

İTKİB HEDEF 247

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 AĞUSTOS - 15 EYLÜL 2014



Tekstil ve
Hazır giyimin
nazar boncuğu

Türk
Derinimi

VOGUE VE DTG
DERİYE

sanat penceresinden baktı

YENİ AF
VERGİ ADALETİNE
TEHDİT Mİ?

Tekstil ihracatta
REKOR KIRDI

StyleShoots

Photo Studio

“FARKLILAŞMAYA YATIRIM YAPIN”

Her işin bir kolayı var... Siz hala dekupe ile mi uğraşıyorsunuz?

Online satış sitelerinizde veya ürün kataloglarınızda
saniyeler içerisinde mankenli, dekupeli fotoğraflarınızı kullanma imkanı.



ASTAŞ JUKI

Astaş Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Koçman Cad. No 57 34600 Güneşli/İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 Faks: (0212) 630 89 29
www.styleshootsturkey.com - www.astasjuki.net

facebook.com/styleshootsturkey

twitter.com/styleshootstr

INNOVATIVE
THINKING



styleshootsturkey.com

astajans.com

Accredited by Turquality

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



42



26

4 KISA KISA**10 İTKİB KISALAR****20 EĞİTİM**

DÜNYANIN ÇORABINI ÖRÜYORUZ

22 PAZAR

İHİB, AMERİKALI EL HALISI

İTHALATÇILARIYLA BİR ARAYA GELDİ

24 PROJE

3T TASARIMCILARI

İHRACATA ODAKLANIYOR

26 DOSYA

TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN NAZAR

BONCUĞU: TÜRK DENİMİ

34 FUAR

PREMIERE VISION İSTANBUL'DA

38 SEKTÖR

İHİB "EL HALISI" İÇİN ANKARA'DA

ÇÖZÜM ARIYOR

42 GÜNDEM

YENİ AF, VERGİ ADALETİNE

TEHDİT Mİ?

48 SEKTÖR

BATIAD BAYRAMPAŞA'YI

DÜNYAYA AÇIYOR

52 EĞİTİM

İHİB'DEN ENGELLİ

ÖĞRENCİLER İÇİN PROJE

56 SEKTÖR

AYAKKABIYA "EK VERGİ" DOPİNGİ

60 FİRMA

GÜR MEN GİYİM'DEN

İHRACATTA BİR İLK

62 FUAR

LONDRA TEKSTİL FUARI'NA

İLGİ ARTIYOR

68 PROJE

500 YILLIK GELENEĞE

SANATSAL BAKIŞ

72 TASARIM

ANADOLU MEDENİYETLERİ

DÜNYA TURUNDA

74 SEKTÖR

SEKTÖRÜN GÖZÜ

PAMUK REKOLTESİNDE

78 İŞ GÜCÜ

NİTELİKLİ İŞ GÜCÜNE

İMA ÇÖZÜMÜ

80 PAZAR

KOMŞUDA NELER OLUYOR?

84 FİNANS

İHRACATIN FİNANSMANINDA

İŞ BİRLİĞİ

86 BRÜKSEL MEKTUBU

BUZDAĞININ

GÖRÜNMEYEN KISMI

88 MAKALE

ERDOĞAN KARAHAN

90 ÖZEL HUKUK

ŞİRKETLERDE İŞ GÜVENLİĞİ

GELENEĞİ YARATMAK

92 ARAŞTIRMA

DÜNYAYI GIYDİREN ŞEHİRLER

98 GÖSTERGELER**104 ADRESLER****SAHİBİ**İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına
Cumhur İŞBİRAKMAZ**DANIŞMA KURULU**Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Mustafa ŞENOCAK, Uğur UYSAL**YAYIN KURULU BAŞKANI**

Özkan KARACA

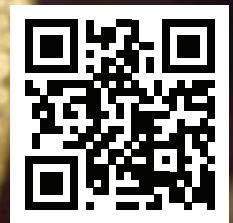
YAYIN KURULUİsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK, Birol SEZER,
Nilgün ÖZDEMİR, Aydın ERTEN, Mustafa PAŞAHAN,
Nazım KANPOLAT, Hikmet ÜNAL, Sultan TEPE,
Osman EGE, Cengiz ÖZMEN, Ramazan ÖZPINAR,
Ruken MIZRAKLI, Ersin ÖZGÜMÜŞ, Ferzat ERDEBİL,
Eyüp KESER, Bülent METİN, Haşim GÜRELİ, Zeki SALMAN,
Barış CEYHAN, Ahmet HAYRİ DİLER**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****YAYIN DİREKTÖRÜ**Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com**SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**Hüsne PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com**EDİTÖRLER**Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@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 HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com**BASKI-ÇİLT**MATSİS Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.
Tevfik Bey Mh. 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.

İLETİŞİMKaptanpaşa 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



Goodyear moda sektöründe

Goodyear ve IMG Licensing arasında yapılan anlaşma kapsamında, Goodyear t-shirt'leri dünya genelinde 62 ülkede bulunan Pull&Bear mağazaları ile e-ticaret internet sitelerinde satışa sunuldu. Goodyear Vintage moda programı kapsamında vintage jeanler, ceketler, gömlekler ve ayakkabılardan oluşan oldukça popüler bir spor giysi koleksiyonu tasarlandı. Koleksiyon, ayrıca güneş gözlükleri, bavullar, sırt ve okul çantaları gibi diğer sportif tekstil ürünlerine de sahip. Goodyear Lisanslı Ürünler Direktörü Nancy Ray, "Gençlerin vazgeçilmez markası Pull&Bear ile yaptığımız işbirliği sayesinde hedeflediğimiz pazara ulaşacağız" dedi.



Özdilek nevresim takımlarıyla tatlı rüyalar

Koleksiyonundaki ürünlerle kullanıcılarının beğenisini kazanan Özdilek, ürettiği nevresim takımlarıyla, yatak odalarında şıklığı ve rahatlığı bir arada sunuyor. Kaliteli kumaş ve şık desenleriyle yatak odalarına ayrı bir hava katan Özdilek nevresim takımları, her tarza uygun farklı alternatifleriyle hem göze hem ruha hitap ediyor. Çift kişilik ve tek kişilik alternatifleriyle, yüzde yüz pamuk kumaştan üretilen zarif ve şık desenlerdeki Özdilek nevresim takımlarında soft renkler kullanılarak tasarlanan modeller göze hitap ederken, yumuşak kumaşı sayesinde de uyku sırasında konfor sunuyor.

Noah Huntley ile Hatemoğlu şıklığı

"28 Gün Sonra", "Pamuk Prenses ve Avcı", "Narnia Günlükleri" gibi filmlerde gösterdiği performanslarla adını hafızalara kazıyan İngiliz aktör Noah Huntley, Hatemoğlu 2014 – 2015 sonbahar – kış koleksiyonunun katalog çekimi için İstanbul'a gelerek objektif karşısına geçti. Yeni sezon kodlarının özenli bir şekilde konumlandırıldığı Hatemoğlu 2014-2015 sonbahar-kış koleksiyonunda camel, kahve, bordo ve antrasit gibi sıcak tonlar göze çarpıyor. Mevsim şartlarına göre tasarlanan koleksiyonda, erkekler için yün, flanel ve kadife ağırlıklı kumaşlar kullanıldı.



Bellona, 26 rengi bir araya getiriyor

Bellona, Türkiye'de ilk defa 26 rengin birlikte kullanıldığı özel Panorama serisi halılarını piyasaya sundu. Günümüz güncel renklerini yeni halı ürün grubu Panorama serisiyle sunan Bellona, modern tasarımlarıyla birleştirdiği yeni teknolojisiyle evlere şıklık getiriyor. Yüzde 100 akrilik malzemenle üretilen, 12 mm hav yüksekliğine sahip olan ve metrekaresinde 700 bin ilmek bulunan Panorama serisi halılar, toplamda 3 bin 100 gr olarak piyasaya sunuluyor. Sekiz renk ile dokunan mevcut halılara karşı 26 renk ile dokunan ve sektörde bir ilk olan Panorama serisi halılar, Bellona için üretilen özel ürünler olarak hayata geçiyor.



Yenilik *emr*'inizde

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



Sarar şehre renk katıyor

Sarar 2014 Yaz Erkek koleksiyonunda özellikle kontrast dikişlerle tasarlanan renkli koton ceket ve pantolonlar dikkat çekiyor. Denim gömleklerin ön plana çıktığı koleksiyonda, mono kaplama tasarımlar ve yarım astarlı ceketler gündüzden geceye geçişi kolaylaştırıyor. Enine ve boyuna çizgilerin ağırlıkta olduğu koleksiyonunda öne çıkan renkler ise sarı, pembe, turkuaz ve yeşil... Sarar Kadın 2014 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu'nda ise 'şehir' teması ile yaratılan birbirinden şık tasarımlar göze çarpıyor. Şehre renk katan binaların göz alıcı silüetleri ve nostaljik izleri; tasarımlarda kullanılan kumaşlarda, dikiş ayrıntılarında ve aksesuarlarda kendisini hissettiriyor. Sarar Kadın 2014 yeni sezonda 'Casual Chic' stilini ön plana çıkarıyor.



Çocukların renkli dünyasına renkli halılar

Birbirinden farklı modellerin yer aldığı Confetti çocuk odası halıları, çocukların renkli dünyasına hitap ediyor. Çocukların gelişimine katkı sağlayan Confetti, 'study time' serisiyle çocukların oynarken öğrenmelerini de sağlıyor. Kreş ve anaokulları için tasarım ekibi tarafından özel olarak tasarlanan duvardan duvara oyun ve eğitici halılarıyla Confetti, antibakteriyel ve antistatik özellikleriyle çocuklar için güvenilir bir ortam oluşturuyor. Ayrıca hav bırakmaz yapısı ve kaymaz taban özelliğiyle Confetti çocuk odası halıları kullanım kolaylığı da sağlıyor.



Feminen vurgular ve rahatlık bir arada

Matraş'ın dolgu topuklu modelleri, kadınların uzun zamandır vazgeçemedikleri modeller haline dönüştü. Topuklarındaki farklı desenler ve tasarımlardaki feminen vurgular ile bu ayakkabılar, yaz boyunca şıklık ve rahatlığın kombinini vadediyor. Çiçekler, çizgiler ve daha birçok farklı desenle bezeli topuklar, yazın hareketliliğini ayaklara taşıyor. Mantar dolgulu rugan görünümlü modeller ise feminen vurgularıyla dikkat çekiyor.



Dagi, şıklığı plajlara taşıyor

Her bedene ve zevke uygun modeller bulunan Dagi 2014 mayo koleksiyonunda, boyundan bağlı mayolar, göğüsleri toparlayan bikiniler, dış giyimde de karşılaşılan şık dokulu ve lazer kesim kumaşları plaj şıklığını uygun aksesuarlarla tamamlıyor. Çabuk kuruyan kumaşları, canlı renkleri, modern çizgileri ve şık tasarımıyla Dagi 2014 mayo koleksiyonu, son dönemin trendi çiçek desenlerinin yanı sıra zebra ve leopar desenleri de sunuyor.



S-7000DD

Direct Drive İplik Kesmeli Elektronik Düz Dikiş Makinesi



*Elektronik düz dikiş makinelerinde
yeni bir dönem başlıyor...*

brother[®]
at your side

0212 495 00 00

uguras@brothertr.com
www.brothertr.com

Türkiye Distribütörü

UĞUR[®]
M A K İ N A

Romantizm zamansız şıklıkla buluşuyor



50'li yılların romantik tavrını yansıtan Dilek Hanif 2014 ilkbahar/Yaz hazır giyim koleksiyonu sezona feminen ve romantik bir yorum getiriyor. Zamansız parçaları modern detaylarla birleştiren koleksiyon 1950'lerin formlarını anımsatan, üst bedeni korsajlı eteği kabarık elbiseler, şifon drape etekler ile hem romantik hem de nostaljik bir duruş sergiliyor. 2014 ilkbahar Yaz koleksiyonu, Dilek Hanif çizgisini yansıtan romantik detayları, maskülen parçalarla birleştirerek modern şehirli kadına şık bir stil sunuyor. Moderniteden vazgeçmeden zamansız ve feminen bir duruş sağlıyor. Yeni romantik trendine vurgu yapan koleksiyon, olabildiğine rahat ama aynı zamanda şık detaylar içeriyor.

La Senza ile 'geceyi sahiplen'

Yeni sezon kış koleksiyonu La Senza modellerinde trendleri yakından takip eden ürünler dikkatleri çekiyor. Crop tops, yani kısa üst, trendi moda dünyasında başrolde oynamaya devam ederken, La Senza bu modaya iç giyimde destek veriyor. Bandaj desenlerin neredeyse tüm parçalarda göze çarptığı yeni sezonda, çapraz bandaj desenleri tüm koleksiyona hakim. 'Geceyi sahiplen' teması ile öne çıkan koleksiyon, koton giyimde ise sırt dekoltesi ürünler dantel detayları ile farklılaşıyor. Kış temasına uygun kırmızının en çekici hali La Senza mağazalarında yerini aldı.



Öz-El APlus ile kendi tasarımlarınızı yaratın

Her sezon yeni kıyafet ve aksesuar almak yerine giysilere yapılacak küçük dokunuşlarla tüketicilerine kendi modalarını oluşturma ve yeni trendlere uygun olarak gardıroplarını dönüştürebilme imkanı sunuyor. Öz-El APlus'ın iğneden ipliğe binlerce çeşit tuhafiyeye ürününden oluşan koleksiyonu müşterilerine hayalindeki kıyafetleri oluşturma olanağı sunuyor. Öz-El APlus, rengarenk kurdelelerden düğmelere, çıtıtlardan hazır fiyonklara kadar binlerce çeşitten oluşan ürünleriyle kıyafetlere yeni bir hava veriyor.



Söktaş Biella, İtalya ofisini açtı

İtalya'daki tasarım ve pazarlama faaliyetleri ile Avrupa'daki müşterilerine "Bespoke Selection" koleksiyonu hizmeti sunmak üzere yeni kurdukları kumaş deposunu tek çatı altında Biella'da toplanan Söktaş, İtalya'daki ofisini açtı. Küresel lüks gömleklilik kumaş pazarındaki otoritelerden biri olan Söktaş, İtalya'daki ofisini 14 Temmuz'da açtı. Firma atılan bu büyük adımın hem şirkete hem de Avrupa'daki "Kişiyi özel gömlek dikimi" yapan müşterilerine çok daha hızlı dağıtım ve gümrük bürokrasisinden uzak, lokal hizmet vermek açısından faydalı olacağını açıkladı.



Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

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

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

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

NEBİM

V3

NEBİM

Tanrıverdi: “Konfeksiyoncuların şehri terk etmesi zor”



Tanıtım imkânı, çalışanların işe yakın bölgelerde oturma istekleri gibi etkenlerden dolayı çeşitli sektörlerin üretim yerleri, şehir merkezlerinden vazgeçemiyor. İstanbul Hazirgim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi de İstanbul'daki çarpık yapılaşmanın etkisiyle imalathanelerle konut bölgelerinin iç içe olduğunu ifade ediyor. Konutlar ile sanayinin çok net çizgilerle birbirinden ayrılması gerektiğinin alını çizen İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Sanayinin de kendi içinde iş riskine göre tedbirini alması lazım. Konfeksiyon atölyelerinin ise şehir merkezinden dışarı gitmesi mümkün gözüküyor” diyor. Hikmet Tanrıverdi, diğer taraftan konfeksiyon sektörünün kendi içine bakıldığında riskinin bulunmadığını dile getirerek, sektörde iş güvenliği konusunda önemli mesafeler alındığına dikkat çekiyor.

Bakan Zeybekci, G20 ve B20 zirvelerine katıldı

G20 ve B20 zirveleri 17-19 Temmuz 2014 tarihleri arasında Ticaret ve Maliye bakanlarının katılımıyla Avustralya'da gerçekleşti. Küresel hasılanın yaklaşık yüzde 90'ını, ticaretin yüzde 80'ini, nüfusun ise üçte ikisini temsil eden G20'ye Türkiye'yi temsilen Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci iştirak etti. Ekonomi Bakanlığı'ndan yapılan açıklamaya göre Bakan Nihat Zeybekci, aralarında Yeni Zelanda Ticaret Bakanı Tim Groser, Avustralya Ticaret ve Yatırım Bakanı Andrew Robb, Kanada Uluslararası Ticaret Bakanı Ed Fast, İngiltere Ticaret Bakanı Lord Livingston ve Rusya Federasyonu Ekonomik Kalkınma Bakanı Alexey Valentinovich Ulyukaev'in de bulunduğu bir grup G20 üyesi ülke temsilcisi ile ikili ticari ilişkileri görüştü. Bu görüşmelerin yanı sıra G20 Ticaret Bakanları toplantısı gündeminde yer alan konuların ve Türkiye'nin 2015 yılı G20 dönem başkanlığının ele alındığı ikili görüşmeler de gerçekleştirildi.



Program kapsamında, Türk-Avustralya İş Forumu'na da katılan Bakan Zeybekci, Türkiye ile Avustralya arasında 2010'da 800 milyon dolar olan ticaret hacminin

2013'te 1.7 milyar dolara yükseldiğini söyledi. Türkiye, G20 ile eş zamanlı düzenlenen B20 (Business 20) Liderler Zirvesi'ne de 2015 yılında ev sahipliği yapacak.

50 yıldır dünyaya
Tela üretiyoruz



Sektör liderleri taklitçilikle mücadele için toplandı

“Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektöründe Taklitçilik ile Mücadele” ile ilgili değerlendirme yapmak için İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, yönetim

kurulu üyeleri ve BMD, BATİAD, LASİAD, MESİAD, OTİAD, TGSD, TİGSAD, TRİSAD, MTD gibi sektörel derneklerinin başkanlarıyla bir araya geldi.

20 Ağustos Çarşamba günü Kaşibeyaz Restaurant'ta bir araya gelen temsilciler, toplantıda öncelikli olarak hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün güncel ihracat verilerini değerlendirdi. Avrupa Birliği ülkelerinin ekonomilerindeki olası gelişmeler ile sınır ve komşu ülkelerde yaşanan siyasi istikrarsızlıkların ihracata etkileri masaya yatırılırken, Rusya ile AB arasında yaşanan krizden dolayı Türk ürünlerine artan ilginin gıdadan sonra hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerine de yansımalarının beklendiği ifade edildi. Sektör temsilcileri tarafından 2014 yılının ikinci altı ayında Rusya'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının artacağı belirtildi. Toplantıda ayrıca, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün hammadde temini açısından son derece önemli olan anti dumping ve korunma önlemleri de görüldü. Sektörden geniş katılımın söz konusu olduğu toplantıda son olarak, Fikri Mülkiyet Hakları, markaların korunması ve taklitle mücadele konularında görüş alışverişinde bulunuldu.

Tekstil ihracatı rekor kırdı



İTKİB verilerinden derlenen bilgiye göre, geçen yılın ocak-temmuz döneminde 4 milyar 835 milyon 348 bin dolar olan tekstil ihracatı bu yılın aynı döneminde yüzde 8 artarak 5 milyar 225 milyon 559 bin dolara ulaştı. 92,7 milyar dolarlık ülke ihracatının üzerinde büyüme gösteren sektördeki dış satım, genel ihracatın yüzde 5,6'sını, 73,3 milyar dolarlık sanayi ihracatının da yüzde 7,1'ini karşıladı. Mal grupları bakımından en fazla dış satım ise 1 milyar 728 milyon 509 bin dolarla sektördeki ihracatın yüzde 33'ünü oluşturan dokuma kumaşa gerçekleştirildi. Bu ürün grubunu 1 milyar 31 milyon 434 bin dolarla iplik, 1 milyar 17 milyon 30 bin dolarla örme kumaş, 370 milyon 190 bin dolarla elyaf ihracatı izledi. Ülke ihracatının, öncülerinden tekstil sektörünün başarısına en büyük katkısı İstanbul, Gaziantep ve Bursa sağladı. Tekstil ve ham maddeleri sektöründen en fazla dış satım gerçekleştirilen ülke ise 559 milyon 490 bin dolarla İtalya oldu. Rusya, bölgesindeki krizin etkisiyle ikinciliğe gerilerken, ülkeye ihracat yüzde 27'lik düşüşle 456 milyon 508 bin dolarda kaldı. Bu dönemde sektörün üçüncü büyük pazarı konumundaki Almanya'ya ihracat yüzde 7,3 artarak 265 milyon 426 bin dolara yükseldi.



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 Üretim Satış Sistem



SentezKNT
Kumaş Üretim Satış Sistem



SentezWEAVE
Ölçümler Üretim Sistem



SentezDYE
Tasarım Üretim Satış Sistem



SentezVOGUE
Sanatçıların Üretim Sistem



SentezEXPO
Diğer Üretim Sistem



SentezEXCELLENT
Üretim Satış Sistem



SentezPOSİve
Satış Üretim Sistem



SentezSHOP
Satış Mağaza Sistem

Sentez yazılım
www.sentez.com

Genel Müdürlük Hürriyet Cad. Ekin İşhanı No: 5 Kat: 4,5,6 34191 Şişli/Beşiktaş İstanbul Tel: +90 (212) 452 15 15 pbx Faks: +90 (212) 452 15 33 info@sentez.com
Ege Bölge Müdürlüğü Şair Eşref Bulvarı No: 100 Kat: 3 D: 303 Alsancak İzmir Tel: +90 (232) 422 66 76 Faks: +90 (232) 422 72 43 ege@sentez.com
İç Anadolu Bölge Müdürlüğü Cinnah Cad. No: 33/13 Çankaya Ankara Tel: +90 (312) 438 17 67-438 17 52 Faks: +90 (312) 441 67 37 anadolusentez.com
Akdeniz Bölge Müdürlüğü B. Akdeniz Teknokent Akge-1 Binası Ofis: 1-8 07058 Antalya Tel: +90 (242) 226 15 65 Faks: +90 (242) 226 13 63 akdeniz@sentez.com

Kumaşın devleri İstanbul'da buluşuyor

Dünyanın birçok noktasında fuarlar organize eden, yıllık 543 milyon Euro'luk cirosu ile dünyanın lider fuar organizatörü firmalarından biri olan Messe Frankfurt, Texworld Fuarı'nı İstanbul'a taşıyor. 4-6 Kasım 2014 tarihleri arasında İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenecek olan Texworld İstanbul, dünya genelinde hazır giyim kumaşları fuarlarındaki tüm ürün gruplarını da kendi bünyesinde toplayacak. Pamuklu, denim, ipek, gömleklik kumaş, keten, yün, dantel ve brode, ipek, örme, işlemeli kumaşlar ve aksesuarlarını kapsayan ürünlerin sergileneceği Texworld; İstanbul'un dinamik ticaret ortamı, Asyalı ve küresel hazır giyim kumaş üreticileri ve hızla gelişen bölgelerdeki satın alıcılar için yeni bir buluşma noktası olacak. Şirketlerinin son 10 yılda dünya genelinde yüksek kaliteli fuarlar sunarak, Türkiye'den pek çok tekstil profesyoneline uluslararası pazarlara açılmaları için yol gösterdiğini söyleyen Messe Frankfurt Yönetim Kurulu Üyesi Detlef Braun, "Şimdi ise uluslararası hazır giyim kumaşları üretim merkezini, İstanbul'a getireceğiz" dedi.



CHIC Şanghay'dan dev iş birliği

Dünyanın dört bir yanından gelen, 100 binden fazla ziyaretçisi ile Asya'nın en büyük, dünyanın ise ikinci büyük moda fuarı olan CHIC, 2015 yılı için EuroShop ile iş birliğine gitti. Perakende sektörüne yönelik faaliyet gösteren CHIC ve EuroShop, söz konusu iş birliği ile Şanghay'da moda sektörüne dair trendleri belirleyerek,

mağazalar oluşturmak ve moda sektörüne yeni çözümler sunmayı amaçlıyor. Messe Düsseldorf ve EHI Perakende Enstitüsü tarafından desteklenen ve üç yılda bir düzenlenen EuroShop, Şanghay'da 13-15 Mayıs 2015 tarihleri arasında gerçekleşecek C-Star ile "Perakende Hakkında Uluslararası Ticaret Çözümleri Fuarı ve Eğilimler Fuarı"nda kutlama yapacak. Bu

fuardan önce, 18 Mart ile 20 Mart 2015 tarihleri arasında CHIC Şanghay'da tanıtımı yapılacak. CHIC Şanghay öncesi gerçekleştirilecek Premier'de gerçekleştirilecek sunumlarda 'Satış Aşaması'nda İnovasyon' konusu da ele alınırken, uluslararası uzmanlardan oluşan bir jüri Çin'in en iyi moda perakende mağazasını seçecek.



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 klor karşı süper dayanımlı spandeks.


creora®
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr. Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

www.creora.com

“Halı Kent” için Esenler Belediyesi’ne ziyaret



Halı firmalarının, bir arada yer alacağı “Halı Kent” adıyla bir merkez kurmak için kolları sıvayan İHİB Başkanı Uğur Uysal, projenin hayata geçirilmesi için 16 Haziran tarihinde Esenler Belediye Başkanı Tefik Göksoy’a bir ziyaret gerçekleştirdi. Mobilyacıların hayata geçirdiği Modoko ve Masko benzeri bir projeyi halı firmalarına yönelik olarak hayata geçirmeyi planladıklarını belirten Uğur Uysal, “Yaklaşık 200 bin metrekare alan üzerinde halı firmalarının geniş showrömler, depolar ve küçük atölyelerinin yer aldığı “Halı Kent” adıyla bir merkez oluşturmayı planlıyoruz. Bu proje için giriştiğimiz arazi arayışının ilk adımı olarak Esenler Belediye Başkanı Tefik Göksoy’u ziyaret ettik. Projeye yönelik olumlu yaklaşım gösteren Tefik Göksoy, bölgelerinde yer alan geniş bir arazinin kendilerine devredilmesi için çalıştıklarını; bu gerçekleştiği takdirde projemizi gündemlerine alacaklarını söylediler. Yine Halı Kent projesini hayata geçirmek için İstanbul Tem Otoyolu’na komşu diğer belediyelerle de görüşmeler yapmaya devam edeceğiz” dedi.

Klasik gümrükleme anlayışı sona eriyor

Gümrük Müşavirliği hizmetini 1981 yılından bu yana profesyonel bir anlayış ile yürüten Ünsped Gümrük Müşavirliği ve Lojistik Hizmetleri A.Ş., kadrosuna dahil ettiği profesyoneller ile gücüne güç kattı. Pek çok sivil toplum örgütü, üniversite ve kuruma verdiği eğitimlerin yanında, köşe yazarlığı ve TV programcılığı kimliği ile de tanınan Dr. Hakan Çınar Ünsped’in CEO’luk görevine getirildi. 17 yıldan bu yana sürdürdüğü Mali İşler Üst Düzey Yöneticilikleri görevlerini başan ile yürütmüş olan Celalettin Güleriyüz de firmanın CFO’luk görevine atandı. 20 yılı aşkın süredir yerli ve yabancı sermayeli dev şirketlerde dış ticaret yöneticiliklerinde bulunmuş Öznur Kırbas ise İş Geliştirme ve Proje Yöneticiliği görevlerine atandı. Türkiye’de 36 şubesi ve bini aşkın çalışanı ile sektöründe fark yaratan Ünsped, klasik gümrükleme anlayışının yanı sıra Uluslararası Dış Ticaret, Gümrük Kanunu ve uygulamaları konularında danışmanlık hizmeti veriyor. Firma, Ünsped Gelişim Akademisi (UGA) sayesinde de gerek çalışanlarına gerekse müşterilerine eğitimler vermeyi sürdürüyor.



YENİ DUCATO

BİNEN, BİLİYOR!



SINIFININ EN KAZANÇLI TİCARİ AİLESİ

Fiat Ducato ailesi yenilendi! Üstelik her ihtiyaca yönelik ürün gamıyla çok daha genişledi!
Siz de hemen bir Fiat showroom'una gelip test edin, karşılaştırın, hesaplayın; sınıfının
en az yakarı en çok taşıyanı Yeni Ducato'yla kazanmaya ilk günden başlayın!

DUCATO

- Sınıfının en düşük yakıt tüketimi
- Sınıfının en yüksek taşıma kapasitesi
- Sınıfının en geniş yükleme bölümü
- 7" dokunmatik ekranlı multimedya sistemi
- Sınıfının en ileri güvenlik donanımı

İhracatçının KDV mağduriyetine son!

Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından, geçtiğimiz mayıs ayında yürürlüğe giren KDV Genel Uygulama Tebliği ile ilgili olarak 15 Temmuz 2014 Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde "Yeni KDV Uygulama Tebliği İle İlgili Yapılan Düzenlemeler" konulu bir seminer gerçekleştirildi. Açılış konuşmalarının Türkiye İhracatçılar Meclisi Yönetim Kurulu Üyesi Murat Akyüz ile İstanbul Vergi Dairesi Başkanı Mustafa Dakın'ın yaptığı seminere, katılım yoğun oldu. İhracatçılar; Yeminli Mali Müşavir Mehmet Erkan, Gelir İdaresi Başkanlığı'ndan Grup Müdürü Özcan Avcı, Müdür Kamil Koç ve Müdür Yardımcısı Mehmet Ali Danışman'ın sunumlarıyla yeni uygulamalarla ilgili detaylı bilgiye sahip oldular. Seminerde öne çıkan başlıklar; iadelerdeki yenilikler, düzenlemelerin tek tebliğde birleştirilmesi ve belge ayrımı oldu. Açılış konuşmasında, ihracatçıların, KDV iade sürecindeki aksaklıklardan dolayı önemli mağduriyetler yaşadığını söy-

leyen Murat Akyüz, "Yeni KDV Genel Uygulama Tebliği'ni oldukça önemli bir adım olarak değerlendiriyoruz. Çünkü bu tebliğ, tüm KDV uygulamalarına ilişkin düzenlemeleri tek tebliğde birleştiriyor. Bu kapsamda KDV uygulamaları, güncel koşullara

uygun bir şekilde revize edilerek, basit ve anlaşılır tek bir tebliğ haline getirildi. 1985 yılından bu yana yayımlanmış tebliğler kapsamlı bir revizyon ve birleştirme ile tek bir tebliğe dönüştürüldü. Böylece mevzuattaki dağınıklığın önüne geçildi" dedi.



Dünya tekstil sektörü bu fuarda buluşuyor

Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun merkezi olan Gaziantep, dünya tekstil ve konfeksiyon sektörünü ağırlamaya hazırlanıyor. TÜYAP ve Teknik Fuarçılık, dünya markası ITM Uluslararası Tekstil Makineleri Fuarı'ndan sonra, OTM Orta Doğu Tekstil Makineleri Fuarı için de güç birliği yaptı. OTM 2014 Fuarı, 16-19 Ekim 2014 tarihlerinde, Gaziantep Orta Doğu Fuar Merkezi'nde dünya teknoloji markalarını, bölge yatırımcılarıyla buluşturacak. OTM 2014 Orta Doğu Tekstil Makineleri Fuarı, TÜYAP Tüm Fuarçılık ve Teknik Fuarçılık ortaklığı; TEMSAD Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği, Gaziantep Sanayi Odası ve Gaziantep Ticaret Odası iş birliğiyle düzenleniyor. Fuar yaklaşık 30 bin metrekare kapalı alanda, iki salonda yapılacak. Türkiye'nin ve dünyanın önemli teknoloji üreticisi markalarının yerlerini

aldığı ve son teknolojilerini sergileyecekleri OTM 2014 Fuarı, özellikle son yıllarda teşviklerle yatırımların arttığı Güneydoğu Anadolu bölgesi için önemli bir buluşma noktası olacak. OTM 2014 Fuarı'nda; Pamuk

ve elyaf hazırlama makinelerinden dokuma hazırlık makinelerine, boya-baskı-terbiye makinelerinden makine yedek parça ve aksesuarlarına kadar sektörün tüm birimleri yer alacak.



TEXWORLD

ISTANBUL

4 - 6 Kasım 2014

İstanbul Lutfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı

**Hazır Giyim Kumaşları ve
Aksesuarları için buluşma noktası**

Daha fazla bilgi için:
info@turkey.messefrankfurt.com
www.texworld.com.tr

DÜNYANIN ÇORABINI ÖRÜYÖRÜZ



İHKİB YENİBOSNA KIZ TEKNİK VE MESLEK LİSESİ'NİN MART AYINDA ULUSAL AJANSA BAŞVURUSUNU YAPTIĞI "DÜNYA'NIN ÇORABINI ÖRÜYÖRÜZ" ADLI PROJESİ, AJANS TARAFINDAN DESTEKLENMEYE DEĞER BULUNDU. İHKİB'İN ÖN AYAK OLDUĞU PROJE İLE 15 ÖĞRENCİ VE 2 ÖĞRETMEN İTALYA'DA BULUNAN LONATİ FİRMASINDA ÜÇ HAFTA SÜRECEK STAJ EĞİTİMİNE KATILACAK.

İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nin Mart ayında Ulusal Ajansa Mesleki Eğitim Öğrenici ve Personel hareketliliği eylem türünde başvurusunu yaptığı "Dünyanın çorabını örüyoruz" projesi, ajans tarafından desteklenmeye değer bulundu. Söz konusu projenin kabul edilmesiyle İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisewi'nden 15 öğrenci ve iki öğretmen dünya çorap makinesi üretiminde lider bir isim olan, İtalya'nın Brescia şehrinde üretim yapan Lonati firmasında üç hafta sürecek staj eğitimine katılacak. Endüstriyel örme dalında eğitim gören öğrencilerin, mesleki yeterliliklerinin artırılması için tasarlanmış proje ile hem öğrencilerin çalışma hayatına girmeleri ve nitelikli kalifiye eleman olarak istihdam edilebilmelerine altyapı hazırlanacak hem de katma değeri yüksek olan hizmetlerin gerçekleşmesine, dolayısı ile sektörün gelişimine katkı sağlanacak. Ayrıca bu projenin uygulanmasıyla, İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde bulunan öğretmenlerin yeni teknoloji makinelerin eğitimlerini almalarıyla, sektöre yönelik eğitimlerin kalitesi de artırmış olacak.

Karaca: "Eğitime verdiğimiz destek sınırları aşıyor"

İHKİB AB-ABD ve Uzak Doğu Ülkeleri Fuar Komitesi, Hedef Pazarlar ve Dış İlişkiler Başkanı Özkan Karaca da bir çorap sanayicisi olarak projeden duyduğu mutluluğu belirterek İHKİB Yenibosna Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ni tebrik etti. Özkan Karaca, "Çorap Sanayicileri Derneği Başkanı olduğum gündün bu yana okulun başarısı için çalışmış birisi olarak öğretmenlerimizin yakaladığı bu fırsattan büyük mutluluk duydum. Geçmişte öğretmenlerimizin üretim aşamasında yetersiz kaldığı noktalarda sektörden ustalar kullanarak eğitimde pratiğe fırsat yaratmaya çalışıyorduk. Bu eğitim sonrasında öğretmenlerimiz de bir ustabaşı gibi makineleri tanımış olacak, bu büyük bir kazanımdır" dedi. Ancak bu deneyimli öğretmenlerin elde tutulması gerektiğini belirten Karaca "Umarım Milli Eğitim Bakanlığımız öğretmen atamaları yaparken öğretmenlerimizin bu özel durumunu dikkate alır. Büyük zorluk ve maliyetlerle yetiştirdiğimiz öğretmenlerimizin bir sonraki yıl başka okullara atanması emeklerin boşa gitmesine de sebep olabiliyor" diyerek önemli bir ayrıntıya dikkat çekti. "Biz her zaman eğitim içinde üretim, üretim içinde eğitim sloganıyla hareket etmiş bir birliğiz. Gençlerimizin üretim aşamasına



ÖZKAN KARACA

İHKİB AB-ABD ve Uzak Doğu Ülkeleri Fuar Komitesi, Hedef Pazarlar ve Dış İlişkiler Başkanı

geldiklerinde zorlanmamaları için eğitimin üretime odaklı olması için bir altyapı kurduk. Okullarımızı da eğitimcilerimizi de bu doğrultuda motive ettik. Eğitimcilerimizin üretim süreçleriyle ilgili son gelişmeleri bilmesi ve tanınması eğitimin nasıl üretime paralel bir çizgide ilerlediğinin ispatı" diye konuşan Özkan Karaca, "Bu son gelişme de bu vizyonun olumlu bir sonucudur" dedi.

Panda kumaş üretiminde lider kuruluş!

NEOPRENE FABRIC



Akçaburgaz Mevkii Sanbir Bulvarı 4. Bölge 52. Sk. No: 6 K: 1-3-4-5 Esenyurt / İstanbul
Tel: 0212 655 21 20 - 0212 655 21 25 Fax: 0212 655 21 41 www.desttekstil.com.tr

DEST TEKSTİL
SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

AMERİKALILARIN GÖZÜ TÜRK HALISINDA

TEMMUZ AYINDA ATLANTA'DA EV DEKORASYONU, HEDİYELİK EŞYA ÜZERİNE DÜZENLENEN AMERİCA'S MART FUARI'NI ZİYARET EDEN İHİB BAŞKANI UĞUR UYSAL, AMERİKA EL HALISI İTHALATÇILARI BİRLİĞİ "ORIA" BAŞKANI REZA MOMENİ VE AMERİKALI HALI İTHALATÇILARI İLE BİR ARAYA GELDİ.



ORIA Başkanı Reza Momeni ile bir araya gelerek el halısı sektörünün sorunları ve dünyadaki pazarı hakkında görüşen İHİB Başkanı Uğur Uysal, fuarda showroom'u olan ORIA üyesi 25 farklı firmayı ziyaret ederek, İHİB'i ve Türk halısını anlattı. Yeni iş birlikleri geliştirmek için fikir alışverişinde bulunan İHİB Başkanı Uğur Uysal ve ORIA Başkanı Reza Momeni, iki ülke arasındaki halı ticaretini geliştirmek için anlaşmaya vardı. Halı sektörü adına yeni ihracat kanalları açmak için atılan bu ilk adım sayesinde, yıllık 500 milyon dolar el halısı ve 2 milyar dolar makine halısı ithalatı yapan Kuzey Amerika'daki ORIA üyesi birçok halı ithalatçısı alımlarını artık Türkiye'ye kaydıracaklarını belirtti.

Konuyla ilgili açıklama yapan İHİB Başkanı Uğur Uysal, "Türkiye'nin tüm dünyada en çok bilinen markası, Türk halısı markasıdır. Biz de Birlik olarak Türkiye'nin dünya halı ticaretindeki pazar payını artırmak için üyelerimize yeni

pazarlar bulmaya ve var olan pazarlarda da yeni iş birlikleri geliştirmeye devam edeceğiz" dedi.

Amerikalılar Halı Tasarım Yarışması için geliyor

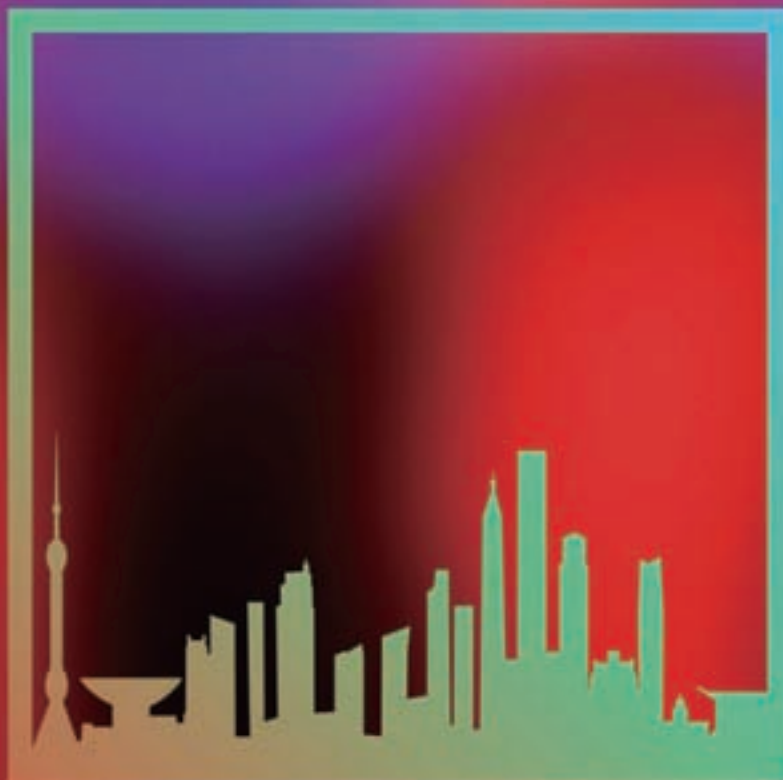
Amerika'daki halı ithalatçılarının çok önemli miktarda el halısı ithalatı yapan firmalardan oluştuğunu belirten Uğur Uysal, kendilerinin de el halısını çok önemsedikleri için ORIA Başkanı Reza Momeni ile görüşmelerinin son derece önemli olduğuna dikkat çekti. ORIA üyelerini bu yıl 8'incisi yapılacak olan İHİB Halı Tasarım Yarışması'na davet ettiklerini söyleyen Uğur Uysal, "Halı Tasarım Yarışması'na ORIA üyeleri birebir katılarak yaptığımız çalışmalarını gözlemleme fırsatı bulacaklar. Ayrıca buradaki el halısı ihracatçıları ile de yüz yüze tanışma fırsatı yakalamış olacaklar. Özellikle son dönemlerde Orta Doğu ülkelerinde yaşanan karışıklıklardan dolayı Türkiye, Amerika halı ithalatçıları için çok güvenli bir liman haline gelmiş durumda. Bu du-

rumu da olabildiğince lehimize değerlendirmemiz gerekiyor. ORIA ve İHİB olarak yapacağımız çalışmalardan biri de onların dergilerinde Türk halıcılığı ile ilgili bilgilere yer verilmesine yönelik çalışma olacak" dedi.

ABD el halıcılığı için cazip bir pazar

Söz konusu görüşmede ABD'de yapılacak olan fuarlarda İHİB'in nasıl temsil edileceği üzerinde de durduklarını söyleyen İHİB Başkanı Uğur Uysal, "ORIA Başkanı ile Amerika'da bir İHİB temsilciliğinin ya da bir showroomun açılıp açılmayacağı konusunun yanı sıra İHİB'in Türkiye'de yapacağı halı fuarlarında ORIA üyelerinin katılımının sağlanması üzerinde de durduk. ABD pazarı el halıcılığı için yüksek tüketimi olan bir ülke olduğu için ana pazar konumu ile çok önem teşkil ediyor. Ayrıca bu tarz çalışmaları başka ülkelerle de sürdürüyoruz. Bu ülkelerin ithalatçı firmalarının alımlarını Türkiye'den yapmaları için bire bir saha çalışması yapıyoruz diyebiliriz" dedi.

上海



CHIC 2015

CHINA INTERNATIONAL FASHION FAIR 2015

MARCH 18-20, 2015

SHANGHAI

National Exhibition and Convention Center, Shanghai

ASIA'S BIGGEST FASHION & ACCESSORIES FAIR!

THE GATEWAY TO THE CHINESE MARKET!

OVER 100.000m² EXHIBITION AREA!

100.000 VISITORS FROM 40 COUNTRIES & REGIONS

1.000 BRANDS FROM 18 COUNTRIES & REGIONS

İHKİB'İN UR-GE PROJESİ KAPSAMINDA HAYATA GEÇİRDİĞİ “SATIŞ ODAKLI KOLEKSİYON PLANLAMA VE HAZIRLAMA DANIŞMANLIK” HİZMETİ ÇALIŞMALARINA DEVAM EDİYOR. MARKALAŞMA TECRÜBESİ OLAN UZMAN İSİMLER EŞLİĞİNDE GERÇEKLEŞEN DANIŞMANLIK HİZMETİYLE TASARIMCILAR İHRACATLARINDA ARTIŞ BEKLİYOR.

3T TASARIMCILARI İHRACATA ODAKLANIYOR

Hazır giyim sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi projesi kapsamında yapılan faaliyetlerden biri olan “Satış Odaklı Koleksiyon Planlama ve Hazırlama Danışmanlığı” tasarımcı-danışman toplantılarıyla devam ediyor. Projede bulunan tasarımcılar, uluslararası pazarlarda markalaşma tecrübesi bulunan danışmanların öncülüğünde satış odaklı koleksiyon hazırlama konusunda çalışmalar yürütüyorlar. Proje kapsamında yer alan 13 tasarımcı firma, Aslı Güler, Nej, Mehtap Elaidi, Çiğdem Akın, Gamze Saraçoğlu, Özlem Kaya, Nihan Peker, Özgür Masur, Elif Çiğizoglu, Tuvanam, Luğ Von Siga, Zeynep Tosun, Simay Bülbül, bu faaliyet ile fiyatlandırma stratejileri ve uluslararası satış kanallarına erişim konularına yoğunlaşıyorlar. Tasarımcılar, koleksiyonlarını danışmanlık hizmeti kapsamında yeniden yapılandırıyorlar. Faaliyet kapsamında yer alan danışmanlardan Wendy Malem, tasarımcı Nej ve Gamze Saraçoğlu ile konuştuk.

“İTKİB, her zaman yanımızda”

3T kümesinde bulunan tasarımcılar açısından bu projenin hayati önem taşıdığına dikkat çeken tasarımcı Nej, “Bu projeyi heyecanla bekliyorduk” dedi. 2001 yılında şirketini kurup, akabinde markasını kurduğunu söyleyen Nej, 2006 yılından bu yana İTKİB'in destekleriyle uluslararası fuarlara katıldığını belirtti. “Markamla ilgili strateji yaptığımda ilk olarak yurt dışında olmam gerektiğine karar verdim” diyen Nej, “Yurt dışı marka yatırımları büyük bütçeli işler. Bunun finanse edilmesi bir tasarımcının karşılayabileceği bir şey değil. O yüzden devlet destekleri bizim için çok önemli. Bu konuda da çok şanslıyız. İTKİB her zaman yanımızda ve dünyada böyle bir desteğin önemli yok. Farklı örnekleri var ama bu kadar kapsamlı değil” diye belirtti. Proje dahilinde ihtiyaçların belirlendiğini hatırlatan Nej, “Bu proje kapsamında ilk defa Moskova’da fuara katıldım. Moskova ile

ilgili bir çalışmam, bilgim yoktu ve pazardaki yerimi bilmiyordum. O fuara katıldıktan sonra aldığım tepkiler ve siparişlerle Rusya’da olmam gerektiğini anladım” dedi.

