

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

1 Şubat 2016 / Sayı: 265



HAZIR GİYİM
FRANSA'DA



TEKSTİL
İNGİLTERE'DE

DERİ
İTALYA'DA



HALI
ALMANYA'DA



KRİZE İNAT AVRUPA'YA İHRACAT...

Türkiye dönüşüyor perakende sektörü büyüyor
2018 hedefi 880 milyar TL

Deri ihracatı yeni pazarlara odaklanıyor
Hedef pazarlar; ABD, AB ve Uzakdoğu

Yeni yılda yeni fuar destek listesi
2016'nın en gözde fuarları



bullmer

cutting room technology

astajans.com

Modanın Şampiyonu

- Tam otomatik parametrik ayarlanabilen kafa yağlama sistemi
- 8 cm'e kadar kumaş katı kesim yüksekliği
- Yeni dijital teknoloji sayesinde, Cutter'ın tamamına uzaktan erişim
- Yeni dijital teknoloji sayesinde, %20-30 arasında daha hızlı kesim
- Yüksek teknoloji ile düşük enerji ve işletme maliyetleri
- Çok hassas akıllı bıçak sistemi ile çok kaliteli kesim



PROCUT D 8001
SERİSİ

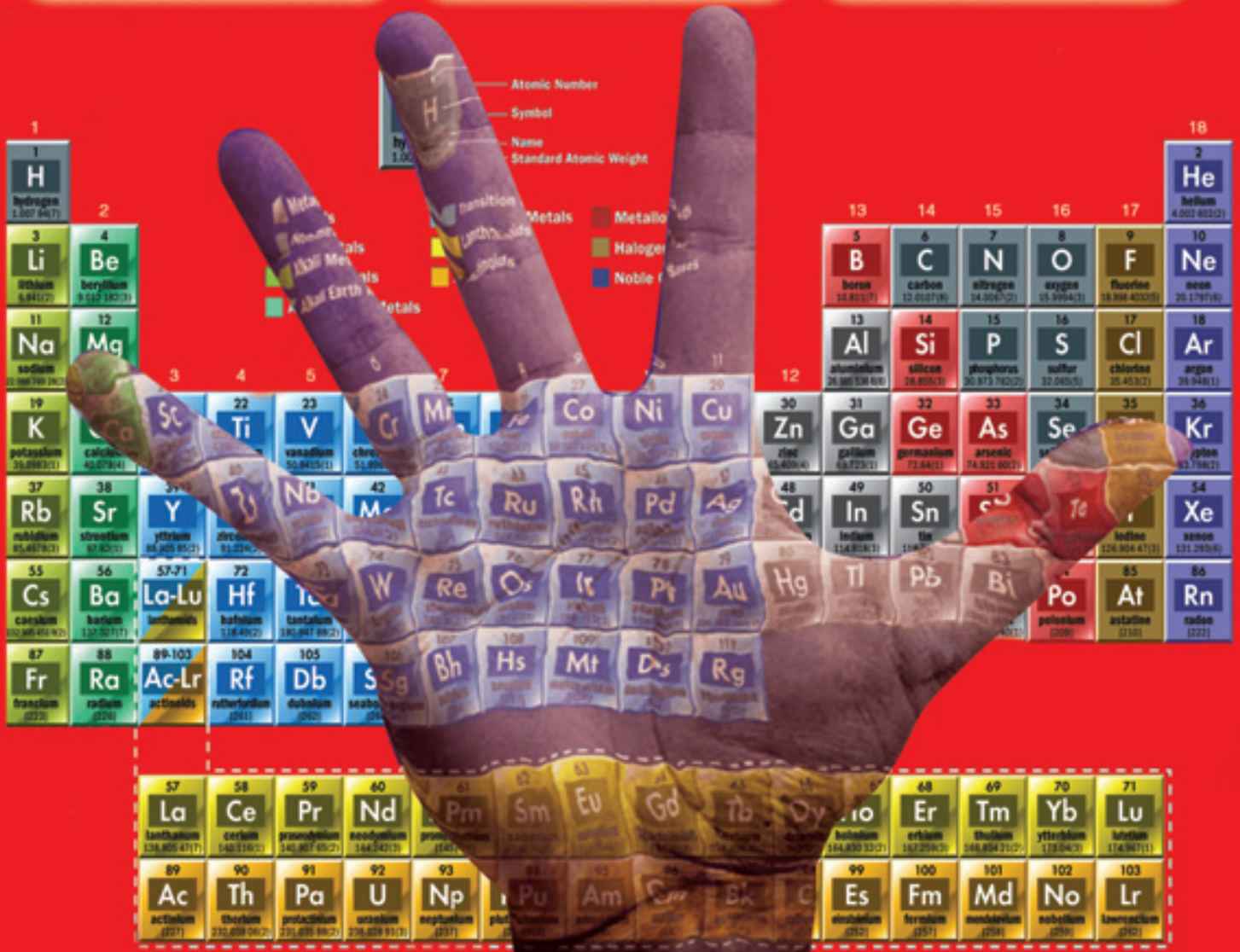
ASTAS JUKI

ASTAS ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
ASTAS PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL
Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) - Fax: (0212) 630 89 27
www.astas-cadcam.com
cadcam1@astasjuki.net



ron

TEXTILE AUXILIARIES



Deliklikaya Mah. No: 43 34867 Hadımköy / Arnavutköy / İSTANBUL

Tel: +90 212 775 23 50 - 51 - 52 - Fax: +90 212 775 23 56

www.ronkimya.com.tr - Email: info@ronkimya.com.tr

İÇİNDEKİLER

6 AVRUPA



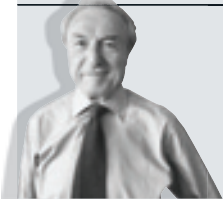
TEKSTİLDE AB ÜLKELERİ
KURTARICI OLACAK

7

MAKALE

Haluk ÖZELÇİ

AB'ye bir
haller
oluyor!



10 ABD



HAZIR GİYİM ABD'DE FİYAT
TUTTURMADA AVANTAJLI

14

İRAN PAZARI TÜRK
İHRACATÇISININ
ELİNİ
GÜÇLENDİRECEK

15

MAKALE

Prof. Dr. Emre ALKIN

İran-ABD
yakınlaşması
bize iyi gelir
mi?



26 İTKİB

İHRACATÇILAR
AR-GE
DESTEĞİ
İSTEDİ



28 İHRACATÇILARDAN BAKANLARA ZİYARET

18 PORTRELER

Moda Tasarımcısı
Arzu KAPROL

Derimod Kurucusu
Ümit ZAIM

Kipaş Holding
Yönetim Kurulu Üyesi
Ahmet ÖKSÜZ

Silk&Cashmere Kurucusu
Ayşen ZAMANPUR



DERİ İHRACATÇILARI
CHIC FUARI'NA
HAZIRLANIYOR

16



32

DERİ
İHRACATINDA
HEDEF YENİ
PAZARLAR



34

REVİZE EDİLEN
2016-2018
ORTA VADELİ
PROGRAM
İHRACATA
ODAKLANIYOR

AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



BAY. **ENTEGRE PRO**
TİCARİ YÖNETİM YAZILIMI
BAYİLİKLER VERİLMEKTEDİR.



ISO 9001:2008
LL-C
Certification
Bridge No: 991236

M. Nesih Özmen Mah. Fatih Cad. Zakkum Sk. No: 10 PK 34173 Merter / İstanbul
Tel : +90 212 637 25 30 (Pbx) Faks : +90 212 637 88 25 - barkod@akbarkod.com



www.akbarkod.com

40 SEKTÖR

SURİYELİ
ÇOCUK İŞÇİ
HABERLERİ
KURGU

42 SEKTÖR

İFLASA GİTMEDEN
ÖNCE BİR KERE
DAHA DÜŞÜNÜN

44 FUAR

YENİLENEN
FUAR DESTEK
LİSTESİ
İHRACATI
UÇURACAK



50 FUAR

LINEXPO
İSTANBUL MODA
GÜNLERİ GÖRSEL
ŞOVLARIYLA
BÜYÜLEYECEK



48 İÇ GİYİM KÜMESİNİN KALBI PARIS'TE ATTI

52 FUAR

TÜRK TEKSTİLİ
LONDRA'DAN
AVRUPA'YA
AÇILIYOR



56

DOMOTEX'TE USTALIK
DÖNEMİ

68 SEKTÖR

TÜRKİYE
DÖNÜŞÜYOR,
PERAKENDE
SEKTÖRÜ
BÜYÜYOR

84 TASARIM

ANADOLU EL
SANATLARI GÜN
YÜZÜNE ÇIKIYOR

67

MAKALE

Erdoğan KARAHAN

İflas nedeniyle
tahsilinin
mümkün
olmaması
durumu

87 TASARIM

FASHIONİST
3'ÜNCÜ KEZ
KAPILARINI AÇTI

İTKİBHEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Bekir ASLANER

YAYIN KURULU

Hikmet TANRIVERDİ
İsmail GÜLLE
Mustafa ŞENOCAK
Uğur UYSAL

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi B Blok
34530 Yenibosna - İstanbul
T.: (0212) 454 02 00
F.: (0212) 454 04 15
W.: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAYIN

KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINLIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİC. LTD. ST.

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Ulaş YAVUZ
ulasyavuz@kucukmucizeler.com
Tolga ÇATAL
tolgacatal@kucukmucizeler.com

ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammed@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUP DİREKTÖRÜ
Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

Hedef Dergisi İTKİB adına Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. tarafından yayına hazırlanmaktadır.

İLETİŞİM

Kaptanpaşa Mah. Darülaceze Cad.
Bilaş İş Merkezi A Blok No: 31
K: 6 D: 63 Şişli/İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73

BASKI-ÇİLT

Belmat Baskı
İkitelli OSB. Mh. Giyim Sanatkarları 2 B
Blok No: 14 Başakşehir/İSTANBUL

DAĞITIM

Intermail

Hedef Dergisi İTKİB üyelerine ücretsiz olarak dağıtılır.
Allntli yapılması yazılı izne tabidir.
Gönderilen yazı ve fotoğraflar iade edilmez. Yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.

SAYART ETİKET

INSPIRED BRANDS • PACKAGING
TECHNOLOGY



Hem vintage hem fütürist...



DOKUMA ETİKET | KARTON ETİKET | GOFRE ETİKET | PARLATMA ETİKET | LAZER KESİM

YAPIŞKANLI ETİKET | KARTON ÇANTA | İPLİ KLİPİS | AKMAZ ETİKET | DERİ ETİKET



www.sayart.com.tr



info@sayart.com.tr



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

Halkalı Merkez Mah. Dereboyu Cad. No:26 Küçükçekmece - İstanbul / TURKEY Tel: +90 212 438 80 40 Fax: +90 212 470 04 10

İNGİLTERE BEKLENTİLERE PARALEL BÜYÜDÜ

İngiltere'de gayrisafi yurt içi hasıla (GSYH) geçen yılın dördüncü çeyreğinde beklentilerle paralel yüzde 0.5 olarak gerçekleşti. İngiltere'de dördüncü çeyrekte GSYH yıllık bazda da beklentilerle uyumlu şekilde yüzde 1.9 artış kaydetti. Bu rakam bir önceki çeyrekte yüzde 2.1 olmuştu. İngiltere Ulusal İstatistik Ofisinden (ONS) yapılan açıklamada, İngiltere ekonomisi 2014'deki 2.9'luk büyümesine karşın 2015 yılının tamamında ise yüzde 2.2 büyüdü. Rakamlar iç talebin esnekliğinin sürdüğünü gösterirken, İngiltere'nin sert bir ekonomik yavaşlamaya girebileceği yönündeki endişeleri de giderdi.

S&P POLONYA'NIN NOTUNU İNDİRDİ



Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's (S&P), tartışmalı reformların ardından Polonya'nın kredi notunu bir kademe indirdi. Polonya'nın kredi notunu A-'den BBB+'ya indiren kuruluş, ülkenin kredi notu görünümünü ise "negatif" olarak belirledi. S&P not indirimine gerekçe olarak sağ muhafazakâr hükümetin icraatlarının devletin temel kurumlarının etkinliği ve bağımsızlığını zayıflatmasını gösterdi. Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch ise ülkenin ekonomik gücü ve istikrarlı bankacılık sistemini gerekçe göstererek Polonya'nın A+ olan notunu koruduğunu belirtti. Ancak kuruluş açıklamasında ekim ayında sağ muhafazakâr hükümetin göreve gelmesinin ardından "Polonya'da siyaset sahnesinin kutuplaşmaya devam edeceği" ve "büyük gerginliklerin" beklendiği uyarısını yaptı. Polonya'da iktidardaki sağ muhafazakâr Adalet ve Hukuk Partisi (PiS) haftalardır eleştirilerin odağında. Anayasa mahkemesinin yapısını değiştiren reformun yanı sıra yeni medya yasası nedeniyle de hükümetin icraatları büyük tepki çekiyor.

EURO BÖLGESİ'NDE DIŞ TİCARET FAZLASI 23.6 MİLYAR EURO



Euro Bölgesi'nde dış ticaret fazlası, 2015 yılının kasım ayında piyasa beklentisinin üzerinde artarak 23.6 milyar Euro'ya çıktı. Avrupa İstatistik Ofisinin (Eurostat) açıkladığı öncü verilere göre, 19 üyeli Euro Bölgesi'nde geçen yıl Kasım'da, 2014 yılının aynı ayına kıyasla ihracat yüzde 6 artışla 173.5 milyar Euro'ya, ithalat da yüzde 5 yükselerek 149.9 milyar Euro'ya çıktı. Böylece kasım ayı dış ticaret fazlası, 23 milyar Euro'luk piyasa beklentisini aşarak 23.6 milyar Euro'ya ulaştı. Kasım 2015'te Euro Bölgesi içi ticaret ise 2014 yılın

ayını ayına göre yüzde 5 artarak 145.7 milyar Euro'ya yükseldi. Ocak-Kasım 2015 döneminde, ihracat bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 5 artarak 1 trilyon 873 milyar Euro'ya, ithalat yüzde 2 artarak 1 trilyon 650.9 milyar Euro'ya çıktı. Söz konusu dönemde Euro Bölgesi'nde dış ticaret fazlası 222.1 milyar Euro seviyesinde gerçekleşti. 28 üyeli Avrupa Birliği'nin (AB) ihracatı ise kasım'da, 2014 yılının aynı ayına kıyasla yüzde 2 artarak 148,2 milyar Euro oldu. Bu dönemde AB'nin ithalatı da yüzde 5'lik artışla 142.4 milyar Euro'yu buldu.

TEKSTİLDE AB ÜLKELERİ KURTARICI OLACAK



Türkiye tekstil ihracatının geçen yılki performansına ve gelecek hedeflerine ilişkin bilgiler aktaran İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Türkiye'nin tekstil ihracatı kilo fiyatının 5,2 dolar-dan 4,5'a dolara düştüğünü söyledi. Bu gelişmede emtia fiyatlarının etkili olduğunu kaydeden Gülle, "Değer bazında düşüş var ama 2014 yılında 1,7 milyon ton, 2015 yılında ise 1,8 milyon ton ihracat yaptık. Yani miktar bazında yüzde 5 artış var. Her iki dakikada bir konteyner ihracat yaptık. Bu sektör açısından iyi bir performans. Emek yoğun bir sektör olarak Türkiye'nin

katma değerli ihracatına hala katkımız var. Amacımız 2023 yılında her bir dakikada bir konteyner ihracat yapmak. Sektör olarak 2023 yılında her şartta bunu yaparız" dedi. Türkiye'nin olduğu gibi tekstil sektörünün de en büyük pazarı olan Avrupa Birliği'nin bu yıl da yine kurtarıcı pazar olacağını söyleyen Gülle, "2015 yılında AB pazarındaki bazı ülkelerde büyüme olsa da İtalya, Fransa, Almanya gibi ülkeler başta olmak üzere genel bazda düşüş yaşandı. En büyük pazarımız olan İtalya'ya yüzde 15 kayıpla 750 milyon dolar ihracat yaptık. Ancak yine de bölge coğrafyasında bizi en mutlu eden pazar yine AB oldu. Çin'den sonra AB pazarının ikinci büyük tedarikçisiyiz. Pazar payımız yüzde 18. Mevcudu muhafaza ettiğimiz müddetçe 2023 hedefinin gerçekleşmesinde en önemli etken AB olacak" dedi.

VİZE ANLAŞMALARINI FESHEDİLMEMEYECİK

Dışişleri Bakanlığı, Türkiye'nin 89 ülke ile vize anlaşmalarını feshetmeyeceğini bildirdi. Dışişleri Bakanlığı, Türkiye'nin haziran ayı itibarıyla 89 ülke ile vize anlaşmalarını feshetmeyeceğini

belirtti. Bakanlık Türkiye'nin vize politikalarının AB'ye tam üyelikten sonra Avrupa Birliği ile uyumlu hale getirileceğini ifade etti. Bakanlıktan yapılan yazılı açıklamada, Türk vatandaşlarına

Schengen vize muafiyetinin sağlanması için AB ile müzakere sürecinin devam ettiği vurgulanarak, "Ülkemizin üçüncü ülkelere yönelik vize politikasının AB ile tam uyumlu hale getirilmesi AB'ye tam üye olduktan sonra yerine getirmemiz gereken bir yükümlülüktür" ifadesi kullanıldı. Vizelerin geri gelmesi gündemde olduğu iddia edilen ülkeler arasında son yıllarda Türkiye'ye giderek fazla sayıda turist gönderen Rusya, İran, Gürcistan, Azerbaycan, Ukrayna ve Kazakistan gibi ülkeler de vardı. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı verilere göre 2015 yılının Ocak-Kasım döneminde bu ülkelerden Türkiye'ye 10 milyon turist geldi.



FRANSA EKONOMİSİNDE OLAĞANÜSTÜ HAL



Fransa Cumhurbaşkanı François Hollande, Fransa'nın yeni bir iş modeline geçmesi gerektiğini kaydederek, bunu "ekonomik ve sosyal olağanüstü hal" olarak tanımladı. Hollande, "Ülkemiz uzun zamandır yapısal işsizlikle mücadele ediyor ve bu durumun değişmesi lazım" dedi. Çalışma saatinin 35 saatte kalması konusunda kararlı olduklarını söyleyen Hollande, 500 bin işsize eğitim vereceklerini ve genç işsizleri işe alan şirketlere teşvik sağlayacaklarını anlattı. Hollande, Fransa'nın banliyölerinde yaşayan gençlerin topluma entegre edilmesi gerektiğinin altını çizdi. İşsizlik oranının yüzde 10.8'e çıktığı Fransa, bu alanda yüzde 9.8 seviyesindeki Avrupa Birliği (AB) ortalamasından daha kötü durumda bulunuyor.

BULGARİSTAN AB'YE İHRACATINI ARTIRDI

Bulgaristan'ın AB'ye ihracatı Ocak-Ekim 2015 döneminde yıllık bazda yüzde 9 artarak 24.4 milyar Bulgar Levası'na ulaştı. Bulgaristan'ın AB'ye ihracatının yüzde 69.2 pay sahibi olan ana ticaret ortakları Almanya, İtalya, Romanya, Yunanistan, Fransa ve Belçika olarak açıklandı. Sadece geçtiğimiz ekim ayında AB'ye olan ihracat neredeyse 2.7 milyar Bulgar Levası olarak açıklandı ve 2014 yılının aynı dönemine göre yüzde 7.5 oranında artış tespit edildi. Geçen yılın 10 ayında AB'den olan ithalat 27.3 milyar Bulgar Levası tutarında olarak açıklanırken, 2014 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 5.7 oranında artış gözlemlendi. En fazla ürün ithal edilen ülkeler Almanya, İtalya, Romanya, İspanya ve Yunanistan olarak açıklandı. Bulgaristan ihracatı kimyasal maddeler, mineral yakıtlar, yağlar ve benzeri ürünler ürün gruplarında artış gösterirken, alkollü ve alkolsüz içecekler ve tütününde düşüş gözlemlendi.



AB'ye bir haller oluyor!

Haluk ÖZELÇİ

İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

Bir süre öncesine kadar bütün dünyanın imrenerek baktığı, kapısında sıra beklediği Avrupa Birliği'nde tuhaf gelişmeler oluyor: Herkes bildiğini okumaya başladı.

Macaristan ve Polonya gibi demir perdeden Batı dünyasına hızlı geçiş yapan bazı üye ülkelerde AB karşıtı sloganlar yükselmeye başladı! Bunlar AB üyeliğinin, dışarıdan hayal ettikleri gibi olmadığını mı anladılar acaba? Polonya'daki sağ görüşlü iktidarı basını kontrol etme girişimleri Brüksel'i kaygılandırıyor; yine Polonya'da yargının da baskı altında olduğunu ileri süren Komisyon, bir soruşturma başlattı. Macaristan'daki gelişmeler de farklı değil: İktidardaki aşırı sağ parti, Komisyon'un kendilerine tarafı davranışını görüşünde. Orada da, anti AB sloganlarda artış var. Açıkçası işler hiç de iyi gitmiyor. Yunanistan'daki borç krizini ekonomik ve politik yönden iyi yönetemeyen AB, bu işten büyük yara almıştı. Daha bunun artçı şokları sürerken, üstüne bir de mülteci krizi gelince, işler tamamen kontrolden çıktı. Sığınmacı akını kontrol edebilmek için Türkiye ile alelacele bir anlaşma yapılmıştı ama bazı üye ülkeler bunun uygulanabilir olduğuna inanmıyor. Her ülke bildiğini okumaya başladı, kendi başının çaresine bakıyor. Avrupada sokaktaki insan şaşkın durumda: Savaşın, ölümden, açlıktan kaçan her şeyini kaybetmiş, çocuklara, kadınlara, yaşlı mültecilere şefkatle yaklaşıyorlar. Öte taraftansa, yeni yıl kutlamaları sırasında kadınlara, kızlara sarkıntılık yapan sığınmacılara çok tepkililer. Bu insanların misafir oldukları ülkelerde çıkardıkları olaylara anlam veremiyorlar. Mültecilerin herhangi bir AB ülkesine kapağı attıktan sonra topluluk içinde serbestçe dolaşmaya başlamaları, Schengen Anlaşması'nı da tartışılır hale getirdi. İskandinav ülkeleri, Avusturya derken daha şimdiden 28 üye ülkenin neredeyse yarısında sınır kontrolleri yapılmaya başlandı.

Acaba serbest dolaşım sona mı eriyor?

Birkaç yıl önce borç krizinin gündemde olduğu günlerde, "Eğer Yunanistan Euro'dan çıkarsa

bu tek para uygulamasının sonu olur" deniyordu. Şimdi de, "Schengen" yani serbest dolaşım tartışılıyor. Gerçekten, neler oluyor? AB, bu işin altından nasıl kalkacak?

Şu anda sanki bir yönetim boşluğu var... Krizin doğru dürüst yönetildiği söylenemez. Merkel şiddetle eleştiriliyor ve eski gücünü kaybetmiş durumda. Özellikle yeni yıl kutlamaları sırasında Köln şehrinde meydana gelen olaylardan sonra, Merkel'in mülteci politikası, iktidardaki Hıristiyan Demokrat partiyi de ikiye böldü. Almanya'ya bu yıl 1 milyondan fazla mültecinin bekleniyor olması, siyasilerin rüyalarnı kaçınıyor. Benzetmek gerekirse, AB, yediği yumruklardan kum torbasına dönmüş boksörlere benziyor. "Etme bulma dünyası" diye bir söz vardır. Arap Baharı Afrika ve Orta Doğu'ya demokrasi getirecek diye Libya'da, Irak'da, Suriye'de kör, topal da olsa isleyen düzeni bozup ortalığı kan gölüne çevirenlerin, şimdi yerinden yurdundan olan insanları karşılarında görünce şaşırma hiç hakları yok.

Diğer yandan, küresel ekonomideki bir başka önemli gelişmeden daha bahsetmeliyiz. Çin, DTÖ'ye katılım protokolüne göre, 15 yıllık bir süreç sonunda (2016 sonu) pazar ekonomisi "MES" (Market Economy Status) uygulamasına hak kazanabilecek. Bu konuyu önceki yazılarımda dile getirmiştik. AB bu konuda ikiye ayrılmış durumda: İngiltere, Çin'in MES statüsüne kavuşmasını istiyor; Almanya da açık destek vermese de gönüllü o yönde ama İtalya, Çin'in MES statüsüne tamamen karşı... Komisyon ise henüz kararını vermedi ama dolaşan haberler, MES'e yeşil ışık yakılacağı yönünde.

Çin'in, pazar ekonomisi statüsüne kavuşması halinde, bu ülkeye yönelik büyük bir yatırım fırsatının çıkacak olması, destek çıkan üye ülkelerin iştahını kabartıyor. Karşı olanlar, Çin'in devlet destekli ve düşük fiyatlı ihracatını frenleyecek anti-damping, anti-subvansiyon gibi koruma mekanizmalarını uygulamaya koymanın çok zorlaşacağını ileri sürüyor. Yapılan araştırmalar, Çin'e MES statüsü verilirse AB sanayisinin tamamen ortadan kalkacağına, iş kayıplarının 3.5 milyona ulaşacağına işaret ediyor. En çok zarar görecektir sektörlerin başında ise demir-çelik, tekstil ve seramik geliyor.

Bu konuda, ABD yönetimi de çok tedirgin; bir süre önce AB'yi uyararak ABD'li yetkililere göre, Pekin'e pazar ekonomisi statüsü tanımak, tek taraflı olarak ticari korunma mekanizmalarından vazgeçme anlamını taşıyor.

YUNANİSTAN 33 AY SONRA DEFLASYONDAN ÇIKTI



Yunanistan 33 ay sonra deflasyondan çıktı, aralıkta enflasyon yüzde 0.4 arttı. Yunanistan'da harmonize edilmiş enflasyon aralık ayında yüzde 0.4 yükselerek üst üste 33 ay süren deflasyon döneminin ardından ilk defa pozitif alana çıktı. Manşet enflasyon Aralık ayında yıllık bazda yüzde 0.2 düşerken, deflasyonun yıllık hızı bir önceki aya oranla yavaşladı. Yunanistan'da kemer sıkma karşılığı uygulanan maaş ve emeklilik fonu kesintileri ve uzun süren resesyonun yarattığı etkiler sonucu ülke son iki yıldır deflasyon yaşıyordu. Deflasyon Yunanistan'da en yüksek noktayı yıllık yüzde 2.9 düşüşün görüldüğü kasım 2013'te yaşamıştı.

NORVEÇ'TE YATIRIMLAR YÜZDE 10 ARTTI

2014 yılında Norveç'e yurtdışından gelen yabancı doğrudan sermaye yatırımları 1 trilyon 362 milyar NOK oldu. 2013 yılında gelen toplam doğrudan yabancı sermaye tutarı NOK 1 trilyon 248 milyar olmuştu. Diğer bir ifade ile bu yatırımlarda 2014 yılında yüzde 10 oranında bir artış yaşandı. Benzer şekilde Norveç'ten yurtdışına yapılan doğrudan sermaye yatırımları 2013 yılında NOK 1 trilyon 152 milyar iken 2014 yılında 1 trilyon 263 milyar NOK olmuştu. Artış oranı yüzde 9 olarak gerçekleşmişti. Norveç'e yapılan yabancı doğrudan yatırımlarda en büyük pay yüzde 74 ile AB ülkelerine aittir. Kuzey Amerika'dan yapılanlar yüzde 17, Güney Doğu Asya ülkelerinden yapılanlar ise yüzde 16 olmuştu. Norveç'ten yurtdışına yapılan yatırımların yüzde 66'sı AB ülkelerine yapılmıştı. Yüzde 16'lık bölümü Kuzey ve Güney Amerika ülkelerine yüzde 11'lik bölümü Asya ülkelerine yapılmıştı.

ALMANYA 2015'TE YÜZDE 1.7 BÜYÜDÜ



Almanya ekonomisi yılın son çeyreğinde yüzde 0.25'e yakın büyüdü. Küresel ticaretin zayıfladığı bir zamanda gelen büyümede, rekor seviyede düşük işsizlik ve genişlemeci para politikasının iç talebi tetiklemesi etkili oldu. Almanya'da GSYİH 2014'teki yüzde 1.6'lık genişlemenin ardından 2015'te de yüzde 1.7 büyüdü. Euro Bölgesi'nin en büyük ekonomisi Almanya, diğer 19 ülkede görülmemiş biçimde AMB'nin daha önce görülmemiş çaptaki teşviklerinden faydalıyor. İşsizliğin rekor düşük seviyede seyretmesi, ücretlerin artması, petrolün geçtiğimiz

yıla göre yüzde 37 daha ucuz olmasıyla iç talep ekonomik büyümenin lokomotifini oldu ve ihracatçılar dikkatlerini gelişen ekonomilerdeki yavaşlamadan ziyade gelişmiş ülkelerdeki toparlanmaya çeviriyor. Almanya'da kamunun sahibi olduğu kalkınma bankası KfW'nin baş ekonomisti Joerg Zeuner, "Almanya 2015'te, ikinci yıl üst üste potansiyelin hafif üzerinde büyüdü" dedi. Zeuner, iç tüketimin 'aslan payını' alması beklenirken 2016 görünümü olumlu olsa da, Çin'e yönelik kaygılar "Esas ekonomik risklerin nerede olduğunu gösteriyor" dedi.



İHRACAT ARTIŞININ YARISI AB'DEN BEKLENİYOR

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, 2016 yılı için hedeflenen yüzde 8'lik ihracat artışının yüzde 4'ünün AB'den gelmesini tahmin ettiklerini söyledi. Büyükekşi, ihracatçıların 2016 beklentisi ve hedeflerini paylaştığı basın toplantısında, 2015'in dünya ticaret hacminin yaklaşık yüzde 12 daraldığı zorlu bir yıl olduğunu söyledi. Türkiye'nin 2015'te dünya ticaretinden aldığı payın binde 87 seviyesine geldiği bilgisini veren Büyükekşi,

"Bu oranı 2018'de yüzde 1, 2023'te ise yüzde 1,5 seviyesine çıkarmayı hedefliyoruz" dedi. Büyükekşi, Türkiye'nin 2015'te 4 önemli ihracat rekoruna imza attığını belirterek, "Dünya ithalatından aldığımız payı binde 87'ye çıkardık. Bu oran ile beraber tüm zamanların rekor seviyesine ulaştık. Dünya ticaretinden aldığımız payı rekor seviyelere taşıyamızın yanı sıra, 2015 yılında ihracatımızın milli gelirdeki payı da yüzde 20

seviyesine ulaşarak tüm zamanların en yüksek düzeyine ulaştı. 2015 yılı ekonomimizin 5'te 1'ini mal ihracatımız oluşturuyor" dedi. Türkiye'nin AB'nin toplam ithalatından aldığı payın yüzde 1,19 ile tarihinin en üst seviyesine geldiğini vurgulayan Büyükekşi, Türkiye'nin petrol ihracatına bağımlı 14 ülkenin toplam ithalatı içindeki payının da yüzde 3,3 ile tarihinin en üst düzeyine ulaştığı durumda olduğunu dile getirdi.

TEŞVİKLER BÜYÜMEYİ YÜZDE 1 ARTIRIYOR

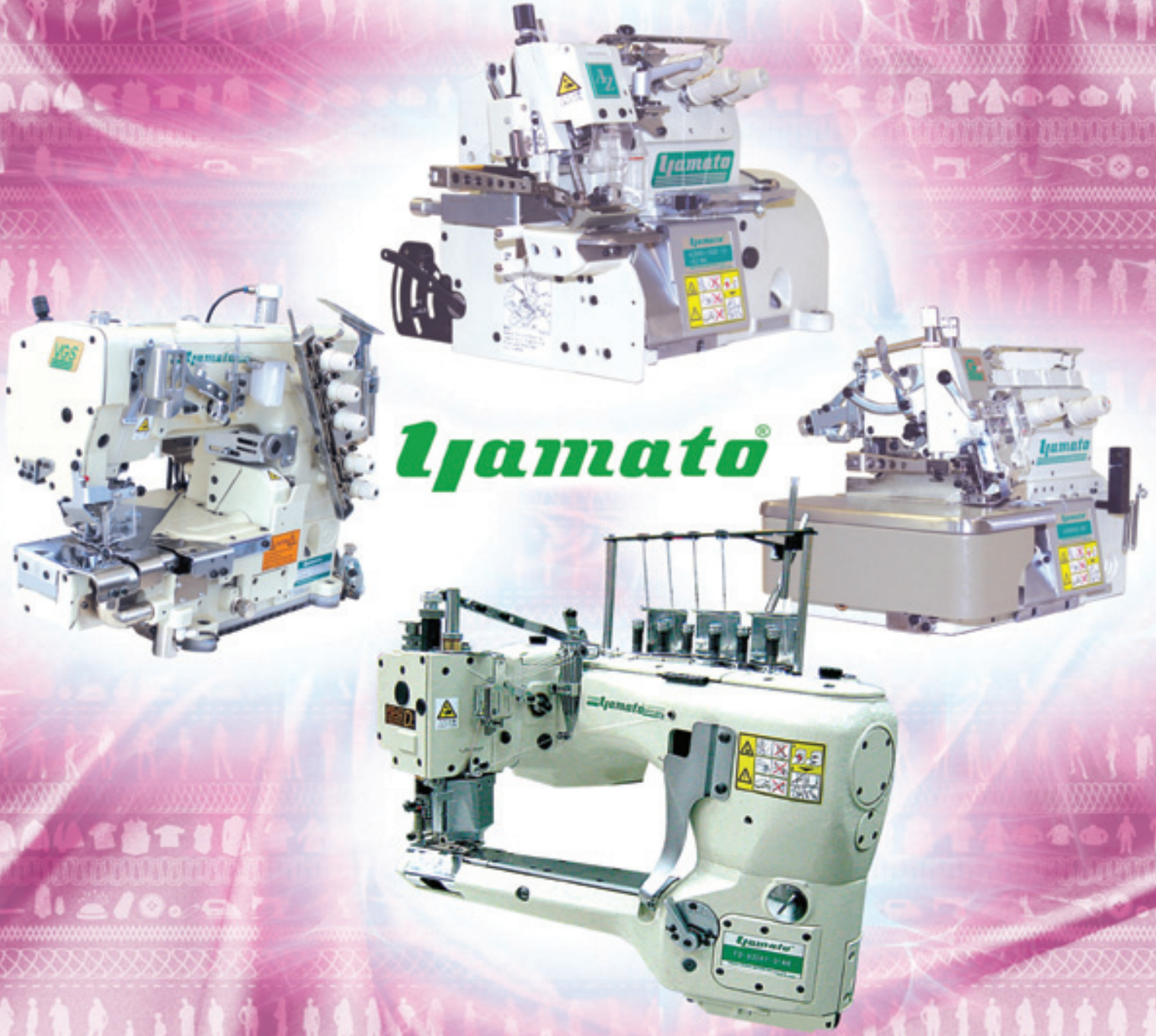


Avrupa Merkez Bankası üyesi ve Fransa Merkez Bankası Başkanı Francois Villeroy de Galhau, ECB'nin uyguladığı olağanüstü parasal teşviklerin Euro Bölgesi'nde 2015-2017 döneminde büyümeyi yüzde 1 oranında artırarak enflasyonu yükselttiğini savundu.

Villeroy, Paris'te katıldığı konferansta yaptığı açıklamada tüm göstergelerin Euro Bölgesi'nde büyümenin toparlandığını ve bu toparlanmada düşük petrol fiyatları, destekleyici kur seviyesi ve para politikası teşviklerinden yararlandığını gösterdiğini vurguladı. Villeroy, "Para politikası teşvikleri Euro Bölgesi büyüme görünümünü 2015-2017 döneminde yüzde 1 civarında artırıyor ve enflasyonu 2016'da yüzde 0.5, 2017'de yüzde 0.3 artıracak" diye konuştu. Öte yandan konuya yakın kaynakların verdikleri bilgiye göre Avrupa Merkez Bankası, Euro Bölgesi bankalarına sorunlu kredileri nasıl daha iyi yönetebileceğini

söylemeye hazırlanıyor. IMF verilerine göre Euro Bölgesi'nde sorunlu krediler 2009 yılından bu yana ikiye katlandı ve 2014 sonunda yaklaşık 1 trilyon euro seviyesine ulaştı. Dün, ECB'nin aralarında bazı İtalyan bankalarını da olduğu Euro Bölgesi bankalarına sorunlu kredi yönetimi, stratejileri konusunda ek sorular sorduğu açıklanmıştı. Bankacılık kaynakları ECB'nin ek bilgi talebinin sorunlu kredilerin en iyi nasıl yönetileceği konusunda tavsiyeler oluşturma sürecinin ilk adımı olduğunu, ECB'nin er ya da geç bankalar için sorunlu kredi yönetimi yol haritası ortaya koyacağını ifade ediyorlar.

UĞUR
M A K İ N A



“En iyisini satın almak isteyenler için üretildiler...”



İŞSİZLİK MAAŞI BAŞVURULARI YÜKSEK ÇIKTI

ABD'de haftalık işsizlik maaşı başvuruları beklentinin üzerinde arttı. Veri, istihdam piyasasındaki ivmenin yavaşlamaya başladığına dair bir sinyal olabilir. ABD Çalışma Bakanlığı'nın verilerine göre 9 Ocak'ta sona eren haftada ilk kez işsizlik maaşı talebinde bulunanların sayısı bir önceki haftaya kıyasla 7 bin artışla 284 bin oldu. Ekonomistlerin beklentisi 275 bindi. 4 haftalık ortalama işsizlik maaşı başvuruları 3 bin artışla 278.750'ye yükseldi. Süregelen işsizlik başvuruları 2

Ocak'ta sona eren haftada 29 bin artışla 2.26 milyon oldu. Çin ve diğer gelişen ülke ekonomilerine yönelik yavaşlama endişelerinin ABD'de büyüme beklentilerini sınırlandıracağı beklentisi hisse senedi piyasalarında karmaşa yaratırken bazı işverenlerin de kesintiye gidebileceği belirtiliyor. FTN Financial'da analist olan Sophia Kearney-Lederman, başvurularındaki artışın özellikle yılın başlangıcındaki türbülansın neden olduğu volatiliteden kaynaklanabileceğini söyledi.



ABD'DE AÇIK İŞ SAYISI 5 MİLYONA YÜKSELDİ



ABD'de Kasım'da JOLTS Açık İş Sayısı 5.43 milyona yükseldi. ABD Çalışma Bakanlığı'nın açıkladığı verilere göre, açık iş sayısı Kasım'da 82 bin artarak 5.43 milyona çıktı. Analistlerin beklentisi 5.45 milyondur. Ekim'de açık iş sayısı 5.34 milyon olarak gerçekleşmişti. New York'taki Jefferies Group'tan Thomas Simons istihdam piyasasının iyi durumda olduğunu belirterek, "Sürdürülebilir ücret artışı görebileceğimiz bir yerdeyiz" yorumunu yaptı.



LAS VEGAS MAGIC SHOW BAŞLIYOR

Las Vegas'ta düzenlenen ABD'nin en büyük karma fuarı WWD Magic&Magic Show 16-18 Şubat tarihleri arasında düzenlenecek. Şubat ve Ağustos aylarında olmak üzere her yıl iki defa düzenlenen Magic Show'a 60 ülkeden 100 bin kişi ziyaret ediyor. 2007 yılı sonuna kadar yüksek seyreden kotaların kalkması ve doların değer kaybetmesiyle ABD ihracatı düşüşe geçmişti. Son aylarda ise doların değer kazanmasıyla yeniden

Türkiye'nin bu pazara ihracat şansı arttı. Ayrıca son dönemde küresel piyasalarda Euro'nun değer kaybetmesi ve doların değer kazanmasıyla beraber, ihracatta yeni fırsatların kapıları aralanmış oldu. ABD pazarına yönelik çalışmalarını aralıksız sürdüren İHKİB, fuara milli katılım düzeyinde iştirak ediyor. Bin 200 firmanın katılım sağladığı organizasyon, dünyanın hazır giyim, tekstil, deri konfeksiyon, aksesuar ve ayakkabıdan oluşan en

büyük karma fuarı özelliğini taşıyor. WWD Magic&Magic Show Fuarı, gerek sergilenen ürün çeşitliliği, gerek alan büyüklüğü gerek katılımcı sayısı gerekse de ziyaretçi sayısı açısından ABD'nin ve dünyanın en önde gelen moda fuarlarından biri konumunda bulunuyor. Fuarda, hazır giyimden kumaşa, aksesuardan ayakkabıya, tekstil ve hazır giyim sektörünün tüm bileşenleri etkin bir potada eritilerek tüm görkemiyle sergileniyor.

DIŞ TİCARET AÇIĞI KASIMDA DARALDI

ABD'de dış ticaret açığı kasım ayında ithalatta azalmanın etkisiyle daraldı. ABD Ticaret Bakanlığı'nın açıkladığı verilere göre, Ekim'de 44.6 milyar dolar olarak revize edilen dış ticaret açığı yüzde 5 düşerek 42.4 milyar dolar oldu. Ekonomistlerin beklentisi 44 milyar dolardı. Ülkede ihracat kasımında yüzde 0.9 azalarak 182.2 milyar dolarla 2012 Ocak'tan beri en düşük seviyeye indi. Beklentilerin altında gelen dış ticaret açığında, ithalatın yüzde 1.7 azalışla 224.6 milyar dolara gerilemesi önemli rol oynadı.



KONUT SATIŞLARI BEKLENİLENİN ALTINDA

ABD'de beklenen konut satışları yüzde 0.1 artarak tahminleri karşılayamadı. ABD'de beklenen konut satışları tahminlerin çok altında. ABD'de beklenen konut satışları Aralık 2015'te tahminlerin altında artarak konut sektörünün yılın son ayında fazla değişmediğini gösterdi. Ulusal Emlakçılık Birliği tarafından açıklanan veriye göre satışlar yüzde 0.1 arttı. Analistlerin beklentisi % 0.9 artışı. Amerikan Ulusal Emlakçılık Birliği tarafından açıklanan veri, kontratı im-

zalanmış fakat işlemleri henüz tamamlanmamış olan mevcut konut satışlarını gösteriyor.



İMALAT PMI BEKLENTİYİ AŞTI

ABD'de imalat PMI Ocak'ta 52.7 ile beklentilerin üzerinde gerçekleşti. ABD'de Ocak ayı imalat sanayi satın alma yöneticileri endeksi (PMI) öncü verilere göre 52.7'ye yükselerek beklentilerin üzerinde açıklandı. Uzmanlar Aralık'ta nihai 51.2 değerini alan Markit imalat PMI'nin 51.1'e gerileyeceğini tahmin ediyorlardı. Endekste 50'nin üzerindeki değerler büyümeye, altındaki değerler daralmaya işaret ediyor.

TÜFE GERİLEDİ



ABD'de TÜFE 2015 Aralık'ta değişim beklenmemesine karşın yüzde 0.1 geriledi. ABD'de kritik enflasyon verisi açıklandı. ABD'de tüketici fiyat endeksi (TÜFE) Aralık ayında yatay kalacağı beklentilerine karşın yüzde 0.1 düştü. TÜFE yıllık bazda ise yüzde 0.7 artarak ekonomistlerin yüzde 0.8'lik artış beklentilerinin altında açıklandı. Gıda ve enerji fiyatlarının yansıtılmadığı çekirdek tüketici fiyat endeksi ise Aralık'ta aylık bazda yüzde 0.1 olarak açıklanarak yüzde 0.2'lik beklentilerin altında gerçekleşti. Çekirdek enflasyon yıllık bazda yüzde 2.1 ile beklentiler doğrultusunda gerçekleşti.



BÜTÇE AÇIĞI ARTACAK

ABD Kongresi Bütçe Ofisi, ülkenin bütçe açığının bu yıl 2009'dan bu yana ilk kez yükseleceğini öngörüyor. ABD Kongresi Bütçe Ofisi (CBO), ülkenin 2016 yılına ilişkin bütçe açığı beklentisini 414 milyardan 544 milyar dolara revize etti. CBO'nun "Bütçe ve Ekonomik Görünüm Özeti" raporunda, bütçe açığı beklentisindeki 130 milyar dolarlık yukarı yönlü revizyona bazı ödemelerin zamanlamasında ve vergi oranlarında yapılan değişikliklerin neden olduğu belirtildi. CBO'nun güncellenen beklentisi gerçekleşirse, ülkenin bütçe açığı son 7 yılın ilk yükselişini kaydedecek. ABD'de bütçe açığı, 2009'da 1.4 trilyon dolarla rekor kırdıktan sonra düşüş eğilimine girmiş ve 2015 itibarıyla 439 milyar dolara gerilemişti. Herhangi bir partiye bağlı olmayan ABD Kongresi Bütçe Ofisi, hükümetin bütçesine yönelik çalışmalar yapıyor.

