

# İTKİB HEDEF 257

İSTANBUL TEKSTİL VE KONAKLAMA İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 HAZİRAN - 15 TEMMUZ 2015



## HOSAB'da temel atıldı

Şanlıurfa'da hazır giyim üretim üssü

## Fransa'da pazar artırma atağı

İhracatta vazgeçilmez rota Avrupa

## İTKİB iş hukukunda uyarıyor

İşçi de işveren de haklarını bilmiyor

# TASARIMIN YENİ KELEBEKLERİ

  
KOZA

# bullmer

cutting room technology

astajans.com



## Modanın Şampiyonu

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

PROCUT D 8001  
SERİSİ

### ASTAS JUKI

ASTAS ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

ASTAS PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL

Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) - Fax: (0212) 630 89 27

www.astas-cadcam.com

cadcam1@astasjuki.net

# 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](http://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



## 14 FRANSA'DA PAZAR BÜYÜTME ATAĞI



## 20 HOSAB İLKLERİN OSB'SİNDE TEMEL ATILDI

## TÜRKİYE, AB-ABD ARASINDAKİ STA'DA YER ALMALI

# 30



## 34 İNSANA VE ÇEVREYE DUYARLI ÜRETİM MÜMKÜN

## TASARIMIN YENİ KELEBEKLERİ

# 52



## İHİB TAM KADRO DOMOTEX TURKEY'DE

# 84 | 86

## İHİB, ABD ZİYARETİYLE SATIŞ KANALLARININ ÇİTASINI YÜKSELTİYOR

### SAHİBİ

İTKİB adına Süleyman ÇAKIROĞLU

### DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,  
Mustafa ŞENOCAK, Uğur UYSAL

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Özkan KARACA

### YAYIN KURULU

İsmail 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 Hayri DİLER

### YAZI KURULU

Süleyman ÇAKIROĞLU, Mustafa BEKTAŞ

### YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.  
Dış Ticaret Kompleksi B Blok  
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

### YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ  
erkanersoz@kucukmucizeler.com

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Meral GÜLER  
meralguler@kucukmucizeler.com

### EDİTÖRLER

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

### ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL  
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

### GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ  
muhammed@kucukmucizeler.com

### PAZARLAMA İLETİŞİMİ REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN  
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

### REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK  
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

### BASKI-ÇİLT

Belmat Baskı  
Telsiz Mah. 69/1 sok. No:25/5  
Zeytinburnu / İSTANBUL  
www.belmatbaski.com

### DAĞITIM

Intermail

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

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

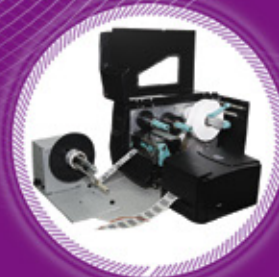
### İLETİŞİM

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

# AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



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



ISO 9001:2008  
LL-C  
Certification  
Edge No: 901236

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



[www.akbarkod.com](http://www.akbarkod.com)

# %18.91

Kurulan şirket sayısı, Mayıs'ta geçen yılın aynı ayına göre yüzde 18.91 artarak 5 bin 558'e ulaşırken, kapanan şirket sayısı ise yüzde 28.28 azalarak 624'e geriledi.

