istediği konu için Kurula gitmeden önce veri sorumlusuna başvurması bir zorunluluktur. Kanunda, şikayet ve başvuru yolları bu şekilde basamaklı olarak ifade edilmiştir. Kanunun öngördüğü bu düzenleme hem Kurulun yoğun olmasının önüne geçmekte hem de veri sorumlularına hatalarını düzeltmeleri için son bir şans tanınmış olmaktadır.

Kişisel verilerin işleme süreçlerinde verilerin işlenmesini meşru kılan hukuka uygunluk nedenleri bulunmaktadır. Bunlar kanunda da sayıldığı şekli ile ilgili kişiden açık rıza alınması, diğer kanunlarda açıkça öngörülmesi, fiili imkansızlık nedeniyle rızasının açıklayamayacak durumda bulunan veya rızasına hukuki geçerlilik tanınmayan kişinin hayati veya beden bütünlüğünün korunması için zorunlu olması, bir sözleşmenin kurulması veya ifasıyla doğrudan ilgili olması, veri sorumlusunun hukuki yükümlülüğünü yerine getirmesi, ilgili kişinin alenileştirmiş olması, bir hakkın tesisi, kullanılması veya korunması ve veri sorumlusunun meşru menfaatleri için işlemenin zorunlu olması gibi halleri kapsamaktadır. Sayılan bu haller genişletilemez ve veri sorumlusunun belirlediği sınırlı amaç dışında kullanılamaz.

1,5 MİLYON TL'YE KADAR İDARİ PARA CEZASI

Veri sorumlusunun kişisel veri işlerken uyması gereken ilkeler, gerçekleştirmek zorunda olduğu yükümlülükler, veri işleme amaçları ve hukuka uygunluk nedenleri, veri sorumlusunun hukuki ve cezai yükümlülüğünün belirlenmesi için düzenlenmiş konulardır.

Kurul tarafından tespit ettiği ve edeceği ihlaller bakımından veri sorumlularına idari para cezası verilmeye başlanmış olup Türk Ceza Kanununun kişisel verilerin korunmasını ilişkin 135 ila 140. maddelerinin 6698 sayılı kanun kapsamındaki ihlaller bakımından uygulanması her zaman mümkündür. Bu kapsamda kurul tarafından ilgili ihlaller bakımından 1.470.583-TL'ye kadar idari para cezası kesilebilirken, veri sorumluları dört yıla kadar hapis cezalarıyla karşı karşıya kalabilmektedir.

Yasa ve uygulamanın işletmelere getirdiği ağır sorumluluklar dikkate alındığında, ihracatçılarımızın yasanın içeriği, uygulaması ve olası yaptırımlara karşı önlemlerini alabilmeleri adına bu alanda uzman avukat ve hukuk bürolarından danışmanlık hizmeti almalarını tavsiye ediyoruz.



KVKK'da, şikayet ve başvuru yolları basamaklı olarak ifade edilmiştir. Örneğin, ilgili kişinin kişisel verisi hakkında çözümlenmesini istediği konu için kurula gitmeden önce veri sorumlusuna başvurması bir zorunluluk.

MODA TASARIMCISI



ÇİĞDEM AKIN

“2020 yılında gençlere dönmem gerekiyor. Atatürk’ün kurduğu Meslek Liseleri ve Olgunlaşma Enstitülerini desteklemek istiyorum.”



Röportaj:
Burcu Batur

HAYAL ET VE BİR HİKAYE YARAT

Moda Tasarımcısı Çiğdem Akın; “Dünyanın gücü elinizde, yeter ki içinizdeki o hayali ne olursa olsun canlı tutun” mottosu ile moda kariyerindeki hayalini gerçeğe dönüştürmüştü. İkonik Barbie ile iş birliğiyle oluşturduğu koleksiyonunu Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul’da ses getiren bir defile ile sundu. Çiğdem Akın, ünü Türkiye sınırlarını aşmış tüm dünyaya yayılmış güçlü bir kadın.