ORTADOĞU'DAN GELENLERİN ABD'YE GİRMESİ ZORLAŞTI

ABD Dışişleri Bakanlığı, yazılı bir açıklama yaparak, ABD vize muafiyeti programı (VWP) dahilinde ülkeye vizesiz girebilen ülkelerin vatandaşlarından, 2011 yılının Mart ayı itibarıyla Irak, Suriye, İran ve Sudan'da bulunmuş kişilerin artık vizeye tabi tutulduğunu söyledi. Açıklamada, diplomat ve askeri görev gereği bu ülkelerde bulunmuş kişilerin bu uygulamanın dışında tutulacağı belirtilirken, normal vatandaşların ise vizeye tabi tutulan ülkelerin vatandaşları gibi büyükçeliklere giderek vizeye başvur-

maları gerektiği ifade edildi. "Teröristlerin Seyahatini Engelleme 2015 Yasası" bağlamında yapılan bu değişiklik, özellikle Avrupa ülkelerinden terör örgütü DAES'e katılıp tekrar ülkelerine geri dönmüş Avrupalıların ABD'ye girişini engellemeyi hedefliyor. ABD'nin vize muafiyeti programında bulunan Batılı ülkelerin vatandaşlarından en az 5 bin kişinin son 5 yılda Irak ya da Suriye'yi ziyaret ettiği belirtiliyor. ABD'ye her yıl yaklaşık 20 milyon kişi vize muafiyeti programı kapsamında vize almadan giriş yapıyor. Bu kişiler için

Güvenlik Bakanlığının taramasından geçiyor. ABD'ye, vatandaşları vize almadan girebilen 38 ülke şu şekilde sıralanıyor: Andorra, Avustralya, Avusturya, Belçika, Brunei, Şili, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, İrlanda, İtalya, Japonya, Letonya, Liechtenstein, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Monaco, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Portekiz, San Marino, Singapur, Slovakya, Slovenya, Güney Kore, İspanya, İsveç, İsviçre, Tayvan ve İngiltere.

HAZIR GİYİM ABD'DE FİYAT TUTTURMADA AVANTAJLI

ABD pazarının hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için önemli avantajlar barındırdığını belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "1990'lu yıllar ile 2000'li yılların ilk yarısında yüksek düzeyde ihracat yaptığımız ve başlıca pazarlarımız arasında yer alan ABD'ye ihracatta, döviz kurları ve rekabet koşulları nedeniyle daha sonraki yıllarda düşüş yaşanırken, son dönemde dolar kurunda yaşanan hızlı artış sonrası hazır giyim sektörümüz ABD pazarında fiyat tutturma noktasında tekrar avantajlı konuma gelmeye başlamıştır. Bu noktada fuarlar ve benzeri etkinlikler ile ABD pazarındaki payımızı artırma noktasında çalışmaya devam etmekteyiz ve 2015 yılının Ocak-Temmuz döneminde hazır giyim ihracatında başlıca pazarlar arasında ABD 8'inci sırada yer alıyor. Dış pazarlar konularında yaptığımız çalışmalara ilaveten sektörümüz özgün tasarım, markalaşma ve üretilen katma değerini artırılması konularında da çalışmaya devam ediyor. Hazır giyim sektörünün

son dönemde en büyük pazarı olan Avrupa Birliği pazarlarında yaşanan daralma ile yine diğer önemli bir pazar olan Rusya'daki daralmaya alternatif olarak yeni pazar arayışları kapsamında Avrupa, Kuzey Afrika ve

Ortadoğu'da yeni pazarlara ağırlık veriyor. Bunların yanı sıra uluslararası yaptırımların sona ermesinin beklendiği İran pazarıyla ilgili de hedef ve beklentilerimiz yüksek seviyelerde" dedi.



'DÜNYANIN EN GÜÇLÜ DEVLETİYİZ. NOKTA'

ABD Başkanı Barack Obama, ülkeyi daha güçlü kılmak için Kongre'nin birlikte hareket etmesi çağrısında bulundu. ABD başkanları her yıl geleneksel olarak Kongre'de "Birliğin Durumu" konuşması yaparak, o yıl ve ileriki dönemdeki icraatları hakkında Kongre ve halka bilgi veriyor. Görev süresi 2016'da dolacak Obama, Kongre'de başkanlığının son "Birliğin Durumu" konuşmasını yaptı. Son olduğu için önceki yıllara göre bu kez kısa bir konuşma yapmayı deneyeceği esprisizle sözlerine başlayan Obama, 59 dakika boyunca

ekonomiden dış politikaya, terörden Amerikan değerlerine kadar birçok konuyu ele aldı. Obama, konuşmasının dış politika kısmında, terörle mücadele, İran, Küba açılımı, Guantanamo tutukevinin kapatılması ve insanların dini ve ırkı nedeniyle yargılanamayacağını Amerikan değerleriyle uyuşmadığı konuları üzerinde durdu. ABD'nin zayıfladığına ve düşmanlarının güçlendiğine yönelik söylemlerin "siyasi palavralar" olduğunu belirten Obama, "ABD dünya üzerindeki en güçlü ulustur. Nokta" diye konuştu.



IMF, KÜRESEL BÜYÜME TAHMİNİNİ DÜŞÜRDÜ

Uluslararası Para Fonu (IMF) dünya ekonomisinin bu yıla ilişkin büyüme tahminini son bir yıl içinde üçüncü kez aşağı yönlü revize etti. IMF, geçen Ekim ayındaki son tahmininde yüzde 3.6 olarak öngördüğü 2016 yılı büyüme hızını, Çin ekonomisinde ve gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik yavaşlama ile petrol fiyatlarındaki gerilemenin etkisiyle yüzde 3.4'e çekti. 2017 yılına ilişkin tahmin ise yüzde

3.8'den yüzde 3.6'ya indirildi. IMF'nin yayınladığı Dünya Ekonomik Görünümü Raporu'nda Amerika Birleşik Devletleri ekonomisine ilişkin büyüme tahmini yüzde 2.8'den yüzde 2.6'ya çekildi. Raporda, Euro Bölgesi'ne ilişkin ekim ayındaki yüzde 1.6'lık büyüme beklentisi yüzde 1.7'ye yükseltirken Çin ekonomisinin daha önceki yüzde 6.3'lük büyüme tahmini sabit bırakıldı.

FITCH'TEN GELİŞEN ÜLKELERE UYARI

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, 2016 yılında gelişen piyasalarda ülke, şirket ve banka notlarının riskler karşısında baskı altında olmaya devam edeceğini açıkladı. Kredi derecelendirme kuruluşundan yapılan açıklamada, "Gelişmekte olan piyasalar 2016 yılında birçok farklı sektörde çeşitli sayıda riskle karşı karşıya. Gelişen piyasalarda ülke, şirket ve banka reytingleri baskı altında olmaya devam edecek" ifadelerine yer verildi. Brezilya ve Güney Afrika'nın ülke notlarının Aralık 2015'te Rusya'nın ise ocak ayında indirildiği hatırlatılırken, "Makro ekonomideki sert rüzgarlar gelişmekte olan ülkelerdeki şirketleri ve bankaları da etkiliyor. Döviz kuru oynaklığı özellikle döviz cinsinden yeniden finansman ihtiyacı olan borçlu şirketler için tehdit oluşturuyor" ifadesine yer verildi.



FED'İN FAİZ ARTIŞI İHTİMALİ ZAYIFLADI

Fed'in Ocak'ta faiz artırma olasılığı yüzde 8'e düşerken, beklenti mart için de yüzde 55'ten yüzde 40'a geriledi. ABD Merkez Bankası Fed'in Ocak ayında yapılacak olan FOMC toplantısında faiz artırımı kararı alması olasılığı yüzde 8 oldu. CME'nin FedWatch göstergesine göre Ocak ayında faiz artırımı bekleyen işlemcilerin geçtiğimiz ay yüzde 9,5 olan oranı yüzde 8,47'ye geriledi. FedWatch'a göre Mart ayında faiz artırımı bekleyen işlemcilerin oranı da geçtiğimiz ayki yüzde 55'ten yüzde 40 seviyesine indi.



İTKİB, ABD'YE İHRACATINI ARTTIRDI

İTKİB bünyesinde 2015 yılında ABD'ye hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörleri toplamda 1 milyar 150 milyon dolar ihracat yaptı. Bu rakam 2014 yılında 1 milyar 100 milyon dolar düzeyindeydi. Genel olarak ihracat düşüşünün yaşandığı bir dönemde İTKİB bünyesinde ABD'ye yapılan ihracatın bir önceki yıla göre 50 milyon dolar artması anlamına geliyor. 2015 yılında ABD'ye İHKİB tarafından yüzde 6,7 artışla 495,2 milyon dolar hazır giyim ve

konfeksiyon ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bu ihracat artışıyla hazır giyim ihracatının Irak'tan sonra ikinci yüksek oranlı artışın görüldüğü ülke ABD oldu. 2015 yılında İTHİB'in tekstil ihracatı yaptığı ülkeler içinde ABD beşinci büyük pazar konumunda görülüyor. ABD'ye tekstil ve hammaddeleri ihracatı bu dönemde yüzde 4,8 artış kaydederek 344,2 milyon dolar oldu. İDMİB bünyesinde geçen yıl ABD'ye yapılan deri ihracatı ise yüzde 2,5 dü-

şüşle 34,8 milyon dolar olarak gerçekleşti. İHİB'in bu dönemde ABD'ye yaptığı halı ihracatı ise yüzde 1,5 oranında artarak 275,9 milyon dolar oldu. Halı ihracatının ikinci büyük pazarı ABD'ye yapılan bu ihracat değer ile bu ülkenin toplam halı ihracatı içerisindeki payı yüzde 13,7 oldu. Bu veriler ışığında ihracatçıların uzak pazarlara yoğunlaşmaları gerektiği ortaya çıkıyor. Zor bir pazar olan ABD'ye yönelik bu başarı grafiğinin takip edilmesi gerekiyor.

ABD PETROLÜ 27 DOLARIN ALTINDA



Petrolde serbest düşüş sürdü, ABD tipi ham petrolün varil fiyatı 2003'ten beri ilk kez 27 doların altına test etti. ABD'de Batı Teksas türü ham petrolün fiyatı varil başına 27 doların altına gerileyerek 2003'ten beri en düşük seviyeye indi. Şubat vadeli ABD tipi ham petrolün varili yüzde 5.2 düşüşle 26.97 dolara indi. Kontrat, 26.81 doları görerek Eylül 2003'ten beri en düşük seviyeyi test etti. Mart vadeli Brent petrol ise

yüzde 3.9 düşerek 27.51 dolarla Kasım 2003'ten beri en düşük seviyeye indi. İran üzerindeki yaptırımların kaldırılması ve Çin ekonomisinin yavaşlamasına dair endişeler fiyatlardaki düşüşte etkili oluyor. Ham petrol fiyatları bu yıl yüzde 25 oranında düştü. Pennsylvania'daki Schork Group'un yöneticisi Stephen Schork, "Ekonomi zayıf görünüyor ve arz artmaya devam ediyor" yorumunu yaptı.

Nebim V3 ERP'yi tercih eden önde gelen 100 marka

ABBATE	altinyatak	ALTYILDIZ CLASSICS	ANT TEKNİK	ARC	ARZU KAPROL	ATALAIR	atlas	B&G store
batik	1908	BILSAR	BIRKENSTOCK	BFG	Brooks Brothers	CARLA	civil	Columbia
Coquet	dagi	DAMAT TWEEN	dardan	D'S damat	DSN SHOES & BAGS	ECCO Shoes for Life	EFOR	EMPORIO ARMANI
ender	ERAK	EVKUR	EVRENSAAT	faik sönmöz	Fakir	FOREVER NEW	GSSTORE	GUCCI
HKN HAKAN ÇANTA	HERRY	İhlas Holding	imza	INTERSPORT	IPEKYOL	JOURNEY	KARACA	kinetik
KET	KEREM	KOMPEDAN	Kristal COLA	Lee Cooper	LESCON	Levi's	Lufian	MACHKA
MADAME COCO	MARATON	marka park	MARSA	MCS SHOES & BAGS	MENDO'S	NAKŞİN	Opakoptik	Opimall, Optik
ÖZCAN aydınlatma	ÖZKAN TIKALTI	sanal	pames	PAMİDOR	PANÇO	Penti	PERSPECTIVE	PICASSU
pierre cardin	POLOGARAGE	ROYAL HALI	SAHİN CARŞI	SARAR	SİYOFONO	SILK & CASHMERE	Sportime	SPX
STEFANEL	SÜVARİ	SUWEN	TANA GROUP	Tantoni	TARKEDİZ	TERGAN	THEORE	Uffony
Timberland	TUDORS	TWIST	YAKEM	VIB	WHITE STONE	yalıspor.	YARGICI	YİĞİT

Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

Sektörlerinde lider kuruluşlar bilirler, en iyiye ulaşmak; yeniliklere açık olmaktan, kalite ve verimlilikten ödün vermemekten ve en iyi seçimleri yapmaktan geçer.

Ülkemizin sektörlerinde lider kuruluşları Nebim V3 ERP'yi tercih ediyor. Planlamadan satın almaya, üretimden sevkiyata, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamalarda baştan sona entegre, kapsamlı, hızlı ve verimli kurgusuyla Nebim V3 ERP liderliğin yapı taşlarından biri olmayı sürdürüyor.

Daha fazla bilgi almak için;
http://www.nebim.com.tr/basari_hikayeleri
<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

NEBİM

V3

NEBİM



İRAK'IN YÜZDE 3.1 BÜYÜMESİ BEKLENİYOR

Dünya Bankası tarafından yayımlanan 'Global Economic Prospects' Raporu'na göre, 2015 yılında yüzde 0.5 oranında büyüdüğü tahmin edilen Irak ekonomisi, 2016 yılında yüzde 3.1 oranında büyüme gösterecek. Söz konusu Rapor'da ayrıca, 2017 yılı için büyüme oranının -yüzde 7.1, 2018 için ise yüzde 6.5 olacağı öngörülmüyor. Ancak bahse konu tahminler, DAES'in Irak ekonomisi üzerindeki olumsuz etkisinin giderek azalacağı varsayımıyla hesaplanıyor. Öte yandan, küresel ölçekte dış finansman şartları zorlaşırken, yabancı sermaye çekme konusundaki yetersizliği nedeniyle Irak'ın bütçe açığını kapatmasının oldukça zor olacağı ayrıca, 2015 yılındaki devasa bütçe açığının kamu bankalarından temin edilen borçla kapatıldığı belirtilirken, bunun likiditeyi azalttığı vurgulanıyor.



MISIR'A İHRACATTA ÜRETİCİLER İÇİN KAYIT SİSTEMİ

Mısır Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından 31 Aralık 2015 tarihinde Mısır Resmi Gazetesi'nde yayımlanan ve 1 Mart 2016 tarihinde yürürlüğe girecek 2015/992 sayılı Karara göre, Kararda zikredilen ürünleri Mısır'a ihraç eden diğer ülke üreticileri için Mısır İhracat ve İthalat Kontrol İdaresi (General Organization for Export and Import Control - GOEIC) bünyesinde bir kayıt sistemi oluşturulacak ve bu sisteme kayıt olmayan üreticiler tarafından üretilen ürünlerin Mısır iç piyasasına girmesine izin verilmeyecek. Üretici Kayıt Sistemi'ne başvuru için gereken belgeler listesi ve kayıt sistemine tabi olacak ürünlerin GTİP numaraları Ekonomi Bakanlığı internet sitesinde yer alıyor. Söz konusu kayıt için başvurular doğrudan GOEIC adlı kuruma yapılacak.



İRAN PAZARI TÜRK İHRACATÇISININ ELİNİ GÜÇLENDİRECEK



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Türk markalarının İran'da algısının çok pozitif olduğunu belirterek, "Batı ile imzaladığı anlaşmadan sonra İran hızla dünyaya açılacak. Firmalarımızın bu büyük pazardaki fırsatları mutlaka değerlendirmeleri ve Avrupa markalarından önce İran'a yerleşmeleri gerektiğini düşünüyorum" uyarısında bulundu. Yaklaşık 80 milyon nüfusuyla İran'ın Türk hazır giyim sektörü için çok önemli bir pazar olduğunu bildiren Hikmet Tanrıverdi, İran pazarı ile ilgili hazır giyim ihracatçısının elini güçlendirecek,

onlara doğru ve güncel bilgiler sunacak araştırmalar yaptıklarını söyledi. Tanrıverdi, İran'da Türk firmalarının katılacağı bir fuar için hazırlıklara başladıkları dile getirerek, "İran'da TİM tarafından Türk Ticaret Merkezi açılması planlanıyor. Bunu sektör olarak biz de destekliyoruz. Bunun dışında biz de İran pazarında farklı iş birlikleri için temaslarımızı yoğunlaştırdık. Geçtiğimiz ay yürüttüğümüz Ur-Ge projesi kapsamında İran'a bir ticaret heyeti gönderdik ve çok başarılı oldu. Benzer çalışmalarını bundan sonra da devam ettireceğiz" şeklinde konuştu.



D'S DAMAT TAHRAN'DA MAĞAZA AÇTI



Ambarğonun kalkmasıyla dünyanın gözünü çevirdiği İran'ın başkenti Tahran'da D'S Damat mağazası açan Orka Holding, yılsonuna kadar yurtdışında toplam 20 mağaza açmayı hedefliyor. Başkent Tahran'ın en önemli alışveriş caddelerinden Mirdamad'da yer alan D'S Damat mağazasının açılışına, Orka Hol-

ding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu ve Orka Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Koordinatörü Osman Arar katıldı. D'S Damat, 13 metrelik dev vitrini ile Tahran'ın en dikkat çekici mağazalarından biri oldu. Orka Holding, ayrıca Irak'ın Erbil şehrinde ve Ürdün'ün başkenti Amman'da Damat/Tween ve D'S

Damat mağazaları açılışını gerçekleştirdi. Damat, Tween ve D'S Damat markaları ile bu yıl yurtdışında toplam 20 mağaza açmayı planladıklarını söyleyen Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu, "İran'da hedefimiz bu yıl sekiz mağazaya ulaşmak. Bu yıl ayrıca aralarında İtalya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Güney Afrika, Katar, Bahreyn, Suudi Arabistan, Romanya ve Mısır'ın da olduğu ülkelerde yeni mağazalarımız olacak. Yıl sonunda ihracatımızı iki katına çıkarmayı hedefliyoruz" ifadelerini kullandı.



THY, İSRAİL'DEKİ EN BÜYÜK YABANCI HAVAYOLU ŞİRKETİ

THY, İsrail'e ve İsrail'den dış ülkelere en fazla yolcu taşıyan yabancı hava yolu şirketi konumunda. THY ile İsrail'den uçan yolcuların yüzde 87'si Türkiye'den başka ülkelere devam eden transit yolcular. THY, Avrupa ve ABD'ye yolcu taşıyan hatlarda da diğer havayolu şirketlerine rekabet üstünlüğü sağladığı için bilet fiyatlarının düşmesini de sağlıyor. 2015 yılında Ben Gurion Havalimanı'ndan geçen yolcu sayısı 2014 yılına kıyasla 1.4 milyon arttı. Bu artışın yüzde 15'i, THY ve Pegasus şirketlerine ait.



İRAN'DA 35 YILLIK AMBARGONUN SONU

Yıllardır uluslararası toplum tarafından uygulanan ambargoların kalkmasıyla, İran küresel ekonomiye entegre olmaya hazırlanıyor. Yaptırımlar nedeniyle ağır bedel ödeyen İran, şimdi yabancı yatırımcıların ilgi odağı. Yaptırımların kaldırılmasıyla, İran'ın uluslararası bankalarda dondurulmuş olan 100 milyar dolarlık varlıkları serbest kalıyor. İran ile ticaret yapan firmalar ve ülkeler üzerindeki yasak da kalkıyor. İran ilk etapta petrol ihracatını günlük 500 bin artıracak. Önümüzdeki dönemde bu miktar 500 bin daha artacak ve yaptırımlardan önceki seviyeye ulaşacak. Uluslararası enerji şirketleri, dünyanın dördüncü büyük petrol rezervlerine sahip İran'da yeni yatırımlar yapmak için Tahran'ın kapısını çalmaya başladı. İran'ın artan ihracatının, dünyada petrol fiyatlarındaki düşüş baskısını daha da artırması bekleniyor. Finansal yaptırımların kalkmasıyla İran'ın küresel bankacılık sistemine geri dönmesi öngörülüyor. Uçak filosunu yenilemek için harekete geçen İran Airbus'tan 114 yolcu uçağı almaya hazırlanıyor. İran'ın önümüzdeki 10 yıl içinde 400'den fazla yolcu uçağına ihtiyaç duyacağı tahmin ediliyor.



İran-ABD yakınlaşması bize iyi gelir mi?

Prof. Dr. Emre ALKİN

Eğer İran ve ABD arasındaki ilişkiler normalleşmeye başlarsa, bunun Türkiye'ye fırsatlar yaratacağı ama bazı tehditler de oluşturacağını söylemek gerekiyor.

Yıla pek iyi başladığımız söylene-
mez. Bunun birkaç sebebi var. İlk sebep, Çin ile ilgili sıkıntının devam etmesi. Bu durum küresel portföy sermayesinin para kaybetmeye devam edeceği anlamına geliyor. Bir süre sonra Çinli şirketlerin yurt içindeki bu anormal zararları kapatmak için yurt dışındaki yatırımlarını hızlı şekilde nakde çevireceklerini göreceğiz. Daha önceki yazılarımda bundan bahsetmiştim. Dolayısıyla bir yandan ABD ekonomisi için olumlu haberler gelmeye devam ederken, diğer tarafta ABD başta olmak üzere sermaye piyasalarında ciddi satışlar yaşanmaya devam edecek. Ayrıca Çinlilerin Çin'e getirdikleri dolar miktarı arttıkça yuanın hızla değer kazanmaya başladığını da göreceğiz. Yani Japonya'nın başına ne geldiyse, Çin'in de başına o gelecek. Bu sebeple, başta petrol olmak üzere emtia fiyatlarında gerilemenin nerede duracağını kestirmek zor... Diğer sebep ise FED'in önümüzdeki günlerde ipuçlarını vereceği faiz politikası. Bu yılın sonuna kadar FED'in faizleri yüzde 1.4'e kadar artırma olasılığı var. Dolayısıyla küresel yatırımcıların, gelişen ülkeleri önceliğe alarak satışa yakın durdukları gözleniyor. Özellikle

Rusya ve Brezilya, sonra da Türkiye'de dolanım değer kazandığı bir gerçek. Petrol düştükçe, rublenin değer kaybı diğerlerini geride bırakacak. İran-ABD yakınlaşmasının ise Suudi Arabistan ve İsrail tarafında hiç hoş karşılanmadığı ortada... Bu yıl Davos dâhil uluslararası her toplantının en önemli konularından biri bu olacak. Türkiye bu konuya Suudiler ve İsraililer kadar hırçın yaklaşmasa da dikkatle izliyor. Petrol fiyatları sebebiyle sıkıntı çeken ve peş peşe devalüasyonlar yaşamış olan İran'ın ABD ile yakınlaşması, son derece önemli bir gelişme. Eğer İran ve ABD arasındaki ilişkiler normalleşmeye başlarsa, bunun Türkiye'ye fırsatlar yaratacağı ama bazı tehditler de oluşturacağını söylemek gerekiyor. Türkiye ile İran arasındaki ticari münasebetler, ABD ve Batı'nın uyguladığı yaptırımlar sebebiyle istenilen düzeyde gelişemedi. Dolayısıyla yeni durum, ihracata olumlu yansımaktır. Ancak İran ve Türkiye'nin birçok konuda anlaşmazlıkları var; karşılıklı sert mesajların verildiği zamanlar oluyor. Diplomatik stratejileri belirlerken, bu yeni durumun farkında olunması gerekir. Aksi takdirde yumuşayan bir İran, sertleşen bir Türkiye'den daha tercih edilir hale gelir. Kabul edilmesi gereken bir gerçek var: Türkiye, 2000'li yılların başındaki gibi uluslararası toplantıların aranan ülkesi değil. Çünkü artık herkes teknoloji konuşmaya başladı. Türkiye, bu konuda oldukça geride; hükümetin de ekonomiyle ilgili kullandığı dil oldukça konvansiyonel ve yatırımcıya cazip gelmiyor. "Yaptığımız işi bize getirin, daha fazla kâr edin" tarzında söylemler inandırıcılığını kaybetti; Türkiye'nin yepyeni şeyler söylemesi lazım. Başbakan Davutoğlu'nun Londra'daki konuşması dahil, yatırımcılarla olan temaslarını sürekli izliyorum. Açıkçası konuşmaları

geçmişte yapılanlara daha fazla ağırlık veriyor, gelecekte ne yapılacağı konusunda fazla ipucu vermiyor. Yatırımcılar Türkiye ile kol kola girdiklerinde o güne kadar ulaşamadıkları hangi başarıyı elde edeceklerini pek göremiyorlar gibi. Konuşmalar cesaret verici olsa da, elle tutulur bir vizyon ortaya konmuyor.



John KERRY
ABD Dışişleri Bakanı

Muhammed Cevad ZARİF
İran Dışişleri Bakanı



5G TESTLERİ BAŞLADI

Çin'in 2020 yılında yüksek mobil internet hızı ve daha fazla veri kapasitesi sağlayacak 5G teknolojisine geçeceği bildirildi. Çin, 5'inci nesil 5G kablosuz internet teknolojisi alanında araştırma ve testlere başladı. Şinhua ajansının Çin Endüstri ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı'na dayandırarak verdiği haberde, yüksek mobil internet hızı ve daha fazla veri kapasitesi sağlayacak 5G teknolojisi araştırma ve testlerine başlandığı, 2020 yılında da hizmete sunulacağı belirtildi. Bakanlık bünyesindeki 5G Ar-Ge Birimi Başkanı Cao Şumin, araştırma ve testin amacının, küresel 5G standartlarının oluşumunu desteklemek ve telekom endüstrisinin gelişimini artırmak olduğunu ifade etti. Araştırma ve test çalışmalarının 2018'de tamamlanacağı ve yerel telekom hizmeti sağlayıcıları tarafından 5G'nin 2020'de ticari olarak kullanıma sunulmasının beklendiği açıklandı. Öte yandan, 4G teknolojisi ülkede 2013 yılında kullanılmaya başlandı. 905 milyondan fazla mobil internet kullanıcısından 380 milyonunun 4G'yi kullandığı belirtildi.

DIŞ TİCARET AÇIĞI KAŞIMDA DARALDI

Dünyanın ikinci büyük ekonomisi olan Çin'de hizmet sektörü aktivitesindeki büyüme aralık ayında yavaşladı. Caixin/Markit tarafından hazırlanan Hizmet Sektörü Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI) kasım ayındaki 51.2 puandan aralık ayında 50.2 puana geriledi. Söz konusu veriler son 17 ayın en düşük hizmet sektörü gelişimine işaret ediyor. Çinli uzmanlar, yavaş büyümeye rağmen hizmet sektörü şirketlerinin istihdam oluşturmaya devam ettiklerine dikkat çekti.



ÇİN'DE GİYİM SATIŞLARI YAKLAŞIK YÜZDE 10 ARTTI

Çin'de (Hong Kong, Makau ve Tayvan hariç) giyim satışların geçtiğimiz dönemlere göre daha yavaş bir yükseliş kaydetti. Çin ulusal istatistik kurumunun açıklamasına göre, satışlar 2015 yılında yüzde 9.8 artarak 1.348 milyar Yuan'a ulaştı (188 milyar Euro). Sektör bu yıl, 2014 yılındaki yüzde 10.9 ve 2013 yılındaki yüzde 11.6 büyümeye kıyasla daha düşük bir yükseliş kaydetti. Benzer bir yavaşlama kozmetik ve mücevher sektöründe de

gözlemlendi. Kozmetik sektöründe, Çin'de satışlar geçtiğimiz yıl yüzde 8.8 artarak 205 milyar Yuan'a ulaştı (28 milyar Euro). Son olarak ise, mücevher sektöründe ülkenin faaliyeti yüzde 73 artış göstererek 307 milyar Yuan'a ulaştı (43 milyar Euro). Kozmetik satışları 2014 yılında yüzde 10, 2013 yılında ise yüzde 13.3 büyümeye kaydetmişti. Mücevher sektöründe ise büyüme 2014 yılında stabil kalırken 2013 yılında yüzde 25 büyümeye kaydetmişti.



DERİ SEKTÖRÜ CHIC FUARI'NA HAZIR

Moda, hazır giyim, deri konfeksiyon ve aksesuarları alanında Asya'nın en büyük fuarlarından olan CHIC, Şanghay'daki ikinci randevusuna hazırlanıyor. 22 yılın ardından radikal bir karar alarak bu senenin Mart ayında Şanghay'da düzenlenen fuar, 13-15 Ekim tarihleri arasında ziyaretçilerini bir kez daha ağırlayacak. Şanghay'da ikinci defa düzenlenecek fuar yine 400 bin metrekarelik yeni fuar alanı

National Exhibition & Convention Center'da düzenlenecek. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından Milli Katılımı organize edilecek olan CHIC Fuarı dünyadan gelen hazır giyim üreticileri, deri konfeksiyoncuları, tasarımcıları ve distribütörlerini tek çatı altında topluyor. Çin pazarına girişte köprü görevi üstlenen Asya'nın en büyük ve en prestijli hazır giyim ve moda fuarı

olan CHIC fuarına 21 ülkeden bin 200 marka ve 125 bin ziyaretçi katılıyor. Çin, dünyanın en iyi tüketici pazarına sahip bir ülke. Asya'nın önde gelen fuarı CHIC, muhtemel iş ortaklarını bir araya getiren eşsiz bir platform sunuyor. CHIC, seminer ve atölye çalışmalarını da katılımcılara ve ziyaretçiler için organize edecek. Seminerler daha çok yeni teknolojiler, yeni tüketim talepleri üzerine yoğunlaşacak.

ÇİN, AB'YE TİCARİ YAPTIRIM UYGULAYABİLİR

Çin, Avrupa Birliği'nin (AB) Çin'den yaptığı demir veya çelikten üretilen vida ve civatalara yönelik uyguladığı gümrük vergileri hakkında Dünya Ticaret Örgütü (WTO) nezdinde açtığı davayı kazanmasının ardından AB'ye yönelik ticari yaptırımlar talep edebilir. Çin WTO'ya katıldığı 2001 yılından bu yana daha önce hiç ticari yaptırım talebinde bulunmadı fakat yedi yıldır devam eden mahkemenin sonuçlanması bir tazminat hakkı doğuruyor. Çin Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan bir açıklamada, "Bu önlemler, Çin ihracatı üzerinde yaklaşık bir milyar



dolarlık etki ve binlerce Çinli üreticide yaklaşık 100 bin istihdama maliyet oldu" denildi. Açıklamada, "Bu durum, alınan önlemlere karşı güçlü

memnuniyetsizliğini belirten ve sıkı bir şekilde karşı çıkan Çin sanayisinde büyük ekonomik kayıplara neden oldu" ifadeleri kullanıldı. Çin, AB'yi mahkeme tarafından alınan karara uymaya ve gümrük vergilerini kaldırmaya çağırırken, aksi takdirde "daha ileri adımlar" atacağı uyarısını yaptı. Bir analize göre Çin'in AB'ye olan ihracatı 2008 yılında 1 milyar doların üzerine çıkarak zirve yaparken, AB'nin 2009 yılında Çin ürünlerine yönelik gümrük vergisi uygulamalarından sonra bu rakam yıllık ortalama 200 milyon dolara indi.

DÖVİZ REZERVLERİ İLK KEZ DÜŞTÜ



Çin'in yabancı para rezervleri geçtiğimiz yıl 1992'den bu yana ilk kez azaldı. Böylece Deng Xiaoping'in liderliği zamanında başlayan daha sonra Jiang Zemin ve Hu Jintao'nun liderlikleri döneminde hızlanan 22 yıllık rezerv artışı sona ermiş oldu. Çin Merkez Bankası'nın (PBOC) açıklamasına göre, Çin'in döviz rezervleri 31 Aralık 2015'te bir önceki yıla göre 513 milyar dolar azalarak 3.33 milyar dolara geriledi. Çin'de Ağustos ayında yaşanan devalüasyonun küresel piyasaları bulandırması sonrasında merkez bankasının yuani destekleme amaçlı müdahalesi ve ülkeden sermaye çıkışları analistlere göre rezervlerdeki düşüşün başlıca nedenleri oldu.



ŞANGHAY İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ'NDE YENİ GÖREVLİLER

Örgütün dönem başkanlığını yürüten Özbekistan Dışişleri Bakanlığında yapılan açıklamada, Temmuz 2015'teki Devlet Başkanları Konseyi kararı uyarınca Tacikistan'ın Daimi Temsilcisi Raşid Alimov'un, 1 Ocak 2016 itibarıyla ŞİÖ genel sekreteri olarak görevlendirildiği belirtildi. Rusya Federal Güvenlik Servisi (FSB) Direktörü Yardımcısı Yevgeniy Sisoyev de ŞİÖ Bölgesel Terörle Mücadele Yapısı (RATS) İcra Komitesi Direktörü olarak atandı. ŞİÖ, Çin, Rusya, Kazakistan, Kırgızistan ve Tacikistan tarafından 1996 yılında kuruldu. Özbekistan'ın 2001'de katıldığı ŞİÖ'de Hindistan, Afganistan, İran, Moğolistan ve Pakistan gözlemci, Belarus, Türkiye ve Sri Lanka ise diyalog ortağı olarak yer alıyor.

ÇİN EKONOMİSİNDEKİ YAVAŞLAMA ALMANYA'YI KÖTÜ ETKİLİYOR

Çin dünyadaki ekonomik faaliyetin yüzde 17'sini gerçekleştiriyor. Bu ülkedeki ekonomik göstergeler Avrupa ülkeleri tarafından da yakından takip ediliyor. Ham maddeler ve sanayi ürünleri başta olmak üzere dünyanın en büyük alıcısı olan Çin'den gelen negatif veriler ihracatçı ülkeleri de vuruyor. Dünyanın ikinci büyük ekonomisindeki yavaşlama Avrupa ülkeleri arasında İngiltere ile birlikte daha çok Almanya'yı etkiliyor. Baader Bank'tan sermaye piyasaları

analisti Borbert Halver Almanya'yı kötü günlerin beklediğini söylüyor: "Çin dünya ekonomisi için kesinlikle çok önemli. Şuan itibarıyla görüyoruz ki hız kaybediyor. Gelişmeler özellikle Çin'e ithalat ve ihracat yapan Almanya için negatif bir durum." Avrupa'nın en büyük ekonomisi, 2015 yılında Çin'e yaklaşık 75 milyar Euro'luk ihracat gerçekleştirdi. Çin'de ekonomik büyümedeki gerileme çoğunlukla Alman makine sanayisini ve otomotiv sektörünü etkiliyor.



ÖZEL SEKTÖRE FİNANSMANDA YENİ 'ASYA KAPISI'

Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, Türkiye'nin Asya ülkeleriyle işbirliğini geliştirmek, özel sektörün büyük altyapı projelerinde finansmandan faydalanmasını sağlamak ve bölgesel projelerde aktif rol alması için Asya

Altyapı Yatırım Bankasına (AAYB) üye olduğunu belirtti. Şimşek, yaptığı değerlendirmede, söz konusu bankanın kurulması çalışmalarının, Çin'in girişimleriyle Ekim 2014'te başladığını, kuruluş anlaşmasının başta Çin, Almanya, Güney Kore, Avustralya ve

İngiltere olmak üzere yeterli sayıda ülke ile onayla 25 Aralık 2015'te yürürlüğe girdiğini hatırlattı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "Asya Altyapı Yatırım Bankası Kuruluş Anlaşmasının Onaylanmasının Uygun Bulduğuna Dair Kanun"u onayladığını ve kararın 12 Ocak'ta Resmi Gazete'de yayımlandığını söyleyen Şimşek, merkezi Pekin'de olan ve toplam 57 üyeli bankanın faaliyetlerine başladığını bildirdi. Türkiye'nin AAYB'nin Pekin'de yapılacak Gubernörler Kurulu açılış toplantısına "bölgesel ve kurucu üye" statüsünde katılım sağlanacağını belirten Şimşek, Türkiye'nin uluslararası siyasi ve ekonomi politikaların gereği olarak Asya ülkeleriyle işbirliğini geliştirmek ve özel sektörün banka imkanlarından faydalanmasını temin etmek amacıyla üye olduğunu kaydetti.



ZAYIFLAYAN YUAN, ÇİN'İN LEHİNE

Çin'in dış ticaret kapasitesi Aralık 2015'te beklenenin altında düştü. İhracat bir yıl önce aynı aya kıyasla yüzde 1.4 geriledi. Ankete katılan ekonomistler Çin'de kasım ayında yüzde 6.8 gerileyen ihracatın aralık ayında yüzde 8 düşeceğini tahmin ediyorlardı. Dünyanın en büyük ikinci ekonomisinde, geçen ay ithalat da beklentilerin altında, yüzde 7.6 geriledi. Bu düşüş kasım ayında yüzde 8.7 olarak kaydedilmişti. Veriler, hükümetin para politikası araçları ile müdahalesi sonucu zayıflayan Yuan'ın, küresel ticarete Çin'in lehine bir durum yaratmış olabileceği şeklinde yorumlandı.



ÇİN'İN İHRACATI HAREKETLENDİ

Çin'in ihracatı aralık ayında bir önceki yıla göre yüzde 1.4 düşerken, hem uzmanların yüzde 8'lik düşüş beklentilerinden hem de kasım ayının yüzde 6.8'lik düşüşünden daha iyi bir performans gösterdi. Bu arada ihracat yılın son ayında yuan bazında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 2.3 artış gösterdi. Şaşırtıcı veriler, Çin'in geçtiğimiz

yıl yuanda sert bir değer kaybına izin vermesinin ticarete olumlu yansımış olabileceği sinyallerini verdi. Yuandaki değer kaybı 2016 yılında da devam etti. İthalat da yüzde 7.6 ile üst üste 14. ay düşse de bu düşüş beklentilerin altında gerçekleşti. Ekonomistler kasım ayında yüzde 8.7 düşen Çin ithalatının aralıkta yüzde 11.5 düşmesini bekliyorlardı.

Arzu KAPROL

MODA TASARIMCISI

“Tasarım, kendimi ifade etme yöntemim”

“Tasarım yapmak, benim hayatta kendimi ifade etme yöntemim” diyen Arzu Kaprol, ünü Türkiye sınırlarını aşan moda tasarımcısı... Mimar Sinan Üniversitesi Moda Konfeksiyon Bölümü’nden mezun olan Arzu Kaprol, couture eğitimi için Paris American Academy’de Perfectionnement programını tamamladı. Beymen Academia “Avant-Garde Tasarımcı” ödülü ile moda dünyasının kapılarını aralayan tasarımcı, günümüzde Paris Moda Haftası tarafından resmi davetler alan bir tasarımcı. “Bir tasarımcı olarak zamanın ruhunu, kendi algı süzgecimden geçirerek kıyafetler yoluyla ifade ediyorum” diyen Arzu Kaprol’un tasarımları Meg Ryan, Milla Jovovich, Gisele Bündchen ve Chanel Iman gibi dünyaca ünlü isimlerin tercihi oldu.





Yenilik *emr*'inizde

Emr Elite



EMR FERMUAR A. Ş.

EMR FERMUAR FABRİKA : Akçaburgaz Mh. 81.Sk. No.1 Esenyurt / İSTANBUL Tel: 0212 886 69 70 Fax: 0212 886 85 64(Planlama) – 0212 886 69 79 (pazarlama) fabrika@emrfermuar.com www.emrfermuar.com

EMR DÜĞME FABRİKA : Akçaburgaz Mh. 26. Sk No.30 Esenyurt /İSTANBUL Tel: 0212 886 69 70 Fax : 0212 886 54 80 (düğme planlama)

İLERİ FERMUAR / MERCAN : Mercan yokuşu No.57 Eminönü / İSTANBUL Tel : 0212 513 11 07- 513 72 39 Fax : 0212 511 71 97 mercan@emrfermuar.com

EMR OSMANBEY : Cumhuriyet Mh. Nakiye Elgin Sk. Nakiye Elgün Sk. Şişli / İstanbul

EMR FERMUAR/İZMİR : 1329 Sk. No:2 Çankaya /İZMİR Tel : 0232 445 24 44 Fax : 0232 445 41 44 emrfermuarizmir@hotmail.com

EMR FERMUAR/ ROMANYA : Turcia Sucursala Saftica Strada Fermei, No:2, Saftica, udet ilfov / Romania 077017 Tel : +40 21 337 02 70 - 21 337 02 80

EMR Fermuar-MOSKOVA : Россия, 115088, г. Москва, ул. Угрешская, д. 2, стр. 31 Тел./факс +7 495 665 64 30, моб. +7 926 795 60 50 moscow@emrfermuar.com

EMR BEYAZ KIEV : Украина ул.Магнитогорская 1, г.Киев , Украина Tel : +38 044 361 76 55 - моб : +38 097 755 05 33

www.emrfermuar.com fabrika@emrfermuar.com



Ümit ZAIM

DERİMOD KURUCUSU

“Benim için en önemli şey tutku”

40 yıllık serüveniyle hem Türkiye’de hem de yurt dışında hizmet verdiği mağazalarıyla büyümeye devam eden Derimod’un bu başarısının arkasındaki isim hiç şüphesiz Ümit Zaim. “Benim için en önemli şey tutku” diyen duayen işadamı için tutkunun adı “deri”. Kız kardeşi Zerrin Zaim ile birlikte kurduğu Derimod’un, bugün ayakkabıda en önemli markalardan biri oldu. Derimod, yurtiçinde 115, yurtdışında ise Rusya’da 9, İran’da 4, Suudi Arabistan’da 4 mağazası bulunuyor. Aynı zamanda sektörde de birçok “ilklerin” sahibi.



Stretching Beyond

Color+

creora® Color+ Naylonlu karışımlarda mükemmel boya haslığı için boyanabilir spandeks.

ecō-soft

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

Black

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

PowerFit

creora® Power Fit Yüksek dereceli sıkıştırma ve kuvvet için geliştirilmiş spandeks.


creora®
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr.Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

www.creora.co.kr

Ahmet ÖKSÜZ

KİPAŞ HOLDİNG YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Türk tekstili için çeşitlilik büyük bir avantaj”

Kipaş Holding, bünyesindeki firmalarla birçok farklı sektörde olduğu gibi tekstilde de Türkiye'nin en büyükleri arasında yer alıyor. Bu oluşumun içerisinde yer alan Kipaş Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Lee Cooper Türkiye Başkanı Ahmet Öksüz, “Türkiye’de tekstil sektörü içinde kumaş sektörünün önemi çok büyük. Bunun sebebi kumaşın önemli bir ihracat ürünü olmasının yanında aynı zamanda en büyük ihracat kalemi olan konfeksiyonun hammaddesini oluşturuyor olmasıdır” diyor ve ekliyor; “Hızlı ve esnek olabilme ile çeşitlilik, Türk tekstili için büyük bir avantaj.”



TEKNOLOJİNİN MODASI

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



Live ERP

İş Çözümleri Platformu



Live e-Defter

Sentez Live e-Defter



Live e-Fatura

Sentez Live e-Fatura



Live e-Arşiv

Sentez Live e-Arşiv



Live VOGUE

Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



Live DYE

Tekstil Terbiye Takip Sistemi



Live WEAVE

Dokuma Üretim Takip Sistemi



Live KNIT

Kumaş Üretim Takip Sistemi



Live YARN

İplik Üretim Takip Sistemi



Live POSITIVE

Satış Yönetim Sistemi



Live SHOP

Satış Noktası Yönetimi



www.sentez.com



www.twitter.com/SentezYazilim



www.facebook.com/SentezYazilim



Ayşen ZAMANPUR

SILK & CASHMERE KURUCUSU

Doğuştan global bir marka

Silk & Cashmere markasının kurucusu Ayşen Zamanpur, iş hayatında kadınlara örnek bir isim... Başarısının sırrını, "Hiçbir zaman başarılı olduk bitti diye görmemek ve çok sağlam marka bilincine sahip ekip, ekip, ekip" diye tekrarlıyor. Silk & Cashmere markasının "born global" yani doğuştan global olduğunu söyleyen Ayşen Zamanpur, "Markamız 18 kez lisans ve yüksek lisans tez ve sayısız defa vaka çalışmasına konu oldu. İlk mağazasını kendi ülkesi dışında Zürih'de açtı. Dünyada bunu yapan marka sayısı binde birin altında" diyor.





