

İTKİB HEDEF 241

İSTANBUL TEKSTİL VE KONAKLAMA SEKTÖRLERİ AYLIK DERGİSİ

15 ŞUBAT - 15 MART 2014



Hazır giyimciler
4 yıllık rotasını belirledi

İTKİB'de fuar zamanı

İstanbul Fashion Incube
yoluna devam ediyor

TREND
SOOOO COOL!
FASHION DESIGN

SO ORIGINAL
FASHIONABLE!
FASCINATING!
CLUSTER
COMMON GOALS

Geleceğin Şifresi

3T Tanıtım
Trend
Tasarım

Projesi



Siz hala **DEKUPE** ile mi uğraşıyorsunuz?

StyleShoots ile 15 saniyede otomatik dekupenin hız ve kalitesini yaşayın...

LCWAİKIKI

CLIMBER
B.C.

cicikom

TOMMY HILFIGER

Bebello
Soyutun matkale... ustasina la ile...

YOUNG M&S

MEXX

limango

maçın

Shirt
By
Shirt

CKLT ÇİKOLATA
FABRİKASI

ebebek



ASTAS JUKI

ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL Tel : (0212) 630 89 00 (pbx) Faks : (0212) 630 89 29

www.styleshootturkey.com • styleshoots@astasjuki.net



facebook.com/styleshootturkey



twitter.com/styleshootstr

Accredited by Turquality



Reaktif dijital baskıda ve örme kumaşta en iyiye bizimle ulaşın

Reaktif dijital baskıdaki 7 yıllık tecrübesini son teknoloji boya ve apre makineleriyle birleştiren birlik örme, müşterilerine en kaliteli ve profesyonel şekilde hizmet vermektedir.

www.birlikorme.com.tr

Merkez: Belgratkapı 10. Yıl Cd. No:12 Zeytinburnu - İstanbul

Tel: +90 (212) 510 16 16-17 **Faks:** +90 (212)510 16 18

Fabrika: ÇOSB Atatürk Mh. Cumhuriyet Cd. No:39 Karaağaç - Çerkezköy - Tekirdağ

Tel: +90 (282) 758 16 23-29 **Faks:** +90 (282) 758 16 22

E-mail: info@birlikorme.com.tr

İÇİNDEKİLER

2



FUAR

PV'NİN BAŞROL OYUNCUSU
YİNE TÜRKİYE

4 KISA KISA

12 İTKİB KISALAR

18 ZİYARET

İHKİB'DEN SEKTÖR DERNEKLERİNE
TAM DESTEK

20 ZİYARET

İTKİB JAPONYA İLE İŞ BİRLİĞİ
YOLUNDA

22 ZİYARET

İTHİB, UNICA FUARI'NIN KAPISINI
ZORLUYOR

24 FUAR

TÜRKİYE'NİN AYAK HARİTASI
ÇIKARILYOR

26 ZİYARET

YENİ İKV YÖNETİMİNDEN
CUMHURBAŞKANI GÜL'E ZİYARET

28 İHRACAT

HAZIR GİYİMCİLER 4 YILLIK
ROTASINI BELİRLEDİ

32 SEMİNER

DAHA AZ FORMALİTE
DAHA HIZLI TİCARET

34 FUAR

WHO'S NEXT'İN KONUK ÜLKESİ:
TÜRKİYE

İHRACAT HAZIR GİYİMCİLER 4 YILLIK ROTASINI BELİRLEDİ

44 FUAR

İHKİB, MOSKOVA'DA ÇITAYI
1 MİLYAR DOLARA ÇIKARDI

50 MODA HAFTASI

MODA PERDESİ 10 MART'TA AÇILACAK

52 TASARIM

"İSTANBUL FASHION INCUBE"
YOLUNA DEVAM EDİYOR

56 FUAR

İTHİB'TE FUAR ZAMANI

66 ZİYARET

KONSOLOSLUK ZİYARETLERİ
ÜÇÜNCÜ DÖNEMİNDE

68 FİRMA

LUFİAN KONSEPTE ODAKLANIYOR

76 FUAR

İHİB'TEN İNOVATİF BİR ADIM DAHA

78 FİRMA

ÖZYURT TEKSTİL GÜCÜNÜ
KALİTEDEN ALIYOR

80 SEMİNER

TÜRKİYE'NİN TİCARETİNDE
STA'LARIN ROLÜ

82 SEKTÖR

TASD'NİN YENİ MERKEZİ
HİZMETE GİRDİ

84 EĞİTİM

MESLEKİ EĞİTİME İHKİB
DESTEĞİ SÜRÜYOR

92 BRÜKSEL MEKTUBU

94 MODA HAFTASI

MODANIN İKİ YÜZÜ DTG İLE
LONDRA'DA

96 MAKALE

ERDOĞAN KARAHAN

100 FUAR TAKVİMİ

102 GÖSTERGELER

108 ADRESLER

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına
Cumhur İŞBIRAKMAZ

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY, İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Biröl SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin SARI, Nilgün ÖZDEMİR,
Jale TUNÇEL, İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MİZRAK,
Şahin DOĞAN, İdris AKDOĞAN, Efsane TURAN,
Özcan SÜMER, Sultan TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN,
Derya YARANGÜMELİ, Muammer AKÇAY, Riva PINTO,
Didem SÜMER, Vehbi CANPOLAT, Cengiz ÖZMEN,
Ferzat ERDEBİL, Arzu ODABAŞI SARI, Hüseyin ÇETİN,
Ali Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL, Uğur UYSAL,
Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA,
Selçuk GÖKART, Zeynep ÇELİK

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. Dış Ticaret Kompleksi
34530 Yenibosna-İstanbul
TEL: (0212) 454 02 00
FAKS: (0212) 454 04 15
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM


KÜÇÜK MUCİZELER
YAYIN VE İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Hüsnü PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Doğuş KOTAY
doguskotay@kucukmucizeler.com
Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammedakdeniz@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ
Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HAŞÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI-CİLT

MATSİS Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.
Tevfik Bey Mah. Doktor Ali Demir Cd. No: 51 Sefaköy-İstanbul
TEL: (0212) 624 2111

DAĞITIM

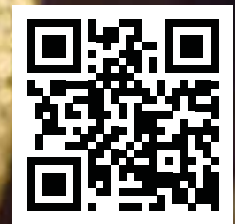
Intermail

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

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

İLETİŞİM

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



[®]
ZIPEX
www.zipex.com.tr

Avva'dan gömlek içi atlet fobisine son!

Erkek giyim markası Avva, fobi haline gelen gömlek içine atlet giyme krizini çözdü. Atleti gömleğin içine sabitleyen firma, 3 haftada 20 bin adetlik satış yaptı. Tekstil ve hazır giyimde inovatif ürün geliştirmek oldukça önemli hale geldi. Erkek giyim firması Avva da bu alanda önemli bir gelişmeye imza attı. Markanın son inovatif ürünü olan atletli gömlek, gömlek içi atlet görüntüsüne son veriyor. Avva Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Atik, yeni ürünün patentini aldıklarını, deneme amaçlı ürettikleri 20 bin gömleğin ise 3 haftada satıldığını söyledi.



Abdullah Kığılı koleksiyonu ile farkını ortaya koy!

Sadelığın estetik duruşunu, kumaşlarının deseninden dikişine kadar tüm koleksiyonlarına yansıtan Abdullah Kığılı, erkeklere özel alternatifler sunuyor. Koleksiyonda, özel kumaşlar ve renklerle oluşturulan ceket, gömlek, pantolon ve trikolar erkek giyiminde eksiksiz bir şıklık sunuyor. Özellikle erkeklerde kış mevsiminin vazgeçilmezleri arasında olan gömlek, kazak, pantolon ve ceket kombinleri, Abdullah Kığılı koleksiyonunun kalite çizgisini vurgularken, zengin model ve renk seçenekleriyle de erkeklerin beğenisini topluyor.

Doğa Rutkay'lı Markaport kampanyası

Markaport'un birbirinden şık ofis grubu pantolon, ceket, gömlek ve kabanlardan oluşan çok özel "Doğa Rutkay Markaport" koleksiyonu 7-9 Şubat tarihleri arasında markafoni.com'da satışa sunuldu. Türkiye'nin ilk ve lider özel alışveriş kulübü Markafoni, moda severleri mutlu eden Markaport'un çok özel bir kampanyasıyla tüketicilerin karşısına çıktı. Dünyanın sevilen ve beğenilen moda markalarını bünyesinde bulunduran Markaport ile iş birliği yapan Markafoni, 7-9 Şubat tarihleri arasında "Doğa Rutkay Markaport" kampanyasını satışa sundu. Ofis grubu pantolonların, ceketlerin, gömleklerin ve kabanların yer aldığı bu çok özel koleksiyonun tanıtımı için ise sevilen oyuncu Doğa Rutkay modellik yaptı.



Derimod'un 2014 modası

Kış aylarının yaşandığı şu günlerde Derimod içimizi ısıtacak tasarımlarla bahar ve yaz aylarının trendlerini belirledi. Bu yaz deri ceketle, asi duruşu ile biker'lar ve her daim modanın vazgeçilmez trençkot'lar başrolde. Deri modasının öncü markası Derimod, ceket, ayakkabı ve çanta koleksiyonuyla deri giyiminde tarzıyla fark yaratmak isteyenleri heyecanlandıracak 2014 İlkbahar/Yaz koleksiyonuyla sezona hazır. Deri giyiminde trendleri belirleyen Derimod, bu sezona da damga vuracak tasarımlarla dikkat çekiyor.



TRENDSETTING ZIPS

Alışıldık çeşitlerden, modayı yeniden tanımlayan ürünlere kadar, tasarım odaklı ürünlerimizle her türlü ihtiyacınıza cevap veriyoruz. İnci Fermuar, motivasyonunu modadan alan kursor ve elciklerle kreasyonlarınızı her mevsim fermuarlamaya hazır.

Vakko'dan Santoni erkek koleksiyonu

Detaylarla şıklığı ön plana çıkaran Vakko erkek koleksiyonu İlkbahar 2014 modası için yine birbirinden zengin seçenekler sunuyor. Tamamlayıcı unsur olmaktan çok öte bir yere sahip Santoni ayakkabı koleksiyonu bu sezon birbirinden farklı modelleriyle şıklık yarışındaki erkeklerin vazgeçilmezi olmaya devam ediyor. Alışılmıştan uzak, farklı tekniklerle hazırlanmış olan el yapımı bu özel ayakkabılar yetenekli ustaların imzasını taşıyor. Eşsiz tasarımları, paha biçilmez kalitesi ve özel renkleri ile günümüz modasını başarıyla yakalayan Santoni ayakkabı koleksiyonu, değişimi seven, herkesten farklı olma arzusu taşıyan, özgüveni yüksek Vakko erkeğinin tercihi oluyor.



Penti'den bahar cemresi

Penti'nin 2014 İlkbahar/Yaz iç giyim koleksiyonunda, baharın enerjisini, coşkusunu yanından renkli ve desenli parçalar dikkat çekiyor. Penti'nin Türk kadınlarının vücut ölçülerine ve beklentilerine uygun olarak tasarladığı modeller ile hayal edilen görüntü sihirli bir değnek değmişcesine gerçeğe dönüşüyor. Push-up kuplara sahip sutyenler, çekici bir görünüm sunan slipler, rahatlığı ve şık görünümü bir arada sunan top'lar yeni sezonda Penti kadını bekliyor. Koleksiyonda balkonet kesim, üçgen ve push-up etkili sutyen modelleri dantel ve tül detaylarıyla zenginleşiyor.



Çocuk şıklığının adresi: Civil

Müşterilerine sağlıklı ve ekonomik ürün çeşitliliğiyle tekstil, kozmetik, aksesuar ve anne ürünleri sunan Civil Çocuk Giyim, cadde mağazacılığında uzun ömür ve kaliteli hizmetin adresi olmaya devam ediyor. 2013 yılsonu toplam mağaza büyüklüğü hedefini 50 bin metrekare olarak belirleyen Civil Çocuk Giyim, 41'inci şubesi Aksaray ile hedefini tamamlamış oldu. 2014'ün ilk mağazasını da Ankara'da açan Civil, metrekare büyüklüğü ve satış genişliği doğrultusunda bulunduğu illerde istihdam oranını artırarak toplamda 840 kişiye de iş imkanı sunuyor. Civil'in renkli, rahat ve zengin koleksiyonu 0-15 yaş arası tüm çocukların zevkine hitap ediyor.

Twist'ten modern sportif bir yaz

İlkbahar/Yaz sezonuna atletik detayların hakim olduğu modellerle giriş yapan Twist, "modern sportif" konseptiyle enerjik ve dinamik bir yaz gardırobu vaat ediyor. Yaşamın her alanında farklılık gösterecek koleksiyonda; etnik desenlerin tribal anlatımı 'Afrika' teması, atletik parçaları yalnızca spor salonlarında değil, günlük hayata en uygun şekilde taşıyan 'Sport&Neon' teması, vazgeçilmez klasik jeanler ve yazın en sıcak yüzünü göreceğimiz "Üç Yaz" teması yer alıyor. Sportif görüntünün her zamankinden farklı bir tasarım anlayışıyla yorumlandığı Twist İlkbahar/Yaz koleksiyonunda cool ve şık file detayı öne çıkıyor.



brother®

GT-3 SERİSİ DİJİTAL BASKI MAKİNESİ

*"Doğayı bile
aldatacak
çözünürlükte"*



Üstün **brother** teknolojisinin geliştirdiği yeni Dijital Baskı Makinesi **GT-3** ile tanışın.

Koyu renk giyisilerde yüksek baskı çözünürlüğü, yüksek baskı hızı, kolay bakım, sorunsuz endüstriyel çalışma, uzun makine ömrü, Windows iletişim sistemine uyumlu tüm grafik programları ile çalışabilme ve dahası...

YENİ

Koyu renkli zeminlere yüksek çözünürlüklü baskı yapabilme.

% 100 Ecoteks belgeli su bazlı pigment mürekkep.

1200 dpi x 1200 dpi ve üzeri yüksek baskı çözünürlüğü.

CMYK (GT-341) ve CMYKW (GT-361 / GT-381) modelleri arasında upgrade imkanı.

brother®

0212 495 00 00
uguras@brothertr.com
www.brothertr.com



Türkiye Distribütörü

UĞUR
MAKİNA



Kanz'dan sımsıcak kabanlar

Çocuk modasının öncü markası Kanz, kış aylarına özel kaban ve montlarda indirim kampanyasıyla gülümsetiyor.

Küçük hanım ve beylerin severek giyecekleri 2013/14 Sonbahar/Kış sezonu için özel tasarlanan Kanz anoraklar, farklı seçenekleri ve indirimli fiyatlarıyla anne babaların da beğenisini kazanacak. Miniklerin konfor ve sağlığı düşünülerek hazırlanan modeller, çocukların hassas tenine en az anneleri kadar özen gösteren özel kumaşlarla üretiliyor. Sezonun en canlı renklerini yansıtan mont, kaban ve anorak modelleri ile minikler soğuk havalarda da şıklığından ödün vermiyor.



Moda dünyasına taze bir soluk

Fulya İlkmen, Bebek'te kurduğu atölyesinde, tasarladığı soyut desenleri deri ve ipek kumaşlara aktarıyor. Genç tasarımcı Sonbahar/Kış 2013-2014 sezonu için hazırladığı ilk koleksiyonunda insan bedeninin formundan, renklerin ve desenlerin armonisinden, bütünlük ve parçaların yarattığı tezatlıktan ilham alıyor. İtalya'daki dünyaca ünlü 'Istituto Marangoni'de moda tasarımı eğitimi aldıktan sonra Bebek'te kendi atölyesini kuran İlkmen, sert kumaş ve soyut desenleri, yumuşak ve naif kumaşlarla birlikte kullanarak formlarda maskülen, detaylarda ise feminen bir çizgiyi yakalıyor.

Lee ile ilkbahardan yaza renkli günler

Lee, 2014 ilkbahar Yaz koleksiyonuyla, erkeklere konforlu, rafine, stil sahibi ve kendine güvenen bir görünüm sunuyor. Yüksek kaliteli kumaşları ve özel kesimleriyle yaz sezonunda da tarzını ortaya koyan Lee, jeani farklı renk ve tasarımlarla yeniden yorumluyor. Geleneksel el işçiliğini, yüksek teknolojiyle buluşturarak modern jeanler üreten marka, sezonun öne çıkan trendlerinden olan pürüzsüz görünümü destekliyor. Ekolojik bilinçle hareket eden, bu açıdan kumaş ve yıkama tekniklerinde sınırları zorlayan "Blue Label" koleksiyonu ise geri dönüşümlü örgü denim ve daha az su, enerji ve boya kullanan yıkama teknikleriyle üretiliyor.



BNG'den hareketli bir koleksiyon

Derinin vücutla bütünleşen haline vurgu yapan BNG'nin 2014 ilkbahar/Yaz koleksiyonu, kadınları köklü bir içsel değişimle yüz yüze getiriyor. Farklı katmanlı tasarımlarla kadına hareket özgürlüğünü hissettiren markanın en dikkat çeken modelleri arasında omuzda ve sırttaki asimetrik kesimler, yerlere kadar uzanan etekler, bol pantolonlar, cazibeli elbiseler yer alıyor. BNG bu sezonda müşterilerine kadının sofistike siltüetinin tamamlayıcısı deri ve deri ile kombinlenecek triko-ların kusursuz varyasyonlarını sunuyor.



		ANOTAH	ARC	ARZU KAPROL	ASLI bisiklet
B&G store	BILSAR	BIRKENSTOCK Made in Germany • Founded in 1774	BFG	D'S damat	dagi
DAMAT TWEEN		DERIMOD	Donella	dönmezler saat	DSN SHOES & BAGS
EMPORE PARLAN	EVKUR	EVRENSAAT	Fakir	FASHIONFRIENDS	GUCCI
hello baby's life	HERRY	imza	IPEKYOL		KAYRA
Kristal COLA	Lee Cooper	LEVFU		MARATON	MCMC GROUP
MCS SHOES & BAGS	morsa cyberg	Miss Claire	B new balance	Opakoptik Çelik Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	ÖZCAN ASYRILATMA
ÖZKAN FASHION	Polaris	ROYAL FASHION	SASNOFOTO	Sementa FASHION	SHISEIDO
Sportlme	● sunglasses hut	SÜVARİ	Timberland	TUDORS THE FINEST QUALITY SWISS	twist
VEPA '62	VIB Azərbaycan	WHITE STONE	Woody	YARGICI	YELSS REPRODUCTION

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 alıma, 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



Orka'dan "Cin Fikirli" bir proje

Damat, Tween ve D'S Damat markaları ile dünya moda perakendesinde söz sahibi olan Orka Holding, inovasyon kültürünü şirket içinde yaygınlaştıran uygulamaları ile de fark yaratmaya devam ediyor. Orka Holding son olarak, şirket bünyesinde hayata geçirilen "Cin Fikirler" projesi ile her bir çalışanımı satış sürecine dahil etti. Çalışan fikirlerinin toplandığı projede, Ön Eleme Kurulu, 10 'cin fikirli' finalisti belirledi. Proje kapsamında dereceye giren 'cin fikirler'in başarısı firma tarafından verilen ödülle taçlandırıldı.

Yeni İnci korselerle daha ince görünün

İç giyimde zarif tasarımlarıyla dikkat çeken Yeni İnci, korse modelleriyle kadınları istedikleri inceliğe kavuşturuyor. Model çeşitliliği sayesinde bel, göğüs, kalça ve bacak gibi bölgesel fazlalıkları gideren Yeni İnci korseler ile kadınlar istedikleri inceliğe sahip oluyor.

Saten üzerine çiçek işlemleri, kurdele, tül ve dantel detaylarıyla tasarım gücünü öne çıkaran korseler, kadınlara zarif bir şıklık kazandırıyor. Kadınların iç güzelliğini tamamlayan Yeni İnci korseler, kendini özel hissetmek isteyen tüm kadınlara hitap ediyor.

Karaca Home'dan gençlik rüyası

Karaca Home'un farklı tasarımları ile dikkat çeken genç uyku setleri ve nevresim takımları arasından seçeceğimiz tek kişilik genç uyku setleri, tek kişilik nevresim takımı hediyesi ile satışa sunuluyor. Birbirinden şık modelleriyle gençlerin odalarını süsleyen en gözde tasarımları tüketicileri ile buluşturan Karaca Home mağazaları, gençlere özel kampanyası ile sizleri bekliyor. Her tarza uygun farklı tasarımlarının yanında şık, konforlu ve doğal yapısıyla Karaca Home, genç uyku setleri ve nevresim takımlarını içeren geniş ürün yelpazesıyla de gençlere seçim yapma imkânı sunuyor.



Dagi'den şık ve sağlıklı bir koleksiyon

Türkiye'nin en sevilen ve en çok tercih edilen markaları arasında yer alan Dagi, yeni konfeksiyon koleksiyonuyla yine en sağlıklı, rahat ve kaliteli ürünleri sunuyor. Dagi'nin ürünlerinde ağırlıklı olarak kullandığı modal kumaşlar, ev konfeksiyonunda rahatlık ve şıklık kadar sağlığı da önemseyenler için hazırlandı. Kayın ağacı lifinden üretilen modal kumaş, yüzde 100 doğal, sağlıklı, yaş ve kuru mukavemetinin yüksek olması ile dikkat çekiyor. Nem transfer özelliği oldukça yüksek olan modal kumaştan üretilen Dagi konfeksiyon ürünleri, yıpranmaya karşı dayanıklı oluşuyla da tüketiciler tarafından çok beğeniliyor.



50 yıldır dünyaya
Tela üretiyoruz

Gümrük Bakanlığı'ndan Bayramoğlu'na Liyakat Sertifikası



Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından 27 Ocak Pazartesi günü Ankara Bilkent Otel'de "Dünya Gümrük Günü" dolayısıyla düzenlenen Liyakat Sertifikaları Dağıtım Töreni'nde İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Harun Bayramoğlu, Liyakat Sertifikasını Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı'nın elinden aldı. Dünya Gümrük Örgütü (DGÖ) tarafından, 2014 yılı için "İletişim; daha iyi bir iş birliği için bilgi paylaşımı" teması belirlenerek bu anlamda Türkiye'de bu alanda katkı sunan gümrük çalışanları, firma, birlik ve özel sektör temsilcilerine bu girişim ve çabalarını takdir etmek amacıyla DGÖ Liyakat sertifikaları verildi. Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati

Yazıcı, Dünya Gümrük Günü dolayısıyla Bilkent Otel'de düzenlenen kutlama yemeği ve Dünya Gümrük Örgütü Liyakat Sertifikaları dağıtım törenine katıldı. Bakan Yazıcı, törende yaptığı konuşmada, 2014'ün, Dünya Gümrük Örgütü tarafından, "iletişim" temasının işleneceği ve teşvik edileceği bir yıl olarak belirlendiğini söyledi. Kamuoyundaki 'gümrük' algısının düzeltilmesi ve yönetilmesi, ilgi ve sorumluluk alanlarının tüm kesimlere daha iyi iletişime geçilmesi için Temmuz 2011'de Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'ni kurduklarını ifade eden Yazıcı, ayrıca 'en kötü ve kullanışsız' kamu siteleri arasında ilk sırada gösterilen gümrük web sitesini değiştirdiklerini anlattı.

"TÜRKAK tarafından akredite edildik"

İDMİB Deri ve Deri Ürünleri Mesleki Belgelendirme Merkezi, Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) tarafından akredite edildi. Konuya ilişkin değerlendirmede bulunan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İDMİB'in yürüttüğü "Yetkin Belgeli İşgücü İstihdamında Çözüm Ortaklığı Projesi"nin somut çıktısı olarak kurulan İDMİB Deri ve Deri Ürünleri Mesleki Belgelendirme Merkezi'nin TÜRKAK tarafından akredite edildiğini söyledi. Personel Belgelendirme Merkezi'nin vereceği Mesleki Yeterlilik Belgeleri'nin diğer ülkeler nezdinde de geçerliliğe sahip olacağına vurgu yapan Tolunay, "2011 yılından bu

yana yürütülen çalışmalar kapsamında önemli bir aşama daha geçilmiş oldu" dedi. Bu çalışmalar kapsamında Mesleki Yeterlilik Kurumu'ndan yetki alma planının da bulunduğunu hatırlatan Tolunay, bu sürecin tamamlanması ile birlikte, altı meslek alanında Personel Belgelendirme faaliyeti yürütüleceğini söyledi. Belirtilen altı meslek grubu şöyle sıralandı: Deri İşletme Operatörü, Kesimci (Ayakkabı), Kesimci (Saraciyeye), Kesimci (Deri/Kürk Hazır giyim), Ayakçı (Deri/Kürk Hazır giyim), ve Model Makineci (Deri/Kürk Hazır giyim). Belgelendirme Merkezi, ilave mesleklerin sürece dâhil edilmesi için de çalışmalarına devam edecek.





TARLADAN MAĞAZAYA

Elyaftan kumaşa, terbiyeden konfeksiyona,
perakendecilikten toptan satış ve zincir mağazacılığa,
Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne çözümler sunuyoruz.

SENTEZ **LIVE ERP**

İş Çözümleri Platformu



SentezYARN
İplik Üretimi Takip Sistemi



SentezKNIT
Kumaş Üretimi Takip Sistemi



SentezWEAVE
Dokuma Üretimi Sistemi



SentezDYE
Tevsül Terbiye Takip Sistemi



SentezVOGUE
Kırtasiyelerin Yönetimi Sistemi



SentezEXPO
Diğer Ticaret Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT
Yönetim Dışlama Sistemi



SentezPOSITIVE
Satış Yönetimi Sistemi



SentezSHOP
Satış Noktası Yönetimi

İTKİB İTA'da eğitimler devam ediyor



2014 yılına yoğun bir eğitim programı ile giriş yapan İTKİB İTA tarafından 3 Şubat tarihinde “Elektro Çekim Yönetim ile Uygulamalı Nanolif Üretim” eğitimi gerçekleştirildi. Tekstil sektörünün rekabet gücünün artırılmasına yönelik katma değeri yüksek ürünlerin Ar-Ge ve üretiminin desteklenmesi için faaliyet yürüten İTKİB İTA, uluslararası bir akredite kurumu olan Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) tarafından akredite edilerek, sektörün ihtiyaç duyduğu testleri yapabilen bir merkeze dönüşmüş durumda. 2014 yılına yoğun bir programla giriş yapan İTKİB İTA, sektör ve akademi çevrelerine çeşitli eğitimler vermeye devam ediyor.

İTKİB İTA, son olarak “Elektro Çekim Yönetim ile Uygulamalı Nanolif Üretim” başlıklı eğitim ile sanayi ve akademi çevrelerinden katılımcıları bir araya getirdi. Uludağ Üniversitesi'nden Profesör Doktor Esra Karaca tarafından verilen uygulamalı nanolif üretim eğitimini akademisyenlerle birlikte tekstil sektörünün Ar-Ge bölümünde faaliyet gösteren 22 kişilik bir grup takip etti. Eğitimde; nanotekstiller, nanotekstil malzemesi ve nanolif üretim yöntemleri, nanoliflerin sağladığı avantajlar, nanoliflerin kullanım alanları, elektro çekim yönteminin avantaj ve dezavantajları, elektro çekim yönteminin çalışma prensibi, elektro çekime etki eden parametreler ve elektrospinning ve nanospider uygulamaları gibi başlıklar ele alındı.

Cotton Council International Texworld'de

Cotton Council International (CCI) standı, şubat ayında düzenlenen Texworld fuarında elyaftan perakendeye tüm pamuk tedarik zincirinin ortak buluşma noktası oldu. ABD pamuk endüstrisinin denizaşırı pazarlama kolu olarak CCI, standında bulunan yetkililerle endüstri uzmanlarına ve perakendecilere küresel Cotton USA lisansı, Pazarlama ve Tedarik Zinciri Pazarlama (SCM) Programı hakkında bilgi verdi. Cotton USA lisanslı firma ağı sayesinde CCI'nın SCM programı yeni iş ilişkileri geliştirip muhtemel tedarikçileri gözler önüne sererken uluslararası tedarikte de daha fazla şeffaflık getiriyor. CCI tekstil endüstrisi için bir yandan konferanslar organize edip sourcing turları ve uluslararası toplantılar düzenlerken diğer yandan da bireysel tedarik desteği sunarak alıcı ve satıcı arasındaki bağları kuvvetlendiriyor. CCI'nın kalite kriterlerini karşılayan işletme, üretici, perakendeci ve markalar ücretsiz olan Cotton USA sertifikasına hak kazanıyor. Cotton USA markası, ilişitirildiği ürünün kalitesini desteklerken aynı zamanda tüketicilere olan değerini de artırıyor. CCI, Cotton USA lisansını alan firmalara ABD pamuğundan mamul ürünlerine, pazarlama desteğinden satış noktası promosyonlarına, multimedya tüketici kampanyalarından halkla ilişkilerine kadar uzanan alanlarda destek sunuyor.





Yenilik *emr*'imizde

EMR FERMUAR SAN. ve TİC LTD. ŞTİ.

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 Elgün Sk. Şişli / İstanbul Tel : 0 212 291 17 44 Fax : 0212 291 17

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 RUSYA : 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



Yeni ürün ve teknolojiler geçidi: TEXPO



Dünya tekstil sektörünün İstanbul'daki büyük buluşması için geri sayım başladı. Tekstil makinelerindeki en yeni teknolojilerin sergileneceği, dünyanın en önemli markalarının yer alacağı "Texpo Eurasia 2014 Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasalları Fuarı" ve eş zamanlı düzenlenecek olan "11'inci Uluslararası İstanbul İplik Fuarı" için hazırlıklar son hızla devam ediyor. 26-29 Mart 2014 tarihleri arasında, TEMSAD desteğiyle düzenlenecek olan fuar, tekstil sektörü için dünyanın en önemli ticari buluşması niteliği taşıyor. Bu yılki fuarda sektör çalışanlarını ve temsilcileri son teknoloji ürünler karşılayacak. Fuar, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde Türkiye'nin bölgesel avantajını

kullanarak, yeni yatırımların yapıldığı, makine parkurlarının yenilediği bu dönemde hedef ülkelerden ve global tekstil sektörünün tüm öncelikli pazarlarından ziyaretçileri ağırlayarak, katılımcılarını başarılı iş bağlantıları yapmış olarak uğurlamayı hedefliyor. Sektördeki yeni yatırımlara yön verme hedefiyle yola çıkan "Texpo Eurasia 2014" ve "İstanbul İplik Fuarı" sektör için ticari platform işlevi görüyor. Dünya genelinde kendini gösteren değişim sürecinde, kalıcı olmak isteyen, pazarda var olma ve yeni pazarlardan pay alma mücadelesini sürdürmek isteyen firmaların buluşma noktası haline gelen "Texpo Eurasia 2014 Fuarı" ve "İstanbul İplik Fuarı" bu yıl sektörün ilk kez tanışacağı ürünleri de bir araya getiriyor.

"Talk Mode" seminerleri başlıyor

Moda tasarımı alanında kendini geliştirmek isteyen tekstil sektörü profesyonelleri ve öğrencilerinin katılımına uygun, tasarım süreçleri ve markalaşmanın çeşitli başlıklarla ele alındığı, İstanbul Moda Akademisi ve Moda Tasarım Derneği iş birliğinde gerçekleştirilen Talk Mode Seminerleri başlıyor. 2014 Bahar Dönemi'nde de her ayın 2'nci ve 4'üncü Perşembe günleri, 19.00 - 21.00 saatleri arasında İstanbul Moda Akademisi'nde yapılacak seminerlerde ünlü moda tasarımcıları farklı konularda sunum yapacak. Özlem Kaya, Simay Bülbül, Mehtap Elaidi, Tuvana Büyükcınar Demir gibi moda dünyasının önemli isimlerinin yapacağı sunumlarda moda dünyasına dair her şey yer alacak. İMA ve MTD iş birliğinde gerçekleştirilen Talk Mode Seminer programına göre 27 Mart'ta Özlem Kaya "Moda Tasarımcısı ve Marka İşbirliği", 10 Nisan'da Simay Bülbül "Derinin Moda Dünyasındaki Yeri", 24 Nisan'da Mehtap Elaidi "Tasarımcı Markasının Yurt Dışı Hikâyesi", 8 Mayıs'ta ise Tuvana Büyükcınar Demir "Organizasyon Sektöründe Tasarım ve Kişiselleştirme Parametreleri" başlıklı seminerlerin sunumunu yapacaklar.



CeBIT

10 - 14 March
HANNOVER
Hall 5 No. A25

Size özel çözümler üretiyoruz



Farklısınız biliyoruz

Esneklik ödüllü *canias^{ERP}*'nin modüler yapısı ile 25 yıldır işinizi daha kolay ve efektif yönetmenizi sağlıyoruz. Sektörel çözümlerimizi farklılıklarınıza göre biçimlendirerek *canias^{ERP}*'yi rekabetçi avantajınız haline getiriyoruz.

 **canias^{ERP} can**



ias Industrial
Application
Software

İTKİB'DEN SEKTÖR DERNEKLERİNE TAM DESTEK



SEKTÖREL KURUM VE KURULUŞLARLA HER FIRSATTA BİR ARAYA GELEK BİLGİ ALIŞVERİŞİNDE BULUNAN İHKİB VE İTHİB YÖNETİM KURULU'NUN SON ZİYARETÇİLERİ GÜNGÖREN KAYMAKAMI ZAFER ORHAN, MESİAD BAŞKANI YUSUF GECÜ VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİ OLDU.

Dış Ticaret Kompleksi'nde 21 Şubat'ta gerçekleşen ziyarette, Merter bölgesinde faaliyet gösteren hazır giyim ve tekstil ihracatçıların gelişimi, Merter'in Osmanbey ve Laleli gibi bir yapıya kavuşturulması konusunda yapılacak çalışmalarla ilgili bilgi alışverişinde bulunuldu. Bu çerçevede MESİAD tarafından başvuru yapılması planlanan AB projeleri hakkında da İHKİB ve İTHİB Yönetim Kurulu ile olası işbirlikleri görüşüldü. MESİAD temsilcileri ve Güngören Kaymakamı Zafer Orhan ile 21 Şubat günü öğleden önce bir araya gelen İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ziyaretten

duyduğu memnuniyeti dile getirerek, sivil toplum kuruluşlarında görev almanın çok fazla uğraş gerektiren, zor bir alan olduğuna dikkat çekti. Tanrıverdi; "Birlik olarak MESİAD Yönetim Kurulu Başkanı ve üyelerinin yaptığı başarılı çalışmaların farkındayız. Bu nedenledir ki, bugüne kadar MESİAD'a verdiğimiz tüm desteklerimiz bundan sonra da devam edecek" dedi.

"AB Erasmus Plus Projesi" kapsamında sektörel beceri ortaklıklarını ortaya çıkaracak projelerinin hazır olduğunu söyleyen Güngören Kaymakamı Zafer Orhan, tekstil sektörünün kronik sorunlarını çözmek adına AB ülkelerindeki eşdeğer ortaklarla projele-

rini daha da geliştireceklerini ifade etti. MESİAD Başkanı Yusuf Gecü ise; "Toptan alışveriş cenneti olarak gün geçtikçe daha da gelişen Merter, yerli ve yabancı alıcıların tercih ettiği bir bölge. Biz de dernek olarak hayata geçireceğimiz ortak projelerimiz ile bölgeye katkı sağlamaya devam edeceğiz" diyerek İHKİB'in verdiği destekten dolayı teşekkürlerini dile getirdi.

Öğleden sonra ise İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, Güngören Kaymakamı Zafer Orhan ve MESİAD temsilcilerini bir araya getiren görüşmede, AB projelerinde ortak hareket etmenin önemine dikkat çekildi.



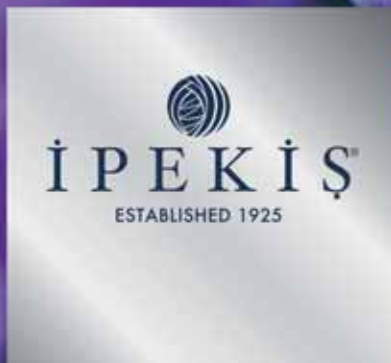


Spring/Summer

2015

Moda

Kumaşta Başlar





İTKİB JAPONYA İLE İŞ BİRLİĞİ YOLUNDA

TÜRKİYE İLE JAPONYA ARASINDAKİ TİCARETİ GELİŞTİRMEK VE İŞ BİRLİĞİ İMKÂNLARINI ARAŞTIRMAK AMACIYLA İSTANBUL'A GELEN JAPONYA TEKSTİL FEDERASYONU, 25 ŞUBAT SALI GÜNÜ İTKİB TEMSİLCİLERİ İLE BULUŞTU.

Dünyanın en büyük ekonomilerinden Japonya'da faaliyet gösteren Japonya Tekstil Federasyonu (JTF) yetkilileri, Türkiye ile Japonya arasındaki ticareti geliştirmek ve iş birliği imkânlarını araştırmak amacıyla Türkiye'ye geldi. Türkiye ziyaretleri kapsamında Ankara, İzmir ve Antalya'da çeşitli temaslarda bulunan Japon heyet, İstanbul'da İTKİB ve Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) ile görüştü. 25 Şubat Salı günü İTKİB'i ziyaret eden heyette, JTF Başkanı Akikazu Shimomura, Başkan Yardımcısı ve Genel Sekreteri Hideshi Ueda, Başkan Asistanı Atsuhiko Tamura ile tekstil kimyasalları ve elyaf, iplik, kumaş üretiminde dünya devleri arasında yer alan Japonya merkezli Toray Industries, Inc. firmasının Avrupa Ofisi'nin Genel Müdürü Hideki Hirabayashi ile Toray İstanbul İrtibat Ofisi'nin Ülke Sorumlusu Alper Ensari yer aldı. İTKİB Genel Sekreterliği'nde gerçekleşen toplantıya; İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Halı İhracatçıları Bir-

liği (İHİB) Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz başkanlık etti. Görüşmeye, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Efsane Turan ve Cem Altan, İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe ve üyesi Sevin Özdilek ile İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz ve Genel Sekreter Yardımcısı Esin Usta da katılım sağladı. İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle ve İHİB Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz konuk heyeti İTKİB'de misafir etmekten duydukları memnuniyeti belirttiler.

Tekstil sektöründe Japonya'nın 2013 yılında 4.8 milyar dolar ithalat gerçekleştirdiğini söyleyen İTHİB Başkanı Gülle, Türkiye'nin söz konusu ithalattan yüzde 0.5 pay aldığını söyledi. Yine hazır giyim sektöründe Japonya'nın 2013 yılında 35.6 milyar dolar ithalat gerçekleştirdiğini kaydeden Gülle, Türkiye'nin yüzde 0.3 pay aldığını ifade etti. Gülle, iki ülke arasındaki ticaretin ilerleyen yıllarda daha iyi bir seviyeye gelmesini temenni etti.

Japon Tekstil Federasyonu'nu Başkanı Akikazu Shimomura ise iki ülke arasındaki STA müza-

kerelerine destek verdiklerini söyledi.

Görüşmede, İTKİB Genel Sekreteri Cumhuri İşbirakmaz tarafından İTKİB'i ve faaliyetlerini tanıtan, Türk tekstil, konfeksiyon ve halı sektörleri hakkında istatistikî bilgiler veren ve iki ülke arasındaki ticaret ilişkilerini detaylandıran bir sunum yaptı. Japon heyet ise Japon Tekstil Federasyonu'nun 2014 yılı aksiyon planları, Japon tekstil sanayinin yapısı ve tekstil ticareti üzerine bilgiler aktardı.

Sunumların ardından İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Türkiye ile Japonya arasındaki iyi ilişkilerin, ticarete tam olarak yansıtılmadığını ifade etti. Japonya'nın, 2013 yılında halı sektöründe 679 milyon dolar ithalat gerçekleştirdiğini söyleyen Yılmaz, Türkiye'nin söz konusu ihracattan 7'nci tedarikçi ülke konumuyla yüzde 3 pay aldığını belirterek, Japonya'nın Türkiye'den en fazla el dokuma halıları temin ettiğini kaydetti. Japon ve Türk halkının birbirini çok da iyi tanımadığını, Türk firmalarının Japonya'ya ihracat yapmaya hevesli olduklarını belirten Japon heyet, Türk firmalarının Japon firmalarında öncelikle güven tesis etmeleri gerektiğine dikkat çekti.



AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



BAY. 1
ENTEGRE PRO
veri nesil. çözüm. en



emax
label solutions



ISO 9001:2008
LL-C
Certification
Badge No: 981226

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



zan prensibi çerçevesinde ortak hareket etmelerinin önemini vurgularken, iki ülke firmalarının birlikte yaratacakları sinerjiye dikkat çekti.

“İki ülke firmaları dış piyasalarda ortak strateji belirlemeli”

2013 yılı Temmuz ayında yeni yönetim kurulunu ve başkanını belirleyen SMI’de başkanlık görevine İtalyan hazır giyim firması “Herno” üst düzey yöneticisi Claudio Marenzi seçildi. Bu çerçevede, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala ile İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz, yeni SMI Başkanı ile tanışmak ve iş birliği imkânlarını ele almak üzere 13 Şubat 2014 tarihinde Milano’da bazı temaslarda bulundu. İlk olarak, SMI Başkanı Marenzi ile ön görüşme yapan İTHİB heyeti ardından Türk tekstil firmalarının fuara katılımı konusuna büyük destek veren Türkiye Milano Başkonsolosu Aylin Sekizkök’ü ziyaret etti. İTHİB heyeti Aylin Sekizkök’ten SMI ile daha önce yapmış olduğu temaslarda bilgi aldı. Ziyaretlerin ardından 11-13 Şubat 2014 tarihleri arasında Milano Unica Fuarı’nı takip eden heyet, fuara sadece AB menşeli firmalar kabul edildiğinden ancak İtalya’da kurmuş olduğu firması üzerinden fuara katılım sağlayabilen İpekiş standını ziyaret etti.

İTHİB heyeti fuar ziyaretinin ardından SMI Başkanı Marenzi ile firmasının ofisinde bir görüşme gerçekleştirdi. Görüşme sırasında İTHİB heyeti tarafından SMI ile yapılmak istenen iş birliği konusunda Marenzi’ye bilgi verilirken, görüşmede Türk firmalarının Unica fuarına davet edilmesinin önemi vurgulandı. Görüşmede ayrıca iki ülke firmalarının dış piyasalarda ortak strateji belirleme ve birlikte hareket etmelerine de değinen İTHİB heyeti, Unica fuarına stratejik yaklaşıtlarını gösterdi. Marenzi ise Türk firmalarının fuara katılımının İtalyan hazır giyim firmaları açısından olumlu olabileceğini belirterek, katılım koşulları için Pitti Fuarı’nda uygulanan prosedüre benzer bir yolun izleneceğini söyledi. Buna göre, kurulacak bir teknik komite ile belirli Türk firmalarının tespitinin ardından fuarın kapıları Türkiye’ye açılacak. Bunun üzerine İTHİB heyeti de böyle bir komitenin kurulmasına yönelik her türlü destek ve yardımı göstereceğini belirterek bu konuda SMI’ye bir mektup gönderileceği ifade etti.