“Çiğdem Akın X Barbie” İlkbahar/ Yaz 2020 koleksiyonunuzda “Hayal Et ve Gerçekleştir” sloganıyla, 60. yılını kutlayan ve yıllar içinde birçok jenerasyon kız çocuğunun favori oyuncuğu, ilk arkadaşı ve hatta rol modeli olan Barbie ile iş birliğiniz nasıl gerçekleşti?

Barbie bir ikon, o ikonla beraber bir şey oluşturmak en büyük hayalimdi. Çocukken Barbie bebeklerimin kıyafetlerini kendim dikerdim ve her gece rüyamda Barbie için defile yapardım. Mattel’den gelen bu teklif ile; “Hayal Et ve Gerçekleştir” konsepti ve Barbie’nin dünyadaki kız çocuklarına bir birey olmaları ve bir hayal kurmalarına ilham vermek istediği bu projeye örtüştüm. Bizler ebeveyn olarak da kız çocuklarımızı belli kalıplara sokmaya çalışıyoruz, halbuki; onları istediği meslek gruplarını seçip, kendilerini istedikleri gibi ifade etmeye motive etmeliyiz. Kız çocukları severek yaşamalı ve hayatta bir hikayeleri olmalı.

“Çiğdem Akın X Barbie” İlkbahar/ Yaz 2020 koleksiyonunuz, geçtiğimiz ayki MBFWI kapsamındaki en feminen ve öne çıkan defilelerdendi. Koleksiyonunuzdaki silüetlerden bahsedebilir misiniz?
“Çiğdem Akın X Barbie” koleksiyonunda

Çiğdem Akın tarzını Barbie’nin yetişkin hali olarak uyguladık. Barbie 2016 yılında “Benim vücudum ile uğraşma” sloganıyla yeni bir çıkış yaptı ve artık kalıplaşmış vücut ölçülerini bırakıp, başka bedenlere girdiler. Benim koleksiyonumda da beden yok, her yaştan ve her meslektan kadının giyebileceği farklı konseptlerde elbiseler var. Benim kuplarım üç boyutludur ve enerjimi giysilere geçirmek için neredeyse tüm tasarımlarımı kendim dikiyorum. Bu İlkbahar/ Yaz 2020 koleksiyonunda Barbie’nin imzası olan pembe renk, “Yin-Yang” i temsil eden siyah-beyaz geometrik desenler, “Dream It, Do It” sloganlı desenler ve tül detaylar var.

MBFWI’ya her sezon düzenli olarak katılan tasarımcılardanınız. Moda haftaları ve fuarlar sizce tasarımcıların ihracat ayağını da güçlendirme kadına ne kadar etkili?
Yıllarca Vakko firmasında farklı pozisyonlarda yürüttüğüm profesyonel kariyerimden sonra, kendi markamı yarattım ve ilk olarak Paris’teki bir fuara katıldım. Bu katıldığım yurt dışı fuar, markam için büyük fayda sağladı. İhracatta da fuarların çok önemli olduğuna inanıyorum. Bir marka yaratarak MBFWI’da olmak, onun verdiği enerjiyle dünyada varım demek de çok önemli. MBFWI bizim için büyük bir mecra, değer vermek lazım ve tüm sektörün oraya akın etmesi lazım. Bu bir ekip işi, adeta bir seferberlik ilan edip tüm sektör birbirini desteklemeli.

İkonik Barbie oyuncak bebek ile 2015 İlkbahar/ Yaz kapsül koleksiyonu için iş birliği yapan İtalyan Moschino firmasının aykırı tasarımcısı Jeremy Scott, şimdilerde ise bira markası -Budweiser, dünyaca ünlü yaşam simülasyon oyunu-



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

SON VERGİSEL DÜZENLEMELER

Servet ve harcama üzerinden alınan vergiler genelde batı toplumlarda daha önce uygulamaları olan ve bilinen vergilerdir. Bunun sıra gelir vergisi dilimlerine yeni bir dilim eklenmiş ve en üst dilim yüzde 40 çıkarılmış, binek araç kiralama ve genel giderlerinde kısıtlamaya gidilmiştir.