**ÇOCUKLARIMIZ
KALABALIKLARDA
KAYBOLMASIN!**

ASİL OKULLARI BUTİK OKUL KONSEPTİYLE

MERTER'de

Anasınıfı - ilkokul - Ortaokul



asil okullari
Anasınıfı - ilkokul - Ortaokul

Bizi Sosyal Medyada
Takip Edebilirsiniz @asilkoleji



444 61 70

E-5 Üstü MERTER / İSTANBUL
www.asilkoleji.com



İHRACATÇILAR AR-GE DESTEĞİ İSTEDİ

TİM Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ev sahipliğinde Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık'ın katılımıyla gerçekleştirildi. 22 Ocak Cuma günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen toplantıya 26 sektör ve dört bölgesel birliğin başkanları ile yönetim kurulu üyeleri katılarak Bakan Işık'a ihracatla ilgili sıkıntılarını, beklentilerini ve çözüm önerilerini anlattı. Toplantıda İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, tekstil ve deri sektörlerinin taleplerini aktardılar.

Toplantıda yaptığı konuşmada "Hem ekonomik hem de diplomatik açıdan ihracatçıların önünü açmaya bundan sonra da devam edeceğiz" diyen Fikri Işık, konuşmasına şöyle devam etti: "Zira ihracatçılarımızın bu ülke için ne kadar büyük bir değer ürettiklerinin farkındayız. Türk ihracatçısı, risk alabilen, değişikliklere hızlı cevap verebilen özellikleri ile küresel rakiplerinden ayrışıyor. Hükümetimiz ve reel sektörümüzün işbirliği ile 2002'de 36 milyar dolardan aldığımız ihracatı, 2014 yılında 158 milyar dolara çıkardık. Çok daha önemlisi ihracatımızı

nitelik anlamında da geliştirdik, iyileştirdik." Toplantıda TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, daha önce Hükümet'in açıkladığı Eylem Planı ve Ar-Ge Reform Paketi'nde ihracatçıların 13 talebine yer verildiğini, bu gelişmenin yüksek katma değer ortaya koyabilecekleri ciddi bir dönüşüme olanak sağlayacağını söyledi. Büyükekşi, Ar-Ge harcamalarının ilk kez 2014 yılında GSYİH'ya oranının yüzde 1,02

seviyesine ulaştığını dile getirerek, "Ar-Ge harcaması 2014 yılında bir önceki yıla göre yüzde 18.8 artarak 17,6 milyar dolara yükseldi. 2023 hedeflerinde Ar-Ge harcamalarının GSYİH'nın yüzde 3'üne çıkmasını öngörüyoruz. Bu noktada özel sektörün toplam Ar-Ge harcamalarının büyük kısmını üstleneceğine inanıyoruz. Keza Ar-Ge hedefleri Türkiye için bir ölüm kalım meselesi" şeklinde konuştu.



İsmail GÜLLE
İTKİB Başkanı



Mustafa ŞENOCAK
İDMİB Başkanı

İTHİB, TEKSTİLCİLERİ TOKYO'YA ÇAĞIRIYOR

İTHİB tarafından ilk defa Milli Katılım Organizasyonu düzenlenecek Interior Lifestyle Tokyo Fuarı; katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli açısından Japonya'da düzenlenen en büyük ev tekstili ve dekorasyon fuarı konumunda. 1-3 Haziran 2016 tarihleri arasında düzenlenecek fuar özellikle

Asya pazarına giriş için önemli bir organizasyon konumunda. Fuar tekstil alıcıları, acenteler ve tasarımcılar tarafından yakından takip ediliyor. Fuar başta Japon markaları olmak üzere Türkiye, Fransa, Almanya, İtalya, Portekiz ve Litvanya gibi ülkelerden pek çok firma katılıyor.





EL HALISINDA ADİL TİCARET

Türk halı kültürünü yaşatmak ve daha ileriye taşımak için birçok çalışma gerçekleştiren İHİB, özellikle halı dokumacılarına yönelik çalışmaları kapsamında dünyanın önde gelen sosyal sorumluluk projelerinden STEP firması yöneticileriyle bir görüşme gerçekleştirdi. 28 Ocak 2016 tarihinde İTKİB binasında yapılan toplantıya İHİB Başkanı Uğur Uysal ve İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nihat Yıldız ve Bülent Metin de katıldı. STEP Genel Müdürü Reto Aschwanden ve STEP üye ülke temsilcilerinin de yer aldığı toplantıda, Genel Müdür Aschwanden tarafından STEP'in tanıtımı, vizyon ve misyonu üzerine bir sunum gerçekleştirildi. Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, STEP tarafından, Türkiye'de de bir ofis açılması için İHİB'den destek talep edildi. İHİB Yönetimi, yapılan ön toplantının ardından, konunun Yönetim Kurulu Toplantısında değerlendirileceği konusunda karara vardı. STEP, halı sektörünün sürdürülebilir bir yapıya kavuşması amacıyla, STEP sertifikası sahibi bayiiler arasındaki tedarik zinciri içindeki çalışma ve yaşam koşullarını yükseltmeyi hedefliyor. Bu amaçla, birçok bölge ve ülkede çalışmalar yürüten STEP, çalışmaları için devlet kurumları ve STK'lar ile işbirliği içinde çalışıyor. Halı dokumacılığının, düşük gelirli sosyal sınıflar tarafından yürütülen ve küçük işletmelerde sürdürülen

zor bir iş kolu olarak desteğe ihtiyaç duyduğu düşüncesiyle hareket eden STEP, bu sektör içinde yer alan dokumacılar ve diğer çalışanların koşullarını iyileştirerek sektöre genel ekonomiye fayda sağlar bir

boyut kazandırmayı hedefliyor. Tüm dünya çapında halı sektöründe adil ticaret yapılmasını amaçlayan STEP, 1995 yılında İsviçre'de kuruldu. Kar amacı gütmeyen ve ticari hedefleri olmayan kuruluş, çalışma

standartları, adil ücret, çevreci ürünler ve çocuk işçiler konularına eğilerek bir standart oluşturmayı ve tavsiye ve desteklerle halı üretiminde ileri bir aşamaya geçilmesini hedefliyor.

PV İSTANBUL, DÖRDÜNCÜ BULUŞMAYA HAZIRLANIYOR

Premiere Vision, İstanbul'daki dördüncü edisyonunda bir kez daha moda severleri ve tekstil sektörünün uzman firmalarını bir araya getirmeye hazırlanıyor. 23-25 Mart tarihleri arasında CNR Expo'da gerçekleştirilecek fuara pek çok ülkeden alanının önde gelen iplik, kumaş, aksesuar, desen, hazır giyim üreticileri ve trend ofisleri katılımcı olarak yer alacak. Premiere Vision'un uzman moda ekibi, yeni sezon trendlerinin şifrelerini bir kez daha moda severler için çözecek. Diğer yandan, dünya çapındaki tüm Premiere Vision'larda aynı anda başlatılan "marka elçiliği ve tanıtım yüzü" projesi kapsamında Premiere Vision İstanbul'un yeni yüzü dünyaca tanınan yetenekli Moda Tasarımcısı Bora Aksu olmuştur. Bora Aksu, Ekim 2015'te Arzu Kaprol ile yapılan başarılı işbirliğinin ardından Mart 2016 Fuarı'nın marka elçisi olarak seçilmişti. Dünyanın dört bir tarafından profesyonel tekstil alıcılarını ağırlayacak Premiere Vision İstanbul, mart ayında kapılarını açacak.





İHRACATÇILARDAN BAKANLARA ZİYARET

Mehmet Büyükeksi başkanlığındaki TİM heyeti, Bakanlar Kurulu Üyelerine yönelik ziyaretlerine devam ediyor. Ziyaretlerde yer alan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Güle ve İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, tekstil, hazır giyim ve deri sektörünün hükümetten beklentilerini bakanlara aktardı.

TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi ve Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan bir heyet yeni kabine üyelerine hayırlı olsun ziyaretlerinde bulunuyor. 28 Kasım 2015'te Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş'ı ziyaret eden TİM Heyeti, ardından 7 Aralık 2015'te Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, Maliye Bakanı Naci Ağbal ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık'ı; 16 Aralık 2015'te Hükümet Sözcüsü ve Başbakan Yardımcısı Prof. Dr. Numan Kurtulmuş, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Süleyman Soylu, Gençlik ve Spor Bakanı Akif Çağatay Kılıç, Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz,

Kültür ve Turizm Bakanı Mahir Ünal'ı; 6 Ocak'ta ise Başbakan Yardımcısı Lütfi Elvan, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Sema Ramazanoğlu, Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel Eroğlu, Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik ve Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Berat Albayrak'ı makamların-

da ziyaret ederek, ihracatçıların ilgili bakanlıklarla olan sorunlarını ilettiler. Ziyaretlerde, yeni dönemde Türkiye'nin hızlı büyüyen, ihracata ve sanayiye odaklanan stratejiyi hayata geçirmesini ümit ettiklerini vurgulayan TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, 1 Kasım seçimlerinden istikrarın çıkmış olmasının iş dünyası için bir müjde olduğunun altını çizdi.

İhracat için en etkin çalışma yapılacak

TİM Heyeti'nin ziyaretinde ihracatçıların talep ve beklentilerini dinleyen Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş, ihracatın Türkiye sanayisine can verdiğini, üretimi besleyerek büyümenin motoru olduğunu vurgulayarak, "Yaşanmakta olan ve yaşanması muhtemel olası sorunlara yönelik fikir teatisin-



Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek



Hükümet Sözcüsü ve Başbakan Yard. Prof. Dr. Numan Kurtulmuş

de bulunduğumuz bu verimli toplantılara bundan sonra da devam edeceğiz ve ihracat gemisine sektörlerimizin beklentisi ile yol vereceğiz” ifadelerini kullandı. Bakan Elitaş, ihracatçı sektörlerin sorunlarını ele almak üzere devletin tüm mekanizmalarıyla seferber olduğu, enstrümanları en etkin şekilde kullanmak üzere çalışmalar yaptıkları bilgisini de paylaştı ve “Tüm ilgili Bakanlıkların en üst düzey yetkililerinin bir araya geldiği değerlendirme toplantıları yapıyoruz. Ekonomi Bakanlığı’nca yapılan tüm tespitler ve ihracatçılarımızın dile getirdiği çözüm önerileri de bu platforma taşınmış durumda” değerlendirmesinde bulundu.

Türkiye’nin üretici gücü artacak

Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş, Çankaya Köşkü’nde yaptığı kabul konuşmasında, Türkiye’nin 1 Kasım seçimleriyle birlikte yeni bir döneme girdiğini belirtti ve Türkiye’nin önünde dört yıl seçim olmadığını vurgulayarak, “Bundan sonra milletimizle birlikte Türkiye’nin üretici gücünü daha fazla artıracak bir ekonomik programı uygulayacağız” ifadesini kullandı. Türkiye’nin mali disiplinden vazgeçmeyeceği ve makro istikrarın bozulmasına fırsat vermeyeceğini belirten Kurtulmuş, ekonomik potansiyeli artıracak adımların atılacağını, daha çok üreten, istihdam yaratan ve ihracat yapan bir Türkiye hedeflediklerini dile getirdi. Numan Kurtulmuş, Türkiye’nin yüksek teknoloji ürünlerini üreten, satan ve rekabet edebilir bir



Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri İslık



Maliye Bakanı Naci Ağbal



Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Süleyman Soylu

ülke olacağını altını çizirken, KOBİ’lerin, sanayicilerin, tarım sektörünün, ailelerin ve gençlerin güçlü şekilde ekonomik süreçlere katılımını sağlayacak reform tedbirlerini aldıklarını söyledi. “Henüz süper lige çıkmadık, playoff’tayız. Playoff’tan Türkiye’nin süper lige çıkması lazım” diyerek de-

vam eden Numan Kurtulmuş, dünyanın 10 büyük ekonomisinden biri olma hedefinde yürürken siyasi istikrarın da kuvvetli olması gerekliliğine işaret etti.

Reformlar 2016’da devam edecek

Kalkınma Bakanı Cevdet

Yılmaz ise seçimlerle ortaya çıkan tablonun Türkiye için önem taşıdığını ifade ederek, “Siyasi istikrar ve reformların bir araya gelmesiyle yatırımların ve büyümenin önü açılmış oluyor” dedi. Türkiye’nin 2015 yılı üçüncü çeyreğine ilişkin açıklanan büyüme verilerine de değinen Bakan



Başbakan Yardımcısı Lütfi Elvan



Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Sema Ramazanoğlu



Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz



Kültür ve Turizm Bakanı Mahir Ünal



Gençlik ve Spor Bakanı Akif Çağatay Kılıç

Cevdet Yılmaz; “Büyüme, beklentilerin oldukça üzerinde bir performans gösterdi; üstelik seçimlerden önceki konjonktürde... Dolayısıyla önümüzdeki dönem büyüme açısından da daha olumlu bir perspektife sahibiz. Belirsizliklerin azaldığı, reformların hızlandığı bir ortamda 2016 çok daha iyi bir yıl olacak. Önümüzdeki dönem de rekabetçi bir yapı içinde bir taraftan yüksek teknolojiye doğru dönüşen bir ekonomiyi, diğer taraftan da istihdam üreten sektörlerimizin korunduğu ve geliştirildiği bir ekonomik yapıyı oluşturmalıyız. İkisini aynı anda başarmamız gerekiyor. Bundan sonraki dönemde de büyüme odaklı politikalarımızı devam ettireceğiz” değerlendirmesinde bulundu.

Reformların hızlanmasıyla 2016 çok daha iyi bir yıl olacak

64'üncü Hükümette yeniden Gençlik ve Spor Bakanlığı görevini üstlenen Bakan Akif Çağatay Kılıç, TİM Heyeti'nin ziyaretinde, reformların hızlanmasıyla 2016'nın çok daha iyi bir yıl olacağına değinirken, Türkiye ekonomisi için olumlu perspektife sahip olduklarını belirterek siyasi belirsizliklerin kalktığı, istikrarın pekiştiği bir döneme girildiğini vurguladı.

Başbakan Yardımcısı Lütfi Elvan, TİM Heyeti'nin ziyaretinde yaptığı konuşmada, “Reformlarımızda fiili olarak maddelerin yüzde 25'ini, vaatlerin ise yüzde 30'unu gerçekleştirmiş durumdayız”



Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci

vurgusunda bulundu ve reform sürecinin devam ettiğini belirterek, Türkiye'nin çok önemli bir süreçten geçtiğini, bu süreçte reformlara devam edeceklerini kaydetti. Özellikle AB ile ilişkilerde önem arz eden bazı düzenlemelerin de Mart ayı sonuna kadar hayata geçirileceğini ifade eden Bakan Lütfi Elvan, Ekim 2016 itibarıyla AB'ye girişlerde vize sorununun tamamen ortadan kalkacağını umut ettiğini bildirdi.

İhracatçılar tecrübelerini paylaştı

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik ise ziyarette Türkiye-Rusya arasında süren krize ilişkin görüşlerini aktardı ve Rus yetkililerin iki ülke ilişkilerinin normale dönüşü konusunda gerekli adımları atacağına inandığını belirtti. "Türkiye, Rusya'dan ithal ettiği ürünler konusunda Rusya'ya mahkûm değil" diyerek devam eden Bakan Faruk Çelik, çalışma sistemlerinin diyalog esası olduğunu belirterek, TİM'in tecrübelerinden bakanlık olarak istifade etmeye devam edeceklerini söyledi. İhracat ve üretimin önemine de işaret eden Faruk Çelik, "Burada arzın ne olduğu çok önemli ama eğer talep oluşturamıyorsanız, özellikle ihracat anlamında gerekli alternatif piyasalar oluşmasında gayret göstermiyorsanız, o zaman arzınız başka sorunlarla sizin karşınıza çıkıyor. Nitekim Rusya ile olan ithalat ve ihracat durumumuzda meydana gelen tıkanıklığın oluşturduğu sıkıntıları hep beraber yaşıyoruz" dedi.



Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel Eroğlu



Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu



Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik



Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Berat Albayrak

DERİ İHRACATINDA HEDEF YENİ PAZARLAR



İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, düzenlediği basın toplantısıyla 2015 ihracatını değerlendirerek, sektörün 2016 hedeflerini açıkladı. Deri sektörü 2015 yılında yüzde 20 azalan ihracatına karşın 2016 yılı hedefine ABD, AB ve Uzakdoğu ülkelerini almış durumda.



Basın mensupları ile 13 Ocak 2006 Çarşamba günü bir araya gelen İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye'nin deri sektöründe dünyanın en büyük 11. tedarikçisi olduğunu vurgulayarak, sektörün küresel ölçekte mevcut potansiyelini kullanamadığını söyledi. Dünyanın en büyük ithalatçılarına hala yeterince ürün satamadıklarını belirten Şenocak, "En büyük deri ithalatı yapan ülkelerde Türkiye'nin payı yok denecek kadar az. Dünyanın toplam ithalat hacmi 250 milyar dolar. 2014 yılında 40,6 milyar dolar ile dünyanın en büyük ithalatçısı olan ABD'de Türkiye'nin pazar payı sadece binde

1, Almanya'da ise binde 9, en iyi durumda olduğumuz İtalya'da yüzde 1,2. Bu sorun deri konfeksiyon hariç tüm alt sektörlerimizde de geçerli. Rusya ve çevre ülkelerde kaybettiğimiz pazar payımızı ABD, Afrika, Kanada, AB ülkeleri, Japonya, Güney Kore gibi dünyanın en büyük deri ithalatçısı olan ülkelerle kapatacağız. Bu pazarlara yönelik gerçekleştireceğimiz tanıtım faaliyetleri, ticaret heyetleri ve fuarlarla etkinliğimizi artıracamız" diye konuştu.

Rusya pazarı yüzde 50 daraldı

Rusya pazarındaki son duruma değinen Mustafa Şenocak, "Rusya pazarındaki düşüş, sektörü olumsuz etkileyen en

önemli faktör. 2015 yılında Rusya'ya ihracatımız nerdeyse yüzde 50 düşerek, 235 milyon dolara geriledi. Rusya'daki olumsuz gelişmenin nedeni sadece son dönemdeki siyasi sorunlardan kaynaklanmıyor. 2013 yılından itibaren dünyadaki parasal daralmadan petrol fiyatlarındaki düşüşten dolayı Rusya'da bir gelir kaybı oldu. Bu nedenle Rusya pazarında sektörümüz ürünlerinde ciddi bir talep daralması yaşandı. Yaşanan siyasi gelişmeler de son belirleyici nokta oldu. Ancak bütün bu olumsuzluklara rağmen potansiyel olarak Rusya'nın önümüzdeki yıllarda bizim için önemli bir pazar olma niteliğini taşımaya devam edeceğini düşünüyoruz" dedi.

Sektör haksız rekabet ile de mücadele ediyor

Son yıllarda ihracat pazarlarında yaşanan sıkıntıların yanında sektör olarak Çin, Hindistan ve Pakistan gibi ülkelerden yapılan ithalattan kaynaklanan haksız rekabet ile de mücadele ettiklerini belirten Şenocak Şunları söyledi: "2014 yılında ayakkabı ithalatına getirilen ilave vergiler sayesinde ayakkabı sektörümüz genel konjonktörel olumsuzluklardan görece en az etkilenen sektör olmuştur. Vergiler sayesinde yerli ayakkabı üreticilerimiz ayakta kalmış dolayısıyla istihdamdaki düşüş diğer alt sektörlerle göre daha az olmuştur. Bunun yanı sıra ucuz olduğu kadar kalitesiz ve sağlıksız olan ithalatın da engellenmesiyle tüketicilerimiz de korunmuştur. Ancak deri konfeksiyon alt sektörümüzde ucuz ve sağlıksız ürün ithalatından kaynaklanan haksız rekabet baskısı devam etmektedir. 2014 yılında 80 milyon dolarlık deri ceket

ithalatı yapılmış, ithalatta artış yüzde 21 gibi yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Buna karşın ülkemizde yüksek kaliteli deri ceket üreten firmalarımız kapasitelerinin yüzde 10'unu kullanabilmişlerdir. Deri Konfeksiyon sektörü olarak sağlıklı rekabete karşı değil ancak Çin'den gelen ucuz ve sağlıksız ürünlerle rekabet etmemiz hem mümkün değil. Bu nedenle Söz konusu ülkelerden yapılan ithalatın yerli üretim üzerinde yapmış olduğu tahribatın önlenmesi amacıyla Ekonomi Bakanlığı tarafından gerekli tedbirlerin alınması yönünde girişimlerimiz devam etmektedir. Bu kapsamda özellikle üçüncü ülkelerden yapılan deri konfeksiyon ürünlerinin ithalatına ilave gümrük vergisi getirilmesini talep ediyoruz.

Sorunlar ekonomi yönetimine aktarıldı

Dünyada ve bölgede yaşanan ekonomik durgunluk ve sıkıntılardan dolayı daralan piyasa

Hedef EN BÜYÜK pazarlar

Deri ithalatı yapan en büyük ülkelerde Türkiye'nin payı yok denecek gibi. 40 milyar dolar ile dünyanın en büyük deri ithalatçısı olan ABD'de Türkiye'nin payı binde 1, Almanya'da ise binde 9 oranında. En iyi durumda olduğumuz İtalya'da ise bu oran yüzde 1,2. Bu sorun alt sektörlerin büyük bölümünde geçerli.



Türk deri sektörü dünyanın

11. tedarikçisi

2015 yılında deri ihracatı %21,3 düşüşle

1,5 milyar \$ oldu.

Geçen yıl deri ve deri ürünlerinin toplam ihracat içindeki payı

%1 oldu.

Rusya'ya deri ihracatı geçen yıl % 46,8 düşerek,

235 milyon \$ oldu.

En fazla deri ihracatı yapılan ikinci ülke olan Irak'a ihracat

%7,7 artışla **130** milyon \$ oldu.



Mustafa ŞENOCAK
İDMİB Başkanı

Dünyanın en büyük deri ithalatçısı ülkelere yönelik gerçekleştireceğimiz tanıtım faaliyetleri, ticaret heyetleri ve fuarlarla etkinliğimizi artıracğız.

için bu geçiş dönemini en az zararla atlatabilmek adına ekonomi yönetiminden bazı taleplerde bulduklarını belirten Şenocak şu açıklamalarda bulundu: "Sektör paydaşları ile yaptığımız görüşmelerden çıkan sorun ve önerilerimizi Ekonomi Bakanlığına arz ettik. Belirlemiş olduğumuz yeni ihracat hedefimiz doğrultusunda üretim yerlerimizi geliştirmemiz ve değiştirmemiz gerekiyor, sektöre faizsiz kredi desteği sağlanması, Eximbank ihracat kredilerinin sürelerinin uzatılması, Rusya'da yatırım yapmış firmaların finansal yükümlülüklerinin yeniden yapılandırılması, özel bankaların teminatlı kredileri geri çağırılmalarının önlenmesi, kamu alacaklarının ertelenmesi, DİR belge kapatmalarında ilave süreye tanınması, ihracata yönelik ürünlerde ÖTV'nin kaldırılması ve geri gelen eşyaya gümrük mevzuatı kapsamında kolaylık sağlanmasını istedik. Bu önerilerimiz yerine getirilirse sektörümüz yaşanan sorunları daha rahat aşacaktır. 1998 ve 2008 yıllarında yaşanan krizleri de sektör olarak atlattığımız gibi bu süreci de başarıyla yöneteceğiz. Bu sürecin doğal bir sonucu olarak firmalarımız Katma Değeri Yüksek Ürünler üreterek daha rekabetçi bir yapıya kavuşacaklar ve pazar çeşitliliğini artıracaklardır. Buna istinaden ihracat hedefimize yaklaşmış olacağız."

REVİZE EDİLEN 2016 - 2018 ORTA VADELİ PROGRAM İHRACATA ODAKLANIYOR

Ekonominin yeni yol haritasını açıklayan Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, 11 Ekim 2015'te açıklanan 2016-2018 dönemi OVP'nin revize edilmiş versiyonunu kamuoyu ile paylaştı.

Ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, Maliye Bakanı Naci Ağbal ve Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz'ın yanı sıra kamu kuruluşlarının üst düzey yöneticilerinin katılımıyla, Kalkınma Bakanlığı Konferans Salonu'nda düzenlediği basın toplantısında Yeni Orta Vadeli Programı (2016-2018) açıkladı. Mehmet Şimşek, 2015 yılında büyümenin yüzde 4 olacağını öngördüklerini, 2016 yılında ise büyümenin yüzde 4,5 civarına ulaşacağını söyledi. Türkiye'nin, temellerini daha da sağlamlaştırarak çok kapsamlı bir OVP ile yoluna devam edeceğini ifade eden Şimşek, "Bu programda mali disiplin, büyüme potansiyelinin artırılması, enflasyonun düşürülmesi, cari açığın daha da düşürülmesi temel öncelikleri oluştur-

maktadır" derken, 2017 ve 2018 yıllarında yüzde 5 büyüme hedeflendiğini, ayrıca özel kesim yatırımları ve yapısal reformlardan kaynaklanan verimlilik artışı beklendiğini dile getirdi. Cari açık/GSYİH'nin 2015'te yüzde 4,4'e düşeceğini öngördüklerini vurgulayan Şimşek, "Cari açık/GSYİH'nin 2016'da yüzde 3,9, 2017'de yüzde 3,7, 2018'de yüzde 3,5 olmasını öngörüyoruz. İhracat ve yurt dışı üretiminin ithalata bağımlılığını azaltıyoruz. Hizmet gelirlerini artırıcı daha kapsamlı bir stratejimiz var" diye konuştu. İşsizlik oranının nispeten yüksek seyrettiğini ancak önümüzdeki dönemde işsizliğin azalma eğilimine gireceğini de ifade eden Şimşek, "İşgücüne katılım ve istihdam oranının sırasıyla 1,3 ve 1,1 puan artmasını öngörüyoruz. İşsizlik oranının OVP dönem



Mehmet ŞİMŞEK
Ekonomiden
Sorumlu Başbakan
Yardımcısı

sonunda yüzde 9,6'ya düşmesini öngörüyoruz" dedi. Diğer yandan, enflasyonun önümüzdeki dönemde tekrar yüzde 5'e doğru inmesi için ne gerekiyorsa yapacaklarını söyleyen Şimşek, "Enflasyonda biz yapısal reform ayağına odaklanacağız. Enflasyonun bu yıl yüzde 7,5, 2017'de yüzde 6 ve 2018'de yüzde 5 olmasını bekliyoruz" derken, OVP hedeflerini gerçekleştirmek adına yapısal reform gündemine sahip olduklarını vurguladı ve söz konusu yapısal reform gündeminin üç boyutunun bulunduğuna işaret etti. Bu doğrultuda, ilk boyutun daha önce kamuoyuyla paylaşılan 25 öncelikli dönüşüm programı olduğunu kaydeden Şimşek, bunun verimliliği, rekabet gücünü, istihdamı artırmak ve Türkiye'nin dışa bağımlılığını azaltmak gibi çok temel hedefleri içerdiğine dikkati çekti. Bu programın halen yürürlükte olduğunu anımsatan Şimşek, 300'e yakın tedbirin hayata geçirildiğinin altını çizdi. Reformun ikinci ayağının ise Başbakan Ahmet Davutoğlu tarafından açıklanan yeni reform programı

olduğuna değinen Şimşek, "Bu siyasi, ekonomik ve sosyal anlamda transformasyonu içeren çok kapsamlı bir makro reform programıdır" derken, reformun üçüncü bileşeninin AB süreci olduğunu belirtti ve bu sürecin, Gümrük Birliği Anlaşması'nın güncellenmesi, vize muafiyeti, yeni fasılların açılması, kurumların kalitesinin iyileştirilmesi ve Avrupa ile entegrasyon sürecinin daha da güçlendirilmesini içeren önemli bir ayak olduğunu ifade etti.

Reform programının amacı Türkiye'ye sınıf atlatmak

2016 Yılı Eylem Planı'na ilişkin değerlendirmelerde de bulunan Şimşek, planın temel amacının, güçlü ve sürdürülebilir büyüme ile Türkiye'nin yüksek gelir seviyesine ulaşması olduğunu söyledi.

Türkiye'nin, AK Parti hükümetleri döneminde, orta-alt gelir grubundan üst-orta gelir grubuna yükseldiğini vurgulayan Şimşek, "Şimdi Türkiye, bu yeni reform programı ile üst gelir grubu

İŞSİZLİK oranının düşmesi

Şimşek, "İşgücüne katılım ve istihdam oranının sırasıyla 1,3 ve 1,1 puan artmasını öngörüyoruz. İşsizlik oranının OVP dönem sonunda yüzde 9,6'ya düşmesini öngörüyoruz" dedi.

BÜYÜME VE ENFLASYON HEDEFLERİ

GSYİH Büyümesi (%)

2014	2015	2016	2017	2018
2,9	4	4,4	5	5

GSYİH (milyar TL)

2014	2015	2016	2017	2018
1,747	1,963	2,207	2,770	-

Kişi Başına Milli Gelir (\$)

2014	2015	2016	2017	2018
10,390	9,286	9,364	10,030	10,659

TÜFE Yıllık Artış Hızı (%)

2014	2015	2016	2017	2018
8,2	8,7	7,5	6	5

İŞGÜCÜ PİYASASI

İstihdam Düzeyi (1000 Kişi)

2014	2015	2016	2017	2018
25.933	26.655	27.292	27.960	28.604

Tarım Dışı İstihdam (1000 Kişi)

2014	2015	2016	2017	2018
20.463	21.157	21.876	22.704	23.522

İstihdam Oranı (%)

2014	2015	2016	2017	2018
45,5	46,1	46,5	46,9	47,4

İşgücüne Katılım Oranı (%)

2014	2015	2016	2017	2018
50,5	51,3	51,7	52,1	52,4

İşsizlik Oranı (%)

2014	2015	2016	2017	2018
9,9	10,2	10,2	9,9	9,6

ülkeler arasına girecektir. Dolayısıyla reform programının esas amacı, Türkiye'ye tekrar sınıf atlatmaktır, güçlü ve sürdürülebilir büyümeyi yakalamaktır" değerlendirmesinde bulundu. Yüksek büyümeden toplumun bütün kesimlerinin faydalanmasının sağlanmasının önemine işaret eden Şimşek, bu anlamda kapsayıcı büyümenin sağlanmasının reformların en önemli amacı olduğunun altını çizdi. Bu kapsamda iş gücü piyasası reformunun önemli olduğunu anlatan Şimşek, bunun içerisinde esnek çalışma modellerinden kıdem tazminatına, özel istihdam bürolarına, iş başı eğitim programlarına, dışarıdan nitelikli iş gücü çekmeye kadar birçok önemli program yer aldığını kaydederken, yatırım ortamının iyileştirilmesinin önemine de işaret ederek, buna ilişkin hazırlanan Ar-Ge paketinin yakında TBMM'ye sevk edileceğini bildirdi.

İhracatçı, hedef büyüten OVP'den memnun

Öte yandan, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi, Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek tarafından açıklanan Orta Vadeli Programı memnuniyetle karşıladıklarını dile getirirken, OVP sonrasında koyulan hedeflere ulaşmak için hükümetin ciddi adımlar atması gerekliliğine işaret etti. Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'in kamuoyuna açıkladığı 2016-2018 Orta Vadeli Program'ı değerlendiren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, OVP kapsamında ihracatın 2016, 2017, 2018 yıllarında sırasıyla 150, 170, 192,5 milyar dolar seviyesinden 155,5, 175,8 ve 201,4 seviyesine yükseltilmiş olmasını memnuniyetle karşıladıklarının altını çizdi. İhracat yönelik hedeflerin yükseltilmesiyle birlikte, net ihracatın büyümeye katkısının da önceki hedeflerde ekisi iken, 11 Ocak 2016 tarihli hedeflerle birlikte 2016-2018 yılları arasında sırasıyla 0,2,

0,5 ve 0,8'e yükseleceğini dile getiren Büyükekşi, TİM olarak OVP'yi, kamu ve özel sektöre hedef koyan ve koyduğu hedeflere yönlendiren, bu hedeflere ulaşılması için her iki tarafa da görevler yükleyen bir belge olarak gördüklerini dile getirdi. "Bu açıdan, açıklanan OVP sonrasında koyulan hedeflere ulaşmak için hükümetimiz tarafından bazı ciddi adımların atılması ekonomimizin ve ihracatımızın gelecek üç yılı için kritik öneme sahip" diyerek devam eden Büyükekşi, Türkiye'nin küresel ticaretteki payının her geçen gün artıyor olmasını anımsatarak, ihracatın büyümeye önemli katkı sağladığını, büyümeyi dengeleyici bir unsur olarak ekonomiye katkı sağladığını ifade etti. TİM Başkanı Büyükekşi, önümüzdeki dönemde Türkiye'nin, ihracatçılara sunduğu ve sunacağı yeni desteklerle ihracatını çok daha yukarı seviyelere taşıyacağına olan inancına vurgu yaparken, dünyada ve ihrac pazarlarında Türkiye'nin payının çok daha yukarılara çıkacağına altını çizdi.

İhracat odaklı büyüme

2016-2018 Orta Vadeli Programına ilişkin olarak "Bundan sonraki süreçte Türkiye ihracat odaklı büyüme patikasına girmeli, her türlü jeopolitik risklere rağmen ihracatını pazar ve mal çeşitlendirmesi yoluyla artırmaya devam etmelidir" değerlendirmesinde bulunan Büyükekşi, son olarak, revize edilen 2016-2018 hedeflerindeki ihracat hedefleri ve net ihracatın büyümeye katkısının beklentilerinin üstüne taşınmasını olumlu karşıladıklarına değindi ve "Büyümemizde net ihracat katkısının sürekli pozitif olması gerektiğini düşünüyoruz. TİM olarak, hükümetin bu denli önemli hedefleri belirlenmiş olması, bizler için hem bir destek ve güven kaynağı hem de bu hedeflerin ulaşılması yolunda gayret gösterme adına bizler açısından güçlü bir motivasyon kaynağıdır" dedi.

ÖDEMELER DENGESİ (MİLYAR \$)

İhracat (FOB)

2014	2015	2016	2017	2018
157,6	143,9	155,5	175,8	201,4

İthalat (CIF)

2014	2015	2016	2017	2018
242,2	207,1	210,7	243,1	273,2

Dış Ticaret Dengesi

2014	2015	2016	2017	2018
-84,6	-63,1	-55,2	-67,2	-71,8

Seyahat Gelirleri

2014	2015	2016	2017	2018
29,6	27	27	29,4	31,8

Cari İşlemler Dengesi

2014	2015	2016	2017	2018
-46,5	-31,7	27	-28,6	-29,9

MERKEZİ YÖNETİM BÜTÇESİ (MİLYAR TL)

Toplam Harcamalar

2014	2015	2016	2017	2018
448,8	506	570,5	618,6	669,3

Faiz Dışı Harcamalar

2014	2015	2016	2017	2018
398,8	453	514,5	559,6	606,3

Faiz Dışı Harcamalar

2014	2015	2016	2017	2018
49,9	53	56	59	63

Toplam Gelirler

2014	2015	2016	2017	2018
425,4	483,4	540,8	593,6	646,2

Bütçe Dengesi

2014	2015	2016	2017	2018
-23,4	-22,6	-29,7	-25	-23,1

POLSAN Düğme, Geniş ürün yelpazesi, Üretimi, Servisi, Kalitesi ve rekabetçi fiyatlarıyla sınırları zorlamaya devam ediyor.

üretim



Servis



Kalite



Fiyat



POLSAN 
BUTTON MANUFACTURING & TRADE CO. INC.

444 1 POL

www.polsanbutton.com.tr

Showroom

MahmutBey Mah. Ordu Cad. Tempo Plaza, No:49 Kat:3
Güneşli, İstanbul / Turkey

Fabrika

Tel: 00 90 216 488 87 87

Fax: 00 90 216 387 52 22

e-mail: pazarlama@polsanbutton.com.tr

HER BOY

örme sanayi ve ticaret a.ş.
knitting products. industry and trade co.



Makina Parkuru

Adet	Marka	Pus	Fine	Y. Kovan	Sistem	Açıklama
5	Pilotelli	26	28	22-26	78	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
5	Pilotelli	30	28	22-24-26-32	90	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
8	Pilotelli	32	28	10-12-24-26-32	96	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
8	Pilotelli	34	28	10-12-14-22-26	102	Açık en Full Elastanlı-Süprem-İki İplik-Lacoste-Krep
1	Monarch	32	28	22	96	Full Elastanlı 4 Çelikli Süprem
1	Orizio	30	26	22	90	Full Elastanlı 4 Çelikli Süprem
1	Orizio	34	28	22-26	102	Full Elastanlı4 Çelikli Süprem-Lacoste-İki İplik
1	Orizio	34	28	20-22-26	102	Full Elastanlı4 Çelikli Süprem-Lacoste-İki İplik
1	Orizio	30	22	20-28	90	Vanize-3 İplik-Elastanlı Süprem Dönüşümlü
1	Orizio	32	22	28	96	Vanize-3 İplik-Elastanlı Süprem Dönüşümlü
1	Orizio	34	22	28	96	Vanize-3 İplik-Elastanlı Süprem Dönüşümlü
1	Orizio	34	17	16	68	Full Elastanlı Interlock Ribana-Selanik



Control Union Certification
LICENCE NUMBER: CU 810917

örme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

Adet	Marka	Pus	Fine	Y. Kovan	Sistem	Açıklama
1	Orizio	34	16	18-20	64	Full Elastanlı Interlock Ribana-Selanik
1	Orizio	36	18	20	72	Full Elastanlı Çelikli Interlok Ribana-Selanik
1	Orizio	36	18	16	72	Full Elastanlı Çelikli Interlok Ribana-Selanik
1	Orizio	36	18	17	72	Full Elastanlı Çelikli Interlok Ribana-Selanik
1	Terrot	36	18		64	Full Elastanlı Çelikli Interlok Ribana-Selanik
1	Terrot	36	18		64	Full Elastanlı Çelikli Interlok Ribana-Selanik
1	Terrot	38	18		90	Full Elastanlı Çelikli Interlok Ribana-Selanik
1	Mayer	32	20	22-28-10	102	Vanize Üç İplik Elastanlı Süprem Dönüşümlü-Diagonal
1	Mayer	34	20	22-28-13	102	Vanize Üç İplik Elastanlı Süprem Dönüşümlü-Diagonal
1	Pai Lung	32	20	22	96	Vanize Üç İplik-Diagonal
1	Pai Lung	32	20	22	96	Vanize Üç İplik-Diagonal
1	Pai Lung	32	13	20	96	Vanize Üç İplik-Diagonal



SURİYELİ ÇOCUK İŞÇİ HABERLERİ KURGU

Türkiye’de uluslararası markalara üretim yapan hazır giyim ve tekstil firmalarının Suriyeli çocuk işçi çalıştırdıklarına dair haberlere sektörden sert tepki geldi. Bu tarz haberlerin Türkiye’nin rakipleri tarafından kasıtlı olarak ortaya atıldığı kaydediliyor.

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, H&M ve Next gibi uluslararası firmalara üretim yapan firmalarda Suriyeli çocuk işçi çalıştırıldığına ilişkin haberlerin Türkiye’nin rakipleri tarafından kasıtlı çıkarıldığını vurgulayarak, bu kurgu habere imza atanları kınadıklarını söyledi. Tanrıverdi, yaptığı açıklamada Türkiye’de çocuk işçi çalıştırılmasının kanunen mümkün olmadığını, iki global marka olan H&M ve Next’in de böyle bir

üretimi kabul edebileceklerine inanmadığını ifade etti.

Türkiye’ye denetimler üst seviyede

“Bu uydurma haberlerle Türkiye’nin üretim, istihdam ve ihracatta lokomotif olan hazır giyim sektörüne zarar vermeye çalışılmasını içime sindiremiyorum” diyen Tanrıverdi, şöyle konuştu: “Uluslararası markaların hepsi çok fazla denetim yapıyorlar. Bu firmalar, Uzakdoğu’daki üreticilere



Türkiye’de Suriyeli
sığınmacı sayısı

2 milyon
244 bin

Türkiye’deki
Suriyelilerin

35 bin’i

üniversite mezunu

150 bin’i

Gaziantep’te olmak
üzere yaklaşık

400 bin

Suriyeli kayıtsız çalışıyor

Şanlıurfa, Hatay,
İstanbul ve
Gaziantep

Suriyelilerin en fazla
olduğu iller

kıyasla Türkiye’de çok daha aşırı denetim mekanizmaları uyguluyorlar. Bu denetimlerde en ufak bir problem tespit edildiğinde üretici firmalarımız bir daha o markalara ihracat yapamıyor. Türkiye’de 35 bin konfeksiyon üreticisi var. Bunların 14 bini ihracat gerçekleştiriyor. İhracat yapan hazır giyim üreticileri bu sıkı denetimlerin ve yaptırımlarının ağırlığı nedeniyle son derece sıkı bir iş disiplini uyguluyorlar. Bu çerçeveden değerlendirildiğinde Türkiye’de en düzenli çalışan sektör konumunda olduğumuzu söyleyebilirim. Çocuk işçi çalıştırma noktasında kim bilgi istiyorsa gelsin verelim. Biz, 14 bin ihracatçı firmamızı tek tek gezdirmeye hazırız. Çamur at izi kalsın yöntemiyle Türkiye’nin lider ihracat sektörüne zarar vermeyi amaçlayanları kınıyorum.”

Türkiye’ye karşı karalama kampanyası

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, Türkiye’nin kaliteli ve standartlara uygun üretim yaptığı için AB’nin 2. büyük üreticisi olduğuna dikkat çekti. Türk firmalarında Suriyeli çocuk işçi çalıştırıldığına ilişkin haberlerin Türkiye’ye karşı yapılmış planlı operasyonun parçası olduğunu belirten Gülle, “Bu tür iddialar 90’lı yıllarda kaldı. Türkiye bu konuları çoktan aştı. Türk tekstil sektörü Avrupa Birliği’nin ikinci büyük üreticisi konumunda. Biz buralara gelmek için son derece gelişmiş teknolojilere yatırımlar yaptık, işyerlerimizde ILO kurallarını çok sıkı bir şekilde uyguladık. Dünya standartlarında, kaliteli ürünler ürettiğimiz için AB bizi tercih ediyor, ucuz işçi çalıştırdığımız için değil. Hal böyle iken ortaya atılan haberler tam bir karalama kampanyasıdır” dedi.

Vasıfsız işçi sorunu Suriyeliler ile çözüyor

Göç İdaresi Genel Müdürlüğü’nün verilerine göre Türkiye’de 2 milyon 244 bin kayıtlı Suriyeli sığınmacı bulunuyor. Bakanlar Kurulu aldığı bir kararla Suriyelilerin Türkiye’de çalışmasına yönelik esasları belirledi. Buna göre,



Hikmet TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı

Çocuk işçi çalıştırma noktasında kim bilgi istiyorsa gelsin verelim. Biz, 14 bin ihracatçı firmamızı tek tek gezdirmeye hazırız. Çamur at izi kalsın yöntemiyle Türkiye’nin lider ihracat sektörüne zarar vermeyi amaçlayanları kınıyorum.



İsmail GÜLLE
İTHİB Başkanı

Global markalar ile iç içe çalışan sektörümüzün çocuk işçi çalıştırdığı iddiaları ile karşı karşıya kalması üzücü. Geçmişte de böyle karalama kampanyaları ile karşılaştık. İddiaların doğru olmadığı ortada ki Türkiye AB’nin ikinci en büyük üreticisi konumunda.

çalışmak isteyen Suriyeliler geçici koruma kayıtlarını yaptıktan 6 ay sonra çalışma izinlerini alabilecek. Mevsimlik tarım veya hayvancılık işlerinde çalışacak geçici koruma sağlanan yabancılar, çalışma izninden muaf olacak.

Karar hazır giyim sektörüne olumlu yansır

Suriyelilere çalışma izni verilmesini değerlendiren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde işsizlik oranının yüksek olmasından dolayı alınacak bu karar, bu bölgelerde işsizliğe olumsuz bir etki yapabilir. Özellikle sanayinin yoğunlaştığı Marmara Bölgesi’nde yaşanan vasıfsız işçi açığına ise bu düzenlemenin olumlu katkı yapacağını söyleyebilirim. Sanayiciler bu bölgede vasıfsız işçi bulmakta zorlanıyorlar. Sadece hazır giyim sektörü değil, demir çelik başta olmak

üzere imalat sanayinde birçok sektör vasıfsız işçi bulmakta zorlanıyor” dedi. Suriye’den Türkiye’ye 2 milyon’un üzerinde insanın geldiğini belirten Tanrıverdi, “Bu insanların gelirleri olmadan insanca bir hayat kurlmaları mümkün değil. İşletmelere de Suriyeliler devamlı iş başvurusunda bulunuyor. Bir kısmı maalesef ki kayıtsız çalışıyor. Tekstil ve hazır giyim sektöründe kayıtsız olarak çok fazla insanın çalıştığını zannemiyorum. Çünkü ihracatçımız mal yaptığı yabancı firmalar tarafından çok sıkı denetleniyor. Özellikle Suriye konusu gündeme geldikten sonra yabancı alıcılar, Suriyeli işçilerin kayıtsız çalışıp çalışmadığını daha sık denetlemeye başladılar. SGK’dan çok, yabancı alıcı firmaların sıkı takibi var. Çünkü kayıt dışı işçi çalıştıran bir yerde üretim yaptırıldığı tespit edildiği takdirde, onların marka imajına zarar verir” dedi.