Nej, bu projenin en büyük avantajlarından birinin de “Satış Odaklı Koleksiyon Planlama ve Hazırlama Danışmanlığı” olduğunu altını çizdi. Türkiye’nin tekstilde güçlü bir ülke olduğunu belirten Nej, “Malesef geçmişimizde çok fazla marka kültürümüz yok. Markalaşma konusunda son yıllarda hareket halindeyiz. Uluslararası markalara baktığımız zaman 100-150 gibi yıllar konuşulurken, bizde 10 yıllar konuşuyoruz. Dolayısıyla bununla ilgili uluslararası danışmanlıklar almak, bu bilgileri edinmek çok değerli” diye konuştu. Danışmanlık hizmetini ikinci kez aldığını ifade eden Nej, “En sert eleştiriyi ben kendime yaparım ki kendimi düzeltelim. Yaptığımız iş gerçekten çok zor. Bu çalışma kendimize çok fazla soru sormamızı sağladı” ifadelerini kullandı.

“Satışlarda artış bekliyorum”

Wendy ile çok verimli bir çalışma yaptıklarını belirten Nej, “Böyle kıymetli biri geldiği zaman tabiri caizse etinden, sütünden faydalanmamız gerektiğine inanıyorum. Çünkü ilk danışman geldikten sonra hep beraber Paris’te Who’s Next fuanna gittik ve hem kendi koleksiyonumda hem de diğer tasarımcı arkadaşların koleksiyonlarında ciddi bir fark gördüm. Demek ki bu danışmanlıklara ihtiyacımız vardı” dedi. Satış pazarlama eğitiminden sonra da ciddi bir ihracat artışı beklediğini söyleyen Nej, “Wendy bize yeni hedef pazarlar önerdi. Biz iş planımızı sunduğumuz zaman, bu pazarlara girmek



istiyorum dediğimde, evet orada olmalısın dedi. Şirket yapılanması ile ilgili olarak tavsiyelerde bulundu. Artılarımızı eksilerimizi konuştuk. Bir hafta içinde bu konuştuklarımızla ilgili bize bir rapor verecek. Yıllar önce bu tarz analizler yaptığımızda çok ciddi bütçelerdi ve yaptıramadım. Şimdi heyecanla bekliyorum Wendy’nin raporunu” dedi.

“Hedefimiz global bir marka olmak”

Danışmanlık hizmeti veren Wendy Malem’i daha önceden tanıdığını söyleyen tasarımcı Gamze Saraçoğlu, Wendy’nin çok önemli bir danışman olduğunu belirtti. Wendy’nin danışman olarak geleceğini öğrenince hem kendi markası hem de kendisi için çok önemli bir fırsat olduğunu düşünerek bu faaliyette yer alma kararını aldığını belirten Saraçoğlu, “Birkaç yıl önce Wendy, markam için banabazı bilgiler vermişti. Bu bilgiler benim için çok kıymetliydi ve markama o dönemde çok büyük katkısı olmuştu. Bu faaliyette de markamın hangi yöne gitmesi ge-

rektiği ve daha iyi bir hale nasıl gelebileceği konusunda çok önemli bilgiler aldım” dedi. Markada global büyümenin yanı sıra yerelde de gelişmenin önemine dikkat çeken Saraçoğlu, “Biz aslında Türkiye’den çıkan ve dünyaya açılan bir marka olmayı hedefleyen bir tasarım markasıyız” dedi. Koleksiyon yapısından satış ağına, sosyal medyadan internetteki satış ağına kadar her şeyin birbirini tetiklediğini ifade eden Saraçoğlu, bu yüzden Wendy ile koleksiyona tümevarımdan baktıklarını belirtti. Saraçoğlu, “Yurt dışında nasıl bir satış stratejisi yapmalıyız, nerele-re gitmeliyiz, koleksiyonun yapısı nereyi kaldırır gibi birçok soru üzerinden durduk. Konuştuğumuz her şeyin markaya artı bir değer katacağına inanıyorum” dedi.

“Dışarıdan bir göze ihtiyacımız var”

Projenin içerisinde olmaktan memnuniyet duyduğunu belirten Saraçoğlu, aldığı danışmanlıkların çok önemli olduğunu söyledi ve ekledi: “Ben de birçok markaya danışmanlık yapıyorum. Bir markaya gitmeden önce son derece sıkı bir çalışma yapıyorum. O markanın fayda görebilmesi için önceden hazırlık yapıyoruz, mood boardlar hazırlıyoruz, koleksiyon çizimleri yapıyoruz. Benim



Gamze Saraçoğlu, “Birkaç yıl önce Wendy Malem markam için bana bazı önerilerde bulunmuştu. Bu bilgiler benim için çok kıymetliydi ve markama o dönemde çok büyük katkısı olmuştu” dedi.



WENDY MALEM
Danışman

NEJ
Tasarımcı

için çalışan birinin kendi markam hakkında uzaktan bir bakışla bunu sunması çok güzel bir şey. Çünkü biz bazen işin içinde kaybolabiliyoruz. Sürekli bir koşturma sirkülasyonu var, bu yüzden dışarıdan bir göze ihtiyacımız var.” Saraçoğlu, “Tasarımcı ben her şeyi biliyorum ve markamla alakalı her şeyi yaparım düşüncesinden çıkıp, kendi markamla alakalı ne yapabilirim diye düşünmeli” dedi. 10 yıldır bu sektörün içinde olduğunu söyleyen Saraçoğlu, “Wendy markanın iyiye gitmesi için eleştirileri o kadar güzel bir şekilde yapıyor ki her zaman onu dinleyebilirim” dedi.

“Türk tasarımcılar algıyı değiştirdi”

Projeyle dair değerlendirmelerde bulunan Wendy Malem, Türk tasarımcılarının dünyada eskisinden çok daha farklı tanınmaya başladığına dikkat çekti. Malem, Paris, Londra gibi moda başkentlerindeki showroom'lara katılan Türk tasarımcıların dünya çapındaki Türk tasarımı algısını değiştirdiklerini söyledi. Malem, “Londra’da Harvey Nicholes, Fransa’da La Fayette gibi mağazalara bakıldığında Türk tasarımcıların ürünlerinin merkezi bir yerde olduğunu görüyoruz ve tasarımlardaki bu gelişmeler çok hızlı kaydedildi” dedi. Malem, şöyle devam etti: “Türk tasarımcıları hazır giyim sektöründe daha çok Türkiye’de bulunan özel müşteriler ve siparişler üzerine çalışıyorlar. Bu çalışma şekli, tasarımcıların sadece üst gelir grubunda yer alıp, çok fazla seyahat eden modern kadın müşteri profiliyle çalışması anlamına geliyor. Bu durum da tasarımcıların Türkiye pazarı ile sınırlı kalmalarına sebep oluyor. Bence asıl zorluk burada. Bu danışmanlık faaliyeti, Türk tasarımcıların ülke dışında da fırsat bulmasına yardımcı

3T Kümesi’nde bulunan tasarımcılar açısından bu projenin hayati önem taşıdığını söyleyen Nej, “Bu projeyi heyecanla bekliyorduk” dedi.

olmak, farklı tarzlar üzerine fikirler yürütmek, piyasayı daha iyi anlamalarını sağlamak, daha fazla tasarımcının olduğu küresel bir platformda bulunmalarını sağlamak ve yeteneklerin en iyi seviyede ortaya çıkartmalarını teşvik etmeyi hedefliyor.”

“İstanbul moda dünyasını yönlendirecek”

Tasarım odaklı hazır giyim sektöründe beklenen talepleri karşılamak için Türk üretici firmalarının, Türk tasarımcıları ile iş birliği yapması gerektiğine dikkat çeken Malem, iki tarafın da potansiyellerini birleştirerek Türk hazır giyim sektörünü daha ileriye taşıyabileceklerini kaydetti. Bir tasarımcının kendi bakış açısına sahip olmasının çok önemli olduğunu belirten Malem, tasarımcıların pazara girmede akıllı davranmaları gerektiğini kaydetti. Malem, şöyle devam etti: “İstanbul’un bir moda başkenti olması ve markalarını küresel platformda duyurması için kendi içindeki yeteneklere kesinlikle yatırım yapması gerekir. İstanbul hem çok yetenekli moda tasarımcılarına hem de uluslararası pazarın gerektirdiği kalite ve ürün hacmini üretecek güce sahip. Şu an benim de içinde bulunduğum URGE projesi de üretici ve tasarımcı firmaları bir araya getirerek buna hayli katkıda bulunuyor. İHKİB’in katkılarıyla üretici ve tasarımcılar arasında kurulan köprü sayesinde İstanbul yakın bir gelecek içerisinde moda dünyasını yönlendiriyor olacak.”

**Tekstil ve
Hazır giyim
nazar boncuğu**

Türk Denimi

18. yüzyılın sonlarında çiftçiler ve kovboylar tarafından giyilen denim giysiler, zaman içerisinde her yerde ve toplumun her kesimi tarafından giyilen giysiler haline geldi. Geçen yıllar içerisinde insanların yaşam tarzları değiştiği denim kumaşlar ile giysiler de kumaş kalınlıkları ve ağırlıkları, terbiye teknikleri, uygulamaları ve nihai kullanım alanları ile ilgili önemli değişimler yaşadı. Bugün denilebilir ki denim giysilerin en belirgin özelliği pazar koşulları ne olursa olsun daima talep edilen özgün ve önemli bir konfeksiyon kategorisi olmaları. Üreticilere bakıldığında, bir zamanlar dünyanın en önemli denim üreticisi olan ABD, son yıllarda üretimdeki liderliğini Çin, Hindistan, Pakistan, Bangladeş gibi Asya ülkelerine ve Türkiye'ye kaptırmış durumda. Dünyanın belli başlı denim üreticileri günümüzde denim giysilere yeni fonksiyonlar kazandırarak yeni pazarlar yaratma çabasındalar. Denim giysi kullanıcıları ise

her ne kadar su geçirmezlik, buruşmazlık, esneklik, leke tutmazlık gibi fonksiyonel özelliklere alışkın olmasalar da, yenilikçi özelliklerle üretilmiş denim giysileri satın almaktan da geri durmuyor. Estetik özellikler söz konusu olduğunda ise dar, legging tarzı kesimler, sökük ya da parlak renkli, işlemeli, mineral ve asit yıkamalı gibi yeni uygulamalar popülerlik kazanmış durumda.

Türkiye denimde güçlü bir aktör

ITC/Trademap kaynaklı uluslararası verilere göre 2012 yılı itibarıyla dünyanın 7'nci büyük konfeksiyon ihracatçısı ve 9'uncu büyük tekstil ihracatçısı olan Türkiye'de de, önemli bir denim kumaş ve giysi üretim kapasitesi ve ihracat potansiyeli bulunuyor. Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren gelişen tekstil ve konfeksiyon sanayisine paralel şekilde denim kumaşlar ve bunlardan üretilmiş giysilerin üretiminde de önemli başarılar elde edilmiş durum-

da. İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi'nin hazırladığı "İstatistikle Türkiye'nin Denim Kumaş ve Konfeksiyon Dış Ticareti" raporuna göre denim kumaş ihracatı, geçen yıl Türkiye'nin toplam tekstil ihracatının yüzde 5,2'sini karşılamış durumda. Diğer yandan denim giysiler de Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında yüzde 9,4'lük bir paya sahip. Bu orana dokuma konfeksiyon mamulleri de eklendiğinde, oranın yüzde 28'lere çıktığı belirtiliyor.

Türkiye denim ihracatını dörde katladı

Türkiye'de denim kumaş ve giysi üretimine yapılan yatırımlar, sektörel gelişimi ve ardından 2000'li yıllarda başarılı bir ihracat performansını da beraberinde getirdi. 2000 yılından 2013 yılına ihracatın gelişimi incelendiğinde, 2000 yılından 2005 yılına yüzde 14,7 ile yüzde 54,8 arasında değişen oranlarda artışlarla ihracatın 2

AVRUPA MARKALARI, UCUZ ÜRETİM YAPAN UZAK DOĞU ÜLKELERİ YERİNE, KALİTE, YIKAMA VE TASARIMLARI SAYESİNDE TÜRKİYE'DEN ÇIKAN DENİM ÜRÜNLERE DAHA YÜKSEK FİYAT VERMEYİ TERCİH EDİYOR. BUNA DAİR EN SOMUT VERİ İSE HER YIL ÜRETİLEN 3 MİLYAR DENİM HAZIR GİYİM ÜRÜNÜN 500 MİLYON ADEDİNİN TÜRK FİRMALARININ ELİNDEN ÇIKIYOR OLMASI.

milyar dolara dayandığı görülmekte. Bu başarılı performansı izleyen 2006 yılında denim giysi ihracatı yüzde 3,7 oranında azalmış, ancak 2007 yılında yeniden toparlanarak 2,2 milyar dolar ihracat rakamı ile tavan yapmış. İzleyen iki yılda yüzde 19,9 ve yüzde 19,6'lık düşüşlerle 2009'da 1,4 milyar dolara gerileyen denim giysi ihracatı, 2010 yılında yüzde 7,2 oranında artışla 1,5 milyar dolara ve 2011 yılında yüzde 3,6 artışla 1,6 milyar dolara yükselmiş. 2012 yılında tekrar yüzde 4,4 oranında daralan ihracat 2013 yılında toparlanarak yüzde 8,1 oranında artışla yeniden 1,6 milyar doları bulmuş. 2000 yılından 2013 yılı sonuna kadar ki olan son 14 yıllık süreç içerisinde Türkiye'nin denim giysi ihracatı yaklaşık dört katına çıktı. Küresel denim üretiminin yüzde 30'u, tek başına Çin tarafından gerçekleştiriliyor. Küresel üretimde Türkiye'nin payı ise yüzde 10. Ayrıca her yıl bu kumaşlardan üretilen 3 milyar denim hazır giyim ürününün 500 milyon adedi de Türkiye'deki konfeksiyon atölyelerinde dikiliyor.

Türkiye'nin denim giysi ihracatında en büyük pazarları **Almanya, İngiltere, İspanya, Hollanda ve Danimarka** olarak sıralanıyor.

Denimde başarının anahtarı "yenilik"

7'den 70'e her yaş ve toplum kesiminin tercih ettiği denim giysilerin, küresel başarısındaki anahtar ise "yenilik"... Hâlihazırda geleneksel yüzde 100 pamuklu denim kumaşların yanı sıra son teknolojiyle üretilen likralı streç kumaşlar, geri dönüşümlü pamuktan kumaşlar, hatta dönem dönem pamuk fiyatlarının yükselmesi dolayısıyla sentetik karışımli kumaşlar da denim giysi üretiminde kullanılıyor. Ancak pazar araştırmaları gösteriyor ki tüketiciler pamuk ve pamuk karışımli kumaşlardan üretilmiş denim giysileri daha çok tercih ediyor, hatta bunlar için daha fazla para ödemeye de gönüllü oluyor. Küresel pazar analizleri ise denim pazarının önümüzdeki yıllarda da değer olarak büyümesini öngörüyor. Halen yılda 5 milyar metrenin üzerinde üretim yapılan küresel denim pazarının, 2018 yılında 56 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

Türk denimcilerin

Ar-Ge ve tasarım ile gelen başarısı

Pamuğu üreten, gerektiğinde ithal eden ama her halükârda işlemlerini bilen, o pamuktan en kaliteli denimi üreten Türkiye, özellikle geçtiğimiz 10-15 yılda bu işin teknoloji, insan kaynağı, Ar-Ge ve tasarım yönlerinde kendisini geliştirmek için ayrı bir çaba ortaya koyuyor. Yeniliğe fazlasıyla açık bir kumaş olan denime yönelik Ar-Ge çalışmalarında Türkiye öncü bir rol üstlenmiş durumda. Türk denimciler ozon, lazer gibi yenilikleri hemen uygularken, denim pazardaki yeniliklerin önemli bir kısmı da yine Türk denim üreticileri tarafından gerçekleştiriliyor. Bu yenilikler de denim üreticisine, müşterilerine yeni alternatifler sunma olanağı sağlıyor. Diğer yandan, coğrafi yönden de çok büyük bir avantaja sahip olan Türkiye, Avrupa'nın önemli pazarlarına en fazla üç saatlik uçuş mesafesinde bulunuyor. Türkiye bu avantajını hızlı üretim yapma ve esnek üretim anlayışı ile birleştirince, müşteriler için ayrı bir cazibe merkezi oluyor. Türk denim konfeksiyoncusu bu artılarını verdiği fiyatlara da yansıtarak, en iyi şekilde değerlendiriyor.

Tasarım ve yıkamaya daha fazla yatırım şart

Tasarım, denimde en fazla ön plana çıkan, fark yaratan, katma değer sağlayan konuların başında geliyor. Yaygın satış yapan Avrupa markaları, ucuz üretim yapan Uzak Doğu pazarları yerine, kumaş, ürün, yıkama tasarımları sayesinde Türkiye'den çıkan ürünlere daha yüksek fiyat vermeyi tercih ediyor. Ayrıca koleksiyon sayılarının artması, bir başka deyişle "fashion" sözcüğünün başına "fast" sıfatının gelmesi, Türk denim üreticilerini dünya pazarında avantajlı bir konuma getiriyor. Her ay vitrinini değiştirmek, piyasaya yeni ürün sunmak zorunda olan Avrupalı markalar, yüksek adetli siparişler verip stok maliyeti yaratmak yerine, Türkiye gibi yakın, hızlı ve servis konusunda başarılı ülkelerden ürün almayı tercih ediyor. Denimde en temel fark yaratan konulardan ikisi tasarım ve yıkama. Türkiye her iki alanda da bugüne kadar ciddi mesafe kat etti ama hâlâ yürü-



HİKMET TANRIVERDİ

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

"Denim konusu artık Türkiye'nin ihtisas alanı haline gelmiş durumda, hemen hemen bütün dünya markalarına denim üretimi gerçekleştiriyoruz."

mesi gereken ciddi bir yol var. Son yıllarda tasarımcılara ve tasarımcı yetiştirilmesine yönelik ciddi yatırımlar yapan Türkiye denim sektörünün şu andaki en temel eksiklerinden biri, yetişmiş tasarımcı azlığı. Sektörün çatı örgütleri ve önde gelen firmaları bu açığı kapatmak için üniversitelerle ciddi bir iş birliği içerisinde çalışıyor. Diğer yandan Türkiye, yurt dışında mağazaları ya da satış noktaları olan çok sayıda denim konfeksiyon markasına sahip. Ancak üretim kapasitesi ve gücüne göre bu markaların sayısının az olması da Türkiye'nin kendisini geliştirmesi gereken bir nokta. Markalaşma zaman alan bir süreç olduğundan, yeni markalar yaratmak yerine finansal sıkıntı yaşayan ama geleceği olan markaları satın almanın da Türk şirketleri için alternatif olabileceğinin unutulmaması gerekiyor. Ayrıca denim sektörün



2013 yılında
Türkiye'den en fazla
ihraç edilen
denim ürünü
804,7 milyon dolar
ile kadın denim
pantolonlar
oldu.



bir kısmı da dünyadaki önemli denim üreticilerinin çözüm ortağı veya üretici ortağı olmanın da markalaşmak kadar önemli olduğunu düşünüyor. Farklı bakış açılarına karşın, kendi markalarını yaratması ve üretim kapasitesini pazarlama faktörü ile birleştirmesi halinde Türkiye'nin, dünya denim sektörüne farklı bir boyut kazandıracığından kimsenin şüphesi yok.

Dünya, Türk denimini tercih ediyor

Denimin son yıllarda moda trendinin artmasıyla artık dünyada en çok kullanılan konfeksiyon ürünlerinden biri olduğunu söyleyen İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 2013 yılında Türkiye'den 1,6 milyar dolar değerinde denim giysi ihracatı yapıldığını ve en fazla kadın denim pantolonlarının ihraç edildiğini açıkladı. Tanrıverdi, "Geçen yıl, bir önceki yıla göre 11,3 artışla 804,7 milyon dolarlık kadın denim pantolonu ihraç ettik. Türkiye'den yapılan denim giysi ihracatının değer olarak yarısı kadın denim pantolonları oldu" şeklinde konuştu. Denim konusunun artık Türkiye'nin de ihtisas alanı haline geldiğini vurgulayan Tanrıverdi, "Denim konusunda uzman ülkelerden biriyiz. Hemen hemen bütün dünya markalarına denim üretimi gerçekleştiriyoruz. Türkiye denimde bir-

çok ülkeden daha güçlü bir konumda. Yapılan inovasyon ve Ar-Ge çalışmalarıyla inceltmesinden, kalınlaştırılmasına kadar kumaş üstünde yapılan bir takım değişiklikler, renkli, basık olma gibi etkenler dünyada denim kullanımını artırdı" şeklinde konuştu.

Firmalar üretim yapılarını değiştirmeli

Genel olarak tekstil ve hazır giyim sektörlerinin çalışma şeklinin fast fashion olarak adlandırılan üretim tarzı ile birlikte çok değişmeye başladığına dikkat çeken Özak Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Urfi Akbalık, bu konuda firmaların yapılarını değiştirerek gereken yatırımları yapmaları gerektiğini ifade etti. Gerekli olan bu yatırımları yapmayan denim firmalarının varlığına dikkat çeken Akbalık, "Bu durum sektörümüz için gelecekte çok problem oluşturacak. Firmaların inovasyona önem vermelerinin yanı sıra üretime de ağırlık veren bir tarz izlemeleri gerekiyor. Denim firmalarının sürdürülebilir bir rekabet ortamını oluşturabilmeleri içinde üretimlerini 5. ve 6. Bölge olarak tanımlanan bölgelere kaydırmaları şart. Biz Özak olarak inovasyona verdiğimiz önem kadar üretim altyapısına da oldukça önem veriyoruz. Firma olarak Urfa'da yaptığımız yatırımımız belli bir noktaya geldi. Ayrıca Malatya'ya da yaptığımız yatırım da belli bir noktaya taşınmış durumda. Firma olarak hem üretimi destekliyoruz hem de inovasyona yönelik çalışarak daha farklı müşterilere dokunmaya çalışıyoruz. Son üç yıldır Özak olarak bu konu ile ilgili çok ciddi ekipler oluşturduk. Denim yıkama süreci ön planda olan bir yapısı olduğu için inovasyon çok önem verilmesi gereken bir konu. Bundan 5 yıl önce bizim



URFİ AKBALIK

ÖZAK Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı

"5 yıl önce firmamızın Ür-Ge ve Ar-Ge departmanlarında çalışan sayısı 25 kişi iken bugün 100 kişilik bir kadromuz bulunuyor."

Ür-Ge ve Ar-Ge departmanlarımızda çalışan sayımız 25 kişi iken bugün 100 kişilik bir kadromuz bulunuyor. Özellikle bizim gibi Avrupa piyasasına hitap eden firmalar için inovasyona yönelik çalışmalar yapmak çok önemli" diyor.

Firma olarak dünyanın bir başka ucu sayılan Avustralya'ya bile denim ihracatı yapmanın gururunu yaşadıklarını belirten Urfi Akbalık, son dönemde ağırlıklı olarak Kuzey Avrupa pazarına yönelik faaliyetlerinin olduğuna değiniyor. ABD'den de kendileri ile tanışmak için gelen müşterilerinin olduğuna değinen Akbalık, ABD ve AB arasında süren STA görüşmelerinin sonuçlanmasının da Türk denimine oldukça olumlu katkılar yapacağına dikkat çekiyor.

KONFEKSİYON İÇERİSİNDEKİ DENİM İHRACATI PAYI (milyar \$)

YILLAR	KONFEKSİYON İHRACATI	DENİM GİYSİ İHRACATI	DENİM GİYSİLERİN PAYI (%)
2008	15.2	1.7	11.4
2009	12.9	1.4	10.9
2010	14.2	1.5	10.6
2011	15.7	1.6	9.9
2012	15.8	1.5	9.4
2013	17.2	1.6	9.4

DENİM KUMAŞ ÜRETİMİNDE ÖNEMLİ BİR AKTÖR KONUMUNDA BULUNAN KİPAŞ, GENİŞ BİR YELPAZEDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ÜRETİM İLE DİKKAT ÇEKİYOR. KİPAŞ HOLDİNG YÖNETİM KURULU ÜYESİ AHMET ÖKSÜZ, TÜRKİYE’NİN DENİMDEKİ KÖKLÜ YERİNİ AR-GE İLE SAĞLAMLAŞTIRMASI GEREKTİĞİNİ BELİRTİYOR.

“Fashion Denim”de akla gelen ilk isimlerden biriyiz

Kipaş Denim olarak ana hedeflerinin ihracat olduğundan modayı ve trendleri çok yakından takip ettiklerini belirten Kipaş Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Öksüz, firma olarak her yıl ihracat rakamlarının toplam üretimdeki payının arttığını söylüyor. Kipaş olarak rakip firmalardan ayrılmak adına katma değeri daha yüksek kumaşlara yöneldiklerini belirten Öksüz, “Türk denim sektörünün dünya üzerindeki en önemli aktör olduğunu söyleyebiliriz. Fashion denim denildiğinde dünyada akla gelen ilk ülke Türkiye’dir. Bu konumda olmamızı sağlayan faktörler; modayı ve trendleri yakından takip etmemiz, Ar-Ge’ye gerekli yatırımları yapmamız, hızlı servis verebilmemiz ve uzun yıllar sonucu elde edilen know-how bilgisine sahip olmamız” diyor.

Yeni teknolojiler ve yapılan Ar-Ge çalışmaları sonucunda denim kumaşlarının eskiden olduğu gibi sadece pantolon grubuna hitap etmediğini belirten Ahmet Öksüz, “Tuşe, görüntü ve gramaj olarak çok geniş yelpazede denim kumaşları mevcut. Doğal olarak tasarımcılar da bu farklı özelliklere sahip kumaşları tek başına veya kombine ederek pantolon dışında alt gruptan üst gruba çok farklı hazır giyim ürünlerinde kullanabiliyorlar” diyor. Türkiye’nin son yıllarda fast fashion üretim kavramına ve tasarıma odaklandığının altını çizen Ahmet Öksüz, Türkiye’nin bu üretim tarzında başarılı olmasının en önemli faktörlerinin çok hızlı servis, üretimde esneklik, ürün geliştirme ve ürün çeşitliliği olduğuna dikkat çekiyor. Ahmet Öksüz sözlerine şöyle devam ediyor:

“Kipaş olarak full entegre, Ür-Ge, Ar-Ge’ye önem veren ve çok geniş ürün çeşitliliğine sahip, sürekli kendini geliştiren ve yenileyen bir firma olduğumuzdan fast fashion taleplerini karşılayabilecek sürat, esneklik ve ürün çeşitliliğini sağlayabiliyoruz. Sektördeki firmaların hepsinin fast fashionın gerektirdiği nitelikleri sağlayacak gerekli düzenlemeleri kendi içerisinde oluşturması gerekiyor.”



AHMET ÖKSÜZ
Kipaş Holding
Yönetim Kurulu Üyesi

Denim’de Ar-Ge’ye yatırım artıyor

Önümüzdeki yıllarda Türk deniminin gelmesi gerektiği noktalara da değinen Ahmet Öksüz, Türkiye’nin premium denim denildiğinde akla gelen ilk ülke olması gerektiğini söylüyor. Bunun için de Ar-Ge ve Ür-Ge’ye daha fazla yatırım yapılması ve katma değeri yüksek ürünlere odaklanması gerektiğini belirten Öksüz, “Firmamızdaki Ar-Ge çalışmalarını bir çatı altında toplamak

adına TÜBİTAK destekli bir Ar-Ge merkezini çok yakın zamanda açtık. Sektörde yer alan farklı firmalarla, üniversitelerle ortak projeler yürütmekteyiz. Örneğin, kimyasal firmalarıyla yıkamada olsun, kumaş üretiminde olsun üretimin farklı basamaklarında ortak projeler yürütülmekte. Yurt içi ve yurt dışında konusunda uzman çeşitli danışmanlardan destek alarak da farklı projeler yürütüyoruz”

“Denimde en rekabetçi ülkeyiz”



TÜRK DENİM SEKTÖRÜNÜN DÜNYADA ÖNE ÇIKTIĞINI SÖYLEYEN ŞIK MAKAS YÖNETİM KURULU ÜYESİ İSMAİL KOLUNSAĞ, SEKTÖRÜN FİYAT, TERMİN VE KALİTE İLE REKABETÇİLİĞİNİ ORTAYA KOYDUĞUNU SÖYLÜYOR.

Tekstil ve hazır giyim sektöründe 75 senedir faaliyet gösteren Şık Makas, hem dünyaca ünlü markalar için hem de kendi markası Cross Jeans ile denim giysi üretiyor. Türkiye'nin en büyük denim firmalarından biri olarak 1939 yılından beri biriktirdikleri hazır giyim know-how bilgileri ile yaklaşık 30 senedir ihracat yaptıklarını belirten Şık Makas Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Kolunsağ, ürün tipi olarak denim kumaştan mamul her tip hazır giyim ürününü üretebildiklerini söylüyor. Denim denildiğinde son yıllara kadar sadece pantolon akla geldiğini belirten Kolunsağ, bu anlayışın yıkıldığını değinerek bu durumun sektörde üretim yapan bütün firmalar için çok

önemli bir gelişme olduğuna dikkat çekti. Kolunsağ sözlerine şöyle devam etti: “Modadaki eğilimin yanında denim kumaşlardaki çığır açan yenilikler, denim kumaşın bu şekilde kullanım alanı bulmasına olanak sağladı. Bunun getirdiği ekstra talep ise sektörümüzde olumlu bir hava yarattı. Ama bunun yanı sıra bu yeni tipteki ürünlerin üretimi ve gereken ekstra kapasite ve ekiplerin oluşturulması da elzem bir hal aldı. Üretim sürelerinin de her geçen gün kısaldığı bir ortamda kurduğunuz ekip vakit kaybı ve verimliliklerin artınması açısından çok büyük önem arz etmekte. Biz de Cross Jeans olarak buna dikkat ediyoruz.”

Dünyada denim giysi üreticileri arasında Türkiye'nin ilk sıralarda tereddütsüzce sayabileceğini belirten İsmail Kolunsağ, “Yaklaşık 20 yıldır dünya trendlerini yakından takip ederek hızlı bir şekilde üretim yapıp pazara sunan bir ülke olarak bu işte eskinin ana isimleri olan birçok ülkeyi geçmiş durumdayız. Fiyat ve termin rekabeti, işçilik kalitesi, çevre ve insan güvenliği gibi konulardaki seviyesi ile Türkiye dünya denim üretimi pazarının bana göre en rekabetçi ülkesi konumunda. Bu algı Yurt dışı pazarlarda da kendini göstermeye başladı. Bunlardan başka denim kumaşı üretiminde dünyanın en önemli ülkesi haline gelmiş olmamız da üretim yeri seçerken müşterileri Türkiye'de

bulunan konfeksiyoncularla çalışmaya itiyor. Şüphesiz bu da bizim pazarlama faaliyetlerimizde ekstra bir güç yaratmakta” diyor. “Sustainable fashion” dedikleri kavramın şu anda bütün dünyanın gözlerini diktiği ve büyük önem verdiği bir konu olduğuna da değinen İsmail Kolunsağ, “Çevreyi kirletmeden üretim yapabilen makine parkurları, üretim tesisleri, yani “yeşil fabrikalar” tüm dünyada aranan ve yatırım yapılan kanallar oldu. Bununla ilgili dönüşümü tamamlamak ama bunu yaparken de rekabette bizi güçlü kılan unsurları kaybetmemek en önemli öncelik olmalıdır. Ayrıca gelişmeye ve yenilikçiğe odaklı olmak gerekiyor. Cross Jeans olarak kuruluşumuzdan beri Ar-Ge yatırımlarını bir görev hassasiyeti içinde yapmaya özen gösteriyoruz. Bizi sektörde ön plana çıkaran yenilikçi ve cesur yapımızı da muhafaza edebilmek için bu yatırımlarımız süreklilik arz etmek durumunda. Önümüzdeki yıllarda da su tüketimi ve çevre koruma endeksleri üretim yapmanın hazır giyim ve moda kavramlarıyla buluşmasını üzerinde yoğunlaşarak yatırımlarımızı yönlendiriyoruz” diyor.



İSMAİL KOLUNSAĞ
Şık Makas Yönetim
Kurulu Üyesi

Dünyanın denimini yıkıyoruz

TÜRKİYE’NİN EN ÖNEMLİ DENİM YIKAMA FİRMALARINDAN BİRİ KONUMUNDA OLAN YILTEKS’İN YÖNETİM KURULU BAŞKANI AHMET FEYRUZ YILMAZ, TÜRKİYE’NİN DENİM YIKAMADA DÜNYADA KENDİNİ İSPATLAMASIYLA BİRLİKTE, DAHA GİDECEĞİ UZUN BİR YOLUN OLDUĞUNU SÖYLÜYOR.

Moda trendlerini takip ederek denim ürünleri üzerine kimyasal ve fiziksel işlemler yaptıklarını belirten Yilteks Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Feyruz Yılmaz, özellikle kendilerinden denimde eskimiş ve kullanılmış görünümün yaratılmasının istendiğine dikkat çekiyor. Her bir denim yıkama işleminin değişik ekipmanlar ve kimyasallar kullanılarak müşterilerin beklentilerini karşılayacak şekilde gerçekleştirildiğini söyleyen Yılmaz, denim ürünlerine yıpratma işlemleri, kimyasal ağartma, bıyık görüntüsü, kaplama işlemleri, püskürtme yöntemi ile bölgesel ağartmalar ve boyama işlemleri yaptıklarını söylüyor. Ahmet Feyruz Yılmaz, ayrıca parça boyadaki tecrübelerini yıkama ile birleştirerek sektördeki yeniliklere öncülük ettiklerine dikkat çekiyor.

Türkiye’nin denim yıkama konusunda oldukça iyi bir konumda bulunduğuna değinen Ahmet Feyruz Yılmaz, Türkiye’nin hazır giyim ve buna bağlı olarak denim yıkama işlerinde 40 yılı aşkın tecrübeye sahip olduğunu söylüyor. Dünya firmalarının Türkiye’deki denim yıkama firmalarına sahip oldukları deneyimden dolayı çok güvendiklerini belirten Yılmaz, “Özellikle fast fashion işlerinde hızlı reaksiyon vererek satışlarını hızlandırmaları sağlıyoruz. Bu durum bizi Uzak Doğu firmalarına göre öne çıkarıyor. Özellikle büyük markaların ekolojik standartlar açısından titiz yaklaşımlarını çok rahatlıkla karşılayabiliyoruz” diyor.

Denim yıkamada daha fazla Ar-Ge şart

Yilteks olarak denim sektöründe sahip oldukları tecrübeleri sayesinde, müşterilerinin isteklerine doğru reaksiyonlar vermeleri ve trendleri yakından takip etmelerinin kendilerini ön plana çıkardığını ifade eden Ahmet Feyruz Yılmaz, “Her tür konstrüksiyonlardaki kumaşlardan oluşan türleri (pamuk, viskon, naylon, polyester, licra ve karışımları) yıkayabiliyoruz ve boyayabiliyoruz. Bünyemizde bulunan fizik test laboratuvarımızda yıkama öncesi ve sonrası kumaşlarda oluşabilecek sorunlara karşı önlemler alıyoruz. Ar-Ge laboratuvarlarımızda yeni trend yıkama ve boyama sistemlerini müşterilerimize sunuyoruz. Moda trendlerini takip edip esinlenerek her tür fashion yıkama işlemlerini kimyasal firmalardan teknik destek alarak yapmaktayız. Tecrübeli mühendis ve teknisyenlerimiz uzun zaman



AHMET FEYRUZ YILMAZ
Yilteks Yönetim Kurulu Başkanı

harcayarak yeni yıkama ve boyama süreçleri geliştiriyorlar. Bu yıkama ve boyama çeşitlerinin kumaş ve ürünler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri kimyasal ve fiziksel laboratuvarlarımızda test ediliyor. Ar-Ge laboratuvarlarımızda yapılan tüm yenilikleri ekolojik standartları dikkate alarak, insan sağlığını ön planda tutacak şekilde planlıyoruz” diyor.

Türk denim sektörünün dünyada ilk 3’ün içerisinde bulunduğu dikkat çeken Ahmet Feyruz Yılmaz, Türkiye’nin denimde bu başarıyı deneyim, bilgi birikimi, insan kaynakları, makine ve bilişim teknolojileri yönünden kendini geliştirmiş olmasına bağlı olduğuna dikkat çekiyor. Ahmet Feyruz Yılmaz, sektörün özellikle 2000 yılından itibaren bu unsurların üzerine her yıl bir şeyler koyarak gelişimini daha da perçinlediğini söylüyor. Türkiye’de denim sektörünün daha da ileriye taşınması için firmaların Ar-Ge’ye önem vermeleri gerektiğini söyleyen Yılmaz, “Firmalarımız ayrıca yetişmiş insan gücünü artıracak faaliyetler yapmalı, yıkama teknolojilerini makine ve kimya bazında bu konuda öncü ülkeleri takip ederek geliştirmeli, modayı yakından takip ederek tasarım odaklanılmalı ve tasarım konusunda yetenekli insanların desteklenmesi gerekiyor” diyor.



Denimde rüzgâr Türkiye'den yana

TÜRKİYE'NİN DENİM KUMAŞ ÜRETİMİNDE DÜNYAYA YÖN VEREN BİR YAPIDA OLDUĞUNA DİKKAT ÇEKEN KİLİM DENİM SATIŞ PAZARLAMA MÜDÜRÜ MURAT AYDOĞDU, SEKTÖRÜN DENİM KONFEKSİYON ALANINDA DA AYNI BAŞARIYI HEDEFLEMESİ GEREKTİĞİNİ SÖYLÜYOR.

Kilim Denim firması ihracat faaliyetlerine diğer üretici firmalara kıyasla geç başlamasına rağmen son 4 yıl içerisinde çok hızlı adımlar atarak ciddi ihracat rakamlarını yakalamış bir durumda. Firmalarının müşterileri arasında Avrupa'nın en önde gelen markalarının da bulunduğunu belirten Kilim Denim Satış Pazarlama Müdürü Murat Aydoğdu, denim üretiminde daha çok katma değerli ürünlere yönelerek stretch, rigid, kaplamalı, sıvamalı, baskılı finişlere sahip kumaşlar kullandıklarını söylüyor. Ürettikleri ürünlerde organik pamuğun yanı sıra tencel karışımlar ve polyester karışımları kullandıklarını belirten Aydoğdu, "Günümüzde moda artık öyle bir ivmeye ulaştı ki, her türlü elyafı ya da kumaşı artık birçok ürün grubunda görmek mümkün hale geldi. Denim açısından da baktığımızda hem hazır giyimde hem de ev tekstilinde denim kumaş kullanımı ciddi bir artış göstermekte. Artık günümüzde denim kumaştan



MURAT AYDOĞDU
Kilim Denim Satış Pazarlama Müdürü

sadece pantolon değil, gömlekler, elbiseler, montlar, ayakkabılar, perdeler, koltuklar, stis eşyaları da yapılmakta olduğunu görüyoruz. Denim kumaşın fonksiyonel özelliklerinin geniş alanlara yayılması bu açıdan tüm sektörün faydasına" diyor.

Denimde üretim politikaları değişti

Dünyada fast fashion ürün talebinin artması ve modanın çok hızlı değişen bir olgu haline gelmesi ile üretim politikalarının çok hızlı değiştiğini gözlemledikleri belirten Murat Aydoğdu, "Bizim gibi denim kumaş üreten firmalar da bu kavrama ayak uydurma durumda kaldılar. Müşterilere fast fashion üretim sisteminin yanında tasarım desteğinin de verilmesi sektörün daha çok sipariş almasına ve büyümesine olanak sağladı. Özellikle yakın pazar olan Avrupa ülkelerine verilen bu servis sonucunda Türk denimine olan ilgi giderek artmakta. Mayıs ayında Barcelona'da düzenlenen Denim by PV fuarında katılımcı firmaların üçte bire yakını Türk firmalarıydı. Buradan da anlayacağımız gibi Türkiye denim konusunda dünyaya yön veren bir ülke konumunda. Kumaş bazındaki bu başarının

denim konfeksiyon alanında da gösterilmesi ve dünyaya daha çok Türk denim hazır giyim markasının varlığı hedeflenmeli. Know-how konusunda Türk firmalarının çok önde olması, tecrübeli ve eğitilmiş kadroların varlığı, Avrupa pazarına yakınlık ve ihracatçı firmalara teşvikler Türk denim sektörü için pozitif unsurlar olarak değerlendirilebilir" diyor.

Uzak Doğu ülkelerinde son dönemde artan denim yatırımlarının rekabet şartlarını özellikle maliyet unsurları açısından zorlayacağına değinen Murat Aydoğdu, "Ar-Ge odaklı, inovasyona, teknolojiye ve insan kaynaklarına yatırım stratejisi ile bu duruma karşı çok kolay bir şekilde mücadele edileceğini söylüyor. Denim sektörünün kendi içerisinde rekabet oluşturmaktan vazgeçmesi gerektiğini söyleyen Aydoğdu, sektörün ortak bir akıl yürütecek şekilde strateji geliştirilmesi ve sektörün organize bir yapı içerisinde devlet tarafından teşvik edilmesi gerektiğine vurgu yapıyor. Kilim Denim olarak her sene yaklaşık 10 fuara katıldıklarını belirten Aydoğdu, firma olarak son dönem trendlerini çok yakından takip ettiklerine dikkat çekiyor. Modanın istikamet yönünü tespit ederek, gerekli yeni ürünler için Ar-Ge çalışmalarını yaptıklarını belirten Aydoğdu, "Farklı özellikteki hammaddede, iplik ve finiş işlemlerini çeşitli varyasyonlarda üretime adapte ederek yeni ürünler ortaya çıkarıyoruz" diyor.



STOLL

ÜRÜNLER

WWW.ADF3.STOLL.COM

WWW.MAYERMUMESSILLIK.COM.TR

Üretkenlik ve verimlilik ile ilgili konular gündeme geldiğinde mükemmellik ayrıntılarda gizlidir. STOLL, yeni makinesiyle örme dünyasına çığır açacak bir boyut kazandırdı: Daha fazla esneklik. Farklı örgü tekniklerine imkân sağlayan yeni mekik teknolojisi sayesinde, sayısız renk ve desen kombinasyonu elde etmek artık mümkün. Bu özellik, yeni örgü teknolojinin çok sayıdaki dikkat çekici yönlerinden yalnızca bir tanesidir. STOLL CMS ADF-3 ile ilgili tüm gelişmeleri www.adf3.stoll.com adresinden takip edebilirsiniz.

ÖRME DÜNYASINI DEĞİŞTİREN TEKNOLOJİ

STOLL CMS ADF-3

Daha fazla bilgi almak için görüntüyü
telefonunuzdaki Junaio uygulaması ile tarayınız.



EXPOFIL® PREMIÈREVISION



Otel lobilerinden fuar alanlarına giden başarının adı:

PREMIÈRE VISION İSTANBUL...

TÜRKİYE'NİN YILLAR ÖNCE BAŞLAYAN PREMIÈRE VISION SERÜVENİ, OTEL LOBİLERİNDE DÜZENLENEN SERGİLERDEN FUAR ALANLARINA TAŞINAN BİR BAŞARI HİKAYESİ İLE SONA ERDİ. PREMIÈRE VISION FUARLARININ ULUSLARARASI YAYILIMINDA PARİS, NEW YORK, SAO PAULO VE ŞANGAY'DAN SONRA 5'İNCİ DURAĞI OLMAYA HAZIRLANAN İSTANBUL, 29 EKİM'DE, TEKSTİL SEKTÖRÜNE ÇİFTE BAYRAM YAŞATAÇAK.



İstanbul'un bir PV lokasyonu olarak seçilmesinin en önemli sebebi, hem coğrafi konumuna hem de moda dünyasındaki gerçek bir cazibe ve yaratıcılık merkezi olmasına bağlıyor.

Première Vision İstanbul, Otel lobilerinden fuar alanlarına giden bir yolcuğun başarı hikâyesi. Dünyanın dört bir köşesinden hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticilerini, moda tasarımcılarını ve alım gruplarını bir araya getiren ve tekstil sektörünün en prestijli fuarlarından Première Vision'a Türkiye'nin katılma mücadelesi 1990'lı yıllarda başladı. Türk şirketlerinin otel lobilerinde alternatif sergiler düzenleyip karakolluk olduğu o tarihlerden, Première Vision'ın Türkiye'de ofis açmasına ve sonunda da uluslararası yayılım ağına İstanbul'u eklemesine uzanan başarı hikâyesinde; ilk kez 1999 yılında Türk modacı Bahar Korçan ile PV'nin kapıları aralandı. O zamanlar Twitter olsaydı trend topic olacak bir başarıya imza atan Bahar Korçan, bilinen her şeyi alt üst etti. 2000-2001 kış koleksiyonu DuPont standında sergileyen Bahar Korçan, böylelikle ismini ve koleksiyonunu Première

29-31 EKİM TARİHLERİ ARASINDA CNR EXPO'DA DÜZENLENECEK OLAN FUARDA, YAKLAŞIK OLARAK 150 KATILIMCI VE 5 BİN ZİYARETÇİNİN AĞIRLANMASI HEDEFLENİRKEN, SÖZ KONUSU ZİYARETÇİLERİN YÜZDE 25'LİK BİR BÖLÜMÜNÜN YABANCILARDAN OLUŞMASI BEKLENİYOR.

Vision'a taşıyan ilk Türk dizaynını olma onuruna erişti. 2002 yılında dört firma ile fuara katılan Türkiye, 2003 yılında 12 Türk firması ile etkinlikte yerini aldı. 2011 yılına gelindiğinde 54 firmayla fuara katılan Türkiye, söz konusu dönemde "onur konuğu" ülke olarak ağırlandı. "İfade-i itibar" olarak yorumlanan bu durumun ardından, 2012 yılında Türkiye'den Première Vision New York'a 22, Barcelona'daki Denim by Première Vision'a da 30 firma katıldı. Bu durumun ardından PV Türkiye'de ofis açma kararı aldı. 2013-2014 sezonunda Paris'teki fuara 76 firma ile katılan Türkiye, İtalya ve Fransa'nın ardından en çok katılım sağlayan ülke oldu.