Kanun koyucu yapmış olduğu yasama faaliyetiyle üç yeni vergi ihdas etmiş ve onaylanmak üzere Cumhurbaşkanlığı makamına göndermiştir. Servet ve harcama üzerinden alınan vergiler genelde batı toplumlarda daha önce uygulamaları olan ve bilinen vergilerdir. Bunun sıra gelir vergisi dilimlerine yeni bir dilim eklenmiş ve en üst dilim yüzde 40 çıkarılmış, binek araç kiralama ve genel giderlerinde kısıtlamaya gidilmiştir. Yine 500 bin TL üstünde gelir elde edenlerin telif kazanç istisnasından yararlanmalarına engel getirilmiştir.

Vergi Usul Kanunu'nda da çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Bu ayki yazımızda vergi dünyamıza getirilen üç yeni vergiyi kısaca tanıyacağız.

DİJİTAL HİZMET VERGİSİ

Dijital Hizmet Vergisi Nedir? Kimleri Kapsamaktadır?

Türkiye'de dijital ortamda sunulan her türlü reklam hizmetleri, içerik satışları (oyun, müzik, video, uygulama içi satışlar vb.) sosyal medya sitelerinde verilen ücretli hizmetler, mal ve hizmet satışında aracılık yapan "web" sitelerinde sunulan aracılık hizmetlerinden elde edilen hasılat üzerinden vergi alınmasını temin etmek amacıyla "Dijital Hizmet Vergisi" adıyla yeni bir vergi ihdas edilmektedir.

Bu vergi, gelişen teknolojinin getirmiş olduğu yeni bir vergi uygulamasıdır ve batı toplumlarında yavaş yavaş kendisine yer edinmeye başlamıştır.

Söz konusu düzenlemeye göre, dijital ortamda, dijital hizmet sağlayıcıları

tarafından Türkiye'de sunulan aracılık da dahil olmak üzere dijital hizmetlerden elde edilen hasılatla yüzde 7,5 oranında Dijital Hizmet Vergisi (DHV) uygulanacaktır.

DHV'nin mükellefi, dijital hizmet sağlayıcılarıdır. Dijital hizmet sağlayıcılarının, Gelir Vergisi Kanunu ya da Kurumlar Vergisi Kanunu bakımından tam ya da dar mükellef olmasının veya dar mükellefiyet durumunda söz konusu faaliyetleri Türkiye'de bulunan işyeri veya daimi temsilcileri vasıtasıyla gerçekleştirip gerçekleştirilmemesinin mükellefiyet açısından bir etkisi olmayacaktır.

Kimler Dijital Hizmet Vergisinden Muaftır?

Kanunda, "İlgili hesap döneminden önceki hesap döneminde, Kanun'un birinci maddesinde sayılan hizmetlere ilişkin, Türkiye'de elde edilen hasılatı 20 milyon Türk Lirası'ndan veya dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon Avro'dan veya muadili yabancı para karşılığı Türk Lirası'ndan az olanlar Dijital Hizmet Vergisi'nden muaftır.

Vergilendirme Dönemi, Verginin Beyanı, Tarhı ve Ödenmesi

DHV beyannamesi, birer aylık vergilendirme dönemini takip eden ayın sonuna kadar verilecek ve aynı süre içinde ödenecektir. Ödenen Dijital Hizmet Vergisi, Gelir ve Kurumlar Vergisi'ne esas safi kazancın tespitinde gider olarak indirilebilecektir. Yapılan bu değişikliklerin amacı öncelikli olarak dijital hizmet sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin, faaliyette buldukları ülkelerin kamu gelirlerine adil bir katkı sağlamalarıdır.

KONAKLAMA VERGİSİ

Konaklama Vergisi Nedir? Kimleri Kapsamaktadır?

Gider Vergileri Kanunu'na eklenen yeni hükümlerle "Konaklama Vergisi" ihdas edilmektedir

Buna göre, Konaklama Vergisi, verilen geceleme hizmeti bedeli üzerinden; 31/12/2020 tarihine kadar yüzde 1, bu tarihten sonra ise yüzde 2 oranında hesaplanacaktır.