Suriyeli çalışana YÜZDE 10 kota

Bir işyerinde 100 Türk vatandaşı istihdam ediliyorsa o işyerinde yalnızca 10 Suriyeli çalışabilecek. Bu kota, işyerinin bulunduğu ilde son dört hafta içerisinde çalışma izninin alınacağı işi yapacak Türk vatandaşının bulunmaması halinde uygulanmayacak.

ŞİRKET KURTARMANIN ÜÇ YOLU

Konkordato nedir? Fevkalade Hallerde Mühlet ve Tatil neden hiç uygulanmadı? Borca batık olmayan bir şirket hangi çarelere başvurabilir? Şirket kurtarmanın hukuki üç yolunu sizlerle paylaşıyoruz.

Türk hukukunda birtakım uygulamalar ticari şirketlere yaşadıkları ekonomik buhrandan kurtulabilme adına bir nebze de olsa geçici bir rahatlama sunuyor. Ancak bu uygulamalar hem tam olarak bilinmiyor hem de maalesef uygulanmıyor. Örneğin; bir tekstil firma sahibi iflasa gitmeden önce neler yapılması gerektiğini bilmiyor veya halı şirketinin sahibi alacaklılarına Konkordato teklifinde bulunamıyor. Konuya ilişkin firmaları bilgilendirme adına İTKİB, 21 Ocak tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde "Türk Hukukunda Ticari İşletmelerin Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Hukuki Çareler (Özellikle Şirket Kurtarma)" başlığı altında bir seminer düzenledi. Yargıtay Onursal Üyesi Ali Turhan'ın Moderatörlüğünü yaptığı seminerde Eski Adalet Bakanı Prof. Dr. Selçuk Öztek ile Yargıtay 23. Hukuk Dairesi Başkanı Hamit Dünder gelen katılımcıları bilgilendirdiler.

Uygulamalar neden kullanılmıyor?

Türk hukukunda ticari işletmelerin kurtarılması, iyileştirilmesine yönelik üç tane çare var. Peki, nedir bu çareler? Fevkalade Hallerde Mühlet ve Tatil, Konkordato, Sermaye Şirketlerinin Uzlaşma Suretiyle Yeniden Yapılandırılması. Bu üç çare işlemediği için şirket kurtarmak gayesiyle tasarlanmamış olan 4'üncü hukuki bir çare ön plana çıktı; İflas erteleme. Öncelikle Fevkalade Hallerde Mühlet ve Tatil'i açıklayalım. Türk hukukunda hiç uygulanmadığını söyleyen Eski Adalet Bakanı Prof. Dr. Selçuk

Öztek, karar mekanizmasının Bakanlar Kurulu olduğunu belirtiyor. Prof. Dr. Selçuk Öztek, şöyle devam ediyor: "Bu uygulama 2'ye ayrılır; fevkalade mühlet, fevkalade tatil. Bu uygulama Bakanlar Kurulu'na çok ciddi bazı imkanlar veriyor. 317.maddeye göre; fevkalade hallerde özellikle devamlı iktisadi buhranlarda, ekonomik krizlerde icra vekilleri heyeti (Bakanlar Kurulu) 318'den 320'ye kadar olan maddelerin hükümlerini muayyen bir müddet için- 3ay, 6ay, 1 yıl- bu hallerden müteessir olan mütaka borçlularına, bu bir bölge olabileceği gibi tüm ülke de olabilir, ve bu bütün ekonomiyi kapsayacağı gibi sadece bazı sektörleri de kapsayabilir. Örneğin Bakanlar Kurulu dedi ki "Tekstil sektöründe 6 ay için fevkalade mühlet veriyorum. Bu karar otomatik olarak devreye giriyor. Ne yapmak lazım? İlgili her borçlu mahkemeye müracaat edecek ve mahkemeye durumunu bildirerek fevkalade mühletten yararlanmak istediğini söyleyecek. Mahkeme uygun görürse takipleri durdurabilir. Fevkalade hallerde mühlet uygulayan bakanlar kurulu ülkenin ekonomik krizde olduğunu kabul etmiş olur. Siyasiler bu yüzden bu uygulamayı hiç kullanmadı. Fevkalade hallerde tatil ise salgın hastalık, umumi bir musibet veya harp halinde icra vekillerinin kararıyla memleketin bir kısmında veya bazı iktisadi zümreler lehine belirli bir müddet için icra takipleri durdurulabilir. Buradaki önemli nokta; Bakanlar Kururu karar verir vermez icra takiplerinin duruyor olması. Mahkemeye

başvurma prosedürü yok. Bu kanun İsviçre kökenlidir ve İsviçre’de bir kere kullanılmıştır.”

Kimler başvurabilir?

Bir diğer uygulama ise Konkordato. Bu uygulama da 2’ye ayrılıyor. Adi konkordato ile Malvarlığının Terki Suretiyle Konkordato. 2003 yılında getirilen Malvarlığının Terki Suretiyle Konkordato yine hiç kullanılmayan uygulamalardan biri. Burada firma sahibi fabrikayı alacaklılara bırakır ve tabiri caizse çeketini alıp çıkar. 2003 yılına kadar adi konkordatonun uygulandığını ifade eden Selçuk Öztek, “Borçlu diyor ki, ben sizin alacaklılarınızı ödeyemiyorum. Bana vade tanıyın, faiziyle birlikte ödeyeceğim ama 1 yıl sonra. Buna biz vadeli konkordato diyoruz. Borca batık bir şirket başvuracağı gibi borç ödemedi aciz halde olan bir şirket de başvurabilir. Aktifi borca batık olmayan bir şirket de başvurabilir. Diğer konkordato uygulamalarında böyle değil. Sadece Borca batık şirketler başvurabilir diğerlerine. En çok kullanılan konkordato ise borçlu alacaklılarına der ki, ‘Mal varlığımı bugün alıp paraya çevirseniz bile alacaklarınızın tamamını yine alamazsınız. Alacağınızın yüzde 70’ine razı olun, yüzde 30’unu da affedin. Bu teklif genellikle tek başına olmaz. Vade konkordatosunu da kapsayacak şekilde karma konkordato teklifleri bulunur. Sadece alacağınızın yüzde 70’ine razı olun, yüzde 30’unu da affedin derse bu tenzilat

konkordatosudur. Bunu vadesiz de yapabilir. Ama bizde yüzde 99,99 vade ile birlikte yapılır.”

Varlık içinde yokluk!

Borca batık ve borç ödemedi aciz halde olma hallerine değinen Selçuk Öztek, “Borca batıklık; bir şirketin pasifinin aktifinden fazla olmasıdır” diyor. Yani bir şirketin borçlarının o şirketin mal varlığından fazla olmasıdır. Bu durumun yıllık bilançodan anlaşılacağı, aylık bilançodan anlaşılacağı söyleyen Selçuk Öztek, “Yıllık bilanço bir sonuç açıklama bilançosudur. Şirketin yönetim kurulu bir sıkıntı var deyip muhasebecisine borca batıklık bilançosu hazırla demeli. Eğer borca batıklık bilançosunu hazırlamaz ve bir şekilde şirket iflas ederse şirket yöneticileri icra ve iflas kanunu çerçevesinde hapis cezasına maruz kalabilirler” uyarısında bulunuyor. Ödemedi aciz halinin çok kanıtlandığını söyleyen Selçuk Öztek, burada şirketin aktifinin pasifini ikiye katlayacak kadar fazla olduğuna dikkat çekiyor. Öztek, şöyle açıklıyor: “Şirket borca batık değildir, ama faturaları, kirayı



Prof. Dr. Selçuk ÖZTEK
Eski Adalet Bakanı

Eğer şirket borca batıklık bilançosunu hazırlamaz ve iflas ederse şirket yöneticileri icra ve iflas kanunu çerçevesinde hapis cezasına maruz kalabilir.



Hamit DÜNDAR
Yargıtay 23. Hukuk Dairesi Başkanı

Şirketlerin borca batıklığa düşmemesi için fevkalade haller bakımından şahsi kanaatimce iyi bir muhasebe sistemine sahip olmaları lazım.

hiçbir şeyi ödeyemez. Varlık içinde yokluk demektir. Böyle bir şirketin de iflasını talep etmesi mümkündür. İcra iflas kanununun 178. maddesi bunun için tasarlanmıştır.” Türk hukukundaki son çare ise Borçluların Sermaye Şirketlerinin Uzlaşma Suretiyle Yeniden Yapılandırılması. 2003 yılında kanuna giren uygulama, ABD’de “chapter eleven” dedikleri maddeden esinlenme. Öztek, uygulamanın

çok iyi yönleri olmasına rağmen sistemin çok pahalı olması sebebiyle bu uygulamanın da hiç kullanılmadığını ifade ediyor. İflasın ertelenmesi uygulamasının da bir şirket kurtarma operasyonu olmadığını altını çizen Öztek, “Diğer uygulamalar işlemediği için herkes iflasın ertelenmesi uygulamasına rağbet etti” diyor.

Adımları sağlam atmalı

Yargıtay 23. Hukuk Dairesi Başkanı Hamit Dündar da iflasın ertelenmesinde uygulamada kullanılan yöntemlere ve yaşanan aksaklıklara dair konuştu. “Sermaye şirketleri benim kendi kanaatime göre ülkemizin ekonomik yönden can damarıdır” şeklinde konuşan Hamit Dündar, “Sermaye şirketlerinin öncelikle borca batık olup olmadıkları Türk Ticaret Kanununun 377, 324 maddelerindeki şartlara göre belirlenir. Pasifi aktifini karşılayamayacak durumda olması halinde şirket borca batık olmuş oluyor” diyor. İflasa karar vermekle işin bitmediğini söyleyen Hamit Dündar, şirketleri “Şirketlerimizin borca batıklığa düşmemesi için fevkalade haller bakımından şahsi kanaatimce iyi bir muhasebe sistemine sahip olmaları lazım. Gelirlerini, giderlerini, bağlanmalarını çok iyi yapıp adımlarını sağlam atmaları ve önlerini iyi görmeleri gerekiyor” diye uyarıyor.

Siyasiler tarafından HİÇ KULLANILMADI

Fevkalade Hallerde Mühlet uygulayan Bakanlar Kurulu, ülkenin ekonomik krizde olduğunu kabul etmiş olur. Siyasiler bu yüzden bu uygulamayı tercih etmiyor.



DTK’da düzenlenen seminere İTHB Başkanı İsmail Güllü, İTHB Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir’in yanı sıra sektörde faaliyet gösteren birçok firmanın temsilcileri katılım sağladı.



YENİLENEN FUAR DESTEK LİSTESİ İHRACATI UÇURACAK



Yeni yıl ile birlikte Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'nün desteklediği fuar listesi yenilendi. İhracatçı Milli Katılım, Bireysel Katılım ve Prestijli Fuarlar başlıkları altında olmak üzere birçok fuara katılabilecek.

Uluslararası ticarete büyük önemi olan fuarlara katılım, sektörel bazda ülke ihracatının artışında büyük rol oynuyor. Fuarlara katılım büyük maliyetler olarak firma temsilcilerinin karşısına çıksa da Ekonomi Bakanlığı tarafından sağlanan yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılımlarda sağlanan destekler ile maliyet yükü hafifliyor. Prestijli fuarlar, hedef ülkeler, yurtdışı fuarlar ve bireysel katılımı olmak üzere birçok başlık altında destek veren Bakanlık, aynı zamanda yurt içinde düzenlenen sektörel nitelikli uluslararası fuarlara da destek sağlıyor. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, mal ticaretine ilişkin uluslararası fuarlara firmaların katılımları ve organizatörlerin tanıtım harcamalarını, "Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar

Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin 2009/5 sayılı Tebliğ" kapsamında destekliyor. Bu çerçevede, Ekonomi Bakanlığınca belirlenip ilan edilen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara firmaların bireysel katılımı, bunun yanı sıra, yetkilendirilen organizatörlerce düzenlenen fuarlara milli katılım ve sektöründe önde gelen prestijli fuarlara katılım belirli kalemlerde ve değişen tutarlar da destekleniyor.

Yüzde 75'e varan destek oranları

Katılımcıya fuar bazında ödenecek destek tutarı, yurtdışı fuarın genel nitelikli uluslararası fuara Milli Katılım veya Türk İhracat Ürünleri Fuarı olması halinde 10 bin doları geçmiyor. Sektörel nitelikli uluslararası fuara Milli Katılım, Yabancı Firma Katımlı Sektörel Fuar veya Sektörel Türk

İhracat Ürünleri Fuarı olması halinde ise bu rakam 15 bin doları geçmiyor. Halı, doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, beyaz eşya, endüstriyel mutfak eşyaları ve mücevherat sektöründeki ürünleri sergileyen katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının ise 6 bin doları geçmemek üzere yüzde 50'si katılım bedeline ilaveten destekleniyor. İlave nakliye yukarıda belirtilen sınırlamaya tabi olmadan uygulanıyor. Katılımcının Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) olması durumunda, standta görevlendirilen 50 metrekarelik alana kadar en fazla iki temsilcinin, 50 metrekare üzerinde ise en fazla üç temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları ile katılım bedeli esas alınarak hesaplanan destek tutarını aşmamak kaydıyla organizatöre

ödenen fatura tutarının yüzde 75'i, genel nitelikli fuarlarda 10 bin doları, sektörel nitelikli fuarlarda ise 15 bin doları geçmemek kaydıyla destek kapsamında ödeniyor.

Katılımcının teknik tekstil, gen mühendisliği/biyoteknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, nano teknoloji, yenilenebilir enerji, donanım, bilişim ve elektronik sektöründeki ürünleri sergilemesi durumunda stantta görevlendirilen 50 metrekairelik alana kadar en fazla iki temsilcinin, 50 metrekairelik alan üzerinde ise en fazla üç temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları ile katılım bedeli esas alınarak hesaplanan destek tutarını aşmamak kaydıyla organizatöre ödenen fatura tutarının yüzde 75'i, genel nitelikli fuarlarda 10 bin doları, sektörel nitelikli fuarlarda 15 bin doları geçmemek kaydıyla destek kapsamında katılımcıya ödeniyor.

Defile, reklam panoları, seminer...

Üretici/imalatçı organizasyonlarının katılacağı yurtdışı fuar organizasyonlarında ise stantta görevlendirilen 50 metre-

karelik alana kadar en fazla iki temsilcinin, 50 metrekaire alan üzerinde ise en fazla üç temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları ile katılım bedeli esas alınarak hesaplanan destek tutarını aşmamak kaydıyla organizatöre ödenen fatura tutarının yüzde 75'i, genel nitelikli fuarlarda 10 bin doları, sektörel nitelikli fuarlarda 15 bin doları geçmemek kaydıyla ödeniyor. Yine fuar kapsamında defileler, seminer, basın toplantısı, reklam panoları gibi harcamalar da destek kapsamında değerlendiriliyor. Yurtdışı fuar organizasyonlarında, Bakanlıkça görevlendirilen organizatör tarafından yapılan, birinci fıkra kapsamındaki tanıtım faaliyetlerine yönelik harcamalar, katılımcılara kiralanmış metrekare cinsinden



toplam fuar alanının katılım bedeli ile çarpımı sonucunda bulunacak tutarın yüzde 25'ini geçmemek üzere; yurtdışı fuarın genel nitelikli olması halinde 80 bin dolarına kadar, sektörel nitelikli olması halinde ise 120 bin dolarına kadar yüzde 75 oranında destekten yararlanması sağlanıyor. Yurt-

dışı fuar organizasyonlarında 60'ın üzerinde katılımcı olması halinde, yüzde 25'lik üst limit ise aranmıyor. Sektörel Türk İhrac Ürünleri Fuarları ve sektörel nitelikteki uluslararası fuarlarda, Bakanlığa sunulacak tanıtım projesine verilecek ön uygunluğa istinaden, yurtdışı fuar organizasyonunun, fuar konusu sektörlerin, Türk ihrac ürünlerinin veya katılımcıların tanıtımına yönelik gerçekleştirilecek gösteri/etkinlik/trend alanı harcamaları için 120 bin dolar destek miktarına ilave; proje kapsamında yapılacak harcamaların yüzde 75'ini geçmemek üzere 80 bin dolarına kadar ödeme yapılıyor.

yüzde 25'lik üst LİMİT YOK! Yurtdışı fuar organizasyonlarında 60'ın üzerinde katılımcı olması halinde, yüzde 25'lik üst limit aranmıyor.

MİLLİ FUARLAR

FUAR ADI	BAŞLANGIÇ TARİHİ	BİTİŞ TARİHİ	KONUSU	ŞEHİR	ÜLKE	ORGANİZATÖR	KATILIM BEDELİ	BAŞVURU MERCİİ
London Textile Fair	13/1/2016	14/1/2016	Tekstil ve Tekstil Aksesuarları	Londra	İNGİLTERE	İTKİB	232 EUR	İTKİB
Domotex Halı ve Yer Döşemeleri Fuarı	16/1/2016	19/1/2016	Halı ve Yer Döşemeleri	Hannover	ALMANYA	İTKİB	315 EUR	İTKİB
Munich Fabric Start	2/2/2016	4/2/2016	Kumaş ve Aksesuarları	Münih	ALMANYA	İTKİB	185 EUR	İTKİB
Micam Shoevent 1	14/2/2016	17/2/2016	Ayakkabı	Milano	İTALYA	İTKİB	425 EUR	İTKİB
Pure London	14/2/2016	16/2/2016	Hazır Giyim, Aksesuar, Ayakkabı	Londra	İNGİLTERE	İTKİB	600 USD	İTKİB
Magic	15/2/2016	18/2/2016	Hazır Giyim, Tekstil, Aksesuar, Deri Ürünler, Ayakkabı	Las Vegas	ABD	İTKİB	980 USD	İTKİB
Premiere Vision Fabrics	16/2/2016	18/2/2016	Kumaş	Paris	FRANSA	İTKİB	425 EUR	İTKİB
Lineapelle	23/2/2016	25/2/2016	Deri	Milano	İTALYA	İTKİB	348 EUR	İTKİB
Central Asia Fashion	14/3/2016	16/3/2016	Hazır Giyim	Almatı	KAZAKİSTAN	İTKİB	450 EUR	İTKİB
Chic 2016	16/3/2016	18/3/2016	Moda, Hazır Giyim	Şanghay	ÇİN	İTKİB	510 EUR	İTKİB
Apif Hong Kong Asya Pasifik Deri Fuarı	30/3/2016	1/4/2016	Deri, Deri Giyim	Hong Kong	ÇİN	İTKİB	735 USD	İTKİB
Interior Lifestyle Tokyo	1/6/2016	3/6/2016	Ev Tekstili	Tokyo	JAPONYA	İTKİB	640 EUR	İTKİB
Micam Shoevent 2	3/9/2016	6/9/2016	Ayakkabı	Milano	İTALYA	İTKİB	425 EUR	İTKİB
Lineapelle	7/9/2016	9/9/2016	Deri ve Kimyasalları	Milano	İTALYA	İTKİB	348 EUR	İTKİB
Premiere Vision Fabrics	13/9/2016	15/9/2016	Kumaş	Paris	FRANSA	İTKİB	425 EUR	İTKİB

MART 2016 SEKTÖREL NİTELİKLİ BİREYSEL KATILIMLI ULUSLARARASI FUARLAR LİSTESİ

Fuar Adı	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Şehir	Ülke	Sektör
LA Fashion Week	1/3/2016	1/3/2016	Los Angeles	ABD	Hazır Giyim
Style Lab Montreal	1/3/2016	2/3/2016	Montreal	KANADA	Kürlü ve Deri Ürünler
Spinexpo - Trade Fair For Yarns And Fibres	1/3/2016	3/3/2016	Şanghay	ÇİN	Tekstil, Ev Tekstili, Kumaş
Pfp Expo-Printing South China	2/3/2016	3/3/2016	Guangzhou	ÇİN	Baskı Teknolojileri ve Malzemeleri
Geneve Motor Show	3/3/2016	13/3/2016	Cenevre	İSVİÇRE	Otomotiv
Iwa Outdoor Classics	4/3/2016	7/3/2016	Nürnberg	ALMANYA	Av ve Avcılık Ürünleri
Capsule Show - Paris Women's	4/3/2016	6/3/2016	Paris	FRANSA	Konfeksiyon, Ayakkabı
Tracht & Country	4/3/2016	6/3/2016	Salzburg	AVUSTURYA	Hazır Giyim
Tranoi Femme	4/3/2016	7/3/2016	Paris	FRANSA	Hazır Giyim
The London Bridal Show	6/3/2016	8/3/2016	Londra	İNGİLTERE	Gelinlik, Düğün Malzemeleri
Marocotel	9/3/2016	12/3/2016	Kazablanka	FAS	Otel, Restoran Ekipmanları
Textile Asia	9/3/2016	11/3/2016	Karaçi	PAKİSTAN	Tekstil Makineleri
International Furniture Fair Singaporean & Asean Furniture Show (Iffs/Afs) 2016	10/3/2016	13/3/2016	Singapur	SİNGAPUR	Mobilya, İç Dizayn
Wedding Fashion Moscow Bridal Fashion, Eveningwear, Accessories Int. Bridal Trade Show	11/3/2016	13/3/2016	Moskova	RUSYA	Gelinlik, Damatlık, Abiye Giyim, Ayakkabı, Aksesuar
Supreme Tracht & Country	13/3/2016	14/3/2016	Münih	ALMANYA	Hazır Giyim
Autoprom Russia	15/3/2016	17/3/2016	St. Petersburg	RUSYA	Otomotiv Yan Sanayi
Fimec	15/3/2016	17/3/2016	Novo Hamburgo	BREZİLYA	Deri ve Ayakkabı Kimyasalları, Makineleri
Passenger Terminal Expo	15/3/2016	17/3/2016	Köln	ALMANYA	Havalimanı Ekipmanları
The Oceanology International	15/3/2016	17/3/2016	Londra	İNGİLTERE	Denizcilik
Hiswa -Amsterdam Boat Show	16/3/2016	20/3/2016	Amsterdam	HOLLANDA	Yat ve Yat Aksesuarları
Xpotex	16/3/2016	18/3/2016	Kito	EKVADOR	Tekstil ve Tekstil Makineleri
Automech Formula	17/3/2016	22/3/2016	Kahire	MISIR	Otomotiv Büyük Araç ve Yan Sanayi, Yedek Parça
Harrogate International Nursery Fair	20/3/2016	22/3/2016	Harrogate	İNGİLTERE	Bebek Giyim; Kreş ve Ev Bebek Eşyaları
Baby Expo	22/03/2016	25/3/2016	Kiev	UKRAYNA	Bebek ve Anne Ürünleri
Domotex Asia / China Floor	22/3/2016	24/3/2016	Şanghay	ÇİN	Halı
Fidae	29/3/2016	3/4/2016	Santiago	ŞİLİ	Savunma Sanayi ve Havaçılık
Fashion Access Spring	30/3/2016	1/4/2016	Hong Kong	ÇİN	Hazır Giyim, Tekstil
Zagreb Auto Show	31/3/2016	10/4/2016	Zagreb	HIRVATİSTAN	Otomotiv ve Yan Sanayi

MART 2016 PRESTİJLİ FUARLAR

Fuar Adı	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Şehir	Ülke	Sektör
Mosshoes	1/3/2016	4/3/2016	Moskova	RUSYA	Ayakkabı
IWA	4/3/2016	7/3/2016	Nürnberg	ALMANYA	Spor Malzemeleri
CHIC (China International Clothing & Accessories Fair)	16/3/2016	18/3/2016	Pekin	ÇİN	Tekstil, Hazır Giyim
Intertextile Shanghai-Spring Edition	16/3/2016	18/3/2016	Şanghay	ÇİN	Tekstil
Domotex Asia	22/3/2016	24/3/2016	Şanghay	ÇİN	Halıcılık
Asia Pacific Leather Fair -APLF	30/3/2016	1/4/2016	Hong Kong	ÇİN	Deri

Ekonomi Bakanlığı tarafından desteklenen bireysel katılımlı fuarlar listesinde yer alan mart ayında gerçekleştirilecek fuarları paylaşıyoruz. Fuarların tam listesine Ekonomi Bakanlığı'nın sitesinden ulaşabilirsiniz.



go natural



*all natural
buttons* 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

www.formdis.com

FACTORY Akçaburgaz Mah.
97. sk. No:16
Esenyurt - İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 886 17 00
Fax: +90 212 886 23 23

**SHOWROOM
MERTER** M.Nesih Özmen Mah. Fatih Cad.
Ceviz sk. Nazmi İğ Hans No: 22/3
Mertir - İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 637 48 94
Fax: +90 212 637 48 98

**SHOWROOM
OSMANBEY** Meşrutiyet Mah. Tuğrul sk.
No: 2/3 Osmanbey
İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 246 26 10-11
Fax: +90 212 246 21 31

İÇ GİYİM KÜMESİNİN KALBI PARİS'TE ATTI

İHKİB koordinatörlüğünde yürütülen kümelenme çalışmaları kapsamında, Türk iç giyim firmaları hedef pazarları fethetmeyi sürdürüyor. Avrupa'ya modanın kalbi Paris üzerinden açılan iç giyim kümesi, 15 firma ile Salon International De La Lingerie Fuarı'nda ürünlerini sergiledi.



İHKİB hızını kesmeden hedef pazarlarını araştırmaya ve potansiyel satın almacılar ile buluşabilecek noktaları keşfetmeye devam ediyor. İHKİB koordinatörlüğünde Ekonomi Bakanlığı desteği ile 2015 Haziran ayında faaliyetlerine başlayan İç Giyim Kümesi, ortak hedefleri için birlikte hareket ederek uluslararası rekabet güçlerini artırmayı planlıyor. Bu kapsamda yönünü Avrupa'ya çeviren küme, 15 Türk iç giyim firması ve bireysel katılım gerçekleştiren 4 firma ile Paris'te düzenlenen Salon International De La Lingerie Fuarı'na katıldı. İç giyim, pijama, korse, ev giyim, plaj giyim ve çorak kategorilerinden oluşan ve iç giyim ve yatak kıyafetleri sektöründe dünyanın en prestijli fuarlarının başında gelen Salon International De La Lingerie Fuarı'nda, 480'in üzerinde marka ürünlerini sergiledi. 22-26 Ocak tarihleri arasında gerçekleştirilen Paris faaliyetine katılarak iç giyim kümesi firmalara destek veren İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, iç giyim sektöründe bulunan firmalar arasında birlik duygusunun ön plana çıkarıl-

dığı kümelenme çalışmasında başarılı bir sinerji yakalandığını dile getirdi. Tanrıverdi, "Türkiye 2015 yılında, toplam 211 ülkeye 17 milyar dolar hacminde hazır giyim ihracatı yaptı. Ülkemiz bu ihracatın yüzde 72,4'ünü Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştiriyor. Kümelenme çalışmaları, Avrupa pazarında iç giyim sektörünün payını artırabilmesi için katılımcı firmalara geniş olanaklar tanıyor" diyerek düşüncelerini dile getirdi. Tanrıverdi, fuara katılım gösteren tüm Türk firmalarının da standlarını ziyaret etti.

Keşif gezileri ile rekabet stratejileri geliştirildi

Salon International De La Lingerie etkinliği süresince, tüm katılımcı ve ziyaretçilere açık olan trend eğitimleri ve defileler markaların yoğun ilgisi ile karşılandı. Küme firmalarına yönelik düzenlenen, 2017-2018 sezonunda hakim olan renk ve kumaşların tanıtımı ise, küme firmaları için zengin bir içerik sağladı. İleri sezon çalışmalarında seçecekleri kumaş ve aksesuarlara ilişkin edindikleri bilgiler ile firmaların, sezon hazırlık aşamalarına yön

Katılımcı Türk iç giyim markaları

- Anıl Lingerie & Homewear
- Bondy
- Doreanse
- Elsim
- New Night Lingerie
- İberya
- Maranda
- Mendo Lingerie
- Monamise
- Nurtex Intimo Donna
- Sevim Ladies Underwear
- SGI
- Sexen
- Suwen Lingerie
- Ten Lingerie
- Blackspade
- Öztaş Underwear
- Pop&Pink
- Else Lingerie

vermeleri bekleniyor. Ayrıca, birçok kanaldan bilgi ve deneyim erişimine fırsat sunan Paris faaliyeti, Salon Internationale De La Lingerie alanı haricinde, Paris pazarını yerinde keşfetmeye de olanak tanıdı. Programın ilerleyen günlerinde, Fransa'da bulunan toptancı lokasyonlarına düzenlenen keşif gezileri ile firmalar, pazarı yerinde analiz etti ve paylarını artırmak istedikleri pazar hakkında rekabet stratejilerini geliştirecek bilgilere erişebildiler. İş ve vizyon geliştirme amaçlı yürütülen faaliyette firmalar, Fransa'nın önde gelen department storelarında iç giyim departmanına yönelik bilgilendirmelerden faydalandı. Türk moda tasarımcılarının ürünlerinin de bulunduğu Paris'in önde gelen mağaza/showroomlarında bulunmayı amaçlayan markalarımıza yönelik düzenlenen Galerie Lafayette ziyareti ile markalarımız hayallerine bir adım



İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Paris etkinliğine katılarak iç giyim firmalarına destek verdi.

daha yaklaşmış oldu. İç giyim departmanı yetkilisi ile yapılan görüşmede, Galerie Lafayette gibi çok markalı mağazalarda yer alan markaların seçimleri, mağazanın yeni marka keşifleri hakkında değerli bilgiler alındı.

Dünyanın 7'nci, Avrupa'nın 3'üncü büyük hazır giyim ihracatçısı

Türk iç giyim sektörü kaliteli üretimi ve ürün çeşitliliği ile her geçen yıl dünya ihracatındaki

payını artırmaya devam ediyor. Türkiye ihracatının beşte birine yakın bölümü tekstil ve hazır giyim sanayi tarafından gerçekleştiriliyor. Dünyanın 7'nci büyük hazır giyim ihracatçısı olan Türkiye, aynı zamanda Avrupa'nın 3'üncü büyük hazır giyim tedarikçisi konumunda bulunuyor. Hazır giyim sektörünün Türkiye'de gösterdiği gelişim, iç giyim sektörünün gelişimini de beraberinde getiriyor. Ekonomi Bakanlığı'nın yayınladığı Ur-Ge tebliği kap-

samında, İHKİB aynı sektörde faaliyet gösteren ve aynı değer zinciri içinde yer alan işletmelerin uluslararası ticaret ortamında daha rekabet edebilir bir yapı kazanmalarını hedefliyor. Hazır giyim sektörü için önemli ve dinamik bir sektör olan iç giyim ve yatak kıyafetleri sektörünün son yıllarda ihracatta yakaladığı ivme desteklenerek Türkiye'nin 2023 ihracat vizyonuna katkı sağlanması ve bu katkı ile sürdürülebilir ihracat ve pazar çeşitliliği hedeflerine ulaşılması amaçlanıyor. Küme içerisinde yer alan iç giyim markalarının 2014-2018 dönemini kapsayan 'Onuncu Kalkınma Planı' hedefleri ile uyumlu olarak müşteriler odaklı, hız ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen, yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü destekleniyor. Bu amaç doğrultusunda yürütülen çalışma ile firmaların ürün kalitesinin ve dünya ihracat payının artırılması hedefleniyor.

480'in üzerinde markalı ürün

İç giyim, pijama, korse, ev giyim, plaj giyim ve çorap kategorilerinden oluşan ve iç giyim ve yatak kıyafetleri sektöründe dünyanın en prestijli fuarlarının başında gelen Salon International De La Lingerie Fuarı'nda, 480'in üzerinde marka ürünlerini sergiledi.



LINEXPO İSTANBUL MODA GÜNLERİ GÖRSEL ŞOVLARIYLA BÜYÜLEYECEK

Türkiye'nin en önemli iç giyim, yatak ve plaj kıyafetleri markalarını bir araya getirecek Linexpo İstanbul İç Giyim Moda Günleri, defileler, sergiler ve görsel şovlarla dev bir organizasyona imza atacak. Etkinlik aynı zamanda Türkiye'nin tek iç giyim tasarım yarışmasına da 3'üncü kez ev sahipliği yapacak.

Türkiye'nin en önemli iç giyim, yatak ve plaj kıyafetleri markalarını ve bu ürünlerin yan sanayi ve aksesuar firmalarını bir araya getirecek, Linexpo İstanbul İç Giyim Moda Günleri, 11-13 Şubat tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi (İFM)'nde gerçekleştirilecek. Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD) tarafından organize edilen fuarda iç giyim, gecelik, sabahlık, mayo, pijama, t-shirt, şort, eşofman, tayt ve yan sanayi aksesuar ürünleri sergilenecek. İç giyimde 2016-2017 moda trendlerinin belirleneceği etkinlikte defileler, sergiler ve görsel şovlarla dev bir sektörel buluşma organize edilecek. İstan-

bul Fuar Merkezi'nin 9-10-11 No'lu salonlarında düzenlenecek etkinlikte, sektöre yön verme amacıyla yola çıkıldı. Aynı zamanda geniş katılımlı olması hedeflenen ve önemli para ödüllерinin verileceği iç giyim tasarım yarışmasının da düzenleneceği belirtildi. Linexpo İstanbul İç Giyim Moda Günleri 2016 ile ilgili açıklama yapan TİGSAD Başkanı İrfan Özhamaratlı, 2015'in Kasım ayı içinde yapılan açık artırmada, stantların normal fiyatının yaklaşık altı katına kiralandığını belirterek; "Sektör tarafından etkinliğimize gösterilecek ilgiden emindik ama, ilginin bu düzeyini, hem de bu rakamlara biz bile beklemiyorduk açıkçası. Hoş bir sürpriz oldu bizim için de" dedi.



Katılımcı firmaların beklentilerini üst düzeyde karşılamak için TİGSAD olarak yurtdışı gezileri düzenleyerek alım heyetleri getirmeyi planladıklarını vurgulayan İrfan Özhamaratlı; "10 bin metrekarenin üstünde bir alanda düzenleyeceğimiz etkinliğimize 131 firmamız katılım sağlayacak. 52 farklı ülkeye yapılacak olan ziyaretler ile yurtdışından alım heyetleri getirilerek sektörün ihracat hacminin artırılması planlanıyor" dedi.



İrfan ÖZHAMARATLI
TİGSAD Başkanı

Türkiye'nin tek iç giyim tasarım yarışması

Linexpo İstanbul İç Giyim Moda Günleri kapsamında düzenlenecek "3'üncü TİGSAD İç Giyim Tasarımcıları Yarışması"na da rekor başvuru geldi. 200'e yakın tasarımcının başvurduğu yarışmada, birinciye 10 bin, ikinciye 5 bin ve üçüncüye 2 bin 500 Türk Lirası para ödülü verilecek. "Moda akımlarına göre Zamanda Yolculuk" temalı yarışmanın sonuçlarının, Linexpo İç Giyim Moda Günleri 2016'nın 2'nci günü olan 12 Şubat Cuma akşamı düzenlenecek defile sonrası duyurulacağı açıklandı.

Türkiye'nin tek iç giyim tasarım yarışmasını 3'üncü yılına ulaştırmaktan dolayı büyük bir gurur duyduklarını vurgulayan İrfan Özhamaratlı, "Türk iç giyim sektörünün uluslararası pazar payını artırmak ve global markalarla rekabet edebilmek, özgün tasarımlarla mümkün. Ülkemizi uluslararası arenada temsil edecek gelecek öngörüsü olan tasarımcıları sektörle buluşturmak, geleceğin tasarımcılarını iç giyim sektörüne özendirme ve sektörü, 'tasarım ile başarı' hedefine ulaştırmak, yarışmadan beklediğimiz temel hedeflerdir" dedi.

ZİYARETLERDE HEDEF OLARAK BELİRLENEN ÜLKELER

Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bahreyn, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Burkina Faso, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Doğu Türkmenistan, Dubai, Estonya, Etiyopya, Fas, Filistin, Fransa, Gana, Güney Afrika, Gürcistan, Hırvatistan, Hollanda, Irak, İngiltere, İran, İsrail, Kamerun, Katar, Kazakistan, Kenya, Kıbrıs, Kırgızistan, Kosova, Kuveyt, Libya, Macaristan, Makedonya, Mısır, Nijer, Nijerya, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya, Senegal, Sırbistan, Slovenya, Suudi Arabistan, Tunus, Ukrayna, Ürdün, Yeni Gine ve Yunanistan.

KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAS
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi No: 3/E1 Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail: info@ozbilim.com
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

TÜRK TEKSTİLİ LONDRA'DAN AVRUPA'YA AÇILIYOR

Avrupa'nın tekstil üreticilerini, tasarımcılarını ve distribütörlerini tek çatı altında toplayan en prestijli organizasyon Londra Tekstil Fuarı'na Türkiye'nin en büyük tekstil firmaları yine yoğun ilgi gösterdi.



Yılda iki defa düzenlenen Londra Tekstil Fuarı'nın bu yılki ilk dönemi 13-14 Ocak tarihleri arasında düzenlendi. Fuarı İTKİB milli katılım organizasyonu ile Türkiye'den 42 tekstil firması katıldı. Londra Tekstil Fuarı, 14 dönemdir tüm Avrupa'dan gelen tekstil üreticileri, tasarımcıları ve distribütörlerini tek çatı altında toplayan ve Londra'da düzenlenen en büyük ve en prestijli tekstil fuarı konumunda bulunuyor. Başta İtalya, İngiltere, İspanya, Fransa ve Portekiz gibi Avrupa ülkelerinden olmak üzere, Japonya ve Türkiye'den firma, acenta, alıcı ve tasarımcılar ile her yıl Ocak ve Temmuz dönemlerinde dü-

zenlenen The London Textile Fair, Avrupa tekstil pazarı için önemli bir giriş noktası teşkil ediyor..

Fuarın farklı yapısı avantaj sağlıyor

Londra Tekstil Fuarı, katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli açısından Londra'da düzenlenen en büyük tekstil fuarı konumunda bulunuyor. Ayrıca bilindiği gibi tekstilin en önemli pazarlarından olan İngiltere, Türk firmalarının ihracat kapasitelerini de artırmaları açısından önemli bir yerde duruyor. İngiltere pazarına ilgi duyan firmalar fuarı odak, lokal ve olumlu bir platform olarak yorumlarken, fuar çalışmalarından memnun kaldıklarını da her defasında dile getiriyor. Londra Tekstil

Fuarı'ni diğer fuarlardan ayıran bazı özellikler bulunuyor. Özellikle katılımcı firmalar için büyük avantajlar sağlayan Londra Tekstil Fuarı, katılımcılara masa ve askılık sağlanan ve katılımcı ile ziyaretçi arasında B2B ikili görüşmeler şeklinde geçen bir fuar olma özelliği taşıyor. Bu sayede fuar maliyetleri düşürülürken, katılımcı ve ziyaretçiler arasında hızlı iletişim imkanları da sağlanıyor.

İngiltere, Türk tekstil için önemli bir pazar

Fuara İTHİB adına katılan Başkan Yardımcısı Mehmet Fatih Bilici, Türk tekstil firmalarının Londra fuarından memnun olduğunu belirterek, bunun katılım taleplerinin artışı ile doğru orantılı olduğunu kaydetti. Bilici, açıklamasında İngiltere ve Avrupa'nın Türk tekstil sektörü için önemli bir Pazar olduğunu altını çizerek, "Fuarda 400 firma bulunuyor ve bunların 82'si Türk firması. Bu firmaların 42'si ise İTKİB organizasyonu ile katıldı. İngiltere tekstil pazarı Avrupa'daki büyük pazarlardan biri. Her altı ayda bir gelerek burada müşterilerle daha iyi ilişkiler kurup, satışlarımızı artırma girişimlerimizi sürdürüyoruz. İTKİB olarak 2011 yılından beri fuara düzenli olarak katılıyoruz" dedi.

Türkiye'nin Londra Ticaret Müşaviri Süleyman Ayтуğ Göksu, fuara katılan firmaları ziyaret ederek görüş alışverişinde bulundu. Göksu, İngiltere'nin Türk tekstil



Türkiye Londra Ticaret Müşaviri Süleyman Ayтуğ Göksu ve İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici fuara Türkiye'den katılan firmaların stantlarını ziyaret etti. Fatih Bilici, İngiltere pazarının Türk tekstil için önemine vurgu yaptı.

ürünleri için önemli bir pazar olduğunu hatırlatarak, "Bu fuarın güzel tarafı çok etkin ve üreticilerimizin rahat katılarak ürünlerini pazarlayabilecekleri bir fuar olması. Biz de Ticaret Müşavirliği olarak her zaman firmalarımızı ziyaret ederek, destek olduğumuzu gösteriyoruz" dedi.

İTHİB, tanıtımı elden bırakmıyor

İngiltere'nin Londra şehrinde düzenlenen Londra Tekstil Fuarı esnasında İTKİB tarafından düzenlenen organizasyon kapsamında çeşitli tanıtım faaliyetlerine de yer verilerek Türk tekstil sektörünün yurtdışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedeflendi. Londra Tekstil Fuarı'nda, katılımcı firmaların yer aldığı salon önünde ve girişinde iki adet banner kurularak rezervasyonlar yapılırken çeşitli tanıtım hizmetleri de İTKİB tarafından gerçekleştirildi. Milli katılım

organizasyonu içerisinde yer alan firmaların detaylarının yer aldığı katalog da İTKİB info standında ve fuarın diğer alanlarında ziyaretçilere ücretsiz olarak dağıtıldı.

Türk tekstilciler fuardan memnun

İTHİB organizatörlüğünde katılım gösteren Türk firmalarının genel görüşü fuarın çok olumlu geçtiği yönünde oldu. Tahminlerinden daha fazla satış yapan Türk firmalar; yeni bağlantılar kurma ve yeni müşterilerle yüz yüze iletişime geçme fırsatı yakaladı. Fuar İngiltere pazarına giriş yapan, yeni müşteri ve acenteler bulan ve eski müşterileriyle ticaret hacmini artıran firmalar açısından oldukça başarılı geçti. Etkinliğin tekstil sektöründe İngiltere'nin en önemli fuarı konumunda olduğuna değinen katılımcılar, sektörde faaliyet gösteren tüm aktörler tarafından fuarın takip edildiğini kaydettiler.



Katılımcı ile ziyaretçi arasında B2B ikili görüşmeler şeklinde geçen Londra Tekstil Fuarı, bu özelliği sayesinde, firmalar açısından maliyetleri düşürürken, katılımcı ve ziyaretçiler arasında da hızlı bir iletişim ağı kuruyor.



400 Firma

42'si İTHİB bünyesinde

81

Türk firması

Katılımcı sıralamasında Türkiye, İtalya'dan sonra 2. sırada

İTHİB çatısı altında fuara katılan firmalar

- Akın Tekstil
- Almodo Tekstil
- Altınyıldız Tekstil
- Antik Dantel
- Ata Kumaş Tekstil
- Ay-Mu Tekstil
- Bahariye Mensucat
- Bezsan Tekstil
- Boğaziçi Örne Kumaş
- BTD Tekstil
- Dilek Tekstil
- Ebrar Tekstil
- Elyaf Tekstil
- Esenteks
- Felin Tekstil
- Ferace Tekstil
- Form Dış Ticaret
- Güllipek Kumaş
- Jerse Örne
- Joyteks Tekstil
- Kazaroglu Tekstil
- Konak Tül Perde
- Kumash Tekstil
- Lale Mefruşat
- Larma Tekstil
- Linset
- M.Faik Yılmazipek Tekstil
- Metarial Kumaş
- Naz Örne Kumaş
- Or-Bey Tekstil
- Özel Tekstil
- Portakal Tekstil
- Save Tekstil
- Secen Tekstil
- Soktas Dokuma
- Stampoli
- Temtaş Tekstil
- Tüp Merseerize
- Yarangümeli Tekstil
- Yünsa Yünlü
- Yürek Tekstil
- Gülcemal Tekstil

HEIMTEXTİL'E TÜRKİYE'DEN rekor katılım

Ev tekstil sektöründeki gücünü her geçen gün artıran Türkiye, dünyanın en büyük ev tekstil fuarı Heimtextil Frankfurt'a 210 firma ile rekor katılım sağladı.