Première Vision fuarlarının uluslararası yayılımında Paris, New York, Sao Paulo ve Şangay'dan sonra 5'inci durağı olmaya hazırlanan İstanbul, Balkanlar, Asya ve Orta Doğu ülkelerine açılmada üs olarak kullanılacak. 29-31 Ekim tarihleri arasında CNR Expo'da düzenlenecek olan fuara, yaklaşık olarak yüzde 25 oranında yabancı ziyaretçinin, 150 katılımcının ve 5 bin ziyaretçinin gelmesi hedefleniyor. Kapıların sonuna kadar kapalı olduğu bir dönemden, şimdilerde o kapıların ardına kadar açılan bir sürecin hikâyesidir Premier Vision İstanbul. Türkiye'nin yıllar içerisinde gösterdiği bu başarısını İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Fuarlar Tanıtım Komitesi Başkanı Fatih Bilici, Première Vision CEO'su Philippe Pasquet ve Première Vision Türkiye temsilcisi Nihal Kaya ile konuştuk.

"İtibarımız iade edildi"

Première Vision Fuarı'nın uluslararası fuar ağına İstanbul'u eklemesini değerlendiren İTHİB Başkanı İsmail Gülle, yıllar önce Türkiye'nin

vermiş olduğu bu mücadeleden galibiyetle ayrıldığını belirtti. Première Vision fuarlarının her sene artan katılımcı sayısı ile sektörün esas oyuncusu olma yolunda ilerlediğini söyleyen İsmail Gülle, özellikle Première Vision Paris fuarının sınıfında en başarılı fuarlardan biri olduğuna dikkat çekti. Fuarın İstanbul'da da düzenlenmesine ilişkin üç yıl önce Première Vision yöneticileriyle görüşmeler yaptıklarını hatırlatan Gülle, "İstanbul'un başarılı bir tekstil fuarına ihtiyacı vardı. Birtakım fuarlarla denendi ama maalesef tekstil fuarı açılmı dolduramadı. Ümit ediyoruz ki bu fuar başarılı olacak. Aynı zamanda Messe Frankfurt da İstanbul'da bir fuar düzenleyecek. 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. Yıllar önce fuara katılmak için tekstilcilerin Paris'te karakolluk olduğunu hatırlatan Gülle, "Yıllar önce alınmadığımız fuara, şimdilerde en fazla katılım sağlayan ülkeler arasındayız ve bu fuar İstanbul'a geldi. İtibarımız iade edilmiştir böylece" dedi.

"İstanbul tekstilin devlerini ağırlayacak"

Yıllar önce Première Vision Paris fuarına Türk firmalarının alınmadığını hatırlatan İTHİB Fuarlar Tanıtım Komitesi Başkanı Fatih Bilici, otel odalarında fuarlar düzenlendiğini söyleyerek bunun için çok mücadele verildiğini kaydetti. O yıllardan sonra Türkiye'nin tekstildeki gelişiminin adımlarla değil, koşarak olduğunu ifade eden Fatih Bilici, tekstil sektöründe dünyada adından söz ettiren ülkeler arasında Türkiye'nin adını yazdığını söyledi. Première Vision grubunun Asya, Afrika ve



Tekstil sektörünün en prestijli fuarlarından Première Vision, her yıl dünyanın dört bir köşesinden hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticilerini, moda tasarımcılarını ve alım gruplarını bir araya getiriyor.

PREMIERE VISION İSTANBUL'UN; FRANSA, İNGİLTERE, İTALYA, BELÇİKA VE BUNUN GİBİ BİRÇOK ÜLKELERDEN GELEN PROFESYONEL İSİMLERİN İLGİ ODAĞI OLMASININ YANINDA İSTANBUL'U DA TEKSTİLİN CAZİBE MERKEZİ HALİNE GETİRMESİ BEKLENİYOR.



PHILIPPE PASQUET
Première Vision CEO'su

"Yaygın dağıtım ve mağaza zincirlerine sahip olan Türk hazır giyim ve tekstil markaları, gerek civar ülkelerde gerekse daha uzak coğrafyalarda emin adımlarla yürüyor."

Arap ülkelerine açılabilmesi için Türkiye'nin stratejik bir ülke olduğunu gördüklerini ifade eden Bilici, böylelikle grup tarafından Türk tekstilinin ne kadar önemli bir konumda yer aldığının farkına vardıklarını belirtti. Bilici, "Bildiğiniz gibi biz İstanbul'da tam anlamıyla bir kumaş fuarı düzenleyemedik. Bu gerçeği de göz ardı edemeyiz. Daha doğrusu yapıldı ama başarılı olunamadı. Sebabi ise fuara genel olarak yurt içindeki alıcıların ilgi göstermesi oldu. Fuarın yurt dışı açılımı sağlanamadı. Première Vision İstanbul, Fransa, İngiltere, İtalya, Belçika ve bunun gibi birçok ülkelerden katılımcı sağlayabilecek ve yurt dışından da büyük İtalyan, Fransız firmaları da katı-

lımcı olarak Türkiye'ye gelecek. Bu sayede Türkiye ve İstanbul için bir anlamda tekstilin öne çıkışı olacak diye düşünüyorum" diye konuştu.

"Türkiye'nin böyle bir fuara ihtiyacı var"

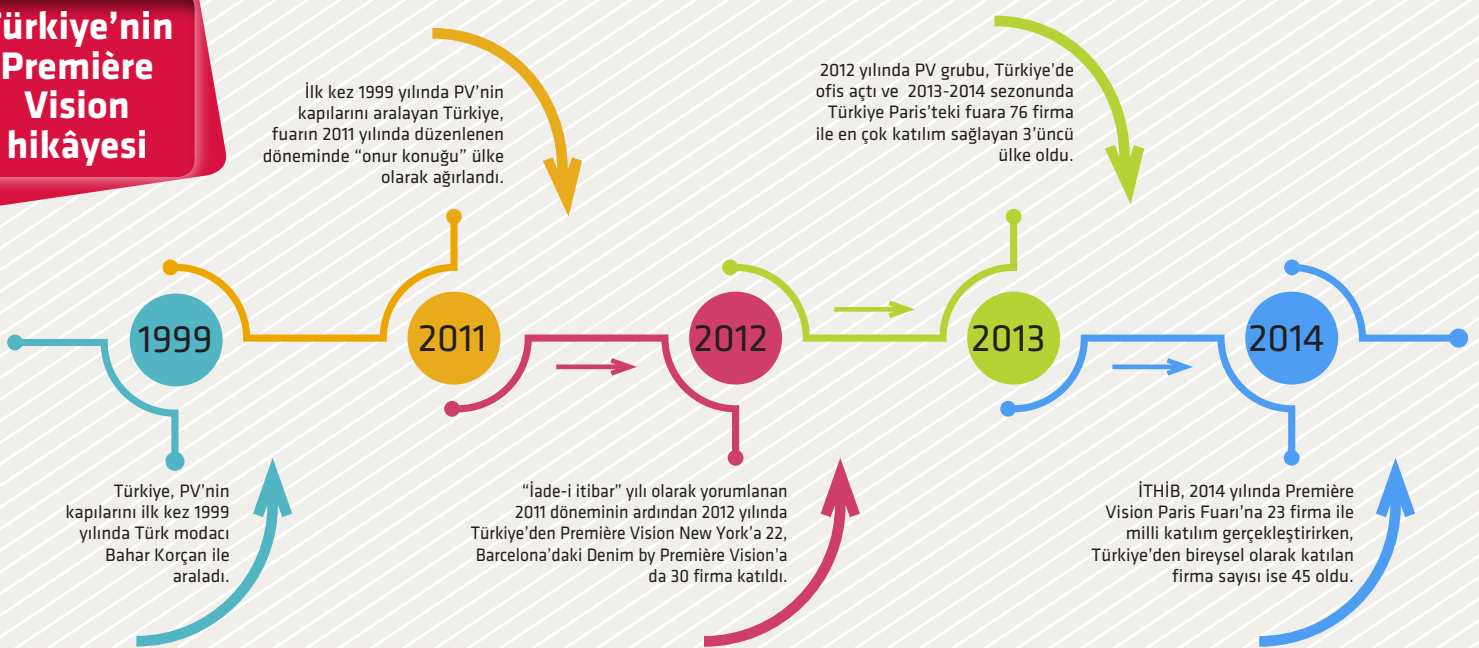
Première Vision İstanbul ile Rusya, Irak, İran ve Dubai gibi ülkelerden yeni alıcıların geleceğini ifade eden Fatih Bilici, yurt dışına gidilen fuarlarda hâlihazırdaki mevcut müşterilerine ulaştıklarını, bu fuarla da yeni pazarlara açılacaklarını, yeni müşteriler edinerek artı bir değer kazanacaklarını belirtti. Fuar kapsamında gerçekleşecek alım heyetleri ile ilgili de bilgi

veren Bilici, "Première Vision'ın bu konu ile ilgili bir geçmişi var. Bu işi organize edip yapabileceklerine inancımız var. Tabi biz elimizden gelen neyse Birlik olarak destek vereceğimizi bildirdik. PV'nin İstanbul'daki ilk fuarı olması sebebiyle biz de bu konuda çok heyecanlıyız" şeklinde konuştu.

"İstanbul cazibe ve yaratıcılık merkezi"

Türkiye'nin sektörde sadece bir hammadde ve ara mamul üreticisi kimliğini taşımadığını söyleyen Première Vision CEO'su Philippe Pasquet, tüketim anlamında da Türkiye pazarının hem nicelik hem nitelik hem de kalite anlamında gelişmekte olan bir pazar olduğunu belirtti. Bu anlamda Türkiye'de sofistike ürünler üretildiğine dikkat çeken Philippe Pasquet, "Türkiye'de çok önemli üreticiler var. Örneğin; İSKO gibi dünya denim piyasasında önemli bir yeri olanlar var. Gömleklik kumaşa Söktaş, yünlü kumaşa Yünsa, iplikte İskur gibi pek çok şirket var. Bu saydığım isimler dünyada önemli yerlerde olan firmalar. Türkiye'nin çok başarılı perakende zincirleri var ve doğru, dinamik bir profil çiziyorlar" diye konuştu. İstanbul'un, Première Vision Fuarları'nın uluslararası yayılımında 5'inci durağı olduğunu söyleyen Pasquet, İstanbul'un bir PV lokasyonu olarak seçilmesinin en önemli sebebinin hem Avrupa ve Asya arasındaki fiziksel konumuna hem de moda dünyasındaki gerçek bir cazibe ve yaratıcılık merkezi olmasına bağlıdır. Türkiye'nin iç tüke-

Türkiye'nin Première Vision hikâyesi



timi, ihracatı, çevre ülkelerden gelen ziyaretçi ve müşteri çekme potansiyelini de inceleyerek kararlarını verdiklerini söyleyen Pasquet, "İstanbul, tekstil sektörü için bölgenin ortak tedarik noktası. Bununla birlikte uzun yıllardır sektörü tatmin edecek bir fuar düzenlenmiyor. Première Vision İstanbul, bu boşluğu, beraberinde getireceği artı değerleri seçicilik, yaratıcılık ve çok ulusluluk ile dolduracak. Pasquet, hâlihazırda bir cazibe ve tekstil merkezi olan İstanbul'un, bu özellikleri daha da ön plana çıkacak" ifadelerini kullandı. Pasquet, fuara katılım sağlayan firma listesinde Türk firmalarının sayı anlamında başı çekmekle birlikte, fuarın uluslararası kimliği gereği İtalyan, Fransız, Portekiz, Alman, İspanyol, Avusturya, Hindistan firmalarının da fuarda yer alacağını belirtti.

"Global marka çıkarmak uzun bir süreç gerektirir"

Türkiye tekstil endüstrisini ve Türkiye'nin dünya tekstil pazarındaki konumunu değerlendiren Pasquet, "Türkiye tekstil üretimi ve talebi açısından yükselen Balkanlar, İran, Irak, Rusya gibi bölgelere yakın bir lokasyonda yer alıyor. 2017'ye kadar toplam yüzde 16'lık büyüme öngörülen Türkiye ekonomisinin sanayi üretiminde ve ihracatta yüzde 17'lik payıyla tekstil ve hazır giyimdeki gücü etkileyici. Özellikle yaygın dağıtım ve mağaza zincirlerine de sahip olan Türk hazır giyim markaları gerek civar ülkelerde gerekse daha uzak coğrafyalarda emin adımlarla büyüyor. Türkiye'de gelecek vaat eden çok sayıda firma da var. Fakat global markalar çıkarabilmek için hâlâ kat etmesi gereken bir yol var. Zira global marka çıkarmak uzun bir süreç. Her şeyden evvel çok yatırım, orijinal tasarımlar ve moda kültürü gerektiriyor. Prada'nın 100, Zara'nın 40 yıllık bir geçmişi var. Paris'te de tasarım var fakat en iyileri Londra'dan çıkıyor. Çünkü en iyi tasarım okulları orada. Bu noktada tasarımın bu sektörde şart olduğunu söylemekte fayda var" şeklinde konuştu.

"Türkiye'nin büyüme öngörülerini etkileyici"

Türkiye'nin zaman içerisinde tekstil ve konfeksiyonda ciddi bir kalite ve üretim atağı yapacağına dikkat çeken Première Vision Türkiye temsilcisi Nihal Kaya, şu anda fuarlarda ürün sunan ülkeler arasında 3'üncü sırada yer aldığını belirtti. Türkiye'nin büyüme öngörülerinin etkileyici olduğunu ifade eden Nihal Kaya, "Türkiye, hazır giyimde dikey entegre tesisleriyle, yerli markalarıyla ve sektörde uzmanlaşmış olmasıyla ön plana çıkıyor. Yaygın dağıtım

"Yıllar önce alınmadığımız Première Vision'de, şimdilerde en fazla katılım sağlayan ülkelerden biri olarak yer alıyoruz. Bundan daha da önemlisi bu fuarı İstanbul'a getirdik. İşte bizim için en büyük başarı bu."



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

ve mağaza zincirlerine sahip. Hazır giyim markaları gerek civar ülkelerde, gerekse daha uzak coğrafyalarda büyüyor. Türkiye'den global markalar da çıkabilir. Fakat bir marka geliştirmek uzun zaman alan bir süreç. Hatta üretim yapmaktan daha zaman alan ve aynı zamanda yatırım gerektiren bir süreç. Bu makine almak, teknik yatırım yapmak gibi bir yatırım değil. Bunun için tasarım gerekiyor. Dünyadaki köklü zincir uluslararası markaları baktığımızda onlarca yıllık geçmişi olduğunu görüyoruz" diye konuştu.

Hedef yüzde 25 yabancı ziyaretçi

Nihal Kaya, Paris'te düzenlenen fuarda ziyaretçilerin yüzde 75'inin Fransa dışından geldiğini ve yaklaşık 100'den fazla ülkeden ziyaretçi ağırlandığını belirterek, PV İstanbul'daki amaçlarının da uluslararası kimliği korumak olduğunu söyledi. Genelde Türkiye'de yapılan tekstil fuarlarında uluslararası ziyaretçi oranının düşük olduğuna dikkat çeken Kaya, "PV İstanbul'da hedefimiz ilk fuar için konuşmak gerekirse yaklaşık yüzde 25 oranında yabancı ziyaretçi. Bunlar ağırlıklı olarak Bulgaristan, Romanya, Rusya, İran ve diğer Orta Doğu ülkeleri gibi çevre ülkelerden ziyaretçiler" dedi.

"PV'de reddedilen firma sayısı katılımcı sayısından fazla"

Première Vision İstanbul'a katılacak firma sayısına da değinen Nihal Kaya, Première Vision fuarlarına kabul edilen firmalardan çok daha fazla sayıda firmaların reddedildiğini belirterek, "Toplam yedi ülkede düzenlenen PV etkinliklerinde 6 bin 400 seçilmiş katılımcıya ev sahipliği yapıyor. Première Vision'un DNA'sı

diye tabir edebileceğimiz aslında üç tane artı değer var. Bunlardan ilki seçicilik, bir diğeri sunduğu hizmetleri ve uluslararası perspektif. Seçicilikten kastımız diğer pek çok fuar firması gibi bize her başvuran firmayı kolaylıkla almıyoruz. Bunun için bir seçim komitesinden geçmeleri gerekiyor. Bu fuara katılmak isteyen firmanın ürün kalitesi ve özellikle ürüne kattığı yaratıcılık en başta gelen ticari kriter. Dolayısıyla katılımcı sayısı odaklı ilerlemiyoruz. Fakat PV İstanbul'da katılımcı hedefimiz 150, tahmin edilen ziyaretçi sayısı ise 5 bin olarak belirledik" şeklinde konuştu.



FATİH BİLİCİ
İTHİB Fuarlar Tanıtım Komitesi Başkanı

"PV İstanbul'a elimizden gelen tüm desteği vererek iyi ve başarılı bir fuar olmasını arzu ediyoruz. Çünkü Türkiye'nin böyle bir fuara ihtiyacı var."



İHİB, “EL HALISI” İÇİN ANKARA’DA ÇÖZÜM ARIYOR

EL HALISI SEKTÖRÜNÜN İHRACAT, İMALAT VE GÜMRÜKTE YAŞADIĞI SORUNLARI YETKİLİ MERCİLERE AKTARMAK İÇİN İHİB BAŞKANI UĞUR UYSAL BAŞKANLIĞINDA BİR HEYET ANKARA’DA ÇEŞİTLİ TEMASLARDA BULUNDU. SEKTÖRÜN İTHALATTA YAŞADIĞI SORUNLARI DETAYLI OLARAK MASAYA YATIRAN HEYET, ANKARA’DAN UMUTLU DÖNDÜ.

İHİB’in yeni yönetim kurulu göreve başladıktan sonra ilk sektör toplantısını el halı ihracatçıları ile yapmış, bu toplantı sonucunda el halı sektörünün yaşadığı sorunları görüşmüş ve sektörden çözüm önerilerini almıştı. Yapılan bu toplantının ardından sektörden aldıkları önerileri yetkili mercilere ulaştırmak üzere İHİB Başkanı Uğur Uysal, İHİB Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Hayri Diler, İHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İstanbul Ticaret Odası Halı Komitesi Başkanı Fevzi Işıklı, İstanbul Halıcular Derneği Başkanı Hasan Saz ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Selçuk Gökart’tan oluşan heyet 18 Temmuz Cuma günü tarihinde Ankara’da Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız’ı ve İthalat Genel

Müdürü Kadir Bal’ı ziyaret ettiler. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız, İHİB Başkanı Uğur Uysal’a ve yeni İHİB yönetimine başarılar dileyerek, halı ihracatçılarının gümrüklerde yaşadıkları sorunları ve görüş önerilerini bu tarz ziyaretler ile aktarmalarından memnun olduklarını dile getirdi. Sıcak bir ortamda gerçekleşen ziyaretlerde halı ihracatçıları yetkililere küçük bir el halısını da hediye etti. Halı sektörünün son yıllarda özellikle makine halısı üretiminde çok önemli gelişmeler kaydettiğini belirten Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız, Türkiye’nin el halısı üretiminde de çok köklü bir geleneğe sahip olduğunu kaydetti. Son dönemlerde el halısı üretiminde yaşanan sıkıntıları kendilerinin de takip

UĞUR UYSAL: “HIZLA ZENGİNLEŞEN TÜRKİYE’DE HALI DOKUYUCULUĞUNUN ARTIK İLGI GÖRMEDİĞİNDEN DOLAYI BİRİNCİ ÖNCELİĞİN YERLİ ÜRETİMİN ARTIRILMASI İÇİN DEVLETİN EL HALISINA ÖZEL TEŞVİKLER VERMESİ ŞART.”

ettiğine değinen Altunyaldız, “Bu anlamda Türkiye’nin geleneksel değerlerinden biri olan el halıcılığının sorunlarının çözümü aramayı çok önemli görüyoruz” dedi.

Sorunlar üç ana başlıkta ele alındı

Yapılan ziyaretlerde el halısı sektörünün Türkiye için önemine ve ihracatta sağladığı yüksek katma değere ayrıntılı değinen İHİB Başkanı Uğur Uysal, yaptıkları ziyaretlerde sektörün sorunlarını üç ana başlıkta ele aldı; hızla zenginleşen Türkiye’de halı dokuyuculuğunun artık ilgi görmediğinden dolayı birinci önceliğin yerli üretimin artırılması için devletin el halısına özel yoğun teşvikler vermesinin şart olduğuna, sektör ve devletin el ele halı dokuyucusu ve halı tamiratçısı yetiştirmesinin zorunlu olduğuna değinen Uysal, bunun için İHİB olarak her türlü desteği vermeye hazır olduklarını söyledi. İHİB Başkanı Uysal, el halısı üretiminde Pakistan, Çin gibi geri kalmış ülkelere göre 10 kata kadar daha fazla ücretle çalışan Türkiye’deki halı dokuyucularının gelirlerinden memnun olmadığını, yüksek olan yerli işçilik maliyetleri ile de yerli üreticinin uluslararası piyasalarda rekabet şansı olmadığına dikkat çekti.

Yerli imalattaki sorunlardan kaynaklı olarak yüzde 80 ithalata dayalı ihracat yapmak zorunda olan el halısı sektörünün, Isparta Gümrüğü’nün halı ithalatında ihtisas gümrüğü olarak yetkilendirilmesinin sektör için hem zaman hem de maliyette sorunlara yol açtığına değinen Uysal, ithalatı zorlaştırıp yerli imalatı artırmak için dokuz yıl önce başlanan bu uygulamanın yerli imalatı ar-

tırmaya yaramadığına, Isparta Gümrüğü yerine eski ve yeni tüm el halı ithalatının Türkiye’nin tüm gümrüklerinden serbestçe yapılmasının sağlanmasının gerekliliğine değindi.

Yurt dışından tamir edilmek amacıyla DİB kapsamında ithal edilen eski halılarda ise devletin verdiği tamir sürelerinin yeterli olmadığına ve bu sürelerin uzatılması gerektiğine değinen Uysal, bu uygulamaların da tamamen kaldırılarak yüksek katma değer potansiyeli olan eski halı ihracatının artırılması için ihraç amaçlı yapılacak eski el halısı ithalatın sade ve basit bir ithalat işlemine dönüştürülmesinin gerektiğine vurgu yaptı. Yurt dışından getirilen kullanılmış eski halıların tamir ve bakım hizmetlerinin artırmanın, halı sektörünü ülke ihracatının en yüksek katma değer sağlayan sektörü haline dönüştüreceğine vurgu yapan Uysal, Türkiye’nin “Türk Halısı” markasıyla ve organizatör ülke rolüyle dünya halıcılığını yönlendirme potansiyeline sahip olduğunu söyledi. Kullanılmış eski halı ithalatının, tek bir ekspertiz kanalıyla serbest bırakılması halinde ise, İstanbul Ticaret Odası bünyesinde hizmet veren 40 civarındaki eksperden yararlanılabileceği gibi İHİB tarafından da ekspertiz hizmeti verilebileceğine değindi.

Türkiye, halı sektöründe önemli bir noktada

Halı sektörü hakkında bilgiler de aktaran Uğur Uysal, 2013 yılı itibarıyla Türkiye’nin 2,2 milyar dolar değerinde halı ihracatı bulunduğunu belirtti. Uysal sözlerine şöyle de-



UĞUR UYSAL
İHİB Yönetim Kurulu Başkanı

“Türkiye, ‘Türk Halısı’ markasıyla ve organizatör ülke rolüyle dünya halıcılığını yönlendirme potansiyeline sahip bir ülke.”

750 milyon dolarlık ihracat hedefinin belirlenmesinde en büyük etken, Türkiye’nin geçmişinden kaynaklanan nedenlerle halıcılık bilgisine bağlı olarak, organizatör ülke rolüyle dünya halıcılığını yönlendirebilme potansiyeli olduğu varsayımdır. Böylelikle halıcılık faaliyetlerinde yönlendirici, organizatör ülke olarak ticarî katma değer



Halıcıların Ankara ziyaretinde ilk durakları Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız oldu. İHİB’in yeni yönetimine başarılar dileyen Ziya Altunyaldız, el halıcılarının yaşadıkları sıkıntıları yakından takip ettiklerini söyledi.

İBRAHİM GEYİKOĞLU: “GEÇMİŞTE EL HALISI İÇİN İHTİSAS GÜMRÜĞÜ ISPARTA OLARAK BELİRLENMİŞTİ, ARTIK ŞARTLAR DEĞİŞTİ VE GÜMRÜĞÜN ORADA OLMASI TAMAMEN GEREKSİZ. BU DURUM SADECE FİRMALARIN NAKLİYE MASRAFLARINI ARTIRIYOR.”



Halicilerin Ankara ziyaretinde ikinci adresleri İthalat Genel Müdürü Kadir Bal oldu.

yaratılabilecek ve bu da halı ihracatımızda geometrik artış sağlayacaktır” dedi.

El halısı ihracatı için ithalat şart

Türkiye'nin el halıcılığında geçmişinden kaynaklanan birikimi, bu alanda yetişmiş ve uzmanlaşmış insan gücü dünyada el halılarının tedariki ve yeniden ticarete yönlendirilmesinde büyük önem taşıyor. Bu misyondan hareketle Türk el dokuma halı sektörünün dünyada katma değeri yüksek, ancak ticari yönden atıl durumdaki halıları tedarik ederek dünya ticaretine entegre etmekte ve bundan ticari katma değer yaratarak Türkiye'nin ihracatına da katkıda bulunduğu dikkat çeken Uğur Uysal, “2013 yılı itibarıyla Türkiye'nin 184,6 milyon dolar değerinde halı ithalatı var ve bunun 104,7 milyon doları el dokuma halılardır. Ancak sektörde yer alan ihracatçı firmalar düzeyinde yapılan değerlendirilmede ithalatı yapılan el dokuma

halılarının asgari yüzde 80'inin turistik satışlar ve diğer yolla dışsatıma yönlendiği tahmin ediliyor. Dolayısıyla ithal edilen her bir dolarlık halı ihracata yönelmekte olup ülkemizin el halısı ihracatının artışı önemli potansiyel yaratıyor. Diğer taraftan Türk halı sektörü, dış ticaret fazlası veren önemli sektörlerden birisi olup el halısı sektöründe dış ticaret fazlası 30 milyon dolardır” dedi.

Eski halı ithalatının önü açılmalı

Eski halı ithalatı konusunda çok fazla bilgi kirliliği olduğuna değinen İHİB Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, bu durumun kendileri için çok büyük handikap olduğuna dikkat çekti. Geyikoğlu, yurt dışından getirdikleri herhangi bir halıyı istedikleri zaman yurt dışına çıkarabilmeleri gerektiğini söyleyerek, “Eski halıları sadece tamir amaçlı olarak değil de getirip tekrardan yurt dışına serbest bir şekilde ihraç edebilmeliyiz. Eski halı ithal etmenin

önündeki engeller maalesef Türkiye el halı sektörünün dünyada haksız reka

betle karşı karşıya kalmasına yol açıyor. Biz eski Türk halılarını yurt dışına serbest bir şekilde satabilirken, bu ürünlerin ithalatını doğrudan yapamıyor olmakta esasında çok mantıksız

geliyor bize. Bu konuda Türkiye'de ciddi bir kavram kargaşası yaşandığını düşünüyorum. Kısacası bizim eski halı ithalatını yeni halı ithalatı yapar gibi kolayca gerçekleştiriyor olmamız el halısı ihracatına da çok olumlu yansıtacak. Hatta esasında eski halı ihracatının devlet tarafından teşvik edilmesi bile gerekiyor. Eğer biz dünyada el halısı konusunda söz sahibi olacaksak bu ürünleri serbest alıp satalım. Eğer el halısı konusunda bu engelleri aşarsak üç yıl içinde bu ürünlerde ihracatımızı beş katına çıkarabileceğimizi söyleyebilirim” dedi.

İsparta İhtisas Gümrüğü kaldırılmalı!

El halısı ithalatı için yetkili gümrüğün İsparta İhtisas Gümrüğü olmasının sektöre verdiği zarara da dikkat çeken Geyikoğlu, “Geçmişte el halısı için ihtisas gümrüğü İsparta olarak belirlenmişti, artık şartlar değişti ve gümrüğün orada olması tamamen gereksiz. Bu durum sadece firmaların nakliye masraflarını artırıyor. Bana göre el halısı ihtisas gümrüğünün İzmir, İstanbul ve Mersin gibi liman kentlerinde olması daha doğru bir karar olur. Türkiye transit bir ülke olduğu için ithal edilen el halılarının yüzde 80'i tekrar ihracata konu oluyor. Bunun için ithalat yapılmasının bu kadar zorlaştırılmasını anlayamıyoruz. Türkiye, halı sektöründe uluslararası bir aktör olmaya çalışırken bu tarz prosedürler ile sektörün boğuşması çok anlamsız” dedi. Türkiye'nin el halısı konusunda önemli bir ülke olduğu için turizmde de el halısının ön planda olduğunu belirten Geyikoğlu, “Dünyanın hiçbir yerinde turizm alanında bu tarz halı satılan bir ülke daha yok. Ayrıca Türk halılarının dünyanın büyük müzelerini süslediğini görüyoruz. Türkiye'nin önemli bir değeri olan el halıcılığının yaşaması için herkese görev düşüyor. Bu konuda teşviklerle birlikte yeni projelerin de acil olarak devreye sokulması gerektiğini tekrarlıyorum. Üç sene öncesine kadar Türkiye'de binlerce halı dokuyucusu varken, şimdi bu insanların çoğunun işsiz olduğunu görüyoruz. Çünkü ortaya çıkan maliyetler yüzünden özel sektörün halı dokutarak ihraç yapması çok rantabl bir durum değil” dedi.



LifeSTYLE in Istanbul EXPO

HONG KONG • GUANGDONG

12-14 Eylül 2014

Tasarım Dünyasına Açılan Kapı: HONG KONG

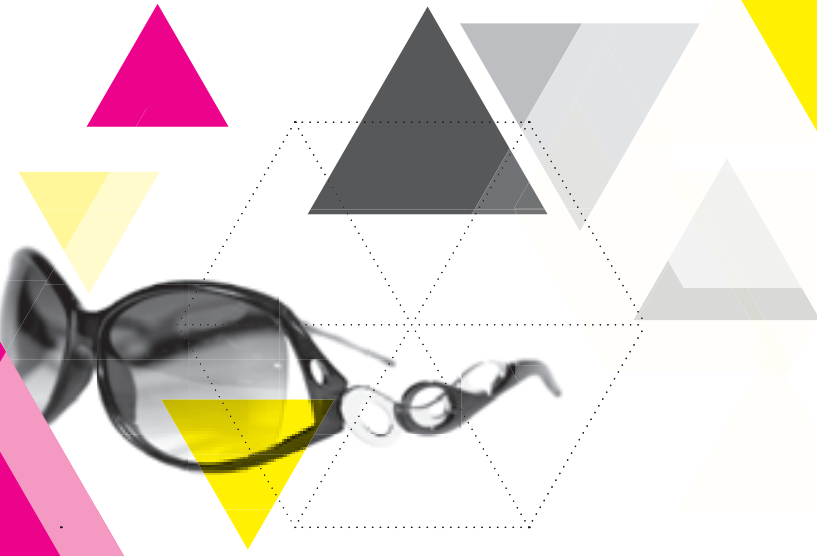
LifeStyle Expo in Istanbul'un size sundukları:

Asya'nın moda ve tasarım merkezi Hong Kong ile dünyanın üretim merkezi Guangdong eyaletinden gelen 200 den fazla katılımcı

Kaliteli ürünler dünyası

- Tüketici Elektronikleri
- Hediyelik Eşya
- Ev Eşyaları ve Elektrikli Aletler
- Moda ve Moda Aksesuarları
- Kol ve Duvar Saatleri

Hong Kong ve Guangdong firmaları ile Networking fırsatı



Organizasyon:



中国广东省商务厅
Department of Commerce of
Guangdong Province

İletişim:

Web Sitesi : www.lifestyleexpoinfo.com/istanbul
Tel : 90 (212) 263 1397
E-posta : info-lei2014@hktdc.org

Yerel Organizasyon:

GLQBUS FUAR VE KONGRE
YÖNETİMİ

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN
GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE
BORSALAR BİRLİĞİ) İZİNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR



Hemen
Başvurun

Ön Kayıt yaptırın ve hediye
seyahat çantasına sahip olun!
www.lifestyleexpoinfo.com/istanbul



ÜCRETSİZ KAYIT: *Sadece firmalar içindir**
12-13 Eylül 2014 (Cuma-Pazar) (10:00-19:00)
14 Eylül 2014 (Pazar) (10:00-17:00)

Yer
İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve
Sergi Sarayı Rumeli Binası

Fuarı ziyaret ederek Hong Kong'a
ücretsiz seyahat ve konaklama şansı
yakalayın.*

* Ödüller organizatör firmanın belirttiği kural ve
yönetmeliğe tabidir.
Ayrıntılı bilgi için lütfen fuar web sitesini ziyaret ediniz.



YENİ AF VERGİ ADALETİNE TEHDİT Mİ?

TBMM'İN TATİLE GİRMESİYLE BİRLİKTE TORBA YASA KAPSAMINDA YÜRÜRLÜĞE GİRMESİ BEKLENEN VERGİ AFFI DA ERTELENDİ, ANCAK BU KONUDA YAŞANAN TARTIŞMALAR DEVAM EDİYOR. VERGİSİNİ ZAMANINDA ÖDEYENLER YENİ VERGİ AFFIYLA HAKKSIZLIĞA UĞRADIKLARINI DÜŞÜNÜRKEN, KENDİLERİ İÇİN DE YENİ DÜZENLEME BEKLİYORLAR.

Yaklaşık 20 milyon kişiyi ilgilendiren “Torba Yasa” tasarısı ile Cumhuriyet tarihinin en kapsamlı af düzenlemesi olarak nitelendirilen vergi affı, TBMM’nin 10 Ağustos Cumhurbaşkanlığı seçimleri sonrası tatile girmesiyle birlikte ertelenmiş oldu. Düzenleme uyarınca bu kapsamda vadesi geçmiş ya da ödeme süresi henüz geçmemiş alacakların ödenmemiş kısmının tamamı ile bunlara bağlı faiz, ceza faizi, gecikme faizi, gecikme zammı gibi amme alacakları yeniden yapılandırılacak. Bu çerçevede düzenlemenin yürürlüğe girdiği tarihteki TEFE/ÜFE aylık değişim oranları esas alınarak hesaplanacak tutar üzerinden, ikişer aylık dönemler halinde en çok 18 eşit taksitte ödemelerini tamamlayanların, faiz, cezai faiz, gecikme faizi, gecikme zammı silinecek. Yeni düzenleme ile bu gibi değişiklikler getirilirken, diğer taraftan vergi affına yönelik birçok kesimde rahatsızlığını ortaya koymaya devam ediyor. Bu kesimler uygulamaya girecek vergi affının sektörler ve firmalar arasında haksız rekabet yaratmanın yanı sıra, vergisini zamanında ödemeyenlerde “nasıl olsa bir gün af çıkacak” beklentisi yaratarak bu konuda bir alışkanlığın ve zafiyetin doğmasına neden olacağına dikkat çekiliyor. Sanayicilerden vergi affının bu şekilde çıkması durumunda ise yıllardan beri vergi sorumluluğunu disiplinli bir şekilde uygulayan vergi mükelleflerine de takdir veya ödüllendirme sistemi gibi uygulamaların uygulanması talep ediliyor.

Vergi affı bir “gelenek” olmamalı

Yeni uygulanacak vergi affına dair görüşlerine başvurduğumuz Ekonomi Yazarı Ali Ağaoğlu, yeni bir affın daha gelmesinin bir “fark değil” ancak bir “gelenek” oluşturulması açısından olumsuz bir durum olduğuna dikkat çekerek, “Vergilerini düzenli ödemeyenlerin de bunu bir ‘gelenek’ haline getirmelerine neden olması açısından önceki uygulamaların üzerine bu da tuzbiber oldu” diyor. Affın içeriğine de değinen Ağaoğlu, “Görebildiğim kadarıyla anaparalar yeniden yapılandırılıyor, sadece gecikme faizlerden vazgeçiliyor. Uygulamada alt tutarın konulması, tahsilat maliyetleri de göz önüne alındığında makul bir karar” diyor. Ayrıca bu affa ile birlikte vergisini zamanında ödeyenlerin rahatsızlıklarına da değinen Ağaoğlu, “Adeta vergisini zamanında ödemeyenlerin “ödüllendirildiği” bu uygulamalar; vergi ve kamuya olan yükümlülüklerini

düzenli yerine getirenlerin kendilerini ‘enayi’ hissetmelerinin önüne geçecek bir ödül mekanizması gündeme gelebilir. Her türlü yükümlülüğünü 5 yıl boyunca tam ve eksiksiz yerine getirmiş, ceza almamış kurumlar için kamuya yükümlülüklerinde (vergi, SGK v.b.) yüzde 5’lik bir indirim sağlanabilir. Bu süre 10 yıl ve daha uzun süreli olan kurumlar için yüzde 10 olabilir. Ya da yıllara göre kademelendirilerek yüzde 10 üst sınırı konulabilir. Bu firmalara ve kişilere KOSGEB hibelerinde ve Eximbank kredilerinin kullanımında öncelik verilebilir, faizleri daha düşük tutulabilir. ‘Vergi yükümlülerinin’ listesi açıklandığı gibi, vergi/yükümlülüklerini tam yerine getirenlerin ‘Onur Listesi’ açıklanabilir. İlgili sivil toplum kuruluşları ve meslek örgütleri de bu kurumları ayrıca onurlandırabilir, maddi/manevi ödüllendirebilir” diyor.

Geçmişte yapılan vergi affları incelenmeli

“Tekstil ve hazır giyim ihracatı yapan firmaların vergilerini zamanında ödeyen bir kesim olduğu göz önüne alındığında, tekstil ve hazır giyim firmaları bu yeni düzenleme hakkında sizce ne tür bir tutum almalı?” sorumuza ise Ali Ağaoğlu şöyle bir yanıt verdi: “Yukarıdaki öneriler tekstil ve hazır giyim firmaları için de geçerli olmasının yanı sıra özellikle bu firmalara vize-pasaport işlemlerinde kolaylık sağlayacak mekanizmalar kurulabilir. İTKİB veya diğer meslek örgütleri kendisi yapabildiği gibi, yapılması için üniversiteleri destekleyerek daha önceki vergi afflarının performansı konusunda



ALİ AĞAOĞLU
Ekonomi
Yazarı

“Her türlü yükümlülüğünü eksiksiz yerine getirmiş, ceza almamış kurumlar için kamuya yükümlülüklerinde indirim sağlanmalı.”



İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ CEVDET KARAHASANOĞLU: “TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACATI YAPAN FİRMALARA HAKSIZLIK YAPILDIĞINI DÜŞÜNÜYORUM, SEKTÖRÜMÜZDEKİ TÜM İHRACATÇILAR VERGİLERİNİ ZAMANINDA ÖDERKEN GÜNDEME GELEN VERGİ AFFI, HEM ÜLKE İÇİ HEM DE ULUSLARARASI REKABET EDEN HAZIR GİYİM VE TEKSTİL İHRACATÇILARINI HAKSIZ REKABETE MARUZ BIRAKIYOR”



MEHMET ŞİMŞEK
Maliye Bakanı

“Vergisini zamanında yatırımlarla ilgili olarak önemli bir çalışmanın eşliğindeyiz. Bu tür mükelleflerin ödüllendirilmesi talebini haklı buluyoruz.”

bir inceleme yapılabilir. Bu incelemenin sonuçları halka açıklanmalı. Bu araştırmada yeniden yapılandırmaya girenlerin ne kadarı bu sözlerini tutmuşlar? Devlet ne kadarlık alacağından vazgeçerek, ne kadarlık alacağını tahsil etmiş? Yeniden yapılandırmaya girenlerin ne kadarı bir sonraki ‘afta yeniden yapılandırmaya’ girmiş? Bu zinciri en fazla çalıştıran ‘uyanık’ kim veya kimlerdir?”

“Özellikle ihracatçılara haksızlık yapılıyor”

Hazır giyim firması İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cevdet Karahasanoğlu da son vergi affı tartışmalarına ilişkin olarak şunları dile getirdi: “Öncelikle ekonomik koşulların ve güçlüklerin gerektirdiği durumlarda, ekonomi içindeki tüm aktörleri, yani esnaf, zanaatkar, kobileri rahatlatacak vergi aflarının yapılmasına karşı değilim. Hükümet tarafından tüm parametrelerin değerlendirilerek söz konusu afların yapıldığını düşünüyorum. Ancak afların yapıldığı şeklinin yanlış olduğunu düşünüyorum, her 3-5 yılda bir düzenli yapılan af tüm

mükelleflerde beklenti oluşturup vergilerin zamanında ödenmesi konusunda adeta caydırıcılık görevi görmektedir. Öte yandan özellikle tekstil ve hazır giyim ihracatı yapan firmalara haksızlık yapıldığını düşünüyorum, KDV nedeniyle sürekli denetlenen ihracatçılar herhangi bir vergisini geciktirse dahi KDV alacağından kesinti yapılacaktır ve sektörümüzdeki tüm ihracatçılar zamanında ve tam ödemektedirler, buda hem ülke içi hem de uluslararası rekabet eden hazır giyim ve tekstil ihracatçılarını haksız rekabete maruz bırakmaktadır.”

Vergisini zamanında verenler ödüllendirilmeli

Uygulanacak vergi affı ile birlikte vergisini zamanında ve tam ödeyenlere haksızlık yapılacağına çok açık olduğuna vurgu yapan Cevdet Karahasanoğlu, bu affı uygulayacakların bu durumun farkında olduğuna inandığını söyledi. Karahasanoğlu sözlerine şöyle devam etti: “İnsan tabiatında olan ‘yanlış yapılmış cezalandırılma, doğru yapınca ödüllendirilme’ bu konuda tam tersine işliyor ve dürüst mükellef iyi bir şey yaptığı halde cezalandırıldığını düşünecek ki bu tamamen motivasyon kırıcı bir durum. Bizler işletmelerimizde iyi iş yapanları cezalandırdığımız takdirde iş yapabilmemiz söz konusu dahi olmaz. Ancak bu konu ebetteki çözümsüz değil, afların alışkanlık yapmaması için vergisini düzenli ödeyen mükelleflerin teşvik edil-

mesi gerekiyor. Özet olarak. Bu konuda öncelikle vergisini bir önceki dönemde tam ve zamanında ödeyen mükelleflerin vergi tutarından bir sonraki dönemde yüzde 15-20 gibi indirim yapılabilir. Eski firmalarda, örneğin 10 yıl geçmişe yönelik performans çıkarılarak sertifikalandırma yöntemi uygulanır ve her türlü vergide indirim yapılabilir. Bu sertifika ile denetim muafiyeti uygulanabilir. Ayrıca, KDV iadelerinde teminat istenmemesi ve öncelikli sonuçlandırma uygulaması yapılarak, SGK ödemelerinde uygulandığı gibi gününde ödeyenlere direkt iskonto olabilir, bu yöntem hem ücret stopajlarında, hem KV hem de KGV’de uygulanmalıdır.”

Mutlaka söz konusu olan bu haksızlığın giderilmesi ve dürüst mükelleflerin ödüllendirilmesi gerektiğini düşündüğünü belirten Karahasanoğlu, “Bu durumda Türkiye’nin vergi gelirlerinin daha fazla artacağına eminim. Maliyemizin aflarla gecikmeli tahsil ettiği paranın ülke ekonomisine gecikmeli para olarak yansıdığı acıktır. ‘Gecikmiş tahsilat değerinde değildir’ gibi bir sözü var esnafımızın” dedi.

Bakan Şimşek’ten rahatlatan açıklama

Diğer taraftan, 17 Haziran’da İstanbul Sanayi Odası (İSO) Meslek Komiteleri Or-

VERGİ AFFI NE GETİRİYOR?

- Maliye Bakanlığı ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından tahsil edilmesi gerekirken ödenmeyen vergiler, vergi cezaları ve idari para cezalarına ait gecikme cezası ve gecikme zamları siliniyor ve yurt içi üretici fiyatları endeksine göre yeniden yapılandırılıyor.
- SGK tarafından tahsil edilmesi gerekirken ödenmeyen sigorta primi, emeklilik keseneği ve kurum karşılığı, işsizlik sigortası primi, sosyal güvenlik destek primi, damga vergisi, özel işlem vergisi, eğitime katkı payı ve genel sağlık sigortası primlerine ait gecikme zamları siliniyor ve yurt içi üretici fiyatları endeksine göre yeniden yapılandırılıyor.
- SGK’ya olan 120 TL’ye kadar olan borç asılları ve bunların gecikme zamları tamamen siliniyor.
- Vergi cezaları ile idari para cezalarının yarısı siliniyor.
- Bu borçlar 18 taksit ve 36 aya kadar taksitlendiriliyor.

tak Toplantısı'nda konuşan Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, sanayicilerden vergi affının yaratacağı haksız uygulamalara ilişkin söylemlere cevaben : "Bu bir af değil. Devlet anaparasından vazgeçmiyor" dedi. Vergisini zamanında yatırımlarla ilgili olarak önemli bir çalışmanın eşliğinde olduklarını da söyleyen Maliye Bakanı Şimşek, bu tür mükelleflerin ödüllendirilmesi talebini haklı bulduklarını belirtti. Maliye Bakanı Şimşek, dürüst sanayiye bu konuda avantajlar sağlayacaklarını açıklayarak şunları söyledi: "Maliye Bakanlığı olarak her mükellefin karnesi üzerinde çalışıyoruz. Mükellef cari hesabı uygulamasına geçilecek. Her mükellefe bir kredi notu verilecek. Bu çerçevede karnesi çok iyi olan, Maliye ile ilişkileri iyi olan dürüst mükelleflere çok ciddi avantajlar getireceğiz. Meclis'te gündemimizde olan konu üzerinde uzun süredir devam eden çalışmalar bitince sizinle avantajları paylaşacağız" dedi. Sanayicilerden gelen taleplere ilişkin olarak, "Hükümet olarak sanayicilerin yanındayız. Yatırım, Ar-Ge teşvikleri gibi geniş bir yelpazede üretimi destekleyeceğiz. Bununla birlikte, talepleriniz haklı dahi olsa, mali imkân elvermeden sanayinin tüm taleplerini yerine getirmemiz mümkün değil. Açığı artırarak adım atmamak konusunda hassasiyet taşıyoruz" diye konuştu. Sanayicinin

vergi reformu isteğini haklı bulduklarının da altını çizen Şimşek, bu konuda yaptıkları çalışmanın Meclis'te beklediğini ve konjonktür uygun olduğunda hayata geçebileceğini vurguladı. Şimşek, "Amacımız vergiyi tabana yaymak, imtiyazları kaldırmaktır" dedi.