Düzenlemeye göre; otel, motel, tatil köyü, pansiyon, apart otel, misafirhane, kamping, dağ evi, yayla evi gibi konaklama tesislerinde verilen geceleme hizmeti ile bu hizmetle birlikte satılmak suretiyle konaklama tesisi bünyesinde sunulan diğer tüm hizmetler (yeme, içme, aktivite, eğlence hizmetleri ve havuz, spor, termal ve benzeri alanların kullanımı gibi) konaklama vergisine tabi olacaktır. Geceleme hizmetinin; sağlıklı yaşam tesisleri, eğlence merkezleri gibi tesislerin bünyesinde sunulması, vergilendirmeye etki etmeyecektir.

Hangi Hizmetler Konaklama Vergisinden İstisnadır?

- Öğrenci yurtları, pansiyonları ve kamplarında öğrencilere verilen hizmetler.
- Karşılıklı olmak kaydıyla yabancı devletlerin Türkiye'deki diplomatik temsilcilikleri; konsoloslukları ve bunların diplomatik haklara sahip mensupları ile uluslararası anlaşmalar gereğince vergi muafiyeti tanınan uluslararası kuruluşlar ve mensuplarına verilen hizmetler.

Konaklama Vergisinde Vergilendirme ve Beyan Dönemi Nedir?

Faaliyet gösterilen takvim yılının birer aylık dönemleridir. Her bir vergilendirme dönemine ait konaklama vergisi, vergilendirme dönemini takip eden ayın 26'ncı günü akşamına kadar KDV yönünden bağlı olunan vergi dairesine (KDV mükellefiyeti bulunmayanlarca tesisin bulunduğu yer vergi dairesine) beyan edilecek ve aynı süre içinde ödenecektir.

Harcama üzerinden alınan bu vergi batı ülkelerinde de uygulanan bir vergidir.

DEĞERLİ KONUT VERGİSİ

Değerli Konut Vergisi Nedir ? Kimler Bu Kapsamda Değerlendirilecektir?

Bu Kanunu'nun 30 ila 37'inci maddeleriyle, Emlak Vergisi Kanununa eklenen 42 ila 49'uncu maddelerle, "Değer Konut Vergisi" ihdas edilmiştir.

Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nce ilgili mevzuat kapsamında yapılan veya yaptırılan değerlendirme sonucunda belirlenen ve değeri 5 milyon Türk Lirası'nı aşan mesken nitelikli taşınmazlar, ilgilileri tarafından ulaşılabilecek şekilde Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nün internet sitesinde ilan edilir ve ilgisine ayrıca tebliğ edilir. Tebliğ tarihinden itibaren 15'inci günün sonuna kadar Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğüne itiraz edilmeyen mesken nitelikli taşınmaz değeri kesinleşir. Süresinde yapılan itirazlar, 15 gün içinde değerlendirilerek sonuçlandırılır ve kesinleşen değer, aynı usulle ilan ve ilgisine tebliğ edilir. Bu değer, değerli konut vergisi uygulamasında Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nce belirlenen değer olarak kabul edilir.

Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nce belirlenen bir değer bulunmaması durumunda, bina vergi değeri esas alınarak vergilendirme işlemleri yapılır.

Değerli konut vergisine tabi mesken nitelikli taşınmazlardan değeri;

- 5.000.000 TL ile 7.500.000 TL arasında olanlar (Binde 3),
- 7.500.001 TL ile 10.000.000 TL arasında olanlar (Binde 6),
- 10.000.001 TL'yi aşanlar (Binde 10) oranında vergilendirilecektir. Servet üzerinden alınan bu vergi serveti daha çok olandan daha çok vergi alınması bakımından olumlu bir adımdır. Ancak bir tane 6 milyon TL değerinde evi olan kişi vergi ödeyecekken 4 tane ayrı ayrı 4 milyon TL değerinde evi olan kişi bu vergiyi ödemeyecektir. Bu bakımdan da eleştiriye açık bir servet vergisi düzenlemesi olduğu söylenebilir.