## Hazır giyim markaları İran'da

Tercihli Ticaret Anlaşması, İran'la ticareti hareketlendiriyor. 8 marka gitti. Eylülde 30 marka daha yer bakmaya gidecek. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, yılbaşında yürürlüğe giren tercihli ticaret anlaşması ile birlikte İran'a satışlarının yüzde 35 arttığını söyledi. "Rakamlar çok fazla bir şey ifade etmiyor. Çünkü hem İran hem de Rusya ile aramızdaki ticaret daha çok bavul ticareti şeklinde gerçekleşiyor" diyen Tanrıverdi, "İran'da Türk mağazaları açılmaya başladı. Önümüzdeki dönemde markalarımız daha hızlı bir şekilde çoğalacak. Bu yıl 8 markamız mağaza açtı. Bunlar; Koton, Collection, Pentı, LC Waikiki, Derimod ile Aydınli Grup'un Pierre Cardin, Cacharel ve U.S Polo ASSN markaları. Roman da mağaza açmak üzere. Şu an oraya giden, araştırın ve partner arayan markalarımız var. Bunlar da yıl sonuna doğru mağaza açmaya başlar. Türk markaları İran'da ciddi ilgi görüyor" dedi. Bu gelişmelere rağmen Türkiye- İran Tercihli Ticaret Anlaşması ile birlikte yapılan gümrük indiriminin yeterli olmadığını savunan Tanrıverdi, "Vergiler daha az uygulanırsa Türk firmaları İran'da ciddi bir şekilde boy gösterir" dedi.

HİKMET TANRIVERDİ  
İHKİB Başkanı



## Deri sektörü konfeksiyon ve saracıyede de ek vergi istiyor



MUSTAFA ŞENOCAK  
İDMİB Başkanı

Ayakkabı sektöründe üretimi canlandırmak için yapılan ve kısa zamanda meyvelerini veren ithale ek vergi uygulaması, deri sektöründeki diğer üreticilerin de beklentilerini artırdı. İçeride üretimin canlanması ve daha sağlıklı deri ürünlerinin pazarda yer alması için ek verginin şart olduğunu düşünen sektör temsilcileri, uygulamanın hayata geçirilmesi için seçim sonrası sürecin hızlanacağını ümit ediyor. Geçen yıl ithal ayakkabıda deriye yüzde 50, suni deriye

yüzde 30 ek vergi uygulaması getirilmişti. Uygulamanın hayata geçmesiyle sektörün kapasite kullanımı en az yüzde 10 arttı, ihracat ilk 4 ayda 266,6 milyon dolara çıktı, en önemli gelişme de birçok yabancı firmanın Türkiye'de üretim için harekete geçmesi oldu. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, küresel ekonomideki sıkıntılara rağmen ayakkabı sektörünün ek vergiyle içeriden güç aldığını ve büyümesini sürdürdüğünü, ancak deri sektörü ihracatında en büyük kaybın deri konfeksiyon alanında yaşandığını kaydetti. Bu nedenle bir süredir ek vergi uygulamasının deri konfeksiyon ve saracıyeye getirilmesi için bakanlıklar nezdinde temaslarda bulduklarını söyleyen Şenocak, "Bu talebimiz büyük ölçüde kabul gördü. Özellikle saracıyede bu uygulamanın getirilmesine çok sıcak baktı. Ancak seçim süreci araya girdi. Seçimden sonra bu konuyla ilgili bir karar alınmasını bekliyoruz" ifadelerini kullandı. Sektörde ithalatın ihracattan çok fazla olduğunu dile getiren Şenocak, "Türkiye'de deri



## ihkib.org.tr yayın hayatına başladı

Türkiye'nin en önde gelen imalat sanayi kollarından hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli kuruluşlarından biri olan İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), sektör ile daha güçlü iletişim içinde olmak için www.ihkib.org.tr web sayfasını hayata geçirdi. Büyük bir titizlik ile tasarlanan web sayfasında İHKİB'in faaliyetleri, dış ticarete ilişkin bilgiler, İHKİB'e ve olan 7 binin üzerindeki firmaların iletişim bilgileri, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatına yönelik istatistiksel bilgilere ulaşılabilirken, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ile ilgili basında çıkmış haberler yakından takip ediliyor. Site aracılığıyla ihracatçıların sorun yaşadıkları konuları da İHKİB'e daha kolay bir şekilde aktarabiliyorlar.

# 128.3

milyar dolar

TCMB 2015 yılı mart ayına ilişkin "Kısa Vadeli Dış Borç İstatistikleri"ni açıkladı. Kısa vadeli dış borç stoğu, Nisan ayında geçen yıl sonuna göre, yüzde 3,5 azalarak 128,3 milyar dolara geriledi.