"Sisteme karşı güvensizlik geliyor"

Vergi affına dair görüşüne başvurduğumuz İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer bu tür mali afların derin ekonomik kriz ve kısa vadeli borç faizlerinin yüksek olduğu dönemlerden sonra çıkarılmasının faydalı olduğunu hem devleti hem de mükellefleri rahatlatabileceğini ancak, diğer zamanlarda vergi ödeme ahlakını zedelemekte ve 'nasıl olsa 3-4 yılda bir Af çıkar' yaklaşımının mükelleflerin zihninde oluştuğuna dikkat çekiyor. Böylece vergi ve diğer yasal yükümlülüklerini zamanında doğru olarak beyan edip ödeyen mükelleflerde ise sisteme karşı bir güvensizlik ve inancsızlık duygusu geliştiğine değinen Sezer, "Bunu önlemek adına, beyan ve ödeme yükümlülüklerini süresinde ve eksiksiz yerine getiren kişi ve firmalar için, tıpkı SGK primlerinde mevcut olan '5 puanlık düzenli ödeme indirim'i' gibi, vergi ödemelerinden de 5-10 puan arasında bir indirim getirilmesi uygun ve gerekli olmaktadır" diyor.



M. CEVDET KARAHASANOĞLU
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

"Vergi afları ile vergisini zamanında ödeyenler cezalandırıldıklarını düşünerek, motivasyonları kırılıyor."



BİROL SEZER: "MALİ AFLARIN DERİN EKONOMİK KRİZ VE KISA VADELİ BORÇ FAİZLERİNİN YÜKSEK OLDUĞU DÖNEMLERDEN SONRA ÇIKARILMASI FAYDALI. ANCAK DİĞER ZAMANLARDA VERGİ ÖDEME AHLAKINI ZEDELEMekte VE 'NASIL OLSA 3-4 YILDA BİR AF ÇIKAR' YAKLAŞIMINI MÜKELLEFLERİN ZİHNİNE YERLEŞTİRMEKTE."

Yasa için üç ek öneri

Daha önceki yasalarda görülen bazı hükümlerin bu Torba Yasa'ya da eklenmesinde büyük fayda olacağına değinen Birol Sezer, bu konuya ilişkin 3 önerisini şöyle sıralıyor: " İlk olarak vergi inceleme (Matrah) affı hükmü getirilmeli, gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri vermiş oldukları yıllık beyanmelerinde vergiye esas alınan matrahlarını, Torba Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen ayın sonuna kadar, 2010 takvim yılı için yüzde 30, 2011 takvim yılı için yüzde 25, 2012 takvim yılı için yüzde 20, 2013 takvim yılı için yüzde 15 oranlarından az olmamak üzere artırdıkları takdirde, kendileri hakkında artırımda bulunulan yıllar için yıllık gelir ve kurumlar vergisi incelemesi ve bu yıllara ilişkin olarak bu vergi türleri için ayrıca başka bir tarhiyat yapılmaması yönünde bir madde eklenmeli. Katma değer

vergisi artırımı yapılmalı. Katma değer vergisi mükelleflerinin, her bir vergilendirme dönemine ilişkin olarak verdikleri beyanmelerindeki hesaplanan katma değer vergisinin yıllık toplamı üzerinden 2010 yılı için yüzde 2,5, 2011 yılı için yüzde 2, 2012 yılı için yüzde 1,5 ve 2013 yılı için yüzde 1 oranına göre belirlenecek katma değer vergisini, vergi artırımı olarak Torba Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen ayın sonuna kadar beyan etmeleri halinde, bu mükellefler nezdinde söz konusu vergiyi ödemeyi kabul ettikleri yıllara ait vergilendirme dönemleri ile ilgili olarak katma değer vergisi incelemesi ve tarhiyatı yapılmaması hükmünü hazir bir madde eklenmeli. Eklenmesi gereken ikinci hüküm olarak işletmede mevcut olduğu halde bir şekilde kayıtlarda yer almayan emtia, makine, teçhizat ve demirbaşlar hakkında da aşağıdaki şekilde bir hüküm



BİROL SEZER
İHKİB Denetim Kurulu Üyesi

"Vergisini zamanında ödeyenlere de vergi ödemelerinden de 5-10 puan arasında bir indirim getirilmesi uygun ve gerekli."

ilave edilmesinde yarar olacaktır: 'Gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri, işletmelerinde mevcut olduğu halde kayıtlarında yer almayan emtia, makine, teçhizat ve demirbaşları kendilerince veya bağlı oldukları meslek kuruluşunca tespit edilecek rayiç bedel ile Torba Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen ayın sonuna kadar bir envanter listesi ile vergi dairelerine bildirmek suretiyle defterlerine kaydedebilirler.'

Kayıtlarda yer aldığı halde işletmede bulunmayan emtia, kasa mevcudu ve ortaklardan alacaklar hesaplarının da düzeltilmesi ve bilançoların reelleştirilmesi için üçüncü hüküm olarakta şu düzenlemenin de yapılması yararlı ve gerekli olacaktır: ' Gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri , kayıtlarında yer aldığı halde işletmelerinde mevcut olmayan emtialarını, Torba Kanunun yayımlandığı tarihi izleyen ayın sonuna kadar, aynı nev'iden emtialara ilişkin cari yıl kayıtlarına göre tespit edilen gayrisafi kâr oranını dikkate alarak fatura düzenlemek, ilgili KDV'yi beyan ve ödemek suretiyle kayıt ve beyanlarına intikal ettirebilirler.'

90 YILDA 32 VERGİ AFFI

Tarih	Düzenleme
1924	İlk Vergi Affı
1928	Elviyei Selasede Vergilerinin Sureti Cibayetine Dair Kanun
1934	4530 Sayılı Varlık Vergisi'nin Bakayasının Terkini
1934	2566 Sayılı Vergi Bakayasının Tasfiyesi
1938	3568 Sayılı Arazi Vergisinin Bakiyesinin Tutulması
1946	4920 Sayılı Devlet Orman İşletmeleri'nin Bazı Vergilerden Muaf Tutulması
1947	5050 Sayılı Toprak Mahsulleri Vergisi Artıklarının Silinmesi
1960	113 Sayılı Af Kanunu
1961	281 Sayılı Vergi Cezaları Gecikme Zamlarının Tecilli Ve Tasfiyesi
1963	218 Sayılı Bazı Suç ve Cezaların Affı
1963	252 Spor Kulüplerinin Bir Defaya Mahsus Affı
1963	325 Sayılı Kit'lerin 1960 ve Önceki Vergi Borçlarının Affı
1965	691 Sayılı Belediyeler ve İşletmelerinin Borç Haczinin Affı
1966	780 Sayılı Bazı Suç ve Cezaların Affı
1970	1319 Sayılı Emlak Vergisi Affı
1974	1803 Sayılı Cumhuriyet'in 50. Yılı Nedeniyle Bazı Suç ve Cezaların Affı
1981	2431 Sayılı Tahsilatın Hızlandırılması Ve Beyan Dışı Kalmış Servet Beyanı
1982	2431 Sayılı Kanuna Ek Af Kanunu
1983	2801 Sayılı Bazı Kamu Alacaklarının Özel Uzlaşmayla Tahsili
1985	3239 Sayılı Kanunun Geçici 4. Maddesiyle Bazı Vergi Kanunlarının Değiştirilmesi
1988	3505 Sayılı Kanunla Vergi Affı
1988	3512 Sayılı Kanunla Vergi Affı
1990	3689 Sayılı Kanunla Vergi Affı
1992	3787 Sayılı Kanunla Vergi Affı
1997	400 Sayılı Tahsilat Genel Tebliği
1998	4369 Sayılı Kanunla Vergi Affı
2001	424 Sayılı Tahsilat Genel Tebliği
2002	4746 Sayılı Kanun ile Emlak Vergisi Af Düzenlemesi
2003	4811 Sayılı Vergi Barışı Kanunu
2008	5811 Sayılı Bazı Varlıkların Ekonomiye Kazandırılması
2011	6111 Sayılı Bazı Alacakların Yapılandırılması
2013	6486 Sayılı 2. Varlık Barışı



SİZ REKABETE KONSANTRE OLUN **LOJİSTİK BİZİM İŞİMİZ**

Türkiye'den Rusya'ya, nakliye, gümrükleme, kapı teslim hizmet

Binbirdirek Mh. Klodfarer Cd. 29/401 Servet Han No: 38 Fatih / İstanbul

TÜRKİYE İLETİŞİM:

Tel: +90 212 529 86 98

Skype: maklojistik1

E-mail: info@maklojistik.com

RUSYA İLETİŞİM:

Skype: elenaru73

E-mail: maklogistic@mail.ru



BAYRAMPAŞA'DA FAALİYET GÖSTEREN BATIAD, BÖLGEDEKİ FİRMALARIN ÜRÜNLERİNİ ULUSLARARASI ARENAYA TAŞIMAYA DEVAM EDİYOR. BATIAD BAŞKANI AYDIN ERTEN DE, BÖLGEDEKİ FİRMALARIN BUGÜN 2,5 MİLYAR DOLAR OLAN İHRACATINI 2023'TE 6 MİLYAR DOLARA YÜKSELTMELEİNDE DERNEK OLARAK KATKI SAĞLAYACAKLARINI SÖYLÜYOR.



Türkiye'de özellikle tekstil ve hazır giyim alanında önemli merkezlerden biri konumuna gelen Bayrampaşa bölgesi özellikle triko üreticilerinin faaliyetleri ile adından söz ettiriyor. Bayrampaşa'yı bir tekstil ve moda merkezi haline getirmek amacıyla 2010'da Bayrampaşa triko ve tekstil sektörünün temsilcileri tarafından kurulan Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATIAD), dört yıldır yurt içi ve yurt dışında çalışmalarına devam ediyor. Çok genç bir dernek olmasına rağmen Bayrampaşa'daki tekstil ve hazır giyim sektörünün sesinin duyulmasını sağlayan BATIAD'ın başkanlığını 2013 yılından beri Erten Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Erten yapıyor. BATIAD'ın 4 Temmuz 2013'te yapılan üçüncü Genel Kurulu'nda başkanlığa seçildiğini belirten Aydın Erten, "İlk olarak kaliteli üretimden taviz vermeyen üye firmalarımızın tasarım kimliğine katkı sağlamak ve yaratıcılıklarını güçlendirmek için kolları sıvadık. Bunu da BATIAD'da düzenlenen seminerler sayesinde gerçekleştirmeyi hedefliyoruz" diyor. Aydın Erten, geçtiğimiz Nisan ayında gerçekleşen İHKİB seçimlerinde de İHKİB yönetimindeki yerini aldı.

Bayrampaşa Guinness Rekorlar Kitabı'nda

BATIAD'ın, Bayrampaşa tekstil ve hazır giyim piyasasının marka değerini artırmak, bölgesel kamu kurum ve kuruluşlarında temsil edilmesini sağlamak, onlarla iş birliği içinde yeni projeler üretmek ve sektörde binlerce kişiyi istihdam etmek amacıyla hareket ettiğine değinen Aydın Erten, "BATIAD, 2013 yılında Guinness Rekorlar Kitabı'na da giren 45 metrelik dev kazak ile sadece Türkiye'nin değil dünyanın da ilgisini çekmeyi başardı" diyor.

Enerji tasarrufuna dikkat çekmek için BATIAD'lı işadamlarının ürettiği, Guinness hakeminin onayladığı 45 metrelik dünyanın en büyük kazakının sertifika töreni Bayrampaşa Belediyesi hizmet binasında yapılmıştı. Bayrampaşa Belediye Başkanı Atilla Aydın'ın ev sahipliğinde düzenlenen ve basın yoğun ilgi gösterdiği törene İstanbul Hazır Giyim Konfeksiyon İhracatçılar Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İstanbul Tekstil ve Hammadde İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Güllü, BATIAD Yönetim Kurulu üyeleri, Guinness'in İngiltere hakemi Kirsty Bennett, birçok STK temsilcisi ve iş adamları katıldı. Kazakın tanıtımı ise 9 Şubat Dünya Kazak Giyme Günü'nde düzenlenen defileyle yapıldı.

BATIAD

BAYRAMPAŞA'YI

DÜNYAYA AÇIYOR

AYDIN ERTEN: “TÜRKİYE, YILDA 200 MİLYON TRİKO ÜRÜNÜ ÜRETİYOR VE BU ÜRÜNLERİN 150 MİLYONUNU İHRAÇ EDİYOR. TÜRKİYE TRİKO SEKTÖRÜNDE FARKLI DÜŞÜNEN, TASARIMA DÖNÜK ÜRETİM YAPAN FİRMALARIN REKABET ŞANSLARININ DAHA YÜKSEK OLACAĞI AŞİKÂR.”

BATİAD, uluslararası etkinlikleri takip ediyor

Türkiye’de düzenlenen tekstil ve hazır giyim fuar ve etkinliklerini BATİAD üyelerinin yakından takip ettiğine dikkat çeken Aydın Erten, “Yıl içinde 7. İstanbul Moda Konferansı, İstanbul Fashion Week gibi moda organizasyonlarını yakından takip eden üyelerimiz, Fransa, Almanya, Danimarka, Ukrayna, Rusya, Kazakistan, Makedonya, Macaristan, Arnavutluk, İran, Irak, Lübnan, Libya, Cezayir, Ürdün, Irak, Tunus ve Fas gibi ülkelere ihracat gerçekleştiriyorlar. Bunların dışında 60’a yakın ülkeye ihracat yapan Bayrampaşa’nın hedef pazarları arasında Uzak Doğu, Çin ve Latin Amerika var. 2013-2014 sezonunda Rusya, Ukrayna, Cezayir, Mısır, Kazakistan, Libya, Nijerya ve Sırbistan gibi ülkelerde düzenlenen fuarlara Bayrampaşa firmalarının katılımını arttırmayı amaçladık, buralarda yeni iş bağlantıları kurmanın yanı sıra Bayrampaşa markasını ve ürün kalitesini katılımcı diğer firmalara ve ziyaretçilere tanıtmayı amaçlıyoruz” diyor.

Dernek aynı zamanda ‘Moda Bayrampaşa’ adıyla bir dergi çıkararak yurt içi ve yurt dışı dağıtım ağıyla Bayrampaşa tekstil merkezinin tanıtımını yapıyor. Yurt dışındaki fuarlarda dağıtılan dergi yabancı müşterilere Bayrampaşa’ya yönlendirme konusunda büyük bir yol katetmiş durumda.

Bayrampaşa’nın ihracat hedefi 6 milyar dolar

Bayrampaşa bölgesinde faaliyet gösteren tekstil ve hazır giyim firmalarının 2,5 milyar dolar düzeyinde ihracat yaptıklarını değinen Aydın Erten, Bayrampaşalı iş adamlarının bu rakamı önümüzdeki yıllarda 6 milyar dolara yükseltmeyi hedeflediklerine dikkat çekiyor.



Bayrampaşa’daki tekstil ve hazır giyim sektörünün sesinin duyulmasını sağlayan BATİAD, 2013 yılından beri Aydın Erten başkanlığında yeni yönetim kuruluyla çalışmalarına devam ediyor.

Ayrıca yurt dışından gelen yabancı müşterilerin Bayrampaşa’da konaklamalarını sağlamak amacıyla, BATİAD olarak Bayrampaşa’da 8 yeni otelin yapımı için gerekli mercilere başvurularda bulduklarını belirten Erten, böylece konaklama sektörünün ilgisini de bölgenin üzerine çekmeyi başardıklarına değiniyor. BATİAD üyelerinin hedeflediği bu 6 milyar dolarlık ihracat hedefinin 80 milyar dolar olan 2023 tekstil ve hazır giyim hedefleri ile paralellik gösterdiğine dikkat çeken Erten, sektörün inovasyon, tasarım ve özellikle ürün ve moda odaklanarak bu hedefleri yakalayacağına inandığına vurgu yapıyor. Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörünün sahip olduğu başlıca avantajlarının hızlı teslimat, hedef pazarlara olan yakınlık, teknik, sosyal ve idari bilgi birikimi, tecrübe, geniş ürün yelpazesi ve tasarım kapasitesi olarak

sıralayan Erten, “Hazır giyim sektöründeki büyük firmalar, son yıllarda yurt içinde ve yurt dışında mağazalaşmaya da yoğun olarak eğiliyor. Türk hazır giyim sanayisi esnek üretim yapısına sahip olup, değişen moda eğilimlerine de uyum sağlayarak, yüksek katma değere sahip, modalı ürünler üretir konuma geldi. Dünyada, özellikle gelişmiş ülkelerde çevre, kalite, sağlık gibi alanlarda yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak, bu konularla ilgili çeşitli düzenlemelere ve uygulamalara da gidildiği bilinen bir gerçek. Hazır giyim Türkiye ihracatındaki yerini herkes biliyor. Uzun yıllar ihracatın lokomotifi olan sektör, geçmişten günümüze sağladığı istihdam ile ekonomiye dinamizm kazandırıyor. Sektörün başarısını, hedef odaklı girişimciler, iş insanları ile birlikte kalifiye iş gücünün ve nitelikli tasarımcıların oluşturduğu sinerjide yatıyor.



Enerji tasarrufuna dikkat çekmek için BATİAD’lı işadamlarının ürettiği 45 metrelik dev kazak, 2013 yılında Guinness Rekorlar Kitabı’na girerek sadece Türkiye’nin değil dünyanın da ilgisini çekmeyi başardı.



Bunun sonucu olarak Türkiye'nin 2013 yılı hazır giyim ihracat değerinin 17,4 milyar dolar düzeyine geldiğini görüyoruz. Bu başarıda bizim de payımızın olmasından gurur duyuyoruz" diyor.

Trikonun merkezi: Bayrampaşa

Türkiye'nin, sahip olduğu kapasite ve üretim ile dünyanın ilk üç triko üreticisi arasında bulunduğu da değişen Aydın Erten, Türkiye triko sektörü yıllık olarak ürettiği 250 milyon triko ürünün yüzde 75'ini ihraç ettiğini söylüyor. Bayrampaşa'da üretim yapan yaklaşık 3 bine yakın firmanın yarısından fazlasının triko üretimi yaptığını belirten Erten, Bayrampaşa'nın bu özelliği ile Türkiye'nin triko merkezi olarak adlandırıldığına dikkat çekiyor. Bundan 10 yıl önce, Çin ve Uzak Doğulu üreticilerin rekabetine boyun eğen bir Türkiye'nin olduğuna değinen Erten sözlerine şöyle devam ediyor: "Ancak küresel tüketim alışkanlıklarının değişmesi ve kaliteli ürün arayışları, Türk hazır giyim sanayisinin tüm dallarına yeni bir üretim şekli ve avantajı kazandırdı. Bu yeni tüketim alışkanlığına göre insanlar çok farklı ve kendi tarzlarına göre ürünlerin tüketimine yöneldi. Yılda iki koleksiyon yapan üreticiler artık 15 günde bir vitrinlerini yenilemek zorunda kaldı. Fast fashion olarak adlandırılan bu tüketim kavramına göre, vitrinlerde sürekli kaliteli ve yeni tasarımlı ürünler yer almalıydı. AB ülkelerinin yüksek hacimli siparişlerini üreten Uzak Doğulu üreticiler, fast fashion karşısında yetersiz kalınca, ibre yeniden Türkiye'ye döndü ve Türk hazır giyim firmaları, Avrupa pazarında ortaya çıkan bu yeni tüketim kavramına kendilerini adapte ederek, tasarım odaklı, kaliteli ve niş ürünler üretmeye başladı. Bu süreçte Türk triko sanayicileri de yeni pazarın ihtiyacına dönük olarak gelişimlerini tamamladı ve sektör, daha az ama daha fazla katma değerli ürün üretebilen bir yapıya dönüştü. Türkiye, halen bu yeni üretim yapısıyla yılda 200 milyon triko ürünü üretiyor ve bu ürünlerin 150 milyonunu ihraç ediyor. Son yıllarda Romanya ve Bulgaristan gibi ülkelerinde de triko üretimine yöneldiği göz önüne alındığında, Türkiye triko sektöründe farklı düşünen, tasarıma dönük üretim yapan firmaların rekabet şanslarının daha yüksek olacağı aşikâr."

BATİAD'ın önceliği eğitim

BATİAD'ın Bayrampaşa'da eğitim ve meslek edindirme faaliyetlerine de çok önem verdiğine değinen Aydın Erten, "2012



2013 yılında BATİAD'ın başkanlığına gelen Aydın Erten, geçtiğimiz Nisan ayında gerçekleşen İHKİB seçimlerinde de İHKİB yönetimindeki yerini aldı.

yılında BATİAD öncülüğünde Bayrampaşa Belediyesi ve Nişantaşı Üniversitesi iş birliğiyle başlatılan 114 ev hanımını meslek sahibi yapan 'Bin Kadına Bin İş' projesi, 2013-2014 döneminde de devam etti. Program sonunda sertifika almaya hak kazanan 110 ev hanımı da BATİAD üyesi iş yerlerinde çalışmaya başladı. BATİAD, tekstil ve hazır giyim sektörünün en büyük sorunu olan ara eleman sıkıntısını da Nişantaşı Üniversitesi Bayrampaşa İnönü Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi'yle iş birliği yaparak sona erdirmek istiyor. Ayrıca sosyal sorumluluk projelerine imza atarak 9 Şubat Dünya Kazak Giyme Günü etkin-

liklerinde minik yürekleri ısıtmak amacıyla 10 bin adet kazağı da ihtiyaç sahibi çocuklara ulaştırdık. Geçen yıl dünyanın en büyük kazağını üreterek Guinness Rekorlar Kitabı'na girmeyi başardık. Dünyanın en büyük kazak rekorunu Peru'nun elinden alıp, Türkiye'ye getirdik. Bu projenin ardından 10 bin kazak imal edip, ihtiyaç sahiplerine dağıttık. Projeye İHKİB, İTHİB, İTO da destek verdi. Ayrıca Siirt'te dağıtılmak üzere, Siirtliler Vakfı'na da 500 adet kazak bağışı yaptık. Tekstil ürünlerinin doğru kullanımında enerji sarfiyatına nasıl katkı sağlanacağını da insanlara olabildiğince anlatmaya çalışıyoruz" diyor.



Birçok çalışmaya imza atan BATİAD, Bayrampaşa Belediyesi ve Nişantaşı Üniversitesi ile birlikte 2012 yılında başlattığı 'Bin Kadına Bin İş' projesiyle de 114 ev hanımını meslek sahibi yaptı.

nasıl görünmek isterseniz,
öyle görünürsünüz.



Değişime ayak uydurma zamanı
GELMEDİ Mİ?



Design | Social Media | Internet

Tasarım | Sosyal Medya | internet

www.dobo.com.tr

İHİB, ENGELLİ İŞ OKULLARINIDA YANINA ALARAK HAYATA GEÇİRECEĞİ BİR PROJE İLE ENGELLİ ÖĞRENCİLERE HALI VE KİLİM DOKUMAYI ÖĞRETECEK. BU PROJE İÇİN İLK ADIM OLARAK İSTANBUL'DA İKİ ENGELLİ OKULUNU ZİYARET EDEN İHİB HEYETİ, ÖNÜMÜZDEKİ EĞİTİM DÖNEMİNDE BU OKULLARDA HALI VE KİLİM DOKUTACAK.



ENGELLİ ÖĞRENCİLER İÇİN İHİB'DEN PROJE

Göreve başladıktan çok kısa bir süre sonra halı sektöründe yaşanan sorunları tespit etmek için sektör üyeleri ile birlikte yoğun çalışmalar yapan İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB) Yeni Yönetimi, yaptıkları bu çalışmaların pratiğe geçirmek için harekete geçmiş bulunuyor. Türkiye'de halı sektörünün bilinirliğini ve etkinliğini artırmak için yoğun çalışma yapan birliğin ajandasında yer alan önemli projelerden biri de engelli okullarında halı dokuma ve halı tamiratı eğitimi verilmesi için girişimleri başlamak. Bu okullar için gerekli teçhizatları sağlayarak engelli öğrencilerin halı dokuma ve tamirini öğrenmelerini amaçlayan projenin ilk adımı için İHİB'den bir heyet 21 Ağustos günü "Yeşilköy Özel Eğitim Mesleki

Eğitim Okulu" ve "Eram Fatih İlköğretim ve İşokulu"na ziyaretler düzenledi. Söz konusu okul ziyaretlerine İHİB Başkanı Uğur Uysal, İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hasan Altuntaş, Haşim Güreli, Bülent Metin ve İTKİB Genel Sekreterliğinden yetkililer katıldı. Ziyaret edilen okullarda yetkililerden öğrendiği ayrıntılı bilgi alan İHİB Heyeti okulların bünyesinde bulunan atölyeleri de gezme fırsatı yakaladılar.

Engelli öğrenciler iş öğreniyor

Heyetin ilk durağı olan Yeşilköy Özel Eğitim Mesleki Eğitim Merkezi hafif düzeyde zihinsel yetersizlik gösteren 14-24 yaş grubundaki öğrencilere mesleki ve akademik eğitim vermekte. 2009 yılında faali-

yete başlayan okulda bugün öğrenci sayısı 300'ü geçmiş durumda. Okul bünyesinde akademik ve branş derslerinin yanı sıra el sanatları, matbaa, büro yönetimi ve sekreterlik, yiyecek-içecek, tekstil, saç bakımı gibi bölümler mevcut. Bu atölyelerde verilen eğitimlerle öğrencilerin, hayata hazırlamak, mesleki alanda gerekli bilgi ve beceri ile donatmak amaçlanıyor. Okulda aktif, sosyal, akademik, bir atmosferin olduğunu yapılan birçok faaliyetten gözlemlemek mümkün. Ziyaretin ikinci ayağında yer alan Eram Fatih İlköğretim ve İş Okulu'nda hafif düzeyde zihinsel engelli öğrencilere eğitim veriliyor. Okulda ilköğretim kısmında öğrencilerin her biri için müfredata uygun olarak hazırlanan bireysel gelişim doğrultu-

UĞUR UYSAL: “GÖRDÜĞÜMÜZ KADARIYLA ELLERİNDEKİ AZ İMKÂNLARA RAĞMEN ENGELLİ OKULLARI OLDUKÇA YOL ALMIŞ DURUMDALAR. BU PROJE İLE BİRLİKTE HEM ENGELLİ ÇOCUKLARIMIZA FAYDA SAĞLAYACAK HEM DE BU ÖĞRENCİLERİN SEKTÖRLE BULUŞMASINDA KÖPRÜ GÖREVİ ÜSTLENMİŞ OLACAĞIZ.”

sunda eğitim veriliyor. İş okulunda okuyan öğrencilere ise iş okulları için hazırlanan program esas alınarak mesleki eğitim veriliyor. Okulun iş okulu öğrencilerinin ilgi ve yeteneklerine göre dokuzuncu sınıftan itibaren haftada on iki saat atölyelerde mesleki eğitime tabi tutuluyor ya da belirli işletmelerde meslek eğitimine gönderiliyor. Eram Fatih İlköğretim ve İş Okulu'nda dokuma atölyesi, ahşap işleri atölyesi, boya baskı atölyesi, örme atölyesi, takı tasarım atölyesi ve seramik atölyesi gibi atölyeler bulunuyor.

Yeşilköy Özel Eğitim Mesleki Eğitim Merkezi Dokuma Öğretmeni Erol Akgün, eğitim verdikleri bir çok öğrencinin tekstil ve başka sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerde engelli istihdamı çerçevesinde işe yerleştiklerini belirtiyor. Engelli okullarında özel eğitimli öğretmenlerin eğitim verdiğine değinen Akgün, bu amaçla bu okullarda 4 yıl içerisinde ellerinden geldiği kadar çok şey vermeye çalıştıklarını söylüyor. Öğrencilerin ilkokulda alamadığı eğitimi burada almalarını hedeflediklerini belirten Akgün, belli bir beceriye sahip öğrencileri kendi imkanları ve ailelerinin izni ile işbirliği yaptıkları işletmelerde staja yolladıklarını söylüyor. Halı ve kilim tezgahlarına sahip oldukları takdirde el becerisi uygun olan öğrencilerin halı ve kilim dokuyabileceklerine dikkat çeken Akgün, İHİB'in kendilerine halı dokuma tezgahı konusunda yapacağı desteğin çok önemli olacağını belirtti.

“İHİB, engellilere desteğe hazır”

Engelli okullarına yaptıkları ziyaretten sonra görüşünü aldığımız İHİB Başkanı Uğur Uysal, engelli okullarına yönelik bu tarz bir projeyi seçimden önce planladıklarını belirtti. Yaptıkları okul ziyareti ile bu projeye dair ilk adımı attıklarını belirten Uysal, “Ziyaret ettiğimiz engelli okullarının teknik ve alt yapısını böylece görmüş olduk. Vatandaş olarak da bu tip okulların varlığından da yeni yeni haberdar oluyoruz. Dolayısıyla bu ziyaretler engelli okullarının nasıl eğitim kurumları olduğunu anlamak açısından da bir saha çalışması oldu. Bu okulların eksiklerini, yapmış oldukları çalışmalarını ve hizmetleri yerinde görmüş olduk. Bundan sonra yönetim kurulumuzda da bu konu ile ilgili bir karar alarak, bu tip kurumlarda engelli çocukların hem kendilerini ifade edebilecekleri hem de bir el sanatı öğrenebilecekleri dokumacılık ve tamiratçılık ile ilgili bir eğitimin altyapısını oluşturmanın



Engelli okullarını ziyaret eden İHİB heyeti okuldaki atölyeleri gezerek öğrencilerle konuştu.

yolunu arayacağız. Onların ürettiklerini bizim üyelerimiz kanalıyla nasıl ticari bir emtiyaya dönüştürebiliriz çabasını sürdüreceğiz. Önümüzdeki eğitim döneminde bu okullara desteğe hemen başlayacağız. Sanırım bir yılın sonunda bu projenin meyvelerini almış olacağız. Okulların teçhizat alanında bayağı bir eksikleri olduğunu gördük. Yine de gözlemlediğimiz kadıyla ellerindeki az imkanlara rağmen bayağı yol almış durumdadır. Bu proje ile birlikte sektöre fayda sağlamanın yanında engelli çocuklarımıza da getirisini olacak bir çalışmaya imza atacağız. Tabii ilk adımları İHİB bütçesi

ile atacağız. Daha sonra üyelerimize bunu duyurarak onların buralara ziyaret etmelerini sağlayacağız. Bu tip ortamlarda hem engellilerin kaynak sağlayabileceği hem de Birlik üyelerimizin biraz daha bu durumdaki insanlara fayda sağlayacağı bir ticari ortam sağlanabilir mi tarzında yaklaşıyoruz. Orada mezun olacak çocukların üyelerimizin yanında işe girmesini de sağlayacağız. Esasında bu çalışmaya bir sosyal sorumluluk projesi gibi başlayarak bir sonraki adımda bizim üyelerimiz ile bu okullar arasında bir koordinasyon oluşturmayı düşünüyoruz” diyor.



BİC

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

Cham Paper Group

Süblimasyon Transfer Baskı Kağıtları
60gr / 70 gr / 75 gr / 100 gr
endüstriyel ve yapışkanlı seçenekleri ile



SENSIENT

Süblimasyon Transfer Baskı Boyaları

ergosoft
rip solutions
Renk Yönetimi Yazılımı

102 m / saat

360 x 360 dpi



SÜBLİMASYON DİJİTAL BASKI MAKİNESİ



DuPont

ergosoft



Roland

SENSIENT

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LTD.ŞTİ.

Evren Mah. Gülbahar Cad. Şehit Doğan Öztürk Sk. No. 5 / P.K. 34212 Bağcılar-Güneşli / İstanbul

Tel : +90 (212) 438 6506 mail: dijital@dijitalteknolojiler.com

BİC

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

SENSIENT ElvaJet

BTC Alpha Serisi Boyalar ile
Polyester Kumaş Üzerine Sorunsuz
ve Mükemmel Direkt Dijital Baskı

%90 Su - %50 Enerji Tasarrufu ile
Yaptığınız Baskılarda
Sizde Çevreniz Koruyun



TEKSTİL
DİJİTAL BASKI TEKNOLOJİLERİNDE
ÇÖZÜM ORTAĞINIZ

KONICA MINOLTA



120 m² / saat

540 x 360 dpi

AVA

Chain Paper Group

DuPont

ergosoft

KONICA MINOLTA

REGGIANI
MACHINERY

Roland

SENSIENT

BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LTD.ŞTİ.

Evren Mah. Gülbahar Cad. Şehit Doğan Öztürk Sk. No. 5 , P.K. 34212 Bağcılar-Güneşli / İstanbul

Tel : +90 (212) 438 6506 mail: dijital@dijitalteknolojiler.com



AYAKKABIYA “EK VERGİ” DOPİNGİ

BİN 200 YILLIK ÜRETİM GELENEĞİ, YILLIK 500 MİLYON ÇİFT ÜRETİM KAPASİTESİYLE DÜNYANIN 8'İNCİ VE AVRUPA'NIN EN BÜYÜK AYAKKABI ÜRETİM MERKEZİ OLAN TÜRKİYE, 10 AĞUSTOS'TAN İTİBAREN İTHALATA GETİRİLEN EK VERGİNİN SEVİNCİNİ YAŞIYOR. EK VERGİNİN, YENİ YATIRIMLARIN KAPISININ ARALANMASINA VESİLE OLACAĞINI SÖYLEYEN SEKTÖR TEMSİLCİLERİ, YARATILAN POZİTİF ORTAM İÇİNDE SEKTÖRÜN 5 YILDA YÜZDE 30 BÜYÜYECEĞİNİ TAHMİN EDİYOR.

Geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiği 730 milyon dolarlık ihracat ile deri ve deri ürünleri sektörü içinde önemli bir noktada duran ayakkabı sektörü, Ekonomi Bakanlığı'nın 2006 yılından bu yana dönemler halinde devam ettirdiği ve 9 Ağustos'ta sona eren ithal ayakkabıda korunma önlemlerini “ek vergi” uygulaması ile değiştirmesi ile rahat bir nefes aldı. Söz konusu değişiklikle Bakanlık, ithal ayakkabıda 8 yıldan bu yana uygulanan koruma önlemi yerine yüzde 30 ile 50 arasında değişen ek vergi getirdi. Ekonomi Bakanlığı tarafından ayakkabı ithalatına ek vergi getirilmesi sektörde sevinçle karşılanırken,

artık yurt dışından gelen yüzü plastik ve tekstil malzemesi bir çift ayakkabı için minimum 3 dolar olmak üzere CIF ithalat değerinin yüzde 30'u, yüzü deri ayakkabılar için ise minimum 5 dolar olmak üzere CIF ithalat değerinin yüzde 50'si kadar gümrük vergisi ödeneceği açıklandı. Yürürlükteki son korunma önleminde ithal ayakkabıda çift başına ortalama 1,5-2,35 dolar vergi alınmıyordu. Diğer taraftan ek gümrük vergisi bütün ülkelere getirilmedi. Genelleştirilmiş tercihler sistemindeki ülke grupları olan en az gelişmiş ülkeler, özel teşvik düzenlemelerinden yararlanacak ülkeler, gelişme yolunda olan ülkeler ile di-

ğer ülke grupları ek verginin uygulanacağı bölgeler olarak belirlendi. Ek verginin, yeni yatırımların ve 90 bin kişilik ilave istihdamın kapısının aralanmasına vesile olacağını söyleyen sektör temsilcileri, yaratılan pozitif ortam içinde sektörün 5 yılda yüzde 30 büyüyeceğini tahmin ediyor. Bakanlık tarafından ithal ayakkabıya getirilen ek vergi ile hem ucuz ve sağlıklı ayakkabıların bir nebze de olsa önüne geçileceği hem de ithalat miktarı azalacağı gibi iç pazardaki üretimin de artacağı tahmin ediliyor. Ayrıca sektör, bu ek vergi kararı ile 2023 hedefini yukarıya taşıyarak 2 milyar dolardan 2,5 milyar dolara çıkardı.

SEKTÖR LİDERLERİ, BAKANLIK TARAFINDAN İTHAL AYAKKABIYA GETİRİLEN EK VERGİ İLE UCUZ VE SAĞLIKSIZ AYAKKABILARIN BİRAZ DA OLSA ÖNÜNE GEÇİLECEĞİ, BUNUNLA BİRLİKTE İÇ PAZARDAKİ ÜRETİMİN DE ARTACAĞINI TAHMİN EDİYOR.

Tüketicie daha sağlıklı ve kaliteli ayakkabı

İthal ayakkabıya getirilen ek vergi kararını değerlendiren İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı (İDMİB) Mustafa Şenocak, ek verginin ayakkabı üreticilerini rahatlatacağını söyledi. Ayakkabı sektörünün, 2013 yılı itibarıyla 730 milyon dolarlık ihracat düzeyi ile deri ve deri ürünleri sektörü içinde ihracat açısından önemli ve ileriye yönelik potansiyel vaat eden bir alt sektör olduğunu ifade eden Mustafa Şenocak, Türkiye’de üretim yapan firmaların üzerinde vergi, işçilik, çevre, iş güvenliği ve sağlığı gibi çeşitli alanlarda yükler olduğunu belirtti. Özellikle Uzak Doğu’daki üreticilerin Türkiye’ye göre daha düşük maliyetlerle üretim yaptıklarını belirten Şenocak, “Biz onların şartlarında üretim yapamayacağımıza göre ortaya çıkan haksız rekabeti önlemek gerekiyor. Kendi sanayinizi haksız rekabete karşı korumak zorundasınız. Ek vergilerle azalan ithalat miktarı kadar iç üretimin artacağını düşünüyorum. Aynı zamanda üreticilerimiz kapasite artışlarından kaynaklanan birim başı avantajlarını da kullanarak ihracatta daha rekabet edebilir fiyatlar verebileceklerdir. Bu da ihracatımıza ciddi artış olarak yansıtacak. Getirilen ek vergi ile firmalarımızın üzerindeki rekabet baskısı hafifleyeceğinden üretim ve istihdamları artarken tasarım ve Ar-Ge’ye daha fazla kaynak ayırarak rekabette daha farklı bir boyuta kendilerini taşıyabilecekler” şeklinde konuştu. Ek verginin deri ve deri ürünleri sektörünün diğer alt ve yan sanayileri üzerinde de olumlu etki yaratacağına dikkat çeken Şenocak, “Ayakkabılık deri kullanımının artışı sonucunda deri işleme alt sektörümüz olumlu etkilenirken saya, taban, topuk gibi ayakkabı unsurlarını üreten yan sanayi ile deri kimyasalları alt sektörü de bu olumlu etkiden yararlanacak” dedi.

“Atıl kapasite kullanılarak birim maliyet aşağı çekilecek”

Ek vergi ile yerel piyasada ayakkabı fiyatlarının yükseleceğine dair söylentinin doğru olmadığını belirten Şenocak, “Fiyatlarda kayda değer bir artış olacağını sanmıyorum. Üreticilerimiz sorumluluk sahibi olarak fiyat artışı olmaması için gerekeni yapacaklar. Çünkü yerli üretici atıl kapasitesini kullanarak birim maliyetini aşağı çekip kârlılığını artıracak. Tüketici daha sağlıklı ve kaliteli ayakkabıyı hemen hemen aynı fiyatlara alacak” dedi.



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Başkanı

“Getirilen ek vergi ile firmalarımızın üzerindeki rekabet baskısı hafifleyeceğinden üretim ve istihdamları artarken tasarım ve Ar-Ge’ye daha fazla kaynak ayırarak kendilerini rekabette daha farklı bir boyuta taşıyabilecekler.”

“Ek vergi bu sektör için alınmış en doğru karar”

Ayakkabıda korunma önlemlerinin 2006 yılından başlamak üzere üç dönemdir uygulandığını söyleyen Mustafa Şenocak, var olan önlemlerin ithalatın artışını engelleyemediğini, bunun da nedeninin Dünya Ticaret Örgütü kuralları çerçevesinde uygulanan önlemin hafifletilmesi olduğunu belirtti. Şenocak, “2006’da çift başına 2-3 dolarlık düzeyindeki ek mali yükümlülüğün en son uygulamada 1,5-2,35 dolarlar düzeyine inmiş olması ve bundan da önemlisi özellikle 2012 yılında başlayan son dönem uygulamasında ‘özel

teknolojili ayakkabılar’ tanımına giren ayakkabıların önlemlerden muaf tutulması, ithalat artışının durdurulamamasına yol açtı. Bu muafiyet sonucunda ithal edilen ayakkabıların önemli bir bölümü ‘özel teknoloji ayakkabılar’ tanımında beyan edilerek önleme tabi olmaksızın ithal edilebilme avantajına kavuştu” dedi. Yürürlüğe giren ek vergilerin ise ithalatın önüne geçmek adına daha doğru bir karar olduğunu söyleyen Şenocak, “Söz konusu ek vergi, istisna olmaksızın tüm ayakkabılarda, ayakkabı türleri bazında en az 3 ila 5 dolar çift olmak üzere yüzde 30-50 düzeyinde olup hızla artan ithalata gerçekçi



BUGÜNE KADAR EK VERGİNİN YÜRÜRLÜĞE GİRMESİ İÇİN TITİZ ÇALIŞMALAR GERÇEKLEŞTİREN, ARALARINDA İDMİB VE TASD GİBİ SEKTÖREL KURUM VE KURULUŞLARIN YER ALDIĞI İSİMLER, EK VERGİNİN GERÇEKLEŞMESİ NEDENİ İLE BAŞBAKAN RECEP TAYYİP ERDOĞAN VE EKONOMİ BAKANI NİHAT ZEYBEKÇİ'YE DE TEŞEKKÜRLERİNİ GAZETE İLANI İLE İLETTİLER.



HÜSEYİN ÇETİN
TASSD Başkanı

"Ek vergi ile Türk ayakkabı sektörünün dünyada 8'inci, Avrupa'da 1'inci üretim merkezi olması sebebiyle Orta Doğu'nun ayakkabı üretim üssü olacağına inanıyorum."

korunma sağlayacak düzeydedir, dolayısıyla bu uygulama sektör açısından çok daha avantajlı ve etkilidir. Ayakkabıya getirilen ek vergi için üreticisinin sesini dinleyen, onlara sahip çıkan, hızlı ve cesur karar alan Ekonomi Bakanımız Nihat Zeybekçi'ye ve değerli bürokratlarımıza sektörümüz adına teşekkür ederim" diye konuştu. Ek vergi ile ucuz ayakkabı ticaretinin önüne geçilmesinin mümkün olmadığını söyleyen Şenocak, bu anlamda ucuz ayakkabı ithalatında düşüş, fiyatında ise artış olacağını öngördü. Şenocak, aradaki fiyat farkının azalmasıyla tüketicinin kaliteli ve sağlıklı ayakkabıyı almayı tercih edeceğini kaydeden Şenocak, "Ayakkabıların ithalatında GTİP bazında yüzde 8 ile yüzde 17 arasında değişen oranlarda normal gümrük vergileri uygulanıyor. Bu oranlara getirilen ilave vergiler kontrolsüz bir şekilde yapılan ithalatın daha düzenli seyrini sağlamış olacak ve yerli ayakkabı üreticilerimizin rekabet güçlerini sürdürebilecek şekilde koruma sağlamış olacak. İDMİB olarak zaten bizim istediğimiz ayakkabı ithalatının engellenmesi değil, içerideki üreticiye zarar vermeyecek ve rekabetini engellemeyecek düzeyde bir sistemin kurulmasını sağlamak" dedi.

İthal deri ve suni deri ayakkabıya vergi farkı

6403 GTİP'inde sınıflandırılan deri yüzülü ayakkabıların ithalatında en az 5 dolar çift olmak üzere yüzde 50, suni deri yüzülü ayakkabılarda ise en az 3 dolar çift olmak üzere yüzde 30 ilave vergi uygulandığını belirten Mustafa Şenocak, "Deri yüzülü ayakkabılar ile suni deri yüzülü ayakkabılar arasında ilave vergi bakımından yüzde 20'lik fark olmakla beraber, ithalat aşamasında uygulanan normal gümrük vergilerine bakıldığında deri yüzülü ayakkabılarda yüzde 8, suni deri yüzülü ayakkabılarda yüzde 16,8-17 aralığında gümrük vergisi uygulandığı görülüyor. Dolayısıyla bu yönüyle iki ayakkabı türü arasında normal ve ilave vergiler toplamında fark azalıyor diye düşünülebilir" şeklinde konuştu. Bakanlık tarafından getirilen ek verginin AB ile Gümrük Birliği'nin gereği olarak AB ülkeleri menşeli ve ATR ile ithalatı yapılan ayakkabılara uygulanmadığını söyleyen Şenocak, "Ayrıca Türkiye'nin EFTA Ülkeleri-İsviçre, Norveç, İzlanda-, İsrail, Makedonya, Bosna Hersek, Fas, Tunus, Filistin, Mısır, Gürcistan, Arnavutluk, Karadağ, Sırbistan, Ürdün, G. Kore ve Morityus gibi ülkelerle serbest ticaret anlaşmaları olup bu ülkeler menşeli ayakkabıların ithalatında da ilave vergi muafiyeti var" dedi.