İTHİB, MILANO UNICA FUARI’NIN KAPISINI ZORLUYOR

İTHİB HEYETİ MILANO UNICA KUMAŞ FUARI’NA TÜRK FİRMALARININ KATILIMINI SAĞLAMAYA YÖNELİK YÜRÜTTÜĞÜ ÇALIŞMALAR KAPSAMINDA İTALYA’DA SMI BAŞKANI CLAUDIO MARENZI İLE BİR GÖRÜŞME GERÇEKLEŞTİRDİ. FUARI DA ZİYARET EDEN HEYET, GERÇEKLEŞTİRDİĞİ GÖRÜŞMELERİN OLUMLU GEÇTİĞİNİ BİLDİRDİ.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), yılda iki kere düzenlenen “Milano Unica Kumaş Fuarı”na ilk aşamada Türk firmalarının kabul edilmesi, ardından milli katılım yapılması imkânı elde etmek amacıyla uzun bir süredir gayret gösteriyor. Söz konusu fuara sadece AB menşeli firmalar katılırken, fuarın organizasyonu İtalya’nın en güçlü sanayi lobileri arasında yer alan ve İtalya’daki tekstil ve konfeksiyon sektörünün en üst meslek örgütü durumundaki Sistema Moda Italia (SMI) tarafından organize ediliyor. İTHİB, bu amaçla yapılan tüm görüşmelerde; özellikle dış piyasalarda iki ülke firmalarının ortak strateji belirleme” ve bu yolla kazan-ka-



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 İş Hanı No: 22/3
Merter - 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

TÜRKİYE'NİN AYAK HARİTASI ÇIKARILYOR

2023 YILI HEDEFİNİ 1,5 MİLYAR DOLARDAN 2,5 MİLYAR DOLARA ÇIKARAN AYAKKABI YAN SANAYİ SEKTÖRÜ, BU YIL 51'İNCİSİ GERÇEKLEŞEN AYSAF FUARI İLE BU HEDEFİNE BİR ADIM DAHA YAKLAŞTI. AYSAF FUARI'NA BU YIL DAMGASINI VURAN İSE, "TÜRKİYE AYAK HARİTASI PROJESİ" OLDU.

Türkiye'de 5 milyar dolar büyüklüğe ulaşan ayakkabı sektörünün ihracatından önemli oranda pay alan ayakkabı yan sanayi sektörü, daha fazla ihracat hedefiyle 51'inci kez "AYSAF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı"nda bir araya geldi. Fuar heyecanını yaşayan ayakkabı yan sanayi sektörü, 2023 yılı ihracat hedefini 1,5 milyar dolardan 2,5 milyar dolara çıkardı. Sektörün ihracatını artırmasında önemli bir paya sahip olan AYSAF, 1 Mart 2014 tarihinde sona erdi. Fuarda 2014-2015 Sonbahar-Kış, taban, kalıp, ökçe, makine, deri, kimya, tekstil, aksesuar gibi ayakkabı yan sanayi ürünleri sergilendi. Avrupa'da konusunda en büyük ikinci fuar olma özelliğiyle ön plana çıkan AYSAF, bu döneminde fuar alanını büyüttü. Geçtiğimiz yıl 30 bin metrekairelik alanda düzenlenen fuar, bu yıl 40 bin metrekairelik alanda gerçekleştirildi. Fuarla, başta İtalya, İran, Almanya, Romanya olmak üzere çok sayıda ülkeden alım grupları katıldı.

"Fransız kalıp sistemi sektörü zorluyor"

Fuarla ilgili bilgi veren AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, ayakkabı yan sanayinin 2013 yılında ihracatını bir önceki yıla göre yüzde 32,5 artışla 723 milyon dolara çıkardığını belirterek, "Sektörde, bir önceki yıla oranla yüzde 15 artışla 992 milyon dolarlık ayakkabı ve ayakkabı aksamı ithalatı yapıldı. Bu istatistikler doğrultusunda ihracatın ithalatı karşılama oranı da bir önceki yıla oranla 10 puanlık artışla yüzde 73 seviyesinde gerçekleşti" diye konuştu. Türkiye'de Fransız ayakkabı kalıp sistemi kullanıldığını hatırlatan Tan Erdoğan, bu sistemin ayakkabı üretimi sırasında sektörü zorladığını belirtti.

Ayak haritası sektöre işlevsellik kazandırıyor

Sektörün ihracatta olduğu gibi teknolojisinde de büyük gelişme kaydettiğini ifade eden Tan Erdoğan, geçtiğimiz yıl çalışmalarına başladıkları "Türkiye Ayak Haritası Projesi" ile ilgili bilgi verdi. Projeyi hayata geçirmek istemelerindeki amacın, sektörde işlevsellik yaratmak olduğunu belirten Erdoğan, şöyle konuştu: "Türkiye'de değişimi gözlemlemek gerekiyor. Yeni jenerasyonun ayak ölçüleri eskisine göre daha büyük. Ayak numaraları değişiyor. Buna bağlı olarak da bizim kalıp üretme teknolojinin de değişmesinden hareketle insanların ayak özelliklerini 2 boyutlu, 3 boyutlu sistemlerle belirleyip, buna göre kalıplar oluşturacağız. Bu sistem sayesinde Türk ayak yapısını bütün detayına kadar tanıyacağız." Proje için

yoğun bir çalışmaya girdiklerini ifade eden Tan Erdoğan, "Dernek olarak ayak tarama cihazlarını aldık. En kısa zamanda ayakkabı ileri teknoloji atölyemizde iç kalıp çalışmalarımıza başlıyoruz. Arkasından da ayak haritalarını çıkaracağız" dedi. Sistem ile birlikte özel ayakkabı üretimi de yapılabileceğini söyleyen Tan Erdoğan, "Türkiye'de resmi rakamlara göre 4 milyon civarında şeker hastası var. Bu sistem aracılığıyla diyabet ayakkabısı üretilebilecek. Sistem görüldüğü gibi yalnızca sektöre işlevsellik katmayacak. Sağlık için de faydalı olacak. Projemiz 1 yıl içinde hayata geçecek" diye konuştu.



Bu yıl 51'incisi gerçekleşen AYSAF'a İtalya, İran, Almanya, Romanya gibi çok sayıda ülkeden alım grupları katıldı.

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.

highclo

creora® highclo™ Kalıcı uyum ve şekil koruma için klora karşı süper dayanımlı spandeks.


creora®
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Chywoo Noh

cwnoh@hyosung.com

Tel: (90-212)284-1601

www.creora.com



YENİ İKV YÖNETİMİNDEN CUMHURBAŞKANI GÜL'E ZİYARET

TÜRKİYE'NİN EKONOMİK VE SOSYAL KALKINMASINA KATKIDA BULUNMAK AMACIYLA YARIM ASIRDIR FAALİYET YÜRÜTEN İKV, ÖMER CİHAD VARDAN BAŞKANLIĞI'NDA İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ'NİN DE İÇİNDE OLDUĞU BİR HEYETLE CUMHURBAŞKANI ABDULLAH GÜL'Ü ZİYARET ETTİ.

İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV), Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunmak, Türkiye'nin diğer ülkelerle, ekonomik gruplaşmalarla ve özellikle Avrupa Birliği (AB) ile olan ilişkilerini geliştirmek için gerekli çalışmalar yapmak, yurt içinde ve yurt dışında iş dünyası içerisindeki iş birliği ve eşgüdümü sağlamak amacıyla yarım asırdır faaliyet yürüten köklü bir kurum. İlgili tüm kamu ve özel sektör kuruluşlarıyla iş birliği ve bilgi alışverişi sağlayarak Türkiye-AB ilişkilerine ilişkin temel görüşleri oluşturmayı ve AB'deki gelişmelerin Türkiye'ye etkilerini araştırıp değerlendirerek kamuoyunu bilgilendirmeyi misyon edinen vakıf, on yıllardan beri Türkiye'nin dünyadaki sesi oluyor. Kuruluşundan bu yana düzenlediği seminerler, konferanslar, paneller, yayımladığı araştırmalar, yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştirdiği tanıtım faaliyetleri, yerli ve yabancı kuruluşlarla sürdürdüğü yakın iş birliği ile 1965 yılından beri Türkiye ve AB ilişkileri alanında faaliyet gösteren İktisadi

Kalkınma Vakfı (İKV), yeni yönetimiyle Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü ziyaret etti. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, vakfın Yürütme Kurulu Üyeleri'nden biri olan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile 16 Ocak 2014 tarihinde yapılan Genel Kurul'da İKV Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilen Ömer Cihad Vardan ve beraberindeki yönetim kurulu üyelerini Tarabya yerleşkesi Huber Köşkü'nde kabul etti. Ziyarette, Başkan Ömer Cihad Vardan'ın yanı sıra İKV Başkan Yardımcısı Prof. Dr. Haluk Kabaalioglu, Muhasip Üye Mehmet Nuri Göreñoğlu, Yürütme Kurulu Üyeleri Yavuz Canevi, Hikmet Tanrıverdi, Üyeler İlhan Soylu, İlyas Gençoğlu, Münir Üstün, Şükrü Alkan, Tuğrul Kudatgobilik, Denetçi Üye Kenan Atalay ve Genel Sekreter Çiğdem Nas da yer aldı.

Yarım asırlık kurum

İKV yönetim kurulunun Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü ziyareti kapsamında, İKV Başkanı Ömer Cihad Vardan, Türkiye-AB ilişkilerindeki gelişmeler hakkında Türk

iş dünyası ve kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla 26 Kasım 1965 yılında İstanbul Ticaret Odası ve İstanbul Sanayi Odası'nın ortak girişimiyle kurulan ve kesintisiz olarak faaliyet yürüten İKV'nin kuruluş amacını ve faaliyetlerini anlattı. 2015'in İKV'nin 50'nci kuruluş yıldönümü ve 2014'ün Brüksel Temsilciliği'nin kurulmasının 30'uncu yıldönümü olması vesilesiyle kutlama etkinlikleri yapılacağını kaydeden Vardan, Türkiye-AB ilişkilerinde son dönemdeki gelişmeler ve İKV'nin önümüzdeki çalışma dönemindeki öncelikli amaç ve faaliyetleri hakkında Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'e bilgi verdi. Özellikle 2014 yılının AB ile ilişkilerde yeni bir milat olarak nitelendirildiğini, bunun da İKV'ye önemli bir sorumluluk yüklediğini ifade eden İKV Başkanı Vardan, "2013 Türkiye İlerleme Raporu daha ılımlı bir tonda çıktı. 22'nci faslin müzakerelere açılması, geri kabul anlaşmasının imzalanması dönemin önemli gelişmeleriydi" dedi. Vize muafiyeti diyalogunun başlatılmasının da önemine dikkat çeken Vardan, Başbakan Erdoğan'ın Brüksel ve Almanya gezilerinin, Fransa Cumhurbaşkanı'nın 22 yıllık bir aradan sonra Türkiye'ye gelmesi ve Cumhurbaşkanı Gül'ün İtalya ziyareti gibi gelişmelerin de önemli olduğunu belirterek, 23 ve 24'üncü fasılların açılmasını bu gezi ve temaslarda sıklıkla gündeme getirdiklerini söyledi.

"AB sürecine katkı sunacağız"

İKV Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Cihad Vardan, yeni yönetim kurulunun tam bir Türkiye tablosu yansıttığını, farklı illerden, farklı sektörlerden ve farklı dinlerden her biri birbirinden değerli ve son derece de-

neyimli iş adamlarından oluştuğunu ifade etti. 2014'te hızlanacağı görülen Türkiye'nin AB'ye katılım sürecine dün olduğu gibi bugün de ellerinden geldiği kadar destek olacaklarını belirten Vardan, Türkiye'nin AB sürecinde 23 ve 24'üncü fasılların önümüzdeki dönemde açılacağını ümit ettiklerini söyledi.

"Türkiye bir Avrupa ülkesidir"

Ömer Cihad Vardan'ı ve yeni yönetim kurulunu göreve seçilmelerinden ötürü kutlayan Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Vardan'ın İKV Başkanı seçilmesini önemseydiğini dile getirerek, MÜSİAD Başkanı olarak geçmiş dönemde elde edilen başarılarının bu yeni görevde de artarak devam edeceğine inandığını ifade etti. Türkiye'nin zaten bir Avrupa ülkesi olduğunu ve 500 yıllık tarihi boyunca hep Avrupa'ya yöneldiğini, Avrupa tarihinin bir parçası olduğunu ifade eden Cumhurbaşkanı Gül, "Bugün de gerek ekonomik, gerekse siyasi ilişkiler açısından Avrupa'nın Türkiye için önemi devam ediyor" dedi. Türkiye için AB hedefinin Avrupa ülkelerindeki gelişmiş standartlara ulaşmak olduğunu belirten Cumhurbaşkanı Gül, AB'nin sadece ekonomiden ibaret olmadığını aynı zamanda hukuk devleti ve demokratik standartlar anlamına geldiğini hatırlattı.

"Türkiye, reform çalışmalarını kendi iyiliği için yapmalı"

Türkiye'nin kendi değerlerini, kültürünü ve ananelerini koruyarak, AB standartlarına ulaşmasının önemine değinen Cumhurbaşkanı Gül, bugün Batı kavramları ile ele aldığımız hukukun üstünlüğü, şeffaflık gibi

değerlerin aslında, kendi inancımızda ve kültürümüzde birebir karşılıklarının olduğuna dikkat çekti. AB üyeliği nihai hedefine ulaşmak kadar, müzakere sürecinin de Türkiye'nin gerekli reformları gerçekleştirerek gelişmesinde etkili olacağına vurgu yapan Cumhurbaşkanı Gül, bazı fasıllar açılmasa bile, Türkiye'nin gerekli uyum ve reform çalışmalarını kendi iyiliği için yapmasının şart olduğunu ve Türkiye'nin üye olma imkânının doğacağı gün geldiğinde hazır olması gerektiğini söyledi.

"Dünyanın 16'ncı büyük ekonomisiyiz"

Türkiye ekonomisini Brezilya ve Rusya gibi dünya ekonomileri ile karşılaştıran Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Türkiye'nin bu ülkeler ile kıyaslandığında önemli bir farkı olduğuna dikkat çekti. Türkiye'nin petrol ve doğal gaz gibi doğal kaynakları olmadan dünyanın 16'ncı büyük ekonomisi haline geldiğine vurgu yapan Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, bu çerçevede Türkiye'nin en büyük avantajının da genç ve dinamik bir nüfusa sahip olması olduğunu ifade etti. Cumhurbaşkanı Gül, Türkiye'nin bu zenginliğin gerçek anlamda ortaya çıkmasının demokratik standartların tam anlamıyla oturmasına ve bir hukuk devleti olmasına bağlı olduğunu belirterek Türkiye'yi diğer dünya ekonomilerinden ayıran farka dikkat çekti. İKV'nin daha görünür ve yenilikçi olması gerektiğine vurgu yapan Cumhurbaşkanı Gül, vakfın her kesimi motive edecek, cesaretlendirecek, yapıcı ve yol gösterici atılımlar ve hamleler yapmasının önemli olduğunu söyledi.



İKV'nin yeni kadrosunda Yürütme Kurulu Üyesi olarak yer alan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü ziyaret eden isimler arasındaydı.





HAZIR GİYİMCİLER 4 YILLIK ROTASINI BELİRLEDİ

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜ TEMSİL EDEN DERNEKLERLE BİR ARAYA GELEKEREK TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNİN 4 YILLIK YENİ ROTASINI BELİRLEYEN İHKİB, İHRACATIN KİLOSUNU 35 DOLARA ÇIKARIP, 2017 YILI İÇİN 30 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİNİ YAKALAMAYA KARARLI OLDUKLARINA VURGU YAPTI.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) önderliğinde 3 Mart 2014 tarihinde Grand Hyatt Otel'de bir araya gelen hazır giyimciler, düzenledikleri basın toplantısında sektörün 4 yıllık yeni rotasını belirledi. 2017 sonu için belirledikleri 30 milyar dolarlık ihracat hedefini yakalayabilmek için Ekonomi Bakanlığı'na ilettikleri 5 maddelik acil sorun listesinin çözüme kavuşturulmasını isteyen sektör temsilcileri, önümüzdeki dönem için kapsamlı bir yol haritası çıkardı. Moda endüstrisindeki risk ve avantajların masaya yatırılarak yeni yol haritasının çizildiği toplantıya İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlık etti. Toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu'nun

yanı sıra Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Cem Negrin, Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTIAD) Başkanı Ali Ulvi Orhan, Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASIAD) Başkanı Gıyaseddin Eyyüpkoca, Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESIAD) Başkanı Yusuf Gecü, Bayrampaşa Tekstil ve Sanayici İşadamları Derneği (BATIAD) Başkanı Aydın Erten, Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD) Başkanı Osman Ege, Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) Başkanı İrfan Özhamaratlı, Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRISAD) Başkanı Mustafa Balkuv ile Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi katıldı.

TGSD, OTİAD, LASİAD, MESİAD, BATİAD, KYSD, TİGSAD, TRİSAD VE MTD BAŞKANLARIYLA BİRLİKTE SEKTÖRÜN GELECEK 4 YILDAKİ HEDEFLERİNİ AÇIKLAYAN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, EKONOMİ BAKANI NİHAT ZEYBEKÇİ'YE 35 MADDELİK SORUN PAKETİ SUNDUKLARINI SÖYLEDİ.



Hazır giyimciler ihracat hedefini 12'den vurdu

Basın toplantısının açılışında konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sektörün 4 yıllık yeni rotasını belirlerken, hakim pazarlarda daha da güçlenip, başta ABD ve Japonya olmak üzere uzak coğrafyalarda tasarım ve katma

değerli ürünlerle var olma yoluna gideceklerini söyledi. 2013'te yüzde 8,3 artış elde edip, 2023 ihracat stratejisinde belirlenen 17,4 milyar dolarlık ihracat hedefini tam 12'den vurduklarına dikkat çeken Tanrıverdi, "2014 yılının Ocak ayında ise yüzde 14,2 oranında artış yakaladık ve 1,6 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Tüm sektörler arasında en fazla ihracat yapan sektör olduk. Şubat ayında da ihracatımız artmaya devam ediyor. Yüzde 7,2 artışla 1,5 milyar dolar ihracat yaptık" diye konuştu.

Hazır giyim ürünlerinin katma değeri artıyor

Hazır giyim sektörü olarak Türkiye'de 24 sektör arasında en fazla katma değerli ürün ihraç eden ilk üç sektör arasında bulduklarını vurgulayan Hikmet Tanrıverdi, "24 dolar olan kilogram birim fiyatımızı halihazırda yatırım yaptığımız tasarım, moda ve markalaşma süreçlerinin desteğiyle 4 yılın sonunda 30-35 dolar aralığına çıkarmayı hedefliyoruz" dedi. Türk hazır giyim sektörü olarak AB ortalama ithal birim fiyatına göre yüzde 36, Çin'in birim fiyatına göre ise yüzde 47 daha yüksek birim fiyatla ürün satıklarını ifade eden Tanrıverdi, "AB ülkelerine Çin kilogram başına 12 Euro'luk, Bangladeş kilogram başına 11 Euro'luk ihracat yapıyor. Türkiye ise kilogram başına 17 Euro üzerinden hazır giyim ihracatı gerçekleştiriyor. Tüm bu rakamlar dünya moda endüstrisinde elde ettiğimiz başarının kanıtıdır. Öte yandan Avrupa'da yaşanan onca krize, durgunluğa ve rakiplerimizin yoğun baskısına rağmen 2009'dan 2012 yılına pazar payımızı yüzde 12,4'ten yüzde 12,9'a yükselttik" dedi.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı

2010 yılında 14,6 milyar dolar
2011 yılında yüzde 10,7 artışla 16,2 milyar dolar
2012 yılında yüzde 0,9 düşüşle 16 milyar dolar
2013 yılında yüzde 8,3 artışla 17,4 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Hazır giyimcilerin odağında Amerika olacak

Ülke grupları bazında bakıldığında AB pazarının yüzde 74,1 ile açık ara en çok ihracat gerçekleştirilen bölge olduğunu hatırlatan Tanrıverdi, "Buna karşın Amerika ülkeleri (ABD, Kanada, Brezilya, Meksika vb.) toplam ihracatımızdan sadece yüzde 3,2 pay alıyor. Sadece ABD 73 milyar dolar ile dünyanın en çok hazır giyim ithalatı yapan ülkesi konumunda. Biz ise bu ülkeye 445 milyon dolar ihracat gerçekleştiriyoruz. Böylesine küçük bir rakam ile yetinmemiz mümkün değil. Bunun için 4 yıllık rotamızda üzerinde en çok yoğunlaşacağımız bölgelerin başında Amerika geliyor" dedi.

Sektörün önündeki Çin Seddi kaldırılmalı

22 Şubat 2014 tarihinde ziyaret ettikleri Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi ile hazır giyimcilerin 35 maddelik sorun ve çözüm önerilerini paylaştıklarını açıklayan Tanrıverdi, bazı maddelerin sektörün önünde Çin Seddi gibi durduğunu söyledi. Hikmet Tanrıverdi, ihracat tekerine taş koyan, hazır giyim sanayicisinin acil çözüm beklediği ilk 5 maddeyi ise şöyle sıraladı:

TÜRKİYE'NİN HAZIR GİYİM İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE

ALMANYA: 3,7 milyar dolar
İNGİLTERE: 2,1 milyar dolar
İSPANYA: 1,5 milyar dolar
FRANSA: 1,1 milyar dolar
HOLLANDA: 910 milyon dolar
İTALYA: 712,5 milyon dolar
İRAK: 579,5 milyon dolar
DANİMARKA: 498 milyon dolar
ABD: 445 milyon dolar
RUSYA: 411 milyon dolar



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi; "24 dolar olan kilogram birim fiyatımızı halihazırda yatırım yaptığımız tasarım, moda ve markalaşma süreçlerinin desteğiyle 4 yılın sonunda 30-35 dolar aralığına çıkarmayı hedefliyoruz."

30 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİNİ YAKALAYABİLMEK İÇİN EKONOMİ YÖNETİMİNE İLETTİKLERİ 5 MADDELİK ACIL SORUN LİSTESİNİN ÇÖZÜME KAVUŞTURULMASINI İSTEYEN SEKTÖR TEMSİLCİLERİ, ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEM İÇİN KAPSAMLI BİR YOL HARİTASI ÇIKARDI.

1. Hammaddeye erişimde engellerin kaldırılması
 2. Dahilde işleme rejimindeki sorunların giderilmesi
 3. Devlet yardımları uygulamalarının basitleştirilmesi ve süreçlerin hızlandırılması
 4. Koleksiyon hazırlayan firmalarımızın tasarım süreçlerinin desteklenmesi ve Ür-Ge'nin de Ar-Ge teşvik düzenlemelerinden yararlandırılması
 5. Yurt içinde her sektörün bir prestij fuarının hedef ülke destek oranında desteklenmesi
- Hikmet Tanrıverdi, söz konusu beş sorunun çözülmesinin sürdürülebilir büyümeye kapı açacağını ve hedeflerin tutturulmasını birkaç yıl öne çekeceğini ifade etti.

Sektör çalışanlarının yüzde 48'i kadın

Hazır giyim sektörünün ihracat kadar istihdamda da önemli bir yere sahip olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, tekstilin 439 bin, hazır giyim ise 230 bini kadın olmak üzere 476 bin kişiye iş olanağı sağladığını söyledi. Hiçbir sektörde yüzde 48 oranında kadın çalışan bulunmadığına dikkat çeken Hikmet Tanrıverdi, "Tekstil ve hazır giyim toplamda 915 bin kişiye istihdam sağlıyor. Ancak kayıtlar çok düzgün tutulmadığı için bu rakamın



gerçeği yansıtmadığını düşünüyoruz. En az 1,5 milyonun üzerinde insanımıza iş imkânı sunuyoruz ve bunun da neredeyse yarısını kadımlarımızdan oluşuyor" dedi.

Hazır giyim açısından 2014 yılı umut vaat ediyor

İhracat oranlarındaki artış, Türk hazır giyim sektörünün 2014 yılından beklentisini artırıyor. 2014 yılının ihracatçı açısından 2012 ve 2013 yıllarına göre çok daha olumlu bir yıl olacağına inandıklarını belirten Tanrıverdi, "Markalaşmadan tasarıma, inovasyondan Ar-Ge'ye kadar bütün alanlarda hazır giyim sektörünü geleceğin şartlarına hazırlamak için var gücümüzle çalışıyoruz" dedi.

Ukrayna'daki kriz sektörü olumsuz etkiliyor

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, basın toplantısında dünyanın yeni kriz gündemini oluşturan Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan gerginliğe de değindi. Yaşanan krizin Türk hazır giyim ihracatını olumsuz etkileyeceğine vurgu yapan Tanrıverdi, "Yaşanan olaylardan tedirginlik duyuyoruz. 2013 yılında Ukrayna'ya bir önceki yıla göre yüzde 73'lük artış ile 333 milyon dolarlık hazır giyim ihracatı gerçekleştirdik. Büyüyen bir pazarda sorun yaşamak istemiyoruz. Maalesef yakın ülkelerdeki ekonomik ve siyasi dalgalanmalar bizi olumsuz etkiliyor. Umanız yaşanan kriz kısa sürede çözüme kavuşturulur" dedi.



Hazır giyim, Türkiye'de 24 sektör arasında en fazla katma değerli ürün ihraç eden ilk üç sektör arasında yer alıyor.

Trikolarda **UES** VARAK İŞİLTİSİ...

www.uesvarak.com

[f](#) [t](#) [v](#) [t](#) [Pinterest](#) [LinkedIn](#) /uesvarak

DAHA AZ FORMALİTE DAHA HIZLI TİCARET

İHRACATÇI FİRMALARIN ÜRÜN TESLİMATINI ZAMANINDA YAPABİLMESİ İÇİN DİŞ TİCARET İŞLEMLERİNİ KOLAYLAŞTIRMAK AMACIYLA GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI TARAFINDAN 10 OCAK 2013 TARİHİNDE "YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ UYGULAMASI" BAŞLATILDI.

Gümrük işlemlerinin hızlı ve kolay yapılabilmesine dönük ihracatçı firmalara kolaylık ve imtiyaz tanıyan yeni bir gümrük uygulaması yürürlüğe konuldu. 10 Ocak 2013 tarihinde Resmi Gazete de yayınlanarak "Gümrük İşlemlerinin Kolaylaştırılması Yönetmeliği" ile yürürlüğe konulan "Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması", ihracatçı firmaların gümrük işlemlerini daha hızlı ve güvenli bir şekilde yapmalarını sağlıyor. "Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması" kapsamında gümrük yükümlülüklerini yerine getiren kayıt sistemi, düzenli ve izlenebilir mali yeterlilik, emniyet ve güvenlik standartlarına sahip olan güvenilir firmalara "Yetkilendirilmiş Yükümlü" statüsü verilerek gümrük işlemlerinde bir takım kolaylık ve imtiyazlar tanıyor. Bu uygulama ile gümrük işlemlerinde daha az formalite, daha hızlı ticaret yapılması öngörülüyor.

"Dış ticaret daha hızlı olacak"

Söz konusu yönetmeliğin detayları ile ilgili sektör çevrelerini bilgilendirmek için harekete geçen İTKİB, 30 Ocak 2014 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdiği seminerde "Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması" hakkında firma temsilcileri ve dış ticaret danışmalarına da aralarında bulunduğu sektör çalışanlarına ayrıntılı bilgi verildi. Seminerin açılış konuşmasını yapan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, "Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması"nın tekstil ve hazır giyim sektörüne çok önemli kolaylıklar getirdiğini belirterek, "Birliğimiz sektörün güncel konularında bilgilendirme yapmayı, ihracata kolaylık sağlayan bu tür uygulamaları gündeme getirme ve varsa sorunların çözümünde girişimde bulunmayı her zaman öncelikli görevi sayıyor. Bugün gerçekleştirilecek olan seminer kapsamında da söz konusu düzenlemeyle ilgili sektörümüzü



TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN YÜKSEK İHRACAT PERFORMANSI, ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ VE ÜRÜN TESLİMATININ ZAMANINDA YAPILMASI GİBİ NEDENLERDEN DOLAYI GÜMRÜK İŞLEMLERİNİN AKSAKSIZ VE HIZLA YAPILABİLMESİ ÖNEMLİ ROL OYNUYOR.

ilgilendiren önemli bilgileri paylaşacağız” dedi. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün geçen yılı yaklaşık 26 milyon dolarlık ihracatla tamamladığını belirten Gülle, dış ticaret işlemlerini kolaylaştıran bu tür uygulamaların sektör açısından çok önemli olduğunu söyledi. Dünya koşullarının ve ticaretin şeklinin değiştiğine vurgu yapan Gülle, “Dolayısıyla gümrük uygulamalarında da mevzuat değişikliğine gidiliyor. Bu tür değişiklikleri takip etmek, sektörü bu konuda bilgilendirmek bizim en iyi yaptığımız işlerden biridir. Dış ticarete çok önemli kolaylıklar getiren ‘Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması’na sektör olarak çok önem veriyoruz. Bu yöntemle gümrük işlemleri daha hızlı ve kolay hale geldi” dedi.

2023 için bir dizi kolaylaştırma projesi

Seminerde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Ticaretin Kolaylaştırılması Daire Başkanı Jale Arslan, “Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması ve Türkiye’deki Durum” ana başlığı altında konuşurken, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Karşılıklı İdari İşbirliği Daire Başkanı Yücel Karadiş ise, “Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması ve Karşılıklı Tanıma Anlaşmaları” başlığı altında katılımcılara bilgi verdi.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından 2023 hedefleri çerçevesinde bir dizi kolaylaştırma projesi sürdürüldüğünü belirten Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Ticaretin Kolaylaştırılması Daire Başkanı Jale Arslan, “Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması, bu projelerin en önemlilerinden birisidir. Yaklaşık iki yıldır bu proje üzerinde çalışıyoruz. Bu proje üzerinde çalışırken dünya uygulamalarını da inceledik. Hem kendi sektörümüzün işlem süreçlerini tanımaya çalıştık hem de gümrük işlemlerinde sektörün karşılaştığı problemleri değerlendirdik. Bunun üzerine ilk yönetmeliğimizi 10 Ocak 2013 tarihinde yayınladık, ama bu yönetmeliği yayınlamakla bu çalışmayı sonuçlandırmadık. Bundan sonra da olacağı gibi, gerek bu yönetmelikle ilgili değişiklik önerilerini, gerekse yeni düzenlediğimiz ithalata ilişkin değişiklik önerilerini dikkate aldık” dedi.

Kimler Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü’ne sahip olabilir?

‘Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü’nün gümrük yükümlülüklerini yerine getiren, kayıt sistemi düzenli ve izlenebilir olan, mali yeterlilik koşullarına sahip olan, emni-

yet ve güvenlik standartları olan, otokontrolünü yapabilen firmalara gümrük işlemlerinde bir takım kolaylıklar tanıyan bir statü olduğunu ifade eden Arslan, “Bakanlığımız bu statüyü sadece yönetmelikte yazan kolaylıklarla sınırlı görmüyor. ‘Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü’ olan firmalar bundan sonra yapılabilecek tüm kolaylıklarda, tüm hızlı işlem süreçlerinde bizim yetkilendirilmiş yükümlü paydaşımız olacak. Biz yetkilendirilmiş yükümlü firmaların daha az riskli firmalar olduğunu kabul ettiğimiz için bu tür firmaların kontrol işlemleri diğerlerine göre daha az olacak ve ayrıca eğer bu firmaların gümrük idaresinde kontrol edilmesi gerekiyorsa da öncelik bu firmalara verilecek” dedi.

“Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması”nın ihracatçı firmalar için faydalarını değerlendiren Arslan, bu uygulamanın firmalara tanıdığı hakları şöyle sıraladı: “Kontrol süreçleri çok daha az olacak, öncelik yetkilendirilmiş yükümlü statüsü olan firmalara verilecek, bu firmalara eksik bilgili özet beyan ve minimum kontrol yetkisi tanınacak.”

Hem güvenli hem daha hızlı ticaret

Konuşmasında “Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması”nın dünyadaki örneklerine değinen Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Karşılıklı İdari İşbirliği Daire Başkanı Yücel Karadiş, “11 Eylül’den sonra, ABD yeni bir sertifikasyon sistemi geliştirdi. Bu sistemle birlikte güvenli firmaların daha az denetlendiği riskli firmaların ise daha sıkı denetlendiği, dolayısıyla riskli alanların daraltıldığı yeni bir uygulamaya geçildi. Bu sistemle riskli



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Başkanı

“Dış ticarete önemli değişiklikler getiren ‘Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması’ ile gümrük işlemleri daha hızlı ve kolay hale geldi.”

alanlara daha iyi odaklanıldı. Bu sistem Amerika kıtasından Avrupa’ya geçtiğinde, emniyet ve güvenlik uygulamalarının içine ticaretin kolaylaştırılması konsepti de oturtuldu. 10 Ocak’ta çıkardığımız “Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması” ile beraber biz de Karşılıklı Tanıma Anlaşmalarına odaklandık. ‘Karşılıklı Tanıma Anlaşmaları’nı, ‘Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması’nın taçlandırılması olarak görüyoruz” dedi.



Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Ticaretin Kolaylaştırılması Daire Başkanı Jale Arslan konuşmasında, Bakanlık olarak bundan sonra sektöre fayda sağlayacak daha fazla düzenlemeler yapacaklarına dikkat çekti.



WHO'S NEXT'İN KONUK ÜLKESİ: TÜRKİYE

DÜNYADAKİ EN BÜYÜK HAZIR GİYİM FUARI OLMA İDDİASINI TAŞIYAN, 25-28 OCAK TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞEN "WHO'S NEXT PARIS", TÜRKİYE'DEN FUARA KATILAN TASARIMCI VE MARKALARIN GÖVDE GÖSTERİSİNE SAHNE OLDU. TÜRKİYE'DEN 4 TASARIMCININ ÖDÜLLENDİRİLDİĞİ FUARIN ÖNÜMÜZDEKİ TEMMUZ DÖNEMİNE, TÜRKİYE KONUK ÜLKE OLARAK KATILACAK.



İHKİB'İN 13 İHRACATÇI FİRMA İLE KATILDIĞI FUAR, DÜZENLENEN DEFİLE ORGANİZASYONLARI İLE MODACILARIN KREASYONLARINI GÖRSEL BİR BİÇİMDE ZİYARETÇİLERİN BEĞENİSİNE SUNARAK, FARKLI FUAR ANLAYIŞI İLE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE ÖNEMLİ KATKILAR SAĞLADI.

Modanın başkenti olarak akıllara kazınan, gerek sanat gerekse hazır giyim endüstrisi açısından tasarımcıların ilgisini çeken Paris, tarihi dokusu ve sanata verdiği önemle de moda dünyasının ilham kaynağı olmuş bir kent. Dünyadaki en büyük hazır giyim fuarı olma iddiasını taşıyan "Who's Next"te de ev sahipliği yapan şehir, söz konusu fuar aracılığı ile dünyaca ünlü markaları alıcılarıyla buluşturmaya devam ediyor.

Son dönemi 25-28 Ocak tarihlerinde gerçekleşen Who's Next Fuarı, düzenlediği defile organizasyonları ile modacıların kreasyonlarını görsel bir biçimde ziyaretçilerin beğenisine sunarak, farklı fuar anlayışı ile hazır giyim sektörüne önemli katkılar sağladı.

Firmaların 2014-2015 Sonbahar/Kış kadın, erkek giyim ve aksesuar koleksiyonlarını sergilediği fuar, düzenlendiği dört gün boyunca sektör çevrelerinden yoğun ilgi gördü. Toplam 2 bin firmanın aksesuar, ayakkabı, kadın ve erkek giyim gibi farklı ürünlerle katıldığı fuarı, yaklaşık 58 bin 232 kişi ziyaret etti. Ziyaretçilerinin yüzde 64'ünü Fransa'dan, yüzde 36'sını ise yurt dışından ağırlayan etkinlik; İtalya, Belçika, İspanya, İngiltere, Türkiye, İsviçre ve Almanya'dan gelen ziyaretçilerin yoğun ilgi ile karşılaştı.

İHKİB'in milli katılım gerçekleştirdiği Who's Next Paris Fuarı'na bu yıl 13'ü Birlik bünyesinde olmak üzere Türkiye'den toplam 41 marka ve tasarımcı katıldı. Ekonomi Bakanlığı desteği ve İHKİB koordi-



Renkli etkinliklere sahne olan fuarın ilk gününde düzenlenen bir törenle Türkiye'den 4 tasarımcıya "Paris Capitale De La Creation" ödülü verildi.

nasyonu ile yürütülen UR-GE "Hazır giyim ve Tasarım Kümesi" çerçevesinde 10 Türk tasarımcı (Özlem Kaya, Simay Bülbül, Gamze Saraçoğlu, Nejlâ Güvenç, Çiğdem Akın, Mehtap Elaidi, Nihan Peker, Tuvana Büyükçınar, Gül Ağış, Aslı Güler) ve 2013 yılında hayata geçen "İstanbul Fashion Incube" çatısı altında bulunan tasarımcılar da (Ayhan Yetgin, Nil Kandemir, Ece Gözen, Burçe Bekrek, Asu Aksu, Hande Çokrak, Günseli Türkay) son koleksiyonlarını fuarda sergileme fırsatı buldu.

Türk tasarımcıların başarısı ödülle taçlandırıldı

Paris'te düzenlenen dünyanın en etkili hazır giyim fuarlarından olan Who's Next'e katılan Türk marka sayısı da her geçen yıl artıyor. Yurt dışındaki en önemli konfeksiyon fuarlarına milli katılım düzenleyen İHKİB, bu dönem aralarında 1121 Tekstil, Alpcan Tekstil, Ark Tekstil, Grup Eksa, IPNG Tasarım Tekstil, Karagözoğlu Moda, Nar Damışmanlık, Onteks, Özlem Süer, Sasafur Deri, Sinerji Tekstil, Ümit Ünal,



WHO'S NEXT'İN TEMASINI TÜRKİYE'YE AYIRDIK



Fuarın bu döneminin de pozitif bir havada geçtiğini söyleyen Who's Next Paris Fuarı Direktörü Xavier Clergerie, etkinliği 58 bin 232 kişinin ziyaret ettiğini belirtti. Fransız ziyaretçilerin sayısının geçen sezona oranla yüzde 3,6 arttığını, bunun yanı sıra Türkiye'den de binlerce ziyaretçinin fuara ilgi gösterdiğini ifade eden Xavier Clergerie, Türkiye'nin uluslararası ziyaretçi sıralamasında altıncı sırada yer aldığına dikkat çekti.

Bu sezon fuara 41 Türk markasının katılımcı olarak geldiğini ifade eden Xavier Clergerie, "Bu sayı fuarımız için bir rekor. Ayrıca bu sene Paris Capitale de La Creation ödüllerinin Türk tasarımcılara verilmesi de Türkiye'nin moda tasarımı konusunda geldiği noktayı göstermesi açısından önem taşıyor" dedi. Bu sene İHKİB ile birlikte Türk tasarımını ön plana çıkartmaya karar verdiklerini dile getiren Xavier Clergerie, "Tüm fuar alanımız, iletişim araçlarımız, defileimiz ve sergilerimiz Türk tasarımına ait olacak. Who's Next fuarının bu girişiminin amacı uluslararası pazarlar tarafından yeterince tanınmayan Türk tasarımını daha iyi tanıtılabilmek. Fuarımıza hem ziyaretçi hem de katılım açısından Türkiye'den her geçen gün artan bir ilgi olduğunu da gözlemlediğimiz için bu sezon fuarın temasını Türkiye'ye ayırmış olmak bizim için de onur verici" diye konuştu.

Vakko'nun olduğu 13 ihracatçı firma ile Who's Next'e katıldı. Fuarda ihracatçı firmaları İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik de yalnız bırakmadı.

Renkli etkinliklere sahne olan fuarın ilk gününde düzenlenen bir törenle Türkiye'den 4 tasarımcıya Paris Capitale De La Creation ödülü verildi. Paris Capitale De La Creation tarafından bu sezon, aksesuar markası (takı koleksiyonu) Ekria ile Esra Karadeniz, hazır giyim alanında Özlem Süer ve Maid in Love markasının yaratıcısı Hande Çokrak, fuara eşarp koleksiyonlarıyla katılan Türkiye'nin en köklü markalarından Vakko ödüle layık görüldü.

Törende Türk tasarımcılar, ödülleri İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve Paris Capitale de la Creation Başkanı Xavier Clergerie'in elinden aldılar. Ödül töreninde konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Fransa'nın Türkiye'nin en fazla hazır giyim ürünü ihraç ettiği ülkeler arasında 4'üncü sırada yer aldığını söyleyerek; "Bu sebeple Fransa'nın en büyük fuarı olan Who's Next, Türk marka ve tasarımcıları için önemli bir uluslararası platform özelliği taşıyor. Türk marka ve tasarımcıların Who's Next'e katılımı bu sezon rekor bir düzeye erişti. 41 markanın

FUARA TÜRKİYE'DEN KİMLER KATILDI?

1121 TEKSTİL	SİNERJİ TEKSTİL
ZWINS	IPNG TASARIM TEKSTİL
ARK TEKSTİL	SASAFUR DERİ
ASLI GÜLER	LTB
ASU AKSU	LUG VON SIGA
AYHAN YETGİN	MAID IN LOVE
BALLONET SOCKS	NAR DANIŞMANLIK
BONSHEE	MEHTAP ELAİDİ
BUENO	NEJ
BURÇE BEKREK	NİHAN PEKER
ÇİĞDEM AKIN	NİL KANDEMİR
KARAGÖZOĞLU MODA	ONTEKS
ECE GÖZEN	ÖZLEM KAYA
EKRIA	ÖZLEM SÜER
EVREN KAYAR	OZZ HATS
GRUP EKSA	ALPCAN TEKSTİL
G.O.D.D	SİMAY BÜLBÜL
GAMZE SARAÇOĞLU	SONGÜL CABACI
GÜNSELİ TÜRKAY	TUVANAM & TUTTI
HÜSNA SANDALS	ÜMİT ÜNAL
	VAKKO

Türkiye'yi temsil etmesinden ötürü gururluyuz" dedi. Türkiye'nin hazır giyim sektöründeki başarılarını, özellikle son yıllarda tasarım alanına da yansıtıma başladığını söyleyen İHKİB Başkanı Tanrıverdi, bu



2013 yılında hayata geçen "İstanbul Fashion Incube" çatısı altında bulunan tasarımcılar da son koleksiyonlarını fuarda sergileme fırsatı buldu.

Telada güç ve şıklığın bir**INCİ**si

INCİ Tela & Elyaf, günümüzde hazır giyim sektörünün ihtiyacı olan ithal ve yerli tüm tela çeşitlerini barındıran, bunun dışında konfeksiyon fitillik, yaka altı keçesi, omuz vatkası, dolgu vatkası, boncuk elyaf, nakış keçesi vb. ürün çeşitlerini %100 müşteri memnuniyetini ilke edinerek sunan bir Tekstil firmasıdır.

Non-woven interlining
Stitched non-woven interlining
Woven interlining
Knitted interlining
Shirt interlining
Tapes & Bands
Hair cloth interlining



www.incitela.com.tr

Merter Tekstil Merkezi Fatih Cd.
Alaybey sk. no:7 Güngören / İstanbul
Tel: +90 212 504 57 00 / **Faks:** +90 212 504 43 50
info@incitela.com.tr



anlamda dünya çapında önemli başarılarla imza atan tasarımcıların yetişmeye başladığına dikkat çekti. Birlik olarak Türkiye'de tasarım kültürünün oluşmasına ve markalaşma anlamında her alanda bir iş modeli ortaya konulmasına katkıda bulunmaya devam edeceklerini dile getiren Tanrıverdi, hedeflerinin Türkiye'yi bir moda ve tasarım ülkesi haline getirmek olduğunu vurguladı.