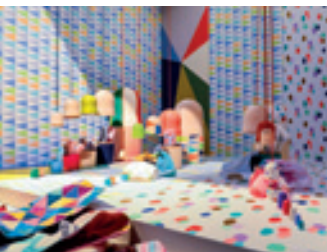


ticileri 70'li yılların başından itibaren, bu önemli etkinlikte yer alıyor. Sadece son 5 yılda Türk katılımcıların bu fuarda kullandıkları alan dikkate alındığında, her yıl toplam metrekare'nin yüzde 10'unun üstünde bir katılım gerçekleştirildiği dikkat çekiyor. 2015 yılında 159 katılımcı ile fuarda yer alan Türkiye, fuarın bu dönemde 210 firma ile fuarda temsil edildi. Fuarda Türk firmaları bir önceki yıla göre 4 bin 500 metrekare daha fazla alan da temsil edildi.

zenleyicisi Messe Frankfurt'un CEO'su Detlef Braun, böylece Heimtextil'in tekstil sektörü için küresel bir buluşma yeri olduğu bir daha kanıtlanmış oldu dedi. İngiltere, İtalya ve İspanya'dan gelen Avrupalı ziyaretçilerin sayısında özellikle büyük artışlar gözlemlenirken, Arap Yarımadası'ndan Kuveyt, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'nden çok fazla sayıda ziyaretçi geldiği belirtiliyor. Ayrıca, Japonya ve ABD gibi ülkelerden de ziyaretçi sayısında artış olurken, Rusya'dan ve Ukrayna'dan gelen ziyaretçilerden de öngörüldüğü gibi düşüş yaşandığı görülüyor. Bu artış oranları fuar organizatörleri tarafından büyük bir başarı olarak kaydediliyor. Fuar katılımcılarının yüzde 89'unun Almanya dışından geldiği kaydediliyor. Fuarın çeşitli ürün segmentlerin de portföyünü genişlettiği görüldü.

Gözler Türk firmalarının üstünde
Türkiye'den tekstil firmalarının Heimtextil gibi ev tekstili ko-

Dünyanın en büyük ev tekstili ve aksesuar fuarı olan Heimtextil, Almanya'nın Frankfurt kentinde 12-15 Ocak tarihleri arasında düzenlendi. Bu yıl 45'inci kez kapılarını ziyaretçilerine açan fuarda, mobilya kumaşlarından yatak ekipmanlarına, duvar kağıtları ve duvar kaplamalarından mutfak tekstiline kadar birçok ürün sergilendi. Fuara ticaret amacıyla gelenlerin yanı sıra, dünyanın dört bir tarafından tasarımcılar, stilistleri, medya mensupları ve öğrenciler de takip ediyor. Heimtextil Fuarı, uluslararası niteliği ile Türk ev tekstili için önemli bir pazar ve ciro fırsatı oluşturuyor. Türk ev tekstili üre-



nusunda önemli bir fuarda bu denli yüksek bir katılımı katılmalarının önemine değinen İTHİB Başkanı İsmail Güllü, 210 Türk firmasının bu fuara katılmasının kendilerini oldukça mutlu ettiğini dile getirdi. Bu firmaların fuarda sergiledikleri ürünler ile kendilerini onurlandırdıklarını söyleyen Güllü, "Bütün firmalarımız birbirinden başarılıydı. Bu anlamda firmalarımızın fuarın hakkını verdiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Firmalarımız, ürettikleri ürünler ile fuarda örnek oldu. Bundan yıllar önce bu fuara gittiğimizde oradaki kumaşlara, perdelerle gıpta ile bakardık. Hatta çoğu arkadaşımız da onlardan ithalat yapardı. Şimdi bu standlarda kendi ülkemizin mallarını görüyoruz. Artık bizim firmalarımızın ürettiği ürünler dikkat çekiyor. Türkiye Ar-Ge konusunda son yıllarda içerisinde yaptığı yatırımların meyvelerini almaya başladı" dedi.

Geleceğin trendleri Heimtextil'de belirleniyor

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) Genel Koordinatörü Haşim Büyükbacı, fuar hakkında olumlu açıklamalarda bulunarak, fuara Türk firmalarının her geçen yıl artan bir sayı ile katıldıklarını, fuarın Türkiye ev tekstili ihracatı için önemli katkıları olduğundan bahsetti Frankfurt'ta gerçekleştirilen ve dünyanın en önemli ev tekstili fuarlarından biri olan Heimtextil Fuarı'nın, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'nin de ev tekstili ihracatı için büyük önem arz ettiğini belirten Büyükbacı sözlerine şöyle devam etti: "İş potansiyeli açısından beklentileri karşıladığı düşünülen



Fuara katılan İTHİB üyesi ev tekstil firmalarını yalnız bırakmayan İTHİB Başkanı İsmail Güllü, "Firmalarımız ürettikleri ürünler ile dünyaya örnek oluyor" dedi.

fuara için, dünyanın dört bir köşesinden satın alma heyetleri, sektör profesyonelleri, katılımcılar ve ziyaretçiler bir araya geliyor. Türk firmaları katılımcı sayısı olarak fuarda en kalabalık beşinci grubu oluştururken metrekare bazında Alman firmalardan sonra en büyük yeri kaplıyor. Türk ev tekstil sektörü dün-

yada 4. sıraya yer alıyor." Katılımcılar, fuarın trend ürünlerinin sergilendiği 'Tema Parkı'nda sektörel ilgili geleceğe yönelik yeni kapsamlı projeleri görme fırsatı buldular. Ayrıca bu yılki fuarda, otelcilik sektörü için ticaret, tasarım ve mimarlık konusunda özel bir program da düzenlendi.

Katılımcı sıralamasında BEŞİNCİYİZ

Türk ev tekstil sektörü dünyada 4'üncü sırada yer alıyor. Türk firmaları katılımcı sayısı olarak Heimtextil'de en kalabalık beşinci grubu oluştururken metrekare bazında Alman firmalardan sonra en büyük yeri kaplıyor.

210

Türkiye'den fuara katılan firma sayısı

2.866

Katılımcı firma

Sadece son 5 yılda Türk katılımcıların bu fuarda kullandıkları alan dikkate alındığında, her yıl toplam metrekare'nin % 10'unun üstünde bir katılım gerçekleştirildiği dikkat çekiyor.

Fuara Türk firmaları bir önceki yıla göre **4.500 metrekare daha fazla alan** da temsil edildi.





DOMOTEX'TE USTALIK DÖNEMİ

Almanya'nın Hannover kentinde düzenlenen DOMOTEX Halı ve Yer Döşemeleri Fuarı, dünyanın en büyük halı üreticilerini bir araya getirdi. Edindiği tecrübe ile fuarın en gözde katılımcı ülkesi olan Türkiye, İHİB önderliğinde yine çok başarılı bir fuar katılımı gerçekleştirdi.

Dünyanın en önemli halı fuarlarının başında gelen DOMOTEX Halı ve Yer Döşemeleri Fuarı Almanya'nın Hannover kentinde düzenlendi. İHİB bünyesinde katılım sağlanan fuarda Türkiye bu yıl da uluslararası bazda en fazla katılım gösteren ülke oldu. Edindiği tecrübe ile fuarın en gözde katılımcı ülkesi olan Türkiye, İHİB önderliğinde yine çok başarılı bir fuar katılımı gerçekleştirdi.

Türk halısını ve Türk halı kültürünü en iyi şekilde temsil eden İHİB, Türk halı ihracatına sıçrama yaşatacak bir faaliyete daha imza atmış oldu.

Türk halı kültürünün yayılması ve Türk halısının tüm dünyada hak ettiği yeri bulması amacıyla katılım gerçekleştirilen fuar yılda bir kez düzenleniyor. Bu yıl 16-19 Ocak tarihleri arasında düzenlenen fuara, İHİB çatısı altında Türkiye'den 142 firma katıldı. Ulusal Katılım



Organizasyonu kapsamında katılım sağlayan 31 halı imalatçısı firmanın yanında, 111 halı üreticisi de bireysel katılım gerçekleştirdi. 100'den fazla ülkeden 45 binden fazla ziyaretçinin gelecek sezonun en son ürün yeniliklerini ve trendlerini keşfetmeye geldiği fuarda, 59 ülkeden bin 441 firma, halıları, dokuma zemin kaplamalarını, esnek zemin kaplamalarını, parke döşemelerini, laminat kaplamaları ve kurulum, temizleme ve uygulama teknolojilerini de kapsayan en son ürünlerini ve koleksiyonlarını sergiledi. Türk katılımcılar, fuara gelen ziyaretçi profilinden oldukça memnun olduklarını ve fuarın kendileri için başarılı

31 Firma

Ulusal Katılım
Organizasyonu
kapsamında

111 Firma

Bireysel katılım
kapsamında

142 Firma

Türkiye'den toplam

100 'den

fazla ülkeden

45 binin

üzerinde ziyaretçi

59 ülkeden
toplam

1.441
firma

17.000
m²

Türkiye toplam
stant alanı



İHİB Başkanı Uğur Uysal, fuar alanını ziyaret eden Türkiye Hannover Başkonsolosu Mehmet Günay ile fuarla ilgili istişarede bulundu.

geçtiğini belirttiler. Fuarın ilk günü verilen kokteyl-prolonge ile katılımcı ve ziyaretçilerin bir araya gelmeleri sağlandı. İHİB Başkanı Uğur Uysal ve YK Üyelerinin de katılımıyla düzenlenen kokteylde Türkiye'nin Hannover Başkonsolosu Mehmet Günay ile Türkiye Ticaret Ataşesi Ruhi Deniz de yer aldı. DOMOTEX Fuarı, halı sektörünün en önemli fuarı olması bakımından, Türk halı üreticileri için ihracat miktarını arttıran bir güç olarak öne çıkıyor. Ayrıca, 20 seneyi aşkın süredir fuar katılımcıları arasında yer alan

Türkiye, İHİB önderliğinde, el halısından makine halısına Türk halı kültürünü geniş bir yelpazede tüm dünyaya sergiliyor.

Yeni ahşap standlar ve ışıklandırma sistemi

Fuar alanında özel bir yerleşim ile ürünlerini sergileyen katılımcı firmaların cephesi İHİB tarafından yeniden tasarlanan Turkish Design Forum alanına bakacak şekilde tasarlandı. Bu dönemde de el halısı üreticileri 14-15-16-17 salonlarda yer aldı. İTKİB bünyesinde katılım yapan

Domotex Fuarı'nda TÜRKİYE'

İHİB çatısı altında katılım sağlanan DOMOTEX Fuarı'nda Türkiye bu yıl da uluslararası bazda en fazla katılım gösteren ülke oldu.



Her yıl yeniliklerle daha modern bir görünüme kavuşan Turkish Design Forum alanı, bu yıl da ziyaretçilerin ilk durağı oldu.



firmalardan 21 tanesi 16. salonda, 6 tanesi 17. salonda, 3 tanesi 4. salonda, 1 tanesi de 3. salonda fuara katıldı. Ayrıca İHİB tarafından düzenlenen son 8 Halı Tasarım Yarışmasında dereceye giren ve halı tasarımı konusunda çalışmakta olan 10 ödüllü tasarımcıya DOMOTEX Fuar İdaresi ve İHİB ortak sponsorluğunda, 6. salonda hazırlanan "Awarded Turkish Designers" standında tasarımlarını sergileme fırsatı sağlandı. İHİB, bu yıl bir ilke imza atarak, etkin bir satışın vazgeçilmez unsuru olan stand dekorasyonu ile ilgili olarak, uzun süredir kullanılan modüler standlardan vazgeçti ve firmaların halılarını ahşap standlarda sergilemelerini sağladı. Bunun yanı sıra, yeni ışıklandırma sistemleriyle de firmaların halılarını ziyaretçilerin gözüne daha hoş gözükecek şekilde yenilenmesi de bu yılın yeniliklerinden biriydi. Halının sunumunun ne kadar önemli olduğunun bilincinde olan firmaların talepleri doğrultusunda, daha fazla ve yoğun ışık ile gerçekleştirilen bu yeniliklerden tüm katılımcılar oldukça memnun kaldı.

Yenilenen Turkish Design Forum alanı

DOMOTEX Fuarı için, fuar idaresinden 598 m² büyüklüğünde ücretsiz etkinlik alanı temin edildi. İHİB tarafından

Turkish Design Forum alanı inşa ettirilen bu alanda tüm katılımcı firmalara ve ziyaretçilere yönelik olarak yiyecek ve içecek servisi yapıldı. Önceki senelere nazaran daha zengin ikramların yer aldığı menüler, uzak yakın demeden tüm hollerdeki katılımcılara servis edildi. Fuar süresince her gün öğle yemeği servisi yapılırken, hazır-

lık ve son gün akşam yemeği de servis edildi. Ayrıca, aynı alanda, İHİB 9. Halı Tasarım Yarışması'nda finale kalan 8 tasarımcının halılarının yanı sıra yine İHİB'in bu yıla kadar düzenlediği yarışmalarda dereceye giren halılardan bir seçki de sergilendi. Turkish Design Forum alanında gerçekleştirilen bir diğer yenilik ise tüm katılımcılar ve ziya-

retçiler için büyük rahatlık sağlayan ve her standta router kurularak verilen 'Wi-Fi' hizmeti oldu. Hem ziyaretçilerle kurulan ilişkilerde hem de satış aşamasında büyük kolaylık sağlayan bu hizmet ile İHİB, katılımcı firmaların iş yapış süreçlerini de geliştirdi.

Halı Ülkesi Türkiye kitabı ve fotoğraf sergisi

İHİB, bu yıl, Turkish Design Forum alanında bir ilke daha imza attı. Eski halı uzmanı Hüseyin Alantar'ın uzun yıllara dayanan bir çalışmayla oluşturduğu Halı Ülkesi Türkiye kitabı ve fotoğraf sergisi de DOMOTEX Fuarı'nda sergilendi. İHİB sponsorluğunda aynı zamanda kitaplaştırılan bu eser, Hüseyin Alantar'ın da katıldığı ve imzaladığı etkinlikle ziyaretçilere dağıtıldı. Türk halı kültürünün tarihine ışık tutan sergi, Osmanlı Dönemi'nden Cumhuriyet Türkiye'si'ne kadar uzun bir süreci kapsıyor. Padişah, şehzade, kral ve imparatorlar onuruna yere serilen, yerli ve yabancı sergilerde sergilenen, toplumsal yaşamda kullanılan, halı satıcılarına ve dokuyucularına ait, halıcı dükkanlarında, halı tamiri yapılan yerlerde ve camilerde bulunan ve bayramlarda kullanılan halıların fotoğraflarını içeren eser, Türk toplumuna ve geleneklerine ait önemli detaylar barındırırken, Türk kültüründe halının ne kadar vazgeçilmez bir öğe olduğunu da gösteriyor.

'TÜRK HALI' kültürü

20 seneyi aşkın süredir fuar katılımcıları arasında yer alan Türkiye, İHİB önderliğinde, el halısından makine halısına Türk halı kültürünü geniş bir yelpazede tüm dünyaya sergiliyor.



Ayrıca İHİB tarafından düzenlenen son 8 Halı Tasarım Yarışmasında dereceye giren ve halı tasarımı konusunda çalışmakta olan 10 ödüllü tasarımcıya DOMOTEX Fuar İdaresi ve İHİB ortak sponsorluğunda, 6. salonda hazırlanan "Awarded Turkish Designers" standında tasarımlarını sergileme fırsatı sağlandı.

Finalistler de DOMOTEX'te

Katılımcı firmaların yanı sıra 9. Halı Tasarım Yarışması finalistlerinin de taahhüt ettiği gibi DOMOTEX'e katılımlarını sağlayan İHİB, genç tasarımcıların dünyaya entegre olmalarına ve yeni trendleri yerinde görmelerine yardımcı oldu. İHİB sponsorluğunda tüm masrafları karşılanan yarışmanın finalistleri 8 genç tasarımcının önce Frankfurt'taki Heimtextil Fuarı'nı ardından DOMOTEX Fuarı'nı yerinde gezmeleri sağlandı. Tüm finalistlerin yarışma için tasarladıkları halılar, özel bir tasarımla Turkish Design Forum alanında sergilendi. İHİB, geçen yıl gerçekleştirdiği ve büyük ilgi gören Türk halı tamircilerinin halı tamiri gösterisi yaptığı organizasyonu ise bu yıl da gerçekleştirdi. Üç halı tamircisi için ayrılan ve 'Turkish Rug Restoration Team' adı verilen alanda yapılan gösteriyle, Türkiye'de çok gelişmiş olan ve büyük potansiyel taşıyan halı tamiri sektörü de tanıtıldı.

İHİB, Carpet XL ve Cover dergilerinde

Uluslararası alandaki tanınırlığıyla, dünya halı sektörünün en prestijli dergileri olan Carpet XL ve Cover dergilerine ilan veren İHİB, DOMOTEX Fuarı'na gerçekleştirilen milli katılım öncesi gerekli tanıtım çalışmalarını da eksiksiz şekilde gerçekleştirdi. Fuar



Halı Tasarım Yarışması'nda finale kalan tasarımcılar da DOMOTEX Fuarı'ndaydı.

sonunda, üç gün süren ve geniş bir katılımın olduğu DOMOTEX Fuarı'na katılan firmalar, fuarda geçen yıllara nazaran daha çok satış ve bağlantı yapıldığı bilgisini verdi. Domotex Halı Fuarı satışı bir fuar olmasına ve katılımcı firmaların fuara getirdikleri ürünlerin önemli bir kısmını satmalarına

karşın, fuar alanından satış yapmanın maliyetinin fazlalığı, firmaların ürünlerini Türkiye'ye getirip buradan göndermelerine yol açtı. Fuarda el halıları bölümünde sergilenen halıların çok önemli bir bölümü "patchwork" denilen ve ilk kez Türkiye'de üretilen halı türünden oluştu. İlk

kez Türkiye pavilyonunda bundan 9 yıl önce sergilenen patchwork halılara karşı ilginin kaybolmamış olması ve hala satışlarının sürmesi, patchwork halının bir moda ürünü değil, el halısında, kilim gibi bir ürün grubu niteliği aldığını göstermesi açısından son derece önemliydi. Bunun yanı sıra fuara geleneksel Türk ürünleriyle katılan firmalara da yoğun ilgi olduğu gözlemlendi. Yüzyılları temel alan Türk halı kültürünün uluslararası pazarlarda hak ettiği yeri alması için en önemli fırsatlardan biri olan DOMOTEX Halı ve Yer Döşemeleri Fuarı'nın, 2016 yılında firmalara ve Türkiye'ye ticari ve sosyal kazançlar getirmesi bekleniyor.

MİLLİ KATILIM öncesi tanıtım

Uluslararası alandaki tanınırlığıyla, dünya halı sektörünün en prestijli dergileri olan Carpet XL ve Cover dergilerine ilan veren İHİB, DOMOTEX Fuarı'na gerçekleştirilen milli katılım öncesi gerekli tanıtım çalışmalarını da eksiksiz şekilde gerçekleştirdi.



İHİB, geçen yıl gerçekleştirdiği ve büyük ilgi gören Türk halı tamircilerinin halı tamiri gösterisini bu yıl da yineledi.



Eski halı uzmanı Hüseyin Alantar'ın uzun yıllara dayanan bir çalışmayla oluşturduğu Halı Ülkesi Türkiye kitabı ve fotoğraf sergisi de DOMOTEX Fuarı'nda sergilendi.

İTALYA'DAN TÜRKİYE'YE DAVET

Moda endüstrisinden gıdaya kadar birçok alanda çalışmalarını sürdüren İtalyan Tanıtım Ajansı İstanbul şubesi, iki ülke arasındaki ticaret ve iş ilişkilerini güçlendirmeyi hedefliyor. Ajans, Türk tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalara İtalya'nın Milano kentinde 2-3 Mart tarihlerinde gerçekleşecek Filo İplik ve Kumaş Fuarı'na katılmaları için de davette bulunuyor.

Bir devlet kuruluşu olarak iki ülke arasındaki ticaret ve iş ilişkilerini güçlendirmeyi hedefleyen İtalyan Tanıtım Ajansı İstanbul şubesi, yerel şirket ve kuruluşların İtalya'daki muhatapları ile karşılaşmalarını sağlayarak yararlı hizmetlerde bulunmayı amaç ediniyor. Moda endüstrisinden gıdaya kadar birçok alanda çalışmalarını sürdüren ajans, bugünlerde Türk tekstil sektörünü ilgilendiren birtakım çalışmalar yürütmekte. İtalyan Tanıtım Ajansı Milano kentinde 2-3 Mart tarihlerinde gerçekleşecek Filo İplik ve Kumaş Fuarı'na Türk tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmaları davet ediyor. Kasım 2015'te göreve başlayan İtalyan Dış Ticaret ve Tanıtım Ajansı Müdürü Aniello Musella ile ajansın hizmetleri üzerine konuştuk.

Modadan mobilyaya kadar...

İtalyan Ticaret Ajansı, tüm dünyada 71 ofisten oluşan bir ağ ile İtalya ve yabancı ülkeler arasında temel ticaret ilişkilerini geliştiren ve yatırım amacıyla hizmet veren bir devlet kuruluşu. İstanbul'daki ofisini 1970'li yılların ortalarında kuran ajans, o tarihten bu yana Türkiye'deki varlığını sürdürüyor. İtalyan Tanıtım Ajansı'nın İstanbul'da modadan mobilyaya, makineden gıda ve şarap gibi birçok sektörde seminer ve atölye çalışmalarına imza attığını ifade eden Aniello Musella, bu yıl Antalya Expo 2016 etkinliğinin de İtalyan Tanıtım Ajansı tarafından düzenleneceğini söyledi. İkili ticari ilişkileri ve yatırımları artırmak amacıyla Türk ve İtalyan şirketleri ile bir günlük iş bağlantılarının da düzenleneceğini ifade eden Aniello Musella, iki ülke arasındaki iş birliklerine de değindi. Pitti Uomo, Sa-



Aniello MUSELLA
İtalyan Tanıtım Ajansı
İstanbul Şube Müdürü

İtalyan Tanıtım Ajansı, özellikle aşağıdaki alanlarda etkili bir hizmet vermektedir:

Bilgi

- Sanayi alanında işbirliğini geliştirmek isteyen şirketlerin listeleri
- İmalatçılar ile ihracatçıların listeleri
- Pazar araştırması
- Önemli fuarlar ve gümrük yönetmelikleri
- Ticari fırsatlar

Yardım

- Ortak seçimi
- Ticari toplantıların düzenlenmesi
- Ticari görüşmeler
- Ticari konulardaki uyumsuzluklar
- Acenta ve dağıtım anlaşmaları

Promosyon ve tanıtım

- Fuarlar ve şovlar
- Seminerler ve uygulamalı konferanslar
- Endüstriyel alanda işbirliği ve ortaklık

Eğitim

- Kamu görevlileri ve yöneticiler
- Teknisyenler
- Master öğrenciler

lone del Mobile Milano, Cibus, Vinitaly gibi organizasyonların Türk iş adamları tarafından çok beğenildiğini söyleyen Aniello Musella, İtalyan Tanıtım Ajansı'nın bu etkinliklere birçok ticaret heyetleri de organize ettiğini belirtti.

Yatırım fırsatları

İki ülke arasında hazır giyim, tekstil ve deri sektörlerinde ihracatçıları bekleyen fırsatlara da değinen Aniello Musella, İtalyan Tanıtım Ajansı için dâhilde yatırım faaliyetlerinin ana hedefleri olduğunu ifade etti. Bu kapsamda İtalya'da Ekim 2015'ten bu yana Türk yatırımcılar için danışma masasının kurulduğunu da söyleyen Aniello Musella, 2016 yılında bu sektörlere yönelik yatırım ve tanıtım çalışmalarına da devam edeceklerini söyledi. İtalyan Tanıtım Ajansı olarak 2 ve 3 Mart'ta Milano'da düzenlenecek Filo İplik ve Kumaş Fuarı'na önemli ticaret heyetleri düzenlediklerini söyleyen Aniello Musella, Eylül 2016'da tekstilde faaliyet gösteren iş adamları için İstanbul'da konferans planladıklarının da bilgisini verdi.

ANIELLO MUSELLA KİMDİR?

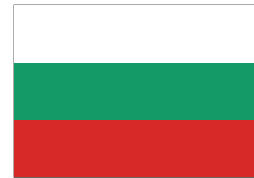
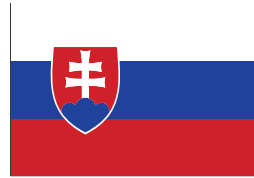
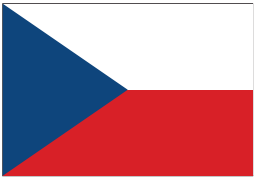
Hukuk Fakültesi mezunu olan Aniello Musella, İtalyan Tanıtım Ajansı'nda iş hayatına başladı. Daha sonra komisyonun Hong Kong'daki şubesinde gıda ve şarap departmanında İtalyan Ticaret Komisyonu Başkan asistanı olarak görevine devam etti. Moda ve tekstil departmanına atanan Aniello Musella, İtalyan Ticaret Komisyonu bilgi sistemlerinin yönetimine geçerek kimya sanayi, enerji ve çevre teknolojileri tanıtımından sorumlu oldu. 2005 yılında New York ofisine Ticaret Komiseri ve Yönetici Müdür olarak başlayan Aniello Musella, Kuzey Amerika'da ajansın tanıtım faaliyetlerini koordine etti. Aniello Musella, İtalyan Tanıtım Ajansı'nın İstanbul'daki ofisine Kasım 2015'te Türkiye ve Türkmenistan için Ticaret Komiseri olarak atandı.



**BALKAN VE
DOĞU AVRUPA ÜLKELERİNDE;
NAKLIYE VE LOJİSTİKTE
UZMAN
KURULUŞ!**



www.seraytrans.com



**ÇEK CUMHURİYETİ - POLONYA - SLOVAKYA - MACARİSTAN - ROMANYA
YUNANİSTAN - MAKEDONYA - ARNAVUTLUK - BULGARİSTAN VE KOSOVA'YA
GÜNLÜK PARSİYEL VE KOMPLE ÇIKIŞLAR**

Şirinevler Mh. Adnan Kahveci Bulvarı Haydar Akın İş Merkezi No: 206 K:2/9 Bahçelievler / İstanbul

Tel: +90 (212) 451 51 01 Pbx **Fax:** +90 (212) 451 19 95 **E-mail:** info@seraytrans.com

PANÇO'YA TEMİZ ÜRÜN SERTİFİKASI

Çocuk ve bebek giyiminde Türkiye'nin önde gelen markalarından olan Panço, Ekoteks Tekstil Laboratuvarı tarafından temiz ürün sertifikasına layık görüldü.

Giyim kuşama verdiğimiz değer ve harcadığımız para çoğu zaman yaşam standartlarımız doğrultusunda kısıntıya uğrayabiliyor. Ancak konu çocuk ve bebek giyimine geldiğinde gösterdiğimiz hassasiyet daha da artabiliyor. Mağazadan aldığımız bir tişörtün ya da gömleğin kumaşının ne olduğu bizi ilgilendirmezken bir çocuğa ürün alırken kumaşından hammaddesine kadar birçok üretim bilgisine dikkat ediyoruz. Özellikle yeni doğan ve bağışıklık sistemi henüz tam gelişmemiş bebeklerde bu endişe ve dikkat oranı daha da artıyor. Çocuk derisi yetişkinlere oranla daha hassas olduğu için bu alanda hizmet veren hazır giyim markaları da "daha güvenilir" olabilmek adına birçok testten geçiyor. Bebek ve çocuk hazır giyimde en çok tercih edilen hammadde olan pamuk üretiminde dünyada 5'inci sırada yer alan Türkiye, aynı zamanda organik pamuk üretiminde de yüksek kalite standartlarında son teknolojileri kullanması, yaratıcı tasarımlara imza atması ve sektör çalışanlarının bilgi birikimi sayesinde sektörde önemli bir rol

oynuyor. Çocuk ve bebek giyimi üreticilerin çoğu Bursa, İstanbul, Denizli ve İzmir'de faaliyet gösteriyor. Bu alanda Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasında ise Almanya, İspanya, Fransa, İtalya, Hollanda, Belçika, Rusya, İsveç ve Danimarka yer alıyor.

Bebek ve çocuk giyimi sektörü hızlı büyüyor

Bebek ve çocuk giyim sektörü, bebek ve çocuk segmentinde en büyük paya sahip ve en hızlı büyüyen alanlardan birisi. Türkiye de çocuk ve bebek giyiminde oldukça iyi markalara sahip. Bu markalardan biri de Panço. 1978 yılında ticari hayatına başlayan çocuk ve bebek giyim markası Panço, Ekoteks Tekstil Laboratuvarı tarafından temiz ürün sertifikasına layık görüldü. Plaket töreni 7 Ocak Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi tarafından Panço Yö-



netim Kurulu Başkanı Hayri Levi'ye takdim edilen plaket törenine, Ekoteks Tekstil Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile İTKİB Genel Sekreterliği'nden yetkililer de iştirak etti.

Anne ve babalar için bu sertifika önemli

"Hem kaliteli hem de sağlıklı üretim" misyonunu benimseyen Panço, bu konudaki çalışmalarına da aralıksız devam ediyor. Peki, "temiz ürün sertifikası" çocuk ve bebek giyiminde faaliyet gösteren bir marka için neden önemlidir? Panço Yönetim Kurulu Başkanı Hayri Levi konuyu şöyle özetliyor: "Bu belge ile ekolojik güvene verdiğimiz önem somut bir karşılık bulmuş oldu." Levi, Panço'nun, bugün ailelerin ikinci jenerasyonlarını giydiren Türkiye'nin en eski çocuk giyim markası olduğunu söylüyor ve ekliyor; "Bugüne kadar bize teslim edilen güven, ürün kullanım deneyimine dayanıyordu. Bu belge ile ekolojik güvene verdiğimiz önem de somut bir karşılık bulmuş oldu." Özellikle yüksek bilince sahip anne ve babalar için bu sertifikanın önemli olduğunu ifade eden Hayri Levi, "Çocuk ürünlerini tasarlarken psikolojik ve fizyolojik özellikleri gözlemek durumundayız. Çocuk derisi yetişkinlere göre daha hassastır. Dolayısı ile bir çocuğu rahat ettirmek için sadece



Hayri LEVİ

Panço Yönetim Kurulu Başkanı

"Çocuk ürünlerini tasarlarken psikolojik ve fizyolojik özellikleri gözlemek durumundayız."

model kalıbı değil, kumaş kalitesi, işçilik, kullanılan hammadde ve hatta renkler bile bir bütün olarak değerlendirilmelidir" diyor.

Yeni yılda da büyüme hedefi

Panço, aynı zamanda lisanslı olarak HelloKitty, Fenerbahçe ve Beşiktaş ürünlerini üreti-

yor. Ancak mevcut durumda öncelikli hedeflerinin Panço markasının kalite algısını ve değerini yükseltmek olduğunu söyleyen Hayri Levi ihracata dair hedeflerini de, "İki seçimin gerçekleştiği, komşu ülkelerle muhtelif sorunların yaşandığı ve Güneydoğu Bölgesi'nde yaşananlar gibi sorunlarla 2015 zor bir sene olarak geçti. Buna rağmen yüzde 30 büyüme sağladık. 2016 yılı için yüzde 25 oranında büyüme planlıyoruz" diye belirtiyor. Geniş bir pazarda mağaza sayısını yükseltmeyi hedefleyen Hayri Levi, "İhracatın şirket ve ülke ekonomisine olumlu katkısı tartışılmaz. Yurtdışında mevcut durumda Azerbaycan, Kıbrıs, Mısır, İran, Bahreyn, Fas, Libya, Dubai'de faaliyetlerimiz var. Önümüzdeki dönemde de daha hızlı büyümek üzere altyapı çalışmalarımızı tamamladık ve daha geniş bir pazarda mağaza açılışlarını hızlandırmayı düşünüyoruz" ifadelerini kullanıyor.

Hem KALİTELİ hem de SAĞLIKLI üretim

"Hem kaliteli hem de sağlıklı üretim" misyonunu benimseyen Panço, bugün ailelerin ikinci jenerasyonlarını giydiren Türkiye'nin en eski çocuk giyim markası.

TEMİZ ÜRÜN SERTİFİKASI NEDİR?



Temiz ürün sertifikası; nihai kullanıcıya ulaşan ürünün kullanımı sırasında yasaklı ve kısıtlı kimyasallar açısından ürünün güvenilir olduğunu ifade ediyor. Hammaddeden başlayarak konfeksiyon haline gelene kadarki süreçte ilgili testler yapılıyor. Ekoteks bu çerçevede Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın 29236 sayılı Ürün Güvenliği denetimi usul ve esaslarını dikkate alarak hazır giyim çocuk ürünlerinde ve aksesuarlarında aşağıda ifade edilen analizler gerçekleştiriyor. Analizler ISO 17025 Akreditasyonuna göre güvenilir ve en son teknolojik enstrümantal cihazlar kullanılarak analiz edilir ve her bir test parametresi için ayrı ayrı raporlama yapılır.

- Boyalı ürünlerde kanserojen yasaklı arilaminlerin tayini
- Baskılı ve plastik malzemelerde kanserojen fitalatların tayini
- Bitmiş ürünlerde alkilfenoller gibi doğa ve çevre açısından yasaklı bileşenler
- Boyalı, baskılı ve kaplamalı ürünlerde kalaylı organik bileşikler
- Ağırmetal grubunda olan toksik kadmiyum tayini
- Metal ve benzeri aksesuarlarda alerjik etkisi olduğu bilinen nikel miktarı tayini



Panço Yönetim Kurulu Başkanı Hayri Levi plaketini düzenlenen bir törenle İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'den aldı.



HAYALLERİ KATMA DEĞERE DÖNÜŞTÜREN SEKTÖR GELİNLİK

Son yıllarda Türkiye, Avrupa ve Ortadoğu için gelinlik ve abiyede önemli bir tedarikçi konumuna yükseldi. Kilo başına ihracatını 150 dolara çıkararak gelinlik sektörü, ihracatta GTİP sorunundan kaynaklı sıkıntılar yaşıyor.

Her kadının hayali olan gelinlik, ihracatta önemli getirisi olan bir ürün. Katma değeri yüksek sektörlerle sahip olan Türkiye, son yıllarda, Avrupa ve Ortadoğu için gelinlik ve abiyede önemli bir tedarikçi konumuna yükseldi. Ege bölgesi, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında İstanbul ile birlikte ihracat rakamlarını oluşturan ikinci önemli bölge konumunda yer alıyor. Kuşkusuz ki bu ihracat rakamlarının içinde İzmir'in payı büyük. İzmir, Türkiye'deki gelinlik üretiminin neredeyse yüzde 70'ini karşılıyor. Bu başarıda İzmir'de her yıl düzenlenen IF WEDDING FASHION "Gelinlik ve Abiye Giyim ve Damatlık Fuarı"nın büyük etkisi bulunuyor.

Aynı zamanda İzmir, sektörde içerisinden Milano ve Barselona gibi gelinlik üreticisi şehirler arasında tanınmaya da başladı. Gelinlik sektörü, üretim, moda pazarlaması ve markalaşmada büyümeye devam ediyor. Ancak gelinlik ihracatı ile ilgili gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) numarası olmadığı için veriler maalesef güncel değil. Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EİB), Ekonomi Bakanlığı ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı işbirliğinde gelinlik ihracatı ile ilgili GTİP numarası 30 Aralık 2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren yürürlüğe girecek şekilde tanımlanmıştı. Gelinlik sektöründe kayıt altına giren bu numaralar NACE sınıflaması altında yer alıyor. NACE Sınıflaması, Avrupa Birliği ülkeleri tarafından ISIC sınıflamasından üretilmiş ve üye ülkelerde zorunlu olarak kullanılan ekonomik faaliyet sınıflaması olarak biliniyor.

Kayıt dışı ihracat sektörün önünde engel
Günümüzde beyazın haricinde siyah, kırmızı ve pembe gelinlikler de tercihler arasında yer alıyor. Özellikle

FASHIONİST SEKTÖRE YENİ BİR SOLUK KAZANDIRDI



Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı "Fashionist" İlklerin buluşma noktası oldu. 2016-2017 trendlerinin ilk kez sergilendiği defilelerle moda profesyonellerini görkemli bir yolculuğa çıkartan fuar, sezona damgasını vuran defile ve sahne şovlarıyla moda dünyasına yeni bir soluk kazandı. 14-16 Ocak tarihleri arasında düzenlenen fuar, ünlü simaların da uğrak noktası oldu. Görkemli bir kapanış yapan fuar, gelinlik, damatlık ve abiye sektöründe tasarımlarıyla fark yaratan etkinlikler arasına adını yazdırmayı başardı.

gelinin beline takılan kuşak renkleri de topluma, kültüre ve tercihlere göre değişkenlik gösterebiliyor. Ülkemizde gelinlik satın almak bir yana kiralamak bile artık bir lüks hale gelirken, insanlar özeldir olsa bir gün giyecekleri bir kıyafete küçük servetler ödeyebiliyorlar. Her yıl Türkiye'de 200 bin adedin üzerinde gelinlik kiralanan üzere üretiliyorken, ihracatta GTİP sorunundan kaynaklı sıkıntıların yaşanmasından dolayı sektöre dair net bir rakam ortaya konulamıyor. 2015 yılında İTKİB tarafından yapılan gelinlik ihracatı resmi kayıtlara göre 4 milyon 280 bin dolar iken bu oran EİB'de 6 milyon 150 bin dolar. Türkiye gelinlik ihracatı 100 milyon doları aşkın gibi öngörülse de hem GTİP numarasından kaynaklı, hem yakın coğrafyadaki alışverişlerin ihracata konu olmaması, hem de İstanbul'daki firmaların İzmir'de üretim yapması ve bunu İstanbul'da ihraç etme-

sinden doğan sebeplerden dolayı maalesef sektörü ifade eden bir rakam yok.

Kilo başına ihracat 150 dolar

Türkiye'de hazır giyim ihracatı kilo başına 24 dolar seviyesinde, ancak gelinlikte bu oran 150 dolar. Emek yoğun bir sektör olduğu için üretilen ürünün de katma değeri yüksek. Gelinlik sektörü genellikle abiye, damatlık, çocuk abiye ve bindallı kınalık gibi bağlantılı sektörlerle birlikte değerlendiriliyor. Bu yüzden de evlenecek çiftler bir nevi evlilik paketi altında toplu bir alışveriş gerçekleştiriyor. Bu

IF WEDDING FASHION İZMİR'E REKOR BAŞVURU

Gelinlik sektörünün bu başarısında If Wedding Fashion İzmir'in büyük etkisi bulunuyor. Dünya moda otoritelerince en önemli gelinlik fuarı olarak kabul edilen If Wedding Fashion İzmir 2016'ya rekor başvuru geldi. 2-5 Şubat tarihlerinde İzmir'de gerçekleştirilen etkinliğe 75 ülkeden ziyaretçi geldi.

İTKİB 2015
gelinlik ihracatı

4.480
milyar \$

Gelinlik sektörünün
GTİP dışı ihracat
potansiyeli

100 milyon \$

Türkiye'de her yıl
kiralanan gelinlik adeti

200 bin

Kilo başına düşen
ihracat geliri

150 \$

yönüyle gelinlik sektörünü hazır giyimde en avantajlı sektörlerden biri olarak görebiliriz. Ortadoğu ve Kuzey Afrika pazarı ile benzer zevk ile tasarlanan ve son yıllarda özellikle tarihi temalı diziler ile bu pazarlarda önemli söz sahibi olan Türkiye, bu ülkelerde giyim tarzları üzerinde de etkili olmaya başladı. Bu da sektörün önemli bir kültürel avantaj elde etmesini sağlıyor. Gelinlik pek çok doğu kültüründe olduğu gibi, Türkiye'de de aynı zamanda kültürel bir ürün olma özelliği taşıyor.

ULAŞTIRMA BAKANLIĞI 142 MİLYON TL CEZA KESTİ



Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın açıkladığı verilere göre, Bakanlık denetimlerinde geçen yıl toplam 34 milyon 444 bin 190 taşıt denetlenirken, Karayolu Taşıma Kanunu çerçevesinde 58 milyon 477 bin TL, Karayolları Trafik Kanunu kapsamında ise 84 milyon 387 bin TL ceza kesildi. Cezaların büyük kısmı, "yetki belgesi olmaması" ve "fazla yükleme" nedeniyle kesilirken, ceza sayısının bölge müdürlüklerine göre dağılımına bakıldığında yüzde 35,14 ile İstanbul'un ilk sırada yer aldığı görülüyor.

KAÇAK İŞÇİ ÇALIŞTIRMA ORANLARI ARTIYOR

Asgari ücretin bin 300 TL olarak belirlenmesinin ardından, Sosyal Güvenlik Kurumu, kaçak işçi çalıştırmayla ilgili denetimlerini sıklaştırdı. Hatırlanacağı üzere, sektör temsilcileri, asgari ücret görüşmeleri sırasında da bu tehdidi ısrarla dile getirmiş ve işverene yüklenecek ek maliyetin, "kaçak işçi çalıştırma" tercihine dönülebileceği uyarılarında bulunulmuştu. SGK verilerine göre, geçen yıl, çoğu ihbar sonucu 70 binin üzerinde iş yerinde denetim gerçekleştirildi ve bu denetimler sonucunda 50 bine yakın kaçak çalıştırılan işçi kayıt altına alındı. Kaçak işçi çalıştıran işletmelere de 500 milyon TL'nin üzerinde para cezası kesildi. Yapılan denetimlere rağmen, Türkiye'de kayıt dışı istihdam halen büyük bir sorun olarak sektörleri tehdit ediyor. TÜİK verilerine göre Türkiye'de 27 milyon 150 bin çalışan bulunurken, bu çalışanların yüzde 35'inin kayıt dışı istihdam edildiği öngörülüyor.



TEMERRÜT FAİZ ORANI GÜNCELLENDİ

Merkez Bankası, Türk Ticaret Kanunu'nun 1530'uncu maddesinde belirtilen ticari işletmeler arasında yapılan işlemlerde borçlunun temerrüde düşmesi halinde uygulanacak temerrüt faiz oranını belirledi. Buna göre 1 Ocak tarihinden geçerli olmak üzere mal ve hizmet tedarikinde alacaklıya yapılan geç ödemelere ilişkin temerrüt faiz oranının, sözleşmede öngörülmediği veya ilgili hükümlerin geçersiz olduğu hallerde uygulanacak faiz oranı yıllık yüzde 11,50; alacağın tahsil masrafları için talep edilebilecek asgari giderim tutarı 130 TL olarak tespit edildi.



VERGİ KANUNLARINDA DEĞİŞİKLİK YAPILDI

Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair 6655 Sayılı Kanun ile menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçları gelirlerinin vergilendirilmesinin kaynakta kesinti usulü uygulaması ile yapılmasını düzenleyen Gelir Vergisi Kanunu Geçici 67'nci maddesi hükümlerinin uygulanma süresi, 31 Aralık 2020 tarihine kadar uzatıldı. Bu anlamda, dâhilde işleme ve geçici kabul rejimi kapsamında ihraç edilecek malların üretiminde kullanılacak maddelerin tesliminde tecil terkin uygulamasına 31 Aralık 2020'ye kadar devam edilecekken, sanayi sicil belgesine haiz sanayi işletmelerince münhasıran imalat sanayisinde kullanılmak üzere alınan makine ve teçhizatın finansmanı için bu işletmeler tarafından kullanılan krediler dolayısıyla lehe alınan paralar için banka ve sigorta muameleleri vergisi de ödenmeyecek.

KIDEM TAZMİNATINDAN KİMSE MEMNUN DEĞİL

Başbakan Yardımcısı Lütfi Elvan, mevcut kıdem tazminatı uygulamasından ne işçinin ne de işverenin mutlu olmadığını ve düzenleme yapılması gerektiğini söylüyor. Kamuoyunda yeniden tartışılmaya

başlanan kıdem tazminatı konusuna ilişkin, "Burada memnun olmayan iki taraf var. Demek ki ortada bir sorun var. Bu sorunu çözmemiz gerekiyor. Bir noktada inşallah hem işçi kesimini hem de işveren kesimini

buluşturacağız" değerlendirmesinde bulunan Başbakan Yardımcısı Elvan, iş dünyasına yönelik olarak, yatırım ortamının iyileştirilmesine dönük çok ciddi düzenlemeler üzerinde çalıştıklarını da bildirdi. Bu çerçevede, çalışma hayatında önemli değişiklikler öngördüklerini dile getiren Başbakan Yardımcısı Elvan, çalışma hayatında esneklik konusunun da gündemlerinde olduğunu söyledi. Kamuda çalışanlar dışındaki işçi kesiminin kıdem tazminatını alamamaktan şikâyetçi olduğunu, işveren tarafının da bu konuda ciddi şikâyetleri bulunduğunu aktaran Başbakan Yardımcısı Elvan, iş mahkemelerinde ağırlıklı yükün kıdem tazminatı konusu olduğunu ve iş mahkemeleri konusunda da düzenlemeler yapılması gerektiğini ifade etti.