"Kapasite kullanım oranları artacak"

Hükümetin belirlediği oranların referans fiyatlarının kalkmasıyla eskiye oranla beklenenden biraz daha iyi olduğunu ifade eden Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASSD) Başkanı Hüseyin Çetin, ithalatın azalmasıyla birlikte Türkiye'deki üretim kapasite kullanım oranlarının artacağını belirtti. Kapasite kullanım oranları arttıkça birim başına düşen maliyetlerin de düşeceğini belirten TASSD Başkanı Çetin, bu maliyetlerle birlikte yerli üreticinin daha öncekinden çok daha ucuza ayakkabı satmaya başlayacağını, bu satışla birlikte bu durumun perakendeye de yansıtacağını kaydetti. 2006 yılında çıkan korunma önlemi ile ithalatta yüzde 100 bir artış yaşandığının altını çizen Çetin, "Korunma önlemlerinin ithalatın engellenmesine muhakkak katkısı olmuştur. Fakat koruma önlemleri maalesef sektöre yeteri kadar çare olmamıştır. Bu yüzden şu anda getirilen ek vergi koruma önlemlerine nazaran çok daha iyi ve belirleyici bir özellik taşıyor" diye konuştu. Ek vergi ile birlikte sektörde yüzde 30'luk büyüme beklentisinin söz konusu olduğunu

dile getiren Çetin, "Hem Başbakanımıza hem Ekonomi Bakanımıza 90 bin kişi istihdam sözü verdik. 2023 yılında bizim en son revize ettiğimiz 2 milyar doları, ayakkabı sektörü için 2,5 milyar dolara çıkardık. Ek vergi ile hem hedeflerimiz revize edildi hem de 6.Bölge'ye yatırım yapmanın önünün açıldığını düşünüyoruz" ifadelerini kullandı.

"Türkiye ayakkabıda Orta Doğu'nun üretim üssü olacak"

İthalata tamamen karşı olmadıklarını belirten Hüseyin Çetin, "Türkiye'ye ithal yolla giren ayakkabıların yüzde 85'i maalesef Çin, Vietnam ve Endonezya'dan geliyor ve bu ayakkabıların da büyük bir kısmı hem Türk ayak yapısına uygun değil hem de kullanılan malzemelerden dolayı ayak sağlığı açısından tehlike arz ediyor" dedi. Ek verginin özellikle Uzak Doğu'dan gelen ürünler için konulmuş bir vergi olduğunu söyleyen Çetin, "Bu ek vergi ile birlikte sektörün önümüzdeki dönemlerde Ar-Ge'ye, inovasyona ve tasarıma daha çok odaklanacağını ve Türkiye'deki işletmelerin de KOBİ tarzından çıkıp çok daha büyük yapıdaki işletmelere geçeceğini düşünüyorum. Ayakkabı sektörünün ihracatının önümüzdeki dönemlerde çok daha artacağını tahmin ediyorum. Türk ayakkabı sektörünün dünyada 8'inci, Avrupa'da 1'inci üretim merkezi olması sebebiyle Orta Doğu'nun ayakkabı üretim üssü olacağına inanıyorum" değerlendirmesinde bulundu.



Ek vergi kararı ile ithal edilen deri ayakkabılara yüzde 50 ile minimum 5 dolar, suni deri ayakkabılara ise yüzde 30 ile minimum 3 dolar ek vergi getirildi.

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 İg Hansi No: 22/3
Mertler - İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 637 48 94
Fax: +90 212 637 48 98

**SHOWROOM
OSMANBEY**

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

İHRACATÇI FİRMALARIN GÜMRÜKTE BÜROKRATİK PROSEDÜRLERE TAKILMADAN HIZLI BİR ŞEKİLDE İHRACAT YAPMALARI İÇİN GELİŞTİRİLEN “YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ STATÜ BELGESİ”NE SAHİP OLAN İLK HAZIR GİYİM FİRMASI GÜR MEN GİYİM OLDU. FİRMA BU BELGE SAYESİNDE ÜRÜN TESLİMATINDAN İKİ GÜN GİBİ ÖNEMLİ BİR FARK YAKALAYACAK.



GÜR MEN GİYİM'DEN İHRACATTA BİR İLK

İhracatçı firmaların ürün teslimatlarını bürokratik işlemleri aşarak daha hızlı yapabilmesi için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından 2013 yılında “Yetkilendirilmiş Yükümlü Statü Uygulaması” başlatılmıştı. Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü, gümrük yükümlülüklerini yerine getiren, kayıt sistemi düzenli ve izlenebilir olan, mali yeterlilik koşullarına sahip olan, emniyet ve güvenlik standartları olan, otokontrolünü yapabilen firmalara gümrük işlemlerinde birtakım kolaylıklar tanıyan bir statü konumunda. Şimdiye kadar çeşitli sektörlerde 13 firma bu belgeyi almaya hak kazanırken, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe belgeyi

alan ilk ve tek firma ise Gürmen Giyim oldu. Bünyesinde Ramsey ve KİP gibi hazır giyim ve erkek moda markalarını barındıran firmanın İcra Kurulu Üyesi Yasemin Gür Solmaz, Türkiye'nin hazır giyim ihracatının fast fashion kavramı ile birlikte her zamankinden daha fazla zamana odaklandığı için Yetkilendirilmiş Yükümlü Statü Belgesi ile gümrük işlemlerinin olabildiğince kısaltılmış olmasının önemine vurgu yapıyor. Türkiye'de birçok hazır giyim firmasının Yetkilendirilmiş Yükümlü Statü Belgesi alabilecek kriterlere sahip olduğuna dikkat çeken Solmaz, “Şayet bu belge sadece birkaç firma da olursa Türkiye ihracatı için çok

anlamı olmaz. Biz bu konuda öncü olmayı önemsiyoruz, ama Türkiye'de katma değerli ihracat için takipçilerimizin çok olmasını umuyoruz” diyor.

Belge, ihracatı iki gün kısaltacak

Gürmen Giyim'in Turquality uygulamasına giren ilk hazır giyim firmalarından da biri olduğuna değinen Yasemin Gür Solmaz, Ramsey markalarıyla TİM'in İnovalig uygulamasında da yer aldıklarına değiniyor. Tekstil ve hazır giyim firmalarının ihracatta başarıyı yakalamasının inovatif faaliyetlerle olacağına inandıklarını belirten Solmaz, “Bunun için biz inovasyona çok önem veriyor, bu alana

“YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ STATÜ BELGESİNİ ALAN FİRMA SAYISI AZ OLURSA BUNUN TÜRKİYE İÇİN BİR ANLAMI OLMAZ. BUNUN BİRÇOK FİRMAYA YAYILMASI LAZIM Kİ TÜRKİYE İÇİN BİR ARTI DEĞER YARATSIN. BU SADECE BİR FİRMADA OLURSA SADECE SÖZ KONUSU FİRMAYA YARARI OLUR. BU KONUDA TAKİPÇİLERİMİZİN OLMASINI ÇOK ÖNEMSIYORUZ.”

da oldukça yatırım yapıyoruz. Avrupa Birliği ülkelerine baktığımızda uzun süredir bu ülkelerin aralarındaki ticareti çok kolay bir şekilde yaptıklarını görüyoruz. Maalesef biz AB kapsamı dışında olduğumuz için bir çok bürokratik prosedür ve gümrük işlemlerine tabii oluyoruz. Bu durum hem fiyat hem de zaman açısından dezavantaj yaratıyor. Gümrük işlemlerinin uzun sürmesi nedeniyle Türkiye'nin fast fashion kavramı ile sağladığı avantajlı durum zora sokuluyor. Çalıştığımız yurt dışı firmalar bizi Bulgaristan, Romanya gibi ülkelerin mesafesi ile kıyaslıyorlar. O ülkelerde böyle bir gümrük işlemi sorunu yok tabii. Devletin koyduğu belli kurallar çerçevesinde bu belgeyi alan bir firma olarak ihracatta iki gün kazanmış olacağız. İki gün hem ihracat yaptığımız firma için hem de yurt dışındaki mağazalarımız açısından oldukça önemli bir vakit. Böylece İstanbul'dan pazartesi günü çıkardığımız malı cumartesi günü satışa sunabileceğiz. Hazır giyim sektöründe hafta sonu satışlarının önemini göz önünde aldığımızda bu uygulamanın önemi daha açık bir şekilde ortaya çıkmış olacak” diyor.

Belge için temel kriterler neler?

Yetkilendirilmiş Yükümlü Statü Belgesi'ni alan ilk hazır giyim firması oldukları için çok meşakkatli bir süreç yaşadıklarını belirten Yasemin Gür Solmaz, “Bundan sonra bu belgeyi almak için başvuruda bulunan firmalar, bu belgeye daha kolay sahip olacaklar. Biz ilk olduğumuz için bir öğrenme sürecinden geçtik diyebiliriz. Bu belgeyi hem ithalat hem de ihracata yönelik olarak alan tek firmamız aynı zamanda” diyor.

Devletin bu belgeyi vereceği firmaların alt yapısının sağlam olmasını istediğini belirten Yasemin Gür Solmaz, “Devlet, bu belgeyi alacak firmaların kurumsallaşmış, dışarıdan takip edilebilir database sisteminin olmasını, fabrikanın dışarıdan kameralar ile gözlemlenmesini, ISO 9001, bilgi güvenliği, ISO 27001 ve görsel kimlik istiyor. Kısacası devlet bir ürünü üretimden ihracata kadar kağıt üzerinden takip etmek istiyor. Türkiye’de birçok firmanın bu belgeyi kolaylıkla alabileceğini inanıyoruz. Bu konuda biz firma olarak öncü olduk. Tabii bu belgeyi alan firma sayısı az olursa bunun Türkiye için bir anlamı olmaz. Bunun birçok firmaya yayılması lazım ki Türkiye için bir artı değer yaratsın. Bu sadece bir firmada olursa sadece bir firmaya yararı olur. Bu konuda takipçilerimizin olmasını çok önemsiyoruz” dedi. Kendilerinin Avrupa’daki müşterilerini bir yıldır bu tarz bir

belge alacakları konusunda bilgilendirdiklerini belirten Yasemin Gür Solmaz, “Onlarda Türkiye’den mal alırken zaman zaman gümrüklerde sıkıntılar yaşadıkları için bu durumu çok önemsiyorlar. Müşterilerimiz bu belge ile başlayacak olan süreci dört gözle bekliyor. Bu belge sayesinde yakalayacağımız hız bizi rakiplerimiz karşısında avantajlı konuma getirecek. Özellikle Türkiye’ye den ürün alan yabancı müşteri ilk önce ürün teslimatınızda ki sürenize, dakikliğinize daha sonra ülkenin potansiyeline bakıyor. Eğer biz teslimat süresini aşağı indirebilirsek daha fazla kâr elde edebiliriz. Zaten bu sürekli olarak bizim stratejilerimiz içerisinde yer alıyor” diyor.

Kastamonu’nun gururu: Gürmen

Gürmen Giyim’in 1985 yılında küçük bir imalatçı firma olarak İstanbul’da kurulduğunu belirten Yasemin Gür Solmaz, daha sonra yatırımlarını memleketleri olan Kastamonu’nun Araç ilçesine kaydardıklarını ifade ediyor. Araç’taki fabrikalarında şu anda 350 kişinin istihdam edildiğini belirten Solmaz, 1992’de Karabük’te açtıkları fabrikada da şu anda 900 kişinin istihdam edildiğini belirtiyor. 2010 yılında da Kastamonu’da bir gömlek fabrikası açtıklarını orada da 270 kişinin istihdam edildiğine değinen Solmaz, bölgede demir çelik ve devlet işletmelerinden sonra en büyük işletmelerin kendi firmalarına ait olduğuna dikkat çekiyor. Bölgede yaptıkları yatırımlar ile birlikte tersine göçün yaşandığına dikkat çeken Yasemin Gür Solmaz, “Bölge için önemli bir şirketiz. İhracatta da çıtamızı her sene yükselttik. Katma değerli ihracat yapıyoruz. Zaten ta-

kım elbise ve nitelikli ürün ürettiğimiz için müşteri portföyümüz daha farklı oluyor. Biz genellikle ihracatta markalara yönelik çalışıyoruz. Ürünlerimiz Avrupa’da çok ilgi gören bir konumda. İnovasyona dayalı üretim yaptığımız için müşterilerimiz bizden vazgeçemiyor. Bu inovatif çalışmalarını aynı zamanda Ramsey ve KİP markalarımıza da uyguluyoruz” diyor.

İnovasyon ile yol almak şart

Ramsey markası ile uluslararası pazarlarda büyümeye devam ettiklerini belirten Yasemin Gür Solmaz, yurt içi ve yurt dışında toplam 100’ün üzerinde mağazaya ulaştıklarını belirtiyor. KİP markasını da 1994 yılında kendi bünyelerine katıklarını söyleyen Solmaz, bu markayı da kendi stratejileri çerçevesinde geliştirmeye devam ettiklerini belirtiyor. Hem kendi markaları ile hem de yurt dışında ki müşterilerine yönelik üretim yaparak ihracat yaptıklarına değinen Solmaz, “Doğrudan kendi markamız ile yaptığımız ihracat yüzde 50 gibi bir düzeyde bulunuyor. Biz Türkiye’de Turquality uygulamasına dahil olan ilk hazır giyim firmalarından birisiyiz. Bu markalarımızı geliştirmek ve büyütme için gerekli her türlü yatırımı yapmaya hazırız. Özellikle ihracatta Doğu Avrupa’da daha çok bilinen bir firmamız, “Batı Avrupa’da yaygınlaşmak çok kolay değil. Bir doyunluk ve kriz durumu var orada. Bunun için biz markamızın daha iyi algılanabilecek ve önümüzün açık olabilecek pazarlarda uğraş veriyoruz. Özellikle Ortadoğu, Rusya ve Türkiye Cumhuriyetler’de de önümüzün açık olduğunu görüyoruz” diyerek sözlerini tamamlıyor.



YASEMİN GÜR SOLMAZ
Gürmen Giyim
İcra Kurulu Üyesi

LONDRA TEKSTİL FUARI'NA İLGİ ARTIYOR

AVRUPA'NIN TEKSTİL ÜRETİCİLERİNİ,
TASARIMCILARINI, DİSTRİBÜTÖRLERİNİ
TEK ÇATI ALTINDA TOPLAYAN EN PRESTİJLİ
TEKSTİL FUARI OLAN "THE LONDON TEXTILE
FAIR"İN BU YIL TEMMUZ AYINDA DÜZENLENEN
İKİNCİ DÖNEMİNE DE TÜRKİYE'DEN TEKSTİL
FİRMALARI YOĞUN İLGİ GÖSTERDİ.



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 16-17 Temmuz tarihlerinde 11'inci kez düzenlenen "Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı"na (The London Textile Fair) milli katılım çerçevesinde 37 Türk tekstil firması ile katıldı. The London Textile Fair, 11 dönemdir tüm Avrupa'dan gelen tekstil üreticileri, tasarımcıları ve distribütörlerini tek çatı altında toplayan ve Londra'da düzenlenmekte olan en büyük ve en prestijli tekstil fuarı konumunda bulunuyor. The Business Design Centre'de gerçekleşen The London Textile Fair bu dönemde 3 bin 442 ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Konu olarak tekstil ve aksesuarlarını kapsayan, bu dönem 318 katılımcı firma ve tasarımcının katılımıyla gerçekleşen fuar, Avrupa tekstil pazarı için önemli bir giriş noktası teşkil ediyor. İTHİB de bu fuara gerçekleştirdiği milli katılımı, Türk tekstil firmalarını en büyük ihracat pazarı olan Avrupalı üreticiler ile buluşturmayı, bu pazarda Türkiye'nin yerini koruyarak payını daha da artırmayı ve 2023 için hedeflenen ihracat rakamlarına ulaşabilmek için etkin ticari bağlantılarını kurmayı hedefliyor.

Avrupa ile daha etkin bağlantı

Bilinen fuar organizasyonlarından çok daha farklı; ikili görüşmeler mantığında düzenlenen, ürünlerin küçük alanlarda sergilendiği, ikili görüşmeler halinde farklı bir fuar konsepti yaratan Londra Tekstil ve Aksesuarları Fuarı, bu konsept ile katılımcı firmalara hem maddi açıdan, hem de pek çok firmaya erişme, iletişime geçme konularında oldukça kolaylık sağlıyor.

Fuar farklı yapısı ile dikkat çekiyor

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

Fuarın bir diğer özelliği de standart kapalı/açık standlı bir fuar olmaması. Katılımcılara masa ve askılık sağlanan ve katılımcı ile ziyaretçi arasında B2B ikili görüşmeler şeklinde geçen bir fuar. Bu şekilde firmaların fuar maliyetleri düşürülürken, katılımcı ve ziyaretçiler arasında hızlı iletişim imkanları sağlanıyor.



Özellikle Avrupa pazarına giriş için önemli bir organizasyon olan fuar, ilgili alıcılar, acenteler ve tasarımcılar tarafından yakından takip ediliyor. Türkiye'den toplam 68 firmanın yer aldığı fuara İTHİB bünyesinde katılan firma sayısı ise 37 oldu. 66 Türk firması fuarın tekstil bölümünde, 2'si ise aksesuar bölümünde yer aldı. Toplamda 318 firmanın katıldığı fuara; başta Türkiye olmak üzere, Portekiz, İskoçya, İtalya, Fransa, Almanya, Bulgaristan, İngiltere, İsviçre, Avustralya, Litvanya, Yeni Zelanda gibi dünyanın çeşitli ülkelerinden katılım sağlandı.

İTHİB'in tanıtım faaliyetleri hız kesmiyor

Türk firmalarını öne çıkarmak için birçok etkinlik düzenleyen İTHİB, fuarın ilk gününün sonunda fuar idaresi birlikte parti düzenledi. 1970'lerin konseptinde gerçekleşen partide renkli görüntüler ortaya çıktı. Katılımcı firmaların yer aldığı salon önünde ve girişinde 2 adet banner fuar alanında sergilendi. Milli katılım organizasyonu içerisinde yer alan firmaların detaylarının yer

aldığı katalog İTKİB info-standında ve fuarın diğer alanlarında ziyaretçilere ücretsiz olarak dağıtıldı. İTHİB tarafından düzenlenen her milli katılım organizasyonunda olduğu gibi bu dönem de Birlik için tahsis edilen alanda katılımcı firmalara fuar esnasında her türlü desteği verebilmek için info-stand alanı kuruldu. Fuar idaresinin firma veri bankası kullanılarak, basına da duyuru yapıldı.

Tekstilin tüm aktörleri bu fuarda

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



Katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli açısından Londra'da düzenlenen en büyük tekstil fuarı olan The London Textile Fair'ın bu dönemine İTHİB bünyesinde 37 firma katıldı.



DR. VEHBİ CANPOLAT
Migiboy Tekstil /Yönetim Kurulu Baş.

FUAR HER ZAMANKİNDEN DAHA KALABALIKTI

Lokal bir fuar özelliği taşıyan bu fuara gelenlerin yüzde 90'ı gerçek alıcılardan oluşuyor. Gezmek bakmak için gelinen bir fuar değil. Dolayısıyla ben çok yararlı olduğunu düşünüyorum. Geçmiş dönemlere oranla daha kalabalık olduğunu gözlemledik. Beklediğimiz oranda müşteriye ulaştık. Burada her çeşit kumaşın sergilendiğini görüyoruz. bu fuarda bizde örme kumaş üreticisi olarak ürünlerimizi sergiledik. Avrupa'nın daha ihtisas fuarlarından biri konumunda. Avrupa'da büyük fuarlar insanların gezmeye, trendleri yakalamaya çalıştıkları fuarlardır. Ancak bu fuar doğrudan alıcıların geldiği daha özellikli bir fuar konumunda.



DERVA YARANGÜMELİ
Yarangümelî Tekstil/Firma Sahibi

FUAR HER ZAMANKİ GİBİ BAŞARILIYDI

Genel anlamda Londra Tekstil Fuarı'nın daha önceki dönemlerdeki gibi yine çok verimli geçtiğini söyleyebiliriz. Fuarda koleksiyonlarımızı sergiledik, müşterilerimiz beklediğimiz ilgiyi gösterdiler. İleriki dönemlerde ise fuara daha büyük alıcıların gelmesini umut ediyoruz. Bu etkinliğin klasik fuar havasının dışında gelişen bir fuar olmasını son derece önemsiyoruz. Yüz yüze görüşmeler sayesinde müşterilerle samimi bir ortamda buluşmuş oluyoruz. İngiltere pazarındaki müşterilerimiz ile yakın ilişki kurmamızı sağlayan bu fuar, tekstil sektörünün de üzerinde durması gereken bir platform.



ONUR ATEŞ
Bezsan Tekstil /İhracat ve Satış Sorum.

İTHİB'İN EN BAŞARILI FUARLARINDAN

Londra Tekstil Fuarı, İTHİB'in katılım sağladığı en iyi fuarlardan biri konumunda. İngiliz pazarındaki tüm alıcılar üst düzey şekilde bu fuara katılıyorlar. Bu fuarın konseptinin gelecekte diğer fuarlara da uygulanacağını tahmin ediyorum. Müşteriler ve firmalar birbirleriyle ikili görüşmeler şeklinde bir araya gelebiliyorlar. Fuara katılım masraflarının düşük olması da fuara katılan firmaların az masraf ederek, çok fazla müşteri ile görüşmelerine imkan sağlıyor. Londra Tekstil Fuarı'nın bu döneminde de bu etkinliğin Türkiye'den katılan firmalar için çok önemli bir ticari ilişki noktası olduğu bir kere daha görülmüş oldu.



SELEN ATILGAN İŞGÖR
BTD Tekstil Genel Müdür Yardımcısı

FUAR GÖRSEL OLARAK DAHA GÜÇLÜ OLMALI

Londra Tekstil Fuarı'nın kendine has yapısı nedeniyle maliyetli bir fuar değil. Bu anlamda maliyet ile fuarın bizlere katkısının uyumlu olduğunu söyleyebiliriz. Çok fazla masraf yapmadan Avrupalı birçok müşteri ile karşılaşma fırsatı yakalayabiliyoruz. Ancak çok önemli alıcı olarak tanımladığımız birçok firmanın da fuara ilgisinin olmadığını da söyleyebiliriz. Yeni müşteriler ile karşılaşmak ve bu tarz bir fuarda yer almayı önemsiyoruz. Fuarın her geçen gün daha çok geliştiğini gözlemliyoruz. Fuarın görsellik anlamında daha da güçlendirilmesi belki daha iyi olabilir ancak o zamanda maliyetler konusunda sıkıntı yaşanabilir.

KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAS
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi No: 5/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

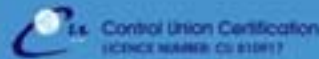
HER BOY

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

TÜRKİYE İÇİN ÜRETİYORUZ
1952'den
bugüne
DÜNYA İÇİN ÖRÜYÖRÜZ

Makina Parkuru

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



özme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

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



500 YILLIK GELENEĞE SANATSAL BAKIŞ

DERİ TANITIM GRUBU, ÜNLÜ MODA DERGİSİ L'UOMO VOGUE İLE 100 SAYFALIK BİR 'ART BOOK' ÇALIŞMASINA İMZA ATTI. TANINMIŞ TÜRK MODA TASARIMCILARIYLA ÖZEL ÇEKİMLERİN YER ALDIĞI ART BOOK, EYLÜL AYINDA İTALYA'DA L'UOMO VE VOGUE DERGİLERİYLE BİRLİKTE DAĞITILACAK.



Türkiye'nin en eski ve köklü sektörlerinden biri olan deri, 500 yıllık bir geçmişe sahip. Yüzyıllara dayanan tecrübelerini ihracata yansıtmaya çalışan Türk deri sektörü, bu anlamda uluslararası platformlarda tanıtım projelerine ağırlık veriyor. Türk deri markalarının iç ve dış pazarlarda tanıtım, pazar ve ihracat potansiyelini artırmak için çalışmalarını tam hız devam ettiren Deri Tanıtım Grubu (DTG), ünlü moda dergisi İtalya L'Uomo ve Vogue ile önemli bir çalışmaya imza attı. DTG ve Vogue ekibi, ek olarak dağıtımı yapılacak 100 sayfalık bir 'Art Book' hazırladı. DTG'nin büyük önem verdiği bu projede, Türkiye'nin mimariden tekstile farklı alanlarda tanınmış tasarımcılarının deri kullanarak gerçekleştirdikleri tasarımlara dair özel çekimler yapıldı. Hem yurt dışında hem de Türkiye'de ses getirecek çalışmanın detaylarını DTG Başkanı - İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Erdal

Matraş ve DTG - İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı ile konuştuk.

Art Book projesine Turquality desteği

Türk derisinin tanıtımı için Vogue İtalya ile başlayan Art Book sürecini anlatan Deri Tanıtım Grubu (DTG) Başkanı Erdal Matraş, DTG olarak Ekonomi Bakanlığı'na, Tanıtım Grupları Başkanlığı'na teşekkür ederek, "Art Book projesinde Turquality'den çok ciddi destek alıyoruz. Projelerin bütçeleri bazen boyumuzu aşabiliyor. Buralarda Ekonomi Bakanlığı, Turquality, ihracat genel müdürlüğü bizi hiç yalnız bırakmıyor" dedi. Erdal Matraş, DTG olarak en asli görevlerinin Türk derisinin uluslararası pazardaki algısını yükseltmek, bilinirliğini artırmak ve mümkün olduğu kadar hem hedeflenen focus ülkelerde hem de yeni pazarlarda Türk derisinin tanıtımını yapmak olduğunu belirtti. 10 senedir bu amaçla kurulmuş ve

çalışan bir grup olduklarını ifade eden Matraş, "Son üç senedir kendimize deri ve deri ürünleri ithalatının ve imalatının yüksek olduğu 'focus ülkeler' belirledik. Bunların başında Çin, İtalya ve Rusya geliyordu. İlk önce bu üç pazara ciddi şekilde odaklanma kararı verdik. Bu ülkelerde de değişik ve güçlü tanıtım aktiviteleri yapmayı düşündük. İtalya için neler yapabileceğimizi düşünüürken, bu pazar biraz daha markaların yoğunlaştığı, kalitenin yükseldiği, ürünlerdeki kalitenin tanıtıma da yansıdığı bir bölge olduğu için stratejik danışmanlıklar aldık. Bunların sonucunda da önümüze böyle bir proje çıktı.

Haziran ayında İtalya'nın en önemli hazır giyim fuarlarından biri olan Pitti Uomo süresince dağıtılan Vogue L'Uomo dergisinde yer almak üzere Türkiye'nin hem eski kültürü hem de modern dönemini yansıtan bölgelerinde çekimler yapılarak, yedi sayfalık bir çalışma oluşturuldu " şeklinde konuştu.

Deriye hayatlarını adayanlar bu projede

Projenin sadece İtalya'nın değil, dünyanın en önemli moda dergilerinden bir tanesi olan İtalyan Vogue dergisi ile beraber sürdürülen üç ayaklı bir çalışma olduğunu söyleyen Matraş, "30 sayfadan oluşan birinci bölümde Türk deri endüstrisini tanıtan ve DTG mensupları tarafından birtakım açıklamalar bulunuyor. Söz konusu bölümde sektörün büyüklüğünü ve gücünü ifade etmeye çalıştık. Çalışmanın ikinci bölümünü, deriyi uzun zamandır kullanan hatta deriye ömrünü vermiş, deri ile özdeşleşmiş kişilere ayırdık. Bunların arasında Gaziantep'te yemenici Hayri Usta var. Yemeni çok tarihi bir iz ve rengarenk çeşitleri var. Bu yüzden de ayakkabıdan ayırdık. İkinci isim, Türkiye'nin çağdaş heykel sanatçısı Koray Ariş. Koray Ariş bugünlerde sanat hayatında 40'inci yılını kutluyor. Sanatçı 40 yıllık sanat hayatının neredeyse tamamını deri ve deri heykeller yaparak geçirmiş bir isim. Derinin kullanım alanlarını çeşitlendirebilmesi açısından bizi çok etkiledi. Bir diğer isim Zeynep Fadilloğlu; kendisi Türkiye'nin önde gelen, bilinen, sevilen üst düzey konumdaki mimarlarından bir tanesi. Onun bizim için özelliği şuydu; tasarımlarında kapı, masa detaylarında bile deriyi tercih ediyor olmasıydı. 4'üncü isim ise moda tasarımcısı Arzu Kaprol. Kaprol'u projenin son bölümündeki modacılar gibi aynı segmentte görmedik. Hem uluslararası moda haftalarında gerçekleştirdiği defilelerde DTG'nin desteğini almasının ardından koleksiyonlarında özellikle deriyi daha fazla öne çıkarması, deriyi ne kadar çok sevdiğini ve bu uğurda çalışan biri olduğunu bizlere göstermesi Kaprol'u tercih etmemizde de önemli



ERDAL MATRAŞ
DTG Başkanı

"Art Book çalışmasında Türkiye'nin en eski ve köklü sektörlerinden bir tanesinin, ne kadar sağlam temellere dayandığını, ihracatını, kapasitesini, iş gücünü ve teknolojik yatırımlarını en etkin bir şekilde anlattık."

nedenler arasında yer alıyor" diyerek Art Book'un iki bölümü hakkında bilgi verdi.

500 yıllık köklü geçmiş

Art Book'ta en fazla sayfanın üçüncü bölüme ayrıldığını ifade eden Erdal Matraş, DTG ve Vogue ekibi tarafından birlikte belirlenmiş tasarımcı ekibi oluşturduklarını ve bu kişiler için 54-55 sayfalık bir bölüm ayrıldığını belirtti. Matraş, "Tasarımcı ekibimiz sekiz kişiden oluşuyor. Bu isimler; Bora Aksu, Hakan Yıldırım, Gül Ağış, Aslı Filinta, Tuba Ergin, Ece Gözen, Zeynep Tosun ve Emre Erdemoğlu. Bu tasarımcılar projeye özel deri koleksiyonları hazırladılar. Türk tasarımını deri ile birleştirerek dışa vuracak bir çekim gerçekleştirdik. Mekanları da yine aynı itinayla çektik. Kapalıçarşı, Topkapı Sarayı, Çağaloğlu Hama-

mı, Eminönü gibi tarihi mekanların yanı sıra Kanyon, Akaretler gibi daha çağdaş, modern yerlerde de çekimler yaptık" diye konuştu. Türkiye'nin İtalya'ya olan deri ve deri mamulleri ihracatının her geçen gün arttığını söyleyen Matraş, böyle bir çalışma ile doğru bir yolda olduklarını belirtti. Art Book'un 5 bin adedinin Türkiye'deki fuarlara dağıtılmak üzere söyleyen Matraş, "Deri imalatı Türkiye'de 500 yıllık bir geçmişe sahip. Türkiye'nin en eski ve köklü sektörlerinden bir tanesi. Bu çalışmada da Türkiye'deki deri endüstrisinin ne kadar sağlam temellere dayandığını, ihracat ve imalattaki gücünü, kapasitesini, ayakkabıda, saraciyede, konfeksiyonda, deride ne kadar kuvvetli sanayi bölgelerine, iş gücüne ve teknolojik yatırım sahip olduğunu anlattık" dedi.

Tanıtımda süreklilik şart

Fuarlarda çok sıcak anı cevap alabilecekleri aktivitelere imza attıklarını söyleyen Matraş, İtalya projesinin bugünden yarıya ölçülebilir bir reaksiyon alınabilecek bir proje olmadığını, uzun yıllara yayılan bir özelliğinin olduğunu belirtti. Matraş, bu noktada uzun vadeli bir yatırım yaptığımızı söyleyebiliriz. Neticede 500 senelik bir sektörden bahsediyoruz. Dolaşısıyla her tanıtıma hemen o sene, ertesi sene içerisinde geri dönüş olacakmış gibi değil, biraz vadeye yayılmış, algıyı yükselterek, akıllara zihinlere kazıyarak hesap etmiş olmamız lazım. Burada çok önemli bir şey var o da süreklilik. Çünkü bir defaya özgü olan tanıtım çalışmaları akıllarda kalması açısından çokta doğru bir hamle olmuyor. Ama bir tanıtımı sürekli yaparsak belli bir dönemin sonunda Türk derisine ilişkin algının oldukça yükseldi-



Hazırlanan Art Book'ta Türk ayakkabısından, saraciyeye, yemeniden konfeksiyona kadar birçok deri ürünü yer alıyor.



RUKEN MIZRAKLI
DTG Üyesi

“Bu iş birliği, Türk deri sektörünün birinci sınıf işçilik, esnek ve yüksek kaliteli üretim kabiliyeti yönleriyle olduğu kadar; moda ve tasarım özelinde de geldiği noktayı vurgulama adına çok etkili ve prestijli bir adım.”

ğini, deri denildiğinde akıllara gelen ilk ismin Türk derisi olduğunu göreceğiz” ifadelerini kullandı. Önümüzdeki yıllarda DTG olarak yapacakları çalışmalara da değinen Matraş, “Hiçbir projemizi 3 ila 6 ay gibi bir periyotla yapmıyoruz. En az bir veya iki fuar dönemi olarak, ki bu 1-1 buçuk sene arasını kapsar, projelendiriyoruz. Yurt dışında türk derisinin algısını yükseltmek üzere kurulmuş bir grubuz. Burada da bütün projelerimizin başta focus ülkeler dediğim İtalya, Rusya ve Çin olmak üzere, Japonya ve Amerika gibi pazarlarda birtakım aktiviteler yapmak istiyoruz. Japonya öncelikli olmak üzere artık ona da 4’üncü focus ülkemiz diyebiliriz. Yurt içinde artık pek sesleri solukları çıkmıyor diye düşünülebilir ama dediğim gibi bütün enerjisini ve finansmanını

yurt dışına harcamaya çalışan bir grubuz. Yurt dışında ‘Bu fuarda acaba ne yapacaklar’ diye merakla bekleniyor ve takdir ediliyoruz” şeklinde konuştu.

Projeye özel koleksiyonlar hazırlandı

DTG ile Vogue İtalya iş birliğinin temellerinin Kasım 2013’te gerçekleştirilen “8. İstanbul Deri Fuarı”na dayandığını söyleyen İDMİB ve DTG Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı, “Başkanı olduğum Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) patronajında gerçekleştirilen İDF’nin 2013 döneminde düzenlediğimiz etkinliklerden biri olan “Made in Turkey & Made in Italy, Pazarada Sinerji İmkânları; Deri+Yaratıcılık=Lüks” isimli panelin konuklarından birisi de Vogue Uomo İtalya’nın Genel Yayın Yönetmeni Gianluca Cantaro idi. İlk defa bu panelin davetlisi olarak ülkemize gelen Cantaro, İDF esnasında Türk deri sektörünün geldiği noktadan çok etkilenecek ortak bir çalışma yapma arzusunu dile getirdi. Akabinde, Vogue İtalya’nın efsanevi Genel Yayın Yönetmeni Franca Sozzani ile İtalya ve Türkiye’de bir araya geldik. Böylece Türk deri sektörünün algısını yukarı çekecek ‘Art Book’ çalışmasını hayata kazandırma fikri ortaya çıkmış oldu” diye belirtti. İlk etapta Vogue Uomo/İtalya’nın 2014 Haziran sayısında Türk deri sektörü ve DTG ile ilgili yedi sayfalık bir editoryal yayımlandığını ifade eden Ruken Mızraklı, Vogue İtalya’nın Eylül sayısı ile dağıtılmak üzere Türk deri sektörü ve markalarını tanıttıkları Art Book ile ilgili çalışmalara başlanıldığını söyledi. Mızraklı, “Art Book ile ilgili çekimler Temmuz başında İstanbul’da Vogue İtalya tarafından gerçekleştirildi. Stylingi Sarah Grittini tarafından yapılan çekimleri fotoğrafçı Philippe Vogelenzang gerçekleştirdi. Art Book’ta, Vogue İtalya’nın seçtiği Türk tasarımcılar Bora Aksu, Hakan Yıldırım, Gül Ağış, Ash Filinta, Tuba Ergin, Ece Gözen, Zeynep

Tosun ve Emre Erdemoğlu ile birlikte çalışıldı. Bu tasarımcılar sektörden deri konfeksiyon, ayakkabı ve saracıye firmaları ile eşleştirilerek tamamen Vogue Italia için özel bir koleksiyon hazırlandı” şeklinde konuştu.

“Doğru yoldayız”

Bu çalışmanın Türkiye’nin tasarım noktasında geldiği yeri göstermede doğru bir argüman olacağını söyleyen Ruken Mızraklı, Vogue İtalya gibi moda dünyasındaki yeri tartışılmaz bir yayın ile iş birliği içinde bu projeyi gerçekleştiriyor olmanın çok önemli olduğunu belirterek, “Bu iş birliği, Türk deri sektörünün birinci sınıf işçilik, esnek ve yüksek kaliteli üretim kabiliyeti ile birlikte; moda ve tasarım özelinde de geldiği noktayı vurgulama adına çok etkili ve prestijli bir adım. Son yıllarda markalaşmaya büyük önem veren, her fırsatta ‘Made in Turkey’ olgusunun altını çizen Türk deri sektörü bu çalışma ile inanıyorum ki çok daha geniş kitlelere kendini en doğru şekilde ifade etme şansı bulacak” dedi. Mızraklı, şöyle devam etti: “Türkiye yüzyıllara dayanan dericilik geleneği, içinde bulunduğu coğrafyanın kendisine özgü renkleri ve dinamikleri ile tasarımcıların yaratıcılığını her yönüyle besleyen ve teşvik eden bir yapıya sahip. Bu çeşitlilik ve kültürel mozaik Türk tasarımcılarının farklı, özgün ve öne çıkan koleksiyonlar üretmelerine de yardımcı oluyor. DTG olarak bizler Başkanımız Erdal Matraş’ın öncülüğünde, Türk deri sektörünü daha ileriye taşımak için, tasarımın ve markalaşmanın günümüzde ne kadar önemli olduğunu bilinciyle, uluslararası platformlarda öne çıkan tasarımcılarımızın işbirliğiyle, özgün tasarımlarla ve yükselen markalarımızın gücüyle ilerliyoruz. Türk tasarımcılarını ve özellikle yeni yetenekleri desteklemek için özellikle çaba sarf ediyoruz.”





KARTALTEPE MENSUCAT FABRİKASI T.A.Ş.
Demirhisar Cd. Baltaş Kılımcı San. Sitesi Murat Mah. No: 1/3 Bereç
Bayrampaşa - İstanbul/Türkiye
Tel: +90 212 543 63 40 / Fax: +90 212 572 08 47 / info@kilimdenim.com

Kilimdenim

www.kilimdenim.com

TASARIMCI HATİCE GÖKÇE'NİN DTG İLE HAYATA GEÇİRDİĞİ "THE LEATHER AGE - ANATOLIA ∞" PROJESİ PEKİN VE İSTANBUL MODERN'DE GERÇEKLEŞTİRİLEN LANSMANDAN SONRA ŞİMDİ DE 3-5 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA ŞANGAY'DA DÜZENLENEN "ACLE ALL CHINA LEATHER EXHIBITION" FUARINA KATILYOR.

ANADOLU MEDENİYETLERİ DÜNYA TURUNDA

Erkek modasında alışıldık kodları sorgulayan deneysel bir tarz benimseyen ve avangard bir yaklaşımla ezber bozmayı tercih eden tasarımcı Hatice Gökçe'nin elleriyle hayat bulan "The Leather Age - Anatolia ∞" projesi dünya turuna devam ediyor. Deri Tanıtım Grubu'nun (DTG) desteğiyle yola çıkan ve 8 medeniyetten hareketle, kadın ve erkek olmak üzere toplam 16 tasarımdan oluşan The Leather Age - Anatolia ∞, Çin'in en büyük ve en önemli deri ticaret fuarı "ACLE All China Leather Exhibition" fuarında 3-5 Eylül tarihleri arasında Shanghai kentinde sergilenecek.

1998 yılından beri düzenlenen sektörün en önemli alıcılarıyla satıcılarını buluşturan fuar; deri, bileşenleri ve aksesuarları, üretim ekipmanları ve araçları, makine ve teknoloji ve iş hizmetleri gibi geniş bir yelpazede sergilediği ürünlerle ziyaretçileri ile buluşuyor. Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB) ve Deri Tanıtım Grubu'nun (DTG) 32 Türk deri firması birlikte katılacağı fuara Hatice Gökçe Deri Tanıtım Grubu'nun standında The Leather Age - Anatolia ∞ projesiyle yer alacak.

Gökçe, geçmişle gelecek arasında organik bağ kurdu

Hitit, Lidya, Arzawa, Frig, İyon, Urartu, Asur ve Troya gibi bu topraklar üzerinde yaşamış sekiz medeniyetin yansımalarını deri yüzeyinde tekrar zamanımıza taşıyan ve uzun bir çalışmanın sonucunda ortaya çıkan "The Leather Age - Anatolia ∞" projesi geçmişin bilgisiyle günümüze ve geleceğe dair organik bağ kuruyor. Sadece tasarımların yaratım sürecine değil, bilgi toplamaktan şehir kültürüne kadar çeşitli süreçlere dair dokümanların arşivlendiği projede, Hatice Gökçe Anadolu Medeniyetleri Kütüphanesi'nde geçirdiği araştırma sürecinden, deri yüzeylerinin işlendiği tarihi deri atölyelerine kadar tüm sürecin seceresini tasarımlarına yansıtıyor.

Tüm dokuları özel ışık ve sergileme teknikleriyle deriye aktarıldığı ve derinin bir ayna gibi kullanıldığı ve işlenmiş her bir deri yüzeyindeki ayrıntıları görünebilir kılmak isteyen Hatice Gökçe, "tasarımlarla zaman geçirilebilmesi için" böylesi bir tercihte bulunduğunu söylüyor.

Tasarım sürecini derinleştiren bir proje

Kendi moda tarihi içerisinde irdelediği beden, kimlik ve teslimiyet gibi kavramları, bu sefer bu topraklara ait antropolojik bir okuma ile birleştiren Gökçe, gerek içerikte, gerekse tasarımları değerlendirme süresince elini taşın altına koyuyor. Birincil amacı "giyilebilirlik" olmayan ve mevcut moda'nın ticari kaygılarından uzak, tasarım sürecini derinleştiren ve yücelten bir proje olarak ortaya çıkıyor. Çekimlerinin fotoğrafçı Dağhan Gürkanlar tarafından gerçekleştirildiği The Leather Age - Anatolia ∞ projesi dünyayı gezmeye devam edecek. Çin, Tokyo, Milano gibi şehirlerde de yine aynı dikkatle, kimi zaman tasarım müzelerinde, kimi zaman açık sergi alanlarında sergilenerek mekanla ilişkiye geçecek ve moda'nın diğer sanat disiplinleriyle kesişim alanlarını tespit edecek.



HEM BENZİNDE HEM DİZELDE



%4

'E VARAN

DAHA
FAZLA YOL



✓ Bağımsız araştırma kuruluşları test etti, onayladı.

Yukarıdaki değer, tasarruf ve güç artışı sağlamak üzere geliştirilmiş Petrol Ofisi yakıtlarıyla katkısız yakıtlar karşılaştırılarak elde edilmiştir. Bağımsız test merkezlerinde ve bağımsız araştırma kuruluşu gözetiminde gerçekleştirilen testlerde katkısız yakıtlara göre benzin ürünleri için %4,6, dizel ürünleri için %3,7 yakıt tasarrufu sağlandığı tespit edilmiştir. Ayrıntılı bilgi için: www.petrolofisi.com.tr / 0800 211 02 29 - 0555 675 55 55



A close-up photograph of cotton bolls on a branch. The bolls are white and fluffy, with some brown, dried husks still attached. The background is a bright, out-of-focus sky. The text is overlaid on the bottom half of the image.

SEKTÖRÜN GÖZÜ PAMUK REKOLTESİNDE

TÜRKİYE PAMUK REKOLTESİNDE ARTIŞ OLACAĞI TAHMİNİ, GİDEREK ARTAN PAMUK İTHALATI, DÜNYADA DÜŞEN PAMUK FİYATLARI, BU DÜŞÜŞLERİN TEKSTİL ÜRÜNLERİNE YAPACAĞI OLASI YANSIMALAR GİBİ BİR ÇOK KONUYU SEKTÖR KURULU PAMUK DANIŞMANI SEBAHATTİN GAZANFER VE PAMUK KONSEYİ YÖNETİM KURULU ÜYESİ FATİH DOĞAN İLE DEĞERLENDİRDİK.

TÜRKİYE'NİN 2014/15 SEZONU PAMUK ÜRETİMİNİN 715 BİN TON CİVARINDA OLACAĞININ TAHMİN EDİLDİĞİNİ BELİRTEN SEBAHATTİN GAZANFER, TÜRKİYE'NİN SEZONLUK PAMUK ÜRETİMİNİ EN AZ 1 MİLYON TON DAHA ARTIRMASI GEREKTİĞİNİ VURGULADI.

Son 15-20 yıllık süreçte Türkiye'de pamuk üretimi yurt içi talebi karşılayacak ölçüde geliştirilemediği için üretim-tüketim dengesi ciddi ölçülerde bozulmuş durumda. Bu durum bir yandan önemli döviz kayıplarına neden olurken, diğer yandan hammadde olarak yaklaşık yüzde 60 oranında pamuk kullanılan tekstil ve hazır giyim sanayisinin küresel rekabet gücünü olumsuz etkiliyor. Tekstil sektörünün duayenlerinden Sektör Kurulu Pamuk Danışmanı Sebahattin Gazanfer Türkiye'nin çok güçlü bir pamuk üreticisi durumunda iken bugün geldiği yeri şöyle ele alıyor: "Bölgesel bazda, Türkiye'nin önemli pamuk üretim potansiyeli olan Büyük Menderes Havzası'nda yetiştirilen pamuğu işlemek üzere 1950'li yılların ortalarında Aydın Tekstil A.Ş. ile Nazilli Basma Sanayi A.Ş. gibi ortaklıklar kurulmuş. Öte yandan, 1960'lı yılların başlarında kurulan Devlet Planlama Teşkilatı başlattığı "5 Yıllık Kalkınma Planları" ve bu planlara bağlı yatırım programları ile ileride ülkenin en önemli istihdam ve ihracat kaynağını oluşturacak öncelikle tekstil, hemen arkasından hazır giyim ve konfeksiyon alanlarında hızla güçlenmesine uygun ortamı sağlamıştır. O kadar ki, 1974 yılında İngiltere, Türkiye'den gelen pamuk ipliği ihracatına kısıtlama getirme girişiminde bulunmuştur. Ancak bu ve benzer girişimler, Türkiye'nin tekstil alanında önlenemez yükselişini yavaşlatamamış. 1980'li yılların ortalarına doğru zamanın Avrupa Topluluğu ülkelerine Türkiye'nin pamuk ipliği ve ham bez gibi tekstil ürünlerinin ihracatını beklenenin üzerinde artırınca, "Topluluk" bu ürünlerin ihracatına kota kısıtlaması ve "asgari ihraç fiyat kontrolü" getirmişti. Bu gelişme paralelinde

ülkenin pamuk ihracatında başlayan artış, tekstilimizin yerli pamuğu ancak yüksek fiyatlardan almasına imkan sağlaması nedeniyle, pamuk ihracatına getirilen yüksek fonlar, üreticinin eline geçen gelirin düşmesine yol açmış, bu durum daha iyi gelir beklentisinde olan üreticilerin pamuk üretimlerini artırmaya yönelik şevklerinin giderek kaybolmasına neden olmuştu. Bu gelişmelerin son aşamasında özel sektör ilk pamuk ithalatını 1984 yılında gerçekleştirmiş, bu uygulama 1993 yılından sonra ülkemizi pamukta "net ithalatçı" (pamuk ithalatının ihracatından daha fazla olması) konumuna kalıcı olarak getirmiştir. Aradan geçen yaklaşık 15-20 yıllık süreçte, ülkemiz giderek kapasitesi artan pamuk tüketimi ile artan oranda pamuk ithalatına bağımlı olmanın kurtulamamıştır."