## Halı Tasarım Yarışması'nın finalistleri belirlendi

İHİB tarafından organize edilen Halı Tasarım Yarışması geleceğe yatırım yapmak ve Türkiye'deki yeni yeteneklere fırsat kapılarını aralamak amacıyla her yıl düzenleniyor. Hem halıcılık sanatının gelişmesine yardımcı olacak hem de sektöre süreklilik ve canlılık kazandıracak genç halı tasarımcılarını keşfetme amacı taşıyan yarışma, genç ve yetenekli tasarımcı adaylarına kendilerini ifade etme şansı tanıyor. Üniversite öğrencilerinin ya da yeni mezunların katılımına açık olan ve tek kategoride organize edilen İHİB Halı Tasarım Yarışması'nda elemeler uzman kişiler tarafından gerçekleştirilirken, kazanan yarışmacılar da aldıkları ödüllerle tasarımı yapmaya teşvik edilmiş oluyor. Bu yıl 9'uncusu gerçekleştirilecek olan İHİB Halı Tasarım Yarışması'nın 2.jüri elemeleri 17 Haziran 2015'te gerçekleştirildi. Elemeler sonucunda finale kalan isimler şöyle: Bahar Kahraman, E.Gökçe Özkulak, Erman Aksoy, Lütfiye Gül Gündüz, Nurettin Yıldırım, Özgecan Bülbül, Songül Kara, Uğur Cihan.

9. İHİB Halı Tasarım Yarışması'nın Final Gecesi 18 Kasım 2015 tarihinde yapılacak. İHİB tarafından düzenlenecek olan ödül töreninde 8 finalistin halı tasarımları bir sergi/performans ile basın mensuplarının yanı sıra, mimarlık ve iç mimarlık dünyası ile halı sektörü mensupları, üniversite öğretim üyeleri ve ilgili iş çevrelerinin önde gelen isimlerinden oluşan seçkin



davetilere sunulacak. Kasım ayı içinde yapılacak olan jüri özel sunumunda, finalistler tarafından hazırlanmış 150x220 cm ebadındaki halılar jüriye sunulacak. Bu sunumun ardından jüri üyeleri tarafından yapılacak değerlendirme sonucunda, her bir finalistin halısı jüriden belirli bir puan alacaktır. Final gecesinde alınan puanın yüzde 60'ı ile mülakattaki puanın yüzde 40'ı, her bir yarışmacının final puanını oluşturacak.



## EGSD, üreticiler ve tedarikçileri buluşturdu

Kısa sürede İzmir ekonomisine büyük katkı koyan Gelinlik, Damatlık ve Abiye Fuarı'nın mimarı Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD), sektördeki üretici ve tedarikçileri buluşturdu. Geçtiğimiz yıl aynı tarihlerde ilki gerçekleştirilen, sektörün iki tarafını buluşturan Ege Tekstil ve Konfeksiyon Tedarikçileri Buluşması'na Dernek üyesi 32 tedarikçi firma katılarak ürünlerini sergiledi ve önemli iş bağlantılarına imza attı. Tekstil ve hazır giyim sektörü ile birlikte ayakkabı, deri sektörlerinden de firmaların da ziyaretçi olarak katıldığı buluşmada tüm gün görüşmeler devam etti. Geçen yıl başlayan projenin üyelerden oldukça ilgi gördüğünü, Ege Tekstil ve Konfeksiyon Tedarikçileri Buluşması'nı gelenekselleştirmek istediklerini ifade eden EGSD Yönetim Kurulu Başkanı Mukadder Özden, İzmir ve Türkiye ekonomisine büyük bir hareketlilik getiren Gelinlik, Damatlık ve Abiye fuarının da geç-

mişte aynı düşüncelerle hayata geçirildiğini söyledi. Organizasyonda tedarikle ilgili her konuda üreticilerin bilgi sahibi olan ziyaretçiler, dokuma ve örme, kumaş, boyahane,

nakış, brode, tela, düğme, aksesuar, makine yedek parça ve yazılım sektörlerindeki ürün ve hizmetleri yakından görme imkanı buldular.