Hazır giyimin entegre fuarı: Who's Next Paris

Özellikle tasarım ağırlıklı çalışan ve kendi markasıyla üretim yapan firmaların yer aldığı fuarda ürün grubu, konsept ve fiyat farklılıklarına göre, başta hazır giyim ve aksesuar olmak üzere iki ana bölümden oluşarak, kendi içinde de alt kategorilere ayrıldı. Buna göre Ready-To-Wear

bölümünde güncel ve ticari koleksiyon hazırlayan firmalar, bayan-erkek giyim ve deri hazır giyim ürün grupları ile yer alırken, Hall 4'te tasarım yönü ağır basan firmalar ve tasarımcılar yer aldı. Aksesuar bölümü ise takı-ayakkabı-çanta-kemer-atkı/bere/şal ürünleri ile ilgilenen alıcılarla bu sene Hall 7.2'de bir buluşma alanı sağladı.



BERRİN ATILGAN

Passo Plus / Tasarım ve Üretimden Sorumlu Firma Ortağı

MARKAMIZIN İLK YURT DIŞI FUAR DENEYİMİ

Büyüme hedeflerimizle kesişen Who's Next, MEHRY MU'nun ilk yurt dışı fuar deneyimiydi. Beklentilerimizi çok yüksek tutmadan; deneyim kazanmayı amaç ednip çıktığımız bu yolda keyifli haberlerle döndüğümüz için çok mutluyuz. Kurduğumuz yeni bağlantılar, aldığımız beğeni ve övgüler markamızın gelişim süreci açısından bizleri çok heyecanlandırdı. Stratejik büyüme planlarımıza hedef olan kitleye ulaşmak için Who's Next fuarı bizim için önemli bir adım oldu. Türk hazır giyim sektörü Who's Next'te söz sahibi olmaya aday, heyecan verici bir ülke konumunda. Türk tasarımcı ve markalarının kendilerini doğru ifade edebilmesi açısından Who's Next Fuarı önemli bir arena.



GÜNEŞ MUTLU MAVİTUNCALILAR
MEHRY MU - Tasarımcı

TÜRKİYE, YÜKSELEN BİR YILDIZ

Bu sezonu geçtiğimiz yaz sezonu ile kıyasarsak oldukça iyi bir fuar geçirdiğimizi söyleyebilirim. Havanın da güzel olması ziyaretçi sayısını olumlu yönde etkiledi. Bu fuar öyle sanıyorum ki tüm dünya pazarına hitap eden tek fuar. Dünyanın her yerinden alıcı ile karşılaşmanız mümkün. Bizim öncelikli hedef pazarımız Ortadoğu'ydu. Fakat onlar kadar Avrupalı alıcılar da koleksiyonumuza ilgi gösterdi. Who's Next'in pazar çeşitlendirmek açısından oldukça iyi bir fuar olduğunu söyleyebilirim. Görüştüğümüz birçok müşteri fuarda çok sayıda Türk katılımcı firma olmasına oldukça şaşırdıklarını bize aktardı. Bu, moda sektöründe Türkiye'nin yükselen bir yıldız olduğu algısını kuvvetlendiren bir olay.



İREM PETEK GÜVEN

İPNG / Firma Ortağı - Tasımcı

SONUÇ BİZİM İÇİN SEVİNDİRİCİYDİ

Who's Next Fuarına ikinci kez katılıyoruz ve tabii ki beklentimiz siparişlerimizin artması yönündeydi. Fuar alanındaki yerleşimimiz isteğimiz noktada gerçekleşmemesine rağmen sonuç bizim için sevindiriciydi. Fuarın hazır giyim sektörüne katkısının önemli boyutlarda olduğunu düşünüyorum. Çünkü katılımcılara dört gün gibi kısa bir sürede Avrupa ülkeleri ağırlıklı olmak üzere tüm dünyadan alıcılara sunum yapma fırsatı sağladı. İPNG olarak her sezon 6 farklı koleksiyon hazırlıyoruz. Bu koleksiyonlarda yer almasına özen gösterdiğimiz kriterler, koleksiyon temalarının tarz olarak birbirlerinden farklı olmasıdır ki müşteri yelpazemiz genişlesin. Bunun haricinde her koleksiyonlarımız mutlaka her beden formunu mutlu edebilecek şekilde tasarlanmış farklı parçalara sahiptir.

SLİK

Est.1936

Fermuar & Aksesuar

Bu markalardan herhangi birine üretim yapıyorsanız lütfen bizimle kontak kurunuz; en hızlı, ekonomik ve kaliteli servis ayrıcalığımızla sizi tanıştırmak isteriz.

SLİK TÜRKİYE



Onaylı
Olduğumuz
Firmalar

Arcadia Group
• Burton Menswear
• Dorothy Perkins
• Evans
• Hawkshead
• Racing Green
• Topshop
• Topman

ASOS
Adams
Aquascutum
Banana Republic
Bay Trading Co.

Bhs
Blacks Outdoor
Blues
Bon Marché
C & A
Carrefour Group
Cotton Traders
Debenhams
Dunnes Stores
Edinburgh Woolen
Mills
Empire Stores
Etam / Tammy
Ethel Austin

Express
Fat Face
Freemans
GAP Inc. (Adults Only)
George (ASDA /
Wal-Mart UK)
Grattan
JD Williams
John Lewis
Partnership
Laura Ashley
Limited Stores
Long Tall SallyMac

kays
Mango
Marks & Spencer
Matalan
Monsoon
New Look
NEXT
Oasis
Old Navy (Adults Only)
Paul & Shark
Peacock Stores
Per Una
Principles
Red Cats / La

Redoute
River Island
Sainsbury's
Source Direct International-
Limited
TESCO
Timberland
Trutex
UMBRO
Wal-Mart Canada
Wal-Mart USA
(Adults Only, Child / Baby
Pending)

Slik Global



• Manchester, United Kingdom

• Romaina

• Istanbul, Turkey

• Nanjing, China

• Chittagong, Bangladesh

• Dhaka, Bangladesh

• Hong Kong SAR

• Sri Lanka

• Vietnam

SLİK

SLİK FERMUAR DÜĞME ETİKET SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Tel : +90 212 886 85 63 pbx Faks : 0212 886 69 85

web : www.slikzipt.com www.slikfermuar.com.tr

e-mail : turkey@slikzipt.com

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN KABUK DEĞİŞTİREREK, DÜNYADAKİ İMAJINI ÜST NOKTALARA TAŞIDIĞINI SÖYLEYEN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, “BİR ZAMANLAR MODEL ALMAK İÇİN GİTTİĞİMİZ WHO'S NEXT FUARI'NIN ARTIK ARANAN AKTÖRLERİNDEN BİRİ OLMAMIZ, BU DEĞİŞİMİN EN GÜZEL ÖRNEKLERİNDEN BİRİ” DEDİ.

FUAR

40

İHKİB Başkanı Tanrıverdi: “Devler liginde zirveye çıkıyoruz”



Fuar sonrasında yaptığı değerlendirmede Türkiye'deki hazır giyim firmalarının geçmiş yıllarda bu fuara daha çok model almak için gittiğini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bugün ise kendi tasarımları ile bu fuardaki yerini aldıklarını söyledi. Fuarın son dönemine Türkiye'den 41 firmanın katıldığını önümüzdeki dönemde de katılımcı sayısının artacağını dile getiren Tanrıverdi, “Devlet destekleri veya devlet desteklerinin biraz daha basitleşmesi ile birlikte bu fuara Türkiye'den daha da fazla katılım söz konusu olacak. Bu fuar Avrupa pazarı için çok önemli bir basamak. Bu nedenle ki, bu fırsatın firmalar tarafından iyi değerlendirilmesi gerekiyor” dedi.

Fuar kapsamında gerçekleşen “Paris Capitale de la Creation Ödülü”nün bu yıl 4 Türk tasarımcı ve markaya verildiğini söyleyen İHKİB Başkanı Tanrıverdi, bu ödülün Türk hazır giyim sektörünün geldiği yeri göstermek adına çok yerinde bir örnek olduğunu söyledi.

Moda tasarımı ve markalaşma anlamında hazır giyim sektörünün geldiği noktayı değerlendiren Tanrıverdi, “Hazır giyim sektörü kabuk değiştirerek, fason üretimden çıkıp, kendi ürünlerini yapar hale geliyor. Tabii ki bu değişim süreci gerektiren bir durum. Bu süreç ihracat rakamlarımıza katkı sağlarken, gelecek dönemlerde de sektörde ciddi anlamda katma değer yaratacak” şeklinde konuştu.

“Türkiye'nin tasarım ülkesi olma yolculuğuna vurgu yapıyoruz”

İHKİB olarak tasarımı ve tasarımcı düşünce fikrini desteklemek adına önemli çalışmalara ön ayak olduklarını söyleyen Tanrıverdi, Türkiye'nin bir tasarım ülkesi olma yolculuğuna vurgu yapmak adına bundan sonra da önemli girişimlerde bulunacaklarını dile getirdi. Bu anlamda İHKİB'in yaptığı faaliyetleri değişik alanlara ayırmak gerektiğini ifade eden Tanrıverdi, sözlerini şöyle sürdürdü: “Her şeyden önce firmaların tanıtımlarına yönelik çalışmalarımız var. Bunları ticaret heyetleri şeklinde gerçekleştiriyoruz. Diğer taraftan yurt dışındaki ülkelerde yer alan firmaları Türkiye'ye davet edip, buradaki firmalar ve üretimlerine dair bilgi veriyoruz. İkinci faaliyet alanımızla da moda dünyasında tasarım, üretim ve kalitemizi gösterecek yönde tanıtım yapmaya çalışıyoruz. Üçüncü alanda, fuarlara milli katılım sağlayarak firmalarımızın maliyet-

lerini düşürüp, bu fuarlardan verim almasını sağlamayı hedefliyoruz. Who's Next Fuarı'na gerçekleştirdiğimiz milli katılım da bu adımın önemli bir parçası. Önümüzdeki Temmuz ayında Türkiye fuarda konuk ülke olarak yer alacağı için Fransa'da ciddi anlamda bir tanıtım olacak. Bu, Birlik olarak yaptığımız çalışmaların ne kadar doğru ve yerinde adımlar olduğunu bize gösteriyor. Kısacası Türkiye'nin Who's Next'in aranan aktörlerinden biri haline geldiğini söyleyebiliriz.”

İHKİB'in yaptığı faaliyetlerin dördüncü adımı ise tasarıma odaklandığını belirten Tanrıverdi, “Tasarım yönümüzü ön plana çıkararak, Türkiye'nin imajını yükseltme yönünde çalışmalar gerçekleştiriyoruz” dedi. Tasarımcı destekleriyle de dünyaya bir takım mesajlar verdiklerini belirten Tanrıverdi, “Türkiye'nin bir tasarım ülkesi olduğunu ve çok iyi genç tasarımcıların yetiştiğini göstererek, hem imajımıza katkı sağlamaya çalışıyoruz, hem de firmaları Türkiye'deki ürünlerin fiyat farkını verebilecek hale getirmeye çalışıyoruz. Yani normalde siz o çalışmalarını yapmasanız, Bangladeş'teki 3 liralık ürünle sizdeki kaliteli ürünü de firmalar aynı fiyattan almak istiyor. Ama siz o farkı, yani kalite imajını yaratarsanız bu durumu da ortadan kaldırmış oluyorsunuz. Birlik olarak yaptığımız çalışmalarla; Türkiye'deki hazır giyim sektörünün imajını yükselmesine katkı sağlarken, genç tasarımcılarımızın önünün açılması ve gelecekle ilgili planlarını bu sektör üstünden yapması için onları motive de ediyoruz” şeklinde konuştu.

İHKİB tasarımcıların yanında

İstanbul Fashion Incube ve UR-GE projeleri ile de 18 Türk tasarımcı Who's Next Paris Fuarı'nın farklı bölümlerinde ziyaretçiler ile buluştu. Bu anlamda İHKİB'in genç tasarımcıları desteklemek adına önemli bir görevi yerine getirdiğini söyleyen İHKİB Başkanı Tanrıverdi, “Bu fuarlara UR-GE ve İstanbul Fashion Incube projelerimiz çerçevesinde yer alan tasarımcılarımızı götürmekle onların deneyimlerini artırmış olduk. Tasarımcılar direkt müşteri ve alıcılarla yüz yüze geldikleri için hem pazar bulmaları açısından hem kendilerine güven gelmeleri açısından bundan sonraki çalışmalarında karar verme noktasında daha rahat olacaklar” dedi. Fashion Incube ve UR-GE projesi kapsamında Birlik olarak tasarımcıların satışlarını da organize etmeye çalıştıklarına vurgu yapan İHKİB Başkanı Tanrıverdi, “Projeye dahil



Ekonomi Bakanlığı desteğiyle İHKİB koordinasyonunda faaliyet gösteren UR-GE 'İstanbul Hazır Giyim ve Tasarım Kümesi'nin tasarımcı 10 üyesi Who's Next Paris'te yerini aldı.

ettiğimiz tasarımcıların normalde 5-10 yılda kat edeceği yolu 2 yıl gibi kısa bir süre içerisinde almasını sağlıyoruz” diyerek tasarımcılara verdikleri desteklere dikkat çekti.

“Yumurtaları ayrı sepetlere koymak gerek”

Daha önce Doğu Bloku ağırlıklı çalışan Türk firmalarının son yıllarda Avrupa'daki fuarlara da ilgi göstermeye başladığını söyleyen Tanrıverdi, bu değişimin ihracata yansımaları ise şu sözleri ile değerlendirdi: “Firmalarımızın yine büyük bir çoğunluğu Doğu Bloku'nda. Bizim şu an yaptığımız markalarımızı aynı zamanda Avrupa'ya da taşımak. Yani Doğu Bloku'ndaki etkinliklerin azalması gibi bir durum yok ortada. Bir firma yüzde 100 Doğu Bloku'nda olursa en ufak bir krizde çok ciddi yara alır. Bu

nedenle onların da ellerindeki yumurtaları ayrı ayrı sepetlere koyması gerekiyor. Doğu Bloku'na giden ürünlerin büyük bir kısmı bavul ticareti şeklinde olduğu için söz konusu ihracat rakamları pek yansımıyor. Firmalarımızın dünya markası olabilmesi için bir kere kesinlikle Avrupa'da da olmaları gerekiyor. Sadece Rusya ve diğer ülkelerde olmakla dünya markası olunamıyor. İlk önce Avrupa'da, sonra da Amerika'da olmaları gerekiyor. İşte bu noktada da Birlik olarak biz devreye giriyor, bu pazarlara girmeleri için firmalarımıza gereken desteği veriyoruz. Fuarlar ve ticaret heyetleri gibi çalışmalar aracılığıyla firmalarımızın önce Avrupa'ya, sonra Amerika'ya uzanmasında onlara destek veriyor, sonrasında da dünya markası olma yolunda önlerinin ve vizyonlarının açılmasını sağlıyoruz.”



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, ARK İstanbul'un standını ziyaret eden Beyrutlu firma temsilcisi ile de kısa bir sohbet gerçekleştirdi.

**60 yıllık tecrübesi, kalitesi ve markasıyla Polsan Düğme'den
Metalde de maximum hizmet.**



Yeni üretim yerimizde, son teknoloji makinalarımızla,
kaliteli hizmet vermeye devam etmekteyiz.

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



İHKİB, MOSKOVA'DA ÇITAYI 1 MİLYAR DOLARA ÇIKARDI

YILDA 10 MİLYAR DOLARLIK HAZIR GİYİM İTHALATI GERÇEKLEŞTİREN RUSYA'DA TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNİN HER GEÇEN GÜN DAHA DA GÜÇLENDİĞİNİ SÖYLEYEN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, GELECEK BİR İKİ YIL İÇİNDE RUSYA'YA GERÇEKLEŞTİRİLEN HAZIR GİYİM İHRACATINI 412 MİLYON DOLARLARDAN 1 MİLYAR DOLARA TAŞIYACAKLARINI BİLDİRDİ.

Tüm dünyanın ilgiyle takip ettiği birbirinden renkli koleksiyonların sergilendiği Collection Première Moscow Fuarı (CPM), 25-28 Şubat tarihleri arasında Moskova'da gerçekleştirildi. Yılda iki kez gerçekleştirilen ve Doğu Avrupa'nın en önemli uluslararası moda fuarı olan CPM'e İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) patronajında Mavi, Gizia, Bisse, Altınyıldız, AVVA, Sabri Özel gibi markaların da yer aldığı 72 Türk firması katıldı. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin de katıldığı fuara, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri'yle birlikte Ekonomi Bakanlığı Markalaşma ve Ar-Ge Destekleri Şube Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya gibi isimler katıldı. Düzenlendiği gündün bu yana gerek katılımcı firma sayısında gerekse de ziyaretçi

sayısında yükselen bir trend izleyen fuara, Türk hazır giyim firmaları geçen yıllarda olduğu gibi bu dönem de geniş bir katılım gerçekleştirdi. CPM fuarı bölgesinde her yıl kendi rekorunu kırarken, son 10 yılda ziyaretçi ve katılımcı firma sayısını iki buçuk kat artırarak sektörün en önemli tanıtım ve satış mecralarından biri haline geldi. Bu dönem yaklaşık 20 bin profesyonel ziyaretçinin ağırlandığı CPM fuarına binin üzerinde firma katıldı. Toplamda 55 bin metrekaRELİK bir alanda gerçekleşen fuarda, Türkiye bin 880 metrekaRELİK alanda ziyaretçilerle buluştu. Bayan giyim, erkek giyim, iç giyim, aksesuar, deri ürünleri ve geniş bir alanda sergilenen çocuk giyim alanıyla CPM yeni sezon ürünlerin de sergilenmesine olanak sağladı.

CPM FUARINA KATILIM SON 10 YILDA İKİ BUÇUK KAT ARTTI. 2003 YILINDA ZİYARETÇİ SAYISI 8 BİN, MARKA SAYISI 350 İKEN, 2013 YILINDA 19 BİN 800 ZİYARETÇİ VE BİN 600 MARKA SAYISINA ULAŞILDI.



Ünlü tasarımcıların koleksiyonları CPM Style'de sergilendi

Gerek stant tasarımları gerekse de ürün showroamları ile tasarımlarını ziyaretçilerin beğenisine sunan Türk firmaları, bu dönem de birçok Rus alıcı ile bir araya gelerek, potansiyel pazarda iş bağlantıları kurmuş oldu. İHKİB çatısı altında fuara katılan firmalar tasarımda fark yaratan ürünleriyle dikkat çektiler. Fuar alanı içinde bu yıl oluşturulan "CPM Style" salonunda, aralarında Mehtap Elaidi, Gamze Saraçoğlu, Simay Bülbül gibi ünlü moda tasarımcıların yer aldığı 9 Türk tasarımcı 105 metrekairelik alanda ürünlerini sergiledi. Bu özel bölüm, fuara katılan ziyaretçilerin ilgisiyle karşılaştı.

Türk firmalar katılımcılardan tam not aldı

CPM'de Doğu Bloğu Ülkeleri, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinin katılımları dikkat çekerken, Türkiye, bu yıl da fuara en fazla katılım gösteren ülkelerden biri oldu. Türkiye'den milli katılım gerçekleştiren firmaların genel kanaati, fuarın çok renkli, ticari anlamda kârlı ve ziyaretçi açısından oldukça verimli olduğu yönündeydi. Bu yıl İHKİB önderliğinde 72 firmanın milli katılım gerçekleştirdiği

CPM fuarında Türkiye ziyaretçilerden yine tam not aldı. Fuarda ticari açıdan verimli iş bağlantıları kurma imkânına sahip olan Türk firmalar dünya modasını takip etme ve İlkbahar/Yaz koleksiyonlarını tanıtmaya fırsatı yakaladı.

Rusya basınında Türk marka ve tasarımcılara geniş yer ayrıldı

CPM fuarına 2003 yılından beri milli katılım gerçekleştiren İHKİB, bu yıl 20'nci kez katıldığı fuarda katılımcı firmaların rahat bir ortamda ürünlerini sergileyebilmeleri için hummalı bir organizasyon çalışması yürüttü. CPM fuarı öncesinde de tanıtım çalışmalarına ağırlık veren İHKİB, fuara katılan Türk firma ve moda tasarımcıların Rusya'nın en büyük gazetesi "Pravda" ve Avrupa genelinde yayın yapan "Global Connection" gazetesinde de yer almalarını sağladı. Birlikte bu yayınlar üzerinden Türk markalarının yaklaşık 14 milyondan oluşan bir kitleye ulaşmasını sağladı. Bunun yanı sıra, UR-GE- Hazırgiyim ve Tasarım Kümesi'ne Moskova CPM katılımı öncesinde potansiyel hazır giyim ve moda online sayfalarında da geniş yer ayrıldı. Ayrıca "UR-GE- Hazırgiyim ve Tasarım Kümesi"nde faaliyet gösteren marka ve tasarımcıların ünlü moda siteleri "adensya.ru", "fashionista.ru", "fashionspace.ru", "moda.ru", "news24.ru", "profashion.ru", "riamoda.ru" da tanıtımları yapıldı. Öte yandan İHKİB tarafından Türk firmalar için ayrılan bin 880 metrekairelik salonda milli katılımın tanıtıldığı, firmalara internet ve faks hizmetlerinin yanı sıra düzenli olarak sıcak ve soğuk içecek servisinin yapıldığı modern ve ferah bir ortam hazırlandı. Yine tanıtım faaliyetleri kapsamında, fuar resmi katalogunda tam sayfa ilan verilirken,

Türk firmaların bulunduğu bölüm dikkat çekecek şekilde afiş ve tanıtım panoları ile dizayn edildi.

"Rusya pazarından daha çok pay almalıyız"

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, fuarla ilgili yaptığı değerlendirmede dünyanın en büyük 6'ncı hazır giyim ihracatçısı olan Türkiye'nin 2013'te 195 ülkeye ürün sattığını söyledi. En çok ihracat gerçekleştiren ülkeler sıralamasında Rusya Federasyonu'nun Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda gibi ülkelerin ardından 10'uncu sırada olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, "2012'de 380 milyon dolarlık hazır giyim ürünü ihraç ettiğimiz Rusya'ya 2013'te yüzde 8,5'lik artış ile 412 milyon dolarlık ürün sattık. Toplamda 75 milyar dolarlık hazır giyim pazarına sahip olan Rusya her yıl yaklaşık 10 milyar dolarlık hazır giyim ithalatı gerçekleştiriyor. Türk moda endüstrisi olarak çıtamızı



İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ EKONOMİ BAKANLIĞI'NIN DESTEĞİ İLE İHKİB TARAFINDAN HAZİRAN 2013 YILINDA HAYATA GEÇİRİLEN "HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNDE TASARIM, TREND VE TANITIM ODAKLI İŞBİRLİKLERİ İLE ULUSLARARASI REKABETİN GELİŞTİRİLMESİ" ADLI UR-GE PROJESİNİN SEKTÖRE YENİ BİR VİZYON KAZANDIRACAĞINI SÖYLEDİ.

çok daha yukarılara koymak zorundayız. Türkiye'nin bayrağını neredeyse dünyanın bütün ülkelerinde dalgalandırıyoruz. Dün olduğu gibi bugün de CPM Fuarı'ndayız. Yarın da yine burada olacağız. Çünkü Rusya pazarı Türk hazır giyim sektörü için vazgeçilmez bir öneme sahip" dedi. İHKİB olarak başlattıkları tasarım, trend ve tanıtım atağı ile hazır giyim sektörünün mevcut ihracat rakamlarını çok daha yukarılara taşımayı hedeflediklerine vurgu yapan Tanrıverdi, "Rusya'ya yaptığımız ihracatta 1 milyar dolarlık psikolojik sınırı aşmak düne göre bugün çok daha kolay. Hedefimiz 2015 sonunda artık 7 haneli rakamları konuşuyor olmak" dedi.

"Başarıya 3T ile ulaştık"

Türkiye'nin 2013'te 90 milyon ton ihracat karşılığında 152 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğine dikkat çeken Tanrıverdi, bunun kilogramda 1.5 dolar anlamına geldiğini belirtti. 2013'ü 17.4 milyar dolar ihracat ile kapatan hazır giyim sektöründe bu rakamın kilogramda 24 dolar civarına çıktığını vurgulayan Tanrıverdi, şöyle devam etti: "Bu başarıya tasarım, trend ve tanıtımdan oluşan 3T yaklaşımı ile ulaştık. Bu yaklaşımı kaliteli ve şık giyimi yaşamalarının ayrılmaz bir parçası olarak gören Rus halkı için de uyguladık" dedi. Türk markalarının özellikle Euro Bölgesi'ndeki doyunluluğa



karşın bu bölgedeki boşluğu iyi fark edip mağazalaşmada önemli sıçramalar gerçekleştirdiğini ifade eden Tanrıverdi, "Başarılı olduk ki ihracatımız her yıl artarak devam ediyor" dedi. Artık Türk hazır giyim sektörünün kendi markaları ile dünya pazarlarında yer aldığına dikkat çeken Hikmet Tanrıverdi, "İhracatta olduğu gibi bu alanda da önemli başarılarla imza atıyoruz. 2014 için hedeflediğimiz toplam 19 milyar dolarlık hazır giyim ihracatını katma değeri yüksek ürünlerle moda ve marka kurgusu içinde yakalamayı hedefliyoruz" dedi.

"UR-GE projesi sektöre yeni bir vizyon kazandıracak"

Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile İHKİB tarafından Haziran 2013 yılında hayata geçirilen "Hazırgiyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi" adlı UR-GE projesinin sektöre yeni bir vizyon kazandıracağına dikkat çeken Tanrıverdi, "İtalya, Fransa, İspanya gibi batılı ülkelerden Bangladeş, Vietnam, Kamboçya'ya kadar pek çok ülke hazır giyim sektöründen pay almaya çalışıyor. Dolayısıyla kıyasıya

CPM FUARINDAN KİMLER GEÇTİ?

ACAR TEKSTİL	DİOR KONFEKSİYON	KAPLAN GİYİM	REAL GİYİM
ADALI TEKSTİL	DİDO GROUP	KAPRİS GİYİM	SABRİ ÖZEL
ADEMİR DERİ	DİNAMİK TEKSTİL	KARMA KONF.	SANFA TEKSTİL
ALTINYILDIZ TEKSTİL	DOĞU DERİ	KASIM TEKSTİL	SASAFUR DERİ
ASTER TEKSTİL	DONNA BACCONI DERİ	KEFELİ GİYİM	SA-SAM TEKSTİL
AY-SEL GİYİM	ECER KONF.	KİÇİLİ	SENPA GİYİM
BAĞIROĞLU TEKSTİL	EKEN TEKSTİL	MASLAK İNŞ. TEKSTİL	SENTEZ KONFEKSİYON
BERAT TEKSTİL	ELMAS TRİKO	MISSY TEKSTİL	SENTO TEKSTİL
BERFİN TRİKO	ELPA KONFEKSİYON	MİMİ TEKSTİL	SİA DERİCİLİK
BİSA GİYİM	ERTEN TEKSTİL	MONDO TEKSTİL	SİNERJİ TEKSTİL
BOY DERİ	ERYAY TEKSTİL	NARKONTEKS	ŞEKEROĞULLARI KONFEKSİYON
CAN-TEKS	EVELİNE TEKSTİL	NARMANLI GİYİM	TUĞİ KİDS
CEMAL KAYA-PLATİN GÖMLEKLERİ	FULL KONFEKSİYON	ÖZNUR GİYİM	TURANLAR TEKSTİL
CÜNO TEKSTİL	GİZİA MODA	ÖZPA TEKSTİL	VEDİ TEKSTİL
ÇELİK MAKAS KONF.	GÜLSEN TEKSTİL	ÖZÜN KONFEKSİYON	VİPART
ÇUHA DERİ	GÜZELLER TEKSTİL	PARİSTAN TEKSTİL	YEŞİLYURT TEKSTİL
DARKMEN TEKSTİL	HİCRET GÖMLEK	PERİ SANTORYO TEKSTİL	YIL-BA TEKSTİL
DERİN GİYİM	JUNIOR GİYİM	PLATİN ENTEGRE TEKSTİL	ZİNGAL

**2014 YILININ TEKSTİLDEKİ EN KAPSAMLI
BULUŞMASINA DAVETLİSİNİZ**

Texpo

Eurasia 2014



31. Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü,
Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasalları Fuarı

www.texpoeurasia.com



26 - 29 Mart 2014

**11. ULUSLARARASI
İSTANBUL
İPLİK
FUARI**

www.istanbuliplikfuari.com



CPM FUARI ÖNCESİNDE TANITIM ÇALIŞMALARINA AĞIRLIK VEREN İHKİB, FUARA KATILAN TÜRK FİRMA VE MODA TASARIMCILARIN RUSYA'NIN EN BÜYÜK GAZETESİ PRAVDA VE AVRUPA GENELİNDE YAYIN YAPAN GLOBAL CONNECTION GAZETESİNDE DE YER ALMALARINI SAĞLADI. MARKALAR BU YAYINLAR ÜZERİNDEN MİLYONLARA ULAŞTI.

bir rekabet söz konusu. Tasarım, trend ve tanıtım odaklı yaklaşımı başarıyla hayata geçirenler bu pastadan daha büyük pay alacaklar” dedi. Proje kapsamında oluşturulan Hazır giyim ve Tasarım Kümesi'nde üretici ve tedarikçi 13 firma ile 13 tasarımcının faaliyet yürüttüğü bilgisini veren Hikmet Tanrıverdi, firmaların tasarım odaklı olarak ihracatlarını artırmalarına destek vermek amacı ile küme içerisinde tasarımcıların da yer almasına özellikle hassasiyet gösterdiklerine dikkat çekti.

“Yeni kümelenme projeleri gerçekleştireceğiz”

Küme üyesi firmalar arasındaki iş birliğinin tasarım, trend ve tanıtım odaklı olması nedeniyle bu iş birliğinin Türk hazır giyim sektörünün markalaşmasına büyük katkı sağlayacağı belirtilen Tanrıverdi, “Ayrıca firmalar arasındaki iş birliği sektörün uluslararası pazarlardaki görünürlüğünü de artıracaktır” dedi. Ortak hareketlilik ve girişimciliğin beraberinde değer zinciri entegrasyonunu da getireceğini ifade eden Tanrıverdi, “Ortak hareketlilik ve girişimcilik ürün kalitesinin artırılmasını ve ürünlerin çeşitlendirilmesini sağlayacaktır” dedi. “Hazır giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İş birlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi” adlı UR-GE projesinin gelecek işbirliklerine yönelik de bir altyapı sağladığını söyleyen Hikmet Tanrıverdi, “Dolayısıyla bu zemin üzerinden hareketle önümüzdeki dönemlerde daha kapsamlı ortak iş modellerinin ortaya çıkacağını

ümit ediyoruz. İlerleyen dönemlerde hazır giyim sektörünün diğer alt gruplarına yönelik de yeni kümelenme projeleri gerçekleştiriyor olacağız” dedi. Collection Première Moscow Fuarı (CPM) ihracatçı Türk firmaları ve özellikle hazır giyim markaları açısından oldukça önemli bir etkinlik. Her geçen yıl katılımcı sayısını artıran fuar, Rusya pazarında Türk markaların bilinirliğini sağlarken, ihracatçı firmaların Rusya pazarında daha etkin olmalarına da ortam hazırlıyor. Rusya Federasyonu'nda her yıl binlerce fuar düzenleniyor. Yalnızca Moskova'da 400 civarında fuar düzenlendiği göz önüne alınırsa, pazara girişte fuarların önemi daha iyi anlaşılıyor. Bununla birlikte fuar sayısındaki çokluk, firmaların doğru fuarı bulmalarında engel oluşturuyor. Tam da bu noktada Türk firmalara rehberlik yapması açısından İHKİB'in rolü stratejik bir önem kazanıyor. Rusya'da perakende sektörü her yıl hızla gelişiyor. 2000 yılından itibaren Rusya'nın yıllık ortalama büyüme oranının yüzde 10-15 olduğu tahmin edilirken, perakendecilikteki gelişmeler, Moskova dışındaki büyük kentlere doğru yayılma trendi gösteriyor. Rusya'daki bu gelişmeler Türk firmaları açısından bu pazarın önemini bir kat daha artırıyor. Öte yandan Rusya'da bankacılık sektörünün gelişmemesi nedeniyle, akreditif zorlukları yaşanan pazarda ihracat genellikle peşin döviz karşılığında yapılıyor. Ancak, tüketimin hızlı artması ve tacirlerin sermaye yetersizlikleri, peşin dövizini finanse edemediğinden satıcı avansları ile ticaret deniyor, zaman zaman

da, bu nedenle sorunlar yaşanıyor. Özellikle kayıt dışılık ve sözleşme eksikliklerin bu durumdaki alacakların tahsilini önemli ölçüde zorlaştırıyor.

Rus alıcılar ülke ve marka imajını önemsiyor

CPM gibi önemli bir fuara ev sahipliği yapan Rusya'nın alıcı profili “Moda bilinci yükselmeye başlayan halk” olarak tanımlanırken, Rusya pazarında etkili olmak isteyen markalar için en önemli konu Rus alıcılara ülke ve marka imajını iyi yansıtabilme becerisi olarak öne çıkıyor. Moskova'da gerek yoğun para akışından pay alan refah düzeyi yüksek kitleye gerekse kaliteli ve moda uygun giyiniş tarzını yakalamaya çalışan sıradan Rus vatandaşına pazara girişte ülke imajını etkili olarak verememenin pazarı tümünden kaybetmek gibi bir tehlikesi bulunuyor. Bu gerçeğin farkında olan İHKİB, CPM fuarına milli katılım düzenlerken katılımcı firmaların Türkiye ve dünya çapında kendini ispatlamış markalar olmasına özen gösteriyor. Moskova hazır giyim piyasasından iyi bir pay edinmenin en ideal yolunun her ülkede olduğu gibi Rusya'da da moda fuarlarından geçtiğinin bilincinde olan İHKİB, IGEDO Company firmasının organize ettiği Collection Première Moscow (CPM) fuarı gibi önemli bir fuarı da Türk markaların satış ve tanıtım mecralarına dönüştürüyor. CPM fuarı Moskova hazır giyim piyasasında sahip olduğu kilit rol nedeniyle Rusya pazarına etkin bir giriş yapabilmek için en güçlü kanallardan birisi olarak görülüyor.



UR-GE- Hazır giyim ve Tasarım Kümesi'nde faaliyet gösteren marka ve tasarımcıların ünlü moda siteleri; “adensya.ru”, “fashionista.ru”, “fashionspace.ru”, “moda.ru”, “news24.ru”, “profashion.ru”, “riamoda.ru” gibi moda sitelerinde ve gazetelerde tanıtımları yapıldı.

KONFEKSİYON MAKİNESİ 2014

24. Uluslararası Konfeksiyon Makineleri,
Nakış Makineleri, Konfeksiyon Yan Sanayi ve
Aksesuarları Fuarı

www.konfeksiyonmakinelertifuari.com



Kumaş Özel Bölümü
Fabric Special Section

CLOTHING MACHINERY 2014

24th International Clothing Machines,
Embroidery Machines, Clothing Side Industry and
Accessories Fair



www.clothingmachineryfair.com

ufi
Küresel Fuar
Endüstrisi Birliği
The Global Association
of the Exhibition Industry
Onaylı Fuar
Approved Event

24 - 27 Nisan / April 2014

Moda Perdesi

**10 MART'TA
AÇILACAK**

İHKİB'İN 7 DÖNEM BOYUNCA MODA ENDÜSTRİSİNİN GÜCÜNÜ DE ARKASINA ALARAK YATIRIM YAPTIĞI MARKASI "İSTANBUL FASHION WEEK", BUGÜNKÜ ADIYLA "MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL PRESENTED BY AMERICAN EXPRESS", 10-14 MART TARİHLERİ ARASINDA TOPHANE'DE BULUNAN ANTREPO 3'TE DÜZENLENECEK.

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL İLE DÜNYANIN MODA BAŞKENTLERİNDEN BİRİ OLMA YOLUNDA EMİN ADIMLARLA İLERLEYEN İSTANBUL, 10-14 MART 2014 TARİHLERİ ARASINDA DÜNYANIN DÖRT BİR TARAFINDAN GELEN MODA SEVERLERİ BİR ARAYA GETİRECEK.

Türkiye'nin en seçkin marka ve tasarımcılarının yer aldığı, bu sezon 10'uncusu düzenlenecek ve beş gün boyunca moda severlere görsel bir şölen yaşatacak "Mercedes-Benz Fashion Week Presented By American Express Istanbul" (MBFWI) dünyanın en büyük organizasyon şirketlerinden biri olan IMG tarafından 10-14 Mart tarihleri arasında Tophane Antrepo 3'te düzenlenecek. İHKİB'in 7 dönem boyunca moda endüstrinin gücünü de arkasına alarak yatırım yaptığı markası IFW, bugünkü adıyla "Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul" 10'uncu döneminde de renkli etkinliklere ev sahipliği yapacak. Beş güne yayılacak etkinlikte, gerçekleştirilecek defile (Runway) ve sunumlar (Studio) ile Türkiye'den ve dünyanın dört bir yanından medya, perakende ve moda profesyonelleri başta olmak üzere binlerce kişiyi bir araya getirecek. Moda Haftası'nın bu döneminde de rol alan İHKİB, yurt dışından getireceği alım heyeti ile etkinliğin tanıtımı açısından önemli bir görevi yerine getirecek. Dünyanın dört bir yanından moda dünyasının önemli isimlerinin bir araya geleceği İstanbul Haftası'nda tasarımcılar 2014 yılı Sonbahar/Kış koleksiyonlarını sergileyecek. Doğu ve batı kültürlerinin izlerinin buluşacağı organizasyonun bu döneminde de dünyanın dört bir yanından moda sektörünün ileri gelen isimlerinin yoğun ilgi göstermesi bekleniyor.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da tasarımlarını sergileyecek tasarımcılar arasında ise Gül Ağış-Lug Von Siga, Gamze Saraçoğlu, Özlem Kaya, Zeynep Tosun, Mehtap Elaidi, Simay Bülbül, Niyazi Erdoğan, Hakan Akkaya gibi isimler bulunuyor.

Moda Haftası 10 yaşında

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un, 10-14 Mart 2014 tarihleri arasında gerçekleşecek Sonbahar/Kış 2014-2015 sezonu öncesinde etkinliğin isim sponsoru Mercedes-Benz Türk ve IMG Doğu, 13 Şubat Perşembe akşamı Türk moda endüstrisinin önde gelen isimlerinin bir araya geldiği renkli bir parti düzenledi. Geceye; Mehtap Elaidi, Gül Ağış, Niyazi Erdoğan, Aslı Filinta, Nihan Peker, Nihan Buruk, Dilek Hanif, Hakan Akkaya, Atıl Kutoğlu gibi tasarımcılar, Volkan Atık, Sinan Öncel, Ömer Taviloğlu gibi sektörün duayen isimleri, Emre Doğru, Taner Yılmaz gibi önde gelen moda fotoğrafçıları ve Didem Soydan, Duygu Akdeniz gibi modeller katıldı. Moda prodüksiyon şirket



temsilcilerinden, stil danışmanlarına, dergi genel yayın yönetmenlerinden, moda editörlerine, bloggerlardan basın mensuplarına kadar yaklaşık 500 davetli Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un yeni sezonuna Bomonti'deki tarihi Bira Fabrikası'nda keyifli bir başlangıç yaptı.

FOC Edits'in DJ setleriyle gecenin ritmini tuttuğu organizasyonda, moda fotoğrafçısı Onur Dağ imzalı Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul İlkbahar/Yaz 2014 sezonunda, etkinliğin isim sponsoru Mercedes-Benz'in sunduğu "Mercedes-Benz presents Zeynep Tosun" defilesinin sahne arkası fotoğrafları sergilendi.

"Etkinlik sektörde öncü bir rol üstleniyor"

IMG Doğu CEO'su Ahmet Ünüvar moda sektörünün Türkiye'de gösterdiği ivmeye vurgu yaparak Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un gerek katılan marka ve tasarımcı sayısındaki artışla, gerekse uluslararası moda sektörünün gösterdiği ilgiyle kısa vadede bölgenin en güçlü moda etkinliği haline geleceğinden kuşku duymadıklarını belirtti. Ünüvar, sektörün tüm oyuncularıyla iş birliği halinde sürdürülen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un Türk marka ve tasarımcılarını dünyaya tanıtmaya anlamında üstlendiği öncü rolün altını çizdi.

yoluna devam ediyor

TÜRKİYE’NİN İLK MODA GİRİŞİMCİLİK MERKEZİ OLARAK 2013 YILININ BAŞINDA FAALİYETE GEÇEN “İSTANBUL FASHION INCUBE”, BİRİNCİ YILINI BAŞARIYLA TAMAMLADI. YETENEKLİ GENÇ MODA TASARIMCILARININ ULUSAL VE ULUSLARARASI PLATFORMLARDAKİ REKABET EDEBİLME GÜCÜNÜ KUVVETLENDİRMEK AMACIYLA YÜRÜTTÜĞÜ ÇALIŞMALARIN BİRİNCİ YILINI TAMAMLAYAN MERKEZ, YENİ DÖNEMDE DE YOLUNA DEVAM EDECEK.

İlk yılında bünyesine aldığı tasarımcılara önemli kazanımlar sağlayan “İstanbul Fashion Incube”, 15 Ocak 2014 tarihi itibarıyla bir yıllık çalışma dönemini başarıyla tamamladı. Bir yıllık faaliyet döneminin ardından İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve İstanbul Kalkınma Ajansı’nın 2012 yılı Bilgi Odaklı Ekonomik Kalkınma Mali Destek Programı kapsamında sunduğu hibe desteğiyle Türk moda ve tekstil sektörüne çok önemli bir kurum kazandırılmış oldu. “İstanbul Fashion Incube: Moda Girişimcilik Merkezi” İstanbul Kalkınma Ajansı’nın 278 proje arasından desteklenmeye değer gördüğü 41 projeden biri oldu. İHKİB’in sağladığı kurumsal katkı

ve İstanbul Kalkınma Ajansı’nın mali desteği sayesinde bir yılın sonunda proje planlandığı şekilde başarıyla tamamlandı. İstanbul Fashion Incube, yetenekli ve gelecek vaad eden moda tasarımcılarına profesyonel kapsamda destek vermek amacıyla yola çıkan “Türkiye’nin ilk Moda Girişimcilik Merkezi” olarak 2013 yılının Ocak ayından itibaren genç tasarımcılar için bir yaşam kozası oldu.

Merkezin bir yıllık faaliyetleri masaya yatırıldı

Merkezin bir yıllık faaliyetlerini değerlendirmek üzere, 12 Şubat 2014 tarihinde İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazit Başkanlığında Dış Ticaret

GENÇ MODA TASARIMCILARINA KENDİ MARKALARINI GELİŞTİREREK TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNİN GÜCÜNE GÜÇ KATMAYI AMAÇLAYAN İSTANBUL FASHION INCUBE: MODA GİRİŞİMCİLİK MERKEZİ PROJESİ, MEYVELERİNİ VERMEYE BAŞLADI.

Kompleksi'nde bir basın toplantısı düzenlendi. Basın toplantısına İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Efsane Turan ve Moda Tasarımcılar Derneği Başkanı Mehtap Elaidi'nin yanı sıra "İstanbul Fashion Incube: Moda Girişimcilik Merkezi"nde faaliyet yürüten tasarımcılar katıldı. Basın toplantısında merkezin tasarım, girişimcilik faaliyetlerinden fuar organizasyonlarına kadar birçok çalışması masaya yatırıldı. Toplantının açılış konuşmasını yapan İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt, projenin genel amacının genç moda tasarımcıların sektörün gelecek vizyonuna uygun çalışmalar yürütmesi olduğunu belirterek, "Bu çalışmayla moda tasarımcılarına kendi amaçlarını gerçekleştirme imkanı sunulurken, tasarım algısının bütün sektöre yaygınlaşması da sağlandı. Bir sene içerisinde olumlu sonuçlar aldığımızı görüyoruz" dedi.