Pamuk ithalatı yükselişte

1 Ocak 1996 yılında AB ile başlatılan "Gümrük Birliği"nin, Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı açısından yeni bir ivme kazanımı anlamına geldiğini söyleyen Sebahattin Gazanfer, Türkiye'nin tarımsal ürün ihracatının AB'nin bu alandaki korumacı politikaları nedeniyle, çeşitli kısıtlamalara tabi olmaya devam ettiğine dikkat çekiyor. 1 Ocak 1995'te Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulması paralelinde imzalanan tekstil ticareti ile ilgili anlaşma çerçevesinde, 1 Ocak 2005'te tekstil ve konfeksiyonda uygulanmakta olan kota ve benzeri kısıtlamaların kaldırılmasının da başta Çin olmak üzere, Bangladeş, Hindistan, Pakistan, gibi ucuz iş gücüne sahip ülkelerin ihraç pazarlarının genişletilmesine büyük imkan sağladığına ifade eden Gazanfer, böylece Bangladeş'in, hazır giyim ihracatında dünyada



SEBAHATTİN GAZANFER
Sektör Kurulu Pamuk Danışmanı

ikinci sıraya yerleştiğini söylüyor. Türkiye'nin 2014/15 sezonu pamuk üretiminde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından Türkiye İstatistik Kurumu ile belirlenen rekolte tahminlerine göre; bazı pamuk tohumu üreticisi ve pazarlayıcı şirketlerin tahminlerine göre beklenen üretim rakamının 715 bin ton civarında elyaf pamuk olacağı yönünde görüş belirten Sebahattin Gazanfer, öte yandan Türkiye'nin 2013/14 sezonu (1 Ağustos 2013-30 Haziran 2014 tarihleri arasındaki 11 aylık dönemde) pamuk ithalatının toplam 861 bin ton olduğunu, böylece 803 bin ton olan 2012/13 sezonu 12 aylık toplam ithalat rakamının, 2013/14 sezonu 11 aylık toplam rakamı geride bıraktığına dikkat çekiyor.

Pamuk üretimi 1 milyon ton artmalı

Geride kalan 2013/14 sezonu (11 aylık dönemde) 861 bin ton olarak gerçekleşen pamuk ithalatının bile sezon içi tüketimini karşılamaya yeterli olmadığına dikkat çeken Sebahattin Gazanfer, bu durumun sezonluk pamuk üretiminin en az 1 milyon tona çıkması gerekliliğini ortaya koyduğunu söylüyor. Gazanfer sözlerine şöyle devam ediyor: "Türkiye'nin hektar başına elyaf pamuk üretiminin 1600-1700 kilogram olduğu dikkate alındığında, yaklaşık 1 milyon tonluk pamuk üretimi için 625 bin hektar ilave pamuk ekim alanına ihtiyaç duyulmakta. Sözü edilen ilave pamuk ekim alanlarının oluşturulması ancak GAP için düşünülebilecek bir alternatif olup, gerçekleşmesinin planlı ve özverili bir çalışma ile mümkün olabileceği açıktır. Bu arada,



PAMUKLA İLGİLİ FİYAT TAHMİNİNDE BULUNMANIN SON DERECE RİSKLİ VE BU TAHMİNLERE BAĞLI OLARAK ALINABİLECEK POZİSYONLARIN DA ÖNEMLİ SAYILABİLECEK PARASAL RİSKLERE YOL AÇABİLECEĞİNİ İFADE EDEN SEBAHATTİN GAZANFER, SADECE BEKLENEN EĞİLİMİN YÖNÜ HAKKINDA FİKİR YÜRÜTMEKLE YETİNMENİN DAHA DOĞRU OLABİLECEĞİNİ SÖYLÜYOR.



FATİH DOĞAN
Ulusal Pamuk Konseyi YK Üyesi

hala yüksek maliyetli olarak seyreden, akaryakıt, kimyevi gübre, kimyasal ilaç ve küçümsenmeyecek miktarda su ihtiyacının karşılanabilmesi “olmazsa olmaz” koşul olarak görülmelidir. Böyle bir çözümün gerçekleşmesi ile ülkemizin, halen yıllık en az 2 milyar dolar olan pamuk ithalat gideri kadar tasarruf sağlanmış olacaktır.”

Pamuktaki fiyat düşüşleri tekstile geç yansıyor

Küresel pamuk fiyatlarında beklenen düşüşün ana nedenlerinin başında Çin'in 2011/12 sezonundan beri ulusal rezerve oldukça yüksek fiyatlardan pamuk alımına son vermesinin etkili olduğunu söyleyen Sebahattin Gazanfer, bu adımlar paralelinde başta New York ve Çin Zangzhou “futures” fiyatları olmak üzere, “Cotlook ‘A’ Endeksi” ve diğer borsalarda belirgin düşüşlerin ortaya çıktığına dikkat çekiyor. “Ancak söz konusu düşüşler yukarıda belirtilen gerekçelere bağlı olup, uzun vadeli kalıcılığı yeni sezon rekolte durumlarının netleşmesiyle, fiyat gelişmelerinin daha belirgin bir biçimde açıklığa kavuşacağı düşünülmektedir” diyen Gazanfer, pamuk fiyatlarında ortaya çıkan fiyat düşüşlerinin tekstil sektörüne yansımalarının ise genellikle daha uzun bir süreci gerektirdiğini söylüyor. Pamuk fiyatlarının gerek yurt içi gerekse yurt dışı fiyat gelişmelerinden yakından etkilendiğini dile getiren Gazanfer, “Örneğin bir New York ICE Pamuk Borsası'nda oluşan kapanış fiyatları, ertesi gün öğleğin İzmir Ticaret Borsası Korbey'inde yansımalarını bulmakta, artış veya düşüş değerleri genellikle aynı yönlü olarak kapanış tahtasında görülebili-

yor. Pamukta görülen bu günlük artış ve eksilişler kapanış değerlerinde aynen görülse, tekstilciler ürettikleri pamuk ipliğinin satış fiyatlarını (bu artışlar belirli bir limit içerisinde kaldığı sürece) aynı anda iplik fiyatlarına yansıtıyor. Bunun nedenlerine ise şöyle sıralamak mümkün. İplikçinin üretimde kullanmakta olduğu pamuk partisinin paçal maliyeti defter kayıtlarından rahatlıkla çıkarılabiliyor. Bu maliyete göre bazen düşen pamuk fiyatlarına göre iplik fiyatlarında indirim yapması, var olan kâr marjını azaltabilecek hatta zararına satış yapması dahi söz konusu olabilecektir ki bu durumda bir süre daha bekleyip piyasa koşullarının netleşmesini beklemesi kendisi için daha ihtiyatlı bir yaklaşım olarak görülmektedir. Elinde mevcut pamuk stoku ile belli bir üretim ve satış planlaması yapmış iken, bu planda hemen değişikliğe gitmenin mantıklı olacağını düşünmemekte. Her iplikçinin satış portföyünde bulunan müşterilerin niteliği, taahhütlerine bağlılığı, borç ödeme tutarlılığı, sorunsuz çalışma alışkanlığı gibi niteliklerini dikkate alarak indirim yapıp yapmama kararını ona göre verebilmekte. Tersi durumlarda, yani pamuk fiyatlarında artışların ortaya çıkması halinde de benzer yaklaşım gösterilebilmektedir. Kuşkusuz iplik siparişleri alındıktan ve fiyatlar üzerinde karşılıklı olarak mutabakata varıldıktan sonra, bu akit aksine bir hüküm yoksa değişmez niteliktedir ve tarafların buna göre hareket etmesi beklenir. Bazı iplik kullanıcıları, örneğin dokumacılar veya trikoocular, üretim hatlarının düzenli olarak açık tutulabilmesi için iplik siparişlerini belirli bir süre öncesinden vermekte ve fiyatları kesin-

leştirilmektedir. Özellikle ihracata konu olan iplik satışlarında, alıcı bulunduğu ülkeye kadar ipliklerin nakliye ve gümrük işlemlerinde geçecek süreyi de dikkate alarak iplik teslim terminlerini iplikçisi ile kesinleştirdikten sonra bu termine uygun hareket ettiği sürece, sözleşmesine uygun davrandığı kabul edilir. Alıcının termine belirtilen malını zamanında çekmemesi, bu arada fiyatlarda aleyhte gelişme (alıcı için fiyat artışı) ortaya çıktığında bu durum sözleşmesinde belirgin bir hüküm olması halinde alıcısına bu farkı yansıtması da doğal kabul ediliyor.”

Pamukla ilgili fiyat tahmini yapmak zor

Pamukla ilgili fiyat tahmininde bulunmanın son derece riskli ve bu tahminlere bağlı olarak alınabilecek pozisyonların da önemli sayılabilecek parasal risklere yol açabilecek nitelikte olduğuna değinen Sebahattin Gazanfer, sadece beklenen eğilimin yönü hakkında fikir yürütmekle yetinmenin daha doğru olabileceğini söyledi. Dünya genelinde pamuk rekoltesine dair de Gazanfer şunları aktardı: “ICAC'ın tahminlerine göre 2014/15 sezonunda dünyada başlangıç stoklarının 20,58 milyon ton, dünya pamuk üretiminin 25,60 milyon ton, toplam arzın 46,18 milyon ton olacağı, dünya pamuk tüketiminin ise 24,51 milyon ton olacağı tahmini ile, devir stokunun 21.67 milyon ton olacağı anlaşılmakta. Bu değerlere göre, beklenmedik gelişmelerin ortaya çıkmaması halinde gelecek sezon sonunda yine Çin'in devir stokları nedeniyle fiyatlarda mevcut değerlere göre belli bir gevşemenin olması kaçınılmaz görülmüyor.”



“Taklit pamuk” üretilebilir

Pamuk fiyatlarının çok yüksek seyrettiği dönemlerde, polyester kullanımı ile üretim maliyetlerinin düşürülmeye çalışıldığının bir gerçek olduğunu ifade eden Sebahattin Gazanfer, bunun nedenini polyester elyaf fiyatları pamuk fiyatlarına göre yüzde 30-40 oranlarında daha ucuz olmasına bağlıyor. Türkiye’de pamuklu dokuma veya triko ürünlerine olan tercihte önemli bir azalma olacağını şahsen beklemediğini söyleyen Gazanfer, “Kuşkusuz tercihin polyestere kayması ihracatını çoğunlukla pamuklu elyaf üzerine kurmuş olan tekstil sektörümüz açısından çok olumlu bir gelişme olarak görmemiz mümkün değildir. Bununla birlikte halen Çin’de hükümete bağlı bir araştırma kuruluşunun, polyesterden pamuğa benzer özelliklere haiz elyaf “taklit pamuk” üretimi üzerinde çalıştığı duyularını da almaktayız. Henüz sonuçlanmamış olan bu araştırma çalışmalarının yakın gelecekte başarılı sonuçlarını görmemiz bizleri şaşırtmamalıdır. Kuşkusuz böyle bir durumda, polyesterden elde edilen “taklit pamuk” elyafının tüketici nezdinde nasıl bir izlenim bıraktığı önem kazanacaktır. Öte yandan yaklaşık 20 yıl önce elyaf tüketiminde pamuğun payı yüzde 48’lerde seyrederken, bu rakam yüzde 30’ların da altına inmiş” diyor.

“Better Cotton”, Türkiye’ye yarayacak

Ulusal Pamuk Konseyi tarafından Türkiye’nin “Better Cotton” (Daha İyi Pamuk) uygulamasına geçmesini de değerlendiren Sebahattin Gazanfer, kısa adı BCI olan “Better Cotton Initiative”in 2010 yılında ilk olarak gündeme geldiğinde, BCI üyesi birçok tanınmış perakende zincir kuruluşun, BCI’nin kuruluş felsefesini (daha iyi bir çevre, optimal oranda ilaç kullanımı, sürdürülebilir üretim v.s nedenlerle) destekledikleri için Türkiye’deki tedarikçilerinden kullanacakları pamuğun “BCI pamuğu” olması üzerinde ısrarlı olduklarını söylüyor. Sebahattin Gazanfer sözlerini şöyle devam ediyor: “Önemli müşterisini kaybetmeyi göze alamayan tekstilcilerimiz, ısrarla BCI pamuğunu üreten Hindistan veya Pakistan’da yerleşik BCI pamuğu üreticileriyle temas kurduklarında, kendilerine BCI pamuğunu ancak bir sonraki sezonda elde edileceği bilgisinin verilmesi üzerine, deyim yerinde ise “iki arada bir derede” kalmış, bu nedenle tekstilcilerimizden bazıları şahsımı aramış ve BCI’nin bu yanlış uygulaması hakkında şikayette bulunmuştur. Yanlış uygula-



manın ise henüz üretimi bile yapılmamış olan BCI pamuğunun birkaç ay sonra fabrikasında başlayacağı siparişlerinde kullanması gerektiği yönünde ısrar edilmesinden ileri geldiği anlaşılmıştır. ICAC bünyesinde bulunan Özel Sektör Danışma Kurulu’nun önceki yıllarda başkanlığını ve üyeliğini yapmış bir kişi olarak, bu anlamsız beklentinin üzerinde ısrarlı olan perakende zinciri sahibi yabancı kuruluşun ve bu tür şirketlerin üyesi oldukları BCI isimli oluşumla ilgili şikayetimizi, ABD’de düzenlenen ICAC toplantıları sırasında İcra Direktörü’nün de bilgisi tahtında bir Powerpoint sunuşla katılımcılara ortaya çıkan mevcut çarpıklığı dile getirmek ve bu çarpıklığa sebebiyet veren BCI yönetimini tenkit etmek zorunda kalmıştım. Sunuş sonrasında yanıma gelen bazı tanınmış büyük perakende zinciri firma yetkilileri kendilerinin BCI üyesi olmalarına rağmen bu yanlış uygulamadan haberdar olmadıklarını söylemişler, bu arada ICAC Türkiye heyetinde bulunan bazı meslektaşlarımız ise bu oluşumda Türkiye’nin de yer alması gerektiği yönündeki haklı düşüncelerini dile getirmişlerdi. Bu haklı çıkışımız, BCI’nin yaklaşık 1,5-2 yıl sonra üye ülke zincirine ülkemizi de katmasıyla sonuçlanmıştı. Bugün BCI, ülkemizi BCI pamuğu üretme konusunda gösterdiği yakın ilgi ve başarısı nedeniyle kutlamaktadır. Her şeyden önce bu başarıda çok önemli payı bulunan Ulusal Pamuk Konseyi’mizin değerli Başkanı Barış Kocağöz ve arkadaşlarımızı Hedef okuyucularımız nezdinde çok değerli çalışma ve gayretleri nedeniyle kutluyorum. Çünkü bu oluşum ile BCI pamuğu dünyada Cotlook A endeksi üzerinde belli bir pirim ile alınıp satılmaktadır ki, bu üretim hacminin artırılması ile üreticimizin eline geçecek gelirin de artacağı kuşkusuzdur.”

Pamuk fiyat düşüşünde ABD etkisi

Ulusal Pamuk Konseyi Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Doğan, son dönemde Çin’in pamuk ithalatını azaltması ve dünya pamuk üretiminde yaşanan olumlu havanın etkisi ile pamuk fiyatlarında bir düşüşün gerçekleştiğini söyledi. Pamuk fiyatlarındaki düşüşün son üç ay içerisinde hızlandığını dile getiren Doğan, “Bu sene fiyat düşüşlerindeki en büyük etken, Amerika üretim tahmininin 14 milyon balyadan 17,5 milyon balyaya yükseltilmesi ve en büyük ithalatçı Çin’in kendi stoklarını eritme politikası nedeni ile ithalatını 15-20 milyon balyalardan 10 milyon balya seviyelerine indireceği korkusundan kaynaklandı. Bu korkuya karşılık bir denge unsuru ise, geçen yıl 1,5 milyon ton üzerinde ihracat yapan Hindistan’ın, kendi dahili tüketimindeki artış nedeni ile bu rakamı yarıya indirmesi beklentisidir” dedi.

Türkiye pamuk ithalatında ikinci

Türkiye için 2013/2014 sezonunda 500 bin ton, 2014/15 sezonu için de 700 bin ton takribi üretim beyanlarının bulunduğu da değinen Doğan, kendisinin de yönetiminde olduğu Ulusal Pamuk Konseyi’nin daha sağlıklı tespit için Uydu Aracılığıyla Uzaktan Algılama yöntemini yaygınlaştırma çalışmalarına devam ettiğini de dile getirdi. Üretim artışı, tümü ile çiftçinin desteklenerek pamuk ekilebilir alanlarda, alternatif ürün ekiminden vazgeçilmesi ile mümkündür. Çin’in Dünya’nın en büyük pamuk ihracatçısı ve ithalatçısı konumunda olduğunu söyleyen Fatih Doğan, pamuk üretiminde Çin’i Hindistan ve Amerika’nın takip ettiğini dile getirdi. Doğan, ithalatta ise sıralamanın Çin, Türkiye ve Bangladeş olarak sıralandığına dikkat çekti.

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN NABZINI DOĞRU ANALİZ EDEREK, İHTİYAÇLARA DOĞRU ÇÖZÜMLER SUNABİLEN BİR EĞİTİM KURUMU OLAN İMA, HAYATA GEÇİRDİĞİ PROJE İLE MEZUNLARININ KARIYER GELİŞİMLERİNE KATKI SAĞLARKEN, SEKTÖRÜN DE NİTELİKLİ ELEMAN BULMA SORUNUNA ÇÖZÜM GETİRİYOR.

NİTELİKLİ İŞ GÜCÜNE İMA ÇÖZÜMÜ

Moda endüstrisinde tasarım sürecinin en önemli adımlarından biri, kalıp çıkarma ve model geliştirme. Profesyonelce hazırlanmış bir kalıp, tasarımı yapılmış bir ürünün serileştirilmesinde ve üretim sürecinin sonuçlandırılmasında çok önemli bir yerde duruyor. Kalıp çıkarma ve model geliştirme'nin moda tasarımının önemli bir ayağı olmasından yola çıkarak bu alanla ilgili bir program açan İstanbul Moda Akademisi (İMA), bu bölümün bir uzantısı olarak sektör için önemli bir projenin de altına imza attı. Türkiye'nin en yetkin moda okullarından İMA geçtiğimiz yıl sektörün ihtiyacını karşılamak üzere eğitimleri arasına kattığı "Moda Tasarımında Kalıp ve Model Geliştirme Programı"nın ilk etabını tamamladı. Okul, Moda Tasarımında Kalıp ve Model Geliştirme Programı, 2013-14 eğitim yılında firmaların destekleriyle oluşturulan havuzla, toplam sekiz Meslek Lisesi mezunu

öğrenciyi meslek sahibi yaptı. Kalıp çıkarmadan dikişe, 3D çizimden prova tekniklerine kadar tüm modelistlik mesleğini her yönüyle ele alan programın ilk mezunları şimdilerde Koton, İpekyol, Adil Işık, Astaş gibi Türkiye'nin önde gelen moda ve tekstil firmalarında stajlarını gerçekleştiriyor. Stajlarından sonra mezunlarının üzerlerinden elini çekmeyen İMA, hayata geçirdiği proje ile genç yeteneklerin tam zamanlı işlere yerleştirilmeleri konusunda da desteğini sürdürüyor.

Meslek Liseleri'nden temel bir donanımla mezun olan yetenekli gençlerin mesleki bilgi ve becerilerinin ileri seviyede geliştirilmesiyle yalnızca mesleki standartları güçlendirmeyen aynı zamanda bu mesleklerin sektörde bulacağı değeri sonuçlarıyla etkili bir şekilde ortaya koyan bu projenin, ikinci dönemini ise 2014-15 eğitim yılında açması planlanıyor.

Serap Mercan ve Sevdâ Erkek proje kapsamında firmalara yerleştirilen İMA mezunlarının şanslı isimleri arasında yer alıyor. Biz de Hedef dergisi olarak Astaş firmasından CAD/CAM Satış ve Pazarlama Müdürü Oktay Aşçı, Mavi İş Tekstil firmasının ortağı Enver Sedat Zaza ve Koton firmasında stajını yaptıktan sonra Mavi İş Tekstil firmasında çalışmaya başlayan Serap Mercan ile bir araya gelerek, projenin detaylarını konuştuk.

Sektörün kanayan yarası: nitelikli eleman

Astaş'ın İstanbul Moda Akademisi (İMA) ile yaptığı iş birliği hakkında bilgi veren CAD/CAM Satış ve Pazarlama Müdürü Oktay Aşçı, moda okulu ile uzun yıllara dayanan bir geçmişleri olduğuna dikkat çekerek zaman zaman bir araya gelerek toplantılar yaptıklarını belirtti. Oktay Aşçı, toplantılardan birinde İMA'nın sektörün modelist ihtiyacını karşılamaya yöne-

lik geliştirdikleri bir projelerinden bahsettiklerini ve bu kapsamda İMA ile yapacakları iş birliğinin sektöre büyük katkılar sağlayacağını düşündükleri için sürece destek olmaya karar verdiklerini söyledi. Astaş olarak sektörde eğitim ihtiyacını karşılamaya yönelik projeleri yakından takip ettiklerini ve desteklediklerini söyleyen Aşçı, “Bu kapsamda ne kadar çok eğitilmiş personel yetişirse CAD sistemleri gibi uzmanlık isteyen bir işte o kadar az eleman açığı olur ve tabii ki bu da bizim temsilciliğini yaptığımız ASSYST markasının CAD satışlarını olumlu yönde etkiler. İMA ile yapılan iş birliği sadece bizim açımızdan değil, sektör açısından da kazanımları yüksek bir proje oldu. Çünkü iyi eğitim almış, hem elde hem bilgisayarda modelistlik yapabilecek eleman bulmak şu an hazır giyim sektörünün en büyük sorunu. İMA'nın modelistlik sınıfı projesi sektörün bu sorununu gidermek üzere atılmış ilk ve büyük bir adım oldu” değerlendirmesinde bulundu.

“Sektör genç yetenekleri desteklemeli”

İMA'nın sektörün nabzını doğru analiz ederek ihtiyaçlara doğru çözümler sunabilen bir eğitim kurumu olduğunu söyleyen Oktay Aşçı, modelist yetiştirme projesinin en önemli ayağının eğitim gören kişilerin eğitim süresince İMA bünyesindeki atölyelerde, eğitim sonunda da marka değeri yüksek firmalarda pratik yaparak sektörü ve yapacakları işi tanıma fırsatı bulmalarının olduğuna dikkat çekti. Modelistliğin sadece eğitim olarak yapılabilecek bir meslek olmadığını kaydeden Aşçı, iyi bir eğitimin bu mesleğin temelini oluşturduğunu fakat alınan bilgilerin uygulanabileceği bir ortam yoksa



OKTAY AŞÇI
CAD/CAM Satış
ve Pazarlama
Müdürü

SEVDA ERKEK
İMA Mezunu

“İyi bir eğitim modelistliğin sadece temelini oluşturur. Alınan bilgilerin uygulanabileceği bir ortam yoksa, teorik bilgiler iş bulmada maalesef yeterli bir argüman olmuyor.”

teorik bilgilerin iş bulmada yeterli olmadığını söyledi. Bu konuda hazır giyim sektöründeki firmaların desteğinin büyük önem taşıdığını belirten Aşçı, “Eğitim alan öğrencilere pratik yapma imkânını sadece onlar sunabilir. Eğer firmalar önümüzdeki yıllarda modelist bulma konusunda sıkıntı yaşamak istemiyorlarsa iyi eğitim almış öğrencileri desteklemenin önemini iyi kavramalı” dedi. Aşçı, şöyle devam etti: “İMA'nın modelistlik sınıfından mezun olan bir arkadaşımızı firmamıza stajyer olarak değil, çalışan olarak aldık ve mezun olduğu günün ertesi günü işe başlattık. Böylece bir yıl boyunca aldıkları eğitim ile sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikleri kazanıp kazanmadıklarını test etme fırsatı bulduk ve bize göre sektöre girecek olan bu arkadaşlar önümüzdeki yıllarda iyi yetişmiş modelist ihtiyacını büyük oranda ortadan kaldıracak gibi görünüyor.”

“İMA'nın moda endüstrisine katkısı göz ardı edilemez”

İMA ile yapılan bu iş birliğinin markalarına büyük katkı sağlayacağını belirten Mavi İş Tekstil firmasının ortağı Enver Sedat Zaza, kaliteli eleman yetiştirmede bu iş birliğinin büyük yaradımı olacağını ifade etti. İş bilen personel yetiştirilmesi açısından bu tür iş birliklerinin son derece önemli olduğunu ifade eden Sedat Zaza, İMA'dan mezun olan Serap Mercan'ın şu anda firmanın bünyesinde çalıştığını söyledi. Türkiye'nin son yıllarda moda endüstrisinde yaptığı atımlarda İMA'nın katkılarını değerlendiren Sedat Zaza, “İMA'nın sektöre hazırladıkları nitelikli personellerin moda endüstrisine katkısının çok büyük olduğu düşüncesindeyim” dedi.

“Koton'la başlayan yolculuğum Mavi İş'le devam etti”

Koton firmasında stajını yaptıktan sonra Mavi İş firmasında çalışmaya başlayan Serap Mercan da söz konusu proje içerisinde yer aldığı için kendini çok şanslı hissettiğini dile getirdi. Mercan, “Şu an da çalışma hayatıma Mavi İş Tekstil firmasında devam ediyorum. İMA ve ASTAŞ'tan almış olduğum eğitimle işimi en doğru şekilde yapmaya sürdürüyorum” dedi. Tasarımcıların belli bir düzeyde eğitim veren yerlerden eğitim alarak profesyonel şekilde çalışma hayatlarına başladıklarını söyleyen Mercan, “Özellikle İMA bu yönde kaliteli bir eğitim verip öğrencilere ve firmalara iş konusunda tam destek sağlıyor” dedi. İMA'nın moda endüstrisine yetiştirdiği öğrencileriyle her yıl farklı bir boyuta geçtiğini belirten Mercan, “İMA, modada hayallerin gerçekleştiği bir yer. Öğrencilerin iyi bir eğitim alıp, iş hayatına emin adımlarla başlamasında da bir katkısı olduğunu söyleyebiliriz” dedi.



SEDAT ZAZA
Mavi İş Tekstil
Şirket Ortağı

SERAP MERCAN
İMA Mezunu

“Kaliteli eleman yetiştirmede iş birliği önemli. İMA'nın sektöre hazırladıkları nitelikli personellerin Türk moda endüstrisine katkısının çok büyük olduğu düşüncesindeyim.”



TÜRKİYE'NİN SINIR KOMŞUSU İRAK'TA DEVAM EDEN SİYASİ VE ASKERİ GERGİNLİK ORTAMI, BU BÖLGE İLE TİCARİ İLİŞKİLER İÇERİSİNDE OLAN SANAYİCİLERİN İHRACAT DEBİSİNİ DÜŞÜRDÜ. SİPARİŞLERİN AZALMASI, BAZI ANLAŞMALARIN ASKIYA ALINMASI VE GÜVENLİK GİBİ NEDENLERLE TÜRKİYE SÖZ KONUSU PAZARA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACATTA YÜZDE 46'LIK DÜŞÜŞLE KARŞI KARŞIYA KALDI.

Komşu ülkelerle sınırı olan ülkelerin karşılıklı olarak yaptığı özel bir dış ticaret şekli olarak tabir edilen sınır ticaretinin en önemli avantajlarından birisi malların kolay ve düşük maliyetle temin edilmesi olarak biliniyor. Diğer taraftan iki ülke arasında barış, huzur ve karşılıklı güven ortamının oluşturulması da sınır ticaretinden geçiyor. Bunların yanı sıra sınır ticaretinin bölgelerarası gelişmişlik farkını azaltma ve istihdam yaratma gibi ekonomiye olumlu etkileri de bulunuyor. Irak'a açılan tek ticaret kapısı olan Habur'un Türkiye için kilit önem taşıdığı herkes tarafından bilinen bir gerçek. Orta Doğu'nun, Türkiye üzerinden Avrupa ile ticaret ağının en önemli parçası olan kapı, yeni ve modern yüzü, kaliteli işletme anlayışı

KOMŞUDA NELER OLUYOR?

ile kalkınma sürecini daha da dinamik hale getiriyor. Yılda ortalama 600 bin, günde ise 2 bin 500 aracın ihracat çıkışının bir sınır kapısından gerçekleşmesi, Türk Gümrük Bakanlığı çalışanlarının ve yetkili Mülki İdare amirliğinin başarılı çalışmaları ile dünya çapında bir başarı olarak lanse ediliyor. Dünyanın en işlek sınır kapısı olan ABD-Meksika sınırındaki El Paso-Juarez sınır kapısı ile yarış halinde olan Habur Sınır Kapısı, son günlerde olumsuz gelişmelere sahne oluyor. IŞİD'in Irak'taki bazı yerleri ele geçirmesi, Türkiye'nin güneydoğusunda ekonomik dengelerin değişmesine neden oluyor.

Ekonomi Bakanlığı çözüm arayışında

Türkiye'den giden kamyonların Irak Bölgesel Kürt Yönetimi'nin bölgesinden öteye geçemiyor olması, ilgili makamları çözüm arayışlarına yönlendirdi. 8 Temmuz 2014 Salı Dış Ticaret Kompleksi'nde toplanan taraflar konuyu tüm yönleriyle ele alan bir toplantı gerçekleştirdi. Ekonomi Bakanlığı Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım, Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Tanık Sönmez, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü

Veysel Parlak, Ekonomi Bakanlığı Serbest Bölgeler Genel Müdürü Uğur Öztürk, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Gümrükler Genel Müdür Yardımcısı Mustafa Gümüş ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi'nin yer aldığı toplantıda, sorunların çözüme kavuşturulması için yapılması gereken çözüm önerileri katılımcılara aktarıldı.

Hint Okyanusu'na açılan en önemli kapımız: Irak

Hem Türkiye ekonomisi hem de ülke çıkarları açısından stratejik bir öneme sahip olan Irak'ın toprak bütünlüğünün korunması, güvenlik ve istikrarının tesisi, iç barışın sağlanması, ülkenin ekonomik refaha kavuşması, bölge açısından güvenlik ve refah üretebilen bir devlet haline gelmesi, komşularıyla ve uluslararası toplumla yeniden bütünleşebilmesi, Türkiye'nin Irak'a yönelik politikalarının temel değişkenlerinden biri olarak gösteriliyor. Irak ile Türkiye arasında 384 kilometrelik kara sınırı bulunuyor ve arada aktif olarak çalışan tek bir sınır kapısı bulunuyor o da Habur - İbrahim Halil Kara Hudut Kapısı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na göre; Irak

için Karadeniz'e, Kafkaslara ve Avrupa'ya açılan kapısı Türkiye... Türkiye için ise Irak; Körfez'e ve Körfez üzerinden Hint Okyanusu'na açılan en önemli kapılardan biri... Bu da ülkeler arası önemi ortaya koyuyor.

Alternatif güzergâhlar üzerinde çalışılıyor

Tüm bu olumsuz koşullara rağmen en azından çözüm yollarının geliştirilmeye çalışılmaya başlanması ihracatçı açısından sevindirici bir gelişme olarak algılanıyor. Ekonomi Bakanlığı; Irak'ın Orta ve Güney Bölgelere varışlı yüklerin ulaştırılması için ilgili kurum ve kuruluşlar ile koordineli bir şekilde alternatif güzergâhlar üzerinde çalışmalar başlattı. Bu kapsamda, Irak içinde oluşturulan İran sınırına paralel bir güzergâh ayrıca İran üzerinden Irak'a ulaşımı sağlayan iki güzergâh üzerine yoğunlaştırıldı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ise Habur Kara Hudut Kapısı'nda meydana gelen araç yoğunluğunun ve yığılmaların kalıcı olarak önüne geçmek amacıyla iki temel proje aşamasında. Bunlardan bir tanesi, Habur Kara Hudut Kapısı'nın fiziki kapasitesinin artırılması için üçüncü bir karayolu köprüsünün inşaa edilmesi. Diğerleri ise beş yeni Irak sınır kapısından en az birinin bir an önce faaliyete alınması...

Irak'a ihracatta yüzde 46'luk düşüş

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, komşu ülkelerde yaşanan her türlü gerilimden Türkiye'nin olumsuz etkilendiğini belirterek, başta Irak ve Suriye olmak üzere bölgedeki çatışmaların bir an önce sona erdirilmesini arzuladıklarını ifade etti. Irak'ın, aylık ihracat sıralamasında beşinci ülke konumuna gerilediğini

vurgulayan Büyükekşi, Irak'a ihracatta yaşanan kaybın 3.9 puan, toplamda 16.3 puan aşağı çekildiğini belirtti. Irak'a yaşanan yüzde 46'luk ihracat düşüşünü de taban olarak tanımlayan Büyükekşi, bu bölgeye ihracatın zamanla düzeleceğini söyledi.

Türkiye'nin temmuz ayı ihracatının, ikinci büyük pazarı Irak'taki kayıp sebebiyle bir önceki yılın aynı ayına ait ihracat rakamını aşamayıp 12.5 milyar dolarda kaldığını açıklayan Büyükekşi, "Irak'a sattığımız mallara bakacak olursak 12 sektörde önemli ihracat yapıyoruz. Aslında Irak'ın kısa lojistik olarak başka bir çıkış veya alış yapacağı ülke de yok. Buna en güzel örnek Suriye. Suriye'ye ihracatımız haziran ayında yüzde 85, temmuz ayında yüzde 75 arttı. Nasıl geçmişte Suriye'de yaşadık, ihracatımız belli bir yere düştü, Irak'ta da geçici sıkıntılar yaşıyoruz. Ama yüzde 46'luk ihracat düşüşünün taban olduğunu düşünüyorum. Daha fazla düşmesini beklemiyorum aksine bu rakamın artık artacağını düşünüyorum. Nakliye konusunda farklı çözümler deniyor. Irak'a ihracatımızda yaklaşık 650 milyon dolarlık düşüş oldu. Böyle devam ederse yıl sonuna kadar en kötü ihtimalle söz konusu pazara ihracatta 2 milyar dolarlık düşüş yaşarız" dedi.

Irak pazarında en büyük avantajımız kalitemiz

Türkiye'nin, Irak pazarında diğer ülkeler karşısındaki en önemli rekabet avantajlarından biri yüksek kaliteli Türk ürünleri ile birlikte süratli mal teslimi olarak biliniyor. Bu nedenle Irak'a ihracatta karayolu taşımacılığının sürdürülmesi önemli bir konu. Irak'a yönelik yapılan ihracatın taşıma modları açısından analiz edildiğinde yüzde

94'lük bölümünün karayolu ile yapıldığı görülüyor. Son dönemde Irak'ta yaşanan siyasi ve askeri gelişmeler, Irak ile mevcut ticari ve ekonomik ilişkileri etkilemekte olup, bu gelişmelerin ihracata ve Türkiye ekonomisine etkileri Ekonomi Bakanlığı tarafından sürekli takip ediliyor. Bakanlıktan yapılan açıklamalara göre Dışişleri Bakanlığı bünyesinde oluşturulan Irak Kriz Masası'nda yürütülen koordineli çalışmalara Ekonomi Bakanlığı da katkı sağlıyor. Hâlihazırda Irak'ın kuzeyine yönelik sevkîyatlarda sorun yaşanmamakla birlikte, Irak'ın Orta ve Güney Bölgeleri varışlı yüklerin ulaştırılması için ilgili kurum ve kuruluşlar ile koordineli bir şekilde alternatif güzergâhlar üzerinde çalışmalara başlamış durumda. Bu kapsamda, Irak içinde oluşturulan bu ülkenin sınırına paralel bir güzergâh ve ayrıca İran üzerinden Irak'a ulaşımı sağlayan iki güzergâh üzerine yoğunlaştırılmış durumda.

TÜRKİYE İHRACATINDA IRAK



- Irak, 2013 yılında, 600 bin araç ile en fazla ihracat taşıması yapılan ve yurt dışında en fazla istihdam sağlayan ülke
- Haziran ayının son günlerinden itibaren giriş-çıkış yapan araç sayısı yıl bazda günlük ortalama 5 bin 700
- Haziran ayı itibarıyla günlük ortalama ticari araç giriş-çıkış sayısı 3 bin 900
- Nisan ayı itibarıyla günlük ortalama 4 bin 700;
- Mayıs ayında ticari aracın giriş-çıkış 4 bin 450
- 1-24 Temmuz 2014 tarihlerinde ise günlük ortalama ticari araç giriş-çıkış sayısı yaklaşık 2 bin 880
- Yıllık 600 bin araç giriş çıkışı günlük ortalama 2 bin 500 araç

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın, Habur Kara Hudut Kapısı'nda meydana gelen araç yoğunluğunun ve yığılmaların kalıcı olarak önüne geçmek amacıyla temel iki projesi bulunuyor.





Irak'a açılan tek ticaret kapısı olan Habur'un iyileştirilmesi ve bu ülkeye yapılan ihracatta baş gösteren sıkıntıların çözümü için kollar sıvandı. Sorunun çözümüne yönelik atılması gereken adımlar, Gümrük ve Ekonomi Bakanlığı'ndan yetkililerin katılımıyla gerçekleştirilen bir toplantıyla tartışıldı.

Ihracat ve lojistik sektörleriyle temaslar devam ediyor

Habur Sınır Kapısı'ndan sevkiyatlar halen devam ediyor. Bununla birlikte, Musul civarında yaşanan olaylar, ürünlerin daha da güneye aktarılmasında sorun oluşturuyor. Irak'a tüm ürünlerin güvenle sevkiyatının yapılabilmesi önem arz ediyor. Bu kapsamda, alternatif güzergâh çalışmaları Ekonomi Bakanlığı tarafından devam ettiriliyor. Güzergâh ve maliyetten kaynaklanan sorunların asgari düzeye indirilmesine yönelik çalışmalara gerek ilgili ülkeler nezdinde yapılan girişimlerle gerekse ihracat ve lojistik sektörleriyle yapılan temaslarla devam ediliyor. Ekonomi Bakanlığı'nın İran tarafı ile doğrudan temaslarının yanı sıra Tahran Ticaret Müşavirliği, UND, nakliyeciler ve ihracatçılar ile her gün irtibat kurularak gelişmeler takip ediliyor. Türkiye ile İran arasındaki sınır kapılarını, Gürbulak/Bazargan, Kapıköy/Razi ve Esendere/Sero oluşturuyor. İran'la Türkiye arasında bulunan sınır kapılarında geçişlerin hızlandırılması ve

sınır kapılarının kapasitelerinin artırılması amacıyla, iki ülke Gümrük İdareleri arasındaki görüşmeler sürdürülüyor. Öte yandan, İran-İrak arasındaki sınır kapılarının kapasitelerinin artırılması ve İran'ın akaryakıt fiyat farkı uygulamasının Irak'a yönelik taşımalarda kaldırılması amacıyla da İran ve Irak makamları ile görüşmeler devam ediyor.

Gözetim şirketleri görevde

Irak'ın ithalatta sevk öncesi inceleme uygulaması kapsamında girişimler söz konusu. Merkezi Irak tarafından 1 Temmuz 2011, Kuzey Irak Bölgesel Yönetimi (KIBY) tarafından 12 Mayıs 2012 tarihinde ithalatta sevk öncesi inceleme uygulaması yürürlüğe konuldu ve bazı gözetim şirketleri yetkilendirildi. Yetkilendirilen bu gözetim şirketleriyle yürütülen sevk öncesi inceleme uygulamasından kaynaklanan zaman kaybı ve maliyetin ihracatçılara etkisini en aza indirmek için gerekli çalışmalar Ekonomi Bakanlığı tarafından yürütülüyor.

Irak'ta yaşanan söz konusu gelişmelerin, Türkiye'ye ekonomik açıdan etkilerinin tespiti ve başta dış ticaret, müteahhlik ve lojistikle yatırımcılar açısından olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi amacıyla gerekli takip ve değerlendirmeler Ekonomi Bakanlığı tarafından yapılıyor. Bu çerçevede gerek Bakanlığın görev alanına giren konularla alakalı gerekse diğer kurum ve kuruluşlarla ilgili konularda yapılan çalışmalar büyük bir hassasiyet ve koordinasyon içinde sürdürülüyor. Ekonomi Bakanlığı; sivil toplum kuruluşları, firmalar ve ilgili Bakanlıklarla, çözüm yolu bulmak amacıyla düzenli toplantılar gerçekleştirilmeye devam ediyor.

Yılın ilk 5 ayında Irak'a ihracat yüz güldürdü

2014 yılının ilk beş ayında Irak'a toplam yaklaşık 5 milyar 110 milyon dolar ihracat yapıldı. Söz konusu rakamın toplam ihracat içindeki payı yüzde 7.6'ya ulaştı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, bahse konu olan rakamı bir önceki yılın ilk beş ayı ile karşılaştırdığında; 2013 yılının ilk beş ayında Irak'a yapılan ihracatın toplam 4 milyar 576 milyon dolar olduğu sonucuna ulaştı. Bakanlık, bu verilerden yola çıkarak; geçtiğimiz yılın ilk beş ayına oranla Irak'a yapılan ihracatta 534 milyon dolarlık artış olduğunu kaydetti.

YIĞILMALARIN ÖNÜNE GEÇECEK PROJE

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın, Habur Kara Hudut Kapısı'nda meydana gelen araç yoğunluğunun ve yığılmaların kalıcı olarak önüne geçmek amacıyla temel iki projesi bulunuyor. Bunlardan bir tanesi, Habur Kara Hudut Kapısı'nın fiziki kapasitesinin artırılması için üçüncü bir karayolu köprüsünün inşa edilmesi. Diğeri ise Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulmuş olmasına rağmen fiilen faaliyette bulunmayan beş yeni Irak sınır kapısından; Habur'a en yakın olan Aktepe ve Ovaköy (Ali Rıza Efendi) Kara Hudut Kapıları'ndan en az birinin bir an önce faaliyete alınması. Habur üçüncü köprü inşaatının ihale aşamasına getirilmesi amacıyla son protokol görüşmeleri 28 Mayıs 2014 tarihinde gerçekleştirildi. Protokol görüşmeleri sırasında, Türkiye heyeti ile Irak Bölgesel Kürt Yönetimi heyeti, üçüncü köprü'nün uluslararası ihale sürecinin, 2014 yılı sonuna kadar başlatılması konusunda ortak görüş beyan etti. Görüşmelerde, her iki ülkenin de "Karayolları İdareleri" teknik detaylarda uzlaştı. Önümüzdeki dönemde Irak'ta siyasi istikrarın da yeniden tesisi sonrası, üçüncü köprü'nün büyük bir hızla inşasına başlanması hedefleniyor. Hâlihazırda; iki gidiş ve iki geliş olmak üzere kullanılan güzergâh, üçüncü köprü'nün tamamlanmasıyla birlikte; üç gidiş ve üç geliş olacak şekilde taşıyıcıların hizmetine açılacak.



İŞİD, ihracatı vurdu!

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Haziran ayında patlak veren İŞİD terör eylemleri nedeniyle gerek rakamsal verilerde gerekse Habur Kara Hudut Kapısı'ndan yapılan giriş-çıkış sayılarında düşüş öngördü. Bakanlıktan yapılan açıklamaya göre özellikle, 2014 yılının Haziran ayının son günlerinden itibaren Irak'ın iç kesimlerinde artan çatışmalar öncesi, Habur Kara Hudut Kapısı'ndan giriş-çıkış yapan araç sayısı yıl bazında günlük ortalama 5 bin 700 civarında olup bu sayının 4 bin 350 adedi; TIR, kamyon ve tanker bazındaki ticari eşya taşıyıcısı araçlardı. 2014 yılının Haziran ayı itibarıyla günlük ortalama ticari araç giriş-çıkış sayısı 3 bin 900 civarında gerçekleşti. Anılan Kara Hudut Kapısı'ndan, 2014 yılının Nisan ayı itibarıyla günlük ortalama 4 bin 700; Mayıs ayında ise 4 bin 450 ticari aracın giriş-çıkış yapmış olduğu da göz önünde bulundurulduğunda; 2014 yılının Nisan-Haziran ayları arasındaki süreç itibarıyla Habur Kara Hudut Kapısı'ndan giriş-çıkış yapan ticari araç sayısında sürekli düşme eğilimi olduğu görüldü. Nitekim, 1-24 Temmuz 2014 tarihlerinde ise günlük ortalama ticari araç giriş-çıkış sayısı yaklaşık 2 bin 880 araca kadar indi.