# %2.3

Türkiye'de büyüme ilk çeyrekte yıllık bazda yüzde 2,3 olurken, dönemsel bazda ise yüzde 1,3 oldu. Türkiye ekonomisi, yılın ilk çeyreğinde yüzde 2,3 büyürken, dolar bazında ise yüzde 2,93 daraldı. Türkiye ekonomisi 2014'ün son çeyreğinde ise yüzde 2,6 büyümüşü.



## İMA, yeni dönem kayıtları başladı

Modaya ilgi duyan ve kariyerini moda alanında yapmak isteyenlere uluslararası standartlarda eğitim veren İstanbul Moda Akademisi'nin 2015 - 2016 eğitim dönemi

kayıtları başladı. Akademik Programlar ve Sürekli Eğitim Programları olmak üzere iki ana başlık altında toplanan İMA eğitim programları, moda tasarımının yanı sıra moda

yönetiminden, merchandising ve moda satın almasına, moda fotoğrafçılığında, moda editörlüğü ve stylinge kadar uzanan geniş bir alanı kapsıyor. Her Cuma 15.00 - 17.00 saatleri arasında, İstanbul Moda Akademisi'nde düzenlenen tanıtım günleri etkinliklerinde, eğitim programları hakkında bilgi edinirken, İMA'nın eğitim ortamını görme, eğitimcilerle bire bir görüşme fırsatı da yakalanıyor. Tasarım atölyelerinden Türkiye'nin ilk ve tek Moda Kütüphanesi'ne; kalıp ve dikiş atölyelerinden fotoğraf stüdyosuna İMA'daki tüm derslikler gezilebilirken, eğitim ortamını soluyup moda tasarımı eğitiminin tüm aşamaları deneyimlenebiliyor. Bunun yanı sıra uluslararası standartlarda eğitim ortamı ve uygulama odaklı eğitim anlayışı, akademik yıl boyunca sektörün önde gelen isimleri ve moda tasarımcıları ile birlikte gerçekleştirilen projeler, 3.sene sonunda İstanbul Moda Haftası'na hazırlanma süreçleri, mezun olduktan sonra kurulan güçlü bağların profesyonel hayata adım atmaya nasıl katkı sağladığına kadar bir çok konu ve merak edililenler hakkında bilgi sahibi olunabiliyor.



## İstanbul Shopping Fest devam ediyor

Artık geleneksel hale gelen ve bu yıl 5'incisi gerçekleştirilecek olan İstanbul Shopping Fest (İSF) start aldı. 28 Haziran'da sona erecek İstanbul Shopping Fest boyunca yüzlerce marka yüzde 50'ye varan indirimle tüketiciye ulaşacak. Festivalin en iddialı günü ise Mall Of İstanbul'da 12 Haziran'da gerçekleştirilecek Efsane İndirim Günü olacaktır. Efsane İndirim Günü'nde indirim oranı bazı markalarda yüzde 85'e varırken ziyaretçiler 5 liraya tişört, 10 liraya pantolon, 50 kuruşa çorap satın alabilecek. 2013 yılında ticaret hacmi 8 milyar 250 milyon lira olan İstanbul Shopping Fest'te geçen yıl 10,2 milyar liralık ciro elde edildi. Festivalin cirosu bir önceki yıla oranla yüzde 23,6 arttı. Festival kapsamında kente gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 13,82 artarak 1 milyon 90 bin 284 kişiye çıktı. 1 milyonu aşkın ziyaretçi 23 günde yabancı kartlarla 711 milyon lira tutarında alışveriş yaptı. Haziran ayında Tax Free (vergiden muaf) alışveriş toplamı yüzde 51 artarken, kişi başı harcamada ise yüzde 24,14 artış sağlanarak ortalama 865 liraya ulaşıldı.