KARŞILIKSIZ ÇIKAN ÇEKLERDE BANKA TUTARI ARTIRILDI

Merkez Bankası, "Çek Defterlerinin Baskı Şekline, Bankaların Hamile Ödemekle Yükümlü Olduğu Miktar ile Çek Düzenleme ve Çek Hesabı Açma Yasağı Kararlarının Bildirilmesine ve Duyurulmasına İlişkin Tebliğ"de değişiklik yaptı. Merkez Bankası tarafından

yayımlanan Tebliğ ile bankaların karşılıksız çeklere ödemekle yükümlü olduğu miktarlar artırılırken, bankaların karşılığı olmayan her bir çek yaprağı için çek hamiline ödemekle yükümlü olduğu miktar 1200 TL'den 1290 TL'ye yükseltildi. 20 Ocak 2010 tarihinden

önceki tebliğlere göre bastırılan çeklerden ötürü bankanın süresinde ibraz edilen çekin karşılığının bulunmaması halinde ise her çek yaprağı için ödemesi gereken tutar 740 TL oldu. Değişiklikler, 25 Ocak tarihinden itibaren yürürlüğe girecek.

GÜMRÜK YÖNETMELİĞİ'NDE DEĞİŞİKLİK

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından "Gümrük Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" yayımlandı. Buna göre, gümrüklerde kaçakçılık ya da yolsuzluk nedeniyle geçici depolama yeri açma ve işletme izni geri alınan kişiler, yeni izin alamayacak. Ancak geçici depolama yeri işleticisi ile gümrük antrepo işleticisinin taahhüt ve yükümlülüklerine aykırı hareket etmesi nedeniyle vergi kaybı yaşanması halinde, geçici depolama ve antrepo açma ve işletme izni geri alınabilecek. Bununla birlikte, antrepolarda kaçakçılık gibi durumlar nedeniyle işletme izinleri geri alınan kişilere yeni izin verilmeyecek. Yönetmelik değişikliğiyle ayrıca, gümrük müşavir ve müşavir yardımcılarının dışındaki kişiler, gümrük müşavirliği yapacak tüzel kişilere ortak olamayacak, yönetim organında görev alamayacak ve gümrük müşavir ve müşavir yardımcılarının dışındaki kişilere şirketi temsil ve ilzam yetkisi verilemeyecek. Yönetmeliğin ayrıca, transit rejimleri ve antrepolardaki eşyanın başkasına devri gibi bölümlerinde de değişiklikler yapıldı.

E-TEBLİGATA BAŞLAMA SÜRESİ UZATILDI



Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (Sıra No: 467) ile elektronik tebligat sistemini kullanma zorunluluğu 1 Nisan tarihine ertelendi. Gelir İdaresi Başkanlığı'nca yayımlanan Tebliğ'de, "27/8/2015 tarihli ve 29458 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (Sıra No: 456)'nin '5.1. Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin Bildirimi ve Elektronik Tebligat Adresi Edinmesi', '5.2. Gelir Vergisi Mükelleflerinin Bildirimi ve Elektronik Tebligat Adresi Edinmesi' ve '10. Diğer Hususlar' başlıklı bölümlerinde yer alan '01.01.2016' ibareleri '1/4/2016' şeklinde değiştirilmiştir" deniliyor.



İflas nedeniyle tahsilin mümkün olmaması durumu

Erdoğan KARAHAN

Yeminli Mali Müşavir

erdogankarahan@istanbulymm.com

Bu ay, geçtiğimiz ay başladığımız, yurt dışından olan alacakların çeşitli gerekçelerle, özellikle de iflas nedeniyle tahsilinin mümkün olmaması durumunda şüpheli alacak karşılığı olarak yurt içinde giderleştirilmesi ve bunun şartları konusunu sonlandıracağız.

Geçtiğimiz ay, ihracat rakamları 2014'e göre düşük kalsa da genel seyrinde artması ve bu bağlamda şirketlerimizin yurt dışı alacaklarının da yükselmesinden hareketle, özellikle de yurt dışı ihracatının büyük bir kısmını oluşturan Rusya, Irak, Suriye, Mısır ve Libya gibi ülkelerdeki siyasi durum veya ekonomik krizler ve ticari gerekçelerle ihracat yapılan şirketlerin iflası sonucunda ilgili alacakların bazen tamamı bazen de bir kısmının tahsil edilememesine odaklanmış; tahsil edilemeyen bu alacakların şüpheli alacak karşılığı olarak yurt içinde giderleştirilmesi ve bunun şartlarına odaklanmıştık. Hatırlanacağı üzere, yurt içinden bir şirketin yabancı bir şirketten olan alacağının bu yabancı şirketin iflas etmesi nedeniyle tahsil edilememesi durumunda, tahsil edilemeyen alacaklar için şüpheli alacak karşılığı ayrılabilmesi, bu alacak için yetkili mahkemelerde dava açılması halinde mümkün olabilir. Burada önemli olan husus ise davanın hangi ülkedeki yetkili mahkemede açılacağıdır. Buradaki belirleyici unsur, 5718 Sayılı Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku hakkında Kanun hükümlerine bakılması gerekliliğidir. Bu Kanun'un 24'üncü maddesi hükmüne göre, yapılmış olan bir sözleşmede önceden öngörülmüş ve böyle bir tahsil edilememe durumunda hangi ülkenin mahkemelerinde dava açılacağı hüküm altına alınmış ise önceden kararlaştırılmış olan bu mahkemede dava açılması gerekmektedir. Ancak bu durum önceden öngörülememiş ise yani satış sözleşmesinde veya önceden yapılmış olan başka bir sözleşmede böyle bir tahsil edilememe durumunda nerede dava açılacağı kararlaştırılmamış ise, alacak davası "Karakteristik Edim Borçlusu" nun mukim olduğu ülkede açılabilir.

Yine geçtiğimiz ay söz ettiğimiz üzere, karakteristik edim, sözleşmede ağır basan edim demektir. Sözleşmenin ağır basan edimi ise para borcu olmayan sözleşme tarafının edimidir. Yani karakteristik edim borçlusu, sözleşmede ağır basan edimi ifa ile mükellef olan kişileri ifade eder. Konumuza göre uyarılsak, mal satım işlemi olmasaydı sözleşme kurulamayacağından, ağır basan edim yani karakteristik edim satıcının edimidir.

Dava nerede açılacak?

Daha önce bir sözleşme ile belirleme yapılmış ise belirlenen yerde, herhangi bir belirleme yok ise bir mal veya hizmet satışı sözleşmesinde karakteristik edim borçlusu, mal ve hizmeti satan Türkiye'deki firmadır. Bu nedenle mal ve hizmet satışı yapılan yabancı şirketin iflas etmesi halinde, bu şirketten olan alacaklar nedeniyle şüpheli alacak ayrılması için Türkiye'deki yetkili mahkemelerde dava açılması gereklidir.

Sözleşmede hüküm bulunması sonucu davanın yurt dışında mukim yabancı şirketin ülkesinde açılması durumunda ise milletlerarası özel hukuk açısından yabancı ülkede açılan davanın Türkiye'de tanınması gerekir. Bu durum da, Türkiye'de alınacak bir "Tenfiz Kararı" ile mümkündür. Tenfiz Kararı; yurt dışında bulunan mahkemelerin vermiş oldukları kararların sonuçlarının başka bir ülkede icra edilebilmesi için kararın icra edileceği ülke mahkemelerince alınacak karardır. Yani yurt dışında alınan kararın, yurt içinde tanınmasıdır. Sonuca bağlırsak, Türk firmaları, yurt dışında yerleşik şirketlere mal ve hizmet satımları sonucunda tahsil edemedikleri alacaklarını, VUK'un 323'üncü maddesi hükümleri doğrultusunda şüpheli alacak karşılığı ayırmak suretiyle gider olarak yazabileceklerdir.

Eğer daha önce bir sözleşme düzenlenmiş ise bu sözleşmede yer alan hükümlere göre hareket edilecek ve neresi kararlaştırılmış ise o ülkede dava açılacaktır. Yurt dışı olarak belirleme yapılmış ise orada dava açılacak ve bu davanın hükümlerinden Türkiye'de yararlanabilmek için Türkiye'de "Tenfiz Kararı" alınacaktır. Daha önce herhangi bir belirleme yapılmamış ise karakteristik edim borçlusu olarak satışı gerçekleştiren ihracatçının ikamet adresine göre hareket edilecek ve burada dava açılacaktır. Bu türden olan alacaklarını giderleştirmek isteyen şirketlerin mutlaka profesyonel bir yardım alarak yasal mevzuat çerçevesinde hareket etmeleri, daha sonra olası bir vergi incelemesinde vergi tarhiyatı ve cezası ile karşılaşmalarının önüne geçecektir.



TÜRKİYE DÖNÜŞÜYOR

PERAKENDE SEKTÖRÜ BÜYÜYOR

Dönem dönem yaşanan dalgalanmalara rağmen 2015 yılı sonu itibarıyla 663 milyar TL düzeyinde bir büyüklüğe sahip Türk perakende sektörü, istikrarlı büyüme performansına devam ediyor. Sektör cirosunun, büyüme grafiğini önümüzdeki yıllarda da devam ettirerek 2018 yılında yaklaşık 880 milyar TL'ye ulaşması bekleniyor.

2015 yılı sonu itibarıyla Türkiye'de 663 milyar TL düzeyinde bir büyüklüğe sahip olduğu tahmin edilen perakende sektörü, dönem dönem yaşanan dalgalanmalara rağmen istikrarlı büyüme performansına devam ediyor. Türkiye ve dünyadaki değişen dinamikler, nüfus artışı, şehirleşme ve benzeri faktör-

ler de sektördeki büyümeyi canlı tutuyor. Nüfus ve şehirleşmenin artmasının yanında alım gücüne paralel olarak artan hanehalkı harcamaları, harcama eğilimi yüksek olan genç nüfusun artışı gibi faktörler de perakende sektörünün gelişmesi için önemli fırsatlar yaratıyor. Tüketim harcamalarında Avrupa'da ilk 10, gıda harcamalarında ise



ilk 5 ülke içerisinde yer alan Türkiye perakende sektörü cirosunun son 5 yıllık performansını devam ettirerek orta vadede yılda ortalama yüzde 9 büyümesi bekleniyor. Sektörde halihazırda Avrupa ülkelerine kıyasla oldukça yüksek paya sahip olan geleneksel perakendeden organize perakendeye geçiş yavaş ilerlese de, özellikle gıda perakendeciliğindeki birleşme ve satın almalar sektörün hareketlenmesini sağlıyor. Bu kapsamda, küçük ve orta ölçekli satış birimlerinin konsolide olma eğiliminde olduğu gözleniyor. Pazara giriş ve çıkışların oldukça yüksek olduğu online perakende sektöründe de satın almaların artışı dikkat çekiyor. Önümüzdeki dönemde sektördeki

büyümenin süreceği, ancak kısa dönemde konjonktürel etkilere bağlı olarak büyüme hızında dalgalanmalar yaşanabileceği düşünülüyor. Yurt içinde 2015 ve 2016 yılları ekonomik büyüme oranı tahminleri görece daha yavaş bir ekonomik aktiviteye

işaret ederken, enflasyondaki artışın da hanehalkı harcamalarını olumsuz yönde etkileyebileceği tahmin ediliyor. Buna bağlı olarak, Türkiye perakende sektöründeki büyümenin bu dönemde bir miktar hızı kesilse de organize perakende sektörünün tüm günlük operasyonları ile Türkiye ekonomisinin olumlu gelişimine katkıda bulunmaya devam edeceği öngörülmüyor.

2018'de 880 milyar TL ciro

Türkiye perakende sektörü cirosunun önceki yıllardaki büyüme grafiğini önümüzdeki yıllarda da devam ettirerek 2018 yılında yaklaşık 880 milyar TL'ye ulaşması bekleniyor. Döviz kuru dalgalanmaları ve tüketici güven endeksindeki düşüş nedenleri ile perakendecilerin yüksek karlılık yerine satış ve uzun vadeli yatırımlara odaklandıkları gözleniyor. Hizmet sektörü toplamda gayrisafi milli hasılanın yüzde 57,7'sini, toptan ve perakende satışlar ise yüzde 12'sini oluşturuyor. Hizmet sektörü ile toptan ve perakende ticaretin GSYH içerisindeki payı, perakende sektörünün Türk ekonomisine yaptığı istikrarlı katkısı gözler önüne seriyor. Organize perakendenin toplam perakende pazarındaki payı her geçen gün artmakla beraber Türkiye'de organize perakendenin toplam pazara oranı gelişmiş ülkelerin hala önemli ölçüde altında kalıyor. Gelişmiş ülkelerdeki organize perakende payına bakıldığında Türkiye'de sektörün sağlam temellerinin ol-

masının yanı sıra ilerleyecek yolunun ve potansiyelinin olduğu da görülüyor. Yerel ve uluslararası zincir mağazaların düzenli büyümesine ve son zamanlardaki birleşme ve satın almalar rağmen, yerel perakende pazarının büyük çoğunluğu geleneksel oyunculardan oluşuyor. Bunun yanında sektördeki gelişme, organize perakendecileri büyük şehirlerden ülkenin dört bir yanındaki noktalara ulaşmaya zorlarken, organize perakendedeki bu genişleme, küçük ve orta büyüklükteki kentlerde tedarik ve dağıtım koşullarının gelişmesine katkıda bulunuyor ve sektördeki gelişim ve büyüme, kurumsallaşmayı da beraberinde getiriyor. Toplam perakende satışlarının yüzde 62'sini oluşturan gıda perakende sektöründe geleneksel perakendecilerin payı yüzde 70'e yaklaşırken, kişi başına düşen organize perakende gıda satış miktarlarında Türkiye'nin Avrupa sıralamasının sonlarında yer alması sektörün bu alandaki potansiyeline dikkat çekiyor.

Perakendede istihdam istikrarlı artıyor

OECD ülkeleri içinde Türkiye en yüksek işsizlik oranına sahip ülke konumunda bulunuyor. Türkiye ekonomisinde ciro bakımından imalat sektöründen sonra 2'nci sırada olan perakende sektöründe 2014 yılında sigortalı ücretli istihdamının 54 bin kişi arttığı gözleniyor. Perakende sektöründe istihdam edilen kişilerin sayısı, sektörün hem küresel olarak hem de ülke çapında büyümesinden dolayı düzenli olarak artıyor. Perakende sektörü sadece önemli bir istihdam kaynağı olmakla kalmayıp iş gücüne çeşitlilik de katıyor. Ülke ekonomileri gelişip refah seviyesi arttıkça perakende sektörünün sunduğu çeşitli iş olanakları daha da tercih edilir hale geliyor. Gerek yarı zamanlı çalışan, gerekse kadın çalışan oranları bakımından perakende sektörü, dünya çapında sigorta ve bankacılık sektörlerinden

orta vadede YÜZDE 9 büyüme
Tüketim harcamalarında Avrupa'da ilk 10, gıda harcamalarında ise ilk 5 ülke içerisinde yer alan Türkiye perakende sektörü, cirosunun son 5 yıllık performansını devam ettirerek orta vadede yılda ortalama yüzde 9 büyümesi bekleniyor.



Sami KARIYO

BMD Başkanı

Sektörümüz bugün, Türkiye genelinde 400 bine yakın sayıda mağaza, 3 milyondan fazla istihdam, 25 milyon metrekareden büyük satış alanı ile Türkiye ekonomisinin en dinamik yapı taşıdır. Perakende sektörü açısından 2015 yılının, enflasyondan arındırılmış olarak 338 milyar dolar civarında bir ciro büyüklüğü ile tamamlanacağını öngörüyoruz. Geçen yılın sonunda, 2015 yılına ilişkin beklentilerimizi değerlendirirken, 2015'te seçim olacağını, bunun ekonomi üzerinde bir belirsizlik etkisi yaratacağını ifade etmiştik. Oysa 2015'te iki genel seçimle karşılaştık. Belirsizlik süresi bu nedenle biraz uzadı. Ancak perakende sektörünü içerideki siyasi belirsizlikten daha çok, döviz kurlarında ağırlıklı olarak yurtdışı kaynaklı yukarı yönlü artış etkiledi. Kurların beklenmedik şekilde artması bizi bir anda birkaç sorunla karşı karşıya bıraktı. Bunlardan birincisi kira fiyatları. Perakendede kiralaların çok büyük bölümü dövizle ödeniyor. Kur değerlenince kiralalar da arttı. Bu yük maliyetlerimize ne yazık ki çok olumsuz etki etti. 2016'da da en önemli risk olarak yine döviz kurlarını işaret etmek mümkün. 2023 yılına yönelik hedeflerimizden olan yurtdışında 20 bin mağaza sayısına ulaşmak için tüm iç ve dış koşulların olumlu seyretmesi gerekiyor. Son dönemlerde Rusya ile ilişkiler başta olmak üzere bölgemizde yaşadığımız gelişmeler, yurtdışı mağazalaşma hedefini olumsuz etkileme ihtimali yaratıyor. Perakende markalarımız, dinamik yapısı, tasarım zenginliği, nitelikli insan kaynakları, gelişmiş teknolojisi, güçlü müşteri ilişkileri yönetimi, dijital alandaki başarısı gibi sayısız unsurla uluslararası rekabette önde gelen bir yapıya sahip bulunuyor. Bu nedenle, sektörün rekabetçi gücünü olumsuz etkileyen ve tüketicinin daha pahalı ürün elde etmesine yol açan birtakım etkenlerin ortadan kaldırılmasının sektöre büyük fayda sağlayacağını düşünüyorum.

“Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü Raporu”ndan

- Sektörün yüzde 67'sini geleneksel, yüzde 33'ünü organize perakende oluşturuyor.
- Toplam perakende satışlarının yüzde 62'sini gerçekleştiren gıda sektöründe geleneksel perakendecilerin payı yüzde 77'yi buluyor.
- Sektör, 2014 yılında her gün ortalama 15 mağaza açabilen bir tempoya ulaştı.
- Perakende e-ticaret hacmi 2014'te yüzde 37 büyüyerek 10 milyar TL oldu.
- Türkiye perakende sektörü orta vadede her yıl ortalama yüzde 9 büyüyebilecek.
- Perakende sektörü 2018'de yaklaşık 880 milyar TL ciroya ulaşacak.
- Türkiye'de halen bin kişiye düşen kiralanabilir alan 135 metre kare.
- 2018 yılında Türkiye genelinde AVM sayısı 415'e, toplam kiralanabilir alan 13 milyon metrekareye çıkacak.
- Metrekare başına aylık ciro 703 lira.
- Metrekare başına yaratılan ortalama KDV 70 lira.
- Üç yılda inşa edilecek 55 yeni AVM'deki satış alanları ile aylık ilave olarak 198 milyon lira KDV geliri yaratılacak.
- 2014 yılında Türkiye'de hanehalkı başına ortalama tüketim harcaması tahmini 2.848 lira.
- Dünyada 2012- 2025 yılları arasında toptan ve perakende satış sektöründe net 1.6 milyon kişiye ek iş fırsatı doğacak.



Hızır giyim, ayakkabı-deri sektörlerinin modern perakende büyüklüğü 2014 ve 2015 yıllarında 25-30 milyar dolar aralığında seyretti.

sonra çok çeşitli çalışan grubu barındıran üçüncü sektör olarak öne çıkıyor.

Organize perakendenin payı yüzde 33

Hâlihazırda TÜİK Ticaret Ciro verilerine göre Türk perakende sektörünün yaklaşık yüzde 67'sinin geleneksel, yüzde 33'ünün ise organize perakende sektörüne ait olduğu tahmin ediliyor. Son yıllarda yaşanan AVM sayılarındaki hızlı artış ile birlikte yaklaşık

aylık 7.3 milyon metrekare satış alanına ulaşan organize perakende sektörünün önümüzdeki yıllarda da Türkiye ekonomisi içindeki önemini giderek artacağı öngörülüyor. AVM yatırımlarının ve sektördeki rekabetin gelişimine paralel olarak sayıları günden güne artan zincir mağazaların etkisiyle organize perakendenin toplam sektördeki payı artıyor. Fakat kalite ve hijyen bilincinin artmasına rağmen, Türk tüketiciler hala geleneksel alışveriş alışkanlıklarını da sürdürüyor. Taze meyve ve sebze gibi büyük tüketici ürünleri yelpazesi için mahallelerdeki düşük fiyatlı açık pazarlar hala yaygın durumda bulunuyor. Bakkal ve açık pazarlar üzerinden yapılan satışlar toplam gıda perakendesinin yaklaşık yüzde 48'ini oluşturuyor. Organize perakendenin hızlı bir gelişim gösterdiği bu yıllarda özellikle hipermarketlerde ve indirim mağazalarında gıda satışlarındaki artış dikkat çekiyor.



Türkiye ekonomisinde ciro bakımından imalat sektöründen sonra 2'nci sırada olan perakende sektöründe 2014 yılında sigortalı ücretli istihdamı 54 bin kişi arttı.



En fazla artış tekstil, hazır giyim ve ayakkabı sektörlerinde

Hazır giyim, ayakkabı-deri sektörlerinin modern perakende büyüklüğünün 2014 ve 2015 yıllarında 25-30 milyar dolar aralığında seyrettiği gözleniyor. Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre 2015'te hazır giyim sektöründe kartlı harcamaların 42 milyar TL'in üzerinde olduğu tahmin ediliyor. Bu da 2014'e göre kartlı harcamalarda yüzde 10'a yakın bir büyüme anlamına geliyor. Perakende güvenine bakıldığında ise alt sektörler itibarıyla Aralık 2015'te, geçen yılın aynı dönemine göre en fazla artışın "tekstil, hazır giyim ve ayakkabı" sektöründe gerçekleştiği görülüyor. Bu sektörü, "yiyecek, içecek ve tütün ürünleri", "mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri" ve "birden fazla türde ürün satan bakkal, market ve büyük mağazalar" sektörleri takip ediyor. Bu dört sektördeki artış ortalama artışın üzerinde gerçekleşirken "Motorlu taşıtlar", "diğer" ve "elektrikli ev aletleri, radyo ve televizyonlar" sektörlerindeki artışın ise ortalama artışın gerisinde kaldığı gözleniyor. Hazır giyim ve ayakkabı perakende sektörünü etkileyen en önemli faktör, hanehalkı kullanılabilir gelirinin artışı olarak öne çıkıyor. 2013 yılındaki ciro artışının en büyük sebebinin bu olduğu ve önceki yıllarda ortalama hanehalkı kullanılabilir gelir artışı ile nispeten aynı oranda artış gösteren sektör satışlarının 2014 yılında aynı trendi devam ettiremeyecek hanehalkı kullanılabilir geli-

İLLERE GÖRE AVM DAĞILIMI

İstanbul

103

Ankara

37

İzmir

22

Diğer

198



Son 4 yılda hazır giyim ve ayakkabı satışlarının dağıtım kanalı bazında dağılımına bakıldığında internet üzerinden satışların toplam satış yüzdesindeki payını gittikçe artırdığı gözleniyor. 2009 yılında yüzde 0,8 olan internet satışlarının payı 2014 yılına gelindiğinde 3 katına çıkarak yüzde 2,5 olarak gerçekleşti.

rindeki yüzde 10 artışa karşılık yüzde 3 artış ile seneyi bitirdiği gözlemlendi. 2010 yılında ekonomik krizin olumsuz etkilerinin azalması ile satışlara yansıyan olumlu havanın etkisi 2014 yılında tüketici güveninin düşmesi ile sektördeki büyümenin hızını kesti. 2014 yılında hazır giyim ve ayakkabı perakendecilerini etkileyen en önemli faktörlerden biri ise tüketici güvenindeki düşüş oldu. 2013 yılında 75 puan olan tüketici güven endeksi 2014 yılı sonunda 67,7 puana kadar geriledi. Tüketici güven endeksinin düşüşü, fiyat artışları ve yabancı para kurlarındaki dalgalanmaların da etkisiyle 2014 yılı içerisinde harcamaların düşmesine yol açtı. Bununla birlikte alışveriş merkezi sayısının belli bir doygunluğa ulaşması ile 2014 yılı içerisinde açılan mağaza sayısının azalması da düşüşe katkıda bulundu. Bunların yanında, kredi kartları ile yapılan alışverişlerde taksitlendirme imkanı olması hazır giyim ve ayakkabı alışverişlerini daha cazip kılıyor. Türkiye hazır giyim ve ayakkabı perakende satışlarının yüzde 86'sı yerel bağımsız perakendeciler ve zincir mağazalar üzerinden gerçekleşiyor. Zincir mağazalar, yüksek satış ve dolayısıyla alım/üretim hacimlerinin getirdiği fayda ile daha güçlü indirimler ve kampanyalar yapabiliyor ve bu kategoride yerel bağımsız mağazaların önüne geçiyor. Son 4 yılda hazır giyim ve ayakkabı sa-



Hulusi BELGÜ

AYD Yönetim Kurulu Başkanı

AYD olarak yayınladığımız AVM endeks verilerine göre alışveriş merkezlerinde bu yıl cirolar her ay artış gösterdi. Yeni açılan AVM sayılarına baktığımızda da bu yıl şu ana kadar 18 yeni AVM açıldı ve toplam AVM sayısı Türkiye genelinde 358'e ulaştı. Sektör olarak 2015 yılında daha durağan bir dönem ve cirolarda küçük bir artış bekliyorduk. Ancak 2014 yılını 75 milyar TL ile kapatan sektör 2015 yılını muhtemelen 90-95 milyar TL'ye ulaşan bir ciro ile kapatacak. Yani bizim tahminlerimizin üstünde bir ciro artış söz konusu. 2015 yılını oldukça verimli rakamlarla kapatıyor olmamız 2016 hedefleri için hem çıtayı yükseltmemize olanak sağlıyor hem de daha temkinli ve planlı yaklaşımlar sergilememiz noktasında uyarı niteliği taşıyor. Seçim dönemlerini atlattığımız olmanın getirdiği istikrar ortamı elbette çok önemli ancak istikrar sadece seçim olup olmamasına bağlı değil. Güçlü bir ekonomi yönetimi ve planlaması, bölgesel dengeler gibi unsurlar da hem kısa hem uzun vadede yatırımları ve gelecek planlarını etkileyecek. Sektörün 2016 yılından beklentisi elbette büyüme ve yatırımların devamı. 2016-2017 yılları arasında toplam yeni açılacak AVM sayısının ise 17'si İstanbul'da olmak üzere 44 olacağını öngörüyoruz. 2016 yılı için 100 ila 110 milyar TL ciro beklentimiz var. 2016 yılı sonu itibarı ile AVM'lere giriş sayısının yaklaşık 2 milyar olacağını tahmin ediyoruz. Şu an GLA - (Toplam Kiralanabilir Alan) ortalama 10,5 milyon metrekare. 2016-2017 yılları içinde ise ortalama 2,3 milyon metrekare GLA ekleneceğini varsayarsak GLA'da yüzde 22'lik bir artış olacağını öngörüyoruz. 2016-2017 yılında ilk kez AVM açılacak illerimiz ise Çorum ve Sivas. Alışveriş merkezleri ve perakende sektörünün 2016 yılı için ana gündem maddesi ülke gündemine bağlı olarak yakın çevremizde yaşanan gelişmeler olacaktı, sektör olarak ise gündemimiz 2015 yılında yürürlüğe giren Perakende Yasası kapsamında çıkacak olan yönetmelikler olacak.

tişlerinin dağıtım kanalı bazında dağılımına bakıldığında internet üzerinden satışların toplam satış yüzdesindeki payını gittikçe artırdığı gözleniyor. 2009 yılında yüzde 0,8 olan internet satışlarının payı 2014 yılına gelindiğinde 3 katına çıkarak yüzde 2,5 olarak gerçekleşti. Bu artışın internet kanalıyla satış yapan firmaların sayısının artması ve hâlihazırda fiziksel mağazalar üzerinden satış yapan perakendecilerin internet üzerinden de satış yapmaya başlamaları sonucunda olduğu gözleniyor.

En hızlı AVM artışı İstanbul'da

Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD) verilerine göre bugün yaklaşık 10,5 milyon metrekarelik kiralanabilir alana sahip alışveriş merkezleri projeleri son beş yıldır yükselen bir ivme göstererek, Türkiye ekonomisinin en önemli piyasalarından biri haline geldi. 2018 yılında yeni açılacak alışveriş merkezleriyle toplam kiralanabilir alanın 13 milyon metrekareye ulaşması bekleniyor. Bunun yanında, kentleşmenin giderek artması ve yatırımların Anadolu kentlerine de yayılmasıyla AVM yatırımları Anadolu kentlerine de kaymaya başlıyor. 2015 ve 2010 yıllarında en büyük üç il olan İstanbul, Ankara ve İzmir'deki AVM dağılımlarına bakıldığında ise en hızlı gelişmenin yüzde 40'lık



perakende sektörü 2018 hedefi 880 MİLYAR

Türkiye perakende sektörü cirosunun önceki yıllardaki büyüme grafiğini önümüzdeki yıllarda da devam ettirerek 2018 yılında yaklaşık 880 milyar TL'ye ulaşması bekleniyor.

artışla İstanbul'da yaşandığı görülüyor. Bunun yanında, Türkiye'de AVM bulunmayan iller ise şöyle sıralanıyor: Adıyaman, Ağrı, Amasya, Ardahan, Bartın, Bayburt, Bingöl, Burdur, Çorum, Erzincan, Gümüşhane, Hakkari, Iğdır, Kars, Kırşehir, Kilis, Muş, Niğde, Rize, Sinop, Sivas, Şırnak, Tunceli, Yozgat.

Sektörü frenleyen riskler

2016 yılında perakende sektörünü bekleyen en önemli riskin 2015 yılında da olduğu

gibi döviz kurları olacağı öngörülüyor. Amerikan Doları'nın 2016 ortalamasının 3,10 TL seviyesinde olacağı, 2016 yılını ise 3,25 TL ile biteceği tahmin edilirken Euro/Dolar paritesinin 1,09 olması bekleniyor. Bu da Euro'nun yılı 3,54 TL ile bitirebileceği anlamına geliyor. 2015 yılında kurlarda yaşanan beklenmedik artış, perakende sektöründe kiralardan çok büyük bölümünün dövizle ödemesi nedeniyle başta kiralardan olumsuz etkilendi ve maliyetler gözle görülür şekilde arttı.

Kurlarda yaşanan bu artış özellikle Uzakdoğu'dan gelen ürünlerin döviz bazında tedarik ediliyor olmasından dolayı, bu bölgeden ürün alımını da zorlaştırdı. Alıcılar, mal tedariki için yurtiçine yöneldiğindeyse dolarizasyon etkisi nedeniyle yurtiçindeki üreticilerin de yabancı para birimine yönelmeleri ciddi bir tehdit oluşturdu. Diğer önemli risk unsuru ise ithalat üzerindeki vergilerin özellikle hazır giyim ve konfeksiyon ile ayakkabı olmak üzere birçok sektör üzerinde olumsuz etki yapması olarak öne çıkıyor. Bu risklere ek olarak, asgari ücret konusunda yürütülen çalışmalar sonucunda ürün maliyetlerinde, markaların operasyonlarında ve insan kaynağı maliyetlerinde yaşanması kaçınılmaz artışlar da sektörü düşündürüyor. Sektörde, markaların istihdamın etkilenmemesi için her türlü önlemi alacak olsalar da, dayanma güçlerinin ötesinde bazı risklerin mevcut olduğu endişesi hakim. Diğer önemli husus ise Türkiye'ye yansıma ihtimali olan jeopolitik riskler. Çevresinde gelişen olayların Türkiye'yi etkilememesini beklemeyen sektör, bu kapsamda Rusya'yla yaşanan gelişmelerin de önemli bir risk teşkil ettiği görüşünde. Perakende sektörünün, Rusya'ya ürün satan firmalar ya da dış ticaret şirketlerinin aksine burada mağaza açması ve doğrudan yatırımlar gerçekleştirilmesi, kalıcı

ARAP TURİSTLERDEN SEKTÖRE KATKI

Son yıllarda özellikle İran, Körfez ülkeleri ve Suudi Arabistan gibi yakın coğrafyalardan gelen turistlerin perakende sektörüne önemli katkısı bulunuyor. Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre tüm yabancı turistlerin Türkiye'de yaptığı kartlı alışveriş tutarı, 2015 yılında 2014'e göre yüzde 18 artışla 19,5 milyar TL'ye yükseldi. Bu alışverişte sektörel olarak giyim ve kuyumculuk önemli yer tutuyor. İller bazında ise turistlerin kartlı alışverişinden aslan payını İstanbul alıyor. Turistler kartlı alışverişlerinin yüzde 51'ini İstanbul'da yapıyor. Son dönemde yaşanan olayların bu ülkelerden ve bölgelerden gelen turistlerin Türkiye ziyaretlerini olumsuz etkilemesi beklenmekle birlikte, yabancı turistlerin yaptığı harcamalarda Arap turistlerin yine de önemli bir payı olacağı öngörülüyor.



yatırımların tehdit altında olduğu endişesini doğuruyor. Perakende sektörü, Rusya ile ilişkilerde yeniden güven tesis edilmesini beklerken, aynı zamanda alternatif pazar arayışlarını yoğunlaştırarak yurtdışı mağazalaşma sürecinin canlı tutulmasını bekliyor. Çevre ülkelerle yaşanan sorunların yanında, ülkenin doğusundaki gerginlikler de işgücünün bu bölgedeki ekonomik hayatı ve tüketimi tehdit etme riskini gitgide artırıyor. Sektörün 2023 hedefleri doğrultusunda yurtdışında 20 bin mağaza sayısına ulaşmak için iç ve dış koşullara bağlı olan istikrarı bozacak nitelikteki tüm bu risklerin olumlu seyretmesi ya da ortadan kalkması gerekiyor.

Yeni fırsatlar, yeni eğilimler

Ekonomik büyüme, nüfus, bilgi teknolojileri gibi alanlardaki köklü değişimler son yıllarda herkes tarafından yakından izlenir hale geldi. Bu kapsamda, dünyayı şekillendirecek akımlar ve bu akımların farklı sektörler üzerindeki etkilerinin araştırılması ile gelecekte yaşam şekillerini belirleyecek demografik değişim, dünya çapında ekonomik güçteki değişim, hızlanan şehirleşme, iklim değişimi ve sınırlı kaynaklar ve teknolojik ilerleme olarak 5 megatrend ortaya konuluyor. Söz konusu eğilimlerin, şirketlerin faaliyetlerine ve tüketicilerin davranışlarına çok önemli etkileri olacağı tahmin edilirken birçok şirket yaşamakta olan bu eğilimleri şimdiden analiz ederek ticari olarak gelecekte var olabilmek için stratejilerini ve yatırımlarını şekillendiriyor. Dijital teknolojilerin gelişmesi ile tüketici davranışlarında büyük bir değişim görülüyor ve tüketiciler için artık tercih ettikleri ürünü temin ettikleri satış kanalı daha az önem arz ediyor. Tüketici davranışlarındaki bu değişikliğe ayak uydurabilmek için perakendecilerin yeni teknolojiler, yeni süreç ve yeni organizasyon formatları benimsemeleri, çağa uygun bir iş stratejisi geliştirmeleri ka-

çınılmaz hale geliyor. Tüketicilerin perakendecileri hem sanal hem de gerçek dünya ayrımı yapmadan sürekli ulaşabildikleri tek bir marka gibi göreceklere öngörülürken, bu süreçte de çok yönlü kanal stratejisinin öneminin göz ardı edilmemesi tavsiye ediliyor. Perakendecilerin de 'tek durakta alışveriş' kavramını, tüketicilerin istediği kusursuz, tüm kanalları kapsayan alışveriş deneyimini yaratmak için kendi stratejilerine dahil etmeleri gerekiyor. Fiziksel ve sanal mağazalar ve dijital araçların yardımıyla tüketicilerin istedikleri zaman ve istedikleri yerde perakendecilere ulaşabilmesi ve perakendecilerin sunacakları değişik satın alma ve teslimat seçeneklerinden kendileri için en uygun olanı seçebilmeleri bekleniyor. Günümüz tüketicisi, satış kanalları arasında istediği an geçiş yapabilmek,

bunu yaparken de bütün kanallarda birbiriyle tutarlı indirim ve promosyon seçenekleriyle karşılaşmak istiyor.

"Dönüşürken büyüyen Türkiye perakende sektörü" Raporu

Türkiye modern perakende sektörünün sürdürülebilir gelişiminin altyapısını oluşturarak, sektörün ülke ekonomisindeki konumunu daha da ileriye taşımaya ve uluslararası platformdaki yerini güçlendirmeyi hedefleyen Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) da, PricewaterhouseCoopers (PwC) işbirliğiyle hazırladığı "Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü" başlıklı raporu kamuoyuyla paylaştı. Sektörün başta istihdam olmak üzere, Türk ekonomisine sağladığı ve sağlayacağı katkılara ayrıntılarıyla değinilen raporda,

dinamik yapısıyla sektörün 2023'te dünya çapında markalar çıkarma hedefine emin adımlarla ilerlediğinin altı çizildi. TAMPF Başkanı Zafer Kurşun, AYD Başkan Yardımcısı Mustafa Cem Eriç, BMD Başkanı Sami Kariyo, GPD Başkanı Nihat Özdemir, KMD Başkanı Alp Önder Özpamukçu, TURYİD Yönetim Kurulu Başkanı Kaya Demirel ve PwC Türkiye Perakende ve Tüketici Ürünleri Sektörü Lideri Adnan Akan'ın söz aldığı toplantıda, son dönemdeki birleşmelere ve satın almalara rağmen Türkiye'de pazarın yüzde 67'lik bölümünün halen geleneksel perakendenin elinde bulunduğu belirtildi. Organizasyona geçiş nispeten ağır olmasına ve dalgalanmalara rağmen sektör istikrarlı büyümesini sürdüreceği öngörüsüyle, son 5 yıllık performansın ışığında yıllık ortalama yüzde 9 büyüyerek toplam perakendenin 2018 yılında 880 milyar TL'lik ciroya ulaşacağı ifade edildi. Bu rakamın içinde organize perakendenin payının giderek artacağına altı çizilirken, Türkiye genelinde halen 360 olan AVM sayısının 2018 sonunda 415'e, AVM'lerdeki kiralanabilir satış alanının ise 10.5 milyon metrekareden 13 milyon metrekareye çıkacağı vurgulandı.

AVM'de İSTANBUL önde

2015 ve 2010 yıllarında en büyük üç il olan İstanbul, Ankara ve İzmir'deki AVM dağılımlarına bakıldığında ise en hızlı gelişmenin yüzde 40'lık artışla İstanbul'da yaşandığı görülüyor.



Migros Genel Müdürü Ömer Özgür Tort, TURYİD Başkanı Kaya Demirel, BMD Başkanı Sami Kariyo, Tekin Acar YK Başkanı Tekin Acar, KMD Başkanı Alp Önder Özpamukçu, AYD Başkan Yardımcısı Cem Eriç, GPD Başkanı Nihat Özdemir, TAMPF Başkanı Zafer Kurşun ve Carrefoursa CEO'su Mehmet Nane gibi sektörün önde gelen isimleri perakende sektörüne dair raporu değerlendirdi.



**“Kaliteli Çözüm ve Yeni Fiyatlarımız ile
Şimdi Çok Daha REKABETÇİSİNİZ...”**



“BTC'nin yeni fiyatları sizleri çok ŞAŞIRTACAK!”

Roland®

AVA
PARTNERS FOR ALL TIME

Cham Paper Group

ElvaJet®
SENSIENT

ergosoft
rip solutions

KONICA MINOLTA



www.dijitalteknolojiler.com

Ders : Dijital Baskı Teknolojileri
Konu : Dijital Baskıda Kazanç

Dijital baskıda
kafanızı fazla karıştırmayın


= BİC

 Roland®


PARTNERS FOR ALL TIME


Cham Paper Group


SENSIENT

 ergosoft
rip solutions


KONICA MINOLTA

Gülbahar Cad. Şehit Doğan Öztürk Sk No-5 Güneşli - İSTANBUL
Telefon : +90 (212) 438 6506 - Fax : +90 (212) 438 6509
dijital@dijitalteknolojiler.com - www.dijitalteknolojiler.com

ÇOCUK GİYİMİNDE LÜKSÜN ADRESİ PINOLİNİ

Lüks çocuk giyim markası Pinolini, ünlü markaların koleksiyonlarını moda tutkunlarıyla buluşturan Harvey Nichols İstanbul ile işbirliğine gitti. Sonbahar/Kış koleksiyonunu bir davetle tanıtan Pinolini, Avrupa pazarına açılmayı ve lüks pazarda dünya markalarının yanında yer almayı istiyor.



Çocuk giyimi en hassasiyet gösterilen hazır giyim alt segmenti. Bu hassasiyeti de en fazla anne ve babalar anlayabilir. Bu anlayışla yola çıkan Pinolini markasının kurucuları Behiye Özdemir ile Ilgın Dalgın, iki anne olarak bebek giyiminde lüksü buluşturdu. Ünlü markaların koleksiyonlarını moda tutkunlarıyla buluşturan Harvey Nichols İstanbul ile işbirliği yapan Pinolini markasının kurucuları Behiye Özdemir ile Ilgın Dalgın, 15 Aralık 2015 tarihinde Zorlu Center'da koleksiyonlarını tüketiciyle buluşturdu. 2015 Sonbahar/Kış Koleksiyonu'nun tanıtıldığı davette, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Başkan Yardımcısı Volkan Atık, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir ile Birol Sezer ve İHKİB Danışmanı Cemal Bayazit'in yanı sıra Aslı Tacir, Şeyda Çoşkun, Cansen Yeni Kut, Petek Er-

türe gibi ünlü isimler de yer aldı.

Çocuk giysilerinde üst düzey hassasiyet

Pinolini markasının iki annenin Türkiye'de bir lüks çocuk markası yaratmak için yola çıktıklarını söyleyen Behiye Özdemir, öncelikle 0-3 yaş grubuna hitap ettiklerini ifade ediyor. Hitap edilen yaş grubunun anne ve babaların çok hassas olduğu bir yaş aralığı olduğuna vurgu yapan Behiye Özdemir, bu yüzden ürünlerde sentetik kullanılmayan kumaş ve ipliklerden kıyafetler ürettiklerini belirtiyor. "İlk koleksiyonumuzda yüzde 100 koton, yüzde 100 merinos yünü ve yüzde 100 kaşmir kullandık" diyen Behiye Özdemir, ilerleyen dönemlerde yaş aralığını da genişletmek istediklerini ifade ediyor. "Hiç sentetik kullanmıyoruz ve Türkiye'de yüzde 100 kaşmir ve yüzde 100 triko çalışan bir bebek markasıyız" diyerek markalarını tanımlayan Behi-

ye Özdemir, bu tarz ürünlerin genelde Avrupa kökenli olduğunu belirterek, "Biz Türkiye'de bir Türk markası olarak lüks pazarda dünya markalarının yanında yerimizi almak istiyoruz" diyor. Çocuk giysilerinin hassasiyet isteyen ürünler olduğunun altını çizen Behiye Özdemir, "Sentetik maddeler içeren iplik ve kumaşlardan kaçınıyoruz, tüm kumaşlarımızı ve ipliklerimizi azo boya ve fitalat testleri gibi sağlık açısından risk teşkil eden testleri yaptırıp satın alıyoruz" diye belirtiyor.

Hedef Avrupa'ya açılmak

"Harvey Nichols gibi dünya çapında bilinen ve bünyesinde birçok dünya markasını barındıran bir mağazada yerimizi almak bizim için çok iyi bir başlangıç oldu" diyen Behiye Özdemir, "Harvey Nichols gibi uluslararası bir departman mağazasında henüz yeni doğmuş olan Pinolini markasına yer verdikleri



Behiye ÖZDEMİR / Ilgın DALAN
Pinolini markasının kurucuları

için kendilerine çok teşekkür ediyoruz" diyor. 2016 yılında İtalya'da ve Fransa'da fuarlarla katılıp Pinolini markasını tanıtmaya atacağına geçeceklerini söyleyen Behiye Özdemir, ilk etapta gelecek sezon online satışa geçmeyi planladıklarını belirtiyor. Üç yıllık hedeflerinin arasında mağaza açmak olduğunu söyleyen Behiye Özdemir, "Harvey Nichols ve diğer uluslararası departman mağazalarında yer bularak Avrupa pazarına girmeyi hedefliyoruz" diyor.