İHKİB'in kurumsal hafızası başarıyı beraberinde getirdi

Bir yıl gibi kısa bir süre içerisinde çok ciddi bir performans sergilendiğine dikkat çeken Cemal Bayazıt, "Burada tabii ki İHKİB'in tüm bu çalışmaları yöneten kurumsal hafızası belirleyici bir rol oynadı. Yine İMA'nın bir kurumsal hafızası ve bilgisi var. Bunların hepsinin birleşip iş modelleri üzerinde yoğunlaşarak sonuca yönelmesi çok önemli sonuçlar doğurdu" dedi. Moda Girişimcilik Merkezi'nin beklenen başarıyı elde ederek, moda tasarımcılarına ve tekstil sektörüne olumlu katkılar sunduğunu kaydeden Bayazıt, "Bir yılın sonunda elimizde iyi bir çıktı var. Sürdürülebilirlikle ilgili yönetim kurulumuz kararını verdi; bu projeye devam edeceğiz" dedi.

"Proje yoluna devam edecek"

Türkiye'de birçok projenin hayata geçirildiğini ve belli bir yerden sonra bittiğini belirten Bayazıt, "İnsanlar genellikle bir projenin geleceğiyle pek ilgilenmiyorlar. Bu proje de resmi olarak bitti. Fakat biz özellikle bu proje özelinde farklı bir yaklaşım ortaya koyuyoruz. Hazır giyim Yönetim Kurulu farklı değerlendirmelerden sonra bu projenin devam etmesi yönünde karar aldı. Bu çok önemli bir karar. Projemiz bir takım değişikliklerle yoluna devam edecek" dedi. İHKİB ve dolayısıyla tekstil ve hazır giyim sektörü için sürdürülebilirliğin çok önemli olduğuna vurgu yapan Bayazıt, "Hazır giyim Yönetim Kurulu bu alana yatırım yapma düşüncesiyle merkezin devam etmesini önemsiyor. Tasarımcıları yetiştiriyoruz, ürünler çıkarıyoruz artık buradan çıkan ürünlerin pazara erişimi için bazı çalışmalarımız olacak.



"İstanbul Fashion Incube"un bir yıllık faaliyetlerini değerlendirmek üzere gerçekleştirilen toplantıda, merkezin tasarım ve girişimcilik faaliyetlerinden, fuar organizasyonlarına kadar birçok çalışması masaya yatırıldı.

Bunu da yeni bir proje olarak ajansa sunacağız. Bu projelerin sürdürülebilir olması, diğer projelerle eşgüdüm halinde olması bizim için çok önemli. Gerçekten bu proje, birçok kurum tarafından sahiplenildi. Tasarımcılarımızın çok ciddi emekleri oldu. Bugün de bu projeye yoğun bir talebin olduğunu gözlemliyoruz" dedi.

Moda Girişimcilik Merkezi hedefine ulaştı

Cemal Bayazıt'dan sonra söz alan Moda Tasarımcılar Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi, projenin başarılı bir hale gelmesinde tasarımcıların rolüne dikkat çekerek, "Ben projeye katılan tasarımcıların öncesini ve sonrasını da çok iyi bildiğim için aradaki farkı yaratanın bu proje olduğunu çok net görebiliyorum. Bu tip projelerde genellikle çok çabuk sonuç almak pek mümkün olmuyor. Ama ben bir iki sene sonra, bu projenin birinci ayağını çok daha fazla anacağımızı düşünüyorum. Bu projenin içinden çok fazla başarı örneklerinin çıkacağına inanıyorum" dedi.

Kapanış toplantısında "İstanbul Fashion Incube: Moda Girişimcilik Merkezi" projesinin bir yıllık faaliyetleri hakkında sunum yapan Proje Koordinatörü Funda Köprülü, İstanbul Fashion Incube: Moda Girişimcilik Merkezi projesinin işletmelerini geliştirme potansiyeline sahip genç moda tasarımcılarına yaşamsal güç sağlayarak markalaşmalarına destek vermeyi amaçladığını ve bir yılın sonunda bu amacına büyük oranda ulaştığını söyledi.

Teknolojik malzeme ve kumaşların moda tasarımı alanında kullanımını desteklemek ve tasarımcıları teknoloji ve moda kavramına yakınlaştırmayı da projenin önemli hedefleri

arasında yer aldığı ifade eden Köprülü, merkezin bu hedeflere uygun şekilde düzenlendiğini söyledi. İstanbul Fashion Incube: Moda Girişimcilik Merkezi'nin sektöre önemli katkılar sağlayacağını belirten Köprülü, "En önemli hedefimiz de katma değeri yüksek tasarımlar ve hizmetler geliştirerek küresel rekabet ortamında ülkemizin payını artırmaktır" dedi.

Fashion Incube ile ilklere imza atıldı

Moda Girişimcilik Merkezi'nin bugüne kadar diğer merkezlerde olmayan showroom alanıyla ön plana çıktığını kaydeden Köprülü, "Ürünlerin sergilendiği showroom alanının oluşturulması ticarileşme açısından çok önemliydi. Aynı şekilde merkez bünyesinde bir materyal kütüphanesi ortaya çıkarıldı. Burada gerçek materyal örneklerini inceleyebileceğiniz ve aynı zamanda bütün firmalara ulaşabileceğimiz bir alt yapı hazırlandı. Yine kalıp ve dikiş alanında iki ayrı üretim atölyesi yapılandırıldı" dedi. Programın amacına ulaşabilmesi için tasarımcıların bilinirliklerini ve onların markalarıyla ilgili farkındalıklarını artırmayı önemine değinen Köprülü, "Bu ihtiyaç da eğitim ve danışmanlık programları aracılığıyla karşılandı. Bu çalışma, projenin çok önemli bir bölümüydü ve projeye çok değer kattı" dedi.

Merkez bünyesinde özellikle proje geliştirme, iş planı, pazarlama, satış, markalaşma ve sunum gibi A'dan Z'ye moda tasarımının tüm alanlarını kapsayacak şekilde bir nevi danışmanlık programı uygulandığına dikkat çeken Köprülü, "Bundan sonrası artık koleksiyonun üretim aşamasıydı. Kumaş ve materyal temini ile bunlar da yapıldı. Tasarımcılar İlkbahar/Yaz 2014 koleksiyonlarını ve Kış 2014-2015 ko-



NİYAZİ ERDOĞAN
Moda Tasarımcısı

Fashion Incube bizim gibi genç tasarımcılar için çok önemli bir projeydi. Her tasarımcı kendi markasını oluştururken sonuçta finansal olarak çok güçlü olmuyor. Aynı zamanda marka yaratma süreciyle ilgili de çok bilinçli olmuyor. Bu merkez, tasarımcıyı hem finansman anlamında destekliyor hem de markalaşma sürecinde tasarımcıya ne tip yollar izlemesi gerektiğini öğretiyor. O yüzden çok önemli bir kuruluş. Özellikle Fashion Incube kendi oluşturduğu marka değeriyle artı bir değer katıyor bütün tasarımcılara. Fashion Incube altında olmak bir tasarımcı için ayrıcalık yaratıyor.



ASU AKSU
Moda Tasarımcısı

Bu girişimdeki en önemli şey benim için eğitimdi. İşin doğası gereği her şeyi tek başımıza yapmaya çalışırken, bir takım şeyleri gözden geçiriyoruz. Sizin beğendiğinizi bir başkası beğenemiyor. Dolayısıyla her markaya ona özel bir danışmanlık, ona özel bir eğitim gerekiyor. Burada kendi firmamıza özel eğitim alıyorsunuz. Bu şimdiye kadar yapılmamış bir şeydi. Birtakım şeylerin maliyetlerinin karşılanması bir noktadan sonra bizleri zorlayan bir konuydu. Bu noktada bizlere sunulan destekle her şeyi bütün olarak yapma şansını elde ettik. Birçok fuarda kendimizi gösterme fırsatını yakaladık.



EMRE ERDEMOĞLU
Moda Tasarımcısı

Her şeyden önce çok keyifli bir projeydi. Kendi markalarımızı yaratmamız için çok büyük bir fırsattı. Çünkü Türkiye’de yaşanan en büyük problemlerden biri markalaşma konusudur. Tasarımcı var ama tasarımcı kendi markasını büyütüp ilerletmiyor. Bunun için ciddi finans gerekiyor. Bu projeye bu ihtiyacı karşıladık. Hepimizin kendi markasına katma değer sağladığını düşünüyorum. Bir yandan Türkiye’de marka olmuş firmalara danışmanlık yapıyoruz, bir yandan da kendi markalarımızı besliyoruz. Bu durum Türkiye’nin tekstili için çok önemli.

leksiyonlarını merkez kapsamında hayata geçirdiler. Tanıtım her zaman modanın olmazsa olmazı. Bu anlamda yurt içi ve yurt dışı iki ayrı firmayla çalışıldı ve burada da çok güzel faaliyetler ortaya çıkartıldı” dedi.

Güçlü projelerin arkasındaki kurum: İHKİB

İHKİB’in projenin amaçlarını biraz daha ileri taşımak adına çok önemli katkıları olduğunu belirten Köprülü, “İHKİB’in projeye kattığı vizyon çok önemliydi. Ayrıca eş finansman olarak sağladığı ekipman ve personel desteği de projenin hedeflerine ulaşmasında önemli rol oynadı. Gerçekleşen son moda haftasına katılmada tasarımcıları kurumsal olarak destekledi. Ayrıca Paris Who’s Next Fuarı’na katılımımız da yine İHKİB desteğiyle ger-

çekleşti” dedi. Bir yıl boyunca merkezde 10 tasarımcının desteklendiği bilgisini veren Köprülü, “8 tasarımcımız kadın giyim üzerine, 2 tasarımcımız da erkek giyim üzerine çalışıyor. Tasarımcıların belirlenmesinde birtakım kriterler esas alındı. Başvurular değerlendirildikten sonra tasarımcılarımız merkez bünyesine alındılar. En temel seçim kriterlerimiz; dört sezondur koleksiyon üretiyor olmaları, şahıs şirketine sahip olmaları ve İstanbul bölgesinde faaliyet yürütüyor olmalarıydı” dedi.

İHKİB “Yola devam” dedi

15 Ocak 2014 tarihinde resmi olarak tamamlanan Teknoloji Odaklı Tasarım Merkezi projesi, kendi kaynakları ve kurucusu İHKİB’in desteğiyle yeni dönemde de devam edecek.

Destek alan tasarımcıların gelişmelerinin İstanbul Fashion Incube Danışma Komitesi tarafından değerlendirilmesinin ardından, yeni dönemde Merkez bünyesinde yer alacak tasarımcılar ile verilecek destek ve danışmanlık programlarının nitelik ve niceliği belirlenecek. Moda Girişimcilik Merkezi, markalaşma sürecinde yeterli olgunluğa erişen tasarımcıların merkezden ayrılıp yerlerini yeni girişimci moda tasarımcılarına bırakması ile zaman içinde birçok tasarımcıyı desteklemeyi hedefliyor. Ayrıca önümüzdeki yıllarda, yapı içinde üretilen koleksiyonların ticarileşmesine ağırlık vermek, yurt içi ve yurt dışı tanıtım etkinliklerinin nicelik ve niteliğini artırmak ve danışmanlık eğitimlerini tasarımcı ihtiyaçları bazında farklılaştırmak İstanbul Fashion Incube’un yeni dönem hedefleri arasında yer alıyor.

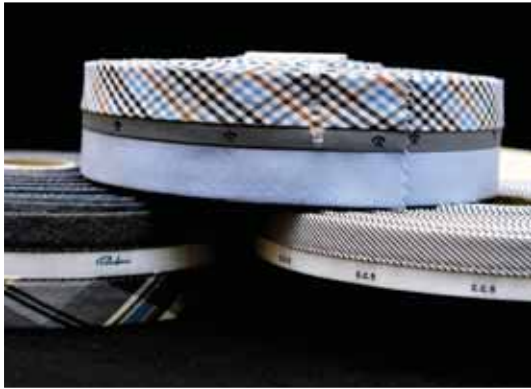


Zafer Mh. Aydınlık Sk. No: 10-12A Yenibosna - Bahçelievler / Istanbul

Tel: +90 212 653 66 62 - 639 32 69

Fax: +90 212 552 62 58

www.aktmensucat.com.tr





İTHİB'DE FUAR ZAMANI

OCAK VE ŞUBAT AYLARINDA ALMANYA'DAN KOLOMBİYA'YA, PARİS'TEN LONDRA'YA KADAR YURT DIŞI FUARLARINA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, TEKSTİL SEKTÖRLERİNİN ÖNDE GELEN PAZARLARINA ÇIKARMA YAPTI.

Ocak ve şubat aylarında İTHİB'in milli katılım gerçekleştirdiği fuarlarla ilgili değerlendirme yapan İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, söz konusu fuarların Türk tekstil ve kumaş üreticileri açısından son derece verimli geçtiğini söyledi. Colombiatex de las Americas Fuarı'nın, Latin Amerika ülkelerine ulaşmak ve ürünleri pazarlamak açısından çok isabetli bir fuar olduğunu belirten Pala, Pascual Bravo Üniversitesi ile Türkiye'deki birkaç üniversite ile karşılıklı olarak exchange öğrenci uygulamasının yapılması için adımlar atıldığını belirtti. Belli sektörlerin dışında dünya çapında fuarlarda kan kaybı yaşandığını belirten Pala, fuarlarda yaşanan olumsuzluklara rağmen Premiere Vision Paris Fuarı'nın

kumaş fuarı olarak dünyada bir numara olduğunu kaydetti. Munich Fabric Start'ın ise Almanya ve etrafındaki ülkeler için nokta atışı bir fuar olduğuna dikkat çeken Pala, fuara dünya çapında yoğun bir ilginin olduğunu belirtti. Diğer taraftan Türk konfeksiyon üreticileri tarafından ISPO Munich Fuarı'nın değerinin anlaşılmadığının altını çizen Pala, bu fuara daha çok yüksek ve teknik tekstil kumaşları üreten firmaların katılması gerektiğine vurgu yaptı. Son olarak Londra Tekstil Fuarı'nı değerlendiren Pala, fuarın bu döneminin firmalar açısından başarılı geçtiğini ve firmaların İngiltere pazarında var olabilmesi açısından bu fuara katılımın devamlı olmasının önem arz ettiğini dile getirdi.

GÜNEY AMERİKA'DAN JAPONYA'YA TÜM TEKSTİL PROFESYONELLERİNİN YOĞUN İLGİSİNİ TOPLAYAN "PREMIERE VISION PARIS" BU DÖNEMİNDE DE TEKSTİL SEKTÖRÜNE DAİR SON TRENDLERİ ZİYARETÇİLERLE BULUŞTURDU. BU DÖNEM DE FUARIN BAŞROL OYUNCULARI ARASINDA YERİNİ ALMAYI BAŞARAN TÜRKİYE, 68 FİRMA İLE KALİTESİNİ KONUŞTURDU.

PV'nin başrol oyuncusu yine Türkiye

Moda otoritelerinin yakından takip ettiği en önemli etkinlikler arasında yer alan "Premiere Vision Paris", dünyanın dört bir köşesinden hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticilerini, moda tasarımcıları ve alım gruplarını bir kez daha bir araya getirdi. 18-20 Şubat 2014 tarihleri arasında Paris'te düzenlenen Premiere Vision Fuarı, iştirakçisi olduğu Indigo-desen tasarım, Expofil-iplik, Modamont-aksesuar, Zoom by Fatex-fason hazır giyim üretimi, Le Cuir a Paris-deri fuarlarıyla aynı alanda ve aynı tarihlerde "Premiere Vision Pluriel" başlığı altında gerçekleştirildi. İplikten bitmiş ürüne, hazır giyim üretimiyle ilgili tüm profesyonelleri buluşturan Premiere Vision Paris, düzenlendiği üç gün boyunca 51 bin 854 ziyaretçiyi ağırladı. İTHİB'in 23 firma ile milli katılım gerçekleştirdiği fuara, Türkiye'den bireysel olarak katılan firma sayısı ise 45 oldu. Türkiye'den fuara katılan tekstil üreticisi firmalarının koleksiyonlarını, fuar ziyaretçilerine tek bir çatı altında sunabilmesi ve kolay erişim sağlanabilmesi amacıyla Hall 6 girişinde İTHİB tarafından Türkiye katılımcılarına özel bir trend alanı oluşturuldu. Bu alanda firmaların en son koleksiyonlarından örnekler, güncel kumaş doku ve renk eğilimleri hakkında detaylı bilgiler ve sınıflandırmalar eşliğinde sergilendi. İTHİB trend alanı içinde verilen "lounge" alanı da katılımcılar için bir buluşma ve destek noktası oldu.

Premiere Vision İstanbul'a geliyor

PV fuarının her sene artan katılımı sayısı ile sektörün esas oyuncusu olma yolunda ilerlediğini söyleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle, fuarın sınıfında en başarılı etkinliklerden biri olduğuna dikkat çekti. Fuarın bu dönemine katılımın son derece yüksek olduğunu belirten İTHİB Başkanı, bu durumun fuarın önümüz-



İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Premiere Vision Paris Fuarı'nın her sene artan katılımı sayısı ile sektörün esas oyuncusu olma yolunda ilerlediğini söyledi.

deki dönemine gerçekleştirecekleri milli katılım olan ilgiyi daha da artıracaklarını söyledi. Fuarı İstanbul'da da düzenlemekle ilgili üç yıl önce PV yöneticileriyle görüşmeler yaptıklarını hatırlatan Gülle, 29-31 Ekim 2014 tarihleri arasında fuarın İstanbul ayağının gerçekleşeceğini haberini verdi. Gülle, "İstanbul'un başarılı bir tekstil fuarına ihtiyacı var. Birtakım fuarlar, denendi ama maalesef söz konusu etkinlikler tekstil fuarı açığını dolduramadı. Ümit ediyoruz ki bu fuar başarılı olacak. Aynı zamanda Messe Frankfurt, İstanbul'da bir fuar düzenliyor. Bu fuarların arka arkaya İstanbul'a gelmesi, Türkiye tekstili açısından da olumlu bir izlenim oluşturacak. Uluslararası bir fuar olacağı için yabancı katılımcıların sayısı daha da fazla olacak" diye konuştu.

Premiere Vision Paris'in sektördeki etkin fuarların başında yer aldığı dile getiren İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Bilici ise görüşlerini şöyle aktardı: "Premiere Vision Paris, dünyanın her yerinden ve özellikle Avrupa'dan alıcıların satıcılarla birleştiği büyük bir fuar. Bu fuara

bütün alıcılar geldiği için burada mal satmak ve yeni koleksiyonları sunmak çok daha kolay oluyor. Diğer taraftan fuar idaresi burayı çok iyi dizayn ederek, firmaların etkili bir şekilde ürünlerini alıcılarla buluşturmasına olanak sağlamış."

PV özelleşen pazar koşullarına ayak uyduruyor

Yüzde 73 oranında Fransa dışından gelen ziyaretçilerin katılımı ile gerçekleşen fuara ziyaretçi oranı ülkelere göre; yüzde 13 ile İngiltere, yüzde 11 ile İtalya, yüzde 6 ile Almanya, yüzde 6 ile İspanya, yüzde 9 ile Japonya, Güney Kore ve Çin, yüzde 4 ile Amerika ve yüzde 3.5 ile Türkiye olarak sıralandı. Paris'te yılda iki kez düzenlenen fuar, dünya modasının küresel erişimine paralel olarak New York, São Paulo, ve Şanghay gibi önemli merkezlerde de alt etkinliklerini sürdürüyor. PV, özelleşen pazar koşulları sebebiyle "Denim by Premiere Vision" fuarını Mayıs ve Kasım aylarında İspanya'nın Barcelona şehrinde gerçekleştirecek.



İTHİB tarafından kurulan trend alanı ile Türk tekstil sektörünün kalitesini gözler önüne seren fuarda, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, Uztex firmasının sahibi Mehmet Uz ile bir araya geldi.





KOLOMBİYA TÜRKİYE'NİN KADRAJINDA

GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ İÇİN TEDARİK NOKTASI OLARAK BİLİLEN "COLOMBIATEX" FUARI, TÜRKİYEDEKİ TEKSTİL FİRMALARININ İLGİSİNİ GİDEREK DAHA ÇOK ÇEKİYOR. BU YIL 26'NCISI GERÇEKLEŞTİRİLEN FUARA DÖRDÜNCÜ DEFA MİLLİ KATILIM DÜZENLEYEN İTHİB, 10 TEKSTİL FİRMASINI GÜNEY AMERİKA'YA TAŞIDI.

Geçtiğimiz yıllarda Şili ve Brezilya'ya düzenlediği ticaret heyetleriyle Latin Amerika pazarının kapılarını ihracatçılar için aralayan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), bu projesinin temelini "Colombiatex De Las Americas Tekstil Ürünleri Fuarı"na milli katılım düzenleyerek daha da sağlamlaştırıyor. 21-23 Ocak tarihleri arasında Kolombiya'da Plaza Mayor Convention Center'da düzenlenen fuara, 10'u İTHİB bünyesinde olmak üzere, toplamda Türkiye'den 16 firma katılım sağladı. Bu yıl 26'ncısı düzenlenen Colombiatex de las Americas Fuarı, Güney Amerika hazır giyim üretiminin en önemli tedarik merkezlerinden biri. Hazır giyim üreticilerinin başlıca tedarik noktası konusunda yer alan Colombiatex de las Americas Fuarı, sunduğu ürün ve hizmetler açısından bütünlük içeren bir tedarik fuarı

ve pazarında rakipsiz bir etkinlik olarak konumlandırılıyor. Dünyanın farklı yerlerinden gelen birçok alıcıyı bir araya getiren Colombiatex Fuarı, tekstil ve aksesuarları alanında birçok ürünü ziyaretçilere sunuyor. Modern hazır giyim ve moda fuarları atmosferinde katılımcı ve ziyaretçilerini bir araya getiren fuar, ticari açıdan önemini yanı sıra katılımcıların firma imajı açısından da boy gösterdiği bir etkinlik olma özelliği taşıyor.

İplik, elyaf, kumaş ve konfeksiyon yan sanayiye ait birçok ürünün sergilendiği fuarın bu dönemine, toplamda 500 firma katıldı. 26 bin 149 kişinin ziyaret ettiği organizasyona, 41 ayrı ülkeden alıcı iştirak etti. Fuara katılan ülkeler arasında ise; Hindistan, İspanya, Brezilya, Meksika, Pakistan, Ekvator, Peru, Singapur, İtalya, ABD, Türkiye, Portekiz, gibi ülkeler yer aldı.

İPLİK, ELYAF, KUMAŞ VE KONFEKSİYON YAN SANAYİYE AİT BİRÇOK ÜRÜNÜN SERGİLENDİĞİ, 500 FİRMANIN KATILIM GÖSTERDİĞİ COLOMBIATEX FUARI'NI, ÜÇ GÜN BOYUNCA TOPLAMDA 26 BİN 149 KİŞİ ZİYARET ETTİ.



ÖMER KESKİNKİLİÇ
Gipex/ Pazarlama Müdürü

STANDARTLARIN DIŞINA ÇIKMALIYIZ

Gipex markamız adı altında Çolakoğlu ve Bestelast Tekstil olarak elestanlı sentetik iplik üretimi ve satışı yapan bir firmayız. Ürünlerimizin yüzde 60'ını direk olarak Avrupa, Doğu Avrupa, Rusya ve Ortadoğu'ya ihraç ediyoruz. İTHİB'in önerisi ile Amerika pazarına Colombiatex fuarı ile bir başlangıç yapmış olduk. Potansiyel olarak Latin Amerika ülkelerinde özellikle standart olmayan ve Avrupa firmalarının sattığı ipliklerde şansımız olduğunu düşünüyoruz. Bu fuarı; detaylı hazırlanmış ve ziyaretçi ilgisi çok yüksek bir etkinlik olarak değerlendirebiliriz. Bu fuar aracılığı ile sadece Kolombiya firmaları değil, aynı zamanda Latin Amerika'nın birçok ülkesinden gelen firmalarla da tanışma şansımız oldu.



SELİM DENİZER
Diktaş İplik San./İhracat Sorumlusu

KOLOMBİYA PAZARI KENDİNİ GELİŞTİRİYOR

Colombiatex de las Americas Fuarı, Latin Amerika pazarı için doğru bir nokta. Bu fuar dünyanın birçok ülkesinden ziyaretçiyi söz konusu bölgeye çekiyor. Diğer taraftan Kolombiya piyasası da diğer ülkelere kıyasla daha büyük bir piyasa ve her sene kendini geliştiren bir özelliğe sahip. Bu yüzden Colombiatex de las Americas Fuarı, Güney Amerika piyasasına girmek için doğru bir başlangıç noktası. Colombiatex de las Americas Fuarı'na gelen ziyaretçi sayısı firmalar için bir avantaj. Bu avantajın iyi değerlendirilmesi gerekiyor. Latin Amerika ülkelerine açılmanın en doğru adresi bu diyebiliriz.

İTHİB 4'üncü kez Colombiatex'te

500 firmanın katılım sağladığı Colombiatex de las Americas Fuarı'na, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala önderliğinde 10'u birlik bünyesinde olmak üzere, Türkiye'den toplam 16 firma katıldı. İTHİB'in milli katılım gerçekleştirdiği fuarda 10 firma, beyaz salon ve sarı salonda 188.5 metrekarelik alanda ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sundu. Fuar esnasında yapılan tanıtım çalışmalarında Türkiye'nin milli katılımı vurgulanırken, bu çerçevede fuar katılımcı firmaları için katalog bastırılıp, fuar süresince İTHİB'in bilgi stantlarında ve fuar alanında ücretsiz dağıtıldı. Fuar ana katalogunda bir sayfalık ilan yer verilerek Türk katılımcılara dikkat çekildi. Ayrıca, fuarın ana girişinde, main

hall'den cultural plaza ve denim review alanına geçişte ve denim review alanında olmak üzere üç adet "light-box" panolar kiralandı.

120 milyon dolarlık iş bağlantısı

Fuarda ev tekstili ve konfeksiyona yönelik her türlü kumaş, iplik, konfeksiyonun yanı sıra yan sanayi ürünleri, tekstil makineleri ve kimyasalları yer aldı. Fuarın alım heyetleri organizasyonunu üstlenen Kolombiya'nın İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi konumundaki Proexport'un raporuna göre fuarda üç gün boyunca 120 milyon dolarlık iş bağlantısı gerçekleşti. Bu iş hacmini oluşturan en önemli ülkeler ise Meksika ve Peru olarak öne çıktı.



Colombiatex'te, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala firma stantlarını ziyaret ederek, fuarın bu dönemine ilişkin katılımcıların düşüncelerini dinledi.



ISPO MUNICH FUARI'NA REKOR KATILIM

DÜNYANIN ÖNDE GELEN SPOR FUARLARINDAN OLAN ISPO MUNICH'E BU YIL 51 ÜLKEDEN 2 BİN 565 KATILIMCI İLE REKOR BİR KATILIM SAĞLANDI. FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN UZUN BİR SÜREDİR ÇALIŞMALAR YÜRÜTEN İTHİB DE 14 FİRMA İLE ETKİNLİKTEKİ YERİNİ ALDI.

Spor modasının en büyük fuarı olarak önemini koruyan ISPO Munich Fuarı'nın 44'üncüsü 26-29 Ocak 2014 tarihleri arasında Almanya'nın Munich şehrinde gerçekleşti. Katılımcı sayısında bu dönem kendi rekorunu kıran fuara, 51 ülkeden 2 bin 565 firma katılırken, 100 ülkeden de 80 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırladı.

Dünyanın önde gelen fuar şirketlerinden biri olan Messe München International tarafından düzenlenen ISPO Munich Fuarı'nın ziyaretçilerinin yüzde 66'sı İtalya, Avusturya, İsviçre, Fransa ve İngiltere'den gelenler oluşturdu. Diğer taraftan bu yıl fuarda, Amerika Birleşik Devletleri ve Rusya gibi ülkelerden de katılanların sayısında artış yaşandı.

Fuara; tekstil firmalarının tanıtım çalışmalarını gerçekleştirmek ve fuarın nabzını tutmak için yerini alan İTHİB'le birlikte 14 tekstil firması katıldı. İTKİB Genel Sekreteri Cumhuriyet İşbirakmaz'ın da firmaları yalnız bı-

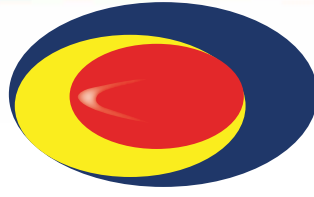
rakmadığı fuarda, Türk tekstil sektörünün spor modasında geldiği yere dikkat çekildi. Spor giyimi ve diğer spor ürünlerinin üretimine ilişkin özellikle teknik tekstil üretimi yapan firmaların dikkatini bu fuara çekmeye çalışan İTHİB, fuar idaresince düzenlenen Textrends Forum'a Türk firmaların katılmaları konusunda bilgilendirdi.

Fuarda 8 ayrı kategori

Fuar; tekstil ürünleri, teknik tekstil ürünleri, örme, spor, spor malzemeleri, spor giyim ve spor modası, spor ayakkabılar, takım sporları ekipmanları, salon sporları

ekipmanları, atletizm spor ekipmanları, bireysel spor dalları ve ekipmanları, fitness spor ekipmanları, dağcılık, yürüyüş sporları ve ekipmanları, yüzme, tenis, masa tenisi, bisiklet sporları, kayak, kış sporları ekipmanları ve modası, lisanslı spor ürünleri, alternatif spor dalları ve ekipmanları alıcılarla buluşturuyor. Firmaları sergileyecekleri ürün gruplarına göre kategorilere ayıran fuar; Tekstil Trendleri, Sağlık ve Fitness, Ispo Moda, Spor - Stil, Performans Sporları, Dış Alan Sporları, Aksiyon Sporları, Kayak Sporları olmak üzere 8 bölümden oluşuyor.





ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.

www.anadoluiplik.com.tr

NYLON

PAMUK

POLYESTER



Nylon 6 Düz İplikler (FDY)
Nylon 6 Tekstüre İplikler (DTY)
Nylon 6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)

Nylon 6.6 Düz İplikler (FDY)
Nylon 6.6 Tekstüre İplikler (DTY)
Nylon 6.6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



Ring Compact Penye İplikler
Ring Penye İplikler
Ring Karde İplikler
Ring Penye Core-Spun İplikler
Ring Karde Core-Spun İplikler
Open-End İplikler
Flamli İplikler



Polyester Tekstüre İplikler (DTY)
Polyester Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



Prof. Muammer Aksoy Caddesi No: 1
Olivium Center Ek Bina 1. Ofis
Zeytinburnu / İstanbul Katı

Tel: +90 212 415 50 50
Fax: +90 212 415 56 06

info@anadoluiplik.com.tr

TEKSTİLDEKİ, TEKNİK GELİŞMELER VE YENİLİKLERLE MODADAKİ KALİTE VE FARKLILIKLARIN KOMBİNASYONUNDAN YOLA ÇIKAN “MUNICH FABRIC START FUARI” 4-6 ŞUBAT TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİ. FUARA İKİNCİ DEFA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, 19 FİRMA İLE ETKİNLİKTE YERİNİ ALDI.

FUAR

62



MUNICH FABRIC'E İLGİ ARTIYOR

Katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli açısından Almanya'da düzenlenen en büyük tekstil fuarları arasında yer alan Munich Fabric Start, 4-6 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirildi. Dünya çapında tekstil alıcılarını ve tedarikçilerini ağırlayan fuara, Şubat 2014 dönemi için toplamda 950 firma katıldı. Fuara üç gün sonunda 20 bin ziyaretçi geldi. Bin 500 koleksiyonun sergilendiği fuar, geçen yıla kıyasla ziyaretçi sayısında yüzde 8 artış yaşadı. Türkiye'nin tekstil ve hammaddeleri ihracatında ilk sıralarda yer alan Almanya'daki konumunu daha da güçlendirme kararı alan İTHİB, bu dönem fuara 19 firma ile milli

katılım gerçekleştirdi. Fuara Türkiye'den katılan toplam firma sayısı ise 132 oldu. Üç gün boyunca uluslararası tasarımcılar, alıcılar ve ürün yöneticileri için merkezi bir platform olan Munich Fabric Start, “Collections”, “Additional”, “Bluezone”, “Asia Salon” ve “Showroom” bölümlerinden oluştu. Fuarın katılımcı sayısında artış yaşanırken, fuarda Asya bölgesine ayrılan alanda yaklaşık 70 katılımcı hazır bulundu. ‘BlueZone’ adını verdiği jean kumaşa ayrılan alanda 68 katılımcı ağırlayan fuar, enerji iktisadi ve geri dönüşümle ilgili çözümler sunan GreenZone alanına da start verdi.

Fuara 132 Türk firması katıldı

Ziyaretçi sayısında yüzde 8 artış sağlayan Munich Fabric Start Fuarı'na bu dönem İTHİB, 19 firma ile katıldı. Söktaş, Anteks, Güllü Tekstil, BTD Tekstil, Atakumaş gibi Türkiye ve dünyada markalaşmış veya markalaşma yolunda olan firmalar ile Almanya ve Avrupa pazarına açılmak isteyen firmaların bulunduğu toplam 19 tekstil firması milli katılım organizasyonu içinde yer aldı. Fuar alanında ülke ve firma tanıtımlarını gerçekleştiren İTHİB, milli katılım organizasyonu içerisinde yer alan firmaların bilgilerinin yer aldığı kataloğu, info standında ve fuarın diğer alanlarında ziyaretçilere ücretsiz olarak dağıttı.

2015 İlkbahar/Yaz koleksiyonumuzu ve yenilenen Noblesse ürün grubumuzu tanıttığımız fuar, başından beri katıldığımız tüm Munich Fabric Start fuarları içerisinde rekor sayıda ziyaretçinin katılımı ile sona erdi. Özellikle Alman müşterilere ulaşmak için çok önemli olan bu fuarda müşteri sayısının yanında koleksiyonlarımızın büyük beğeni kazanması da bizi çok mutlu etti. Yenilenen Noblesse ürün grubumuzdan bahsetmek gerekirse; bu ürün grubundaki iplik kalitesi ve inceliği, yeni teknolojiler ile iç içe olup tasarımlarımızı faaliyete geçirmek konusundaki kararlılığımız, bir zamanlar mümkün olmayan desen ve dokuları yaratmamızı sağladı. Yeni Noblesse, sezondaki herhangi bir yeniliği değil, son derece özel ve neredeyse kusursuz bir koleksiyonu ifade ediyor. Dünyanın en ince ipliklerinden hazırlanan, dünyanın en kaliteli kumaşlarını içeriyor.

SEYHAN AKTEMUR

Söktaş / Genel Md. Yard.
Pazarlama ve Ürün Geliştirme

Her sene Şubat ve Eylül aylarında düzenlenen Munich Fabric Start Fuarı'nın özellikle bölgesel anlamda büyük bir öneme sahip olduğunu düşünüyoruz. Yünya olarak büyük ihracat pazarlarımızdan olan Almanya'da gerçekleştirilen bu fuar, her geçen sezon geliyor ve büyüyor.

2015 İlkbahar/Yaz koleksiyonumuzu tanıttığımız Şubat ayında gerçekleştirilen fuar bizim için yine hem müşteri hem tanıtım anlamında başarılı geçti. Yünlü kumaş üretiminde dünya liderliği vizyonu ile yürüttüğümüz çalışmalarımız, hazırladığımız koleksiyonlarımız, hız, esneklik ve teknoloji ile ürettiğimiz kumaşlarımızın tanıtıldığı bu fuarlar hem firmamız hem sektörümüz hem de ülkemiz için önemli birer tanıtım aracıdır.

CEM ÇELİKOĞLU

Yünya / Genel Müdürü

LET'S DENIM!



KilimDenim



KilimDenim is a company of Kilim Group

AVRUPA'DAN GELEN TEKSTİL ÜRETİCİLERİ, TASARIMCILARI VE DİSTRİBÜTÖRLERİNİ TEK BİR ÇATI ALTINDA TOPLAYAN "THE LONDON TEXTILE FAIR", BU DÖNEMİNDE DE SUNDUĞU PAZAR OLANAKLARI VE ZİYARETÇİ SAYISIYLA TÜRK FİRMALARINI HAREKETE GEÇİRDİ.



LONDRA FUARI TEKSTİLCİLERİ HAREKETE GEÇİRDİ

Londra'nın en büyük ve prestijli tekstil fuarı olan "The London Textile Fair" (Londra Tekstil Fuarı) 22-23 Ocak tarihleri arasında The Business Design Centre'de kapılarını 10'uncu kez ziyaretçilerine açtı. Toplamda 56 Türk firmasının katıldığı Londra Tekstil Fuarı'na, bu dönem İTHİB, 40 firma ile milli katılım gerçekleştirdi. Avrupa'dan gelen tekstil üreticileri, tasarımcıları ve distribütörlerini tek çatı altında toplayan fuar, bin 996 ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Ocak ve Temmuz dönemlerinde olmak üzere yılda iki kere düzenlenen fuar; Avrupa tekstil pazarı için önemli bir giriş noktası. 56 İngiltere firmasının katıldığı fuara; başta Türkiye olmak üzere, İspanya, Fransa, İtalya, Yeni Zelanda, Almanya, Portekiz, İrlanda, Lübnan, Slovenya gibi dünyanın çeşitli ülkelerinden katılım sağlandı. Fuar, Ocak 2014 dönemi için toplamda bin 769 ziyaretçi geldi. Fuarla katılan firma sayısı ise 270 oldu. Katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli açısından Londra'da düzenlenen en büyük tekstil fuarı özelliğini

taşıyan etkinlik, firmalar ile ziyaretçilere sunduğu ikili görüşmeler (Business to business-B2B) ile katılımcılara interaktif bir ortam sundu.

İTHİB'den milli katılım

Türk firmalarının ihracat kapasitelerini artırmaları açısından da önemli bir organizasyon olan Londra Tekstil Fuarı'na bu dönem İTHİB şemsiyesi altında 40 Türk firması katıldı. Organizasyon kapsamında çeşitli tanıtım faaliyetlerine yer verilen fu-

arda, Türk tekstil sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedeflendi. Fuar alanında info stand ve bannerlar ile tanıtım çalışmaları yapan İTHİB, sektörün önde gelen yayınlarından olan Drapers dergisinde de yer aldı. Bu fuarla, Türk tekstilinin en büyük ihracatçılarından biri olduğu Avrupa pazarındaki yerini koruması ve mevcut payını daha da artırarak 2023 yılı için hedeflenen ihracat rakamlarına ulaşabilmesi için etkin ticari bağlanmalarını kurması hedeflendi.



PV'YE HAZIRLIK YAPMIŞ OLDUK

Fuar sırasında müşteri sirkülasyonumuz çok fazla oldu. Fuarın çok pratik bir yapıya sahip olduğunu söyleyebilirim. İki adet askı ve bir masa direk bütün işinizi halletmenizi sağlıyor. Diğer taraftan bu fuarda hem kış koleksiyonu hem de yaz koleksiyonunu aynı anda gösterebiliyoruz. Premiere Vision Fuarı'ndan önce Londra Fuarı'nın gerçekleşmesi bizim için olumlu bir geri dönüş oluyor. Londra Fuarı'nda müşterilerin reaksiyonlarını almış oluyoruz. Böylece Premiere Vision Fuarı'na daha hazırlıklı katılabiliyoruz.

HATİCE BİLİCİ

BTD Tekstil / İhracat Sorumlusu

MÜŞTERİLERİN KALİTESİ ARTTI

Londra Tekstil Fuarı, birkaç yıl önce-sine kadar amatör bir fuar özelliğine sahip iken, yıllar içinde kendini geliştirerek daha profesyonel bir havaya bürünerek prestijli bir fuar oldu. Böylece fuara gelen hem müşterilerin hem de firmaların kalitesi de artmaya başladı. Fuarı ziyaret eden müşterilerin kalitesi arttıkça katılımcı firma sayısında da haliyle artış yaşandı. İngilizler bu fuar sayesinde bir tekstil fuarlarının olduğunun kesinlikle farkına vardılar.

AYKUT BURAK ÇELİKKANAT

Linset/ Firma Sahibi

İNGİLTERE'NİN BÜTÜN MÜŞTERİLERİ BURADA

Londra Tekstil Fuarı'nın firma olarak bugüne dek katıldığımız en başarılı fuarlardan biri olduğunu söyleyebilirim. İkili görüşmeler halinde geçen bir konseptin söz konusu olduğu bu uygulamanın diğer fuarlarda da uygulanması, firmalar açısından olumlu sonuç doğuracaktır. Az bir masrafla çok müşteri ziyareti sağlanan pozitif etkili bir fuar. İngiltere piyasasındaki bütün müşteriler bu fuarı ziyaret ediyor. Bu da bizim açı-mızdan bir avantaj.

DERYA YARANGÜMELİ

Yarangümeli Tekstil / Firma Sahibi



FUARDAN MEMNUN AYRILDIK

Genel bir görüş bildirmem gerekirse Londra Tekstil Fuarı'ndan son derece memnunuz. Londra Tekstil Fuarı, bizim için pozitif ibrede yer alıyor. Fuarda satış yapacağımız müşteri sayısı belirli. Hedef kitlemiz stantlarımızı ziyaret ediyor. Orta ve üst seviyede kumaşlar ürettiğimiz için beklediğimiz bütün müşteriler bizi ziyaret ettiler. Ürünlerimizle ilgilendiler ve seçtiler. Hedef kitlemize ulaşabildiğimiz için memnunuz.

S. ALPER BURGUN

Akın Tekstil / Ürün Satış Direktör

GELECEK DÖNEM DE FUARA KATILMAYI DÜŞÜNÜYÜRÜZ

Önümüzdeki dönem de Londra Tekstil Fuarı'na katılmayı istiyoruz. Fuarı ilk defa katılıyor olmamıza rağmen çok memnun kaldık. Londra'ya gelip direk müşteriler ile konuşmak çok yardımcı oldu. Fuarı diğer fuarlar ile karşılaştıracak olursak maliyet açısından avantajlı bir platform olduğunu söyleyebiliriz. Ortamın açık ve masa düzeninde olması, bir masadan çıkan müşterinin diğerini kolaylıkla ziyaret edebilmesine imkân sunuyor.

AYK KAZAROĞLU

Kazaroğlu Tekstil / İhracat Müdürü



GERİ DÖNÜŞLER ÇOK İYİ

Firma olarak Londra Tekstil Fuarı'na dört sezondur katılıyoruz. Müşterilerimizin yeni sezon için fikirlerini almış olduk. Bu fuarda hem yaz hem de kış koleksiyonlarımızı müşterilerle buluşturduk. Bu sezon yünlülerin harici koleksiyonumuza pamuklu da koyduk, pamuklularda daha casual kullandık. Moda olan portakal, sarı gibi canlı renkleri kullandık, klasik takım elbise renklerimizden koleksiyonumuza dâhil ettik. İngiltere'deki Yünsa ofisimizin gözlemleri doğrultusunda koleksiyonumuzu bu pazara yönlendiriyoruz.

ZEYNEP ÖZTÜRK

Yünsa Pazarlama Lideri



Polonya
Konsolosluğu



Makedonya
Konsolosluğu

KONSOLOSLUK ZİYARETLERİ ÜÇÜNCÜ DÖNEMİNDE

HAZIR GİYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNİN ÇATI KURULUŞU OLAN İTKİB, TÜRKİYE'NİN HEDEF PAZARLARINDA YER ALAN ÜLKELERİN İSTANBUL'DAKİ DİPLOMATİK MİSYONLARINA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ZİYARETLERİNE DEVAM EDİYOR.