## Ev tekstiline otel dopingi

Türkiye'de turizm sektöründeki büyüme 200'ün üzerinde sektöre iş yaratıyor. Perdeden halıya, çarşaftan havluya kadar çok çeşitli yelpazede tekstil malzemeleri kullanan oteller, yeni otel yatırımlarının artması ile birlikte tekstil sektörüne de doping etkisi yapıyor. Son bir yılda yatırım teşviki alan 350 otelin hayata geçirilmesi ile birlikte tekstil sektörüne yaklaşık 3,5 milyar TL'lik iş hacmi yaratması bekleniyor. TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, ev tekstili sektörünün turizm, sağlık ve inşaat sektörlerindeki büyümenin de etkisiyle her yıl ortalama yüzde 15'er seviyesinde büyüdüğünü söylüyor. Ev tekstili sektörünün en iyi partnerlerinden birinin turizm sektörü olduğuna dikkat çeken Küçükçalık, "Yeni otel yatırımları ve yenilenme yatırımları yapan oteller, sektörümüze yeni iş hacmi yaratıyor. Yeni yapılacak olan otellerle birlikte sektörümüz de hareketlenecek" diyor. Otel yatırımlarının her geçen yıl artması ile birlikte, iş fırsatı doğan bir diğer sektör de halı sektörü oluyor. Çünkü otellerin, özellikle de şehir otellerinin büyük bir kısmında odalardan balo salonlarına ve toplantı salonlarına kadar çeşitli alanlarda halı ve ürünleri kullanılıyor. Her dört yılda bir renovasyon çalışmaları yapılan otellerle birlikte yaratılan iş hacmi de artıyor.





**UĞUR**<sup>®</sup>  
M A K İ N A



**Yamato**<sup>®</sup>

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

# İŞÇİ DE İŞVEREN DE

İŞVEREN VE İŞÇİ ARASINDA YAŞANAN İHTİLAFLAR, ÇOĞU ZAMAN CAN SIKICI OLABİLİYOR. MAHKEMEYE TAŞINAN İHTİLAFLARSA, ÇOĞU ZAMAN İŞVEREN ALEYHİNE SONUÇLANIYOR. ANCAK BİR GERÇEK VAR Kİ, İŞVEREN DE İŞÇİ DE KANUNİ HAKLARINI TAM OLARAK BİLMİYOR.

## HAKLARINI BİLMİYOR

**İş aklının** sonlandırılması, çoğu zaman işveren ve işçi arasındaki hak arama mücadelesinin temel noktasını oluşturuyor. Kimi zaman işçinin, kimi zaman da işverenin haklı olduğu, haklılığını ispatladığı bu süreçte, haklı olursa da haksız konuma düşülen zamanlar da olabiliyor. Hukukçular bunun sebebini, uygulamadaki esasların bilinmemesi ya da mahkemeye delillerin sunulmamasıyla özetlerken, son dönemlerde yükseliş gösteren bu durumun ana nedenlerinden birisi, her iki tarafın da kanuni haklarını tam olarak bilinmemesi olarak öne çıkıyor. İHKİB ve İTHİB'in, tam da bu nedenle düzenlediği, firmaları bilgilendirme amaçlı "İşveren Sorunlarının İş Hukuku ve Yargıtay Kararları Işığında Değerlendirilmesi" başlıklı seminer, 21 Mayıs tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi. Yargıtay Onursal

Üyesi Avukat Ali Turhan, Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Onursal Başkanı Dr. Mustafa Kılıçoğlu, Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi Cem Çelik ve Yargıtay 22. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi Ali Bulut'un konuşmacı olarak katıldığı seminerde, kıdem tazminatlarından iş sözleşmesinin sona erdirilmesi ölçütlerine, haklı fesihlerden iş yerlerindeki hatalı uygulamalara kadar birçok konu detaylarıyla tartışıldı.