VAR ETTİNİZ,
VAR OLUN...

Darüşşafaka varsa sayenizde var.
151 yıldır iyi ki varsınız.



Bu bayram Darüşşafaka'ya bağış yapın, annesi veya babası hayatta olmayan binlerce çocuğumuzun eğitimine katkıda bulunun.

www.darussafaka.org | 444 1863

Darüşşafaka
1863
CEMİYET

YENİ PAZARLARA MARKA BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRARAK AÇILACAK

Sektöre üç yıl önce adım atan Pura Seta Tekstil, bugün konfeksiyon üreticilerinin önemli tedarikçilerinden biri haline geldi. Üretimini yüzde 70'ini ihraç eden firmanın hedefi marka bilinirliğini artırarak yeni pazarlara açılmak.



Yıllardır trompet çalan bir caz üstadı Louis Armstrong'ın evinde ziyaret etmiş ve derdini anlatmış: "Üstat, yıllardır trompet üflüyorum ama müziğim sizinki gibi olmuyor" diyerek dert yanmış. Armstrong, misafirinden kısa bir dinleti istemiş. Dinlemiş ve sonra eline kendi trompetini alarak üflemeğe başlamış. Şaşkınlıktan ve hayranlıktan oracıkta kalan misafirine dönerek şu sözleri söylemiş: "Sen trompetine hava üflüyorsun. Ben ruhumu üflüyorum." Pura Seta'nın hikâyesini böyle anlatıyor Pura Seta Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Fırat ve ekliyor; "Hangi işe el atarsak atalım,

başarının en sade tanımı; bir işi tüm benliğiyle, inanarak, hissederek yapmak."

2015'te ihracatta yüzde 30 artış

Uzun yıllar Türkiye'de tekstil sektörüne yön veren çeşitli firmalarda görev yaptıktan sonra 2013 yılında, Pura Seta Tekstil'i kurmaya karar verdiğini söyleyen Ergün Fırat, "Hem şirket ortağım, hem hayat ortağım Çiğdem Mercan Fırat bu süreçte en büyük destekçim oldu. Kendisinin yurtdışı pazarlarındaki tecrübesi sayesinde kısa sürede yurtdışı pazarlarına da açılma şansımız oldu. Şu an üretimimizin yüzde 70'ini ihraç ediyoruz" diyor. Örgü kumaş konusunda faaliyet gösteren Pura Seta, jakarlı örme makineleri konusunda da yatırımlar



Ergün FIRAT
Pura Seta Tekstil YK Başkanı

yapıyor. Özellikle Ar-Ge çalışmalarını bu alanda geliştiren Pura Seta, Hollanda, Polonya, Almanya, İngiltere ve İspanya pazarlarına ihracat yapıyor. 2015 yılında ihracatlarının büyük bir ivme kazanarak yüzde 30 artış kaydettiklerini söyleyen Ergün Fırat, "2016 yılında hâlihazırdaki pazarları geliştirmek ve yeni pazarlara açılmak istiyoruz. Sri Lanka, Fas ve İtalya bu sene gündemimizde olan pazarlar" diyor. Senede iki defa ana koleksiyon çıkardıklarını ifade eden Ergün Fırat, "Her ay yeni çalışmalar ile ana koleksiyonumuz besliyoruz. Kumaşlarımızı trendler dâhilinde, konusunda uzman, yaratıcı tasarım ekibimizle hazırlıyoruz. Tasarımlarımızda en büyük ilhamı yurtdışı gezilerimizden alıyoruz" diye belirtiyor.

Marka bilinirliğini yatırım

Çok uzun yıllardır özellikle ihracat pazarlarında Türk tekstilinin kalitesiyle, zamanında

servisiyle ve tasarım yaklaşımı ile fark yarattığını ifade eden Ergün Fırat, "Artan iç piyasa ve yeni keşfedilen pazarlar da göz önünde bulundurulur ise tekstil Türkiye için gelecekte de önemli bir sektör olacak" diyor. Ergün Fırat sözlerini şöyle sürdürüyor: "2016 yılı ve sonrasında çok daha etkili servis, pazarın ihtiyaçlarına uygun özellikte ve fiyat aralığında ürün sunmak Türkiye ve yurtdışı pazarlarındaki pek çok müşterinin ana tedarikçisi ve çözüm ortağı olmak en büyük hedefimiz. Firma olarak reklam pazarlama faaliyetlerine önem gösteriyoruz. Marka bilinirliğimizi artırmak adına sponsorluk çalışmaları da yapıyoruz. Şu an çok izlenen bir Türk dizisinin showrom'unda Pura Seta kumaş ve aksesuarları kullanılıyor. Her hafta birçok izleyici ekranda bizim kumaşlarımızı görüyor. Türkiye ve dünyadaki ünlü moda ve dikiş blogerları ile de zaman zaman küçük çaplı ama keyifli projeler yapıyoruz. Onlara kumaşlarımızı gönderiyoruz, dikip harika bir tasarıma dönüştürüp sayısı milyonları bulan takipçileri ile paylaşıyorlar. Geride bıraktığımız yıl 2015'te Hollanda Fashion Week'in sponsorlarından biriydik. Fashion showlarda bizim reklamımızı gören Hollandalı müşterilerimizden güzel geri dönüşler aldık. Bahsettiğim projelerin ilk etapta ticari getirileri olmayacağını farkındayız ama zamanla firmamızın marka bilinirliğini artıracığına inancımız sınırsız."

İLK YERLİ KRAMPON RAFLARDA



Bursa'da Timsah Arena'nın açılışında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan yerli kramponu giyip, tam not vermişti.

İçten Spor Sanayi Türkiye'de ilk kez özel dokuma teknolojisi kullanılarak, tamamen yerli malzeme ve işçilikle krampon üretti.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın sahalarda tercih ettiği Lig markasının üretici İçten firması spor sektöründe önemli bir başarıya imza attı. 32 yıldır faaliyet gösteren İçten Spor Sanayi, Türkiye'de ilk kez özel dokuma teknolojisi kullanılarak, tamamen yerli malzeme ve işçilikle krampon üretti. Bursa'da Timsah Arena'nın açılışında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın giyip tam not verdiği Radon krampon Şubat ayının ilk günlerinde raflardaki yerini alacak. İçten Spor Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Berke İçten, Cum-

hurbaşkanı Erdoğan'ın kendi ürettikleri spor ayakkabı ile sahaya çıkmasından büyük onur duyduklarını söyledi.

Yüzde 100 yerli üretim

Bu onuru ikinci kez yaşadıklarını vurgulayan Berke İçten şunları söyledi: "Cumhurbaşkanımızın Bursa'da Timsah Arena'da giydiği ve gösteri maçının başlama vuruşunu yaptığı Radon modeli kramponun hem bizim hem Türk ayakkabı sektörü için ayrı bir önemi var. Bu krampon ülkemizde özel dokuma teknolojisi ile üretilen, yüzde 100 yerli malzeme ve işçilik kullanılan ilk ayakkabı. Dokuma teknolojisi sayesinde

ayağı adeta çorap gibi sarıyor. O kadar hafif ki ayaktaki varlığı bir süre sonra unutuluyor. Darbe dayanımlarını arttırmak için dokuma üzerine özel poliüretan film kaplaması yapılıyor. Bu sayede dayanım artarken nefes alabilirliği de bozulmuyor. Firma olarak her zaman sektörde yeniliklerin öncüsü olmaya devam edeceğiz. Çünkü kapasite olarak Avrupa'nın en büyüğü olan Türk ayakkabı sektörünün, Cumhuriyetimizin 100'üncü kuruluş yıldönümünde 2,5

milyar dolarlık ihracat hedefini yakalayabilmesi için ileri teknoloji ürünü, özgün tasarımlara yönelmesi gerekiyor. Bu konuda sektöre öncülük yapan firmalardan biri olmak gurur duyuyoruz." Yeni kramponu yeşil sahalarda ter döken futbolcuların da çok beğeneceğine inandığını söyleyen Berke İçten, "Onlar her şeyiyle yerli olan Lig kramponlarıyla fileleri topa tutarken biz de küresel pazarlarda rakiplerimize gol atmaya çalışacağız" diye konuştu.



Lojistik inovasyonu OPTIMUS ile başardı

Bu başarı hikâyesi nasıl başladı?

1977 yılında İstanbul'da doğdum. 1995'de, aynı zamanda baba mesleği olan gümrük müşavirliği sevdam, beni bu işin okulunda okumaya sevk etti ve Gümrük İşletme Bölümü'nü kazandım. 1998 yılında gümrük müşavir yardımcılığı, sonra da 2000'de, henüz 23 yaşındayken, o dönem Türkiye'nin en genç gümrük müşaviri olmaya hak kazandım. İki ayrı şirkette profesyonel olarak çalıştıktan sonra, 2003'de aile şirketi olarak, dört kişilik bir ekiple ASSET Gümrük Müşavirliği'ni hayata geçirdik. Tabii ki zorluklarla karşılaştık ama asla doğrularımızdan, kırmızı çizgilerimizden sapmadık; yılmadık, çalıştık. Önce bize güveni tesis ettik. Şükürler olsun ki; bugün geldiğimiz noktada, merkezimiz İstanbul dışında, Mersin ve Bursa Bölge Müdürlükleri ile işlem sayısının yüksek olduğu ana gümrüklerdeki irtibat ofislerimizle dev bir ağ oluşturduk. Halen, ülkemizin saygın holdinglelerinin yanı sıra küresel çaptaki hazır giyim, perakende, otomotiv ve ilaç markalarına; önemli basın yayın kuruluşlarına ve Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması araştırmasında yer alan birçok değerli firmaya hizmet veriyoruz.

Diğer yandan, 2012 yılında faaliyete aldığımız ASSET Lojistik AŞ ile WCA ağına dahil olan 187 ülke ve 774 limanda, 6 bine yakın acente ağıyla uluslararası taşımacılık alanında faaliyet gösteriyoruz.

ASSET Gümrük Müşavirliği, sektörde ilk 10 içerisindeki en genç firma. Bu hızlı büyümenin sebepleri ve fark yarattığınız "Optimus" yazılımınızdan da söz edelim mi?

Öncelikli olarak ifade etmek gerekirse; hizmet sektöründe başarı, ekibinizin başarısıyla doğru orantılıdır. Özverili ve donanımlı ekibimizin olması, en büyük kazanımımız ve

varlığımız oldu. Bu çerçevede, hedef performans göstergelerimize uygun prim sistemimiz ve mesleki eğitim/gelişim konularında sektörde fark yaratan sistemlerimiz ve yürüttüğümüz projelerimiz var. Bunlar dışında teknolojiye verdiğimiz yüksek önem bir diğer öncelikli konumuzdur. ASSET Grup'un akıllı yazılımı ve inovatif düşüncenin eseri olan Optimus, bilişim sistemleri, yazılım, iş geliştirme ve raporlama bölümlerindeki ekiplerimizle müşterilerin, maliyet, süreç ve genel istatistiklerinin raporlanması gibi konularda etkin ve anlık bilgi paylaşımlarına olanak sağlıyor; böylece, özellikle yoğun dış ticaret hacmi olan müşterilerin süreç ve maliyet avantajı

yaratmalarına yardımcı oluyor. Ayrıca sektördeki tüm firmalarda standart olan mevzuat, Tareks, dahilde işleme, teminat, kurye ve saha ekipleri gibi standartlar, işin olmazsa olmaz konuları. Bu anlamda zaten başarılı bir ekibimiz var. Fakat fark yarattığımız konular kısaca; insan ve teknolojiye verdiğimiz önem ve bu doğrultuda da firma kültürü olarak benimsediğimiz sürekli gelişim ve sürekli iyileştirme felsefesidir.

ASSET Grup'un bir başka alâmetifarikası ise Lojiblog.com... Biraz bu platformdan söz edebilir misiniz?

Ülkemizde dış ticaret alanında son derece başarılı şirketler ve bu şirketlerde değerli, tecrübeli yöneticiler ve uzmanlar bulunuyor. Bu noktada her şirketin ayrı bir dış ticaret politikası, her dış ticaret yöneticisinin de farklı yetkinlikleri, eğitimleri, tecrübelerinden kaynaklı, farklı iş uygulamaları olduğunu görüyoruz. Öte yandan sektöre iş gücü yaratan birçok başarılı okul, eğitim kurumu olmakla birlikte, temel teorik kütüphane bilgileri dışında objektif bilgi akışı ve pratiğe yönelik yeterince bir paylaşımın olmadığını gözlemliyoruz. Açıkçası bu alanlarda görmüş olduğumuz



boşluğu gidermeyi, ASSET Grup olarak büyümemizi sağlayan sektörümüze borcumuz olarak değerlendirip, sektörümüze katkı sağlamak istedik. Bu doğrultuda, herkesin, sektörde neler olduğunu öğreneceği bir merkez yaratık. Bu sadece blog veya İnternet sitesi değil, dijital ortamda sektörden herkesin bir tık ile gelip mola vereceği ve nelerin olduğunu görebileceği bir saha... Burada yanlışları ve doğrularıyla sektörde olan her şeyi herkes öğrenebilir. Artık birkaç derginin arasına bu dev sektör ve onun fedakar emekçileri sıkışmayacak. Burada yeri geldiğinde kulis bilgileri de olacak. Parolamız ise "Her sabah bir tık lojiblog." Lojiblog ile teknik olarak hedeflediklerimizi ise şöyle sıralayabiliriz:

- Dış ticaret çalışanlarının objektif ve pratik bilgilere erişimini sağlamak; onları farklı ve yeni uygulamalar, yeni mevzuatlardan anlık haberdar etmek; yaşadığımız tecrübelerimizi paylaşmak, kısacası iş hayatlarını biraz kolaylaştırmak.

- Dış ticaret ile ilgilenen birimlerin hedef kartlarında bulunan; hız, maliyet ve yasal mevzuatlara uyum konusunda tavsiyelerde bulunmak; pratik tüyolar vermek.

- Geleceğin dış ticaret ve lojistik yöneticileri olacak genç çalışanlar ve öğrenci arkadaşlarımızın gelişimlerine katkıda bulunmak, yetkinliklerini geliştirmek ve kariyer yollarında tavsiyelerde bulunup destek olmak.

- Sektörde kullanılan yeni teknolojiler ve gelişmelerden bahsetmek; bu gelişmelerin dış ticaret hayatına olumlu ve olumsuz etkilerinden bahsetmek.

Lojistik faaliyetlerinizde hangi taşıma türlerinde yoğunlaşıyorsunuz? Girmeyi planladığınız yeni pazarlar var mı?

ASSET Lojistik olarak ilk olarak deniz ve havayolu taşımalarında faaliyetlerimize başladık. Akredite olduğumuz lojistik ağlar ve dünya genelinde rekabetçi fiyatlarımız



Uğur TEKİN
ASSET Grup CEO'su

Lojistikte farkı OPTİMUS yaratıyor

OPTİMUS, özellikle yoğun dış ticaret hacmi olan müşterilerin süreç ve maliyet avantajı yaratmalarına yardımcı oluyor. Fakat fark yarattığımız konular insan ve teknolojiye verdiğimiz önem ve bu doğrultuda da firma kültürü olarak benimsediğimiz sürekli gelişim ve sürekli iyileştirme felsefesidir.

sayesinde de iyi bir hacim yakaladık. Ayrıca Halkalı Gümrüğü'nün taşınacağı bölge olan Çatalca Muratbey Bölgesi'nde antrepo yatırımlarımız devam ediyor. Son dönemde, buna paralel kara yolu taşımaları için ekiplerimizi de oluşturduk ve başta Avrupa hattı olmak üzere kara yolu taşımalarına ağırlık vermeye başladık. Diğer bir yoğunlaştığımız alan da yurt içi taşıma ve bu konudaki çalışmalarımıza da ara vermeden devam ediyoruz.

2015 yılı sizin için nasıl tamamlandı?

ASSET Grup olarak 2015 yılı, yatırımlarımıza hız verdiğimiz bir yıl oldu. "Ur'lardan Londra'ya, Şanghay'dan Şırnak'a," sloganımızla, kapıdan kapıya teslim hedefimiz doğrultusunda süreçlerimizi tamamlamaya odaklandık. Bilirsiniz, dış ticaret hacmindeki değişiklikler, lojistik ve gümrük müşavirliği sektörünü direkt olarak etkiliyor. 2014-2015 yılları ilk dokuz aylık veriler baz alındığında, ithalat-

ta yüzde 11, ihracatta yüzde 9 oranında bir düşüş izleniyor ve bu düşüş, lojistik pazarının daralmasına anlamına da geliyor. Ancak biz, ASSET Grup olarak, yeni müşterilerimizin de aramıza katılımıyla hedeflerimizin biraz üzerinde, yaklaşık yüzde 20 civarında ciromuzu artırmayı başardık.

Son olarak, lojistik sektörünün geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mesleğe başladığım yıllarda yurt dışından getirilen basit bir katalog, numune ve belge bile o dönem "Tahakkuk Varakaları" ile işleme tabi tutuluyor ve sırf gümrük işlemleri bile 1-2 iş günü sürüyordu. Şu anda mevzuatın basitleştirilip, AB normlarına uyumlaştırılmasıyla son yıllarda patlama yaşanan e-Ticaret sitelerinden verilen siparişlerde, belirli kıymete kadar olan eşyaların, ABD ve Uzak Doğu'dan kapımıza kadar birkaç gün içerisinde teslim edildiğini görüyoruz. Bürokrasi, gümrük prosedürleri ve diğer mevzuatlar basitleştirirken, lojistik ihtiyaçlar da aynı hızla artış gösteriyor. Devletlerin dünya ticaretinde ülke paylarını artırma isteği doğrultusunda ulaştırma ve büyük ölçekli lojistik köy yatırımlarına ağırlık vermesi, ticari rekabette lojistik maliyetlerinin öneminin daha da artması, modern işletmecilik anlayışının sektörde gelişmesi gibi nedenlerle uluslararası rekabetin daha çetin bir hal alacağını söyleyebilirim. Teknoloji olarak İnternetin ticaret hayatımızın merkezine yerleşmesi ve son gelişmeler eşliğinde insansız TIR ve araçların yollara çıkması, dronelerin paket taşımalarında kullanılmaya başlanması, akıllı depolama sistemlerinin yaygınlaşması, Nesnelerin İnterneti gibi kavramların hayatımıza girmesi gibi yeniliklerin ticaret hayatına ve "lojistik" kavramına önümüzdeki yıllarda beklenenden çok daha hızlı bir şekilde yerleşeceğini ve alışılmış geleneklerin değişeceğini de ifade edebilirim.

PÜNHAN İLE BERLİNLİLERİ BÜYÜLEDİ

Ünlü Moda Tasarımcısı Emre Erdemoğlu, Mercedes Benz Fashion Week Berlin Sonbahar/Kış 2016 kapsamında "Pünhan" adını verdiği kadın koleksiyonunu muhteşem bir defile ile tanıttı. Emre Erdemoğlu, Deri Tanıtım Grubu'nun sponsorluğunda podyumun tozunu attırdı.



Berlin'de ikinci kez podyumun tozunu attıran ünlü Moda Tasarımcısı Emre Erdemoğlu, Deri Tanıtım Grubu'nun (DTG) sponsorluğunda Mercedes-Benz Fashion Week Berlin'de yeni koleksiyonunu tanıttı. Emre Erdemoğlu'nun defilesi Berlin'de iş, sanat ve cemiyet hayatının ünlü simalarının katılımıyla gerçekleşti. Yeni koleksiyonunu defile öncesi Titanic Otel Berlin'de basın camiasına özel bir davet ile tanıtan Emre Erdemoğlu, 2016 Sonbahar/Kış Koleksiyonu'nda ağırlıklı olarak sezonun trendleri arasında yer alan özel dokuma kumaşlarla derileri bir arada kullandı. Deri üzerine dore-lame kağıt baskıların ve özel dokuma teknolojik kumaşların dikkat çektiği koleksiyon 120 parçadan oluşuyor. Koreografisini Öner Evez'in üstlendiği defilenin stylingi Alexander Kokoskeriya, müzikleri ise Oben Budak imzası taşıdı. Koleksiyon ayakkabılarını İnci Deri ile çalışan başarılı modacı davetlilerden tam not aldı. Ulusal ve uluslararası



Emre ERDEMOĞLU
Moda Tasarımcısı

birçok yarışmada ödül sahibi olan başarılı tasarımcı Emre Erdemoğlu'nun bizlere sürprizleri de var.

Pünhan'ın hikayesi nedir?

Pünhan "sır" anlamına geliyor. Hepimizin yok mudur bir sırrı? Vardır elbet... Benim de var, sizin de var! Sır gibi sakladığımız aşklarımız, acılarımız, mutluluklarımız, anılarımız... Bu koleksiyonu 'sır' gibi sakladığım birine ithaf ettim. Koleksiyonumda ağırlıklı olarak sezonun trendleri arasında yer alan özel dokuma kumaşlarla derileri bir arada kullandım. Deri üzerine dore-lame kağıt baskıların ve özel dokuma teknolojik kumaşların dikkat çektiği koleksiyonum 120 parçadan oluşuyor. Bizler için son derece keyifli ve gurur verici bir süreç oldu.

Bu sezon büyük bir sürprizle "Emre Erdemoğlu kadını" sundun.

Bu işe ilk başladığımda kadın koleksiyonuyla başlamıştım. İlk koleksiyonumu da İtalya'da sunmuştum. Benim için yeniden kadın koleksiyonu hazırlamak zor olmadı, çok özlemişim. Kadın koleksiyonumla ilgili çok keyifli projelerim var. Berlin'in

uğuruna inanıyorum. İyi gelecek.

"Penquin" koleksiyonunda Berlin'in payı var mı?

Aslında benim kış koleksiyonlarım her zaman daha lüks ve parlak tonlardadır. Yaz koleksiyonlarım aksine renkli ve eğlenceli olur. İşin içine baskı ve desen de girince koleksiyon normalin biraz üstünde dinamizm içeriyor. Çıkan sonuç bizleri de heyecanlandırdı. Berlin'den gelen tepkiler oldukça keyif vericiydi. Berlin'deki defile sonunda diğer tasarımcıların işlerini inceledim. Bu kadar renkli, cesur styling çalışması yapan olmamıştı. İnsanlar bu yüzden sevdi koleksiyonumu. Önümüzdeki sezonlarda da aynı dinamizmi görebilirsiniz.

Free Soul koleksiyonun beğenildiği kadar, eleştiri de aldı. Bu tepkiyi bekliyor muydun?

Evet, keyifli bir koleksiyon oldu. Kullanılan kürkleri koyun ve keçi yününi boyatarak yapıyoruz. İnsanlar bazen gerçekten sadece eleştirmiş olmak için eleştiriyor. Bu yünler tekstilde birçok alanda kullanılıyor

zaten. Benim kullandığım kürkler av hayvanı değil. Buna ben de karşıyım. Evinde hayvan besleyen birinin av hayvanı kullanma ihtimali olamaz. Bu yüzden tepkilere aldırış etmiyorum.

Yoğun tempoda eğitmenliğe devam edebiliyor musun?

Evet, uzun zamandır farklı üniversitelerde ders veriyorum. Bu sezon Bilgi Üniversitesi'nde devam edeceğim. Kariyer Eğitim Kurumu'nda da "Koleksiyon Hazırlama & Planlama" dersi veriyorum. Genç yeteneklerle birlikte olmak hoşuma gidiyor. Onlarla beyin fırtınası yapmak çok keyifli.

Koleksiyonlarını hazırlarkenki süreçten bahsedebilir misin?

Benim için öncelik her zaman hedef kitledir. Oluşturduğum hikayedeki karakterlerle hedef kitlem arasında bir bağ oluştururum. Bu dengeyi kurmayı başardıktan sonra, "Concept Board"umu hazırlarım. Hazırladığım sezonun temasını belirlemeden önce

anahtar kelimelerimi oluştururum. Bunların anlamlarını, tarihsel boyutundan günümüzdeki yerine kadar araştırmalar yaparım. Anahtar kelimemin sanata, spora, yaşama etkisini araştırırım. Hikayemin içerisine girecek anahtar ve ara renkleri belirlerim. Konseptimle ilgili yeterince araştırma yaptıktan sonra ortaya çıkan kimlik yüzümde tebessüm oluşturup beni heyecanlandırıyorsa bu doğru yolda olduğumu gösteriyor zaten. İşte bu yüzden bütün



Hepimizin bir SIRRI YOK mudur?

Pünhan "sır" anlamına geliyor. Hepimizin yok mudur bir sırrı? Vardır elbet... Benim de var, sizin de var! Sır gibi sakladığımız aşklarımız, acılarımız, mutluluklarımız, anılarımız... Bu koleksiyonu 'sır' gibi sakladığım birine ithaf ettim.

koleksiyonlarının dili oluyor. Söyleyecek bir şeyleri oluyor. Hikaye tadında bir nevi.

Diyelim ki sil baştan isimsiz bir koleksiyon oluşturacaksın, ilham kaynağın ne olurdu?

Uzun süredir ara verdiğim kadın koleksiyonumu nihayet bu sezon projelendirdim. Yakında Emre Erdemoğlu kadınıyla tanıştıracacağım sizleri, hikayesiyle, duruşuyla, renkleriyle oldukça keyifli bir koleksiyon hazırladım. Kadın veya erkek hiç fark etmez, koleksiyon oluşturmanın en mükemmel yolu zengin renk pantonesi, muhteşem bir gusto ve hikayesidir. Bu adaptasyonu doğru sağladığımızda başarısız olma ihtimaliniz yüzde 0'dır.

Sezonda en fazla dikkatinizi çeken tasarımlar kime aittir?

Kadın giyimde kesinlikle Chloe. Klasik bir Chloe tasarımında olması gerektiği gibi

tüm koleksiyonda hafiflik ve kolaylık ön plandaydı. Son derece homojen geçişlerin olduğu koleksiyona bayıldım. Erkek giyimde Dolce&Gabbana'nın couture koleksiyonu bu sezon en beğendiklerimden. Eğer bir erkek, brokar ceketinin kesimiyle fark yaratmak istiyorsa bu koleksiyona bakmalı. Dolce&Gabbana'nın Alta Sartoria Koleksiyonu, terzilik, kalite ve stil bağlamında bir erkek koleksiyonunun gelebileceği en yüksek noktadaydı.

Bize sürprizlerin var mı?

Sürprizler hep var. Güzel bir markayla işbirliği içerisindedim. Önümüzdeki sezon koleksiyonumu Milano Moda Haftası'nda sunacağım. Şu an tamamen yaz koleksiyonuma konsantre olmuş durumdayım. 15 Mart'ta Los Angeles Moda Haftası'nda 2017 İlkbahar/Yaz koleksiyonumu sunacağım.



PREMIÈRE VISION PARİS'TEN TREND VIDEOSU

16-18 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilecek olan Première Vision Paris'i beklerken, etkinliğin organizatörü tekstil profesyonelleri için 2017 ilkbahar-yaz trend'lerini ortaya koyan beş video hazırladı. Videolar, Première Vision'ın Youtube sayfasından izlenebilir.

LÜKS MARKADAN TESETTÜR KOLEKSİYONU



İtalyan lüks moda evi Dolce & Gabbana ilk tasettür koleksiyonunu hazırladı. Milano merkezli moda evinin Orta Doğu piyasası için tasarladığı koleksiyonda, markanın klasikleşen işleme ve çiçek desenleri uzun elbise, pardesü ve başörtüleriyle buluşturuldu. Dolce & Gabbana'nın (D&G) kurucularından Stefano Gabbana da dün Instagram hesabından koleksiyonun fotoğraflarını

"dolce&gabbana abaya koleksiyonu" etiketiyle paylaştı. Gabbana, geçen Temmuz ayında yaptığı bir açıklamada "Orta Doğu beni büyülüyor" diyerek abaya ve başörtüsü içeren bir hazır giyim koleksiyonu üzerinde çalıştıklarını söylemişti. Moda ekonomisi uzmanları, tasarımcıların bu pazara yönelmesinde Müslüman nüfusun genç ve gittikçe büyüyen bir demografik yapıya sahip olmasının etkili olduğunu söylüyor. Thomson Reuters tarafından yayımlanan bir raporda, 2013'te Müslüman tüketicilerin giyim ve ayakkabı harcamalarının 266 milyar doları bulduğu, bu miktarın 2019'da 484 milyar dolara ulaşmasının beklendiği belirtiliyor.

İKİ TOP MODELDEN GIYİM MARKASI

The Sun gazetesinin haberine göre Kendall Jenner ve Cara Delevingne kendi giyim markaları CaKe'i lanse etmeye hazırlanıyor. TMarka iki modelin arkadaşılıklarının göstergesi olan ve bu yaz Jenner'ın Instagram hesabında yayınladıkları "CaKe Tour" baskılı tişörtleriyle çekilmiş fotoğrafların ardından resmi olarak ticari markasını aldıkları CaKe adını taşıyacak. İkisinin, şu ana kadar üst giyim ve şapka için tasarımları bulunuyor.



ANADOLU EL SANATLARI GÜN YÜZÜNE ÇIKIYOR

İHKİB, İMA ve Dice Kayek markasının tasarımcıları Ayşe ve Ece Ege, "Koleksiyon Projesi"nde bir araya geldi. İHKİB, günümüzde dünyadaki bilimsel ve teknolojik gelişmeye paralel olarak sosyal ve kültürel alanlarda görülen hızlı değişim ile birlikte dünyada birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de unutulmaya yüz tutmuş geleneksel el sanatlarının yaşatılması ve yeniden canlandırılmasına katkı sağlamak amacıyla harekete geçti. Proje kapsamında 15 Ocak Cuma günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen imza törenine İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve Yönetim Kurulu Üyeleri, İMA Direktörü Seda Lafçı ile Ayşe Ege katıldı. Türkiye'nin farklı yörelerinin el sanatlarının inceleneceği proje, sosyoekonomik açıdan da, yöre insanına yeni iş olanakları sağlaması, kültürel değerlerimizin korunması ve kayıt altına alınması yönüyle de ayrıca önem taşıyor.

Koleksiyona özel sergi

Projede İHKİB'in seçeceği İMA öğrencileri arasından seçilecek 6 isim ile birlikte en az 20 gıysiden oluşan bir koleksiyon hazırlanacak. Öğrenciler, Tasarımcı Ece



Ege'nin bilfiil yardım ve yönlendirmeleri doğrultusunda çalışacak. Koleksiyon, el sanatlarını yansıtacak modern ve çağdaş çizgilerle bir sergi ile sunulacak. Projenin Ocak ayında başlayarak 10 haftalık süre içerisinde tamamlanması ve Mart ayında sergilenmesi planlanıyor. Dice Kayek markasını 1992 yılında Paris'te

kuran tasarımcı kardeşler Ayşe - Ece Ege, ünleri Fransa'yı aşmış dünyaya yayılan Türk tasarımcılar. 2004 yılında Ayaydın-Miroğlu Grup bünyesinde Machka'nın da yaratıcısı olan Ayşe ve Ece Ege, İstanbul Kontrast sergileri ile ses getirdi. Tasarımcı kardeşler, Dice Kayek markasıyla bugün 35 ülkede yer alıyor.

LVMH GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI'NA BAŞVURULAR İÇİN SON DÜZLÜK

Yarışmada dünya çapından genç tasarımcılar, moda eksperlerinden oluşan panel tarafından seçilecek 30 kişi arasında yer almak için mücadele edecek. Seçilenler koleksiyonlarını Karl Lagerfeld, JW Anderson, Nicolas Ghesquière, Marc Jacobs,

Humberto Leon et Carol Lim, Phoebe Philo ve Riccardo Tisci gibi yıldızların yanı sıra Delphine Arnault, Jean-Paul Claverie ve LVMH Başkanı Pierre-Yves Roussel'den oluşan bir jürinin karşısında sunma olanağına sahip olacak. Jüri tarafından belir-

lenecek 300 bin Euro tutarındaki ödülün kazananı aynı zamanda bir yıl içerisinde kendi markasını geliştirmek üzere LVMH grubun desteğini de alacak. Başvuru için son tarih 7 Şubat. Ödülün kazananı ise Haziran ayında açıklanacak.

EĞİTİMLERE YÜZDE 70 DEVLET DESTEĞİ



İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) Ekonomi Bakanlığı tarafından verilen "Eğitim ve Danışmanlık Yardımı" eğitiminde, belirlenen kriterlere uygun firmaların eğitim bedelinin yüzde 70'i Bakanlık tarafından destekleniyor. Böylelikle firmalar eğitime, eğitim bedelinin yüzde 30'unu ödeyerek katılımcı gönderme imkânına sahip oluyor. Şirketlerin uluslararası rekabet güçlerinin geliştirilmesine yönelik bu destek ile firmalar çalışanlarını uzmanlık alanlarına uygun eğitimlere gönderebilme imkanı da elde etmiş oluyor. Firmalarımızın uluslararası pazarlarda rekabet gücü kazanmalarına olanak sağlayan ve tekstil, hazır giyim, moda perakendesi, deri giyim ve aksesuarları, iç giyim, ayakkabı, çanta, çorap, halı gibi birçok farklı sektörden firmanın katılımına olanak sağlayan bu destekten şimdiye kadar 400'den fazla firma faydalanmış ve bin 300'den fazla kişi İMA eğitimlerine destek kapsamında katılım sağladı. TURQUALITY®'den daha önce yararlanmış ve hala yararlanmakta olan firmalar Eğitim ve Danışmanlık Yardımı'ndan faydalanamıyor.

KANYE WEST YILIN EN ŞIK ERKEĞİ

Kim Kardashian ile evli olan Rapçi Amerikalı Kanye West, GQ dergisi tarafından art arda ikinci kez yılın en şık erkeği olarak seçildi. Şarkıcı, toplamda 520 bin 119 oy aldı. 64 aday arasından yapılan seçimde halktan 75 bin 46 oy alan manken Lucky Blue Smith ise ikinci sırada yer aldı. Aynı zamanda bir tasarımcı olan West son koleksiyonunu New York Moda Haftası sırasında tanıttı ve ilk iki koleksiyonu Yeezy Season 1&2'nin stokları çok kısa sürede tükendi. Adidas için tasarladığı Yeezy Boost 350 koleksiyonu ise yılın ayakkabı ödülüne de layık görüldü.



Alışverişte değişen alışkanlıklarımız

Melis KARAPANÇA ÖRÜN

İMA Akademik Prog. Sor. melis.karapanca@istanbulmodaakademisi.com

Mankenin üzerinde görüp beğendiğimiz "tam bana göre" deyip daha ne olduğunu anlayamadan, kendimizi mağazanın içinde bulduğumuz günler geride mi kaldı? Mağazalardan alışveriş yapma konsepti belki son 150 yıldır hiç değişikliğe uğramadı ama yeni teknolojiler sayesinde bizi farklı senaryoların beklediği kesin.

Lıdyalıların parayı icat etmeleriyle ticaretin başladığı kabul edilir ama paranın icadından çok önce de takas yöntemiyle insanlar, birbirlerinin ürünlerini 'satın alıp' kullanırlardı. Alışverişin tarihinden bahsederken, bu kadar da başından anlatma niyetinde değilim; zira tarihe bakarak moda ve tüketim davranışlarımız üzerinde değişimlere parmak basmadan geçmek olmaz diye düşündüm. Malum, popüler alışveriş alışkanlıklarını takip veya belirli bir zaman diliminde bazı alanlarda en çok benimsenen popüler temaların takip edilmesi olarak tanımlanan moda, günümüz insanlarının yaşamında ciddi bir öneme sahip.

Kendisi için farklı bir imaj oluşturma çabası içindeki günümüz insanları, şehir hayatında kendine özgün bir stil yaratarak görselliğin önemini benimsiyor. Şık görünme, belirli bir stile sahip olma, eşyalarını ve evini belirlediği bir temaya göre düzenleme isteği, yani trendler, bir yaşam biçimine sahip olmanın tek yolu olarak kabul ediliyor.

Günlük hayatımızda oldukça önemli bir yer taşıyan, alışveriş alışkanlıklarımıza farklı bir bakış açısı getiren bir ürün var ki o da; alışveriş sepeti. 1937'de Sylvan Goldman tarafından icat edilen, müşterilere ürünlerini kolaylıkla taşınmalarını sağlayacak bir ürün olarak ortaya çıkan alışveriş sepeti, o dönemlerde çok kadını bulunuyor. Günümüzde ise her gün hepimizin karşılaştığı, her web sitesine kolayca eklenebilen bir uygulama haline geldi. Hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internet teknolojisi hızla ilerlerken takas ile alışveriş döneminden bir tıkla "sepete ekleyip" her türlü ihtiyacımızı satın alabilir hale geldik. Tabii, internette alışverişin günlük hayatımızdaki yeri de akıllı telefonların desteği ile önemi yükseltti. Alışverişin sanal platformlara taşınmasının ardından, tabii ki cüzdanlarımızın da değişmesi kaçınılmazdı. Dijital cüzdanların ve online ödeme sistemlerinin günlük hayatımıza girmesiyle, cüzdanımız olmadan da sadece akıllı telefonumuzla alışveriş yapabiliyoruz. Türkiye'de son altı yılda interneti alışveriş amacıyla kullanan kişi sayısı 3 kat artarken, tüketicilerin internette alışverişe yönelik endişeleri ortadan kalkmaya başladı. Örneğin; kimlik bilgisi, kredi kartı bilgisi, adres bilgisi gibi önemli bilgileri vermek tüketicilerde kaygı yaratırken günümüzde alışveriş sitelerinin güvenlik duvarları sayesinde bilgi hatırlama sistemleri üretildi. Artık tüm bilgilerimizi kayıt altına alan bu sistemlere tekrar tekrar bilgi girmemize gerek kalmadan tek tıkla tüm işlemleri sonuçlandırabiliyoruz.

Yeni trendlere hazır mıyız?

Peki mankenin üzerinde görüp beğendiğimiz "tam bana göre" deyip daha ne olduğunu anlayamadan, kendimizi mağazanın içinde bulduğumuz günler geride mi kaldı? Mağazalardan alışveriş yapma konsepti belki son 150 yıldır hiç değişikliğe uğramadı ama yeni teknolojiler sayesinde bizi farklı



MİNİ ETEĞİN MİMARİ HAYATINI KAYBETTİ



André Courreges, namı-diğer mini etek mimarı ve Space Age'in tasarımcısı 7 Ocak 2016 tarihinde hayatını kaybetti. Genel olarak mini eteğin yaratıcısı sıfatıyla karşımıza çıkan André Courreges, aslında tasarımın yaratıcısı olmaktan ziyade eteğe A kesimini bahşetmesi ve tasarladığı her sezon etek boyunu biraz daha kısaltmasıyla mini eteğin ününe ün kattı. André Courreges'in moda dünyasına bahşettiği yenilikler haliyle mini etekle de sınırlı kalmıyor. Moda dünyasının İspanyol maestrosu Christobal Balenciaga'nın kanatları altında tasarlamayı ve kadın giyimini tüm inceliklerini öğrenen Courreges, takvimler 1961'i gösterdiğinde 48 Avenue Klebler'de ilk mağazasını açıyor ve moda dünyası, bodysuitlerle, kısa beyaz go-go bootlarla ve pantolon takımlarla tanışıyor. Courreges'in kısa süredeki başarısını, WWD "Moda dünyasının Le Corbusier" sıfatıyla taçlandırıyor.

TASARIM YARIŞMASINA İNTERAKTİF KAMPANYA

Erkek ve kadın tasarımcı yarışmalarının finali, sırasıyla 13 Ocak ve 12 Şubat'ta gerçekleştirilecek olan International Woolmark Prize finalistlerin tasarımlarını kişiselleştirme olanağı sunuyor. İnternet kullanıcıları yarışma portalı üzerinden, farklı tasarımların fotoğrafları üzerinde mouse ile oynama yapabilir, fotoğraflar üzerinde dalga şekilleri oluşturabilir ve portalın arka plan müziğini değiştirebilirler. Tasarımlar daha sonra özel bir galeri altında ve sosyal ağlar üzerinde gruplanacak.

LÜKS MARKA YÖNETİMİ ZORLU BİR HAL ALIYOR

Coco Chanel, "Bazıları lüksün, yok-sulluğun tersi olduğunu savunuyor. Yanılıyorlar; lüks bayalığın tersidir" diyor. Moda endüstrisinin git gide daha da hızlı işlediği ve lüksün de zaman zaman demokratikleşebildiği günümüzde "Lüks Marka Yönetimi" olduğundan daha zorlu bir hal alıyor. Moda sahnesi dâhilinde kuşkusuz ki her marka yöneticisi markasını öne çıkarmak adına riskli ve pazarda ses getirecek kararlar almakla yükümlü. Söz konusu lüks markalar olduğunda bu kararların daha keskin dönüşlerle daha büyük sonuçlara doğru ilerlemesi kaçınılmaz oluyor. Bu noktada bir lüks marka yöneticisinin belirli bir zümrenin ilgisini çekmesi sıfatının en önemli yükümlülüklerinden biri olarak karşımıza çıkıyor. Tabii yatırım fonlarının büyüklüğü de marka yönetici-



sinin yardımına koşuyor. Son zamanlarda lüks markalar ve yöneticileri kolektif bir şekilde pazarlarını sanat bağı üzerinden yürütüyor. Bu doğrultuda lüks marka yöneticileri diğer markalara göre daha fazla kişisel ilişki ve dahiliyet kartını kullanabiliyor. Son 10 yılda daha da göz önünde olan mesleklerden biri haline gelen Lüks Marka Yönetiminde marka farkındalığı da bu meslekte başarılı olabilmeyen olmazsa

olmazlarından. Adam Smith'in malların sınıflandırması üçgeninde, hiyerarşinin en tepesinde olan lüks marketi, limitli sayıda üretilen, tedarik edilmesi oldukça güç ve çok pahalı olana tekabül ediyor. Bu tanımlamaya doğru orantılı olarak lüks marka yöneticisinin, yönetimi altındaki ürün gamı, ihtiyacın bittiği ve büyük oranda arzu edildiği için satın alınan ürünler dahilinde başlıyor. Bu denli rekabetin olduğu bir sektörde ise eğitim ve tecrübe zaruri önem taşıyor. Modanın alternatif alanlarında sunduğu eğitimlerle öne çıkan İstanbul Moda Akademisi'ndeki Lüks Marka Yönetimi eğitimi ve eğitimin detayları için takipte kalın.

*The Alternate-Moda Meslekleri yazı dizisi için takip edilecek adres: blog.istanbulmodaakademisi.com

TÜRK MARKALARI 6 YILDA 1,2 MİLYON ÇOCUĞU GIYDIRDI

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), 6 yıl önce "Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giydiriyor" sloganıyla başlattığı sosyal sorumluluk projesi kapsamında 2015'te 175 bin, toplamda ise 1 milyon 275 bin çocuğa bedenlerine özel ayakkabı ve kıyafet yardımı yaptı. 2016'da da 200 binin üzerinde çocuğu soğuktan kurtarmayı

planlayan BMD, toplamda 1,5 milyona ulaşmayı hedefliyor. Türkiye'nin en kapsamlı sosyal sorumluluk projelerinden birine imza attıklarını söyleyen BMD Yönetim Kurulu Üyesi ve Sosyal Sorumluluk Çalışma Grubu Başkanı Hilal Suerdem, "Türkiye'de sert kış koşullarının yaşandığı bölgeler olduğu gibi İstanbul, Ankara, İzmir gibi

metropollerde de ekonomik zorluklar içinde eğitim almaya çalışan binlerce çocuğumuz var. Biz herkese ulaşmaya, markalarımızın yardım elini Tüm Türkiye'ye uzatmaya çalışıyoruz. Bu çerçevede 2016'da 200 binin üzerinde çocuğumuza yardım yaparak yedinci yılın sonunda 1,5 milyona ulaşmayı amaçlıyoruz" dedi.



TASARIM HARCAMALARINA AR-GE TEŞVİKİ

Ar-Ge ve tasarıma yeni teşvikler geliyor. Yapılacak değişikliklerle tasarım harcamaları da Ar-Ge teşvikleri kapsamına alınacak. 2023 yılı sonuna kadar şirketlerin tasarım harcamalarının tamamı gelir vergisi ile kurumlar vergisi matrahından düşülecek. Bu anlamda Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun'da değişiklik yapan

yasa tasarısı TBMM Başkanlığı'na sunulurken, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık, Girişimci Bilgi Sistemi verileri incelendiğinde, imalat sanayisinin genelinde, tasarım yapan firmaların, yapmayanlara göre daha yüksek faaliyet kârı elde ettiklerini gördüklerini anlatarak, şöyle konuştu: "2014 yılında hazır giyim sektöründe tasarım yapmayan fir-

maların faaliyet kârlılığı yüzde 4,5 iken tasarım yapan firmaların faaliyet kârlılığı ise yüzde 7,3 olmuş. Bu gerçekten hareketle, pakete firmalarımızın tasarım faaliyetlerini desteklemeye yönelik unsurların yer almasını önemsedik. Reform paketinde yer alan tüm eylemlerin arka planında, işte buna benzer bilgiler, tespitler, tecrübeler ve hikâyeler var."