Geçtiğimiz yılın başından itibaren ihracatta önemli bir paya sahip ülkelerle birlikte hedef pazarlar arasında yer alan ülkelerin Türkiye'deki yerleşik konsolosluk ve ticari departmanları ile temasa geçen İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), söz konusu ziyaretlerin üçüncü turunu gerçekleştirdi.

İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbırakmaz üçüncü tur temaslarında Türkiye'nin hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinin ihracatında potansiyel teşkil eden ülkelere İstanbul'daki diplomatik temsilcilerine ziyaret gerçekleştirdi. Bu anlamda bu yılın ilk iki ayında Suudi Arabistan, Danimarka, Makedonya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti ve Polonya Konsoloslukları ziyaret edilerek, ikili görüşmeler gerçekleştirildi. Ticari ve kültürel ilişkiler, ortak çalışma alanları ve geleceğe yönelik iş birliği fırsatlarının değerlendirildiği görüşmelerde, söz konusu sektörlerde ikili ve çok taraflı iş birliği imkânları da detaylı olarak ele alındı. İTKİB'in temsil ettiği sektörlerdeki lider rolü üzerinde durulan görüşmelerde, söz konusu ülkelere, muhatap kuruluşlarla kurumsal ilişki kurma isteği de konuşuldu. Ziyaretler sırasında karşılıklı yapılacak iş görüşmelerinin artırılması konusuna diplomatlar tarafından da büyük ilgi gösterilirken, her türlü desteğin İTKİB'e verileceği vurgulandı. Bu ülkelerdeki İTKİB muhatabı kuruluşlara ulaşılması konusunda da her türlü yardımın sağlanacağı ifade edilen

ziyaretlerde, söz konusu ülkelere yönelik işbirliklerinin artırılması konusunda hazırlıklara başlandı.

İTKİB iş birliği fırsatlarını değerlendiriyor

Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında 746 milyon dolar ile 38'inci sırada yer alan Çek Cumhuriyeti'ne; deri ve deri mamullerinde 4 milyon dolar, halı sektöründe 16 milyon dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 116 milyon dolar, tekstilde ise 43 milyon dolar ihracat gerçekleştirildi. Bu rakamlardan da yola çıkarak, bu yılın ilk ziyareti 17 Ocak Cuma günü Çek Cumhuriyeti Konsolosluğu'na yapıldı. Çek Cumhuriyeti Konsolos Yardımcısı Pavel Buchta ile yapılan görüşmede, iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkiler, ortak çalışma alanları ve geleceğe yönelik iş birliği fırsatlarını da değerlendirme imkanı bulundu. Görüşmede; Türk firmalarının Çek Cumhuriyeti'nde düzenlenen fuar ve etkinliklere katılımlarının yanı sıra karşılıklı sektörel ticaret ve alım heyetleri düzenlenmesine Konsolos Yardımcısı tarafından büyük ilgi gösterildi.

İTKİB GENEL SEKRETERİ CUMHUR İŞBIRAKMAZ, HAZIR GİYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNE İLİŞKİN TİCARETİN ARTIRILMASI YÖNÜNDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ DİPLOMATİK ZİYARETLERİNİN ÜÇÜNCÜ TURUNU TAMAMLADI.



Danimarka
Konsolosluğu



Bulgaristan
Konsolosluğu

Tarihten gelen dostluk ticarete yansıtılacak

31 Ocak Cuma günü Polonya Konsolosluğu'nu ziyaret eden İTKİB Genel Sekreteri Cumhuriyet İşbirakmaz, Konsolos Yardımcısı Witold Lesniak ile görüştü. Karşılıklı fikir alışverişinde bulunan taraflar ziyarette, 2014 yılının iki ülke ilişkilerinin 600. Yılı olmasından hareketle, iki ülkenin tarihten gelen dostluğunun ticari ilişkilere daha fazla yansıtılması üzerinde durdu. Görüşmede; İTKİB'in Polonya yönelik çeşitli temasları hakkında bilgi verilerek, geçtiğimiz Kasım ayında yapılan ve çok başarılı geçen Polonya Tekstil Ticaret Heyeti programı gibi aktivitelerin diğer sektörler için de planlanabileceği ve söz konusu sektörlerde ikili ve çok taraflı işbirliği imkanlarının detaylı olarak görüşülmesi imkanları değerlendirildi.

Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında 2 milyar dolar ile 21'inci sırada yer alan Polonya'ya; deri ve deri mamullerinde 8 milyon dolar, halı sektöründe 31 milyon dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 333 milyon dolar, tekstilde ise 275 milyon dolar ihracat yapıldı.

Türkiye'den Suudi Arabistan'a 3 milyar 200 milyon dolarlık ihracat

4 Şubat Salı günü Suudi Arabistan İstanbul Konsolosu Musa'd Bin Abdilmushin Ganawi ile bir araya gelinen görüşmede; iki ülke arasındaki ticaretin gelecek yıllarda

daha da artış sağlaması için neler yapılması gerektiği konusu ele alındı. Kültürel ilişkiler ve işbirliği fırsatlarının değerlendirildiği ziyarette, fuar ve etkinliklere katılımlar da masaya yatırılan konular arasında yer aldı. Sn. Konsolosun yönlendirmesiyle 11 Şubat Salı günü bu kez Ticaret Ataşesi Khalid Alomair makamında ziyaret edildi. Söz konusu ziyarette, iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkiler ve ortak çalışma alanları değerlendirildi. Deri, halı, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde ikili işbirliği fırsatları üzerinde duruldu. Görüşmede Ticaret Ataşesi, Suudi Arabistan'dan ham deri tedarik edilmesi imkanlarının araştırılmasında fayda olduğuna değinerek, bu konuda çalışma yapılması gerektiği vurgulandı. Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında 3 milyar dolar ile 12'nci sırada yer alan Suudi Arabistan'a; deri ve deri mamullerinde 43 milyon dolar, halı sektöründe 322 milyon dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 258 milyon dolar, tekstilde ise 81 milyon dolar ihracat gerçekleştirildi.

Danimarka ile ilişkiler yoğunlaşıyor

6 Şubat Perşembe günü Danimarka Başkonsolosluğu'nu ziyaret eden İTKİB Genel Sekreteri İşbirakmaz, Danimarka İstanbul Başkonsolosu Soren Roben Hagen ile bir araya geldi. Danimarka Ticaret Ataşesinin de hazır bulunduğu görüşmede; Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında 949 milyon dolar ile 32'nci sırada yer alan Danimarka ile tekstil,

hazır giyim, deri ve halı sektörlerinde karşılıklı ticaretin gelişmesi için fikir alışverişinde bulunuldu. Danimarka'nın 2014 yılında ülkemize yönelik çeşitli ticari aktiviteler öngördüğünden yola çıkılarak, bu konuda İTKİB ile işbirliği yapılmasından memnuniyet duyulacağı belirtildi.

Geçtiğimiz yıl Türkiye Danimarka'ya; deri ve deri mamullerinde 12 milyon dolar, halı sektöründe 2 milyon dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 498 milyon dolar, tekstilde ise 29 milyon dolar ihracat yaptı.

Balkanlara daha fazla ticaret

18 Şubat Salı günü Bulgaristan Ticaret Konsolosu Toško Tomov'un İTKİB'i ziyaretinde, hazır giyim, tekstil, halı ve deri sektörlerindeki mevcut ikili ticaretin potansiyeli yansıtmaktan uzak olduğu konusunda görüş birliğine varıldı. Bu kapsamda, karşılıklı ticaret heyeti düzenlenmesinde yoğun bir işbirliği yapılabileceği ifade edildi.

Aynı gün, Makedonya Konsolosu Sn. Zerrin Abaz ziyaret edildi. Makedonya Dış Yatırım Ajansı temsilcisi Filiz Veli'nin de hazır bulunduğu görüşmede, ticari ilişkilerin geliştirilmesinde Türk firmalarının Makedonya'da düzenlenen fuar ve etkinliklere katılımlarının artırılması, karşılıklı sektörel ticaret ve alım heyetleri düzenlenmesi konularında ortak bir yol haritası hazırlanabileceği teklifine Sn.Konsolos büyük ilgi gösterdi. Bu doğrultuda İTKİB'in her zaman destek olduğu ifade edildi.

LUFIAN KONSEPTE ODAKLANIYOR

ERKEK GİYİMİNE YÖNELİK HAZIRLADIĞI ŞIK TASARIMLARLA TANINAN LUFIAN KONSEPT MARKASI, YILDA YAKLAŞIK 1 MİLYON 200 BİN PARÇA ÜRÜN ÜRETME KAPASİTESİ İLE SEKTÖRDE DİKKAT ÇEKİYOR. KARLILIĞININ YÜZDE 70'İNİ YURT DIŞINDAKİ ŞUBELERİNDEN SAĞLAYAN FİRMA, BÜYÜME DİNAMİKLERİNİ DE YURT DIŞI KAYNAKLARINA BAĞLIYOR.

Lufian konsept markası, 2005 yılından beri erkek giyim üzerine hazırladığı şık ve kaliteli koleksiyonlarla dikkat çekiyor. Modayı; sadeliği yitirmeden, değişken zamanlara uygun olarak günün her anında şık görünmek şeklinde tanımlayan marka, casual ve denim koleksiyonlarını yılın her döneminde yenileyerek yoluna devam ediyor. Lufian markasının gelişim sürecini, dünya erkek modasını ve Türk erkeğinin moda alışkanlıklarını Lufian Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Gümüştepe'ye sorduk.

Öncelikle firmanızın kuruluş hikayesinden ve faaliyetlerinden bahsedermisiniz?

1995 yılında firmayı kurduk. Sektöre girmeye karar verdikten sonra, başlangıçta bir pazar ihtiyacı olarak gördüğümüz avcı yeleklerini tasarladık. Piyasada çok ilgi görünce bunları üretip sattık. Süreç içerisinde firma özellikle tasarım ve üretim açısından zor olan ürünlerde öne geçmeye başladı. Özellikle 2002 yılına kadar firmamız sürekli olarak mont ve kaban gibi tasarım odaklı ürünler üretmeye başladı. 2000'li yılların başında ihracata başladık. Yine aynı yıllarda yaklaşık olarak 500 kadar personeli olan bir fabrikayı işletme sürecine girdik. Ancak bir taraftan şunu görüyorduk; artık Türkiye'deki insan gücünün pahalandığını ve Türkiye'nin bir üretim ülkesi olmaktan çıkacağını ve artık markalaşma sürecine girmemiz gerektiğini. 2000'li yılların başında sıkı bir şekilde düşünmeye ve gelecekle ilgili bazı kurgular yapmaya başladık. 2005 yılıyla birlikte Lufian konsept markasını çıkarmaya karar verdik. Buradaki temel çıkış noktamız da yine dünyadaki insanların artık giyim alışkanlıklarının değiştiği, giyim kültürünün oluşmaya başladığı yönündeydi. İnsanlar artık örtünmekten ziyade düşündükleri, yaşadıkları ve kimliklerini

temsil edecek tarzda bir giyim tarzına doğru ilerliyordu. Bütün dünyada böyle bir trend başlamıştı. Bu sebepten dolayı biz marka olarak Lufian kimliğindeki kişiyi giydirecek tarzda, onun yaşayışına uygun bir konsept oluşturduk ve 2005 yılı ile birlikte ilk koleksiyonumuzu çıkardık. Bu koleksiyondan sonra da 2010 yılının başlarına kadar markanın pazardaki pozisyonuyla alakalı olarak belli gitgeller yaşamakla birlikte, 2010 yılı başıyla birlikte artık markayı daha net tanımlar hale geldik.

Lufian markasını yaratırken hangi kriterleri esas aldınız? O süreçte dünya modasını takip ediyor muydunuz?

Firmanın en güçlü olduğu nokta tabii ki tasarım. Tasarım noktasında ise piyasada farklılık yaratacak bir konsept oluşturamamız gerekiyordu. Özellikle o süreçte, casual giyimde özellikle smart casual giyimde çok ciddi anlamda boşluk gördüğümüz için biz sahip olduğumuz o tasarım gücünü pazarın bu eksikliğiyle birleştirerek Lufian markasını yarattık. Pazarda farklılık yaratabileceğiniz, sizi güçlü kılacak ve sürekli pazarda tutabilecek bir marka anlayışına sahip olmak çıkış noktalarımızdı. Firmanın bu gücünü sürdürebilme ve bu değerlerle

GLOBAL BİR MARKA OLMA İDDİASI TAŞIYAN LUFIAN, BUGÜN 58 OLAN MAĞAZA SAYISINI YILSONU İTİBARIYLA 80'E ÇIKARIP, HER YIL 20 İLA 25 MAĞAZA AÇARAK HIZLI BİR ŞEKİLDE BÜYÜMEYİ HEDEFLİYOR.

ayakta kalma şansı yoktu. Bu belliydi, çünkü artık Türkiye'de iş gücü pahallaşıyor, üretim Uzak Doğu'ya kayıyordu. Bu yüzden firma gitgide kısırlaşma sürecine girebilirdi. Tabii biz de o zamana kadar elimizde bulundurduğumuz tasarım ve üretim gücünü pazarın ihtiyacıyla birleştirerek Lufian markasını oluşturduk.

Firmanızın Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarından bahsedebilir misiniz? Firma olarak inovatif üretim hakkında nasıl bir şirket politikanız var?

Aslında biz üründe inovatif olmaktan ziyade konseptte inovatif olmayı tercih ediyoruz. Çünkü artık insanlar kendilerini ürünle değil; bir konsept ile ifade ediyorlar. Biz kafamızda tasarladığımız bir Lufian erkeğine göre, inovatif konsept çalışması yapıyoruz. Bir ürünümüzü aldığımızda bu ürün üzerinde, özellikle üst grup gibi birçok hammaddenin bir araya gelmesiyle oluşan ürünlerimizde 6-7 tane ülkenin en güçlü olduğu hammadelerin bir araya gelerek tasarlandığını ve bu kalitede ve bu detaylarla çözülmüş bir ürünün ortaya çıktığını görebilirsiniz.

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörünün en temel sorunları sizce neler? Bu sorunların aşılması için sektörün ne yönde ilerlemesi gerekiyor?

Şu ana kadar üretici kimliğimiz vardı, şimdi markalaşma sürecine girdik. Markalaşma sürecinde özellikle perakende ve markalaşmayla ilgili ciddi tecrübeler elde ediyoruz. Şu bir gerçek ki, Türkiye'nin sahip olduğu dinamiklerle global pazardaki dinamikler farklı. Bizi Türkiye'de başarılı kılan şeyler global pazarda başarılı kılmayabilir. Türkiye bir üretim ülkesi ve bir üretim ülkesinde bir marka olmakla dünyada global bir marka olmak arasında çok büyük fark var.

Burada nasıl bir farklılıktan söz ediyoruz?

Dünya pazarında bulunan birçok ülke üretim organizasyonunu dünyanın farklı yerlerinde yapıp, dünyanın çok farklı ülkelerinde satıyorlar. Ama Türkiye'deki markalara baktığımızda Türkiye'nin üretim koşullarını kullanarak yine Türkiye'nin pazar koşullarını ile birleştirilip bir ticaret ortaya çıkarıyor ve tamamen Türkiye'nin üretim ve pazar dinamikleriyle hareket ediliyor. Ama dünyadaki hiçbir global oyuncu bu şekilde davranmıyor. Bir gün gelecek, Türkiye'de

de üretim kalmayacak ve Türkiye'de kendi fasoncusunu bulacak. İşte o zaman ayakta kalabilmeniz için bugünden o tedarik ağına sahip olmanız gerekiyor.

Firma olarak yıllık üretim ve satış kapasiteniz nedir?

Bugüne üretici kimliğimizle geldik, ama artık üretiyoruz. Yaklaşık olarak yıllık 1milyon 2 yüz bin adetlerine geldik. Bu aynı zamanda firmamızın satış potansiyelidir. Türkiye'deki markalarla kıyaslandığımız zaman markamızın kârlılığı ve büyümesi tamamen ihracatıyla sağlanıyor şu anda. Bu anlamda bakıldığında firma yurt dışında büyüyor ve yaklaşık olarak kârlılığımızın yüzde 70'i yurt dışından geliyor. Yurt dışına yapılan ihracat üretimimizin yüzde 60'ıdır.

Firma olarak kısa ve uzun vadedeki hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Firma şu anda alt yapısı itibarıyla belli şeyleri başarmış durumda. Artık elde etmiş olduğu bu alt yapı ve başarıyla daha fazla büyümesi ya da çoğalması gerekiyor. Markanın çıkış noktası global bir marka olmaktır. Bu anlamda dediğim gibi markanın büyümesi yurt içinden ziyade yurt dışında gerçekleşiyor. Yurt içinde 37, yurt dışında ise 21 mağazamız var. Mağaza sayımızı yılsonu itibarıyla 80'e çıkarıp her yıl yaklaşık olarak 20 ila 25 mağaza açarak hızlı bir şekilde büyüme hedefimiz var.

Sizce erkek modasının değişim dinamikleri nelerdir?

Modadan önce, insanın toplumsal gelişimlerini ve kişisel gelişimlerini göz önünde bulundurmak gerekiyor. İnsanların her geçen gün beklentileri artıyor ve zorlaşıyor. İnsanın kalitesini artıran ya da ona değer veren şeylerden bir tanesi de kendini ifade noktasında üzerinde taşımış olduğu giysidir. Bizler kişilerde bu temsil yetkisini artırabilmek adına ve farklılık oluşturabilmek adına tasarımda her geçen gün bu farklılığı oluşturabilecek detaylara gitmeye başlıyoruz. Yani bir pantolonun ya da bir ceketin nasıl olduğu önemli değil. Önemli olan o pantolonun üzerine giyeceğiniz gömlek, altına giyeceğiniz ayakkabı, bunun yanında mendiliniz, şemsiyeniz. Bütün bunların birleşimi konsept dediğimiz şeyi ortaya çıkarıyor.

Türkiye'de erkekler, dünya erkek modasını takip ediyorlar mı?

Türkiye'de her geçen gün modayı takip eden erkek sayısı artıyor. Bu tabii ki bütün dünyadaki ülkeler için geçerli bir şey. İletişim dediğimiz şey, dünyadaki gelişimi bize o kadar taşıyor ve yayıyor ki, örnek veriyorum eskiden renkli pantolon giyemezken artık renkli pantolonlar giyebiliyoruz. Satışlarımızda baktığımız zaman önde giden pantolonların renkli pantolonlar olduğunu görüyoruz. Özellikle toplumun belli kesiminde bu modayı taşıma yürekliliğini rahatlıkla görebiliyoruz.



MEHMET EMİN GÜMÜŞTEPE
Lufian CEO'su

"Biz üründe inovatif olmaktan ziyade konseptte inovatif olmayı tercih ediyoruz. Çünkü artık insanlar kendilerini ürünle değil, bir konsept ile ifade ediyor."

ULUSLARARASI BİR PRESTİJ BİRLİKTELİĞİ: AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ

MARMARA GRUBU VAKFI TARAFINDAN 17 YILDIR ARALIKSIZ SÜRDÜRÜLEN “AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ” BU YIL “GLOBALDEN YERELE-GLOCALIZATION” ANA BAŞLIĞI ALTINDA GERÇEKLEŞTİ. 52 ÜLKEDEN ÇOK SAYIDA ÜST DÜZEY DEVLET ADAMININ KATILIMIYLA GERÇEKLEŞEN ZİRVE, EKONOMİ VE ENERJİNİN YENİ YIL ROTASININ YANI SIRA İNSAN TİCARETİ GİBİ DÜNYANIN BELKİ DE EN DRAMATİK, SORUNLARINI MASAYA YATIRDI.

Uluslararası bir prestij birlikteliğine dönüşen Avrasya Ekonomi Zirvesi’ne bu yıl, 52 ülkeden Cumhurbaşkanı, Başbakan ve Bakanların yanı sıra her biri kendi alanında dünyada söz sahibi olan önemli isimler katıldı. Bu yıl İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) desteği ile düzenlenen ve Meksika’dan Fransa’ya, Senegal’den Pakistan’a kadar 50’nin üzerinde ülkeden 600’e yakın temsilcinin katıldığı zirvenin gala gecesinde, moda tasarımcısı Özlem Kaya görkemli bir defile gerçekleştirdi. Marmara Grubu Vakfı (MGV) tarafından düzenlenen 17’nci Avrasya Ekonomi Zirvesi’ne damgasını vuran İHKİB’in düzenlediği gala gecesinde konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Zirve süresince

düzenlenecek toplantılarda sektörümüzün özelliklerini anlatacağız. 193 ülkeye ihracat yapıyoruz. En büyük imalatçı ve ihracatçı ülkelerden biriyiz. Bu tür toplantılarla markalarımızı dünyaya tanıtmaya imkanı da buluyoruz” dedi.

“Başarımızın altında yaratıcı kimliğimiz yatıyor”

İlk oturumu 5 Şubat tarihinde gerçekleştirilen zirvenin açılışında, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ve Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev’in yazılı mesajları okundu. Okunan mesajların ardından 17’nci Avrasya Ekonomi Zirvesi çalışmalarına başlandı. Zirvenin açılışında sektörün ihracat performansını ve Avrasya

Zirvesi’nin önemini değerlendiren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Marmara Grubu Vakfı’nın büyük bir ciddiyet ve sorumlulukla sürdürdüğü etkinliğin artık zirveye adımı veren Avrasya sınırlarını aşıp, tüm dünyaya yayıldığını söyledi. Avrupa’dan Asya’ya, Latin Amerika’dan Afrika’ya kadar 50’ye yakın ülkenin cumhurbaşkanı, başbakan, bakan, prenses, prens ve çok sayıda üst düzey temsilcisinin Türkiye’de ağırladığını belirten Tanrıverdi, “17’nci Avrasya Ekonomi Zirvesi’nde ekonomi ve enerjinin yeni yıl rotasının yanı sıra insan ticareti gibi dünyanın belki de en dramatik, en yüz kızartıcı sorunlarını masaya yatacak ve çözüm yolu arayacağız. İHKİB olarak geçmişte olduğu gibi 17’nci Avrasya Ekonomi Zirvesi’ne bu-

ZİRVE'DE KONUŞAN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, 193 ÜLKEYE İHRACAT YAPAN TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK İMALATÇI VE İHRACATÇI ÜLKELERDEN BİRİ OLDUĞUNU SÖYLEYEREK, BU TÜR TOPLANTILAR ARACILIĞIYLA TÜRK MARKALARINI DÜNYAYA TANITMA İMKANI BULDUKLARINI BELİRTTİ.

gün de destek veriyoruz” dedi. Yaklaşık 25 yıl gibi kısa bir sürede Türk moda endüstrisinin başka hiçbir sektörde görülemeyecek yeniliklere, başarıya ve ticari rakamlara ulaştığına tanık olduğunu belirten Tanrıverdi, “Bu başarının altında sektörümüzün yaratıcı fikri, üretkenliği ve vizyonu yatıyor. Türkiye'nin en büyük markası İstanbul'a değer katan pek çok projede, yenilikte hazır giyim sektörünü görüyoruz” dedi.

“İhracatın amiral gemisiyiz”

Global dünyada yaşanan pek çok olumsuzluklara rağmen Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün 2013 yılını 193 ülkeye 17,5 milyar dolarlık ihracatla kapattığına dikkat çeken Tanrıverdi, “Sektör olarak ortaya koyduğumuz performans ile yine ihracatımızın amiral gemisi olduk. Dünya ticareti durmak bir yana yavaşlamaya bile izin vermeyecek bir hızla değişiyor, büyüyor, gelişiyor. Biz de bu hıza ayak uydurmaya çalışıyoruz” dedi. Tekstil ve hazır giyim sektörünün özellikle son 10 yılda uluslararası pazarlarda payını artırarak ülke ekonomisi içinde en fazla katkı sağlayan sektör olma konumunu güçlendirdiğine vurgu yapan Tanrıverdi, “Türkiye’de 24 sektör içerisinde 20 yıl önce 3 dolar/kilogram ihracatı olan sektörümüz bugün geldiği noktada 24 dolar/kilogram ihracatı olan bir sektör konumuna yükseldi” dedi. Tekstil sektörünün başarısında tasarımın önemli bir rolünün olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, “Katma değerli ürünlere odaklanarak moda ve marka yarattık. Organizasyon gücünü keşfettik ve bunu ihracata yönlterek eğitim ve projelerle sektörün rekabetçi yapısını artırdık. Biz büyüdükçe Türkiye gelişti, Türkiye geliştikçe biz büyüdük” dedi.

Mütevazı bir büyüme sürecine giriliyor

Maliye Bakanı Mehmet Şimşek Marmara Grubu Vakfı'nın 17'nci Avrasya Ekonomi Zirvesi'nde yaptığı konuşmada, Türkiye'nin biraz daha mütevazı bir büyüme sürecine girebileceğini açıkladı. Küresel arka planın gelişmekte olan ekonomiler için belki eskisi kadar elverişli olmayacağına dikkat çeken Bakan Şimşek, emtia fiyatlarının eskisi gibi artmayacağını vurguladı. Bu durumun Türkiye ekonomisinin güçlü bir şekilde lehine olduğunu kaydeden Şimşek, “AB resesyondaydı, ama sinyaller resesyondan çıktığına ilişkin sinyallerdir. Bu da Türkiye'nin dış talebini güçlendirecek. Suriye hariç Ortado-



Marmara Grubu Vakfı Genel Sekreteri Dr. Fatih Saraçoğlu, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye Zirve'ye verdikleri destekten dolayı teşekkür hediyesi takdim etti.

ğu ve Afrika'da nispi bir istikrar var. Bunun yansımaları olumlu olacak” dedi. Küresel krizde Türkiye'nin çok hızlı çıkışı yaptığını belirten Bakan Şimşek, “Yapısal reformları tamamlayana kadar daha mütevazı bir büyüme dönemine gireceğiz” dedi. Mehmet Şimşek, kısa vadede büyümeyi yukarı çekecek faktörlerin dış talep olduğunu ifade ederek, siyasi tedirginlik ve para politikasında sıkılaşmanın da büyümeyi aşağı çekecek faktörler olduğunu söyledi. Ayrıca 2014'te yüzde 4 büyüme öngördüklerini hatırlatan Şimşek, “Bir revizyona girmedik ama aşağı yönlü riskler artmıştır. Daha mütevazı büyüme ile karşı karşıyayız” şeklinde konuştu.

'Avrupa yüzde 1'lik büyüme hızını yakalamalı'

Zirvenin açılışında konuşan Marmara Grubu Vakfı Başkanı Dr. Akkan Suver de Vakıf olarak 17 yıldır Türk özel sektörünün

desteğiyle Türkiye'yi anlatmaya devam ettiklerini belirterek, 17 yıl içinde çok sayıda cumhurbaşkanı, başbakan ve parlamenti dünyanın dört bir yanından Türkiye'ye davet ettiklerini söyledi. Suver, bu yıl 52 ülkenin zirveye katıldığını kaydetti. Dünyanın 2013'te yüzde 2.9 büyürken, Avrupa ülkelerinin 0.4 küçüldüğüne dikkat çeken Dr. Akkan Suver, bölgenin bu yıl toparlanıp yüzde 1 büyüme hızını yakalamasının beklendiğini söyledi.

İstanbul, bölgenin parlayan yıldızı

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı İbrahim Çağlar ise zirvenin açılışında yaptığı konuşmada, son 30 yılda dünya ekonomisini üç temel kavramın şekillendirdiğini, bunların küreselleşme, değişim ve hız olduğunu söyledi. Küreselleşme ile birlikte coğrafi ve ticari sınırların eridiğini aktaran Çağlar, politikacıların kararlarını artık yerel





VOLKAN ATİK
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

“Tasarım ve teknolojinin bir araya gelerek yarattığı önemli sonuçlardan birinin verimlilik olduğunu vurgulamak gerekiyor.”

dinamiklerle oluşturmadığının altını çizdi. Dünyada ekonomik dengelerin yeniden kurulduğuna dikkat çeken Çağlar, “Güneş yeniden doğudan yükseliyor ve tarihi İpek Yolu’nu canlandıracak projelerin art arda hayata geçirildiğini de memnuniyetle izliyoruz. Dünya siyaseti, dünya ekonomisi ve küresel ilişkiler adeta Avrasya’nın uyanışına şahitlik ediyor. Türkiye, bu dinamizmin, böyle bir gücün kalbinde merkezinde yer alıyor. Biz İstanbul’u sadece bu ülkenin değil, tüm Avrasya’nın parlayan bir yıldızı olarak görüyoruz” dedi.

Zirve, tasarım ve teknolojiye odaklandı

17’nci Avrasya Ekonomi Zirvesi kapsamında “Yerelden Küresele İpek Yolunda Ekonomi ve Enerjinin Geleceği”, “Tasarım ve Teknoloji Disiplinlerarası Yaklaşım”, “Sürdürülebilir Kalkınma ve Yerel Yönetimlerde Değişim”, “Yerelden Küresele Diyalogun Barıştaki Önemi”, “Bilişimle Kalkınma” ve “İstemsiz Göç” başlıklı bir dizi seminer düzenlendi.

Bu yıl zirvede Türkiye’deki tasarım gücünün tanıtılması amacıyla İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik ve Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Mehtap Elaidi’nin katılımıyla düzenlenen “Tasarım ve Teknoloji Disiplinlerarası Yaklaşım” başlıklı özel bir oturum düzenlendi. Oturumda Volkan Atik ve Mehtap Elaidi’nin yanı sıra İMA-Moda İletişimi ve Kültürel Çalışmalar Program Lideri Erkmen Savaşkan ve Şişecam Cam Ambalaj Grubu Anadolu Tasarım Merkezi Müdürü Tamer Öztürk de konuşmacı olarak yer aldı.

Üretimde verimliliğin dinamosu: İnovasyon

Sektör olarak tasarım, Ar-Ge ve inovasyona büyük önem verdiklerini belirten İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik, “Bu üç temel faktör bir araya geldiğinde gerçekten firmalar ve kurumlar açısından ufuk açıcı bir süreç başlamış oluyor. İnovasyon artık şirketlerin, kurumların kendilerini geliştirebilmeleri, ticari olarak hayatlarına devam edebilmeleri ve en önemlisi de sürdürülebilir olmaları açısından inanılmaz bir önem teşkil ediyor” dedi. İnovasyon ile firmaların başarı düzeylerini yükseltebilmeleri için, kendilerini çok farklı şekilde, farklı departmanlarla tekrardan düzenlemeleri gibi bir gereklilik olduğuna dikkat çeken Atik, “Tasarım



AKKAN SUVER
Marmara Grubu Vakfı Başkanı

“17 yıldır Avrasya Ekonomi Zirvesi aracılığı ve Türk özel sektörünün desteğiyle Türkiye’yi anlatmaya devam ediyoruz.”

ve teknolojinin bir araya gelerek yarattığı önemli sonuçlardan birinin verimlilik olduğunu vurgulamak gerekiyor. Bulduğumuz sektörde verimlilik noktasında çok hızlı bir gelişme söz konusu. Hazır giyim sektöründe tasarım ve teknolojiyi birleştiren uygulamalar yaptığımız işi ciddi anlamda geliştirdi. Eskiden bir ürün tasarlanırken önce tasarım kara kalemle kağıda dökülür, sonra bir kalıba oturtulur ve daha sonra kumaş seçilirdi. Ama bugün itibarıyla, teknolojinin katkısıyla çok ciddi bir mesafe kat edilmiş durumda” dedi.

“Teknoloji ile tasarımı birleştiren kazanıyor”

Son 10 yılda teknolojik uygulamaların yaygınlık kazanmasıyla artık sektörün tasarımlarını hayata geçirmeden dijital ortamda görebilmek gibi bir şansın olduğunu söyleyen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Atik, zaman ve verimlilik açısından teknolojinin çok büyük kazanımları beraberinde getirdiğini dile getirdi. Firmaların asıl hedefinin satışlarını artırmak olduğunu ifade eden Atik, “Son dönemde ortaya konulan 2023 hedefleri çerçevesinde en önemli hedef kilo başına düşen geliri artırmaktır. Şuan itibarıyla Türkiye yanılmıyorsa 60 milyar dolar ihracatla kilo başına 1,70 dolar civarında gelir elde ediyor.



KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAS
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kalyancı 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



Bu yıl İHKİB desteği ile düzenlenen ve 50'nin üzerinde ülkeden 600'e yakın temsilcinin katıldığı gala gecesinde, moda tasarımcısı Özlem Kaya görkemli bir defile gerçekleştirdi.

Avrupa'da bu rakam 4 ile 6 dolar arasında seyrediyor. Bizim bu seviyeye ulaşabilmemiz için tasarım ve teknolojiyi birleştirerek yeni fikirler üretmemiz gerekiyor" dedi.

Teknoloji moda tasarımında en önemli araç

Seminerde teknolojinin moda tasarım üzerindeki etkilerini değerlendiren Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Başkanı Mehtap Elaidi, 1990'lı yıllarda inovasyonun çok daha ön planda olduğu bir dönemde, Japon modacıların kendi yaratıkları silüetleri uygulayarak başarılı oldukları bir dönemi görürken, 2000'li yıllardan sonra özellikle teknolojinin de gelişmesiyle birlikte biraz daha net çizgilerin moda tasarımına hakim olduğunu söyledi. Teknolojinin moda tasarımı üzerinde, özellikle malzeme alanında çok ciddi sonuçlar yarattığına dikkat çeken Elaidi, "Teknolojik kumaşların varlığıyla tasarımın da gittiği yön oldukça değişik bir yol izlemeye başladı. Bunun bir yansıması olarak spor kıyafetlerde gördüğümüz detaylar moda tasarım alanında çok ciddi bir şekilde yerini almaya başladı. Bunun ötesinde elbette bir koleksiyon hazırlarken araştırma çok önemli. Teknolojinin dönüşümlü olarak moda tasarımına çok ciddi bir etkisi oldu" dedi. Ortak bir bilinçten hareket eden bir moda tasarım dünyasının ortaya çıktığına dikkat çeken Elaidi, "Eskiden çok net bir şekilde birinin yaptığını bir başkası yaptığı zaman 'fazlasıyla esinlenilmiş' denirken, şimdi aslında ortak bir bilinçten beslenmenin sonucunda benzer detaylarla bezenmiş paralel koleksiyonlara rastlayabiliyoruz" dedi.

'Teknoloji, tasarımcıyı fiziksel sınırların ötesine taşıyor'

Teknolojinin hayatımıza girmesiyle birlikte, fiziksel sınırların yok olduğu yeni bir atmosfere girildiğini ifade eden MTD Başkanı Mehtap Elaidi, "Bu durumun moda tasarımı açısından pozitif faydaları oldu. Eskiden yaptığımız bir tasarımı tanıtmak ve daha geniş kitlelere ulaştırmak için farklı mecralar kullanırken teknolojiyle birlikte kendi mekanızı, kendi kitlenizi yaratır hale geldiniz. Bu da sizi, eğer diğerlerinden farklı bir tasarım mantığı içindeyseniz, hak ettiğiniz noktaya daha kolay getiren bir detay oldu" dedi. Moda tasarımının diğer paralel disiplinlere

göre çok daha çabuk tüketilen bir alan olduğuna vurgu yapan Elaidi, "Bu anlamda teknolojinin varlığı daha farklı yansımalar yapıyor. Ama bugün tasarımınızın güçlü olması tek başına yeterli değil. Burada teknolojik kanalları kullanma, koleksiyonunuzu sunma ve satış ağınıza geliştirme biçiminiz de çok önemli bir etken olarak karşımıza çıkıyor" dedi. Moda tasarımı alanında, teknolojinin tasarımcıyı fiziksel sınırların ötesine taşımada çok önemli bir araç olduğuna dikkat çeken Elaidi, moda tasarımcıların tasarım süreçlerinde ve tasarımın sunumunda teknolojinin pozitif faydalarını iyi değerlendirmesi gerektiğini belirtti.



Marmara Grubu Vakfı'nın 17 yıldır büyük bir ciddiyet ve sorumlulukla sürdürdüğü etkinliğe farklı ülkelerden birçok sektör temsilcisi katılırken, zirve kapsamında "Tasarım ve teknoloji disiplinlerarası yaklaşım" başlıklı özel bir oturum düzenlendi.



tekstilpantone.com

Renklerinizi,
Renk Uzmanlarıyla
Belirleyin !

PANTONE[®]

tekstilpantone.com

Bu Web Sitesi Bir LABORTEKS İştirakidir.



İHİB'DEN İNOVATİF BİR ADIM DAHA

HER YIL BİNLERCE MARKAYA VE TASARIMCIYA EV SAHİPLİĞİ YAPAN ULUSLARARASI DEKORASYON VE HEDİYELİK EŞYA FUARI "MAISON&OBJET", 24-28 OCAK TARİHLERİ ARASINDA PARİS'TE GERÇEKLEŞTİ. İHİB TARAFINDAN DÜZENLENEN "7. HALI TASARIM YARIŞMASI" NDA TASARLADIĞI EN İNOVATİF ÇALIŞMAYLA "İNOVASYON ÖDÜLÜ" KAZANAN SEYİT ALİ DÖNMEZ DE FUARI ZİYARET EDENLER ARASINDA YERİNİ ALDI.



HAZIM EVRENGİL
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

“Kendi alanında son derece prestijli bir fuar olarak anılan Maison&Objet, her yıl binlerce tasarımcıyı ve ziyaretçiyi bünyesine çekiyor.”

Tasarım, mobilya, tekstil, aksesuar ve dekorasyonla ilgilenen her firma ve tasarımcının takip ettiği dünyadaki en geçerli ve kapsamlı fuar olan “Maison & Objet” (Uluslararası Dekorasyon ve Hediyelik Eşya Fuarı) bu sene de oldukça renkli görüntülere sahne oldu. Yılda iki defa düzenlenen, her yıl binlerce tasarımcı ve ziyaretçiyi Paris’e çeken “Maison&Objet Fuarı”nda bu sene Türk firmaları yeni çizgi ve desenleriyle büyük beğeni topladı.

Her sene 3 binden fazla katılımcıya ve 80 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapan Maison&Objet Fuarı’nın son dönemi 24-28 Ocak tarihleri arasında kapılarını ziyaretçilerine açtı. 2 bin 179 firmanın 3 bin 250 adet ürün çeşidi ile yerini aldığı fuar, beş gün boyunca toplam 118 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırladı. Markalara ve tasarımcılara kendi tasarımlarını ve ürünlerini, küresel bir kitleye sunma imkânı veren fuarda, çocuk odasından mutfak eşyalarna, ev dekorasyonundan aydınlatma araçlarına, bahçe mobilyası dekorasyonundan paketlemeye kadar birçok ürün ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Fuarda ana ürün grupları arasında ise; uygulamalı sanatlar, pişirme kapları, çatal bıçak takımları, moda aksesuarları, bahçe ürünleri, hediyeler, ev tekstili, ev gereçleri, parfümeri, kırtasiye, masa dekorasyonu,

masa örtüsü ve peçeteler, oyuncaklar, endüstriyel meslekler ve ofis malzemeleri yer aldı. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından düzenlenen “7. Halı Tasarım Yarışması”nda finale kalan sekiz aday arasından en inovatif tasarımı yaparak “İnovasyon Ödülü”nü kazanan Seyit Ali Dönmez de İHİB’in desteğiyle Maison&Objet Fuarı’nı ziyaret etti.

Maison&Objet Fuarı’nda Seyit Ali Dönmez’e eşlik eden İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil, geçtiğimiz yıl gerçekleşen Halı Tasarım Yarışması’nda en inovatif halıyı tasarlayan Seyit Ali Dönmez’in elde ettiği başarı sayesinde Fransa’nın önde gelen tasarım fuarı Maison&Objet’i ziyaret etme şansı yakaladığını ifade etti. Yılda iki defa yapılan Maison&Objet Fuarı’nın önemine dikkat çeken Evrengil, “Bu fuar; dünyadaki en önemli dekorasyon ve hediyelik eşya fuarı. Bu fuara Türkiye’deki tekstil ve halı sektörlerinden bugün bir katılım söz konusuysen, maalesef henüz milli katılım gerçekleştiriyoruz. Çünkü bu fuarda milli katılım gerçekleştirecek kadar yer bulunmuyor. Kendi alanında son derece prestijli bir fuar olarak anılan Maison&Objet, her yıl binlerce tasarımcıyı ve ziyaretçiyi bünyesine çekiyor. Bu nedenle başta halı firmalarımız olmak üzere diğer ilgili sektör firmalarının da görmesi gereken bir platform” dedi.

“Farklı kültürlerin tasarıma bakış açılarını gördüm”

Tasarımcıların yarışma sayesinde kendilerini geliştirdiklerini ifade eden Seyit Ali Dönmez, fuar gezileri sayesinde de tasarım konusunda da yeni fikirler edinme imkânı bulunduğunu kaydetti. Maison&Objet’in her öğrencinin görmek isteyeceği tasarımlarla dolu büyük bir fuar alanı olduğunu ifade eden Dönmez, fuara gitme şansı sağladığı için İHİB’e teşekkür etti.



SEYİT ALİ DÖNMEZ
7. Halı Tasarım Yarışması
İnovatif Halı Kategorisi Birincisi

“Maison&Objet Fuarı’nda ev dekorasyonunu yakından ilgilendiren birçok alanla ilgili farklı tasarımları bir arada görme imkanı buldum.”

Fuar sayesinde farklı ülkelerin, kültürlerin tasarıma bakış açılarını çok net bir şekilde gördüğünü söyleyen Dönmez, “Fransa ağırlıklı olmak üzere dünyanın farklı yerlerinden gelen ve Türkiye’nin de içinde bulunduğu bazı firmaların stantlarındaki yeni tasarımlar benim gibi diğer ziyaretçilerin de fazlasıyla ilgisini çektiğini söyleyebilirim. Maison&Objet Fuarı’nda edinmiş olduğu görsel tecrübeleri tasarımlarında uygulayacağını söyleyen Dönmez, bu anlamda çalışmalarında daha evrensel üsluplara yer vereceğini de kaydetti.



ÇORLU VELİMEŞE VE BOZÜYÜK ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ'NDE YER ALAN TESİSLERDE ENTEGRE BİR ÜRETİM YAPAN ÖZYURT TEKSTİL, ENDORA MARKASI İLE ÜRETTİĞİ ÜRÜNLERİN YÜZDE 60'INI DÜNYANIN FARKLI NOKTALARINA İHRAÇ EDİYOR.

FİRMA

78

ÖZYURT TEKSTİL GÜCÜNÜ KALİTEDEN ALIYOR



Özpınar ailesi tarafından 1990 yılında Malatya Organize Sanayi Bölgesi'nde kurulan Özyurt Tekstil; 2000 yılından bu yana örgü boya ve baskı tesisleri Çorlu Velimeşe Organize Sanayi Bölgesi'nde, iplik tesisleri ise Bozüyük Organize Sanayi Bölgesi'nde olmak üzere iki lokasyonda üretim yapıyor. 2012 yılında kurumsal yapılanma çalışmaları çerçevesinde markalaşmaya giden firma, Türkiye'deki kumaş üreticilerinin firma adıyla kumaşlarını pazara sunduğu dönemde bir yenilik yaparak firma ismini geri çekip, ürettiği kumaşları Endora markası ile satmaya başlamış. Bugün Endora markası ile yaptığı satışların yüzde 60'ını ihraç eden firma, geriye kalan yüzde 40'lık kısmını ise iç piyasaya sunuyor.