Anlaşmalar askıya alınıyor

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Irak'taki iç savaş nedeniyle Irak tarafından gelen sipa-

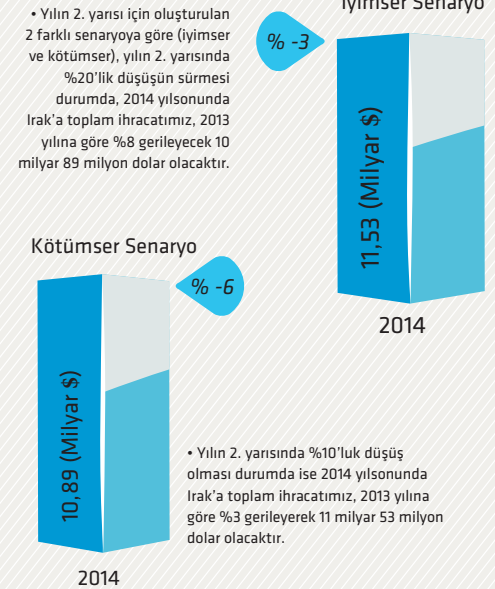
rişlerin azalması, bazı anlaşmaların askıya alınması ve güvenlik gibi nedenlerle azalan araç trafiğine paralel olarak; Türkiye'nin Irak'la olan ithalat ve ihracat rakamlarında bir miktar azalma beklendiğini öne sürdü. Tüm bu olumsuzluklara karşın Bakanlık, Irak krizinin baş gösterdiği ilk günden itibaren gerek merkez ve taşra teşkilatıyla alınan tedbirler gerekse Dışişleri Bakanlığı koordinasyonunda oluşturulan Irak Kriz Masası'na katılım ve katkılarıyla Habur'dan giriş ve çıkışların etkilenmemesi için gereken tedbirleri en üst düzeyde tuttu.

Alternatif yollar

Habur Kara Hudut Kapısı'nda yürütülen gümrük işlemlerine ilişkin herhangi bir idari düzenleme ya da sınırlamaya gidilmediğini açıklayan Gümrük ve Ticaret Bakanlığı gerek Habur Kara Hudut Kapısı'nda gerekse Irak tarafındaki İbrahim Halil Kara Hudut Kapısı'nda, giriş ve çıkış gümrük işlemlerine olağan şekilde devam edildiğini kaydetti. Çıkış yapan araçların plakaları, araç tipi, şoför adı ve soyadı, yolcu sayısı gibi her zaman alınan kayıtlara ek olarak, şoförlerin güvenliğine yönelik bir tedbir olarak, her çıkış yapan araç şoförünün cep telefonu numaraları da Haziran ayından itibaren Habur Kara Hudut Kapısı'nda kayıt altına alınmaya başlandı. Habur Kara Hudut Kapısı'ndan çıkış yapan araçların, Irak'ın iç kesimlerine girilmesine ise izin verilmiyor. Bu nedenle

de yüklü araçlarla tankerler, eşyalarını Duhok gibi kuzey vilayetlerde teslim edip kısa süre içinde tekrar Habur Kara Hudut Kapısı'ndan Türkiye'ye giriş yapıyor. Bazı araçlar ise Irak'a giderken Habur Kara Hudut Kapısı'ndan değil, Gürbulak Kara Hudut Kapısı'ndan çıkış yaparak İran üzerinden Irak'a geçiş yapma yolunu seçiyor.

IRAK İHRACAT PROJESİYONU (milyon dolar)



TİM İLE VAKIFBANK, DIŞ TİCARETİN FİNANSMANINDA YENİ BİR İŞBİRLİĞİNİN ALTINA İMZA ATTI. SAĞLANAN BU İŞBİRLİĞİ SAYESİNDE, İHRACATÇILARA NAKDİ, GAYRİ NAKDİ KREDİLER VE DIŞ TİCARET İŞLEMLERİ İÇİN UYGUN FAİZ, KOMİSYON VE ÖDEME İMKÂNI SAĞLANACAK.



İHRACATIN FİNANSMANINDA İŞ BİRLİĞİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile VakıfBank, ihracatçılara cazip koşullarda kredi seçenekleri sunacak özel bir protokole imza attı. 18 Temmuz 2014 Cuma günü imzalanan protokolle ihracatçılar özel kredi imkânlarına kavuşacak. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ile VakıfBank Genel Müdürü Halil Aydoğan arasında imzalanan protokol kapsamında, ihracatçı firmaların dış satış artışına destek olmak amacıyla, uygun faiz oranı ve vadelerde kredi seçenekleri ve tüm bankacılık işlemlerinde kolaylıklar sunulacak. Sağladığı finansal kaynakları, her türlü ihtiyaca göre geliştirdiği kredi çeşitleri ve bankacılık ürünlerini, cazip fırsatlarla sunarak reel sektöre katkıda bulunmaya devam eden VakıfBank, bu işbirliği sayesinde ihracatçılara nakdi, gayri nakdi krediler ve dış ticaret işlemleri için uygun faiz, komisyon ve ödeme imkânı da sağlayacak.

İhracatçıya ayrıcalıklı finansman ürünleri

Protokol töreninde konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, finansmana erişimi kolaylaştırmanın ve finansman maliyetlerini azaltmanın, 2023 hedeflerine ulaşabilmek için en fazla önem verdikleri konuların başında geldiğini söyledi. Büyükekşi, "VakıfBank ile yeni imzalanan iş birliği protokolü ile 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı çerçevesinde desteklediğimiz 19 stratejik hedef arasında yer

alan, finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının artırılması ve verimli kullanımının sağlanması, kapsamında büyük bir aşama kat edeceğimize inanıyoruz. Bu kapsamda TİM çatısı altındaki ihracatçı birliklerinin üyelerine ayrıcalıklı finansman ürünleri sunarak, 2023 ihracat hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacağız" dedi.

Finansal kaynaklarımızı ihracatçılara sunuyoruz

VakıfBank olarak bu sene 60'ıncı hizmet yılını kutladığımızı dile getiren VakıfBank Genel Müdürü Halil Aydoğan, "Kurulduğumuz günden bu yana üretime, ihracata ve büyük projelere destek oluyor, ülkemizin kalkınmasına katkı sağlamayı sürdürüyoruz. Bugün TİM ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği protokolü sayesinde, finansal kaynaklarımızı, kredi çeşitlerimizi, bankacılık ürünlerimizi ve pek çok yurt dışı kaynağı cazip fırsatlarla ihracatçılarımıza sunacak, reel sektöre destek olmaya devam edeceğiz" dedi.

Yüzde 2.65'ten başlayan faiz oranları

Söz konusu anlaşma ile ihracatçılar, VakıfBank'tan yüzde 2.65'ten başlayan faiz oranları ile rotatif, spot ve taksitli yabancı para kredi kullanma imkânına sahip olacaklar. Merkez Bankası kaynaklı reeskont kredileri, Türk Eximbank sevk öncesi ihracat kredileri ve ihracat reeskont kredileri de VakıfBank

aracılığıyla uygun komisyon oranlarıyla sunulacak. İhracatçı firmalar vesaik karşılığı kredi alabilirken, KOBİ sınıfındaki ihracatçılar, 360 güne kadar çıkabilen vadelerde Eximbank ihracat reeskont kredisi kullanabilecek. Özellikle imalatçı-ihracatçılar KOBİ'ler, enerji verimliliğine yönelik yatırımlarının finansmanında, VakıfBank tarafından sunulan yurt dışı kaynaklı, düşük maliyetli ve uzun vadeli TurSEFF kredisi ve Dünya Bankası KOBİ enerji verimliliği kredisi gibi özel kredi imkânlarından da öncelikli olarak yararlanacaklar.

İhracatçılara özel şartsız dış ticaret işlemleri paketi

VakıfBank ve Türkiye İhracatçılar Meclisi arasındaki protokol kapsamında ihracatçılar dış ticaret işlemlerini hiçbir şart ve koşul aranmadan indirimli oran ve tutarlarda VakıfBank kanalıyla gerçekleştirebilecekler. İhracatçılar ayrıca EFT, havale, tahsil çeki gibi rutin bankacılık işlemlerini de çok daha uygun maliyetlerle yapabilmeye, hesap işletim ücreti muafiyeti ve masrafsız çek karnesi gibi fırsatlar sunan "VakıfBank Halden Anlayan Tarife" paketlerinden yararlanabilecekler. Ayrıca ihracatçılar, sektörde bir ilk olan ve işletmelerin gümrük işlemlerini hızlandıran VakıfBank Cümkart ile bir günlük opsiyon standart olarak sunulacak ve ihracatçı TİM üyelerinin 100 bin dolar üzeri mevduatlarına overnight faiz almaları mümkün olacak.



teksstilpantone.com

Renklerinizi,
Renk Uzmanlarıyla
Belirleyin !

PANTONE[®]

teksstilpantone.com

Bu Web Sitesi Bir **LABORTEKS** İştirakidir.



itkib.bx@skynet.be

HALUK ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

AB Komisyonu kısa süre önce üye ülke gümrüklerinde ele geçen taklit mallarla ilgili bir rapor yayımladı. 2013 yılında gümrüklerde 36 milyon adet taklit ürün ele geçirildiğine dair ayrıntılı bilgilerin yer aldığı raporda, bir önceki yıla nazaran yakalanan taklit malların sayısı azalmakla beraber, bunların toplam değerinin 768 milyon Euro olduğu belirtiliyor. Ele geçirilen taklit malların bazıları miktar olarak yüzde 66'sı Çin (değer olarak yüzde 72.4), yüzde 13'ü Hong-Kong (değer olarak yüzde 7.7), yüzde 5.83'ü Yunanistan (değer olarak yüzde 1.01) ve yüzde 3.68'i Türkiye (değer olarak yüzde 7.42) menşeli. Ürün grupları olarak bakınca, ülkemizden AB'ye en çok taklit parfüm ve kozmetik mamuller gönderildiği ortaya çıkıyor. Rapor, ele geçirilen korsan malların oransal dağılımının, yüzde 12'sinin hazır giyim, yüzde 10'unun ilaç, yüzde 8.95'inin sigara, yüzde 8.83'ünün ambalaj malzemesi, yüzde 7.63'ünün oyuncak, yüzde 41'inin diğer ürünler olduğuna işaret ediyor. Ayrıca, posta ve kurye ile gelen mal düzeyinin, toplamın yüzde 70'ine ulaşması dikkat çeken hususlardan biri.

'AB sözde duyarlı davranıyor'

Rapor, AB 2020 Strateji Belgesi'nde yer alan, Fikri Mülkiyet Haklarının (IPR) korunmasının, Topluluk Ekonomisi için çok önem taşıdığını ve araştırma-geliştirme, yaratıcılık ve istihdam konularındaki itici gücü oluşturduğunu hatırlatıyor. AB Komisyonu taklit mallar konusunda görüşünde çok duyarlı. Araştırmalar yapıyor, toplantılar düzenliyor, gümrüklerde ele

TAKLİT MALLAR KONUSUNDA AB KOMİSYONU, GÜMRÜKLERDE ELE GEÇEN MALLAR HAKKINDA RAPORLAR HAZIRLARKEN, ÜYE ÜLKELERDE FARKLI BİR MANZARA İLE KARŞI KARŞIYAYIZ. BUGÜN AVRUPA'DA TAKLİT MALLARIN SATILYOR OLMASI, "ÜYE ÜLKE GÜMRÜKLERİNDE ELE GEÇEN TAKLİT MALLAR, BUZDAĞININ GÖRÜNEN KISMI MI?" SORUSUNU DA BERABERİNDE GETİRİYOR.

BUZDAĞININ GÖRÜNMEYEN KISMI

geçen mallar hakkında raporlar hazırlıyor. Ama, üye ülkelerin hepsinin, aynı duyarlılığı gösterdiğini söylemek mümkün değil. Bütün bu yapılanlar bana şaka gibi geliyor. Bir yanda Komisyonun araştırmaları, istatistikleri, öbür yanda Avrupa'nın en büyük şehirlerinde sokaklarda alenen satılan taklit mallar. Paris, Roma, Madrid, Milano gibi önde gelen şehirlerin en işlek bulvarlarında, bazen gündüz vakti, çoğu zaman da havanın kararmasıyla beraber ortaya bir sürü küçük tezgah çıkıyor. Taklit mallar pazarlanmaya başlıyor. Avrupa'ya gidip de bunları görmeyen yok. Gözlük, saat, deri aksesuar, parfüm, kozmetik ürünler, tekstil mamulleri, ne ararsan var. Bundan, polislin veya kaçakçılıktan sorumlu birimlerin bilgisi olmaması mümkün değil. Her şey alenen ve herkesin gözü önünde gerçekleşiyor. O zaman, akla şöyle bir soru geliyor. Acaba, üye ülke gümrüklerinde ele geçen taklit mallar, buzdağının suyun üstünde görünen kısmı mı? Esas büyük partiler bir şekilde Topluluk gümrüklerinden rahatça geçirilip, alenen pazarlanıyor mu?

İtalya'da Çin hakimiyeti!

211 sayılı Hedef dergisinde, İtalya'nın moda merkezi "Prato"da Çin'lilerin yarattıkları kaçak tekstil atölyelerinden, oluşturdukları gettolardan, mahallelerden bahsetmiştim. Aradan bu kadar zaman geçmesine rağmen değişen bir şey yok, aynı tas, aynı hamam devam ediyor. Hem de daha büyüyüp gelişerek. Birkaç yıl öncesine kadar Prato'da yaşayan Çinli nüfusu 35 bin civarında iken şimdilerde 50 bine dayanmış durumda. Üçte ikisinin de kaçak olduğu söyleniyor. Prato Belediye Başkanı'nın ifadesine göre maliyetlerin yüksekliği nedeniyle üretimlerini sona erdiren İtalyan firmaları birbirini ardına tesislerini Çinlilere kiralamışlar. Şimdilerde üretim tamamen Çinlilerin eline geçmiş. Savcılık tarafından yapılan açıklamada, bazı resmi görevlilerin, kaçak Çinlilere, para karşılığında ikamet belgesi verdiği ortaya çıkarılmış. Prato'da her üreticinin biri yasal, diğeri kaçak iki defter tuttuğu

ileri sürülüyor. Atölyelerde, sabah 8'de işe başlayan Çinliler, akşam 10'a kadar üretim yapıyor. Çin'den gelen kumaş ve diğer aksesuarların büyük kısmı kaçak olarak, gümrük ödenmeden İtalya'ya sokulmakta. Bu üretim tesislerinde gayet düşük maliyetle, çok hızlı ve yüksek kaliteli mal üretiliyor. Fiyatlar rekabet edilemeyecek kadar ucuz. Pamuklu kadın gömleği 2 Euro'nun altında, palto 12 Euro düzeyinde. Malların etiketinde ise "Made in Italy" yazıyor. Çin'den yüklenen bir malın Avrupa'ya gelmesi yaklaşık 40 gün alırken her gün onlarca kamyon, Avrupa'nın önde gelen pazarlarındaki alıcılara – Fast Changing Fashion Business- mal sevketmekte. Yasal olmayan bu ticaretin, yıllık yaklaşık 2 milyar Euro seviyesinde olduğu tahmin ediliyor. AB Komisyonu, korsan üretimle mücadele ediyorum diye, her yıl rapor hazırlayıp gösteriş yapıyor. Bence her şeyden önce, Avrupa'nın ortasında sürdürülen kaçak üretimle, şehir merkezlerinde alenen satılan taklit ürünlerle mücadele etse daha inandırıcı olacak.

AB'de işsizlik oranı düşüyor

AB ülkelerinde (28'ler), 2013 yılı Haziran ayında, yüzde 10.9 olan işsizlik oranı, 2014 Haziranında yüzde 10.2 düzeyine geriledi. Rakamsal olarak Haziran 2014'de, AB ülkelerindeki işsiz sayısı, bir önceki yılın aynı dönemine göre 1.537 milyon azalarak, kadın-erkek seviyesinde 25 milyon gerçekleşti. Üye ülkeler arasında en düşük işsizlik oranları, Avusturya yüzde 5.0, Almanya yüzde 5.1 ve Malta yüzde 5.6 düzeyinde. En yüksek oranlar ise Yunanistan yüzde 27.3, İspanya yüzde 24.5, Macaristan yüzde 16.3, G. Kıbrıs yüzde 15.2 ve Portekiz yüzde 14.1 seviyesinde. AB ülkelerindeki 25 milyon işsiz 5.129 milyonunu, 25 yaşın altındaki gençler oluşturuyor. Bir önceki yılın aynı dönemine göre genç işsiz sayısında 506 bin azalma var. ABD'de ise 2013 Haziran ayında yüzde 7.5 olan işsizlik düzeyi, gerileyerek, Haziran 2014 ayında yüzde 6.1 olarak gerçekleşti.



ARNAVUTLUK

MAKEDONYA

BULGARİSTAN

YUNANİSTAN

Gunanistan
Arnavutluk
Makedonya ve
Bulgaristan'a
Komple ve Grupaj
Lojistik Servis



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.

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



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

GEÇTİĞİMİZ NİSAN AYINDA KDVGUT İLE KATMA DEĞER VERGİSİ KANUNU'NUN UYGULAMASI İLE İLGİLİ OLARAK DAHA ÖNCE YAYINLANAN 123 ADET KDV GENEL TEBLİĞİ YÜRÜRLÜKTEN KALDIRILMIŞ VE BÜTÜN İŞLEMLER TEK BİR TEBLİĞDE TOPLANMIŞTI. BİR TAKIM DEĞİŞİKLİKLERİ DE BERABERİNDE GETİREN SÖZ KONUSU TEBLİĞİN EN DİKKAT ÇEKEN MADDESİ DAHİLDE İŞLEME REJİMİNDE YAPILAN DEĞİŞİKLİKLERİ İÇERİYOR.



ERDOĞAN KARAHAN
Yeminli Mali Müşavir

Bilindiği üzere, 26.04.2014 tarih ve 28983 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Katma Değer Vergisi Genel Uygulama Tebliği (KDVGUT) ile Katma Değer Vergisi Kanunu'nun uygulaması ile ilgili olarak daha önce yayınlanmış olan 123 adet KDV Genel Tebliği yürürlükten kaldırılmış ve bütün işlemler tek bir tebliğde toplanmıştı. Söz konusu tebliğ ile; KDV konusundaki genel uygulamalar, istisna uygulamaları, indirimli orana tabi işlemler, KDV tevkifatına tabi işlemler ve özellikle KDV iadesine dair işlemler başında ayrıntılı düzenlemeler yapıldı. Yapılan düzenlemeler içinde en önemli maddelerden biri de "Dahilde İşleme Rejimi ve Geçici Kabul Rejimi" kapsamında hammadde alınarak bunun işlenip ihraç edilmesi veya ihraç kaydıyla satışı sisteminde yapılan değişiklikleri içeriyor.

Geçici 17. madde ne getiriyor?

Katma Değer Vergisi Kanunu'na (KDVK) 4369 sayılı Kanun'la eklenen geçici 17. maddede "Dahilde işleme ve geçici kabul rejimi kapsamında ihraç edilecek malların üretiminde kullanılacak maddelerin 31.12.2015 tarihine kadar tesliminde KDVK'nın 11. Maddesi'nin 1 numaralı fıkrasının (c) bendi hükümlerine göre, bölgeler, sektörler veya mal grupları itibari ile işlem yaptırılmaya Bakanlar Kurulu yetkilidir. Bu maddenin uygulamasında ihracat süresi anılan bentteki süre yerine bu rejimlerle öngörülen süreler esas alınır. İhracatın şartlarına uygun olarak gerçekleştirilmemesi halinde zamanında alınmayan vergi, vergi ziyası cezası uygulanarak gecikme faizi ile birlikte alıcısın-

DAHİLDE İŞLEME REJİMİNDE NELER DEĞİŞTİ

dan tahsil edilir" deniliyor. Bakanlar Kurulu 2001/2325 sayılı BKK ile dahilde işleme izin belgesi kapsamında ihraç edilecek ürünlerin imalinde kullanılacak maddelerin dahilde işleme izin belgesine sahip mükelleflere tesliminde sektörel ayrım yapılmaksızın 3065 sayılı kanununun 11/1-c maddesinde düzenlenen tecil-terkin kapsamında işlem yapılabileceği kararlaştırıldı. Tecil-Terkin uygulaması mal teslimleri için geçerli olup, hizmet ifaları bu kapsama girmiyor. Bu kapsamda işlem yapmak isteyen mükellefler, bu amaçla üreterek ihraç edecekleri malların üretiminde kullanacakları girdileri vergisiz olarak ithal edebilmek için ithalat işleminden önce Dış Ticaret Müsteşarlığı'na başvurarak Dahilde İşleme İzin Belgesi (DİİB) veya Gümrük Müsteşarlığı'na başvurmak suretiyle Geçici Kabul İzin Belgesi (GKİB) almak zorunda. Bu belgelere dayanılarak yapılan ithalat işlemleri ile ithal edilen girdiler kullanılmak suretiyle üretilen malların ihracat işlemlerinin, belgelerde öngörülen şartlara uygun olarak gerçekleştirilmediği ise ilgili gümrük idareleri ile ihracatçı birlikleri tarafından takip edilip denetleniyor.

KDVK'na eklenen geçici 17. madde ile yapılan düzenlemeden önceki uygulamada, bu şekilde ihraç edilecek malların üretiminde kullanılacak girdiler vergisiz olarak ithal edilebilirken, aynı girdilerin iç piyasadan temin edilmek istenmesi durumunda ihracatçılar ilave olarak katma değer vergisi kadar bir yükü katlanmakta, ihracatçılara ilave finansman yükü getiren bu uygulama ise söz konusu girdilerin iç piyasadaki satıcıların aleyhine bir haksız rekabet ve eşitsizlik yaratılıyordu. Bu eşitsizliğin giderilmesi amacıyla 4369 sayılı kanunla yukarıda bahsedilen düzenleme yapılmış ve mükelleflerin iç piyasadan da söz konusu belgeler kapsamında üretip ihraç edecekleri malların üretiminde

kullanacakları girdileri KDV ödenmeksizin temin edebilmelerine olanak sağlandı. İhracatın ve ihracata dönük üretimin teşvik edilmesini amaçlayan bir işlem olan Dahilde İşleme Rejimi, bir dış ticaret rejimi olmasının yanı sıra vergi kanunlarında yapılan düzenlemelerle de teşvik edilmeye ve etkinleştirilmeye çalışılıyor.

KDVGUT ile imalatçı olma zorunluluğu kaldırıldı
Genel Uygulama Tebliği ile getirilen düzenlemelerden biri, DİİB sahibi mükelleflere, Dahilde İşleme Rejimi kapsamında ihraç edilecek ürünlerin imalinde kullanılacak maddeleri teslim edecek satıcıların "imalatçı" olma zorunluluğunun kaldırılmış olmasıdır. Söz konusu teslimleri yapacak olanların KDV mükellefi olmaları yeterliyken, ayrıca imalatçı olma şartı aranmayacak.

Düzenleme, DİİB sahibi mükellefleri sevindirdi

Genel Uygulama Tebliği ile getirilen bir yenilik de; DİİB sahibi mükelleflerin, Kanunun geçici 17. maddesi kapsamında temin ettiği malları, yine DİİB sahibi alıcılara Kanun'un geçici 17. maddesi kapsamında teslim edebilmelerine de izin verilmiş olması. Bu durumda teslim edilen malların diğer DİİB'nin girdisi mahiyetinde olması ve her bir DİİB'nin ilgili mevzuat uyarınca kapatılması gerekir. Daha önceki uygulamada belge kapsamında yapılan teslimler Kanununun 11/1-c kapsamında yapılabiliyordu şimdi bir adım daha ileriye gidilerek aynı zamanda Kanunun geçici 17. maddesi kapsamında da teslim yapabilme imkanı getirilmiş oldu. Örneğin; DİİB sahibi bir mükellef bu kapsamda KDV ödemeyerek aldığı iplikleri kumaş haline getirerek, yine DİİB sahibi bir hazır giyim imalatçısına satabilecek. Söz konusu kumaşların bu hazır giyim imalatçısının DİİB

kapsamında bulunması ve üretilen konfeksiyon ürünlerinin ihraç edilmesi şarttır.

Yeni ve genişletici uygulamalar gündemde

Genel Uygulama Tebliği ile getirilen diğer bir yenilik ise; DİİB kapsamında yurt içinden de eşdeğer eşya alımında bulunulabilmesine imkan tanınmış olmasıdır. Konuyla ilgili olarak KDVGUT'nin II/A-9.4. bölümünde "Dahilde İşleme Rejimi kapsamında alınan maddelerin, işlendikten sonra elde edilen mamul mal içerisinde ihraç edilmesi esastır. Önceden satın alınan maddeler kullanılmak suretiyle vücuda getirilen ve söz konusu rejim kapsamında ihraç edilen malların bünyesine giren maddelerin (eş değer eşya) belge kapsamında olsa dahi sonradan belge sahiplerine tesliminde veya ithalinde KDV tahsil edilmeksizin işlem yapılması mümkündür. Ancak bu uygulama kapsamında DİİB sahibi mükellefin veya ihracatçının iade talebi DİİB kapatılmadan yerine getirilmez." hükmüne yer veriliyor. Bu düzenlemeyle de yurt içi alımlarda da eşdeğer eşya kullanılabilceği net bir şekilde ifade ediliyor. Bu düzenleme yeni ve genişletici bir uygulama olmakla birlikte, DİİB sahibi mükellefin veya ihracatçının iade talebinin DİİB kapatılmadan yerine getirilmeyeceğine dair kısıtlayıcı bir hüküm de maddenin sonuna eklenmiş.

DİİB sahibi mükellefin kanunun geçici 17. maddesi veya 11/1-c maddesi çerçevesinde yaptığı teslimlerde iade edilecek KDV'nin hesaplanmasında yapılan değişiklikler;

KDVGUT'nin II/A-9.1. bölümünde "3065 sayılı Kanunun geçici 17'nci maddesi kapsamında teslimde bulunan DİİB sahibi mükellefin iadesini talep edeceği KDV tutarı, ihraç kaydıyla teslim nedeniyle hesaplayıp tahsil etmediği KDV tutarından, bu malların üretimi için 3065 sayılı Kanunun geçici 17'nci maddesi kapsamında temin ettiği mallar nedeniyle ödemediği KDV tutarı düşüldükten sonra kalan tutardan fazla olamaz. Ayrıca bu kapsamda yapılan işlemlerde, imal edilen mallar ihraç edilmeden herhangi bir iade işlemi yapılamaz." hükmüne, yine aynı tebliğin IV/A-1.5. bölümünde ise "DİİB kapsamında KDV ödemeksizin satın aldığı girdileri kullanarak ürettiği malı 3065 sayılı Kanunun 11/1-c maddesi kapsamında ihraç kayıtlı olarak teslim eden bir mükellefin iade alacağı KDV tutarı, ihraç kayıtlı teslim nedeniyle hesaplayıp tahsil etmediği KDV tutarından bu ürün için DİİB kapsamında aldığı girdiler nedeniyle ödemediği KDV tutarı düşüldükten sonra kalan tutardan fazla olamaz." hükmüne yer veriliyor.

Bu düzenlemeye göre; DİİB kapsamında KDV ödemeksizin satın aldığı girdileri kullanarak

ürettiği malı, Kanunun geçici 17'nci maddesi veya 11/1-c kapsamında teslim eden mükellefe iade edilebilecek vergi, ihraç kayıtlı teslim nedeniyle hesaplayıp tahsil etmediği KDV tutarından, bu ürün için DİİB kapsamında aldığı girdiler nedeniyle ödemediği KDV tutarı düşüldükten sonra kalan tutar dikkate alınarak hesaplanacak.

Yapılan bu yeni düzenlemenin amacını ise şöyle açıklayabiliriz. Mükellef tarafından yapılan alışların gerek Kanunun geçici 17'nci maddesi gerekse de 11/1-c maddesi kapsamında yapılması, satışın da yine bu maddeler kapsamında yapılması durumunda, mükellefin ödemeyeceği vergilerin ya da iade olarak alacağı vergilerin toplamının, sonuçta yapılan işlem bedeli üzerinden hesaplanması yani mükellefin elde edeceği toplam faydanın, tek bir işlem yapan mükelleften farklılık göstermemesidir.

YMM raporu satıcılar tarafından da düzenlenebilecek

Geçici 17. madde kapsamında satın alınan mallarla imal edilen emtianın usulüne uygun olarak süresi içinde ihraç edildiği YMM'lerce düzenlenecek bir raporla tespit edilmektedir. Şimdiye kadar söz konusu rapor sadece alıcılar tarafından düzenlenebiliyorken, KDVGUT ile satıcılar tarafından da düzenlenmesine imkan sağlanmıştır. Artık satıcılar da alıcının işlemlerini beklemeden YMM raporu düzenleyebilecek.

Bu raporlar eskiden olduğu gibi her dönem için ayrı ayrı değil de her bir belge bazında tek bir rapor olarak düzenlenebilir.

Düzenleme kalıcı hale getirilmeli

Katma Değer Vergisi Kanunu'nun geçici 17. maddesine göre Dahilde İşleme ve Geçici Kabul Rejimi kapsamında ihraç edilecek malların üretiminde kullanılacak malların, 31.12.2015 tarihine kadar KDV kanununun 11/1-c maddesi kapsamında teslim edilebilmesine imkan tanınmış. KDVGUT ile de bu düzenlemenin uygulanmasına yönelik bazı değişiklikler yapılmış. Bu düzenlemelerin bazıları söz konusu sistemin mükellefler lehine genişletilmesine yönelik olmakla birlikte bazıları ise mükellefin haklarında kısıtlama yapan düzenlemeler. Söz konusu düzenlemelerin getirecekleri veya götürülecekleri zamanla daha hissedilir bir şekilde ortaya çıkacak. Ancak ihracatın teşvik edilmesi ve finansmanının kolaylaştırılması bakımından mükelleflere birçok kolaylıklar tanıyan bu sistemin KDV Kanunu'nun geçici hükümlerinde düzenlenmeyip kalıcı hale getirilmesi gerekiyor veya en azından 2015 sonunda sona erecek olan uygulamaların ileriki tarihlere uzatılması gerekiyor. Mükelleflerin önlerini daha net görmeleri, imalat ve ihracatlarının vergi yükünü ve bu verginin finansmanını ayarlamaları bakımından da yapılacak düzenlemelerin bir an önce hayata geçirilmesinde fayda var.





Av. Handan HACIALIOĞLU
KRONOS HUKUK BÜROSU

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nun 22/1. maddesine göre; "Elli ve daha fazla çalışanın bulunduğu ve altı aydan fazla süren sürekli işlerin yapıldığı işyerlerinde işveren, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili çalışmalarda bulunmak üzere kurul oluşturur. İşveren, iş sağlığı ve güvenliği mevzuatına uygun kurul kararlarını uygular." Söz konusu Kanun'da, iş sağlığı ve güvenliği kurullarının kurulması için; yapılan işin sanayiden sayılan iş olması koşulu aranmıyor. Bu nedenle, artık sanayi işi yapan işverenlerin dışında, ticari veya tarım ve orman işlerinden sayılan işleri yapan işverenler ya da kamu kesimi işverenleri, diğer bir deyişle elli ve daha fazla çalışanı bulunan tüm işyerleri bu kurulları oluşturmak zorunda. Bununla birlikte, işverene bağlı fabrika, müessese, işletme veya işletmeler grubu gibi birden çok işyeri bulunduğu hallerde iş sağlığı ve güvenliği kurulları her bir işyerinde ayrı ayrı kurulur.

İş sağlığı ve güvenliği kurulu kimlerden oluşur?

İş Sağlığı ve Güvenliği Kurulları Hakkında Yönetmeliğin 6. maddesine göre bu kurullar, işveren veya işveren vekili, iş güvenliği uzmanı, işyeri hekimi, insan kaynakları, personel, sosyal işler veya idari ve mali işleri yürütmekle görevli bir kişi, bulunması halinde sivil savunma uzmanı ve formen ustabaşı veya usta, çalışan temsilcisi ve birden çok çalışan temsilcisi olması halinde baş temsilciden oluşur. Ancak iş sağlığı ve güvenliği kurulunun yalnızca oluşturulması yeterli olmayıp, kurul üyelerinin iş sağlığı ve güvenliği konularında

İŞVERENİN EN ÖNEMLİ YÜKÜMLÜLÜKLERİNDEN BİRİ, İŞYERİNİN İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KONUSUNDA ÖRGÜTLENMESİ OLARAK KARŞIMIZA ÇIKIYOR. YAPILAN GÖZLEMLER, BU ÖRGÜTÜ GEREKTİĞİ ŞEKİLDE KURAN VE İŞYERİNDE BİR İŞ GÜVENLİĞİ GELENEĞİ YARATAN İŞLETMELERİN İŞ KAZALARI VE MESLEK HASTALIKLARI İLE MÜCADELEDE BAŞARILI OLDUĞUNU ORTAYA KOYUYOR.

Şirketlerde iş güvenliği geleneği yaratmak

bilgi sahibi olmaları da gerekiyor. Kurul üyelerinin en az (i) kurulun görev ve yetkileri, (ii) iş sağlığı ve güvenliği konularında ulusal mevzuat ve standartlar, (iii) sıkça rastlanan iş kazaları ve tehlikeli vakıaların nedenleri, (iv) iş hijyeninin temel ilkeleri, (v) iletişim teknikleri, (vi) acil durum önlemleri, (vii) meslek hastalıkları, (viii) işyerlerine ait özel riskler ve (ix) risk değerlendirmesi konularında işveren tarafından eğitimi sağlanır.

İş sağlığı ve güvenliği kurulunun görev ve yetkileri

İş sağlığı ve güvenliği kurullarının görev ve yetkileri arasında; iş sağlığı ve güvenliği iç yönergesini oluşturmak, bu konularda çalışanlara yol göstermek, tehlike ve alınacak önlemleri belirlemek, meydana gelen her iş kazası ve potansiyel tehlikeler konusunda araştırma ve inceleme yapmak gibi maddeler yer alıyor. İş sağlığı ve güvenliği eğitimini planlamak ve uygulanmasını izlemek, bakım ve onarım çalışmalarında gerekli güvenlik önlemlerini planlamak ve yangın, doğal afet vb. dış tehlikelere karşı önlemleri de değerlendirmek kurulların görevleri arasında. İş sağlığı ve güvenliği kurullarının söz konusu görev ve yetkileri karşısında işyerinde çalışanların yükümlülüğü ise, iş sağlığı ve güvenliği kurulu tarafından koyu-

lan kurallara, yasalara ve alınan kararlara ve önlemlere uymak olarak sıralanıyor.

Kurallara uymamak idari ve cezai yaptırımlar da beraberinde getiriyor

İş sağlığı ve güvenliği konusunun işyerlerinde izlenmesi ve teftişi, iş sağlığı ve güvenliği yönünden teftiş yapmaya yetkili Bakanlık iş müfettişlerince yapılır ve bu teftiş sırasında iş sağlığı ve güvenliği kurullarını ihlal ettiği tespit edilen işverenlere, borçlar hukuku temelinde dayanan özel hukuk yaptırımları yanında kamu hukuku yaptırımları yani idari ve cezai yaptırımlar da uygulanır. İdari yaptırımları, idari para cezası, işin durdurulması, işyerinin kapatılması, cezai yaptırımlar ise adli para cezası ve (genellikle para cezasına çevrilen) hapis cezası biçiminde ortaya çıkar. İş güvenliğine ilişkin idari yaptırımların uygulanabilmesi için işyerinde mutlaka bir iş kazası veya meslek hastalığı meydana gelmiş olması gerekmiyor. İşverenlerin iş kazası ve güvenliği kurullarına aykırı davranışları her zaman iş kazası veya meslek hastalığı ile sonuçlanmaz. İdari yaptırımlar esas itibarıyla bu durum meydana gelmeden uygulanır ve özellikleri gereği hızlı ve etkin bir biçimde iş kazalarını ve meslek hastalıklarını önlemeyi amaçlar.



İthal Dantel ve Aksesuarda Fiyat Avantajı



D
A
N
T
E
L
D
E
Ş
O
K
F
I
Y
A
T



Huaixin Dantel ve Tekstil

AKSESUAR İTH. İHR. SAN. VE DİŞ TİC. LTD. ŞTİ.

Gençosman Mah. Geçit Sok. No:13/A Güngören/İSTANBUL

Tel: +90 (212) 610 99 01 Fax: +90 (212) 610 99 09

E-mail: hxlace@hotmail.com Web: www.h-xlace.com



DÜNYAYI GİYDİREN ŞEHİRLER

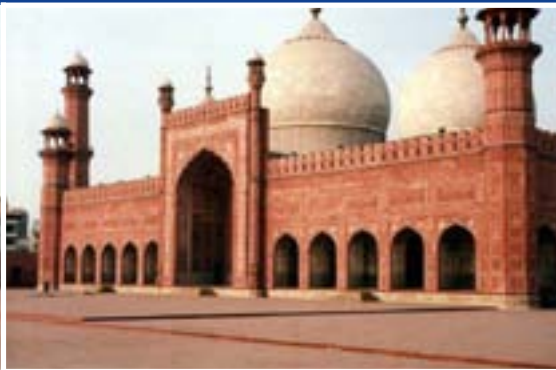
1990 YILINDA ORTAYA ÇIKAN KÜMELENME MODELİ İLE HÜKÜMETLER BELLİ SEKTÖRLERİ BELLİ ŞEHİRLERDE TOPLAYARAK REKABET AVANTAJI SAĞLAMAK İSTEDİ. ABD'DEKİ SİLİKON VADİSİ'NİN TEKNOLOJİNİN MERKEZİ OLMASI DA BURSA'NIN TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN BAŞKENTİ OLMASI DA BU PLAN DOĞRULTUSUNDA YAPILAN ÇALIŞMALARDAN BAZILARI.

Türkiye'de herkesin bildiği şehirler vardır, örneğin Bursa tekstil şehri olarak bilinir, Denizli daha çok ev tekstili ağırlıklı, İstanbul hazır giyim, Gaziantep halı ile anılır. Bu şehirlerin söz konusu sektörlerde bu kadar bilinir olmasının başlıca sebebi geçmişten gelen birikim olsa da 1990 yılında Amerikalı profesör Michael Porter'ın kümelenme modeli ile belli bölgelerde belli sektörlerin yoğunlaşması daha bilinçli bir şekilde yapılmaya başlandı.

Michael Porter yüz yıldan uzun süre devam eden Ricardo'nun mukayeseli üstlülükler teorisine son vererek rekabette ülkelerin başarılı olabilmesi için tüm dünyaya yeni bir model önerdi, ulusların rekabet avantajı "The Competitive Advantage of Nations".

Michael Porter'ın kümelenme modeli ile ilgili makalesini yazdığı 1990 yılından beri birçok ülke artık sektörlerini ve şehirlerini bu modele göre yapılandırmaya başladı. ABD'de silikon vadisi bunun ilk örneklerinden biridir. Şu anda dünyanın en büyük firmalarının (Microsoft, Google, Apple, Facebook gibi) burada doğmuş olması ve merkezlerinin hala silikon vadisinde olması da aslında bu kümelenme modelinin ne kadar başarılı olduğunu başlıca kanıtı. Türkiye de bu kümelenme modelini ilk kullanmaya başlayan ülkelerden biri. İstanbul, Gaziantep, Denizli'nin söz konusu alanlarda bu kadar gelişmesinin sebebi de devletin kümelenme modeli nedeni ile bu illerde bu yatırımlara verdiği destekler gösterilebilir. Bir dönem Avrupa'nın en büyük tekstil fabrikasının Bursa'da kurulmuş olması da bunun bir göstergesi.

Peki dünyada bu modeli kullanan başka hangi ülkeler, hangi şehirler var? Hangi şehirler o ülkenin tekstil başkenti ya da hazır giyim başkenti ya da ayakkabı ya da deri başkenti olarak geçiyor? Baştan söylemek gerekirse dünyanın neredeyse tüm ülkelerinde böyle başkentler var. İşte size bunlardan birkaç örnek.



Hazır giyimin başkenti: İTALYA

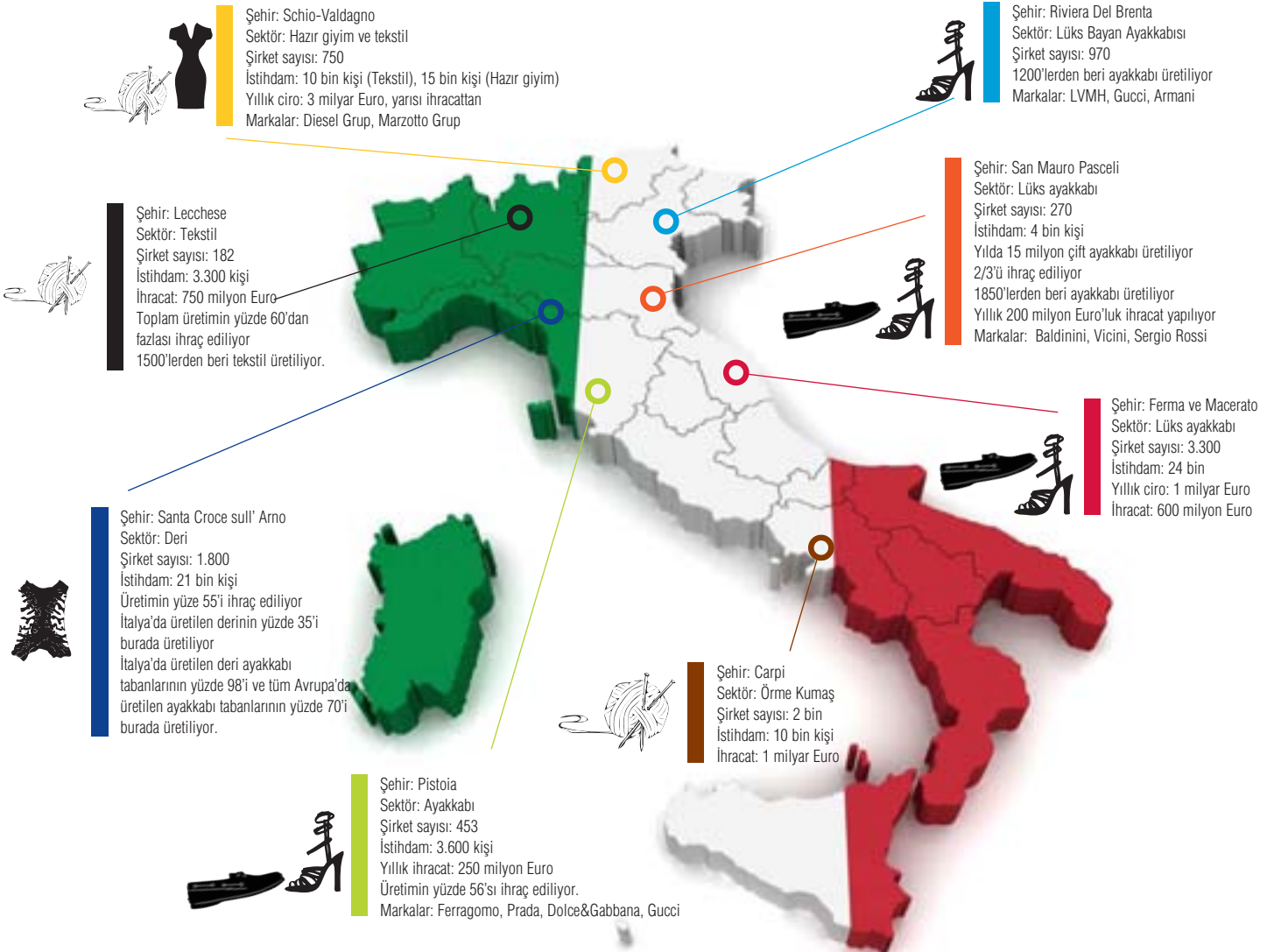
İtalya yüzyıllardan beri tekstil ve hazır giyim merkezlerinden biri oldu. Günümüzün en büyük markaları yüzlerce yıl öncesinden gelen birikimlerini yaratıcılık ve tasarım ile birleştirerek şimdiki markalarını yaratmayı başardılar. Günümüzde Avrupa Birliği'ne bağlı 27 ülkede üretilen hazır giyim, tekstil, deri ve ayakkabı ürünlerinin değer olarak yarısı İtalya'da üretiliyor.

Dünyanın ilk moda haftası kavramı Fransa ile birlikte İtalya'da ortaya çıkmış. Bu kavramın ilk çıktığı şehirlerden biri olan Milano, İtalya'nın hazır giyim başkenti niteliğinde. Dünyanın sayılı markaları arasında sayılan Armani, Ferre, Prada gibi birçok firmanın merkezi de burası.

İtalya'nın neredeyse her şehri deri, ayakkabı, tekstil ya da hazır giyim sektörlerinden birinin başkenti sayılır. Kimisi deride kendini geliştirmiş, kimi halıda, kimi çorap, kimi ise tekstilde. İtalya'da deri üretim merke-

zi olarak "Santa Croce Sull' Arno" bilinir. İtalya'da üretilen derinin yüzde 35'i burada imal edilir. "Carpi" örme kumaş konusunda İtalya'nın başkenti sayılır. Carpi bölgesindeki 2 bin firma bu alanda faaliyet gösteriyor. Yine Lombardy'e bağlı ve her ne kadar günümüzde turizmi ve doğal güzellikleri ile bilinse de Como aynı zamanda İtalya'nın ipek kravat, yemeni ve iç çamaşını merkezi olarak geçiyor. Şarapları ile meşhur Tuscany aynı zamanda deri ve ipek kumaşı ile ünlü bir şehir. Veneto yünlü, penye ve ayakkabıları ile meşhur. Roma'ya bağlı Lazio ve Naples'e bağlı Campania el yapımı kıyafet ve ayakkabıları ile ünlü. Puglia çizme üretimi, Marche ise tüm dünyada ayakkabıları ile ünlü bir şehir. Sicilya, tarihin ilk dönemlerinden beri hazır giyim ve tekstil üretimi ile meşhurdur. Ya da dünyanın en büyük hazır giyim markalarından Benetton'ın merkezi Ponzano şehrinde.