AYRILIK RÜZGÂRLARI MI ESİYOR?



Tasarımcı Hedi Slimane 2012 yılında bünyesine katıldığı Saint Laurent moda evinden ayrılıyor mu? Amerikan basınında yer alan haberde tasarımcının ilk sözleşmesinin yenilenmesine yönelik anlaşmayı reddetmesinin beklendiği ve Kering gruba ait moda eviyle yollarını ayırmaya hazırlandığı belirtildi. Haberde, Versace'nin paralel markası olan Versus'un başında yer alan Anthony Vaccarello'nun Saint Laurent moda evi ile derin ilişkiler kurduğu ifade edildi. Hedi Slimane 10 Şubat tarihinde Los Angeles'da erkek koleksiyonu ve kadın segmentinin ilk bölümünün tanıtımını gerçekleştirecek. Segmentin ikinci bölümü ise 7 Mart'ta Paris'te tanıtılacak.

PITTI UOMO SEZONU ARTIŞLA KAPATTI

Geçtiğimiz ay 89'uncusu düzenlenen Pitti Uomo'nun idari yetkililerinden yapılan açıklamaya göre, genel olarak karanlık geçen ekonomik sürece rağmen toplamda bin 219 sergiciyi ağırladıklarını ve bugüne kadar kaydedilen en fazla marka sayısına ulaştıkları belirtildi. Sezon başlangıcına rengini veren, 2016-17 koleksiyonlarının tanıtıldığı erkek modası fuarı, pazarın aktörleri için olumlu sinyaller ortaya koydu. Bir önceki yıl 24 bin olan müşteri sayısı bu yıl yüzde 4 artışla 25 bin'e yükseldi. Pitti 36 bin'den fazla ziyaretçiyi ağırladı. Organizatörlerin yayınladığı ve son tahminleri düzeyinde kalan, kapanış rakamlarına göre Floransa'da 12-15 Ocak tarihlerinde gerçekleştirilen fuarda İtalyan müşteriler yüzde 5 oranında artış kaydederek, 16 bin kişilik bir katılım ulaştı, yabancı müşteriler de ise yüzde 2,5 oranında artış kaydedildi ve yabancı müşteri sayısı da 8 bin 850'ye ulaştı.



FASHIONİST 3'ÜNCÜ KEZ KAPILARINI AÇTI

Bu yıl üçüncüsü düzenlenen Fashionist, abiye ve gelinlik alanında 300 milyon dolarlık iş hacmi hedefi ile Osmanbey Tekstil İşadamları Derneği tarafından düzenlendi. Fuarı İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, OTİAD Başkanı İlker Karataş, İTO Yönetim Kurulu Üyesi Servet Samsama, İSO Yönetim Kurulu Üyesi Ali Ulvi Orhan, LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı Giyasettin Eyyüpkoca,

BATİAD Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Erten, MESİAD Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Gecü, İTO Hazır Giyim ve Konfeksiyon Meslek Komitesi Bakanı ve Meclis Üyesi Şenol Aras, ASKON Yönetim Kurulu Üyesi Nesim Ayyıldız ve çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. OTİAD Yönetim Kurulu Başkanı İlker Karataş açılışta yaptığı konuşmada, bu sene uluslararası kimliği Fashionist'in

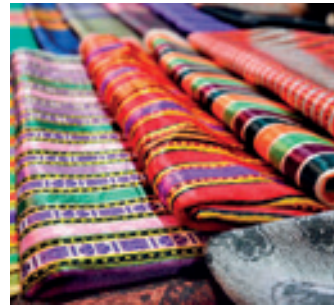
yeni tanışmalar ve yeni bağlantılar ile bir süredir durgunluk yaşayan tekstil ve hazır giyim sektörünü hareketlendireceğini umduklarını söyledi. Çağla Şikel, Didem Soydan gibi ünlü mankenlerin podyuma çıktığı etkinliklere ünlü akını oldu. Defilelere; Dilek Sabancı, Sinem Kobal, Burcu Esmersoy, Helin Avşar gibi cemiyet ve sanat hayatının ünlü simaları katılım sağladı.



TÜRKİYE COĞRAFI İŞARETLERLE MARKALAŞMAYA DEVAM EDİYOR

Türk Patent Enstitüsü'ne (TPE) yapılan coğrafi işaret başvuruları ve tescil sonuçları hakkında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık, açıklamalarda bulundu. Bakan Işık, coğrafi işaretlerle yerel değerlerin korunması yönündeki hareketliliğin 2015 yılında da sürdüğünü ve 49 coğrafi işaret ile yedi tescil başvurusu yapıldığını belirterek, "Bu rakamlarla birlikte tescilli coğrafi işaret sayısı 187'ye ulaştı, 208 başvurunun işlemleri ise devam ediyor. Türkiye coğrafi işaretlerle markalaşmaya devam ediyor" dedi. Işık, Balıkesir Höşmerim Tatlısı, Tokat Kebabı, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Kars Kaşarı, Eflani Çember Bezi, Oltu Taşı ve Kilis Katmeri için yapılan

coğrafi işaret başvurularının tescil edildiğini bildirdi. AB nezdinde tescil edilen coğrafi işaretlerin, Türkiye'nin uluslararası markalaşmasında büyük önem taşıdığına dikkati çeken Işık, geçen yıl Aydın İnciri ve Aydın Kestanesi için AB nezdinde coğrafi işaret



başvurusunda bulunulduğunu aktardı. Bunlardan Aydın İnciri'nin ilanının AB Gazetesinde yayımlandığına değinen Işık, altı aylık yayın süresi sona erdiğinde Aydın İnciri'nin AB tescilli Coğrafi İşaret sıfatı kazanacağını ifade etti. Işık, Antep Baklavası'nın AB nezdinde tescilli coğrafi işaret olduğunu ve Aydın Kestanesi'ne ilaveten İnegöl Köfte, Malatya Kayısısı, Afyon Sucuğu ile Afyon Pastırması başvurusu incelemelerinin de sürdüğünü söyledi. Geçen yıl yapılan coğrafi işaret başvurularından bazıları şöyle; Antep Kutnu Kumaşı, Akçakoca Fındığı, Marmara Adası Mermeri, Kozalak Reçeli, Mezopotamya Bulguru, Alanya Avokadosu, Bursa İpeği.

2016 ŞUBAT

Pazar	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi
31	1	2 2-4 Şubat Munich Fabric Start <hr/> 2-5 Şubat Şubat IF Wedding Fashion İzmir	3	4 4-6 Şubat İstanbul İplik Fuarı <hr/> 4-6 Şubat IfExpo İstanbul	5	6
7	8	9 9-11 Şubat Milano Unica	10	11 11-13 Şubat Linexpo İstanbul Moda Günleri	12	13
14 14-17 Şubat The MICAM <hr/> 14 - 16 Şubat Pure London Fuarı	15	16 16-18 Şubat WWD Magic Las Vegas Fuarı <hr/> 16-18 Şubat Première Vision Paris	17	18	19	20
21	22	23 23-25 Şubat Lineapelle	24	25	26	27
28	29	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12

2016 MART

Pazar	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi
28	29	1 1 Mart -Eğitim Zor İnsanlarla Başa Çıkma	2 2-3 Mart Filo İplik ve Kumaş Fuarı 2-3 Mart -Eğitim Yeni Ürün ve Yeni Pazarlarda İş Modellemesi	3	4	5
6	7 7-9 Mart -Eğitim Erkek Ceketinde Kalıp Hazırlama ve Form Hatalarını Düzeltme Semineri	8	9	10	11 7 Mart -Eğitim Güvenli Satış İçin Müşteri İstihbaratı Tahsilat ve Risk Yönetimi	12
13	14 14-16 Mart CAT EXPO Fuarı	15 15 Mart -Eğitim Dahilde İşleme Rejimi Uygulamaları ve Mevzuatta Yapılan Değişiklikler	16 16-18 Mart CHIC Shanghai	17 17 Mart -Eğitim Yaratıcı Yenilikçi Düşünme Teknikleri	18	19
20	21	22	23 23-25 Mart Première İstanbul	24	25	26
27	28	29	30 30 Mart-1 Nisan APLF Hong Kong 30 Mart-2 Nisan AYMOD	31	1	2

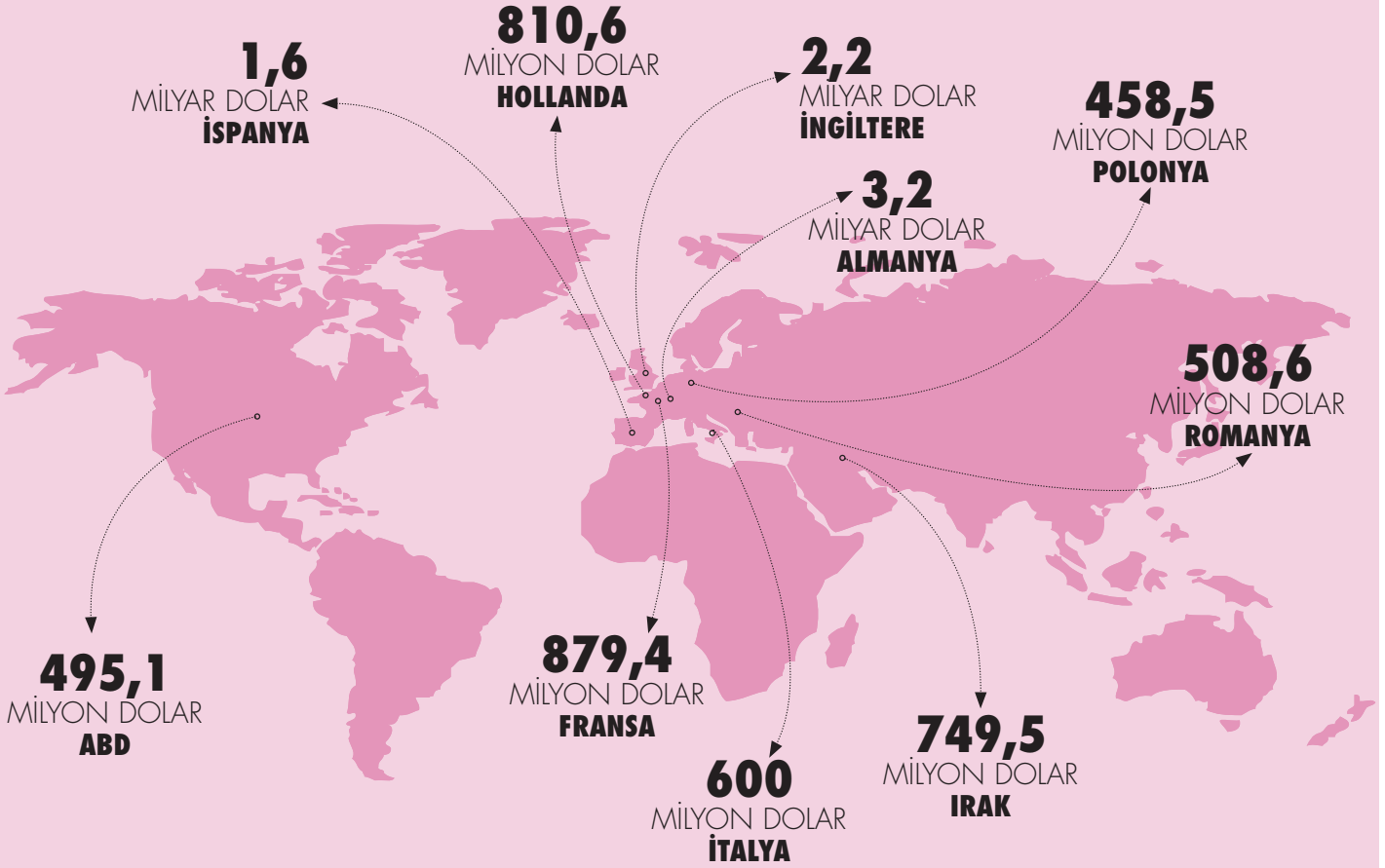
Yeni yıl ile birlikte fuar ve eğitim takvimleri de yenilendi. Şubat ve Mart ayındaki eğitimleri ve fuarları kaçırmak istemiyorsanız bu etkinliklerin notunu alın. İTKİB'in sitesinden eğitimlere başvurabilir, fuarlar hakkında da bilgileri takip edebilirsiniz.

HAZIR GIYİM İHRACATI

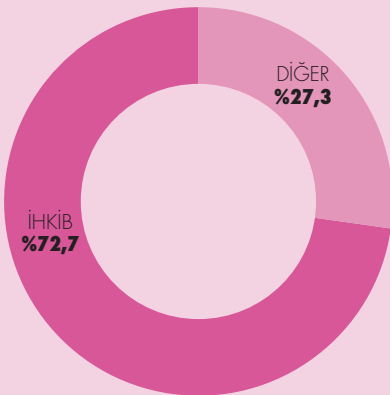
- Aralık 2015 döneminde ihracat yüzde 2 artarak 1 milyar 393 milyon dolar oldu.
- Aralık 2015 alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 967 milyon 554 bin dolarla dış giyim gerçekleştirdi.
- 2015 yılsonu itibarıyla, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 11,8 oldu.

2015'TE İHRACAT,
YÜZDE 9,4 DÜŞÜŞLE
16.969.575.020
DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ

2015'TE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT



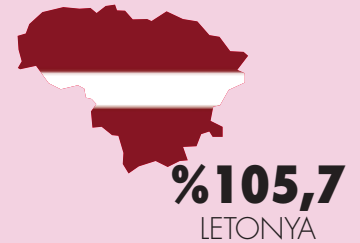
HAZIR GIYİM İHRACATINDA İHKİB'İN PAYI



ALT MAL GRUPLARININ ARALIK 2015 İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Geçtiğimiz yıl ihracatını en fazla artıran ülkeler, yüzde 106 ile Letonya, yüzde 79,5 ile Litvanya, yüzde 71,4 ile İran, yüzde 46,1 ile Ürdün ve yüzde 32,7 ile Slovakya Cumhuriyeti oldu.

2015'TE İHRACAT,
YÜZDE 9,4 DÜŞÜŞLE
7.956.744.155
DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ



➤Aralık 2015 döneminde ihracat yüzde 6,6 düşerek 629 milyon dolar oldu.
➤Aralık 2015 alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 368 milyon 409 bin dolarla dokuma kumaş ürünleri gerçekleştirdi.
➤2015 yılsonu itibarıyla, tekstil ve hammaddeleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 5,5 oldu.

İHRACATIN EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE



%76,3
SLOVAKYA
CUMHURİYETİ

Geçtiğimiz yıl ihracatını en fazla artıran ülkeler, yüzde 76,3 ile Slovakya Cumhuriyeti, yüzde 53,3 ile Pakistan, yüzde 38,1 ile Bangladeş ve yüzde 27,8 ile Meksika ve yüzde 18,1 ile Vietnam oldu.



ALT MAL GRUPLARININ
KASIM AYI İHRACATINDAKİ PAYI

KUMAŞLAR



368,4
MİLYON DOLAR

103
MİLYON DOLAR

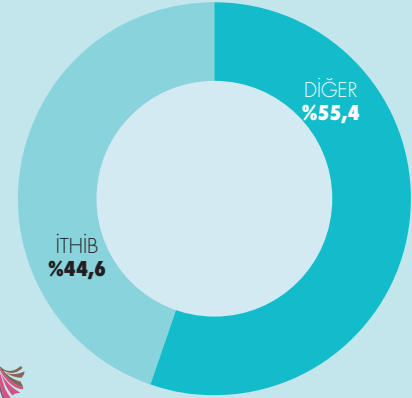
ELYAFLAR



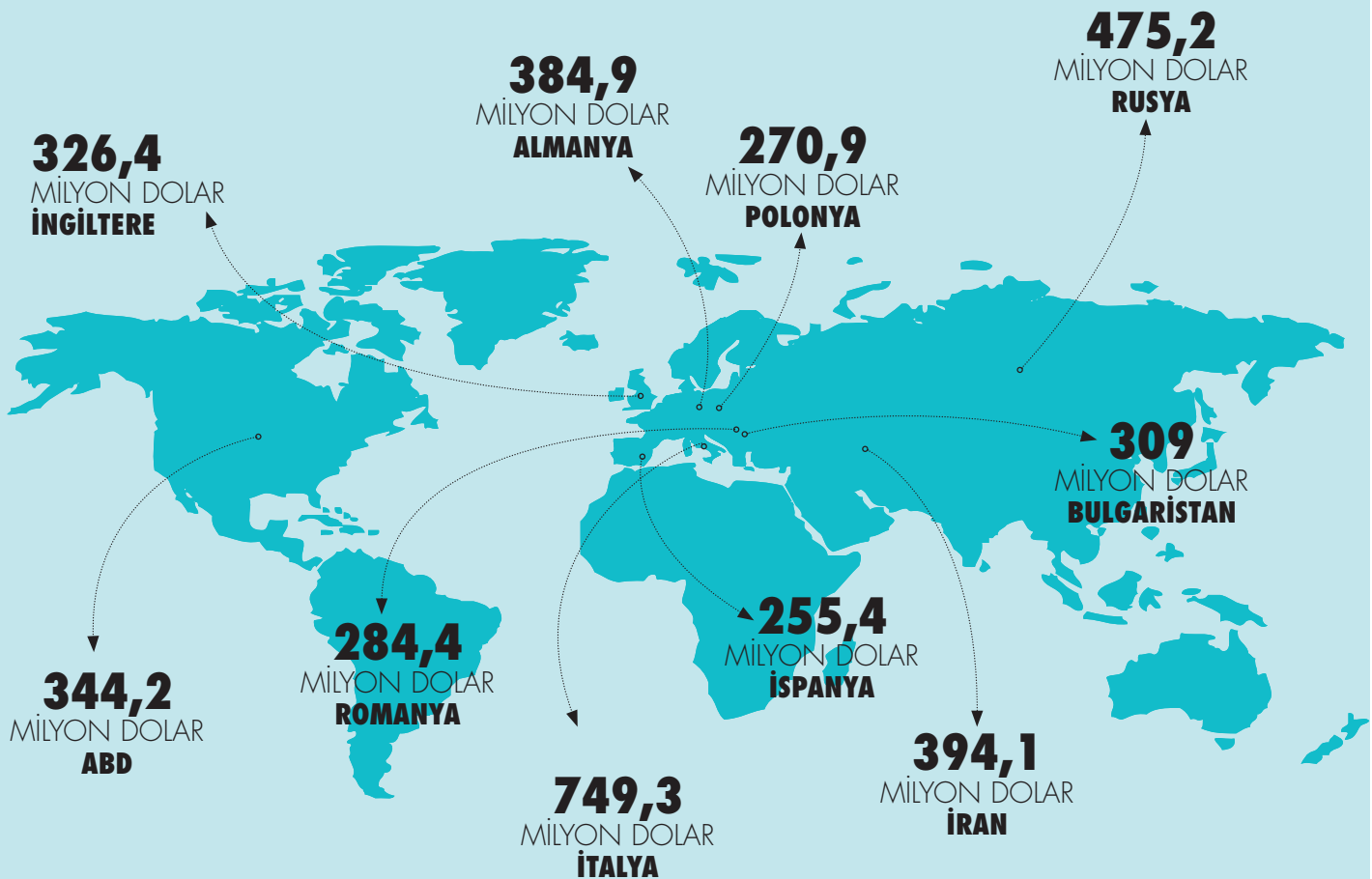
İPLİKLER

46,2
MİLYON DOLAR

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ
İHRACATINDA İTHİB'İN PAYI



2015'TE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

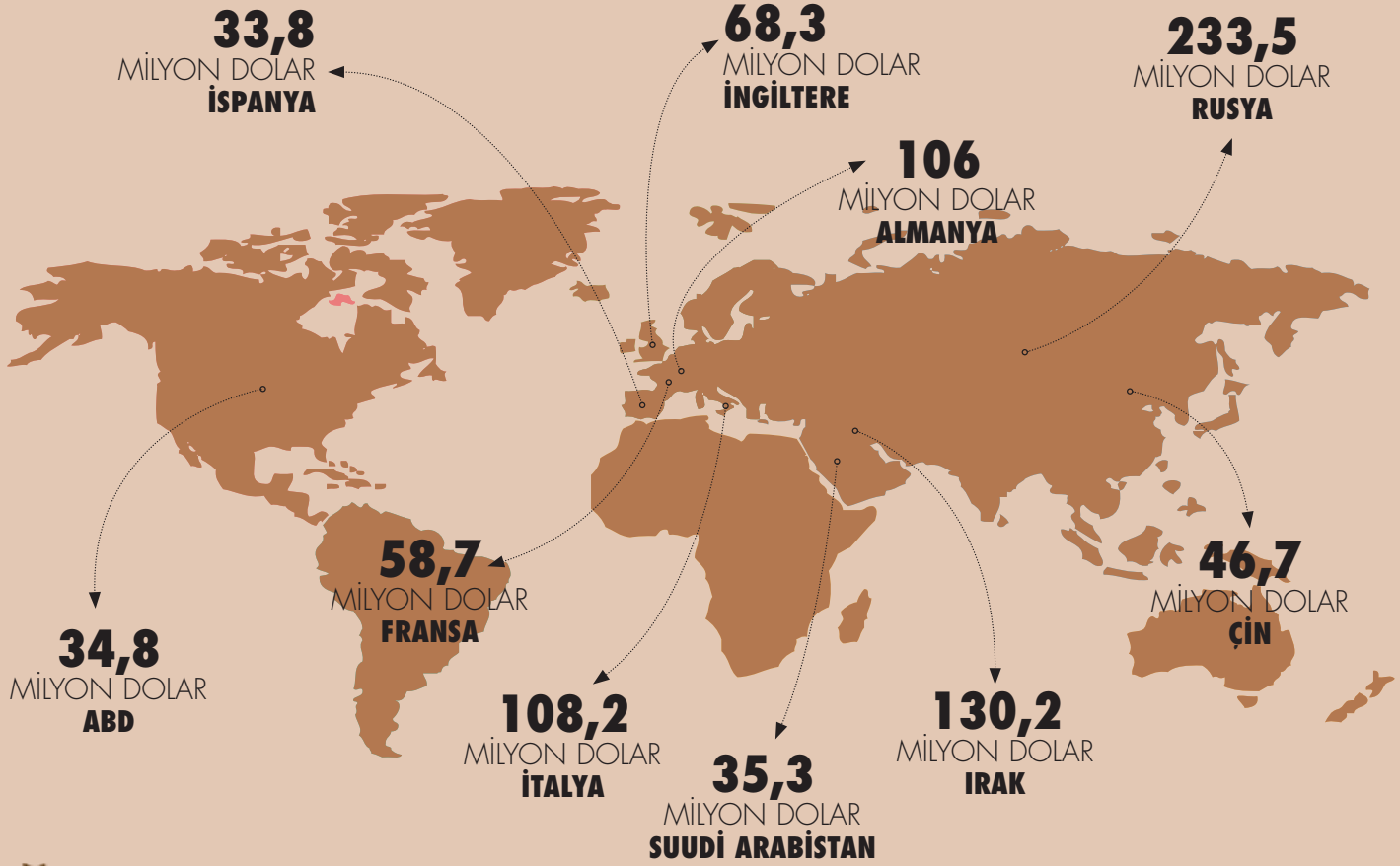


DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

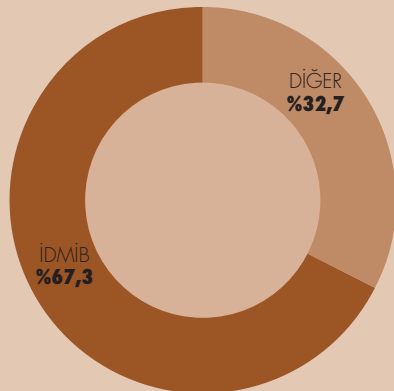
>Aralık 2015 döneminde ihracat yüzde 45,7 düşerek 97 milyon dolar oldu.
>Aralık 2015 altı mal gruplarında en fazla ihracatı, 45 milyon 523 bin dolarla ayakkabılar gerçekleştirdi.
>2015 yılsonu itibarıyla, deri ve deri ürünleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1 oldu.

2015'TE İHRACAT, YÜZDE 21,3 DÜŞÜŞLE 1.457.512.546 DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ

2015'TE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT



DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATINDA İDMİB'İN PAYI



ALT MAL GRUPLARININ KASIM AYI İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Geçtiğimiz yıl ihracatını en fazla artıran ülkeler yüzde 273,4 ile Makedonya, yüzde 213,3 ile Umman, yüzde 194,2 ile Romanya, yüzde 154,7 ile Slovakya Cumhuriyeti ve yüzde 123,9 ile Ürdün oldu.

2015'TE İHRACAT,
YÜZDE 14,4 DÜŞÜŞLE
2.016.487.626
DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ



- >Aralık 2015 döneminde ihracat yüzde 19,5 düşerek 173 milyon dolar oldu.
- >Aralık 2015 alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 147 milyon 889 bin dolarla makine halıları gerçekleştirdi.
- >2015 yılsonu itibarıyla, halı ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1,4 oldu.

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



%260,3
SLOVAKYA
CUMHURİYETİ

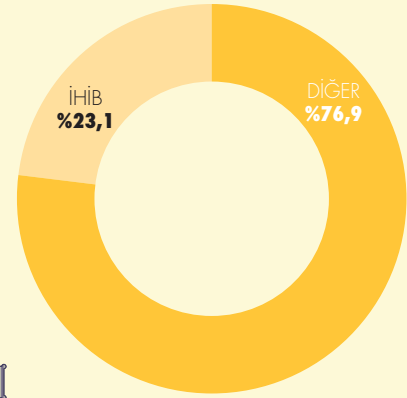
Geçtiğimiz yıl ihracatını en fazla artıran ülkeler yüzde 260,3 ile Slovakya Cumhuriyeti, yüzde 32,1 ile Çek Cumhuriyeti, yüzde 14 ile Mısır, yüzde 11,4 ile Kanada ve yüzde 6 ile Pakistan oldu.



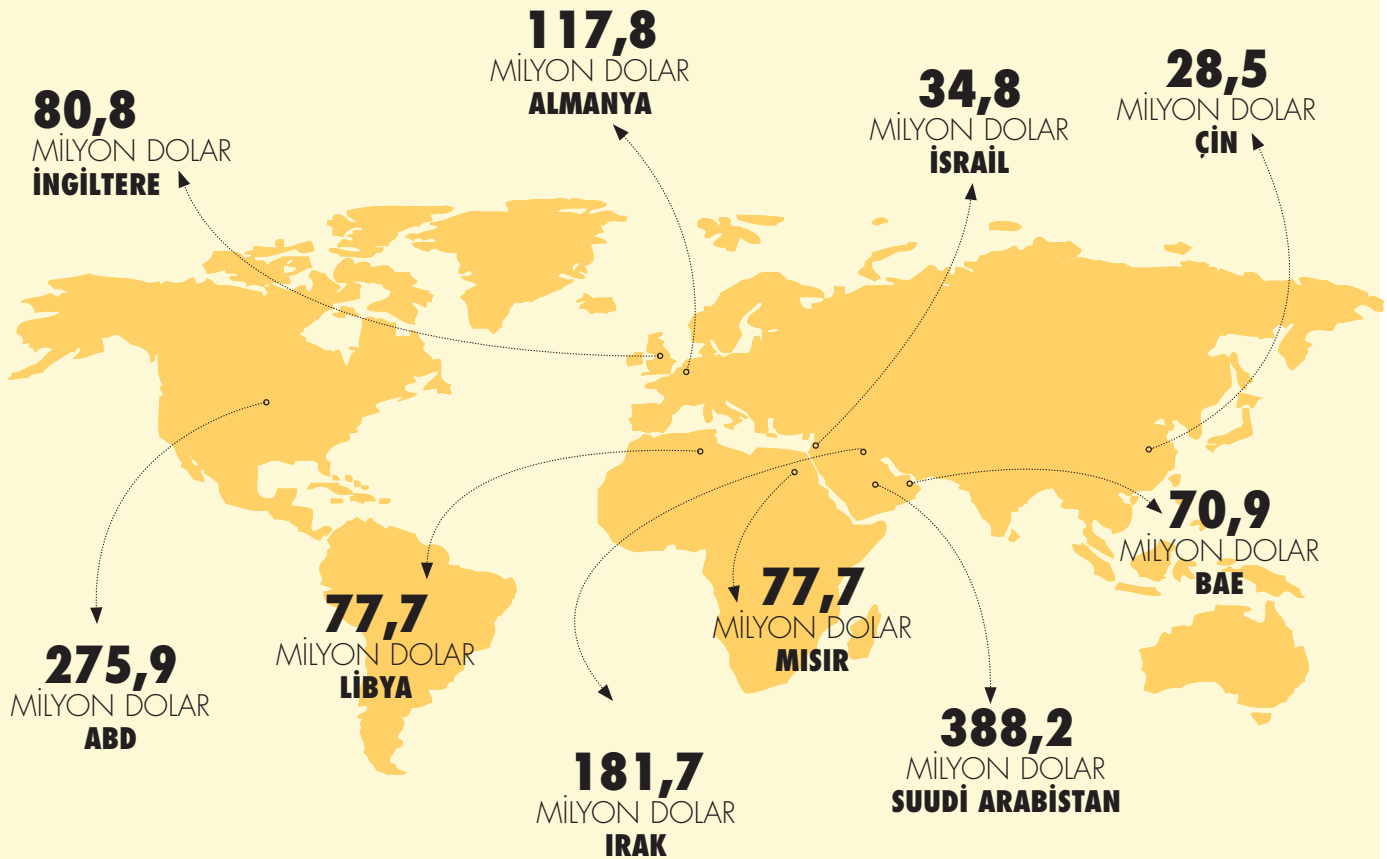
ALT MAL GRUPLARININ KASIM AYI İHRACATINDAKİ PAYI



HALI İHRACATINDA İHİB'İN PAYI



2015'TE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT



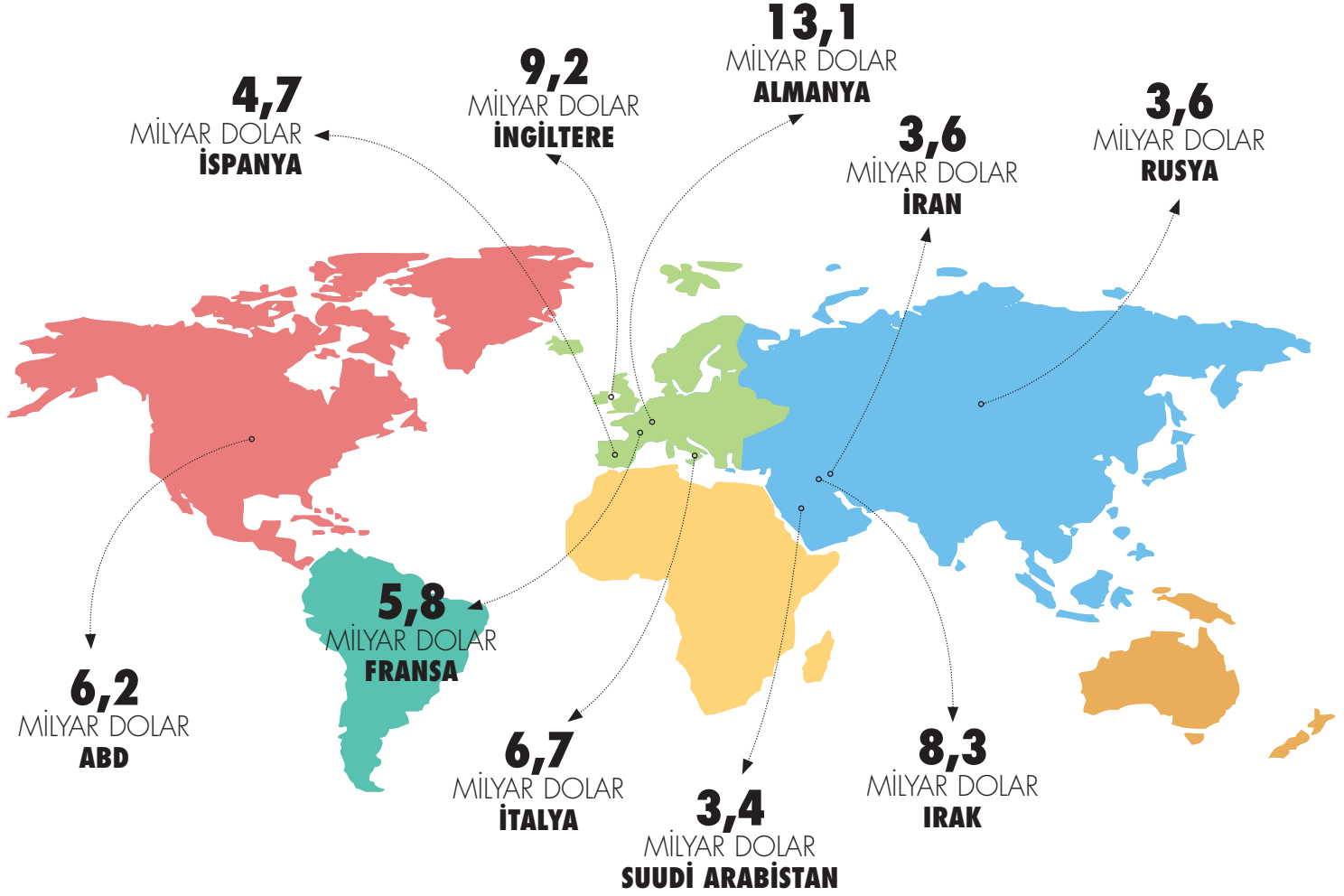
TÜRKİYE İHRACATI

►Aralık 2015 döneminde ihracat yüzde 12 düşerek 11 milyar 535 milyon dolar oldu.

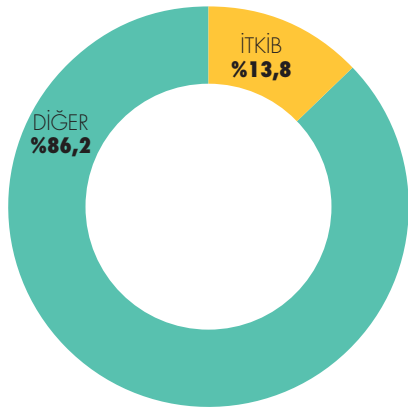
►Aralık 2015 döneminde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, yüzde 12,1 ile toplam ihracattan en fazla pay alan ikinci sektör oldu.

2015'TE İHRACAT, YÜZDE 8,7 DÜŞÜŞLE 143.729.741.022 DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ

2015'TE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT



TÜRKİYE TOPLAM İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



SEKTÖRLERİN KASIM AYI İHRACATINDAKİ PAYI

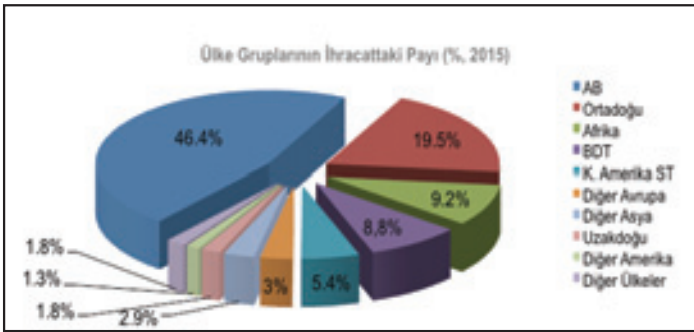
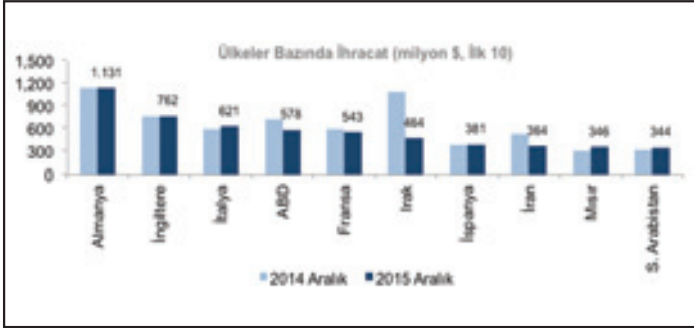


İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Geçtiğimiz yıl ihracatını en fazla artıran ülkeler, yüzde 18.077 ile Cebelitarik, yüzde 1474,2 ile İzlanda, yüzde 234,7 ile Sri Lanka, yüzde 144,7 ile Cibuti ve yüzde 67,2 ile Şili oldu.

Ülkeler ve iller Bazında İhracat



AB Pazarı 2015 İhracatının Yüzde 46,4'ünü Oluşturdu

Mısır ve Suudi Arabistan Pazarlarında Çift Haneli Artış Var

TİM verilerine göre, Aralık 2015'te en çok ihracat yapılan ilk beş ülke Almanya, İngiltere, İtalya, ABD ve Fransa oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 0,2 oranında düşerken, İngiltere ve İtalya pazarlarında ise sırasıyla yüzde 0,9 ve yüzde 5,9'luk artışlar kaydedildi. ABD ve Fransa'ya yapılan ihracat da bu dönemde sırasıyla yüzde 18,9 ve yüzde 7,2 oranlarında daralma yaşadı. 2015'in son ayında Irak, Rusya ve İran pazarlarında çift haneli sert düşüşler görülürken, Mısır ve Suudi Arabistan ise güçlü artışlar kaydetti. Ülke grupları bağlamında, 2015 yılında AB ülkeleri, Türkiye'nin ihracatındaki payını 1,7 puan artışla yüzde 46,4'e yükseltirken, ikinci sırada gelen Orta Doğu'nun payı da, geçen yılın aynı dönemine göre 0,2

puan artışla yüzde 19,5 oldu. Bu dönemde Afrika pazarı 0,3 puanlık bir yükseliş yaşarken, BDT'nin pastadaki payı 2,6 puan daralma kaydetti. Öte yandan, Kuzey Amerika'ya yapılan ihracatın payı bir önceki yılın aynı dönemine göre 0,5 puan artarken, diğer Avrupa ile Uzak Doğu ülkelerinin payı 0,1'er puan genişledi. Bu dönemde diğer Amerika ülkelerini kapsayan pazarda ise 0,3 puanlık bir dilim daralması yaşandı. Aralık ayında en çok ihracat yapan iller arasında ise İstanbul'u, Bursa ve Kocaeli izledi. İstanbul ve Bursa bu dönemde sırasıyla 5 milyar dolar ve 1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken, Kocaeli'nin ihracatı 940 milyon dolar oldu. Sıralamada dördüncülüğü 690 milyon dolarla İzmir, beşinciliği ise 680 milyon dolarla Ankara aldı.

Dış Ticaret Dengesi

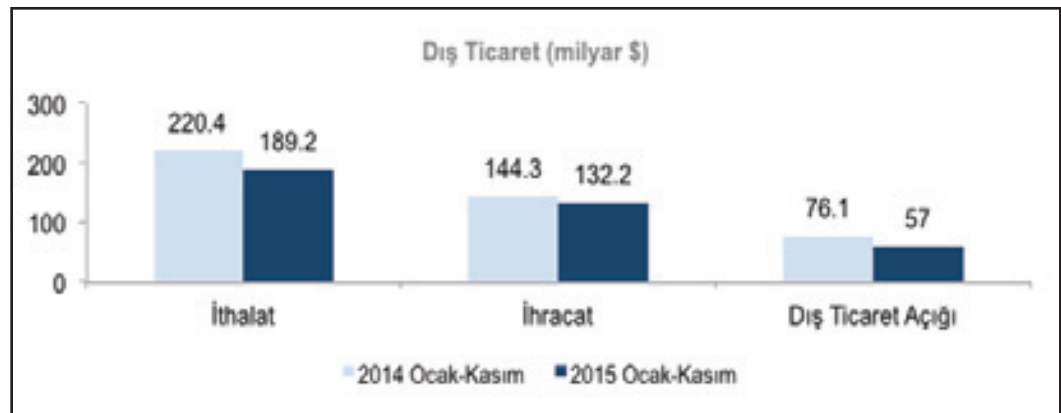
TÜİK verilerine göre, 2015 Kasım ayında ihracat geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,2 oranında azalarak 11,7 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerde ihracat gerçekleştiren üçüncü fasıl, dolar bazında yüzde 6,5 oranlarında düşüş gerçekleştirse de örme giyim oldu. İthalat ise Kasım 2015'te yıllık bazda yüzde 25,3 oranında bir düşüş sergileyerek, 16 milyar dolar oldu.

Bu veriler doğrultusunda, dış ticaret açığı Kasım 2015'te yıllık yüzde 49,1 oranında bir düşüşle 4,2 milyar dolar oldu. Ocak-Kasım 2015

döneminde ise açık yüzde 25 geriledi ve 57 milyar dolar olarak kaydedildi.

Ocak-Kasım 2015 döneminde ihracatın ithalatı karşılama oranı da, önceki yılın aynı

dönemine göre 4,4 puan artarak yüzde 69,9 seviyesinde gerçekleşti.



Kasım Ayında İthalat Yüzde 25,3 Geriledi

Dış Ticaret Açığı Yüzde 49,1 Düştü



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (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

Ekonomi Bakanlığı

Adres: T.C.Ekonomi Bakanlığı İnönü Bulvarı
No:36 P.K.06510 Emek-ANKARA
Telefon: 0 312 204 75 00
e-mail: info@ekonomi.gov.tr
Web: www.ekonomi.gov.tr



Türkiye İhracatçılar Meclisi (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
İnternet: www.tim.org.tr



İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

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

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)

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

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

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

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

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

Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (AİB)

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

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB)

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

İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

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

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

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

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB)

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

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

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

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

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

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UIB)

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
e-posta: info@aysad.org
Web: www.aysad.org

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
e-posta: mesiad@mesiad.org.tr
Web: www.mesiad.org.tr

Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30
e-posta: info@denimder.com
Web: www.denimder.org.tr

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

Tel: 0 212 470 51 53
Web: www.tasev.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 Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15
e-posta: info@tigsad.org
Web: www.tigsad.org

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56
e-posta: tgسد@tgسد.org.tr
Web: www.tgسد.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08
e-posta: csd@csd.org.tr
Web: www.csd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

Tel: 0 212 231 92 85
e-posta: otiad@otiad.org.tr
Web: www.otiad.org.tr

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71
e-posta: info@tasd.com.tr
Web: www.tasd.com.tr

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02
e-posta: info@turdev.org
Web: www.turdev.org

İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66
e-posta: vakif@itkib.org.tr
Web: www.ihkibev.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05
e-posta: orsad@orsad.org.tr
Web: www.orsad.org.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47
e-posta: info@tdkd.org.tr
Web: www.tdkd.org.tr

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60
e-posta: info@trisad.org
Web: www.trisad.org

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 – 97
e-posta: kysd@kysd.org.tr
Web: www.kysd.org.tr

Tescilli Markalar Derneği (TMD)

Tel: 0 212 245 69 29
e-posta: info@tescillimarkalar.org.tr
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

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

Tel: 0 232 488 61 23
e-posta: targdev@targdev.org.tr
Web: www.targdev.org.tr

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTİSD)

Tel: 0 282 758 35 64
e-posta: info@tttsd.org.tr
Web: www.tttsd.org.tr

Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 - 53
e-posta: lasiad@lasiad.org.tr

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
e-posta: info@tetsiad.org
Web: www.tetsiad.org

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05
e-posta: info@turktestilvakfi.com
Web: www.turktestilvakfi.com

*Kingdom is dedicated in
the best linen yarn*



KINGDOM HOLDINGS LIMITED

+86-573-86781000

www.kingdom-china.com

kingdom@kingdom-china.com

FILOFİBRA PAZARLAMA A.Ş.

Levent Caddesi Sülün Sok. NO:34 1.Levent 34330 istanbul
Tel: 90 212 283 38 60 (8 Lines) - Telefax: 90 212 283 38 59
email: filofibra@filofibra.com.tr - web: www.filofibra.com.tr

KINGDOM®



VIGOHOME®

Evinizin kıymetlisi

İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No: 22D, Başakşehir / İstanbul | Türkiye
Tel: +90 212 671 03 74 | www.vigohome.com.tr | info@vigohome.com.tr

UNIVERSAL