Entegre tesislerindeki mevcut üretim oranları ile ilgili bilgi veren Özyurt Tekstil firmasının Yönetim Kurulu Başkanı Ramazan Özpınar, günlük 15 ton iplik, 25 ton örme kumaş, 25 ton boya terbiye ve 10 ton baskı yapma kapasitesine sahip olduklarını dile getiriyor. İhracat yaptıkları pazarları; Bulgaristan, Belarus, Çek Cumhuriyeti, Hırvatistan, İsrail, Kosova, Makedonya, Polonya, Rusya, Romanya, Sırbistan, Ukrayna ve Yunanistan olarak sıralayan Özpınar, "Bulgaristan ve Romanya'da firmamıza ait depo ve ofislerimiz bulunuyor. Diğer ülkelerdeki distribütörlerimiz de sadece Endora markasını satıyor. Kumaş ve renk kartelalarımızda, tüm etiketlerimizde 'Made in Turkey' ibaresini olabildiğince ön plana çıkıyoruz" diyerek böylece

iş yaptıkları pazarlarda da Türk kumaşının gücünü vurgulamaya çalıştıklarına dikkat çekiyor. Önümüzdeki yıllara dair hedeflerine de değinen Özpınar, temel hedeflerinin daha yenilikçi ve nitelikli kumaşlar üretmek olduğunu söylüyor. Özpınar, "Bu nitelikli kumaşlar ile birlikte pazar çeşitlendirme faaliyetlerimizi de artırmayı planlıyoruz. İç piyasaya verdiğimiz ürünlerin hemen hepsi de ihracata konu oluyor. Zeytinburnu ve Bursa'da Endora markalı ürünlerimizi satan bayilerimiz bulunuyor" şeklinde konuşuyor.

"Kalıcı olmanın yolu fark yaratmaktan geçiyor"

Yeni dönemde fark yaratmadan öne geçmenin ve kalıcı olmanın mümkün olmadığını

belirten Özpınar, Özyurt Tekstil olarak kalite, hızlı servis, rekabetçi fiyat, süreklilik ve yeniliğin üzerinde durdukları 5 kavram olduğunu söylüyor. Özpınar, belirlediğimiz bu beş kriteri global olarak tüm pazar ve müşterilerimize uygulamaya çalışıyoruz. Bu sayede üretim ve satışlarımızın arttığını, kalite standartlarımızın yükseldiğini ve piyasa bilinirliğimizin arttığını gözlemliyoruz” diye konuşuyor.

Tekstil terbiyenin kalbi : Çorlu

Özyurt Tekstil'in genel merkezinin Merter'de olduğunu belirten Ramazan Özpınar, üretim merkezlerinin de Çorlu'da bulunmasının kendileri için çok önemli avantajlar sağladığına dikkat çekiyor. Çorlu'nun firmaları açısından uygun bir lokasyonda olduğuna değinen Özpınar, ihracat pazarlarının ağırlığının Doğu Avrupa Ülkeleri olmasından dolayı da bu lokasyonun kendileri için daha bir önemli olduğuna değiniyor. Çorlu'nun tekstil terbiye sektörünün merkezi konumunda olduğunu söyleyen Özpınar, “Bu bölgede özellikle nitelikli yetişmiş eleman daha rahat bulunuyor. İstanbul'a ve ihracat yaptığımız pazarlara çok yakın. Bu anlamda çok iyi servis verebiliyoruz. Çorlu bölgesi servis bakımından Anadolu'ya göre çok daha rahat. Hem hammadde girdileri kolay tedarik ediliyor hem de ihracat yaptığımız pazarlara daha kolay ulaşabiliyoruz. Çorlu bölgesinde şu anda en büyük sıkıntı ise arıtma konusunda yaşanıyor. Bu konuda yaşanan sorunların da yapılan çalışmalar ile yakın zamanda çözüleceğini bekliyoruz” diyor.

“İhracat hedefimiz 30 milyon dolar”

Endora markalı kumaş ile sektöre hizmet sunduklarını belirten Ramazan Özpınar, iplik konusunda herhangi bir markalarının olmadığını, zira ürettikleri ipliklerin tamamına yakını kendi kumaş üretimlerinde kullandıklarını söylüyor. İplik konusunda bir kapasite ve yenileme yatırımlarının olduğuna da değinen Özpınar, “İplik işinde çok fazla ön plana çıkmak istemiyoruz. Biz kumaş üreticisi olarak sektörde yer alıyoruz. Geçen yıl firma olarak yaptığımız kumaş ihracatı 20 milyon dolar. Bu yıl ise 30 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Daha nitelikli ve özel ürünler yaparak ihracatımızı daha katma değerli hale getirmeyi amaçlıyoruz” diyor. En büyük ihracat pazarlarını Rusya Federasyonu'nun oluşturduğunu söyleyen Özpınar, Bulgaristan ve Romanya'nın da diğer iki önemli ihracat bölgeleri olduğunu söylüyor. Özpınar, “Bu ülkelerde ihracat rakamlarımız hemen hemen birbirine yakın.



Özyurt Tekstil günlük; 15 ton iplik, 25 ton örme kumaş, 25 ton boya terbiye ve 10 ton baskı üretimi gerçekleştiriyor.

Ama Polonya'da da çok iyi büyüyoruz. İsrail pazarı 2002'de bitmişti. Ama şimdilerde bu pazarda tekrar katma değerli ürünler devreye girmeye başladı. Firma olarak orada da bir bayilik oluşturduk. Çok büyük düzeylerde olmasa da Çek Cumhuriyeti, Sırbistan ve Hırvatistan'da da ihracatımız gelişiyor. Bütün bu çalışmalarını firmamız bünyesinde yaklaşık 500 çalışanımızla gerçekleştiriyoruz” diyor.

“Uzakdoğu artık rakibimiz değil”

Son yıllarda Uzakdoğu ülkelerine karşı Türkiye'nin kalite ve hızlı servis verme avantajından yola çıkarak yöneldiği fast fashion olarak adlandırılan üretim yapısına yönelik olarak da görüşlerini aktaran Ramazan Özpınar, Uzakdoğu ülkelerinin sektörü geçmişte olumsuz yönde etkilemesinin ticaretin yapısına uygun doğal bir süreç olduğunu söyledi. Özpınar, “2000 yılından sonra Türkiye'deki siyasi iktidarın değişimi ile birlikte yeni kadrolar tekstile çok iyi bakmadı. Sonrasında ise

tekstilin Türkiye'nin vazgeçilemeyecek lokomotif bir sektörü olduğu fark edildi” diyerek özellikle sektörün istihdama olan katkısının yadsınamaz düzeyde olduğunu söyledi. Konu ile ilgili örnek de veren Özpınar, “Geçen yıl genel ihracatta yüzde 1,5 gibi bir artış yakalanmışken tekstil ihracatında bu oranın yüzde 7 düzeyinde olduğunu gördük. Ayrıca ihracattaki ithalat katkı oranı en düşük sektörlerin başında da tekstil geliyor. Türkiye'nin şu anda 100 dolar ihracat yapması için 72 dolar ithalat yapması gerekiyor ama tekstilde bu oran çok daha az” diye konuştu. Tekstil sektörünün yeni koşullara hızlı adapte olduğunu ifade eden Özpınar, “Geçen yıllar içerisinde Uzakdoğu ülkelerinin de bize çok fazla rakip olmadığı, olamayacağı da kesinleşti. Avrupa'da ihracat yaptığımız ülkelere de herkes bunu kabul etti. Eskiden Türk Malı denince ucuz ürünler akla gelirdi. Artık Türk Malı kavramı dış pazarlarda da kaliteli ürün imajını pekiştirmiş durumda” diyor.





TÜRKİYE'NİN TİCARETİNDE STA'LARIN ROLÜ

TÜRKİYE'NİN KÜRESEL PAZARDA ETKİLİ OLABİLMESİ İÇİN DİĞER ÜLKELER İLE YAPTIĞI TİCARET ANLAŞMALARINI VE ÖNÜMÜZDEKİ YILLARDA YENİ TİCARET KANALLARININ AÇILMA İHTİMALİ GİBİ ÖNEMLİ KONULARI ELE ALAN BİR SEMİNER DÜZENLENDİ. İSO TARAFINDAN ORGANİZE EDİLEN SEMİNERE SEKTÖR TEMSİLCİLERİNİN YANI SIRA BÜROKRATLAR DA KATILDI.

İSO tarafından “Serbest Ticaret Anlaşmaları ile Çeşitlenen Pazarlar” ana başlığı altında 20 Şubat 2014 tarihinde Odakule Meclis Salonu’nda bir seminer gerçekleştirildi. Seminer, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı yetkililerinin Türkiye’nin Serbest Ticaret

Anlaşmaları ve sektörü yakından ilgilendiren önemli bilgileri içeren sunumları ile başladı. Sektörün önemli isimlerinin katıldığı seminerin ikinci bölümünde ise, “Serbest Ticaret Anlaşmaları’nın Sektörler Açısından Değerlendirmesi” başlığı altında bir panel düzenlendi. Moderatörlüğünü İstanbul Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi Ali Eren’in üstlendiği panelde, İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz ve İSO Meclis Üyesi Süleyman Orakçioğlu’nun yanı sıra sektörün önemli isimleri konuşmacı olarak yer aldı. Organizasyonun ilk bölümünde “Türkiye’nin Serbest Ticaret Anlaşmaları Politikası” üzerine Ekonomi Bakanlığı Avrupa Birliği Daire Başkanı Elif Gürsoy kapsamlı bir sunum yaptı. Serbest Ticaret Anlaşmaları’nın sektörler için önemini değerlendiren Gürsoy, pazar açılım imkanları sağlaması, karşılıklı yatırımların artırılması, ucuz ve kaliteli girdi temini gibi konular açısından yapılan anlaşmaların oldukça önemli olduğunu söyledi. Gürsoy’un ardından STA’larda “Menşey Kurallarının Önemi” üzerine bilgi veren Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Uzmanı Ahmet Şevket Dayıoğlu da Gümrük Birliği’nin

içeriği hakkında kapsamlı bir değerlendirme yaptıktan sonra Gümrük Birliği’ne üye ülkelerle yapılacak alışverişin usul ve esasları hakkında firma sahiplerini ve sektör çalışanlarını bilgilendirdi.

ABD ile yeni nesil STA’lar gündemde
Seminerin ikinci bölümünde ise, “Serbest Ticaret Anlaşmaları’nın Sektörler Açısından Değerlendirmesi” başlığı altında sektörün önemli isimlerinin kendi deneyim ve birikimlerini paylaştığı bir panel düzenlendi. Panelde konuşan İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz, STA yapılan ülkelerin Türkiye’deki sektörlerin performansını doğrudan etkilediğine vurgu yaparak, STA yapılmadan önce, müzakere sürecinde etki analizlerinin detaylı ve ilgili tüm iş çevrelerini içine alacak şekilde yapılmasının çok önemli olduğunu söyledi. Güney Kore gibi bir ülkeden hammadde ihraç eden bir ülke için STA’nın maliyetleri düşürmesi açısından önemli olduğunu ifade eden İşbirakmaz, “Önümüzdeki dönemde Japonya, Hindistan, Vietnam ve hatta şuan da müzakereleri devam eden ABD ile yeni nesil STA’lar gün-



CUMHUR İŞBIRAKMAZ
İTKİB Genel Sekreteri

“Serbest Ticaret Anlaşması yapılan ülkeler Türkiye’deki sektörlerin performansını doğrudan etkiliyor.”

demde. Bunların hepsi tekstil ve hazır giyim sektörünü doğrudan ilgilendiren STA’lar olacak. Dolayısıyla müzakere sürecinde bütün boyutların analiz edilmesi gerekiyor. Tabii ki bu anlaşmalar bizim hem teknik hem de siyasi açıdan sonuçlandırmamız gereken anlaşmalardır. Anlaşmalara taraf olunması bizim için çok önemli. Anlaşma müzakere süreci öncesinde, anlaşmanın içinde olup olmamanın maliyetlerini iyi hesaplamak gerekiyor” dedi.

STA’ların avantajları ve dezavantajları

AB’nin imzaladığı ama Türkiye’nin taraf olmadığı Cezayir, Güney Afrika ve Meksika gibi STA’larda tekstil ve hazır giyim sektörünün durumunu değerlendiren İşbirakmaz, “Bu ülkelerin AB pazarında tekstil ve hazır giyim alanında fazla pazar payları yok. Tekstil ve hazır giyim sektörü açısından bu anlaşmaların imzalanmamış olması sektörümüzü şu aşamada etkilemiyor diyebiliriz. Ama şu da var: Örneğin Meksika ile STA’mız olsa belki de Meksika üzerinden NAFTA ülkelerine rahatlıkla girebiliriz. Bu durum üzerinde müzakere edilebilecek bir konu olarak karşımıza çıkıyor” dedi. Hindistan, Vietnam gibi ülkelerin AB pazarında tekstil sektörünün en büyük rakipleri ol-

duğuna dikkat çeken Cumhur İşbirakmaz, “Bizim sektör olarak bu ülkelerle ilgili yapılan hazırlıklarda yoğun bir gayret içinde olmamız gerekiyor. Sektörümüz lehine ne yapılabilecekse bunları tartışmamız gerekiyor” dedi.

İhracatta STA’ların önemi büyük

TİM tarafından organize edilen Güney Kore bilgilendirme toplantısının sonuçları hakkında katılımcılara bilgi veren Cumhur İşbirakmaz, konuşmasında “Bu çok önemli bir bilgilendirme toplantısıydı. Koreliler ile birlikte Ekonomi Bakanlığı’ndan arkadaşlarımız yaptıkları sunumlarda önemli noktalara değindiler. Şöyle ki, Güney Kore ile imzaladığımız STA geçen yıl Mayıs ayında yürürlüğe girdi. Tekstil sektörüne baktığımız zaman, Güney Kore’ye ihracatımız 9 milyon dolar gibi çok düşük bir rakam. İthalatımız ise 260 milyon dolar. Neden böyle? Çünkü Güney Kore’nin tekstil alt yapısı çok güçlü ve özellikle suni ve sentetik elyaflarda, liflerde müthiş bir üretim kapasitesi var. Belki de dünyanın en gelişmiş teknolojisini kullanarak bütün dünya pazarlarına mal gönderiyorlar, hazır giyimde ise 12,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken, ithalatımız ise 7 milyon dolardı. Hazır giyimde rakamlarımız düşük, ama daha fazla ihracat yapıyoruz. Bu bizim için önemlidir. Bu anlamda Güney Kore pazarı hazır giyim sektörü açısından önemli bir gelir kaynağıdır diyebiliriz” ifadelerine yer verdi.

Güney Kore’ye ihracatın büyük bölümü hazır giyimde

Ekonomi Bakanlığı ile Güney Kore’nin ortaklaşa gerçekleştirdiği ticaret ilişkilerini konu alan araştırmanın paylaşıldığı sunumdan örnekler veren Cumhur İşbirakmaz, “Bu çalışmaya göre, Güney Kore’de ihracat potansiyeli olan 16 tane ürün grubu var. Bunların 14 tanesi hazır giyim grubuna ait ürünlerden oluşuyor. Güney Kore STA’sından sonra ihracatında artış öngörülen ürünlerde ağırlıklı olarak hazır giyim ve inşaat malzemeleri öne çıkıyor” dedi.

Ürünler serbest dolaşımında sektör çalışanları vize kuyruğunda

Panelde Cumhur İşbirakmaz’ın ardından konuşan İstanbul Sanayi Odası Meclis Üyesi Süleyman Orakçioğlu, Gümrük Birliği Anlaşması’nın tekstil sektörünü en çok etkileyen anlaşma olduğuna vurgu yaptı. Türkiye’nin geçmişte fason üretim yap-



SÜLEYMAN ORAKÇIOĞLU
ISO Meclis Üyesi/ Orka Group YK Baş.

“Yurt dışı mağazacılığında başarılı olabilmemiz için katma değerli ürünler üretmeniz, markalaşmanız ve tanıtımınızı iyi yapmanız gerekiyor.”

tığını ve tekstil sektörünün kendi içinde değer yaratan bir sektör olduğuna dikkat çeken Orakçioğlu, “Tabii ki sektörün kaliteli üretim alt yapısı yine devam ediyor, ama bununla birlikte son dönemlerde işin içine tasarım ve marka ekonomisi de giriyor. Tasarım ve marka ekonomisinin perakende sektörüne mağazacılık olarak yansması var. Bu durumda bizi en çok ilgilendiren şey yurt dışı mağazacılık boyutu oluyor. Yurt dışı mağazacılık boyutunda başarılı olabilmemiz için katma değerli ürünler üretmeniz, markalaşmanız ve markanızın tanıtımını iyi yapmanız gerekiyor. Bu süreçte çalışanlarımızın Avrupa’ya çıkışında hala vize sorunları yaşanıyor. Yani biz yaklaşık 18 yıl önce imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması ile ürünlerin serbest dolaşımını sağladık, ama ürünlerin serbest dolaşımını yönetecek olan girişimcinin ve müteşebbislerin alt bileşeninde çalışanların serbest dolaşımını sağlayamadık. Bu nedenle çalışanlarımızın bu alanda etkili olabilmesi zorlaşıyor” dedi. Konuşmasında ayrıca ikili Serbest Ticaret Anlaşmaları’nın önemine de değinen Orakçioğlu, “Bugün yurt dışında 3 bin Türk mağazası var. Biz bu sayının iki yıl içinde 5 bin olmasını hedefliyoruz. Bunun olabilmesi için de ikili Serbest Ticaret Anlaşmaları çok önemli” dedi.



TASD'NİN YENİ MERKEZİ HİZMETE GİRDİ

YENİ MERKEZİNİ TÖRENLE HİZMETE AÇAN TASD, ÖLÇÜM MERKEZİ İLE DERİ ALIMLARINDA "SIFIR TOLERANS" UYGULAYIP, AYAKKABI SANAYİCİSİNİN DERİ ALIMLARINDA ZARAR ETMESİNİ ENGELLEMİYİ AMAÇLIYOR. DERNEK MERKEZDE AYNI ZAMANDA; SATIŞ, ÜRETİM VE MAĞAZACILIK GİBİ ALANLARDA EĞİTİM VERECEK.

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) yeni merkezi törenle hizmete girdi. 12 Şubat Çarşamba günü açılışı yapılan TASD'nin yeni merkezine, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay ve TASD Başkanı Hüseyin Çetin'in yanı sıra çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Açılış töreninde konuşan TASD Başkanı Hüseyin Çetin, AYMA-KOOP'ta açılan merkezin önemli bir ihtiyacı karşılayacağını vurgulayarak, satış, üretim, mağazacılık gibi alanlarda eğitim vereceklerini söyledi.

"Merkezimizde sıfır tolerans ile ölçüm yapacağız"

Sektörde büyük eksikliği hissedilen ölçüm merkezi ile deri satın alımlarında uğranılan hak kayıplarını ortadan kaldıracıklarına dikkat çeken Çetin, "Son teknolojiye sahip merkezimizde sıfır tolerans ile ölçüm yapacağız. Böylece ayakkabı sanayicisi deri satın alırken cebinden haksız yere para çıkmayacak. Bugüne kadar sanayicilerimiz yüzde 5-10 aralığında uygulanan tolerans ile aslında almadığı derinin parasını ödüyordu. Global rekabetin zorlaştığı, kâr marjlarının düştüğü bir ortamda ölçüm merkezimiz sanayicimize büyük yarar sağlayacak. Mali-

GEÇTİĞİMİZ YILI 730 MİLYON DOLARLIK İHRACAT İLE GERİDE BIRAKARAK, BAŞARILI BİR PERFORMANS ORTAYA KOYAN AYAKKABI SEKTÖRÜ, 2014 YILINDA İSE İHRACATINI 800 MİLYON DOLARA ÇIKARMAYI HEDEFLİYOR.

yetlerimiz düşecek” şeklinde konuştu. Geçtiğimiz yıl sektör olarak 730 milyon dolar tutarında ayakkabı ihracatı gerçekleştirildiklerini ifade eden Çetin, “Yeni merkezimizin sağlayacağı güçlü alt yapı ve eğitim çalışmaları sayesinde 1 milyar dolarlık psikolojik sınırı aşmış, önümüzdeki 10 yıl içinde 2.5 milyar dolara ulaşacağız. 2023 yılı için 1.5 milyar dolar olan ihracat hedefimizi 1 milyar dolar daha yukarı taşıyacağız” diye konuştu.

Ayakkabı ihracatında yüzde 32.4 artış

TASD'nin yeni hizmet binasının açılışında konuşan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay, ayakkabı sektörünün, deri ve deri ürünleri içinde önemli bir alt sektör olduğunu ifade etti. Ayakkabı ihracatının her yıl rekor kırdığını söyleyen İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, 2013 yılında, deri ve deri ürünleri sektörü ihracatının bir önceki yıla göre yüzde 16.4 artarak toplamda 1.9 milyar doları aştığını belirtti. Tolunay, “Bu başarının içinde ayakkabı ihracatının payı 730 milyon dolar oldu” dedi. Önceki yıl ile kıyaslandığında ayakkabı ihracatının yüzde 32.4'lik bir artış yakaladığını söyleyen Tolunay, “Ayakkabı ihracatımız 2012 yılında yüzde 22.8, 2011 yılında ise yüzde 12.2'lik bir yaşadı. Kısacası, ayakkabı ihracatı Türkiye genel ihracat artış oranlarının hep üzerinde seyrediyor” diye konuştu.

Hedef: 2023'de 2 milyar dolarlık ihracat

2023 yılında deri ve deri ürünleri sektörünün 5.2 milyar dolar ihracat hedefi olduğunu hatırlatan Lemi Tolunay, bunun içinde ayakkabı ihracatının payının ise 2 milyar dolar olarak öngörüldüğünü söyledi.

Birlik ve Deri Tanıtım Grubu olarak, yurt dışı ve yurt içi fuarları desteklediklerini ifade eden Tolunay, şöyle konuştu: “Fuar katılımcılarımıza kolaylıklar sağlıyoruz, ayakkabı ve ürün tasarım yarışmaları düzenliyoruz, tüm tasarımcılarımız ile birlikte çalışıyoruz, çeşitli projeler ile Ar-Ge ve inovasyonu özendiriyoruz. Yani ihracatçılarımızın yolunu açıyor, onlara yön veriyoruz. Bugün, burada bulunmamızın önemli nedeni, yine bu yönde, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin kararlı davranışı ve sektör mensupları ile dayanışma için-

de sektörü büyütmek, ihracatı artırmak, dünya ayakkabı ticaretinden daha fazla pay almak üzere yaptığı ve yarattığı, içinde bulunduğumuz, yeni dernek binasını hep birlikte hizmete sunmak ve bunu kutlamak.”

Döviz kurundaki dalgalanmalar öngörülebilirliği zorluyor

TASD'nin yeni merkez açılışında konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, ayakkabı sektörünün 2013 yılını başarılı bir performansla kapattığını söyleyerek, sektörün bu yıl ihracatını 800 milyon dolara çıkarmayı hedeflediğini belirtti. Kendisinin de ayakkabı sektörünün içinden gelen birisi olduğunu söyleyen Mehmet Büyükekşi, “Başta ayakkabıcılarımız olmak üzere tüm sanayicilerimiz, zorlu koşullar altında üretim yapıyor. Dışarıda acımasız bir rekabet ortamı var. İçeride ise sürekli artan maliyetlerle uğraşıyoruz. Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar da maliyetlerde ve fiyatlarda öngörülebilirliği zorlaştırıyor. Günün sonunda epey yoruluyoruz ama aldığımız sonuçlar buna değişiyor” diye konuştu. Ayakkabı sektörünün ocak ayında ihracatını yüzde 7 oranında artırdığını söyleyen Büyükekşi, ayakkabı sektörünün inovasyon, Ar-Ge, tasarım ve markalaşma-ya odaklandığını belirterek, “Temennimiz,



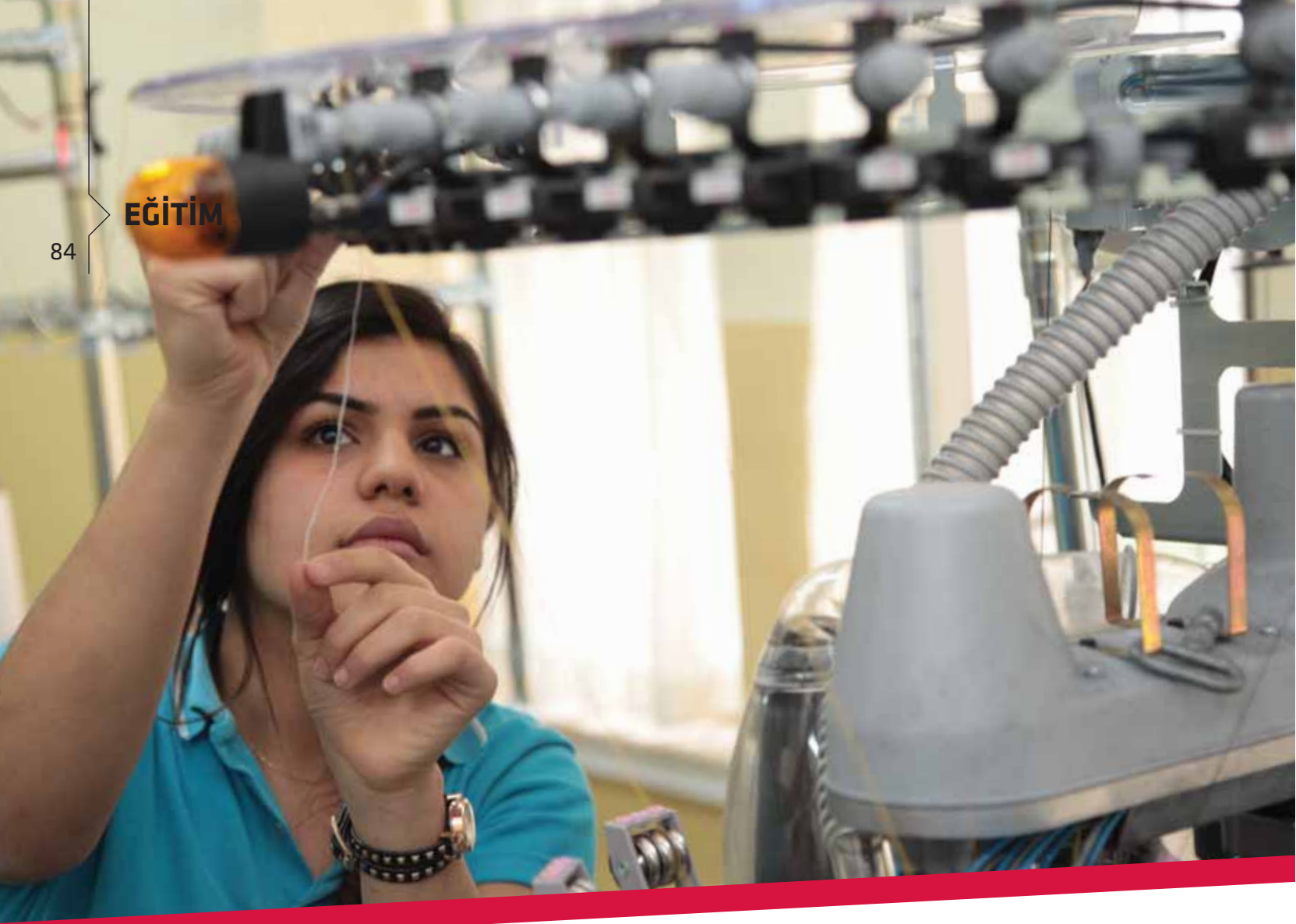
LEMİ TOLUNAY
İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı

“Ayakkabı ihracatımız genel ihracat artış oranlarımızın sürekli olarak üzerinde seyrediyor. Bu da bizim için ayrı bir gurur kaynağı.”

sektörün Türkiye ihracatına ve üretimine verdiği desteğin, artarak devam etmesi” dedi. Konuşmaların ardından, TASD'nin yeni merkezinin oluşumunda destek veren firmalara plaketleri verildi.



Merkez açılışında TASD Başkanı Hüseyin Çetin, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'ye sektöre verdiği katkılarını dolayı teşekkür plaketi takdim etti.



MESLEKİ EĞİTİME İHKİB DESTEĞİ SÜRÜYOR

Türkiye'de gençler iş ararken, işverenler ise iyi yetişmiş çalışan bulmakta zorlanıyor. Sanayi devrimlerini iskalayan Türkiye mesleki eğitim ile bu açığı kapatarak dünya standartlarına uygun nitelikli eleman yetiştirme yolunda emin adımlar atıyor. Mesleki eğitimde yeni bir dönem açan İHKİB de İstanbul'un farklı noktalarında yapılandığı okullarla endüstrinin nitelikli eleman ihtiyacı ile iş ve gelecek kaygısı taşıyan gençleri aynı noktada buluşturuyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörüne 1995 yılından bu yana nitelikli iş gücü yetiştiren İHKİB Okulları, sektörel uygulamaları akademik bir program içerisinde öğrencilere sunuyor. 19 yıldır yetiştirdiği donanımlı gençler ile tekstil

ve hazır giyim sanayine değer kazandıran İHKİB Okulları, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli eleman ihtiyacını da karşılıyor. Tasarım ve pazarlama odaklı bir anlayışla öğrencilere eğitim sunan İHKİB Okulları, teorik ve uygulamalı eğitimlerin yanı sıra öğrencileri moda ve tekstil fuarları, yurtdışı gezileri, konferanslara ve firma gezilerine götürüyor. Bu sayede öğrenciler hem sektörle iç içe oluyor hem de sektörü daha yakından tanıma fırsatı buluyor. Çeşitli projelerle öğrencilerin motivasyonlarını artıran İHKİB Okulları, her geçen gün başarısını katlayarak eğitim ve öğretim hayatına devam ediyor.

İHKİB Okulları arasında 1995 yılında eğitim hayatına başlayan İHKİB Avcılar Kız Teknik

MESLEKİ EĞİTİMDE YENİ BİR DÖNEM AÇAN İHKİB İSTANBUL'UN FARKLI NOKTALARINDA YAPILANDIRDIĞI OKULLARLA ENDÜSTRİNİN NİTELİKLİ ELEMAN İHTİYACI İLE İŞ VE GELECEK KAYGISI TAŞIYAN GENÇLERİ ORTAK BİR PAYDADA BULUŞTURUYOR.

ve Meslek Lisesi, her sene sektöre 100 ila 110 arasında donanımlı eleman kazandırıyor. Giyim Eğitim Teknolojisi, Tekstil ve Teknoloji ile Pazarlama ve Perakende bölümleriyle 550 öğrenciyi eğitim veren İHKİB Avcılar Kız Teknik ve Meslek Lisesi projeler kapsamında öğrencilerini İtalya, Yunanistan, Romanya, Danimarka, Bosna Hersek ve Macaristan gibi ülkelere götürüyor. Yurtdışı gezileriyle öğrencilerin motivasyonunu artıran İHKİB Avcılar Kız Teknik Ve Meslek Lisesi, öğrencilerine yurtdışında staj imkânı da sağlıyor. 1998 yılında eğitim ve öğretim hayatına başlayan İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisesi, bugün Giyim Eğitim Teknolojisi, Tekstil ve Teknoloji ile Pazarlama ve Perakende

olmak üzere üç alanda öğrencilere eğitim veriyor. Her yıl 100 öğrenciyi mezun eden okulda, 491 öğrenci eğitim görüyor. İHKİB Kağıthane Kız Teknik ve Meslek Lisesi ise 2004 yılında başladığı eğitim hayatına bin 100 öğrenci ile devam ediyor. İHKİB Eğitim Vakfı tarafından 2013-2014 yılı itibarıyla toplamda 169 öğrenciye burs verilen okulda öğrenciler; Tekstil Teknoloji, Giyim Üretim Teknolojisi, El Sanatları Teknolojisi ve Pazarlama olmak üzere dört alanda eğitim alıyor.

İHKİB Okulları özgüven kazandırıyor

Meslek liselerinde bilhassa İHKİB tarafından yapılan veya desteklenen tekstil ve hazır giyim alanlarında okuyan öğrencilerde, okullarına ve mesleklerine bağlılığın yüksek olduğunu ifade eden İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Mesleki ve Teknik Eğitim Bölümü Şube Müdürü Erol Demir, bu öğrencilerin aynı zamanda kendilerine özgüveninin de diğer öğrencilere nazaran daha yüksek olduğunu belirtti. Okul yöneticilerinin İHKİB üyesi iş yerleriyle olan kurumsal ilişkileri okulun mesleki açıdan ihtiyaçlarını, laboratuvar ya da usta öğretici olarak teknik desteklerini karşılamada da etkili olduklarını ifade eden Erol Demir, “Son sınıfa gelen öğrencilerin, bu işyerlerinde meslek eğitimi ve staj yapmaları büyük bir ayrıcalık ve avantaj sağlıyor” dedi. Erol Demir, şöyle devam etti: “Orta öğretim düzeyinde olan mesleki eğitimi, ‘Sınavla girilen Anadolu Teknik ve Anadolu Meslek Liseleri’ ve ‘Sınavsız diploma puanıyla öğrenci alan Meslek Liseleri’ olarak iki açıdan ele almak gerekiyor. Orta öğretim düzeyinde eğitim alan mevcudun yüzde 80’ini sınavsız öğrenci alan okullar oluşturuyor. Bu kesimin hedefi, mezun olduğunda eğitim aldığı meslekte ilerlemek olmalı. Bunun yolu ise okulların sektörle iş birliği içinde meslek eğitiminin sürdürülmesinden geçiyor. İHKİB Okulları da bu sistem içinde işleyen güzel örneklerden biri. Her yıl katıldığım mezuniyet törenlerinde bu öğrencilere iş daveti mektubu verildiğine şahit oldum. Sektör açısından da mezuniyet sonrası kendi iş yerinde istihdamı düşünen işletmeler için öğrencilere verilen emeğin doğrudan kendilerine iyi yetişmiş nitelikli eleman olarak geri dönmesinin önemli olduğunu düşünüyorum. Üretimde her şey taklit edilebilir, ancak fark nitelikli insan faktöründen geliyor. Nitelikli insanla kaliteli ve verimli üretim yapılabilir ve rekabet edilebilir.”

“İnovatif uygulamalara ağırlık verilmeli”

İHKİB Okulları’nda sektöre yönelik derslerin artırılması veya sektörün gelecekte ihtiyaçlarına yanıt verebilecek inovatif uygulamaların müfredata dâhil edilmesine ilişkin değerlendirmede bulunan Erol Demir, “Eğer gerek varsa İHKİB Okulları’na yönelik bir program değişikliği yapılması için İHKİB ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında özel bir protokol düzenlenmesi gerekiyor. Bakanlığımız belli zaman aralıklarıyla müfredatı ve programı gözden geçiriyor. Uzmanlar tarafından yapılan bu çalışmalarda, sektör ve üniversitelerin görüşlerinin alınması temel prensip. Günümüzde, yenilikçilik ve girişimcilik önemli kavramlar haline geldi. Özellikle modelistlik dallarında bu konu daha da derinlemesine işleniyor” diye konuştu. Tasarım teknolojileri alanının İstanbul’da sadece Bahçelievler İMMİB Erkan Avcı Teknik Endüstri Meslek Lisesi’nde uygulandığını söyleyen Erol Demir, “Özellikle sektörün müdahil olarak gerekçeli bir raporla Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü’ne müracaatı halinde istenilen mesleklerin müfredatına inovatif uygulamalar daha yoğun bir şekilde eklenebilir” ifadelerinde bulundu.

Haftanın üç günü işletmelerde staj imkanı

Sektörde istihdamın artması ile meslek okullarına olan ilginin de arttığını söyleyen Erol Demir, okullarda sadece meslek eğitimini teorik ve uygulamalı yapıyor olmanın sektörün taleplerini tam manasıyla karşılamayacağını belirterek, “Bu sebeple son sınıflardaki öğrencilerimiz, haftanın üç günü işletmelere gide-



EROL DEMİR

İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Mesleki ve Teknik Eğitim Bölümü Şube Müdürü

“Üretimde her şey taklit edilebilir ancak fark nitelikli insan faktöründen geliyor. Nitelikli insanla kaliteli ve verimli üretim yapılabilir ve rekabet edilebilir.”

meslek öğrenme konusunda manevi desteklerde bulunmaları gerektiğine dikkat çeken Erol Demir, “Genç yaşta arayış içinde olan gençlere kısa zamanda meslek sevgisinin aşılması açısından önemli. Mesleki eğitimin daha kaliteli yapılabilmesi için özellikle sektörün desteğini ve ilgisine her zaman ihtiyacımız olacak” şeklinde konuştu.



Gençlere kısa zamanda meslek sevgisinin aşılmasını sağlayan İHKİB Okulları, bu anlamda önemli bir görevi de yerine getiriyor.

10 YILLIK BİR GEÇMİŞE SAHİP OLAN İHKİB KÂĞITHANE KIZ TEKNİK VE MESLEK LİSESİ, İHKİB OKULLARI ARASINDA EN YENİ OKUL OLSA DA, HEM BÜYÜKLÜĞÜ, HEM DE ÖĞRENCİ, ATÖLYE VE DERSLİK SAYISI BAKIMINDAN EN ÖN SIRADA YER ALIYOR.

İHKİB Okulları'na ilgi giderek artıyor

Dört bölümünden oluşan, yaklaşık 20 atölyeye sahip olan İHKİB Kâğıthane Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde, bin 100 öğrenci eğitim görüyor. İHKİB Eğitim Vakfı tarafından 2013-2014 yılı itibarıyla toplamda 169 öğrenciye burs verilen okulun, Tekstil Teknoloji Bölümü'nde; tekstil teknolojisi alan ortak atölyesi, baskı atölyesi (tekstil baskı ve desenciligi), endüstriyel örme atölyesi (endüstriyel düz örme), tekstil test laboratuvarı atölyesi ve endüstriyel örme kalıp atölyesi ve ütü atölyesi yer alıyor.

Giyim Üretim Teknolojisi Bölümü'nde; iç giyim atölyesi, iki adet kadın giysi modelistliği uygulama atölyesi, üç adet kalıp uygulama atölyesi, kesim atölyesi, asist (bilgisayarlı kalıp) atölyesine, El Sanatları Bölümü'nde; sanayi nakışı atölyesi ve ev tekstili atölyesine sahip olan okul, Pazarlama Bölümü'nde ise bilgisayarlı uygulama atölyesine sahip.

“Mevcutumuz iki yılda iki kat arttı”

Kâğıthane çevresinde okulun çok ilgi gördüğünü söyleyen İHKİB Kâğıthane Kız Teknik ve Meslek Lisesi Müdürü Ayhan Kurt, iki yıl önce göreve başladığında okulun öğrenci sayısının 600 iken şu an bu sayının bin 100 olduğunu kaydetti. Hâlihazırda 300 öğrencinin kayıt için başvurduğunu söyleyen Ayhan Kurt, sınıf sayılarının taleplere yanıt veremeyecek durumda olduğunu söyledi. Okulun adının her ne kadar kız lisesi olarak geçse de, öğrencilerin aşağı yukarı yüzde 40'ının erkek öğrencilerden oluştuğunu ifade etti. Mevcut öğrenci sayıları ile şu anda kapasite-

lerinin dolduğuna vurgu yapan Ayhan Kurt, önümüzdeki sene ya daha az öğrenci olarak mevcut durumunda kalacaklarını söyledi. İHKİB okulları içinde hem kapasite açısından hem de derslik ve atölye sayısı bakımından İHKİB Kâğıthane Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nin en büyük okul olduğunu ifade eden Ayhan Kurt, şöyle konuştu: “Okulumuz 20 derslikten oluşuyor. Burası, aşağı yukarı 20 civarında atölyenin bulunduğu üç bloktan oluşan bir okul. Dört temel alan var. Bunların dışında 11'inci sınıfta öğrencilerin seçmiş oldukları dallar var. Okulun en büyük özelliği, öğrenciler burada sektöre ara eleman olarak yetiştiriliyor ve okulu bitirdikten sonra iş bulma olanakları çok fazla. Temel hedefimiz; her makinenin başına bir öğrencinin oturmasını sağlayarak, işi tam öğrenmesi.”

“Öğrencilerimiz dönemlik stajlardan geçiyor”

İHKİB Eğitim Vakfı tarafından 2013-2014 yılı itibarıyla toplamda 169 öğrenciye burs verildiğini söyleyen Ayhan Kurt, bu oranın orta öğretim öğrencileri arasında ciddi bir rakam olduğunu altını çizdi. Mezun olan öğrencilerin istihdamı konusunda da başarılı veriler elde ettiklerini belirten Ayhan Kurt, birkaç firma ile iş birliklerinin olduğunu söyleyerek, İpekyol firmasında staj yapan öğrencilerin neredeyse tamamının orada istihdam edilmesiyle ilgili bir talep aldıklarını söyledi. Öğrencilerin stajlarını dönemlik yaptıklarını söyleyen Ayhan Kurt, “Okulların bir kısmın-



AYHAN KURT

İHKİB Kâğıthane Kız Tek. ve Mes. Lis. Müd.

Kâğıthane çevresinde okulun çok ilgi gördüğünü söyleyen Okul Müdürü Ayhan Kurt, iki yıl önce göreve başladığında okulun öğrenci sayısının 600 iken şu an bu sayının bin 100 olduğunu kaydetti.

da üç gün staj, iki gün okul şeklinde olurken, bizde İHKİB ile yaptığımız fikir alışverişi sonucu, bir dönem staj, bir dönem okul uygulamasına karar verdik” dedi. Şu an İstanbul çapında belki de en donanımlı giyim üretim teknolojisi bölümüne sahip olduklarına dikkat çeken Ayhan Kurt, “Çok değerli cihazlara sahibiz. Bu atölyelerde her öğrencinin bir makinenin başına oturması esas alındı. Ara eleman yetiştirmek noktasında, bu okulların önemli bir fonksiyonu söz konusu. Dolayısıyla öğrencinin donanım noktasında bir eksikliği söz konusu olmuyor” diye konuştu.



BTC Süblimasyon Dijital Baskı Ürünleri ile Kalite ve Üretimiz Güvende...

Otomatik Varyant

AVA

3D MAPPING
GIYDIRME

Hızlı
Renk Ayrımı

Desen
Tasarımı



Mac

Profesyonel Desen Tasarımı-Renk Ayrımı Varyant ve Giydirme Programı



REGGIANI
MACCHINE



Saatte 500 m2 üzerinde ilk Endüstriyel Süblimasyon Dijital Baskı Makinesi



Cham Paper Group

Süblimasyon Dijital Baskı Kağıtları



Dijital Baskı RIP Yazılımları



Süblimasyon Dijital Baskı Boyaları

BIC

BTC Bilgi Teknolojileri ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd.Şti.

Tekstilkent Ticaret Merkezi A6 Blok No.48 Esenler / İstanbul Tel: +90 212 438 6506 Fax: +90 212 4386509

www.dijitalteknolojiler.com

HER YIL ORTALAMA 100 ÖĞRENCİYİ MEZUN EDEN İHKİB YENİBOSNA KIZ TEKNİK VE MESLEK LİSESİ, AYNI ZAMANDA SEKTÖRDE İSTİHDAM EDEN İŞ GÜCÜNE DE BELİRLİ ALANLARDA KURSLAR AÇARAK, MESLEKİ ANLAMDA EKSİKLİKLERİ TAMAMLİYOR.