**Başkanlardan yaşanan sıkıntılara çözüm çağrısı**  
İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve Birlik üyelerinin yanı sıra birçok firmanın katılım sağladığı seminerde bir konuşma yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, firmalardan sıklıkla duydukları sorunların başında işçi ve işveren arasında yaşanan ihtilafların geldiğini vurguladı. Konuşmasında, iş davalarının yüzde 99'unun işçi lehine sonuçlandığını da belirten Tanrıverdi, "Biz artık işçi çalıştırmakta zorlanır hale geldik. Yaşadığımız sorunları bizlerle paylaşırsanız, biz de yeni kurulacak hükümet ile bu süreci daha sağlıklı yürütmüş oluruz" dedi. İş hayatında sıklıkla karşılaşılan işçi işveren ihtilafların birtakım anlaşmazlıklara sebep olduğunu söyleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle ise bu ihtilafların oluşmasında mutlaka işverenin de eksikliklerinin olabileceğini ifade ederek, "Türkiye kalkınabilir, çok zenginleşebilir ama adalet yoksa çok fazla bir şey ifade etmiyor. Adalet yoksa, geceleri uyuyamazsınız. Güvenli bir hukuk, iyi bir adalet herkese lazım olan bir şey" dedi. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak da "İşçi ve işveren ilişkileri tüm



**DR. MUSTAFA KILIÇOĞLU**  
Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Onursal Başkanı



**ALİ TURHAN**  
Yargıtay Onursal Üyesi Avukat

**İŞ MAHKEMELERİ YALNIZCA İŞÇİLERİN TARAFINI TUTAN BİR MERCİİ DEĞİLDİR. İŞVEREN NE KADAR OLAYLARI BELGELENDİRİP MAHKEMEYE SUNARSA, MAHKEME DE O DELİLLERE GÖRE HAREKET EDER. İŞVERENİN EN BÜYÜK HATASI OLAY VE İHTİLAFLARI DELİLLENDİRMEMESİ, İŞİ SADECE BEYANDA BIRAKMASIDIR.**



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

*"Firma ziyaretlerimizde firma sahiplerinin çoğunlukla aktardıkları sıkıntılardan başında işçi ve işveren arasında yaşanan sorunlar öne çıkıyor."*



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

*"Türkiye kalkınabilir, çok zenginleşebilir ama adalet yoksa çok fazla bir şey ifade etmiyor. Güvenli bir hukuk, iyi bir adalet herkese lazım olan bir şey."*



**MUSTAFA ŞENOCAK**  
İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı

*"İşçi ve işveren ilişkileri tüm sektörümüzü ilgilendiren bir konu. Bu seminerin uygulamadaki sorunlarımıza çözüm sağlayacağını düşünüyorum."*

sektörlerimizi ilgilendiren bir konu. Maalesef uzun yıllardır çözüm bulamıyoruz. Bu seminerin uygulamadaki sorunlarımıza çözüm sağlayacağını düşünüyorum" dedi.

### **İstikrarlı iş hukuku mevcut değil**

Yargıtay bünyesinde iş davalarını inceleyen üç hukuk dairesinden farklı kararların çıkabileceğini belirten seminer konuşmacıları ise Yargıtay'ın istikrarlı bir iş hukuku içtihadının olmadığına dikkat çekti. Firmaların mahkemelerde sadece beyanda bulunmaları ve delil sunamamaları nedeniyle davaların çoğunlukla işçi lehine sonuçlandığını vurgulayan konuşmacılar, bu durumun sıklıkla yaşandığına da vurgu yaptı. İş yerlerinde sigara içme saatlerinden, sigara içilecek yerin tayin edilmesine kadar her şeyin yazılı bir şekilde işçiye beyan edilmesinin önemine değinen konuşmacıların üzerinde durduğu bir başka önemli konu ise işverenin her olayı mutlaka sağlıklı bir şekilde belgelemesi gerekliliği oldu. Bu çerçevede, işverenin çoğunlukla düştüğü hatalardan birini, işçinin içinde bulunduğu durumun yapacağı işi aksatıp aksatmadığına bakmadan sonuca varılmak istenmesi olarak açıklayan konuşmacılar, söz konusu durum işi aksatmadığı halde davanın işverenin aleyhine sonuçlanabileceği uyarısında bulundu.