İtalya'daki tekstil üretiminin yoğun olduğu Prato'nun 190 bin olan nüfusunun 50 binini Çinliler oluşturuyor. Sayıları 4 bine ulaşan ve Çinlilerin oluşturduğu küçük işletmelerde büyük markalar için üretim yapılıyor. Çin'den getirilen kumaş ve aksesuarlar kullanılarak çok ucuza mal edilen giysiler, "Made in Italy" etiketiyle büyük kâr marjlarıyla ihraç ediliyor. Tüm bu şehirlerin yanında Roma, Naples, Turin, çorap şehri Brescia, Polimoda International Inst. merkezinin olduğu Floransa ve Palermo da bu şehirler arasında. Bir diğer önemli şehir ise Vigevano.16. yüzyıldan beri ayakkabı üretiminin merkezi konumundaki Vigevano'da turistler tarafından en çok ziyaret edilen yerlerinden biri yüzlerce yıllık ayakkabı üretimini gösteren ayakkabı müzesidir. Geçtiğimiz günlerde de Papa bu şehri ziyareti sırasında fakir çocuklara dağıtılmak üzere 15 bin çift ayakkabı satın aldı.





Dünya üretiminin yarısı ÇiN'den

Dünyada üretilen neredeyse tüm ürünlerin yarıya yakınının üretildiği Çin, tekstil, hazır giyim, deri ve ayakkabıda da dünyanın en büyük üreticisi ve ihracatçısı konumunda. On binlerce şirkette milyonlarca insanın çalıştığı ve sadece bu 4 sektörde 500 milyar dolara yakın değerinde üretim yapan Çin'de üretim yine belli başlı şehirlere toplanmış durumda.

Ayakkabı üretimin başkenti: Jinjiang

Jinjiang için sadece Çin'in değil dünyanın geri kalanının da ayakkabı başkenti denilebilir. Çünkü 2012 yılında dünyada satılan spor ayakkabılarının yüzde 20'si ve Çin pazarının yüzde 40'ını tek başına bu şehir üretti. Çin'in en büyük spor ayakkabı üreticilerinden olan Anta Sports Product Ltd., 361 Degrees Int. Ltd. Peak Sport Products Co. Ltd.'in fabrikaları da bu şehirde.

Jinjiang 649 kilometre karelik alana yayılmış ve 110 kilometre denize kıyısı olan, 3 milyon nüfuslu bir şehir. Şehirde 5000'den fazla ayakkabı üreticisi şirket faaliyet gösteriyor. Bu firmalarda çalışan kişi sayısı ise 500 bin kişi. Bu 5 bin firmanın 2012 yılında ürettiği ayakkabı sayısı 1 milyar 300 milyon çift. 2010 yılının ilk 10 ayında bu bölgeden yapılan ihracat ise 11.7 milyar dolar. Şehir 2010 yılında Fransa ayakkabı pazarının yüzde 80'ini tek başına karşıladı. Çin'in üretimde en güçlü olduğu sektörlerin başında deri geliyor. 4600 yıllık geçmişi olan Çin deri üretiminde ilk kaynaklar milattan önce 1700'lü yıllarda Çinli askerlerin giydiği deri ayakkabılara kadar gidiyor.

Asyanın en iyi deri araştırma merkezleri Chengdu'da

Çin'deki toplam deri üretimi 2010 yılı rakamlarına göre 113.6 milyar dolar. Bunun 56.5 milyar doları ihraç edildi. 6 milyondan fazla çalışanın olduğu Çin deri sektörü özellikle 4 şehirde toplanmış durumda. Bunlar; Wenzhou, Guangzhou, Quanzhou ve Chengdu. Bu dört şehir Çin'deki toplam üretimin yüzde 95'ini üretiyorlar. Bu şehirlerde özellikle korsan üretim ön plana çıkıyor. Dünyanın en büyük markalarının korsan ürünlerini şehrin her tarafında bulabilirsiniz. Örneğin Gucci'nin 1.489 dolara satılan bir çantasını burada 113 dolara bulmak mümkün. Yine Louis Vuitton'un deri el çantası mağazalarda 5.300 dolar iken aynı çantayı burada 270 dolara bulmak mümkün. Bu dört bölge arasında

Chengdu teknik konulardaki gelişmişliği ile ön plana çıkıyor. Aynı zamanda kadın ayakkabısının başkenti olarak geçen şehirde Asya'nın en iyi deri araştırma merkezleri bulunuyor. Sichuan Üniversitesi'nde "Deri Ar-Ge Enstitüsü" ile birlikte "Deri Mühendisliği" bölümü de yer alıyor. Yine bu şehirde Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak deri kimyasalları ve mühendisliği laboratuvarı bulunmakta.

Datang'dan 9 milyar çift çorap üretimi

Datang şehri yıllık 9 milyar çift çorap üretimi ile sadece Çin'in değil dünyanın çorap merkezi. Toplamda 2 bine yakın firmanın faaliyet gösterdiği sektörde yaklaşık 1 milyon kişi istihdam ediliyor. Üretimin yüzde 57'si ihraç ediliyor.



Dünyada üretilen tüm ürünlerin neredeyse yarıya yakını Çin'de imal ediliyor.



Romanya'nın tekstil üssü: **BÜKREŞ**

Avrupa Birliği ülkeleri arasında tekstil ve hazır giyim açısından öne çıkan ülkelere birisi de Romanya. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler arasında İtalya'dan sonra en fazla üretimin ve ihracatın yapıldığı üçüncü ülke Romanya. Romanya'nın tekstil ve hazır giyim şehri ise aynı zamanda başkenti olan Bükreş. Hazır giyimde markalaşma sürecine henüz giremeyen Romanya, Avrupa Birliği'nden aldığı fonlarla tekstil ve hazır giyim sektörlerinde kümelenme projelerini artırıyor. Yapılan tüm kümelenme çalışmaları yine Bükreş merkezli çalışmalar.

Bükreş'te tekstil ve hazır giyim sektörünün gelişimi 90'lı yılların sonunda başlıyor. Avrupa'ya yakınlığı, ucuz iş gücü gibi faktörler Bükreş'in bu iki sektörde öne çıkmasını sağlayan faktörler arasında. Bükreş'ten yapılan toplam tekstil ve hazır giyim üretimi yaklaşık 2,5 milyar Euro civarında. Toplam ihracat ise hazır giyim sektöründe 829 milyon dolar, tekstil sektöründe ise 324 milyon dolar.

İhracat yapılan ülkelere bakıldığında İtalya birinci sırada yer alıyor. Romanya'da üretim yaptıran firmalar arasında Arcadia Grup, BHS, Dorothy Perkins, Levi's, Marks & Spencer ve Steilman başı çekiyor.



Spor ayakkabı üretimi **VIETNAM'dan soruluyor**

Vietnam özellikle hazır giyim ve ayakkabı da Amerikan firmalarının üretim merkezi denilebilir. Yapılan üretimin yaklaşık yüzde 60'ı ihraç ediliyor ve bu ihracatın büyük kısmı ABD'ye yapılıyor. Dünyanın en büyük spor ayakkabı markalarından Nike'in üretiminin büyük bir bölümü buradaki fabrikalarda yapılıyor. Nike'in Çinli ortağı Anta Sports Product Ltd.'nin spor ayakkabıları üreten birkaç firması da hem ABD hem de Uzakdoğu pazarı için üretimlerinin bir kısmını burada yapıyor. Vietnam'da tekstil ve hazır giyim konusunda faaliyet gösteren 2 binden fazla firma var. Bu firmaların 2011 yılı cirosu ise toplam 16 milyar dolar. ABD'ye yapılan ihracat ise yine 2011 yılında 7 milyar dolara yaklaşıyor. Vietnam'da tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışanların sayısı 2 milyon kişiden fazla. Sektör özellikle iki bölgede toplanmış durumda. Bunlardan ilki "Ho Chi Min" bölgesi diğeri ise ülkenin Kuzey-Doğu bölgesi. Ülkenin bu bölgesinde toplam üretimin yüzde 58'i yapılıyor.





Dünyanın ikinci büyük ayakkabı üreticisi :HİNDİSTAN

Asya'da Çin'den sonra en büyük üretim merkezlerinden biri Hindistan. Özellikle deri ve ayakkabı üretiminde dünyanın en büyükleri arasında yer alan Hindistan, erkek ayakkabı üretiminde dünyanın en büyük ikinci üreticisi konumunda. Hindistan'ın ayakkabı üretim merkezleri arasında Chennai, Ransipet, Ambur in Tamil Nadu, Agra ve Delhi sayılabilir.

Hindistan'ın iyi olduğu bir diğer sektör ise örme kumaş. Dünyanın en büyük üreticisi sayılan Hindistan'da Coimbatore şehri öne çıkıyor. Hindistan'daki toplam örme kumaş ihracatının yüzde 56'sı ve ev tekstil ihracatının yüzde 60'ı bu bölgeden yapılıyor.

Tamil Nadu: Hindistan'ın deri ve ayakkabı sektörünün başkenti sayılan Tamil Nadu, tüm ülkedeki deri ayakkabı sanayinin yüzde 40'ını ve deri sanayinin yüzde 70'ini barındırıyor. Fretzmen, Florsheim, Lumberjack, Gabor, Clarks, Hugo Boss gibi firmalara üretim yapan şehirde deri sektöründe çalışan kişi sayısı 500 bin kişi. Bu da 2 milyon kişinin çalıştığı sektöre her dört kişiden birinin bu şehirde çalıştığını göstermekte.

Coimbatore: Ülkenin tekstil vadisi olarak geçen Coimbatore bölgesi, ülkenin en büyük örme kumaş üreticisi durumunda. Hindistan'daki toplam örme kumaş ihracatının yüzde 56'sı ve ev tekstil ihracatının yüzde 60'ı bu bölgeden yapılıyor.

PAKİSTAN, teknik tekstildeki gelişmeleri yakından takip ediyor

Pakistan'ın önemli tarım ve sanayi şehirlerinden biri olarak geçen Faisalabad, Dünya Bankası raporlarına göre Pakistan'ın iş yapmak için en iyi şehri olarak seçilmiş.

Tarımda özellikle pamuk üretiminin ağırlıkta olduğu şehirde buna bağlı olarak tekstil ve hazır giyim sektörleri gelişmiş durumda.

Şehirde bir tekstil üniversitesinin bulunması da tekstile verilen bir önemin göstergesi.

Üniversitede sık sık tekstil ve nano-teknolojinin tekstile uyarlanması üzerine konferans ya da seminerler düzenleniyor. Pakistan'ın toplam hazır giyim ve tekstil ihracatı 14 milyar dolar civarında ve bu ihracatın yüzde 70'i ise 2 milyon 600 bin nüfuslu bu şehirden yapılmakta.



MEKSİKA'dan yıllık 35 milyon çift ayakkabı üretimi

Çin'in dünyanın üretim merkezi olmasından sonra en çok zarar gören ülkelerin başında gelen Meksika, bu zararı en çok tekstil, hazır giyim ve ayakkabı sektörlerinde yaşadı. Bir dönemler ABD'nin en çok üretim yaptırdığı ülkelerin başında gelen Meksika. Şu an ayakkabı sektörü ile ve ihracat pazarını farklı ülkelere doğru genişleterek ayakta durmaya çalışıyor.

Guanajuato sadece Meksika'nın değil Güney Amerika'nın ayakkabı merkezi denilebilir. Meksika'daki toplam ayakkabı üreten 11 bin 500 firmanın 5 bin tanesi bu şehirde faaliyet gösteriyor ve bu 5 bin firma toplam üretimin yüzde 80'ini gerçekleştiriyor.

2011 rakamlarına göre 35 milyon çift ayakkabı üretilen Meksika'da, 22 milyon çift ayakkabı ihraç edildi.



**VAR ETTİNİZ,
VAR OLUN...**

Darüşşafaka varsa sayenizde var.
151 yıldır iyi ki varsınız.



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

www.darussafaka.org | 444 1863

Darüşşafaka
1863
CEMİYET

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

98

	2013 HAZİRAN 1000 \$	2014 HAZİRAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 2014 DEĞİŞİM %
ALMANYA	324,031	347,022	7.1	1,842,802	21.9	2,041,716	21.6	10.8
İNGİLTERE	185,134	218,430	18.0	1,013,818	12.0	1,193,474	12.6	17.7
İSPANYA	117,289	133,612	13.9	683,289	8.1	803,515	8.5	17.6
FRANSA	96,717	98,587	1.9	563,800	6.7	597,207	6.3	5.9
HOLLANDA	91,459	91,026	-0.5	465,468	5.5	506,933	5.4	8.9
İTALYA	72,516	67,363	-7.1	380,342	4.5	380,237	4.0	0.0
IRAK	38,544	44,943	16.6	254,159	3.0	321,950	3.4	26.7
DANİMARKA	44,900	47,607	6.0	239,762	2.8	272,706	2.9	13.7
BELÇİKA	36,324	38,518	6.0	201,476	2.4	221,614	2.3	10.0
POLONYA	23,159	33,010	42.5	145,535	1.7	218,106	2.3	49.9
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,030,073	1,120,118	8.7	5,790,451	68.8	6,557,456	69.5	13.2
ABD	33,794	38,976	15.3	194,992	2.3	208,252	2.2	6.8
ROMANYA	16,501	35,991	118.1	105,774	1.3	190,475	2.0	80.1
RUSYA FEDERASYONU	26,608	26,357	-0.9	211,087	2.5	190,248	2.0	-9.9
SUUDİ ARABİSTAN	30,600	39,063	27.7	148,268	1.8	175,620	1.9	18.4
İSVEÇ	22,399	24,365	8.8	140,799	1.7	148,681	1.6	5.6
İSRAIL	14,190	21,801	53.6	93,176	1.1	122,467	1.3	31.4
SLOVAK CUMHURİYETİ	10,542	16,126	53.0	60,803	0.7	108,100	1.1	77.8
UKRAYNA	16,883	10,885	-35.5	141,855	1.7	104,245	1.1	-26.5
LIBYA	12,955	15,236	17.6	71,335	0.8	85,506	0.9	19.9
CEZAYİR	17,064	10,741	-37.1	80,999	1.0	84,577	0.9	4.4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,231,608	1,359,658	10.4	7,039,539	83.6	7,975,625	84.5	13.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	12,692	14,205	11.9	74,657	0.9	76,815	0.8	2.9
İSVİÇRE	14,593	11,998	-17.8	75,654	0.9	71,083	0.8	-6.0
AVUSTURYA	13,599	10,863	-20.1	70,469	0.8	69,748	0.7	-1.0
MISIR	7,432	15,250	105.2	56,424	0.7	67,540	0.7	19.7
YUNANİSTAN	6,971	8,692	24.7	49,636	0.6	59,985	0.6	20.8
SURİYE	2,355	4,997	112.2	21,653	0.3	59,173	0.6	173.3
ESTONYA	6,892	7,056	2.4	58,631	0.7	58,641	0.6	0.0
TUNUS	2,067	13,180	537.8	32,311	0.4	53,953	0.6	67.0
ÇEK CUMHURİYETİ	11,076	9,324	-15.8	67,847	0.8	53,364	0.6	-21.3
FİNLANDIYA	6,299	7,000	11.1	25,991	0.3	42,442	0.4	63.3
NORVEÇ	6,719	6,725	0.1	44,035	0.5	42,199	0.4	-4.2
BULGARİSTAN	5,756	5,651	-1.8	43,936	0.5	40,952	0.4	-6.8
KIRGIZİSTAN	8,122	9,051	11.4	43,063	0.5	39,202	0.4	-9.0
KAZAKİSTAN	7,003	6,394	-8.7	65,691	0.8	38,507	0.4	-41.4
İRLANDA	3,663	6,392	74.5	26,871	0.3	30,390	0.3	13.1
ÜRDÜN	3,627	5,496	51.5	23,519	0.3	29,418	0.3	25.1
KANADA	6,343	5,131	-19.1	32,435	0.4	29,319	0.3	-9.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,316	4,400	2.0	27,731	0.3	26,239	0.3	-5.4
İRAN	1,801	3,994	121.8	11,529	0.1	25,368	0.3	120.0
BOSNA-HERSEK	1,971	3,805	93.0	15,969	0.2	25,348	0.3	58.7
AZERBAYCAN	2,479	4,712	90.1	18,275	0.2	24,304	0.3	33.0
LÜBNAN	3,155	3,693	17.1	24,863	0.3	23,940	0.3	-3.7
KOSOVA	2,749	2,774	0.9	20,227	0.2	20,477	0.2	1.2
FAS	2,694	2,583	-4.1	17,119	0.2	20,202	0.2	18.0
KUVEYT	2,849	3,623	27.2	16,902	0.2	18,619	0.2	10.2
HIRVATİSTAN	1,946	2,441	25.4	11,358	0.1	18,136	0.2	59.7
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,684	2,647	-1.4	17,963	0.2	18,107	0.2	0.8
TÜRKMENİSTAN	2,282	3,746	64.2	18,186	0.2	17,481	0.2	-3.9
SLOVENYA	1,852	3,666	97.9	8,633	0.1	17,003	0.2	97.0
AVUSTRALYA	1,730	2,605	50.6	12,228	0.1	16,602	0.2	35.8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,389,323	1,551,750	11.7	8,073,343	95.9	9,110,182	96.5	12.8
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	53,561	49,554	-7.5	342,133	4.1	325,874	3.5	-4.8
AB (27) TOPLAMI	1,104,935	1,217,735	10.2	6,252,748	74.3	7,121,543	75.5	13.9
TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONF. İHRACATI	1,442,884	1,601,304	11.0	8,415,476	100.0	9,436,056	100.0	12.1

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2013 HAZİRAN 1000 \$	2014 HAZİRAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2014 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM TEKS.'DE PAY %	2013 2014 DEĞİŞİM %
İTALYA	69,746	73,477	5.4	418,199	10.1	484,522	10.7	15.9
RUSYA FEDERASYONU	71,729	58,698	-18.2	541,909	13.0	392,050	8.7	-27.7
ALMANYA	30,474	33,648	10.4	213,790	5.1	233,297	5.2	9.1
İNGİLTERE	26,202	30,302	15.6	153,594	3.7	187,255	4.1	21.9
ROMANYA	22,525	27,335	21.4	158,115	3.8	181,831	4.0	15.0
ABD	27,314	28,148	3.1	156,385	3.8	158,908	3.5	1.6
UKRAYNA	18,445	20,214	9.6	128,004	3.1	151,650	3.4	18.5
BULGARİSTAN	23,176	23,307	0.6	140,905	3.4	146,756	3.2	4.2
POLONYA	19,557	22,330	14.2	128,658	3.1	144,965	3.2	12.7
İRAN	20,688	31,227	50.9	102,587	2.5	144,721	3.2	41.1
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	329,857	348,685	5.7	2,142,146	51.5	2,225,954	49.2	3.9
MISIR	21,006	22,739	8.2	127,475	3.1	141,251	3.1	10.8
İSPANYA	16,885	22,873	35.5	116,818	2.8	138,501	3.1	18.6
FAS	20,804	16,406	-21.1	117,722	2.8	118,077	2.6	0.3
IRAK	5,027	15,150	201.4	27,782	0.7	114,718	2.5	312.9
TUNUS	11,341	14,814	30.6	93,053	2.2	95,019	2.1	2.1
HOLLANDA	10,960	11,342	3.5	78,861	1.9	93,880	2.1	19.0
BELÇİKA	12,067	12,864	6.6	79,901	1.9	86,334	1.9	8.1
FRANSA	12,480	12,218	-2.1	78,823	1.9	80,309	1.8	1.9
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	15,037	11,739	-21.9	105,022	2.5	74,403	1.6	-29.2
YUNANİSTAN	12,057	12,495	3.6	67,335	1.6	74,293	1.6	10.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	467,522	501,324	7.2	3,034,937	73.0	3,242,739	71.7	6.8
PORTEKİZ	9,859	9,100	-7.7	58,233	1.4	67,362	1.5	15.7
SİRBİSTAN	7,851	8,239	4.9	51,943	1.2	57,096	1.3	9.9
İSRAİL	8,871	7,956	-10.3	48,723	1.2	52,275	1.2	7.3
SURİYE	3,834	6,089	58.8	12,900	0.3	47,709	1.1	269.8
HONG KONG	9,066	7,173	-20.9	51,329	1.2	46,794	1.0	-8.8
MACARİSTAN	5,190	6,704	29.2	38,733	0.9	45,523	1.0	17.5
SUUDİ ARABİSTAN	8,615	7,714	-10.4	45,408	1.1	45,431	1.0	0.1
CEZAYİR	7,323	6,232	-14.9	45,870	1.1	40,146	0.9	-12.5
MERSİN SERBEST BÖLGE	5,511	5,565	1.0	31,781	0.8	35,820	0.8	12.7
BREZİLYA	5,830	6,971	19.6	48,088	1.2	34,541	0.8	-28.2
LİTVANYA	3,316	4,752	43.3	24,923	0.6	33,524	0.7	34.5
MOLDAVYA	1,647	5,319	223.0	10,220	0.2	32,890	0.7	221.8
ÖZBEKİSTAN	2,846	4,707	65.4	27,433	0.7	31,988	0.7	16.6
BEYAZ RUSYA	6,005	5,794	-3.5	42,433	1.0	30,320	0.7	-28.5
ÇEK CUMHURİYETİ	2,784	4,051	45.5	21,828	0.5	25,748	0.6	18.0
AVUSTURYA	2,758	3,849	39.6	22,105	0.5	23,934	0.5	8.3
MAKEDONYA	3,424	3,827	11.8	19,941	0.5	23,044	0.5	15.6
ÜRDÜN	3,860	4,195	8.7	24,615	0.6	22,243	0.5	-9.6
LİBYA	5,545	3,014	-45.6	27,923	0.7	21,370	0.5	-23.5
LÜBNAN	2,089	4,138	98.0	16,666	0.4	21,192	0.5	27.2
AHL SERBEST BÖLGE	982	3,842	291.2	12,923	0.3	18,764	0.4	45.2
EGE SERBEST BÖLGE	2,203	2,676	21.5	19,608	0.5	17,419	0.4	-11.2
DANİMARKA	1,860	2,366	27.2	12,922	0.3	17,237	0.4	33.4
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,594	1,804	13.2	13,203	0.3	16,899	0.4	28.0
GÜRCİSTAN	2,113	3,114	47.4	12,551	0.3	16,682	0.4	32.9
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,590	2,146	-17.2	13,888	0.3	16,457	0.4	18.5
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	2,491	3,268	31.2	9,679	0.2	15,977	0.4	65.1
BANGLADEŞ	1,086	3,498	222.0	9,903	0.2	15,929	0.4	60.9
KIRGIZİSTAN	2,392	2,586	8.1	11,505	0.3	15,817	0.3	37.5
MEKSİKA	2,832	3,224	13.9	15,881	0.4	15,613	0.3	-1.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	593,886	645,240	8.6	3,838,092	92.3	4,148,482	91.7	8.1
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	50,786	61,903	21.9	321,462	7.7	373,485	8.3	16.2
AB (27) TOPLAMI	292,896	325,871	11.3	1,879,382	45.2	2,144,378	47.4	14.1
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	644,672	707,143	9.7	4,159,554	100.0	4,521,967	100.0	8.7

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

100

	2013 HAZİRAN 1000 \$	2014 HAZİRAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2014 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	29,907	23,283	-22.1	198,176	23.4	164,045	18.6	-17.2
İTALYA	13,564	17,280	27.4	69,154	8.2	83,849	9.5	21.2
IRAK	9,483	8,599	-9.3	54,659	6.5	65,263	7.4	19.4
ALMANYA	11,499	11,542	0.4	54,955	6.5	64,695	7.3	17.7
İNGİLTERE	5,024	7,473	48.7	31,908	3.8	42,481	4.8	33.1
UKRAYNA	3,536	4,489	27.0	29,187	3.5	31,065	3.5	6.4
FRANSA	7,760	6,812	-12.2	30,642	3.6	30,035	3.4	-2.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	8,533	3,539	-58.5	30,230	3.6	27,486	3.1	-9.1
SUUDİ ARABİSTAN	5,249	5,328	1.5	27,832	3.3	24,806	2.8	-10.9
HONG KONG	6,123	4,183	-31.7	28,093	3.3	21,273	2.4	-24.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	100,678	92,527	-8.1	554,836	65.6	554,999	62.8	0.0
ABD	2,094	2,595	23.9	13,135	1.6	14,224	1.6	8.3
CEZAYİR	1,687	1,561	-7.4	7,624	0.9	12,429	1.4	63.0
ROMANYA	1,834	1,785	-2.6	11,506	1.4	11,352	1.3	-1.3
LİBYA	1,632	2,023	23.9	8,152	1.0	11,103	1.3	36.2
İSPANYA	1,100	2,841	158.3	8,140	1.0	10,702	1.2	31.5
BULGARİSTAN	1,067	949	-11.1	12,040	1.4	10,608	1.2	-11.9
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,083	1,533	41.6	11,134	1.3	9,320	1.1	-16.3
İSRAİL	1,040	1,246	19.8	5,667	0.7	8,807	1.0	55.4
KIRGIZİSTAN	956	367	-61.6	12,664	1.5	8,517	1.0	-32.7
HOLLANDA	989	1,751	77.0	10,200	1.2	8,505	1.0	-16.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	114,159	109,178	-4.4	655,098	77.5	660,566	74.8	0.8
AVUSTURYA	1,896	2,562	35.2	8,444	1.0	8,390	0.9	-0.6
SURİYE	131	552	321.9	307	0.0	8,232	0.9	2,580.2
AZERBAYCAN	854	1,044	22.2	8,642	1.0	8,153	0.9	-5.7
GÜNEY KORE	1,980	1,793	-9.5	7,150	0.8	8,105	0.9	13.4
YUNANİSTAN	943	1,322	40.2	5,533	0.7	7,905	0.9	42.9
TUNUS	420	1,898	351.5	3,531	0.4	7,630	0.9	116.1
DANİMARKA	993	1,463	47.3	5,584	0.7	7,539	0.9	35.0
İSVİÇRE	1,530	1,246	-18.6	8,872	1.0	7,166	0.8	-19.2
TÜRKMENİSTAN	747	1,042	39.5	6,428	0.8	7,036	0.8	9.5
ÖZBEKİSTAN	415	924	122.3	4,982	0.6	7,028	0.8	41.1
İSVEÇ	1,764	2,804	58.9	4,864	0.6	6,307	0.7	29.7
KKTC	719	783	8.9	5,467	0.6	5,409	0.6	-1.1
TACİKİSTAN	397	519	30.6	5,565	0.7	5,237	0.6	-5.9
POLONYA	568	904	59.3	4,715	0.6	5,130	0.6	8.8
KAZAKİSTAN	1,420	881	-38.0	10,412	1.2	5,051	0.6	-51.5
SİRBİSTAN	420	1,056	151.6	3,196	0.4	4,961	0.6	55.2
BELÇİKA	708	969	36.8	5,022	0.6	4,930	0.6	-1.8
GÜRCİSTAN	505	1,036	105.0	3,263	0.4	4,689	0.5	43.7
ÜRDÜN	275	366	33.1	2,017	0.2	4,569	0.5	126.5
YEMEN	1,446	1,158	-19.9	4,534	0.5	4,463	0.5	-1.6
İRAN	634	716	12.9	4,063	0.5	4,360	0.5	7.3
PORTEKİZ	206	989	378.9	1,715	0.2	4,174	0.5	143.4
ESTONYA	151	216	43.2	4,261	0.5	4,124	0.5	-3.2
MISIR	1,335	677	-49.3	6,802	0.8	3,912	0.4	-42.5
ÇEK CUMHURİYETİ	267	276	3.3	2,164	0.3	3,902	0.4	80.3
HİNDİSTAN	557	950	70.7	1,938	0.2	3,845	0.4	98.4
VIETNAM	501	950	89.8	1,627	0.2	3,728	0.4	129.2
ARNAVUTLUK	604	690	14.4	2,661	0.3	3,647	0.4	37.1
BOSNA-HERSEK	338	514	51.9	1,959	0.2	3,054	0.3	55.9
MAKEDONYA	207	917	342.8	1,909	0.2	3,005	0.3	57.4
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	137,091	140,394	2.4	792,725	93.8	826,246	93.5	4.2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	9,049	9,272	2.5	52,839	6.2	57,450	6.5	8.7
AB (27) TOPLAMI	51,511	63,840	23.9	280,333	33.2	325,101	36.8	16.0
TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	146,140	149,666	2.4	845,564	100.0	883,696	100.0	4.5

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

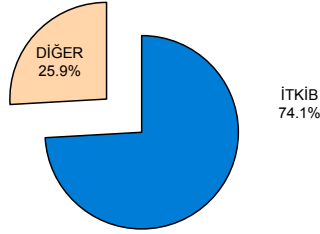
	2013 HAZİRAN 1000 \$	2014 HAZİRAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM HALI'DA PAY %	2014 OCAK HAZİRAN 1000 \$	TOPLAM HALI'DA PAY %	DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	39,071	42,606	9.0	208,518	19.6	217,139	18.9	4.1
ABD	18,492	22,315	20.7	103,191	9.7	129,821	11.3	25.8
LİBYA	17,753	10,284	-42.1	117,643	11.1	84,024	7.3	-28.6
ALMANYA	6,922	6,210	-10.3	52,438	4.9	60,232	5.3	14.9
IRAK	6,694	8,080	20.7	34,243	3.2	47,084	4.1	37.5
BAE	7,474	8,581	14.8	32,847	3.1	40,182	3.5	22.3
İNGİLTERE	3,404	6,787	99.4	26,595	2.5	39,905	3.5	50.0
MISIR	4,409	8,842	100.6	20,143	1.9	33,925	3.0	68.4
ÇİN	3,528	3,144	-10.9	22,496	2.1	29,876	2.6	32.8
RUSYA FED.	3,719	3,528	-5.1	26,594	2.5	20,930	1.8	-21.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	111,466	120,376	8.0	644,708	60.6	703,119	61.4	9.1
POLONYA	2,046	2,502	22.3	14,429	1.4	18,437	1.6	27.8
MACARİSTAN	488	2,306	372.3	9,011	0.8	17,073	1.5	89.5
TÜRKMENİSTAN	2,447	2,737	11.8	16,499	1.6	16,679	1.5	1.1
CEZAYİR	2,250	3,307	46.9	12,308	1.2	15,825	1.4	28.6
İTALYA	1,786	1,823	2.0	11,973	1.1	15,248	1.3	27.4
JAPONYA	4,198	3,601	-14.2	17,377	1.6	14,738	1.3	-15.2
AZERBAJCAN-NAHÇIVAN	2,608	1,967	-24.6	14,968	1.4	13,949	1.2	-6.8
BELÇİKA	2,038	1,683	-17.4	16,227	1.5	13,791	1.2	-15.0
KUVEYT	1,958	3,805	94.3	12,043	1.1	13,778	1.2	14.4
MALEZYA	2,104	2,191	4.1	11,636	1.1	13,393	1.2	15.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	133,390	146,297	9.7	781,179	73.4	856,032	74.7	9.6
ROMANYA	1,399	1,624	16.1	11,805	1.1	13,119	1.1	11.1
FRANSA	1,851	1,486	-19.7	10,540	1.0	12,804	1.1	21.5
İSRAİL	2,079	2,195	5.5	12,847	1.2	12,529	1.1	-2.5
TACİKİSTAN	3,286	3,136	-4.6	16,015	1.5	11,840	1.0	-26.1
FAS	1,586	2,232	40.7	9,056	0.9	11,792	1.0	30.2
KAZAKİSTAN	1,458	1,851	27.0	12,341	1.2	11,176	1.0	-9.4
AVUSTRALYA	1,229	1,652	34.4	7,735	0.7	10,084	0.9	30.4
İSVEÇ	1,456	1,799	23.6	7,800	0.7	9,921	0.9	27.2
AFGANİSTAN	1,733	3,242	87.1	8,276	0.8	9,326	0.8	12.7
UKRAYNA	1,650	1,586	-3.8	15,946	1.5	8,560	0.7	-46.3
YEMEN	2,289	1,821	-20.4	10,901	1.0	8,417	0.7	-22.8
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	2,001	1,731	-13.5	9,265	0.9	7,748	0.7	-16.4
KIRGIZİSTAN	1,931	1,836	-4.9	12,345	1.2	7,699	0.7	-37.6
ÜRDÜN	1,603	1,787	11.5	6,438	0.6	7,659	0.7	19.0
İRAN (İSLAM CUM.)	466	1,266	171.6	4,881	0.5	7,471	0.7	53.1
KANADA	1,363	1,376	1.0	7,225	0.7	6,339	0.6	-12.3
KATAR	1,287	997	-22.5	5,078	0.5	5,798	0.5	14.2
AVUSTURYA	543	912	68.0	3,848	0.4	5,769	0.5	49.9
İSPANYA	654	762	16.6	4,005	0.4	5,563	0.5	38.9
HOLLANDA	573	862	50.5	3,216	0.3	5,273	0.5	64.0
BOSNA-HERSEK	941	1,039	10.4	3,531	0.3	5,269	0.5	49.2
UMMAN	1,234	983	-20.4	5,024	0.5	5,074	0.4	1.0
ŞİLİ	1,000	736	-26.3	3,977	0.4	4,941	0.4	24.2
KOSOVA	1,086	1,642	51.2	3,821	0.4	4,569	0.4	19.6
BULGARİSTAN	679	560	-17.5	4,059	0.4	4,179	0.4	2.9
PAKİSTAN	742	734	-1.0	5,285	0.5	4,047	0.4	-23.4
MORİTANYA	313	616	96.5	2,809	0.3	4,040	0.4	43.8
HİNDİSTAN	1,000	984	-1.6	3,788	0.4	3,877	0.3	2.4
ENDONEZYA	866	504	-41.8	4,120	0.4	3,744	0.3	-9.1
ÇEK CUMHURİYETİ	1,404	627	-55.3	12,127	1.1	3,670	0.3	-69.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	173,091	188,877	9.1	1,009,280	94.8	1,078,328	94.1	6.8
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	10,670	11,734	10.0	54,830	5.2	67,537	5.9	23.2
AB (27) TOPLAMI	27,663	32,439	17.3	200,403	18.8	239,978	20.9	19.7
TOPLAM HALI İHRACATI	183,761	200,611	9.2	1,064,110	100.0	1,145,864	100.0	7.7

GÖSTERGELER

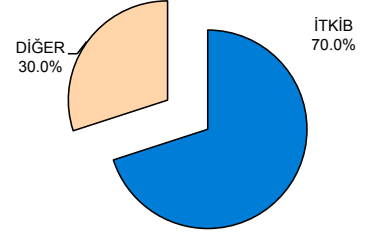
102

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	74.1	25.9
TEKSTİL	45.5	54.5
DERİ	70.0	30.0
HALI	23.2	76.8
	76,080,935	
İTKİB	10,388,162	
DİĞER	65,692,773	

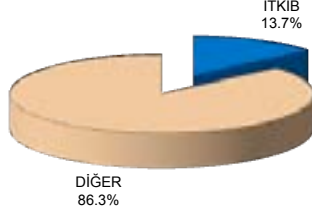
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



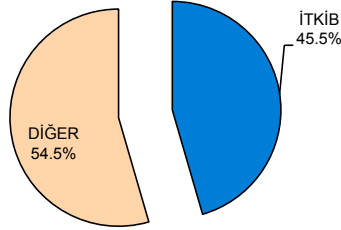
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



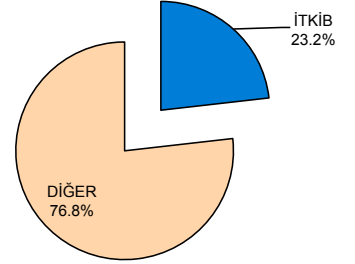
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI



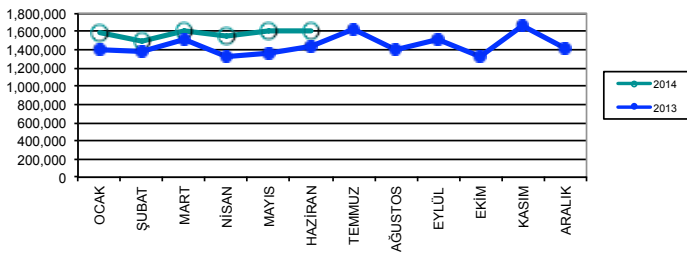
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



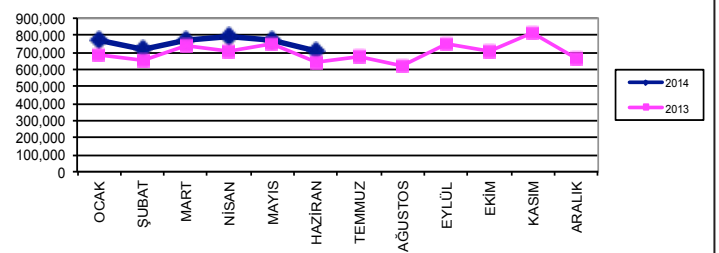
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



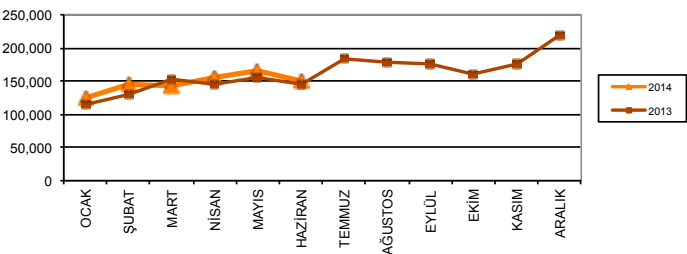
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



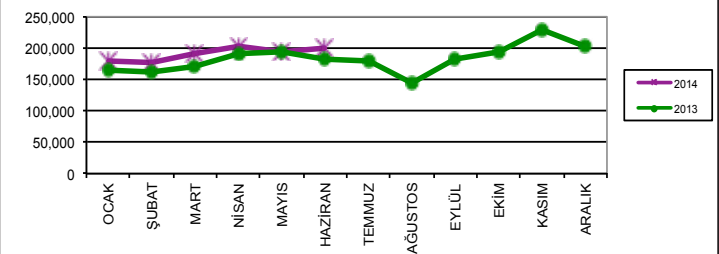
TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



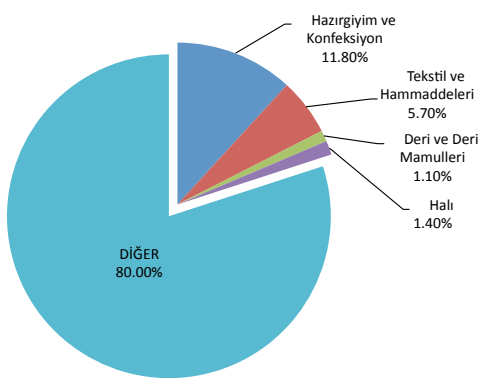
HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI GÖSTERGELER

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$												
SEKTÖRLER	HAZİRAN				OCAK-HAZİRAN				SON 12 AYLIK			
	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay (14) (%)	2012/2013	2013 /2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)
I. TARIM	1,650,179	1,672,867	1.4	13.3	10,141,336	10,946,703	7.9	13.7	20,024,918	22,148,237	10.6	14.1
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,138,585	1,129,944	-0.8	9.0	7,119,127	7,535,914	5.9	9.4	14,111,269	15,314,953	8.5	9.8
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	541,614	497,113	-8.2	4.0	3,151,095	3,419,845	8.5	4.3	6,121,354	6,853,392	12.0	4.4
Yaş Meyve ve Sebze	178,000	168,263	-5.5	1.3	1,096,611	1,146,177	4.5	1.4	2,183,401	2,400,536	9.9	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	100,336	108,416	8.1	0.9	598,513	682,760	14.1	0.9	1,291,103	1,414,240	9.5	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	96,319	102,417	6.3	0.8	641,242	655,381	2.2	0.8	1,417,811	1,452,392	2.4	0.9
Fındık ve Mamulleri	106,164	138,891	30.8	1.1	792,624	922,525	16.4	1.2	1,799,643	1,901,110	5.6	1.2
Zeytin ve Zeytinyağı	36,240	19,273	-46.8	0.2	271,912	129,613	-52.3	0.2	376,636	297,268	-21.1	0.2
Tütün ve Mamulleri	76,117	91,685	20.5	0.7	522,229	527,488	1.0	0.7	844,384	911,809	8.0	0.6
Süs Bitkileri	3,794	3,886	2.4	0.0	44,901	52,127	16.1	0.1	76,938	84,207	9.4	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	157,449	158,185	0.5	1.3	942,740	1,138,228	20.7	1.4	1,826,655	2,183,642	19.5	1.4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	157,449	158,185	0.5	1.3	942,740	1,138,228	20.7	1.4	1,826,655	2,183,642	19.5	1.4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	354,145	384,739	8.6	3.1	2,079,469	2,272,561	9.3	2.8	4,086,994	4,649,642	13.8	3.0
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	354,145	384,739	8.6	3.1	2,079,469	2,272,561	9.3	2.8	4,086,994	4,649,642	13.8	3.0
II. SANAYİ	9,681,922	10,466,589	8.1	83.4	58,626,860	62,762,615	7.1	78.5	115,212,752	123,157,766	6.9	78.6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	974,572	1,057,433	8.5	8.4	6,069,260	6,551,542	7.9	8.2	11,971,807	13,007,885	8.7	8.3
Tekstil ve Hammaddeleri	644,672	707,143	9.7	5.6	4,159,554	4,521,967	8.7	5.7	8,093,671	8,750,333	8.1	5.6
Deri ve Deri Mamulleri	146,140	149,666	2.4	1.2	845,564	883,696	4.5	1.1	1,745,886	1,980,415	13.4	1.3
Halı	183,761	200,624	9.2	1.6	1,064,142	1,145,878	7.7	1.4	2,132,250	2,277,136	6.8	1.5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,328,722	1,524,914	14.8	12.2	8,515,983	8,896,246	4.5	11.1	17,349,995	17,811,577	2.7	11.4
Kıymevi Maddeler ve Mamulleri	1,328,722	1,524,914	14.8	12.2	8,515,983	8,896,246	4.5	11.1	17,349,995	17,811,577	2.7	11.4
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,378,628	7,884,242	6.9	62.9	44,041,617	47,314,827	7.4	59.2	85,890,950	92,338,303	7.5	59.0
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1,442,884	1,601,304	11.0	12.8	8,415,476	9,436,056	12.1	11.8	16,550,903	18,380,356	11.1	11.7
Otomotiv Endüstrisi	1,800,469	2,031,817	12.8	16.2	10,542,676	11,717,709	11.1	14.7	19,585,341	22,478,161	14.8	14.4
Gemi ve Yat	137,340	113,596	-17.3	0.9	560,628	562,765	0.4	0.7	935,441	1,165,728	24.6	0.7
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	920,031	974,771	5.9	7.8	5,440,961	6,003,371	10.3	7.5	11,280,194	12,256,632	8.7	7.8
Makine ve Aksamları	465,384	500,604	7.6	4.0	2,863,999	3,023,773	5.6	3.8	5,512,851	5,954,482	8.0	3.8
Demir ve Demir Dışı Metaller	553,131	594,364	7.5	4.7	3,386,868	3,654,110	7.9	4.6	6,595,152	7,097,090	7.6	4.5
Çelik	1,111,723	1,070,767	-3.7	8.5	7,418,318	7,021,235	-5.4	8.8	14,848,544	13,423,888	-9.6	8.6
Çimento Cam Seramik ve Toprak	263,836	279,327	5.9	2.2	1,607,959	1,638,803	1.9	2.1	3,127,776	3,183,398	1.8	2.0
Mücevher	168,991	149,476	-11.5	1.2	1,065,776	1,150,397	7.9	1.4	2,130,326	2,338,117	9.8	1.5
Savunma Sanayii	171,487	180,262	5.1	1.4	681,814	779,267	14.3	1.0	1,305,516	1,486,382	13.9	0.9
İklimlendirme Sanayii	335,220	376,408	12.3	3.0	1,998,153	2,266,196	13.4	2.8	3,921,122	4,467,266	13.9	2.9
Diğer Sanayi Ürünleri	8,133	11,546	42.0	0.1	58,988	61,147	3.7	0.1	97,784	106,803	9.2	0.1
III. MADENCİLİK	431,231	404,553	-6.2	3.2	2,503,104	2,371,617	-5.3	3.0	4,754,022	4,903,393	3.1	3.1
Madencilik Ürünleri	431,231	404,553	-6.2	3.2	2,503,104	2,371,617	-5.3	3.0	4,754,022	4,903,393	3.1	3.1
TOPLAM (TİM)	11,763,332	12,544,009	6.6	100.0	71,271,301	76,080,935	6.7	95.2	139,991,693	150,209,395	7.3	95.9
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					3,226,898	3,854,391	19.4	4.8	12,670,526	6,385,401	-49.6	4.1
TOPLAM (TİM+TUİK)	11,763,332	12,544,009	6.6	100.0	74,498,199	79,935,326	7.3	100.0	152,662,219	156,594,796	2.6	100.0

* Son 12 aylık dönem için ilk 11 ay TUİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır. Ocak-Haziran dönemi için ilk 5 ay TUİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.



	2013 AYLIK DÖVİZ KURLARI	
	\$	€
1 Ocak 2013	1.7594	2.3490
1 Şubat 2013	1.7704	2.3635
1 Mart 2013	1.8220	2.3550
1 Nisan 2013	1.8466	2.3934
1 Mayıs 2013	1.8676	2.4100
1 Haziran 2013	1.9512	2.5286
1 Temmuz 2013	1.9186	2.5261
1 Ağustos 2013	1.9871	2.6493
1 Eylül 2013	2.0197	2.6692
1 Ekim 2013	2.0138	2.7300
1 Kasım 2013	2.0099	2.7177
1 Aralık 2013	2.0319	2.7545

	2014 AYLIK DÖVİZ KURLARI	
	\$	€
1 Ocak 2014	2.1757	2.9797
1 Şubat 2014	2.2675	3.0612
1 Mart 2014	2.2225	3.0611
1 Nisan 2014	2.1531	2.9697
1 Mayıs 2014	2.1111	2.9246
1 Haziran 2014	2.0998	2.8573
1 Temmuz 2014	2.1232	2.9064
1 Ağustos 2014	2.1485	2.8771

KINGDOM®

*Kingdom is dedicated in
the best linen yarn*



FİLOFİBRA PAZARLAMA A.Ş.

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

One of the biggest
suppliers of linen yarn
in the world

UNIVERSAL



İkitelli OSB Mah. Eski Turgut Özal Cad. No:22D İç Kapı No:3B03
Başakşehir / İstanbul - TURKEY
Tel: +90 212 671 03 74 (pbx) Fax: +90 212 671 03 75
www.polarflc.com