Hazır giyim sektörüne nitelikli eleman dopingi

Endüstriyel Çorap Örne dalı olarak 1998 yılında eğitim ve öğretim hayatına başlayan İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisesi, bugün Giyim Eğitim Teknolojisi, Tekstil ve Teknoloji ile Pazarlama ve Perakende olmak üzere üç alanda öğrencilerine eğitim veriyor. Her yıl ortalama 100 öğrenciyi mezun eden okulda, 10'uncu sınıftan itibaren burs ihtiyacı olan öğrencilere İHKİB Eğitim Vakfı tarafından burs sağlanıyor. Toplamda 14 derslik sayısı ile 491 öğrencinin eğitim gördüğü okulda; Çorap Örne Atölyesi, Bilgisayar Destekli Desen Tasarım Atölyesi, Bilgisayar Destekli Kalıp Atölyesi, Elde Kalıp Atölyesi ile Numune Dikim Atölyesi bulunuyor. "Giyim Eğitim Teknolojisi Bölümü"; Erkek Giyim Modelistliği, Kadın Giyim Modelistliği ve Çocuk Giyim Modelistliği olmak üzere üç daldan oluşuyor. "Tekstil Teknolojisi Bölümü"nde; Endüstriyel Çorap Örne dalından oluşurken "Pazarlama ve Perakende Bölümü"nde ise Satış Elemanlığı dalı mevcut. Sektöre nitelikli eleman yetiştiren okul, aynı zamanda sektörde faaliyet gösteren iş gücüne de belirli alanlarda kurslar açarak, mesleki anlamda eksik kaldıkları konularda yardımcı oluyor.

"Sağlam bir alt yapıya sahibiz"

Sektörde yer alan tüm makine ve tesisatın okullarında mevcut olduğunu söyleyen İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisesi Müdürü Nebahat Ataç, bu anlamda sağlam bir alt yapıya sahip olduklarını kaydetti. Okullarında öğrencileri sektöre donanımlı

bir şekilde hazırladıklarını ifade eden Ataç, "İHKİB Okulları bu yıl Anadolu Meslek Lisesi statüsü kazandı. Artık öğrenciler sınavla bu okullara girebiliyor. Okullarımızın Anadolu Meslek Lisesi statüsünü almasının ardından buradan mezun olan öğrencilerimizin daha nitelikli bir şekilde sektöre hazırlanacağı su götürmez bir gerçek" değerlendirmesinde bulundu. Öğrencilerin tasarım yönünü öne çıkaracak çalışmalara ilişkin bilgileri de paylaşan Nebahat Ataç, meslek lisesi öğrencilerinin kendini geliştirme anlamında görebilecekleri derslerin çok az olduğunu belirterek, bu anlamda bir sıkıntı yaşadıklarına dikkat çekti. Her alana ilişkin modüllerin daha farklı hazırlanması gerektiğine vurgu yapan Nebahat Ataç, Milli Eğitim Bakanlığı'nın son dönemde modüler eğitim kapsamında bir takım çalışmalara ağırlık verdiğini belirtti.

İHKİB Eğitim Vakfı'ndan öğrencilere tam destek

Son sınıfta olan öğrencilerin beceri eğitimi adı altında işletmelerde eğitime başladıklarını söyleyen Nebahat Ataç, "Beceri eğitimleri sayesinde öğrencilerimiz okulda alamadığı bazı bilgileri, becerileri sektörde tamamlayabiliyorlar. Beceri eğitimi sırasında başarılı olan öğrencilerimizin birçoğu mezun olduktan sonra söz konusu işletmelerde istihdam edilebiliyor. Diğer taraftan mezun olan öğrencilerimizin yüzde 80'i iki yıllık Meslek Yüksek Okulu'na geçiş yapabiliyorlar" diye konuştu. Öğrencilerin 10'uncu sınıftan itibaren belirli alanlara yönediklerini kaydeden Ataç, 11'in-



NEBAHAT ATAÇ
İHKİB Yenibosna Kız Tek. ve Mes. Lis. Müd.

Öğrencilerin aldıkları teorik bilgileri atölyelerde pratiğe döktüklerini söyleyen Okul Müdürü Nebahat Ataç, gençlerin sektöre donanımlı bir şekilde gittiklerini söyledi.

ci ve 12'nci sınıfta aldıkları teorik bilgileri pratiğe aktardıklarını belirtti. Okul olarak öğrencileri moda ve tekstil fuarlarına götürdüklerini söyleyen Ataç, son olarak 6-8 Şubat 2014 tarihleri arasında TÜYAP'ta düzenlenen "Uluslararası İç Giyim ve Çorap Fuarı" IFEXPO'da öğrenciler tarafından üretilen çorapların gerçekleşen defile ile sergilendiğini ifade etti. 10'uncu sınıftan itibaren burs ihtiyacı olan öğrencilere İHKİB Eğitim Vakfı tarafından burs sağlandığını söyleyen Nebahat Ataç, öğrencilerin mezun oluncaya kadar bu burstan faydalanabildiğini belirtti.





fashionable fabrics since 1933



PALATEKS®

PALATEKS TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Tel: +90 212 230 31 74 Fax: +90 230 25 42

www.palateks.com.tr info@palateks.com.tr

EĞİTİM-ÖĞRETİM HAYATINA 19 YIL ÖNCE BAŞLAYAN, HAZIRLADIĞI PROJELER KAPSAMINDA ÖĞRENCİLERE YURT DIŞINDA STAJ İMKÂNİ SAĞLAYAN İHKİB AVCILAR KIZ TEKNİK VE MESLEK LİSESİ, BU YÖNTEMLE ÖĞRENCİLERİN MOTİVASYONUNU DA ARTIRIYOR.

İHKİB Okulları'ndan global adımlar

Eğitim öğretim hayatına 1995 yılında başlayan İHKİB Avcılar Kız Teknik ve Meslek Lisesi, her sene sektöre 100 ila 110 arasında donanımlı eleman kazandırıyor. Toplamda dokuz derslik ve üç bölüm ile 550 öğrenciye eğitim veren okul, projeler kapsamında öğrencilerini; İtalya, Yunanistan, Romanya, Danimarka, Bosna Hersek ve Macaristan gibi ülkelere götürüyor. Bu yolla öğrencilerin motivasyonunu artıran okul, aynı zamanda onlara yurt dışı pazarlarını da yakından görme imkânı sağlıyor. Şimdiye kadar bu projeler ile 60'a yakın öğrenciyi yurt dışına götüren okul, öğrencilerin sektöre daha iyi tanıyabilmeleri ve farklı açılımlar yapabilmeleri için Modacı Hüseyin Küçük ile anlaşarak farklı bir çalışmaya imza atıyor.

Öğrencilere yurt dışında staj imkanı

Öğrencilere sektörle iç içe bir eğitim verdiklerini söyleyen İHKİB Avcılar Kız Teknik ve Meslek Lisesi Müdürü Canan Ertekin, "Sektörle iç içe çalıştığımız için staja giden öğrencilerin hepsi yüksek okula gitmedikleri takdirde staj yaptıkları yerlerde kalıyorlar" dedi. Canan Ertekin, öğrencilerin motivasyonlarını daha da yukarılara çekebilmek için birçok çalışmaya imza attıklarını ve devam eden projelerin olduğunu kaydetti. Bunlardan bir tanesinin ise geçmiş yıllarda Yunanistan'daki bir okul ile gerçekleştirilen "Kardeş Okul Projesi"

olduğunu söyleyen Ertekin, "Geçtiğimiz senelerde Yunanistan ile yaptığımız Kardeş Okul Projesi'ni bu yıl Romanya ile yapmaya hazırlanıyoruz. Romanya ile iş birliği yapıp, oradan 15 kişilik bir öğrenci grubunu buradaki sektöre staja getirmek, bizim öğrencileri de oraya gönderip staj görmelerini sağlamaya çalışıyoruz. Diğer taraftan "Rol modellerini olumluya çevirme" ve "Come nius" adlı iki fark projemiz daha var" dedi. "Comenius" projesi kapsamında sekiz ülkeye gidileceğini ifade eden Canan Ertekin, bugüne kadar altı ülkeye ziyarette bulunduğunu söyleyerek, "Aslında yapılan bu projeler ile öğrencilerimizin motivasyonunu artırıyor, daha hevesli çalışmalarına vesile oluyoruz. Bugüne kadar bu projelerle 60'a yakın öğrenci yurt dışına geziye gitti" diye konuştu.

Moda tasarımcıları ile ortak projeler

Öğrencilerin okulda bulunan atölyeler sayesinde sektöre donanımlı bir şekilde hazırladıklarını ifade eden Canan Ertekin, "Giyim Üretim Teknoloji Bölümü'nde; 'Kalıp Atölyesi', 'Elde Kalıp Atölyesi', 'Bilgisayarda Kalıp Atölyesi', 'Normal Yuvarlak Dikim Atölyesi', 'Penye Dikim Atölyesi' ve 'Kesim Atölyesi', Endüstriyel Örme Bölümü'nde; 'Düz Örme Atölyesi' ve 'Çorap Örme' ve 'Desinatörlük Atölyesi', Pazarlama Bölümü'nde ise 'Pazarlama Sınıfı mevcut" dedi.



CANAN ERTEKİN
İHKİB Avcılar Kız Tek. ve Mes. Lis. Müd.

Şimdiye kadar 60'a yakın öğrenciyi yurt dışı gezilerine götürdüklerini söyleyen Okul Müdürü Canan Ertekin, bu anlamda İHKİB Okulları'nın eğitimde global adımlar attığını belirtti.

Sektörü iyi takip edebilmeleri adına öğrencileri fuarlara, defilelere, söyleşilere ve konferanslara götürdüklerini söyleyen Canan Ertekin, diğer taraftan modacılarla da ortak projelere imza attıklarını dile getirdi. Canan Ertekin, "Modacı Hüseyin Küçük ile birlikte yürüttüğümüz projeye de öğrencilerimizin tasarım anlamında ufkunun açılmasını sağlamaya çalışıyoruz" dedi.



XL KADININA HAZIRLADIĞI ŞIK TASARIMLARLA MODA DÜNYASINDA ADINI DUYURAN MODA TASARIMCISI HÜSEYİN KÜÇÜK, ŞİMDİLERDE İHKİB AVCILAR KIZ MESLEK LİSESİ'NDE EĞİTİM ALAN 14 ÖĞRENCİ İLE BİRLİKTE YÜRÜTTÜĞÜ SOSYAL SORUMLULUK PROJESİNİN HAZIRLIĞI İÇERİSİNDE.



Moda eğitiminde örnek iş birliği

Büyük beden elbiselere getirdiği estetik ve lüks ile isminden söz ettiren modacı Hüseyin Küçük, yer aldığı sosyal sorumluluk projeleriyle de moda camiasının duyarlı isimlerinden. Son olarak İHKİB Avcılar Kız Meslek Lisesi ile ortak bir projede buluşan tasarımcı, okulun 11'inci sınıf "Model Geliştirme Bölümü" öğrencilerine moda konusunda eğitim veriyor. Okulun tasarım atölyesinde yaptığı çalışmayla moda tasarımına dair deneyimlerini öğrencilerle paylaşan Hüseyin Küçük, bu yolla genç yeteneklere yol gösteriyor.

Okul öğretmenlerinden Dürdane Arslan, Erhan Kaman ve Amine Akça'nın koordinatörlüğünde ilerleyen projede yer alan öğrenciler ise; Sevgi Yıldırım, Sevilay Yıldırım, Özlem Yeşilçimen, Şevval Günal, Yaren Yaver, Belma İrmak, Serra Marangozolu, Cennet Demirci, Yaren Öztürk, Yıldız Güleriyüz, Yıldız Filizer, Sevilay Yalçın, İlkay Tulum ve Sibel Erşahin'in yer aldığı 14 kişilik ekipten oluşuyor.

"Sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacına cevap vereceğiz"

Sosyal sorumluluk projesi kapsamında öğrencilere moda konusunda eğitim verdiğini söyleyen modacı Hüseyin Küçük, bu proje ile sektörde eleman bulma problemine de çözüm getirileceğini belirtiyor. Çalışma arkadaşlarını okullardan seçen Küçük, "Çocuklarımızın önce okul içinde mesleki anlamda bilgi almaları

gerekiyor. Bu sektörde çıraklık çok önemlidir. Yavaş yavaş kalfa olursun, daha sonra usta seviyesine yükselirsin. Bu aşamayı kabul ettiği takdirde öğrenci alanında yükselir. Çok güzel kalıpcı, kesimci, tasnifçi, ütücü, paketçi, kontrolcü olunabilir. Bunların hepsi moda dünyasında olması gereken departmanlar. Bunlar olmazsa biz olamayız" diye konuşuyor. Türkiye'de birçok kız meslek lisesinde verilen eğitimin sektörelle bağdaşmadığına dikkat çeken Küçük, mezun olan çocukların önlerinin kapandığını ve sektörün ihtiyaçlarına göre yetiştirilmedikleri için ne yapacaklarını bilemediklerini belirtiyor. Küçük; "Meslek okullarından mezun olan öğrenciler donanımlı olmalı ki sektörde hemen iş bulabilsin. Donanımlı bir şekilde sektöre adım atarlarsa mesleğe çırak olarak değil, kalfa olarak başlarlar. Bu açıdan İHKİB Okulları öğrenciler için sektör girmeden önce önemli bir görevi yerine getiriyor. Buradaki öğrenciler sektöre aşına fakat pazarı daha iyi bilmeleri gerekiyor. Makineden anlayan ve hangi kumaşa hangi iğnenin gideceğini bilen elemanlar sektörde yer ediniyor" diye konuşuyor.

"Öğrencileri yarınlara hazırlıyoruz"

Giyinmenin bir kültür işi olduğunu ve parayla alakalı bir şey olmadığını belirten Hüseyin Küçük, bir tasarımcının vücut anatomisini çok iyi bilmesi gerektiğini söyleyerek, "Göğüs nerede

başlar, nerede biter. Kaslı göğüs, etli göğüs, ayrı göğüs var. Bunlar zamanla edinilecek tecrübeler. İşte buradaki öğrencilerimizde bunları öğrenecek" diyor. Öğrencilere öncelikle kalıp, kumaş, dikiş, kesme, dikme, metolama, tasnif ve depolamaya dair bilgiler verildiğini söyleyen modacı Hüseyin Küçük, tasarımda önemli olan şeyin modeli oluşturmak olduğunu, söz konusu proje kapsamında öğrencilerin model oluşturma sürecinden de geçtiğini belirtiyor. İHKİB'in de desteği ile hayata geçirdiği sosyal sorumluluk projesiyle öğrencilerin yarınlara hazırlandığını ifade eden Küçük, bu sayede sektörün kalifiye eleman ihtiyacına da cevap vereceklerini söylüyor. Öğrencilerin nitelikli bir eleman olmak için çok çalışması gerektiğine vurgu yapan Küçük, bu şekilde mesleğini iyi icra eden bir elemanın karşılığını alacağını belirtiyor. İHKİB Avcılar Kız Meslek Lisesi öğrencilerinin teknik bilgi ve uygulama açısından iyi seviyede olduklarını söyleyen Küçük, "Yıllardır üzerinde çalıştığım pazarlara projede yer alan 14 öğrenciyi de dâhil ederek, onların markalaşmalarına ön ayak olmayı amaçlıyorum" diyor. Küçük, "Projeye dahil olan öğrencilerin okulu bitirdikten sonra işsizlik gibi bir kaygılarının olacağını sanmıyorum. Bu gençlerin mesleki anlamda yarınlara umutlu ve mutlu bakmalarına aracı olmak bizim için ayrı bir gurur" diyerek sözlerini tamamlıyor.

AB İLE ABD ARASINDA SÜRDÜRÜLEN STA MÜZAKERELERİNE, TÜRKİYE'NİN DÂHİL OLUP OLMAYACAĞI KONUSU MUĞLÂKTA İKEN AVRUPA PARLAMENTOSU INTA KOMİTESİ TARAFINDAN AB İLE TÜRKİYE ARASINDAKİ GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN İŞLEYİŞİNDEN KAYNAKLANAN SORUNLARIN İLK DEFA DETAYLI BİR ŞEKİLDE KOMİSYONA YÖNELTİLMESİ BÜYÜK ÖNEM TEŞKİL EDİYOR.



HALUK ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

Tam üyelikten bir önceki etap olan, Gümrük Birliği (GB), 1996 yılında yürürlüğe girdiğinde, üç, beş yılda olmasa bile, en geç 10 yıl içinde Avrupa Birliği'ne (AB) üye oluruz diye düşünüyorduk. Ama hiç de umduğumuz gibi olmadı. Tam üyelik bir yana, aradan geçen 18 yıl içinde ancak bir arpa boyu yol alabildik. Üstelik bu süre içinde, AB'nin ticaret ve ekonomi politikaları değişti. Buna karşılık, aramızdaki Gümrük Birliği, statik bir şekilde kalarak işlevini yitirdi. Komisyon, bu asimetrik yapının objektif bir yaklaşımla ortaya çıkarılması amacıyla bir süre önce Dünya Bankası'ndan (DB), Gümrük Birliği'ni değerlendiren bir çalışma yapmasını istemişti. DB'nin çalışmayı bitirdiği ve raporunu ilk aşamada, AB Komisyonu, Parlamento ve Türkiye'deki yetkililerle paylaştığı anlaşılıyor. Nitekim ilk tepki Avrupa Parlamentosu INTA (International Trade) Komitesi Başkanı Vital Moreira'dan geldi. Moreira'nın, cevaplanması istemiyle Komisyona yönelttiği soruları bugüne kadar her ortamda, defalarca gündeme getirmiş ama derdimize çare olacak bir cevap alamamıştık. INTA Komitesi Başkanı her şeyden önce, AB ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği'nin uyum içinde işlemediğini, Türkiye'nin karşılaştığı sorunların dikkate alınmadığını çok net bir şekilde açıklıyor. Sadece bununla da kalmıyor, Türkiye'nin, Gümrük Birliği'nden doğan yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğini de sorguluyor; AB ile Gümrük Birliği ilişkisi içinde olan Türkiye'nin Topluluğun STA yaptığı üçüncü ülkelerle aynı tür anlaşma yapamamasına rağmen bu ülkeler, Türkiye pazarına tercihli konumda ve karşılıksız olarak girebiliyorlar. Bu asimetrik durum,

Serbest Ticaret Anlaşması'nda AB, ABD ve Türkiye üçgeni

AB'nin ve Türkiye'nin, aynı ülkeyle yapılan STA'nın yürürlüğe girme tarihi arasındaki çok ciddi zaman farkı nedeniyle devam ediyor.

Moreira'nın soruları

Başkan Moreira, sorularını sıralıyor:

1-AB Komisyonu üçüncü ülkelerle STA müzakereleri yaparken Gümrük Birliği ilişkisi içinde olduğu Türkiye'nin endişelerini nasıl dikkate almaktadır? Komisyon, STA'ların Gümrük Birliği ortaklarına yönelik sonuçlarını etki analizi içine dâhil etmiş midir?

2-Komisyon, anlaşma yaptığı ülkeleri, Türkiye ile de paralel STA müzakeresine başlama konusunda nasıl teşvik etmeyi tasarlamaktadır? Komisyon, AB'nin tamamladığı STA ile Türkiye'nin aynı ülke ile yaptığı STA'nın yürürlüğe giriş tarihleri arasındaki farkı en aza indirme konusunda ne yapmayı düşünmektedir?

3-Komisyon Türkiye'nin Gümrük Birliği'nden doğan yükümlülüklerini tümüyle yerine getirdiği görüşünde midir? Eğer değil ise Komisyon Türkiye'nin bunlara uymasını nasıl sağlayacaktır?

4-Komisyon, AB-Türkiye Gümrük Birliği'nin, genişletilmesinin, kapsamının artırılmasının, aradaki ticaretin büyütülmesinin ve hâlihazırdaki engellerin en aza indirilmesinin değerlendirilmesi amacıyla Dünya Bankası'nı görevlendirmiştir. Komisyon bu raporun sonuçlarını ileriye donuk ticaret politikası kapsamında nasıl dikkate alacaktır?

Türkiye anlaşmaya dâhil olabilecek mi?

Gümrük Birliği'nin işleyişinden kaynaklanan sorunların ilk defa bu kadar detaylı bir şekilde Avrupa Parlamentosu tarafından Komisyona yöneltilmesi çok önemli. -AB ile ABD arasında sürdürülen TTIP müzakerelerinde 3'üncü tur görüşmeler, 16-20 Aralık 2013 tarihleri arasında ABD'de yapılmıştı. Bu kez dördüncü tur müzakereleri, 10-14 Mart 2014 tarihleri arasında Brüksel'de düzenlenecek. AB ve ABD yetkilileri, müzakerelerin yılsonuna kadar tamamlanması için kararlı olduklarını açıklıyorlar. İster bu yılsonunda, ister önümüzdeki yıl tamamlansın, Türkiye olarak her halükarda

anlaşmanın dışında kalacağız. AB ile ABD, geçen yıl başlayan TTIP müzakerelerinden yaklaşık bir yıl önce, her iki tarafta uygulanan, değişik standartları ve yasaları belirlemek üzere bir çalışma grubu oluşturmuştu. Bunu, taraflar arasındaki uygulamalardaki farklılıkları ortadan kaldırmak, böylece zamandan kazanarak anlaşmayı kısa sürede tamamlamak için yaptılar. Nitekim ABD ile Türkiye arasında da, aynı amaçla bir High Level Committee kuruldu. Yüksek çalışma grubu ne kadar çabuk sonuca ulaşırsa, ABD ile o kadar kısa sürede müzakerelere başlama şansımız olabilir. Brüksel'deki, ABD Ticaret Odası Başkan Yardımcısı Mr. Peter H.Chase'de (U.S. Chamber of Commerce Vice President) aynı görüşte. Mr. Chase, gelişmeleri yakından izlediklerini, ABD Ticaret Odası'nın ABD ile Türkiye arasındaki bir STA'yı desteklediklerini söylüyor. Ayrıca, ABD ile Türkiye arasında kurulan High Level Committee'nin, çok kapsamlı bir anlaşma konusunda tarafların eksikliklerinin belirlenmesine yardım edeceğine inanıyor. ABD Ticaret Odası Başkan Yardımcısı, ABD'deki sektör temsilcileriyle ve yönetimdeki yetkililerle temas kurmanın ve ayrıca danışmanlık firmalarından yararlanmaya çalışmanın çok önemli olduğunu hatırlıyor. -Avrupa'da tekstil ve hazır giyim başta olmak üzere tüm imalat sanayi AB'nin, Vietnam ile sürdürdüğü STA müzakerelerinin yarardan çok zarar getireceği görüşünde.

Tekstil ve hazır giyimde geçiş süreci

EURATEX, AB Komisyonu'nun, Vietnam ile yapılacak STA'nın etki analizi raporuna dikkat çekerek anlaşmanın, özellikle AB'nin hazır giyim sanayine (ayakkabı ve deri eşya sanayi ile beraber) gayet olumsuz etki yapacağına işaret ediyor. Ayrıca EURATEX, devlet yardımlarına, fikri mülkiyet haklarına, menşe ve rekabet kurallarına uyum konularında etkili kontroller yapılmasına dikkat çekiyor. Vietnam STA'sı konusunda Avrupa Parlamentosu INTA Komitesi'nin görüşleri de olumsuz. Komite, gümrük tarifelerinde hemen yapılacak bir indirimin yerine, tekstil ve hazır giyimde bir geçiş süreci tanınmasının yararlı olacağına inanıyor.



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

MEHMET AKİF CAD. 1 SOK.
HAYDAR AKIN İŞ MERKEZİ
NO: 25/9 ŞİRİNEVLER/İSTANBUL

Tel: +90 212 451 51 01
Tel: +90 212 451 19 96 (PBX)
Faks: +90 212 451 19 95

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com



Bora AKSU / Moda Tasarımcısı



MODANIN İKİ YÜZÜ DTG İLE LONDRA'DA

TÜRK DERİSİNİ ULUSLARARASI PLATFORMLARA TAŞIMAK, SEKTÖRÜN PAZAR VE İHRACAT POTANSİYELİNİ ARTIRMAK AMACIYLA ÇALIŞMALARINI SÜRDÜREN DERİ TANITIM GRUBU (DTG), ÜNLÜ MODA TASARIMCILARI BORA AKSU VE ZEYNEP TOSUN'U LONDRA MODA HAFTASI'NA TAŞIDI.

Londra Moda Haftası, bu dönemde de aralarında iki Türk modacının da bulunduğu çok sayıda tasarımcının yeni koleksiyonlarını sunduğu defilelere ev sahipliği yaptı. 14-18 Şubat tarihleri arasında gerçekleşen Londra Moda Haftası'nda yer alan Türk modacılar Bora Aksu ve Zeynep Tosun birbirinden özgün tasarımlarıyla moda severlerden büyük ilgi gördü. Tori Amos, Siena Miller, Keira Knightley gibi dünyaca ünlü sanatçıları giydiren ve 2010 yılında Buckingham Sarayı'nda Kraliçe Elizabeth'e takdim edilen Bora Aksu, Londra Moda

Haftası'nda yarattığı farklı çizgiyle etki yaratmaya devam ediyor. Bugüne kadar aralarında "Storm", "Lancome" ve "Cho Ice" gibi ünlü markaların bulunduğu önemli kuruluşlardan ödüller alan Türk modacı Bora Aksu, 14 Şubat'ta Londra Moda Haftası'nda 21'inci showunu gerçekleştirdi. Sonbahar-Kış 2014-15 koleksiyonunda annesinin genç kızlık dönemine gönderme yapan Bora Aksu, koleksiyonunda siyah gece mavisi, gri ve beyaz kuralları olduğu okulun simgelediği dış dünyayı yansıtırken, toz pembe, hardal, çivit mavi ve koyu kırmızı tonla-



Zeynep TOSUN / Moda Tasarımcısı

rı ile çocuksu hayal dünyalarını simgeledi. Bora Aksu, koleksiyonunda yün, corduroy, kaşmir gibi kumaşlarla bir arada kullanılan ipek tül, organze, kırık boncukla işlenmiş couture kumaşlar arasında kontrastlar yaratıp, farklı dokuları da bir arada kullandı. Türk derisini, modanın en sıkı takipçileri ve uluslararası kamuoyu önüne kendi hayal gücünü katarak sunan Bora Aksu, Sonbahar/Kış 2014-15 koleksiyonuyla büyük beğeni topladı. Londra Moda Haftası'nın ilk gününde sergilediği koleksiyonunda deriyi oldukça ön plana çıkaran tasarımcıya, tüm derileri DTG sağladı.

Asil yapısı ve kurallara karşı duran asi bir hava taşıyan deri, Bora Aksu'nun yarattığı konsepti ve hikâyesini daha güçlü yansıttı. Tasarımcının koleksiyonunda hem romantik hem de maskülen parçalarda kullanılan

deri, yünlü kuzu derisi ve cavalino olarak adlandırılan yünlü dana derileri ile koleksiyona bambaşka bir boyut getirdi.

DTG tasarımcılarının yanında

Londra Moda Haftası'nda 17 Şubat'ta sahneye çıkan Zeynep Tosun'un koleksiyonunda kullanılan deriler de DTG tarafından temin edildi. DTG ve Zeynep Tosun arasında Londra Moda Haftası kapsamında gerçekleşen iş birliği, uluslararası arenaya derinin koleksiyonların vazgeçilmez bir parçası olduğunu bir kez daha göstermiş oldu. 1970'lerin renk paletlerini ve silüetlerini, günümüzün güçlü ve salaş sokak ruhuyla birleştiren tasarımcı, koleksiyonunda; o yılların silüetlerini, maskülen ve sportif bir anlayışı, paslanmış renk paleti ile harmanlayarak sundu. Silüetlerinin

gücünü omuz ve kollardan alan koleksiyon; Puffy Down ceketler, diz altı etekler, yüksek bel deri tulumlar, deri sweatshirtler ve elbise parçalarından oluştu. Endüstriyel aksesuar detaylarının öne çıktığı tasarımlarda büyük paslı kancalar, deri detaylar ağırlıktaydı. Elbiselerin içerisinde giydirilmiş boğazlı kazaklar ve oversize paltolar ise tasarımları tamamlayan diğer detaylar oldu. Krem, bebek mavisi, dark brown, tarçın, gri ağırlıklı renklerin yer aldığı koleksiyona kalın deri, pas görünümlü deri ve brokar ve yünlü krepler hâkimdi. Aksesuarlar ise büyük ponponlu bereler, yüksek bel parçalar için geniş kemerler, büyük kuş gözü detayları ile derilerin iç içe geçtiği parçalar, kalın topuklu kısa botlar, elde taşınabilen dev büyüklükte deri çantalarından oluştu.

MALİYE BAKANLIĞI TARAFINDAN BELİRLENEN FORMATA UYGUN ŞEKİLDE “YILLIK TRANSFER FİYATLANDIRMASI RAPORU”NU HAZIRLAMAK ZORUNDA OLAN MÜKELLEFLER, SÖZ KONUSU RAPORUN VERİLEN SÜRE İÇİNDE İBRAZ EDİLMEMESİ DURUMUNDA; VERGİ İNCELEMESİNİN SONUCU OLARAK CEZALI TARHİYATLARLA KARŞI KARŞIYA KALABİLİR.

MAKALE

96

erdogankarahan@istanbulymm.com



ERDOĞAN KARAHAN
Yeminli Mali Müşavir

TRANSFER FİYATLANDIRMASI RAPORUNDA SON GÜNÜ BEKLEMİYİN!

Bilindiği üzere 5422 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nda yer alan “örtülü kazanç” müessesesi 5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 13. maddesi ile “Transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımı” adı altında yeniden düzenlenmiş olup, 1 Ocak 2007 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere yürürlüğe girmiş bulunmaktadır. Öte yandan 5615 Sayılı Kanunla Gelir Vergisi Kanunu'nun 41. maddesinde yapılan düzenlemelerle ticari kazanç ve zirai kazanç sahibi gelir vergisi mükellefleri de transfer fiyatlandırması uygulamasına dâhil edildi.

Transfer fiyatlandırması nedir?

Transfer fiyatlandırması, vergi mükellefleri ve ilişkili kişiler arasında mal teslimleri ve hizmet ifaları başta olmak üzere yapılan tüm işlemler için belirlenen ve uygulanan fiyatın “emsallerine uygun” olarak tespit edilmesidir. Emsaline uygun fiyat ise mükellefin, kanunun ilişkili kişi tanımına giren kurum veya kişilerle yaptığı alım, satım, imalat ve inşaat işlemleri, kiralama ve kiraya verme işlemleri, ödünç para alınması ve verilmesi, ikramiye, ücret ve benzeri işlemleri yaptığı zaman belirleyeceği fiyatın, aralarında hiçbir ilişki olmayan kurum veya kişilerle yaptığı işlemlerde belirleyeceği fiyata uygun olması demektir. Bu tanımın daha kolay anlaşılabilmesi için örnek vermek gerekirse; gömlek üretip satan bir şirketin arasında kanunun öngördüğü şekilde bir ilişki olmayan herhangi bir kişiye / kuruma gömleğin adedini

10 Türk Lirası'ndan sattığını düşünelim. Aynı şirket kendi ortağının hisse sahibi olduğu başka bir şirkete yani ilişkili kişi tanımına uyan bir şirkete, aynı kalitede ki bir gömleğin adedini 5 Türk Lirası'na veya 15 Türk Lirası'na satıyorsa bu fiyatlandırmanın emsal fiyat uygulaması ile uyuşmadığını ifade edebiliriz. Başka bir açıdan bakacak olursak Maliye İdaresi mükelleften bu fiyatlandırmanın makul bir gerekçesini talep edebilecektir. Aynı durum ilişkili kişi tanımına giren kişilere verilen borçlanmadan tutun da ilişkili kişi tanımına giren kimselere verilen ücret de bile geçerlidir. Yani şirket ortağı yanında çalışan kendi çocuğuna, aynı işi yapan ve aralarında bir ilişki olmayan çalışanından bariz şekilde yüksek tutarda bir ücret ödediği zaman veya ilişkili bir kişiye (örneğin; ortağı olduğu başka bir şirkete) normal borçlanma oranından daha düşük veya yüksek bir oranda borç vermesi durumunda, yine emsal fiyat ilkesine aykırı hareket etmiş olur. Tanımdan ve örneklerden de anlaşılacağı üzere emsal fiyat ilkesi her mükellef için ve mükellefin her işlemi için subjektif bakış açılarını da içinde barındıran bir ilkedir.

Emsal fiyatı neye göre belirleyeceğiz?

Kurumlar Vergisi Kanunu'nda emsal fiyat belirleme konusunda bazı yöntemler önerilmiştir. Bunlar;

1-Karşılaştırılabilir fiyat yöntemi.

2-Maliyet artı yöntemi.

3-Yeniden satış fiyat yöntemi.

4-Bu yöntemlerle emsallere uygun fiyatı tespit etme imkânı yoksa mükellef işlemin mahiyetine uygun olarak kendi belirleyeceği başka yöntemleri kullanabilir.

Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 13. maddesinde düzenlenen “Transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımı” uygulaması vergi mükellefleri açısından beraberinde ciddi yükümlülükler getirdi. 1 Seri No'lu Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtımı Genel Tebliği'nde ayrıntılı olarak açıklandığı üzere bunlardan biri; kurumlar vergisi beyannamesine ek olarak verilmesi zorunlu olan “Transfer Fiyatlandırması, Kontrol Edilen Yabancı Kurum ve Örtülü Sermayeye İlişkin Form”, diğeri ise; “Yıllık Transfer Fiyatlandırması Raporu”dur. Bahsedilen formun bu kapsamda işlem yapan tüm mükellefler tarafından hesap dönemini takip eden 4'üncü ayda verilen kurumlar vergisi beyannamesine ek olarak verilmesi gerekiyor.

Kimler transfer fiyatlandırması raporu hazırlamak zorunda?

1 seri numaralı Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtımı Hakkında Genel Tebliğe göre; Büyük Mükellefler Vergi Dairesi Başkanlığı'na kayıtlı mükelleflerin bir hesap dönemi içinde ilişkili kişilerle yaptığı yurt içi ve yurt dışı işlemleri ile diğer kurumlar vergisi mükelleflerinin

MÜKELLEF, GENEL İBRAZ SÜRESİ OLAN 15 GÜN İÇİNDE HAZIRLAMIS OLDUĞU RAPORU YETKİLİ BİRİMLERE İBRAZ ETMEK ZORUNDA. SÖZ KONUSU RAPORUN VERİLEN SÜRE İÇİNDE İBRAZ EDİLMEMESİ DURUMUNDA; MÜKELLEF HAKKINDA ÖZEL USULSÜZLÜK CEZASI KESİLECEĞİ GİBİ MÜKELLEFİN VERGİ İNCELEMESİNE SEVK EDİLMESİ DE SÖZ KONUSU OLACAK.

bir hesap dönemi içinde ilişkili kişilerle yaptığı yurt dışı işlemlere ilişkin olarak Maliye Bakanlığı tarafından belirlenen formata uygun şekilde "Yıllık Transfer Fiyatlandırması Raporu"nu kurumlar vergisi beyannamesinin verilme süresine kadar hazırlamaları ve bu süre sona erdikten sonra istenmesi durumunda Mali İdare'ye veya vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlara ibraz etmeleri zorunludur. Bunun yanı sıra 2 Seri numaralı Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtım Hakkında Genel Tebliği'yle, tüm kurumlar vergisi mükelleflerinin 1 Ocak 2008 tarihinden itibaren serbest bölgelerde bulunan ilişkili kişilerle yaptıkları işlemlerin Yıllık Transfer Fiyatlandırması Raporu'na dâhil edilmesi gerektiği hüküm altına alındı. Ayrıca, serbest bölgelerde faaliyette bulunan kurumlar vergisi mükelleflerinin de 1 Ocak 2008 tarihinden itibaren ilişkili kişilerle yaptıkları yurt içi işlemlerine ilişkin olarak Yıllık Transfer Fiyatlandırması Raporu'nu kurumlar vergisi beyannamesinin verilme süresine kadar hazırlamaları ve bu süre sona erdikten sonra istenmesi durumunda

İdare'ye veya vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlara ibraz etmeleri zorunludur. Yani tüm kurumlar vergisi mükelleflerinin 1 Ocak 2008 tarihinden itibaren yurt dışı şubeleri ile serbest bölgelerde bulunan ilişkili kişilerle (mükellefin serbest bölgedeki şubeleri dâhil) yaptıkları işlemlerin Yıllık Transfer Fiyatlandırması Raporu'na dâhil edilmesi gerekiyor. Ayrıca serbest bölgelerde faaliyette bulunan kurumlar vergisi mükellefleri de söz konusu tarihten itibaren ilişkili kişilerle yaptıkları yurt içi işlemlerine ilişkin olarak Yıllık Transfer Fiyatlandırması

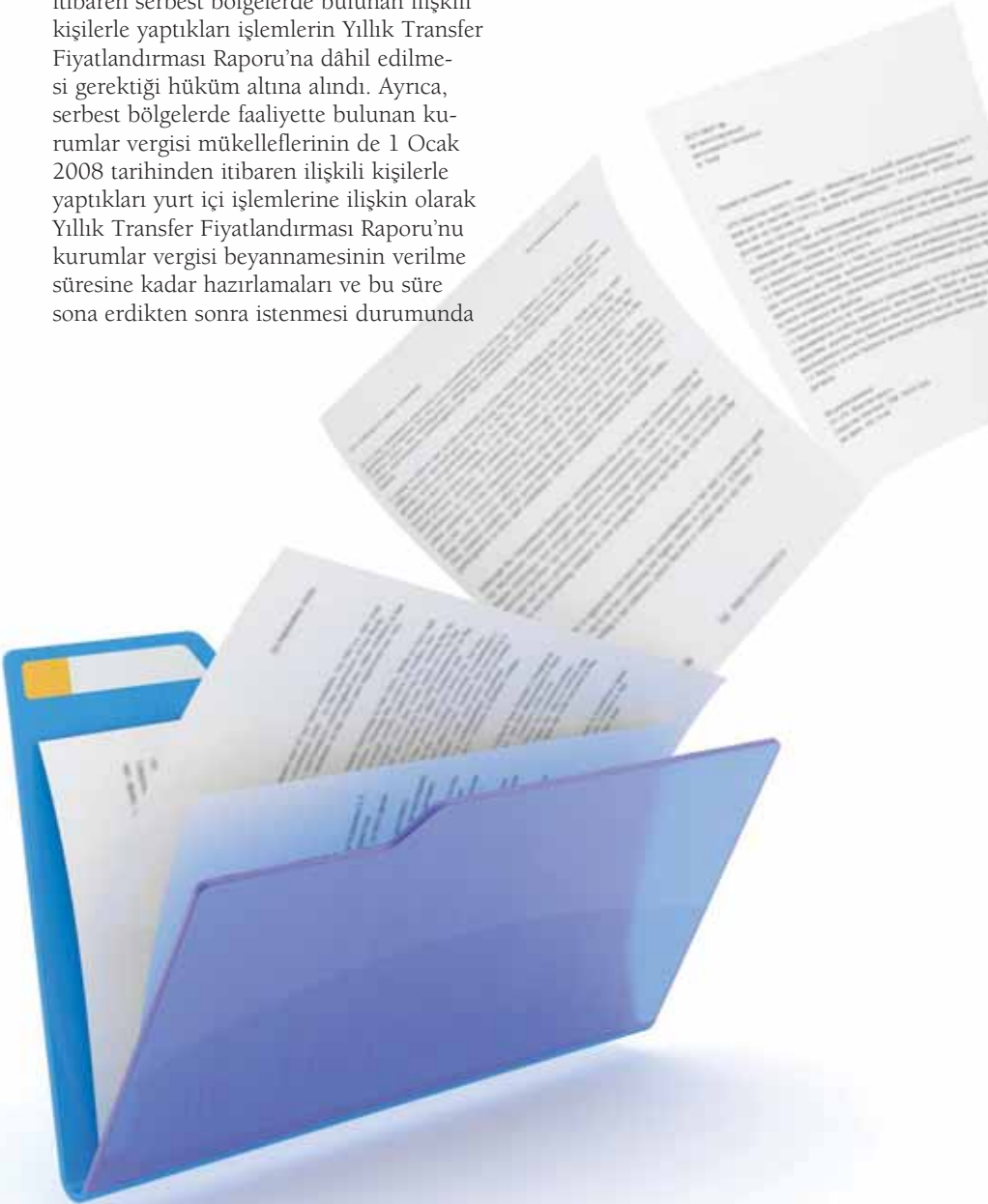
Raporu hazırlayacaklar. Ancak, kurumlar vergisi mükelleflerinin yurt dışında faaliyette bulunan şubelerinin veya serbest bölgede faaliyette bulunan şubelerinin ayrıca Rapor hazırlamasına gerek bulunmuyor. Bunun yanı sıra gelir vergisi mükelleflerinin de Rapor hazırlamasına gerek yok.

Bu rapor hazırlanmazsa ne olur?

Öncelikle bu raporun ibrazı zorunlu olmasa da tebliğde öngörülen asgari standartları taşıyacak şekilde hazırlanmasının zorunlu olduğunu belirtmemiz gerekir. Söz konusu rapor, herhangi bir gerekçe ile gerek vergi dairesi tarafından gerekse vergi incelemesine yetkili birimler tarafından zaman aşımı süresi olan beş yıl süresince geçmişe dönük olarak istenebilir. Bu durumda mükellef, genel ibraz süresi olan 15 gün içinde daha önce hazırlamış olduğu raporu yetkili birimlere ibraz etmek zorundadır. Söz konusu raporun verilen süre içinde ibraz edilmemesi durumunda; mükellef hakkında özel usulsüzlük cezası kesileceği gibi mükellefin vergi incelemesine sevk edilmesi de söz konusu olacaktır. Vergi incelemesinin sonucu olarak da cezalı tarhiyatlarla karşı karşıya kalınabilir.

Mükelleflere tavsiyeler

Bu raporun hazırlanması tebliğle zorunlu hale getirilmesine rağmen, mali idare veya vergi incelemesine yetkili birimlerce istendiği ana kadar ibrazının zorunlu olmaması, bazı mükelleflerin rahat hareket etmelerine ve bu raporu hazırlamamalarına sebep olmaktadır. Bazı mükellefler, "Nasıl olsa ibrazı zorunlu değil, Maliye isterse o zaman hazırlarız" diye son derece riskli ve sakıncalı bir yaklaşım tarzıyla hareket ediyorlar. Ancak vergi dairesi veya vergi incelemesine yetkili birimler tarafından birkaç yıl öncesine ait bir Transfer Fiyatlandırması Raporu'nun talep edilmesi durumunda, geçmişe yönelik olarak son derece teknik hesaplamalar, araştırmalar, bilgi ve belgeler gerektiren bu tür bir raporun verilen ibraz süresi içinde doğru bir şekilde hazırlanması mümkün değil. Bu durumda da vergi incelemesi ve akabinde de cezalı bir şekilde vergi tarhiyatı ile karşı karşıya kalınabilir. Transfer Fiyatlandırması Raporu'nu hazırlamak zorunda olan mükelleflere tavsiyemiz, daha sonra kendilerini büyük sıkıntılara sokabilecek bu raporu süresi içinde ehil kimselere hazırlatarak gereksiz riskler almaları yönünde olacaktır.



DÜNYANIN ÖNDE GELEN ENTEGRE ELYAF, KİMYASAL ARA ÜRÜN VE POLİMER ÜRETİCİLERİNDEN INVISTA, ZÜMRÜT TEKSTİL İŞ BİRLİĞİYLE BU YIL ÜÇÜNCÜSÜ DÜZENLENEN “2015 GLOBAL HAZIR GİYİM İLKBAHAR/YAZ TRENDLERİ SEMİNERİ”NDE BULUŞTU.