Yapılan bu değişiklikler harcama ve servet üzerinden alınan vergilerdir ve modern vergileme yöntemlerine uygundur. Eleştirilecek yönleri olsa da vergisel çeşitliliğin artırılması ve kamu kaynağının çeşitlendirilmesi bakımından olumlu oldukları söylenebilir.



Gider Vergileri Kanunu'na eklenen yeni hükümlerle "Konaklama Vergisi" ihdas edilmektedir. Buna göre, Konaklama Vergisi, verilen geceleme hizmeti bedeli üzerinden; 31/12/2020 tarihine kadar yüzde 1, bu tarihten sonra ise yüzde 2 oranında hesaplanacaktır.

HAZIR GİYİM İHRACATI

Ocak-Kasım döneminde AB ülkelerine yapılan ihracat % 2,3 düşüş ile 11,3 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Ocak-Kasım döneminde AB ülkeleri arasında en fazla ihracat artışı %12 ile Hollanda'ya oldu.

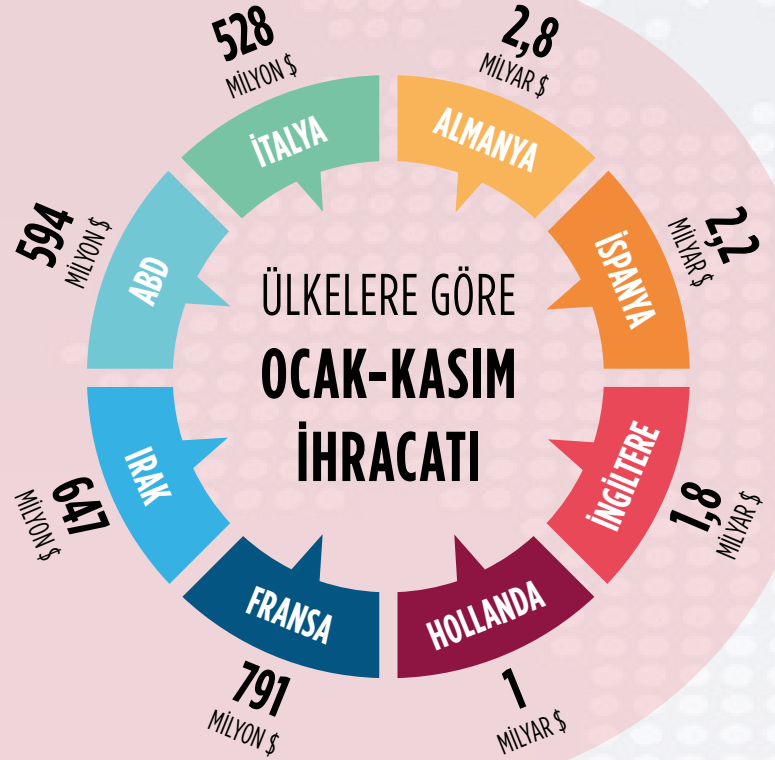
Kasım ayı hazır giyim ihracatı, geçen yılın aynı ayına göre %1,2 artarak 1,53 milyar dolar oldu.

OCAK-KASIM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,3 ARTIŞLA
16,4 MİLYAR DOLARA
ULAŞTI.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE MACARİSTAN % 61,5

Ocak-Kasım döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke % 61,5 ile Macaristan olurken, Slovakya'ya ihracat % 49, Kazakistan'a ise % 45,7 arttı.



TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HAZIR GİYİMİN PAYI

% 9,9

OCAK-KASIM 2019

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-KASIM İHRACATI

ÖRME GİYİM VE
AKSESUARLARI

8,4

MİLYAR \$

DOKUMA GİYİM
VE AKSESUARLARI

5,9

MİLYAR \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR
VE EV TEKSTİLİ

1,8

MİLYAR \$

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

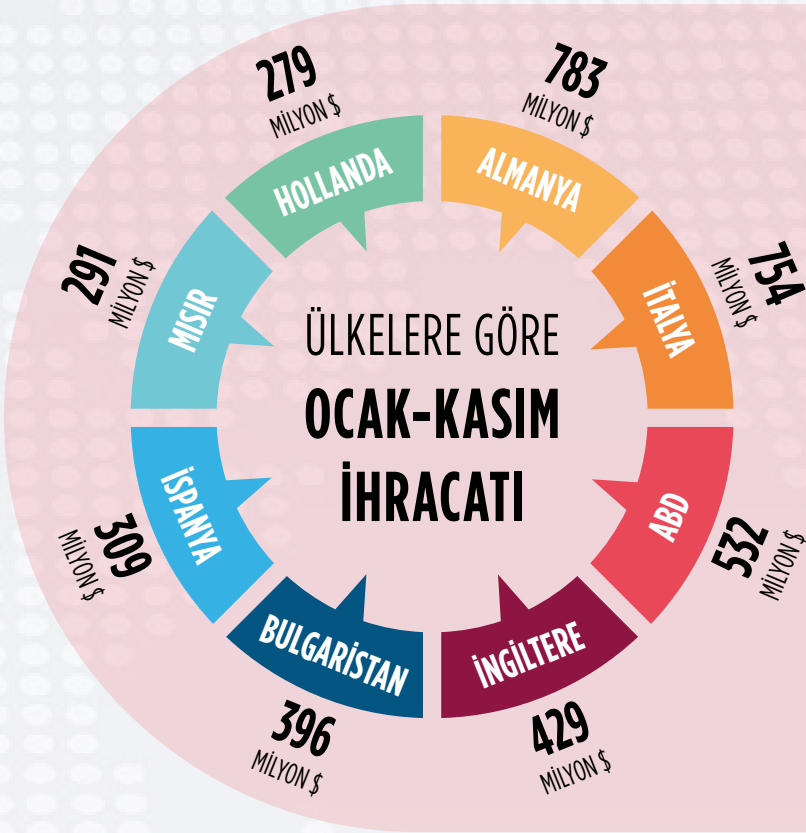
OCAK-KASIM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 5,7 DÜŞÜŞLE
9,16 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

Ocak-Kasım döneminde Eski Doğu Bloku ülkelerine yapılan ihracat %5,4 artarak 961 milyon dolar değerinde gerçekleşti.

Ocak-Kasım döneminde ihracat yapılan ilk 10 ülke arasında İngiltere, Mısır ve Rusya'ya yapılan ihracat, artışı sürdürdü.

Ocak-Kasım döneminde, tüm ürün gruplarının ihracatında düşüş yaşandı.



İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE KIRGIZİSTAN % 167

Ocak-Kasım döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en fazla arttığı ülke % 167 ile Kırgızistan olurken, Rusya'ya ihracat % 31,7, Belarus'a % 23,3 arttı.

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-KASIM İHRACATI

DOKUMA
KUMAŞLAR

2,15
MİLYAR \$

EV
TEKSTİLİ

1,71
MİLYAR \$

İPLİK

1,67
MİLYAR \$

TEKNİK
TEKSTİL

1,59
MİLYAR \$

TEKSTİL VE
HAM MADDELERİ SEKTÖRÜNÜN
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 5,6

OCAK-KASIM 2019

DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Ocak-Kasım döneminde AB ülkelerine ihracat % 5,2 artarak 641 milyon dolar oldu.

Ocak-Kasım döneminde deri sektörünün en büyük ihracat pazarı Rusya'ya ihracat %25,8 düştü.

Ocak-Kasım döneminde ayakkabı ihracatı %5,3 saraciye ihracatı da %7,7 arttı

OCAK-KASIM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 0,2 ARTIŞLA
1,55 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE NİJERYA % 57,1

Ocak-Kasım döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke % 57,1 ile Nijerya olurken, Ukrayna'ya ihracat % 55,4, Sudan'a ise % 51,8 arttı.



ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-KASIM DÖNEMİ İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN GENEL İHRACATTAKİ PAYI

% 0,9

OCAK-KASIM 2019

AYAKKABI
875
MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ
DERİ VE KÜRK
240,7
MİLYON \$

DERİ VE KÜRKTEN
GİYİM EŞYALARI
223
MİLYON \$

SARACİYE
212
MİLYON \$

HALI İHRACATI

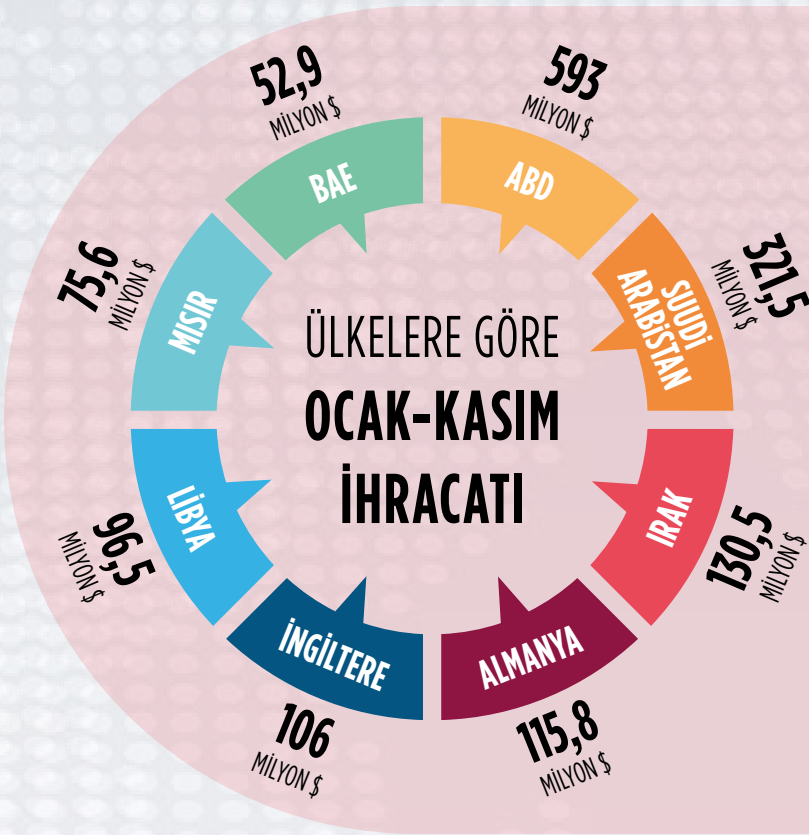
OCAK-KASIM DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 11,3 ARTIŞLA
2,3 MİLYAR DOLAR
DEĞERİNE ULAŞTI.

Kasım ayı halı ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına kıyasla %10,6 artarak 251 milyon dolara ulaştı.

Ocak-Kasım döneminde Amerika ülkelerine halı ihracatı %14,2, AB ülkelerine ise %13,2 arttı.

Ocak-Kasım döneminde el halısı ihracatı %5,7, makine halı %11 ve tüfte halı ihracatı ise %14,2 artışı yakaladı.



ÜLKELERE GÖRE OCAK-KASIM İHRACATI

İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

LİBYA
% 114,6

Ocak-Kasım döneminde en fazla ihracatın yapıldığı ilk 10 ülke arasında Libya'ya ihracat % 114,6 artarken, Suudi Arabistan'a %34,6 ve Almanya'ya %26,1 arttı.

ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-KASIM DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE
HALILARI

1,9
MİLYAR \$

TÜFTE
HALILARI

315,8
MİLYON \$

EL
HALISI

50,9
MİLYON \$

**TOPLAM ÜLKE
İHRACATINDA
HALININ PAYI**

% 1,4

OCAK-KASIM 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 İhracatçılar Birliği (DAİB)

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

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 İhracatçılar Birliği (BAİB)

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

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB)

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

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 İhracatçılar Birliği (DENİB)

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

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 Deri Sanayicileri Derneği (TDSAD)

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

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 Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

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

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

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

Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

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

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

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

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

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

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

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