### **İşçi ve işverenin fesih hakları**

Seminerde öne çıkan ve tartışılan konu başlıkları ise şöyle sıralandı:

✓ İşveren ve işçi, serbest iradeleriyle, karşı-

## **İşverenin haklı fesih hakları**

- İşçinin işverene veya işverenin başka bir işçisine cinsel tacizde bulunması, sataşması ve sarhoşluğu,
- İşçinin müşteri sırlarını başkasına aktarması,
- İşçinin hatalı üretimi fark edip üretime devam etmesi,
- İşçinin işverene, ailesine veya işvereni temsil eden görevliye (müdür, vardiya şefi vb.) yaptığı hakaret,
- İşçinin indirimle giren ürünün indirimden girmeden kendisine saklaması vb.

## **İşçinin haklı fesih hakları**

- İşin veya iş ortamının işçinin sağlığı için tehlikeli olması,
- İşverenin işçiyi yanıltması; işe alınırken iş koşulları hakkında söylenenler ile daha sonra yapılanlar arasında fark olması,
- İşverenin işçinin şeref ve namusuna dokunacak sözleri, cinsel veya psikolojik tacizi,
- İşverenin sataşması,
- İşverenin ücret ödememesi, sigorta primlerinin asgari ücret üzerinden yatırılması vb.

## İŞVERENİN İŞÇİNİN ŞEREF VE NAMUSUNA DOKUNACAK SÖZLERİ, CİNSEL VEYA PSİKOLOJİK TACİZİ DE İŞÇİNİN HAKLI FESİH YAPMASINA HAK KAZANDIRIR. ÖZELLİKLE TEKSTİL FİRMALARINDA SIKLIKLA BU TÜR HAKLI FESİHLERİN YAŞANDIĞI BİLİNİYOR. İŞVERENİN SATAŞMASI DA İŞÇİNİN YİNE HAKLI FESİH YAPMASINA İMKAN VERİYOR.



lıklı anlaşarak iş sözleşmesini sona erdirdiler bile bu bozma sözleşmesi tek başına ikbal görmüyor. İkale Bozma Sözleşmesi olarak anılan bu bozma sözleşmesinin geçerli olabilmesi için makul yarar kavramına başvuruluyor. Makul yarar ise Yargıtay Hukuk Daireleri arasında farklı uygulanan bir kavram. İçeriği tam olarak belli değil. İş sözleşmesinin kim tarafından sona erdirilmek istenmesi makul yararın belirlenmesinde kriter olarak belirleniyor. Örneğin, 20 yıllık bir kıdemli olan işçi, işveren tarafından doğruluk ve bağlılığa aykırı bir davranışta bulunurken yakalanırsa, işçi tarafından getirilen ikale teklifi neticesinde alacağı makul yarar ile normal işveren tarafından yapılacak makul yarar birbirinden farklı olacaktır.

✓ Haklı fesih, taraflardan birinin davranışı üzerine taraflar arasındaki güvenin çökmesi demektir. İki tarafın burada haklarını bilmemesi açılan davaların çoğu zaman lehlerinde kararın çıkmaması ile neticeleniyor. İşçi tarafından haklı fesih; İş Hukuku 24. Madde'nin 1. Bendinde "işin

işçinin sağlığı için tehlikeli olması" olarak düzenlenmiştir. Burada bakılan husus, sağlık raporudur. İşçinin sağlığını tehlikeye atıp atmadığının raporlanması gereklidir. İşçinin kıdem tazminatı alabilmesi için bu rapor şarttır. İşverenin veya başka bir işçinin bulaşıcı hastalığa tutulması da yine işçinin haklı fesih ve kıdem tazminatını oluşturan sebeplerden biridir. Aynı madde 2. Bendinde yer alan ahlak ve iyi niyet kurallarına uymama da; işverenin işçiyi yanılması, işe alınırken iş koşulları hakkında söylenenler ile daha sonra yapılanlar arasında fark olması en çok karşılaşılan sorunlar arasında yer alıyor. İşverenin işçinin şeref ve namusuna dokunacak sözleri, cinsel veya psikolojik tacizi de işçinin haklı fesih yapmasına hak kazandırır. Özellikle tekstil firmalarında sıklıkla bu tür haklı fesihlerin yaşandığı biliniyor. İşverenin sataşması da işçinin yine haklı fesih yapmasına imkan veriyor. İşverenin ücret ödememesi, sigorta primlerinin asgari ücret üzerinden yatırılması da haklı fesihe imkan verir ve