TREND SEMİNERİ

98

INVISTA VE ZÜMRÜT TEKSTİL KUMAŞ TRENDLERİNE IŞIK TUTTU

Zümrüt Tekstil ve Invista iş birliğiyle 12 Şubat'ta Courtyard Marriot Otel'de, LYCRA® elyafın konfeksiyon üretiminde, kalitede süreklilik, verimlilik ve maliyet avantajları ve 2015 yılı İlkbahar/Yaz dış giyim trend semineri gerçekleştirildi. Seminerde, LYCRA® elyafın global marka değeri, konfeksiyon üreticilerine sunduğu kalitede süreklilik, verimlilik artışı, zamanında yükleme, müşteri memnuniyeti ve değer katma gibi alanlarda getirdiği avantajlar katılımcılara aktarıldı.

Söz konusu seminere; Invista LYCRA® elyafı temsilen Invista Türkiye, Ortadoğu, Afrika Marka Değer Zinciri Müdürü Ebru Pirinçcioğlu, Invista Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Örgü Bölümü Satış Müdürü Kadir Cesur ve Zümrüt Tekstil'i temsilen firma sahibi Naci Toplu katıldı. Seminer katılımcıları, uluslararası pek çok fuardan önce, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Öğretim Görevlisi Serra Yüzer tarafından yapılan sunum ile 2015 yılı İlkbahar/Yaz sezonu dış giyim trendleri konusunda fikir edinme fırsatı yakaladı.

Organik üretimde sertifikalı firma

“2015 Global Hazır Giyim İlkbahar/Yaz Trendleri Semineri ve Bonisa Koleksiyonu”na dair değerlendirmelerde bulunan Zümrüt Tekstil Firma Sahibi Naci Toplu, firma olarak sektördeki faaliyetlerini de bizimle paylaştı. İlk olarak 2000 yılında iplik tesisiyle faaliyete başladıklarını söyleyen Naci Toplu, 2006 yılında örgü, 2011 yılında da boyahanelerin ilavesiyle entegre bir tesis olarak müşterilerine hizmet verdiklerini kaydetti. Firma olarak oe, vorteks ring viskon ve viskon LYCRA® elyafı kumaşlar, pamuk, pamuk modal, tencel, yün, ipek, keten karışımlar ürettiklerini söyleyen Naci Toplu, organik üretimlerinde iplik, örgü ve boyahanelerinin organik sertifika sahibi olduğunu belirtti. Toplu, “Organik üretim ve çevre duyarlılığı önemsedığımız kavramlar. Müşterilerden talep istediğimiz düzeylerde olmasa da bu yöndeki talepleri karşılıyoruz” dedi. Boyhanelerinin



üretim kapasitesinin günlük 20 ton olduğunu ifade eden Toplu, “Şu anda üretimimizin yüzde 80'ine yakını direkt kumaş ihracat ve ihracatçı konfeksiyonculara sevkiyat şeklindedir. 2014 yılı içinde bu orandaki direkt kumaş ihracat miktarını artırmayı hedefliyoruz” dedi.

“Hedefimiz, her zaman en iyiyi sunmak”

Trend seminerlerini geleneksel hale getirerek bu yıl üçüncüsünü düzenlediklerini söyleyen Naci Toplu, “Müşterilerimize fuarlardan önce yeni sezon bilgilerini vererek, güncel, doğru renkler ve temalarda koleksiyon hazırlamalarında katkımız bulsun istiyoruz” dedi. Invista ile çalışmalarına değinen Toplu, şöyle devam etti: “Invista ile çalışmalarımız, LYCRA® elyafı için hem teknik hem inovasyon anlamında sürekli olarak devam ediyor. Bu durum, üretimde kalitedeki sürekliliği sağladığı gibi pazarda da pek çok olumlu etki yaratıyor. Hedefimiz; müşterilerimiz olan konfeksiyon üreticilerine her zaman en iyi kaliteyi sunmak. LYCRA® ile olan işbirliğimiz sayesinde, konfeksiyon üreticilerine gerek kumaş ağırlığı gerekse kumaş enindeki varyasyonları azaltarak hem maliyet hem de kalite avantajı sunuyoruz.”

İTKİB HEDEF



Tekstil, Konfeksiyon, Deri ve Halı sektörlerinin liderlerine ulaşmak için

bir **HEDEF**iniz olsun

REZERVASYON İÇİN

www.kucukmucizeler.com

0212 211 68 53



KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINCILIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİC.LTD. ŞTİ.

ihracatçuların gözü bu fuarlarda olacak

Hedef Dergisi olarak İHKİB, İTHİB, İDMİB ve İHİB'in 2014 yılının kalan aylarında milli katılım ve info stantla yer alacağı fuarların takvimini sizler için hazırladık.

11-14 MART
TECHTEXTIL RUSSIA
İTHİB

24-27 MART
MOSSHOES MOSCOW
İDMİB

25-27 MART
DOMOTEX CHINA ASIA
FLOOR
İHİB

26-29 MART
CHIC PEKİN
İHKİB

31 MART - 02 NISAN
APLF HONG KONG
İDMİB

13-14 MAYIS
TECHTEXTIL NORT
AMERICA ATLANTA
İTHİB

07-10 HAZİRAN
PITTI UOMO
İHKİB

05-08 TEMMUZ
WHO'S NEXT PRET-A-
PORTER PARIS
İHKİB

22-23 TEMMUZ
LONDON TEXTILE FAIR
İTHİB

31 AĞUSTOS- 03 EYLÜL
MICAM MILANO
İDMİB

03-06 EYLÜL
CPM MOSKOVA
İHKİB

04-06 EYLÜL
MUNICH FABRIC START
İTHİB

16-18 EYLÜL
PREMIERE VISION PARIS
İTHİB

22-25 EYLÜL
MOSSHOES MOSCOW
İDMİB

24-27 EYLÜL
CINTE TECHTEXTIL CHINA
İTHİB

İSTANBUL 7. MODA KONFERANSI

8-9
Mayıs
2014

Shangri-La Bosphorus
İstanbul



TÜRKİYE
GIYİM
SANAYİCİLERİ
DERNEĞİ

www.tgsdconf2014.com
www.tgsd.org.tr



Moda Konferansının bu yılki key-note konuşmacıları **Uniqlo** ve **Tom Ford** markaları olacak.

Yerli ve yabancı ünlü moda markaları ve yurtdışı tedarik oturumları ile konferansın ilk günü dopdolu geçecek.

Konferansın ikinci günü gerçekleşen B2B buluşmaları bu yıl da konferans katılımcılarının ilgisini çekecek.



Konferansa davet edilen ülkeler
*Belçika, Brezilya, Kanada,
Danimarka, Fransa,
Almanya, İtalya, Japonya,
Meksika, Hollanda,
Norveç, Rusya, Güney
Afrika, Güney Kore,
İspanya, İsveç,
İngiltere, ABD*

Her bir kapsül stand 4,5 m² alana sahip olup, firma büyüklüğüne ve göstermek istediği koleksiyon ürünlerinin sayısına göre 2 veya 3 kapsül standı da birleştirerek kullanabilir.

B2B Alanı Kapsül Stand ile Katılım Ücreti: Görüşme masaları sayısı alanın kapasitesi ile sınırlı olduğundan öncelik sırasına göre katılım kabul edilecektir.

Konferans İsim, Ana, Resmi, Oturum, Konuşmacı Sponsorluklarında TGSD Üyelerine **%10 indirim** uygulanmaktadır.

Stand dağılımı, sponsorluk kategori sahiplerine öncelikli dağıtım ile başlayacak, daha sonrasında başvuruların ödeme önceliğine göre devam edecektir.

1. Ünite

2.000 €

4,5 m²

+ KDV

2. Ünite

3.000 €

9 m²

+ KDV

3. Ünite

4.500 €

13,5 m²

+ KDV

iletişim

burcin.ozertgsd.org.tr / fatih@tgsd.org.tr

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2012 ARALIK 1000 \$	2013 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 OCAK ARALIK 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2013 DEĞİŞİM %
ALMANYA	299,098	310,291	3.7	3,440,146	21.4	3,711,599	21.4	7.9
İNGİLTERE	184,126	189,654	3.0	2,208,190	13.8	2,167,571	12.5	-1.8
İSPANYA	121,630	109,119	-10.3	1,428,591	8.9	1,492,733	8.6	4.5
FRANSA	92,612	93,681	1.2	1,031,469	6.4	1,121,775	6.5	8.8
HOLLANDA	89,485	91,732	2.5	849,188	5.3	910,079	5.2	7.2
İTALYA	70,728	72,599	2.6	719,401	4.5	712,517	4.1	-1.0
İRAK	36,380	47,098	29.5	415,990	2.6	579,597	3.3	39.3
DANİMARKA	55,977	45,432	-18.8	490,572	3.1	498,218	2.9	1.6
ABD	32,201	33,819	5.0	450,508	2.8	445,695	2.6	-1.1
RUSYA FEDERASYONU	26,404	25,551	-3.2	379,588	2.4	411,731	2.4	8.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,008,642	1,018,976	1.0	11,413,642	71.2	12,051,516	69.4	5.6
BELÇİKA	32,467	35,003	7.8	381,536	2.4	411,193	2.4	7.8
UKRAYNA	9,726	20,098	106.7	192,975	1.2	333,340	1.9	72.7
POLONYA	17,840	25,706	44.1	284,661	1.8	333,138	1.9	17.0
İSVEÇ	25,212	23,892	-5.2	284,861	1.8	294,186	1.7	3.3
ROMANYA	19,771	28,067	42.0	181,737	1.1	274,961	1.6	51.3
SUUDİ ARABİSTAN	13,927	14,726	5.7	238,777	1.5	257,701	1.5	7.9
İSRAİL	10,114	15,227	50.5	167,538	1.0	195,595	1.1	16.7
CEZAYİR	9,546	12,799	34.1	136,658	0.9	163,275	0.9	19.5
İSVİÇRE	15,320	11,266	-26.5	150,503	0.9	143,298	0.8	-4.8
AVUSTURYA	9,584	12,440	29.8	123,465	0.8	141,850	0.8	14.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,172,149	1,218,201	3.9	13,556,352	84.5	14,600,051	84.0	7.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	10,738	10,764	0.2	132,473	0.8	140,939	0.8	6.4
SLOVAK CUMHURİYETİ	5,907	12,235	107.1	56,912	0.4	135,351	0.8	137.8
LİBYA	13,586	12,941	-4.8	123,430	0.8	134,679	0.8	9.1
ESTONYA	4,432	3,913	-11.7	98,455	0.6	116,442	0.7	18.3
ÇEK CUMHURİYETİ	9,881	9,632	-2.5	121,995	0.8	116,107	0.7	-4.8
KAZAKİSTAN	6,882	3,414	-50.4	155,989	1.0	107,600	0.6	-31.0
YUNANİSTAN	6,529	7,270	11.3	95,373	0.6	106,142	0.6	11.3
MISIR	7,846	6,803	-13.3	87,758	0.5	103,437	0.6	17.9
NORVEÇ	6,810	6,352	-6.7	87,160	0.5	92,468	0.5	6.1
AHL SERBEST BÖLGE	5,344	2,868	-46.3	89,503	0.6	91,336	0.5	2.0
BULGARİSTAN	6,030	6,864	13.8	80,614	0.5	87,629	0.5	8.7
KIRGIZİSTAN	3,704	5,019	35.5	53,698	0.3	84,851	0.5	58.0
TUNUS	8,981	6,221	-30.7	111,346	0.7	76,730	0.4	-31.1
KANADA	5,158	5,446	5.6	61,352	0.4	68,533	0.4	11.7
FİNLANDIYA	5,008	3,705	-26.0	40,051	0.2	66,900	0.4	67.0
İRLANDA	5,450	4,350	-20.2	60,830	0.4	56,501	0.3	-7.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,596	5,511	53.3	48,884	0.3	56,331	0.3	15.2
LÜBNAN	2,730	3,638	33.3	49,393	0.3	50,161	0.3	1.6
ÜRDÜN	2,925	3,351	14.6	36,413	0.2	48,640	0.3	33.6
KOSOVA	3,633	3,963	9.1	42,983	0.3	42,984	0.2	0.0
AZERBAJCAN	3,888	3,888	0.0	34,832	0.2	41,628	0.2	19.5
SURİYE	2,067	5,501	166.1	10,836	0.1	40,889	0.2	277.3
BOSNA-HERSEK	1,836	2,770	50.9	34,719	0.2	40,279	0.2	16.0
LİTVANYA	576	4,562	691.4	17,549	0.1	39,634	0.2	125.9
FAS	2,667	3,050	14.3	27,568	0.2	34,832	0.2	26.3
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,719	2,727	0.3	28,513	0.2	34,712	0.2	21.7
GÜRCİSTAN	2,508	3,829	52.7	29,355	0.2	34,487	0.2	17.5
KUVEYT	1,977	1,946	-1.6	25,175	0.2	34,032	0.2	35.2
KKTC	2,388	2,363	-1.1	29,397	0.2	33,198	0.2	12.9
HONG KONG	3,481	2,763	-20.6	36,293	0.2	32,985	0.2	-9.1
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,321,429	1,375,859	4.1	15,465,203	96.4	16,750,489	96.4	8.3
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	46,707	49,117	5.2	572,891	3.6	622,144	3.6	8.6
AB (27) TOPLAMI	1,069,316	1,094,210	2.3	12,096,316	75.4	12,881,134	74.1	6.5
TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI	1,368,136	1,424,976	4.2	16,038,094	100.0	17,372,633	100.0	8.3

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2012 ARALIK 1000 \$	2013 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK ARALIK 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 OCAK ARALIK 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	13 /12 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	66,642	58,432	-12.3	1,132,846	14.5	1,016,139	12.1	-10.3
İTALYA	46,779	55,144	17.9	690,116	8.8	837,691	10.0	21.4
ALMANYA	32,609	34,730	6.5	411,017	5.2	445,539	5.3	8.4
ROMANYA	21,816	24,806	13.7	281,687	3.6	329,777	3.9	17.1
İNGİLTERE	22,755	25,276	11.1	298,969	3.8	321,167	3.8	7.4
ABD	20,141	26,248	30.3	284,686	3.6	309,359	3.7	8.7
UKRAYNA	16,957	25,743	51.8	205,100	2.6	307,815	3.7	50.1
BULGARİSTAN	17,921	19,599	9.4	264,508	3.4	295,964	3.5	11.9
POLONYA	19,720	19,687	-0.2	260,158	3.3	275,240	3.3	5.8
MISIR	22,501	25,663	14.1	230,145	2.9	253,129	3.0	10.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	287,840	315,329	9.6	4,059,232	51.8	4,391,820	52.3	8.2
İRAN	17,000	27,512	61.8	271,898	3.5	240,374	2.9	-11.6
İSPANYA	19,606	18,001	-8.2	219,030	2.8	226,088	2.7	3.2
FAS	15,362	17,570	14.4	206,929	2.6	218,200	2.6	5.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	32,192	17,008	-47.2	165,433	2.1	196,609	2.3	18.8
TUNUS	14,166	16,404	15.8	162,617	2.1	186,469	2.2	14.7
HOLLANDA	12,794	16,232	26.9	138,825	1.8	159,117	1.9	14.6
BELÇİKA	11,208	13,416	19.7	132,776	1.7	153,603	1.8	15.7
FRANSA	10,957	10,460	-4.5	149,310	1.9	148,365	1.8	-0.6
YUNANİSTAN	9,225	10,677	15.7	128,753	1.6	133,799	1.6	3.9
PORTEKİZ	11,577	10,220	-11.7	127,184	1.6	133,727	1.6	5.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	441,926	472,829	7.0	5,761,988	73.5	6,188,171	73.7	7.4
SİRBİSTAN	7,986	8,773	9.9	88,424	1.1	108,689	1.3	22.9
İSRAİL	6,863	7,601	10.8	88,264	1.1	95,540	1.1	8.2
HONG KONG	9,439	6,316	-33.1	86,188	1.1	87,875	1.0	2.0
CEZAYİR	6,874	6,779	-1.4	69,282	0.9	86,411	1.0	24.7
BEYAZ RUSYA	5,009	6,987	39.5	80,236	1.0	81,403	1.0	1.5
SUUDİ ARABİSTAN	4,625	7,050	52.4	69,071	0.9	81,379	1.0	17.8
MACARİSTAN	4,107	4,935	20.2	71,514	0.9	76,436	0.9	6.9
BREZİLYA	15,236	2,534	-83.4	131,705	1.7	68,654	0.8	-47.9
MERSİN SERBEST BÖLGE	5,061	3,969	-21.6	71,520	0.9	67,664	0.8	-5.4
İRAK	5,814	6,410	10.2	45,987	0.6	62,508	0.7	35.9
LİTVANYA	4,844	5,274	8.9	53,029	0.7	54,300	0.6	2.4
ÖZBEKİSTAN	5,189	6,303	21.5	47,825	0.6	54,010	0.6	12.9
LİBYA	4,280	3,629	-15.2	31,151	0.4	51,112	0.6	64.1
MAKEDONYA	4,235	3,925	-7.3	39,784	0.5	44,540	0.5	12.0
ÜRDÜN	3,899	3,238	-17.0	40,984	0.5	44,473	0.5	8.5
SURİYE	630	6,627	951.6	30,727	0.4	44,300	0.5	44.2
AVUSTURYA	3,086	3,598	16.6	38,048	0.5	43,131	0.5	13.4
ÇEK CUMHURİYETİ	3,229	2,845	-11.9	45,787	0.6	42,724	0.5	-6.7
MOLDAVYA	2,718	6,655	144.8	25,355	0.3	41,180	0.5	62.4
LÜBNAN	2,298	3,277	42.6	29,312	0.4	34,362	0.4	17.2
GÜRCİSTAN	2,377	3,074	29.3	30,546	0.4	32,697	0.4	7.0
EGE SERBEST BÖLGE	3,885	2,127	-45.2	37,675	0.5	31,336	0.4	-16.8
HİNDİSTAN	2,337	2,522	7.9	27,824	0.4	30,542	0.4	9.8
DANİMARKA	1,851	2,456	32.6	28,419	0.4	28,502	0.3	0.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,386	2,617	9.7	25,311	0.3	28,000	0.3	10.6
MEKSİKA	2,898	2,148	-25.9	23,497	0.3	26,830	0.3	14.2
BURSA SERBEST BÖLG.	2,070	1,899	-8.3	24,555	0.3	26,807	0.3	9.2
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,399	2,931	109.5	15,082	0.2	26,801	0.3	77.7
SLOVAKYA	1,552	1,727	11.3	22,488	0.3	26,139	0.3	16.2
KOSOVA	1,804	1,797	-0.4	19,034	0.2	26,116	0.3	37.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	569,909	602,850	5.8	7,200,611	91.9	7,742,631	92.3	7.5
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	52,479	60,180	14.7	638,533	8.1	648,767	7.7	1.6
AB (27) TOPLAMI	262,905	286,653	9.0	3,453,550	44.1	3,825,145	45.6	10.8
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	622,388	663,029	6.5	7,839,144	100.0	8,391,398	100.0	7.0

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2012 ARALIK 1000 \$	2013 ARALIK 1000 \$	DEĞİŞİM %	2012 OCAK ARALIK 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2013 OCAK ARALIK 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	67,815	69,639	2.7	461,356	28.2	508,174	26.7	10.1
İTALYA	10,059	10,884	8.2	127,083	7.8	131,602	6.9	3.6
ALMANYA	8,792	9,001	2.4	105,945	6.5	114,633	6.0	8.2
IRAK	8,063	8,338	3.4	85,783	5.2	113,944	6.0	32.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,681	5,732	22.5	47,813	2.9	81,201	4.3	69.8
LİTVANYA	226	8,205	3,533.2	3,620	0.2	74,860	3.9	1,968.1
FRANSA	5,323	6,124	15.1	72,590	4.4	72,102	3.8	-0.7
İNGİLTERE	5,326	7,059	32.5	63,027	3.9	72,070	3.8	14.3
UKRAYNA	2,508	5,769	130.0	57,145	3.5	70,247	3.7	22.9
HONG KONG	4,501	4,198	-6.7	49,332	3.0	57,640	3.0	16.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	117,293	134,949	15.1	1,073,694	65.7	1,296,473	68.2	20.7
SUUDI ARABİSTAN	2,984	2,977	-0.2	43,352	2.7	43,423	2.3	0.2
ABD	2,294	3,019	31.6	30,475	1.9	34,735	1.8	14.0
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,833	2,958	61.4	16,156	1.0	24,792	1.3	53.5
BULGARİSTAN	1,777	1,735	-2.4	21,087	1.3	22,354	1.2	6.0
İSPANYA	2,295	1,967	-14.3	23,307	1.4	21,033	1.1	-9.8
KIRGIZİSTAN	2,010	1,027	-48.9	15,997	1.0	19,076	1.0	19.2
KAZAKİSTAN	1,720	999	-41.9	25,845	1.6	18,885	1.0	-26.9
HOLLANDA	1,358	1,284	-5.4	19,057	1.2	18,726	1.0	-1.7
ROMANYA	531	515	-3.0	13,676	0.8	18,273	1.0	33.6
AVUSTURYA	2,195	1,967	-10.4	19,236	1.2	18,211	1.0	-5.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	18,997	18,450	-2.9	228,188	14.0	239,507	12.6	5.0
GÜNEY KORE	1,459	1,423	-2.5	8,968	0.5	16,361	0.9	82.4
İSVİÇRE	912	806	-11.6	13,869	0.8	15,087	0.8	8.8
LİBYA	892	965	8.2	13,543	0.8	14,751	0.8	8.9
AZERBAYCAN	1,052	746	-29.1	13,143	0.8	12,977	0.7	-1.3
MISIR	1,143	740	-35.2	12,300	0.8	12,369	0.7	0.6
DANİMARKA	848	1,173	38.3	13,452	0.8	12,229	0.6	-9.1
CEZAYİR	806	1,447	79.6	8,003	0.5	11,774	0.6	47.1
İSRAİL	537	802	49.4	8,788	0.5	11,762	0.6	33.8
BELÇİKA	843	705	-16.3	11,753	0.7	11,673	0.6	-0.7
TÜRKMENİSTAN	298	915	207.0	10,162	0.6	11,281	0.6	11.0
KKTC	625	399	-36.2	8,238	0.5	11,262	0.6	36.7
İSVEÇ	988	1,209	22.4	7,398	0.5	10,592	0.6	43.2
YUNANİSTAN	343	443	29.3	10,168	0.6	10,078	0.5	-0.9
ÖZBEKİSTAN	749	863	15.2	8,689	0.5	8,987	0.5	3.4
GÜRCİSTAN	797	1,108	39.1	9,137	0.6	8,334	0.4	-8.8
ESTONYA	245	436	77.8	5,332	0.3	7,891	0.4	48.0
POLONYA	294	297	1.2	9,626	0.6	7,784	0.4	-19.1
TACİKİSTAN	190	99	-47.7	5,534	0.3	7,458	0.4	34.8
SİRBİSTAN	297	668	125.3	6,126	0.4	7,245	0.4	18.3
UMMAN	1,170	256	-78.1	3,837	0.2	6,663	0.4	73.6
TUNUS	977	380	-61.1	8,273	0.5	6,349	0.3	-23.3
JAPONYA	1,289	567	-56.0	8,903	0.5	6,331	0.3	-28.9
İRAN	139	449	223.2	3,498	0.2	6,115	0.3	74.8
YEMEN	22	2	-92.8	360	0.0	6,062	0.3	1,582.6
ARNAVUTLUK	416	470	13.1	4,847	0.3	5,956	0.3	22.9
KANADA	157	260	65.0	3,406	0.2	5,262	0.3	54.5
NORVEÇ	957	64	-93.3	2,959	0.2	4,822	0.3	63.0
MOLDAVYA	250	203	-18.8	4,305	0.3	4,809	0.3	11.7
BEYAZ RUSYA	249	497	99.2	4,442	0.3	4,338	0.2	-2.3
KOSOVA	326	294	-9.8	4,044	0.2	4,337	0.2	7.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	155,560	172,087	10.6	1,534,987	93.9	1,806,918	95.0	17.7
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	7,435	7,444	0.1	99,001	6.1	94,486	5.0	-4.6
AB (27) TOPLAMI	42,806	54,160	26.5	545,998	33.4	644,421	33.9	18.0
TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	162,995	179,531	10.1	1,633,988	100.0	1,901,404	100.0	16.4

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

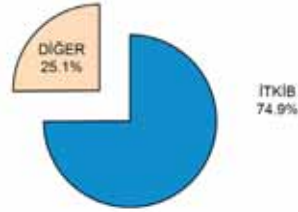
	2012 ARALIK	2013 ARALIK	DEĞİŞİM %	2012 OCAK ARALIK	TOPLAM HALI'DA PAY %	2013 OCAK ARALIK	TOPLAM HALI'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	26,961	22,159	-17.8	333,675	16.6	321,944	14.7	-3.5
ABD	17,325	21,717	25.4	184,224	9.2	220,790	10.1	19.8
LİBYA	20,527	19,872	-3.2	130,740	6.5	206,429	9.4	57.9
IRAK	14,875	14,798	-0.5	198,771	9.9	187,926	8.6	-5.5
ALMANYA	9,383	12,265	30.7	98,955	4.9	108,952	5.0	10.1
RUSYA FED.	6,846	6,185	-9.6	59,999	3.0	64,744	2.9	7.9
BAE	6,378	4,959	-22.3	60,902	3.0	61,960	2.8	1.7
İNGİLTERE	5,152	6,401	24.2	60,032	3.0	57,076	2.6	-4.9
ÇİN	3,803	4,811	26.5	29,745	1.5	46,980	2.1	57.9
MISIR	1,921	6,552	241.1	63,553	3.2	42,698	1.9	-32.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	113,171	119,718	5.8	1,220,597	60.7	1,319,499	60.1	8.1
AZERBAJCAN-NAHÇIVAN	3,657	3,988	9.0	32,154	1.6	41,162	1.9	28.0
UKRAYNA	3,740	3,636	-2.8	36,879	1.8	36,127	1.6	-2.0
TACİKİSTAN	3,475	3,492	0.5	28,911	1.4	35,313	1.6	22.1
TÜRKMENİSTAN	4,100	2,896	-29.4	29,803	1.5	34,315	1.6	15.1
POLONYA	2,093	2,223	6.2	30,743	1.5	31,186	1.4	1.4
KIRGIZİSTAN	1,843	2,514	36.4	21,984	1.1	30,620	1.4	39.3
İSRAİL	3,494	3,811	9.1	30,855	1.5	30,542	1.4	-1.0
JAPONYA	2,335	1,685	-27.9	30,066	1.5	30,502	1.4	1.4
BELÇİKA	3,006	2,630	-12.5	25,226	1.3	29,761	1.4	18.0
KAZAKİSTAN	2,570	1,595	-37.9	29,511	1.5	26,425	1.2	-10.5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	143,483	148,188	3.3	1,516,730	75.5	1,645,453	74.9	8.5
ROMANYA	1,921	2,290	19.2	26,576	1.3	25,753	1.2	-3.1
CEZAYİR	1,566	2,280	45.6	16,739	0.8	24,579	1.1	46.8
İTALYA	2,359	2,717	15.2	19,285	1.0	23,625	1.1	22.5
MACARİSTAN	108	5,536	5,002.2	4,449	0.2	23,581	1.1	430.1
KUVEYT	1,900	2,170	14.2	23,498	1.2	23,178	1.1	-1.4
MALEZYA	1,362	1,437	5.5	16,428	0.8	20,159	0.9	22.7
FRANSA	1,402	1,999	42.6	12,920	0.6	19,599	0.9	51.7
İSVEÇ	1,182	2,157	82.6	12,811	0.6	17,442	0.8	36.2
FAS	928	2,297	147.7	12,336	0.6	16,885	0.8	36.9
ÇEK CUMHURİYETİ	5,183	331	-93.6	27,391	1.4	16,328	0.7	-40.4
AVUSTRALYA	865	1,334	54.2	15,019	0.7	16,091	0.7	7.1
AFGANİSTAN	1,355	842	-37.9	24,585	1.2	16,050	0.7	-34.7
YEMEN	823	559	-32.1	7,623	0.4	15,809	0.7	107.4
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	396	546	37.9	15,787	0.8	14,520	0.7	-8.0
YUNANİSTAN	962	892	-7.2	11,510	0.6	13,701	0.6	19.0
İRAN (İSLAM CUM.)	1,645	1,734	5.4	20,488	1.0	12,727	0.6	-37.9
KANADA	1,274	817	-35.9	13,290	0.7	12,662	0.6	-4.7
ÜRDÜN	296	476	60.8	4,372	0.2	11,847	0.5	171.0
LÜBNAN	406	926	128.2	8,801	0.4	11,672	0.5	32.6
AVUSTURYA	883	1,704	93.1	8,963	0.4	10,038	0.5	12.0
ŞİLİ	620	1,423	129.3	5,198	0.3	9,572	0.4	84.2
BULGARİSTAN	1,494	1,220	-18.4	10,035	0.5	9,228	0.4	-8.0
BOSNA-HERSEK	770	960	24.6	8,274	0.4	9,215	0.4	11.4
İSPANYA	646	1,150	77.9	3,945	0.2	8,895	0.4	125.5
UMMAN	475	836	76.0	6,673	0.3	8,859	0.4	32.8
KOSOVA	718	851	18.6	9,017	0.4	8,853	0.4	-1.8
PAKİSTAN	910	1,087	19.4	9,236	0.5	8,804	0.4	-4.7
KATAR	594	804	35.3	9,053	0.5	8,537	0.4	-5.7
ENDONEZYA	279	456	63.5	6,201	0.3	6,850	0.3	10.5
HOLLANDA	334	386	15.8	4,492	0.2	6,766	0.3	50.6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	177,139	190,404	7.5	1,891,727	94.1	2,077,279	94.6	9.8
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	11,035	12,537	13.6	118,321	5.9	118,988	5.4	0.6
AB (27) TOPLAMI	37,276	45,505	22.1	380,881	18.9	418,150	19.0	9.8
TOPLAM HALI İHRACATI	188,174	202,941	7.8	2,010,048	100.0	2,196,267	100.0	9.3

GÖSTERGELER

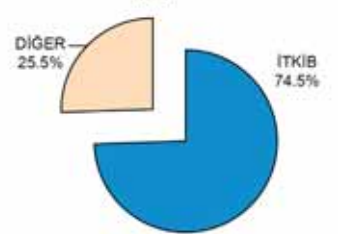
106

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	74.9	25.1
TEKSTİL	49.9	50.1
DERİ	74.5	25.5
HALI	22.3	77.7
İTKİB	20,079,293	
DİĞER	125,363,967	

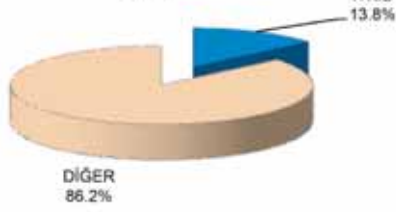
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (2013)



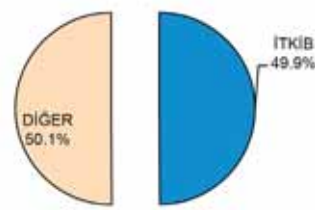
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (2013)



TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (2013)



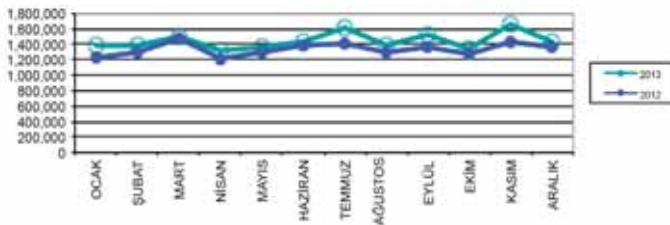
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (2013)



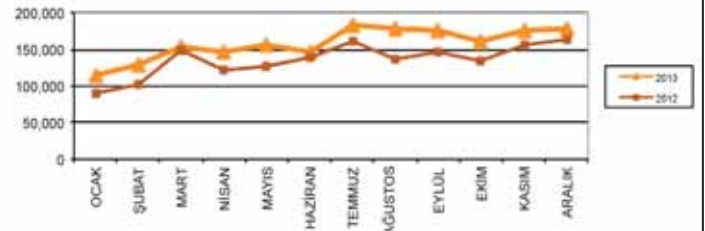
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (2013)



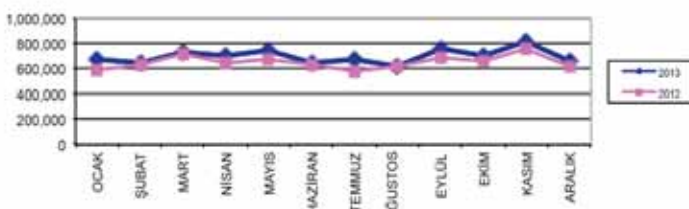
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



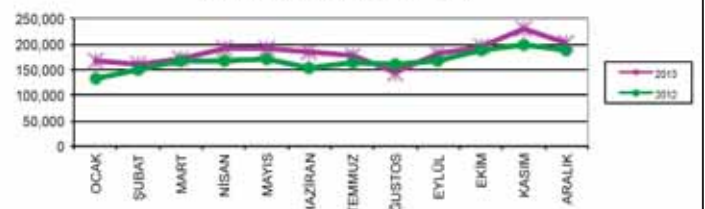
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



ADRESLER

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)
Tel: 0 212 454 04 71
Faks: 0 212 454 04 13
e-mail: tim@tim.org.tr
internet: www.timreport.org

BİRLİKLER

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)
Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-mail: arge@akib.org.tr
internet: www.akib.org.tr

Antalya İhracatçı Birlikleri (AİB)
Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: aib@aib.gov.tr
internet: www.aib.gov.tr

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)
Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 258 274 72 22-62
e-mail: denib@denib.gov.tr
internet: www.denib.gov.tr

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)
Tel: 0 442 214 11 84-85
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-mail: daib@tr-net.net.tr
internet: www.daib.org.tr

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği
Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01 – 02
internet: www.dkib.org.tr

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)
Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlik.org.tr
internet: www.egebirlik.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)
Tel: 0 342 220 00 10
Faks: 0 342 220 00 16
e-mail: gaib@gaib.org.tr
internet: www.gaib.org.tr

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)
Tel: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01 – 454 04 10
internet: www.itkib.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)
Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-mail: iib@iib.org.tr
internet: www.iib.org.tr

İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri (İMMİB)
Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
internet: www.immib.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)
Tel: 0 454 216 24 26 – 216 13 38
Faks: 0 454 216 48 42
e-mail: kib@hnutexp.org
internet: www.kib.org

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)
Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05 – 447 01 80
e-mail: oaib@oaib.org.tr
internet: www.oaib.org.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri
Tel: 0 224 2191000
Faks: 0 224 2191090
e-mail: uludag@uib.org.tr
internet: www.uib.org.tr

DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AĞİMAD)
Tel: 0 322 453 53 21
internet: www.agimad.org

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği

Tel: 0 312 473 70 75 (pbx)
Faks: 0 312 473 70 77
e-mail: info@agsd.org.tr
internet: www.agsd.org.tr

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)
Tel: 0 212 518 03 79
Faks: 0 212 516 03 01
e-mail: aysad@anet.net.tr
internet: www.aysad.org

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Tel: 0 212 320 82 00
Faks: 0 212 320 82 03
e-mail: eutku@birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)
Tel: 0 212 438 32 08
Faks: 0 212 438 32 09
e-mail: csd@csd.org.tr
internet: www.csd.org.tr

Denim Sanayicileri Derneği (DENİMDER)
Tel: 0 212 465 69 70 – 71
Faks: 0 212 465 69 72
e-mail: info@denimder.com
internet: www.denimder.com

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
Tel: 0 232 446 46 93
Faks: 0 232 441 10 43
e-mail: ayfera@egsd.org.tr
internet: www.egsd.org.tr

Ege Tekstil ve Konfeksiyon Makine Satıcıları Derneği
Tel: 0 232 448 99 04

İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği
Tel: 0 212 249 45 00
Faks: 0 212 252 09 62
e-mail: info@igmd.org

İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD)
Tel: 0 212 556 58 87
Faks: 0 212 644 88 95
e-mail: posta@insad.org.tr
internet: www.insad.org.tr

İstanbul Tekstil Üreticileri Derneği (İTÜD)
Tel: 0 212 512 38 69
Faks: 0 212 512 38 70

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)
Tel: 0 212 438 12 96 – 97
Faks: 0 212 438 12 98
e-mail: kysd@kysd.org.tr
internet: www.kysd.org.tr

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)
Tel: 0 212 458 12 49
Faks: 0 212 458 12 50

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD)
Tel: 0 212 643 47 22
Faks: 0 212 553 80 80
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr
internet: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)
Tel: 0 212 296 90 45
Faks: 0 212 296 90 47
www.mtd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)
Tel: 0 212 231 92 85
Faks: 0 212 231 89 46
e-mail: otiad@otiad.org.tr
internet: www.otiad.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)
Tel: 0 212 637 68 05
Faks: 0 212 637 68 07
e-mail: orsad@orsad.org.tr
internet: www.orsad.org.tr

Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)
Tel: 007 095 931 99 65 (pbx)
Faks: 007 095 931 99 65
e-mail: rtib@umail.ru
internet: www.rtib.ru

Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)
Tel: 0 212 557 07 07
Tel: 0 212 557 29 64
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org
internet: www.tasiadaksesuar.org

Tekstil Etiketçileri Derneği
Tel: 0 212 565 32 06
Faks: 0 212 565 32 06
e-posta: info@etider.org
internet: www.etider.org

Tescilli Markalar Derneği
Tel: 0 212 219 79 99
Faks: 0 212 219 54 83

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)
Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Faks: 0 212 292 23 04
e-mail: info@tetsiad.org
internet: www.tetsiad.org

Tüm İçgiyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Faks: 0 212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
internet: www.tigsad.org

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)
Tel: 0 212 549 71 71
Faks: 0 212 549 71 17
e-mail: info@tasd.com.tr
www.tasd.com.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)
Tel: 0 212 665 27 47
Faks: 0 212 546 77 53
e-mail: info@tdkd.org.tr
tdkd@tdkd.org.tr
internet: www.tdkd.org.tr

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİCARET)
Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13 – 13
e-mail: tgsgd@tgsgd.org.tr
internet: www.tgsgd.org.tr

Tekstil Boya ve Madde İhracatçıları Derneği (TEKS-BOYA DER)
Tel: 0 212 261 80 85 – 86
Faks: 0 212 261 02 33

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)
Tel: 0 212 438 06 60
Faks: 0 212 438 00 98
e-mail: info@trisad.org
internet: www.trisad.org

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
Tel: 0 212 227 06 86
Faks: 0 212 261 11 57

KURUMLAR

Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT)
Tel: 0 312 294 50 00
Faks: 0 312 231 34 98
e-mail: bilgi@dpt.gov.tr
internet: www.dpt.gov.tr

Ekonomi Bakanlığı
Tel: 0 312 204 75 00
internet: www.ekonomi.gov.tr

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
Tel: 0 312 4100410
internet: www.tuik.gov.tr

Gümrük ve Ticaret Müsteşarlığı
Tel: 0 312 306 87 59-60
Faks: 0 312 3068765

Hazine Müsteşarlığı (HM)
Tel: 0 312 204 60 00
Faks: 0 312 212 22 97
internet: www.treasury.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)
Tel: 0 312 417 22 33
İstanbul Tel: 0 212 454 08 00
e-mail: igeme@igeme.org.tr
internet: www.igeme.org.tr

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)
Tel: 0 312 212 81 90
Faks: 0 312 212 25 80
e-mail: kos@kosgeb.gov.tr
internet: www.kosgeb.gov.tr

Rekabet Kurumu
Tel: 0 312 266 69 69
Faks: 0 312 266 79 20
e-mail: rek@rekabet.gov.tr
internet: www.rekabet.gov.tr

Sosyal Güvenlik Kurumu
Tel: 0 312 466 71 57
Faks: 0 312 457 81 00
İstanbul: 212 252 05 00
internet: ankarasgim@sgk.gov.tr

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0 212 402 44 00
internet: www.ivdb.gov.tr

SENĐİKA ve ODALAR

DİSK Tekstil Sendikası
Tel: 0 212 637 29 00
Faks: 0 212 637 29 09

Tüm Dokuma, İplik, Trikotaj ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (ÖZ İPLİK-İŞ)
Tel: 0 212 232 06 07
Faks: 0 312 231 99 55
e-mail: oziplik@oziplikis.org.tr
internet: www.oziplikis.org.tr

Tekstil Mühendisleri Odası
Tel: 0 232 446 22 43
Faks: 0 232 446 27 92

Türkiye Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası
Tel: 0 212 344 07 77
Faks: 0 212 344 07 66 – 67

T. Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası
Tel: 0 312 431 21 70
Faks: 0 312 435 78 26

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 03 29

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)
Tel: 0 212 470 51 53
Faks: 0 212 470 52 13

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)
Tel: 0 212 558 23 02
Faks: 0 212 558 22 96
e-mail: info@turdev.org
internet: www.turdev.org

Türkiye Tekstil, Hazır giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)
Tel: 0 232 431 16 15
Faks: 0 232 431 16 90
e-mail: targdev@targev.org.tr
internet: www.targev.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)
Tel: 0 212 227 06 05
Faks: 0 212 227 07 05

Türk Dış Ticaret Vakfı (TDV)
Tel: 0 312 235 65 10
Faks: 0 312 235 65 15
e-mail: info@tdv.org.tr
internet: www.tdv.org.tr

SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (İSBI)
Tel: 0 212 465 00 65 (3hat)
Faks: 0 212 465 00 68

Çorlu Avrupa Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 282 692 10 54 (4hat)
Faks: 0 282 691 10 59

İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 21 28
Faks: 0 216 394 12 53

İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 21 28
Faks: 0 216 394 21 23
e-mail: isttrakyasb@superonline.com

GÜMRÜKLER

İstanbul Gümrükleri Başmüdürlüğü
Tel: 0 212 377 32 01
Faks: 0 212 243 50 56
Başmüdür Yrd. Tel: 0 212 377 32 13

Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 345 32 12
Faks: 0 216 345 32 12

Erenköy Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 364 29 75
Faks: 0 216 364 29 75

İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 19 07
Faks: 0 216 394 19 21

A.H.L. Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 00 69
Faks: 0 212 465 00 70

Halkalı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 678 47 91
Faks: 0 212 678 47 91

Ambarlı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 875 70 71
Faks: 0 212 875 70 71

Atatürk Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 44
Faks: 0 212 465 52 44

A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 48

Çerkezköy Gümrük Müdürlüğü
Tel – Faks: 0 282 726 58 61

Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 243 21 39
Faks: 0 212 243 21 39

Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 585 55 35

Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En moderen teknoloji ile en seřkin keten üretimi..

Doğanın derinlerinden gelen keten lifleri bir yanda natürel esasını korurken, diğer yandan üstün teknoloji ile dayanıklı ve düzgün iplikler haline getirilmektedir. 3 NM ile 60 NM arasında üretilen keten ipliklerimiz naturel, kasarlı, boyalı olarak temin edilmektedir. Keten ipliğinin en büyük üreticisi Kingdom, uzun senelerdir dünyanın kaliteyi arayan dış giyim ve ev tekstili firmalarının terciği olmuştur. Filofibra güvencesi ile İstanbul depolarımızdan anında fabrikalarınıza servis avantajı ile

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



FILOFİBRA PAZARLAMA A.Ő.

Levent Caddesi Sülün Sok. No: 34 1. Levent 34330 İstanbul
Tel: 90 212 283 38 60 (8 Lines) - Telefax: 90 212 283 38 59 / 283 00 21
email: filofibra@filofibra.com.tr - web: www.filofibra.com.tr
www.kingdom-china.com

UNIVERSAL



ÜNİVERSAL TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No: 22 D İç Kapı No: 3B03
Başakşehir/ İstanbul Tel:0212 671 03 75
www.polarflc.com