sıkça iş davalarına konu edilir. ,

✓ İşverenin haklı fesihleri arasında ise işçinin işverene yaptığı hakaret ilk akla gelen nedenlerden biridir. Bu durum sadece işverene değil, aynı zamanda işveren temsilcisine yapılan hakaretler için de geçerlidir. Burada, Yargıtay'ın çeşitli uygulamaları olduğu biliniyor. Örneğin işverenin eşine yönelik bir hakareti de haklı fesihe dahil ediliyor. İşçinin işverene veya işverenin başka bir işçisine cinsel tacizde bulunması, sataşması ve sarhoşluğu da haklı fesih imkanı veren durumlar arasında yer alıyor. Ancak burada, işçinin kanuni haklarını araması sataşma olarak kabul edilmiyor. İşçinin iş yerinde alkol alması, müşteri sırlarını başkasına aktarması, işçinin hatalı üretimi fark edip üretime devam etmesi, indirim giren ürünün indirim girmeden kendisine saklaması gibi benzer durumlarda işverenin haklı feshine imkan veren durumlar olarak öne çıkıyor.

### İşverenin ödeme güçlüğü içerisinde olması

✓ İşverenin ücret ödememesi, işçinin haklı fesih yapmasına olanak sağlar. İş Kanunu 32. Maddesi, iş karşılığı ödenecek ücretin her ay ödenmesi gerekliliğine hükmeder. Bu ücret daha kısa sürelerde haftalık veya günlük de ödenebilir. Ama ay içerisinde işçinin ücreti ödenmemişse, işçi haklı sebeple iş akdini feshedebilir. Buradaki ücretin ödenmemesi sadece temel ücretleri değil, hafta sonu ve genel tatil, fazla mesai, yol ve yemek parasını da kapsar.

✓ Kanun'un 34. Maddesi ise kaçınma yükümlülüğü açıklar. Burada sözü edilen 20 gün, işveren tarafından hatalı olarak "her işçiye 20 gün süresi dolduktan sonra 20 gün daha geç ödeme hakkım var" diye algılanıyor. Oysa işverenin böyle bir hakkı yok. Eğer ayın sonunda işçinin ücreti ödenmemişse, işçi, takip eden ayın 1'inde haklı nedenle fesih hakkını kullanabilir. "Ama ben ödedim, 20 gün opsiyonu var" gibi söylemler, ne yazık ki uygulamada kabul görmüyor. İşverenin ödeme güçlüğü içerisinde olması ise haklı fesihi ortadan kaldırmıyor. Bu durumda işçi kıdem tazminatına da hak kazanıyor.

### Kıdem tazminatı hangi koşulda ödenmez?

✓ İşverenin haklı fesih hakkına sahip olduğu bir diğer unsur ise Kanun'un 1. Maddesinde düzenlenen sağlık sebepleridir. İşçinin derli toplu olmayan yaşayışından yahut işçiyi düşkünlüğünden doğacak bir hastalığa veya sakatlığa uğraması halinde doğacak devamsız-

## İŞÇİ BELİRLENEN İŞ TANIMI ÇERÇEVESİNDE GÖREVİNİ YERİNE GETİRMİYORSA, ÖNCELİKLE İŞ TANIMI YENİDEN İŞÇİYE HATIRLATILMALIDIR. HATIRLATILMADAN DÜZENLENECEK TUTANAK, HAKLI FESİHE OLANAK SAĞLAMAZ. HATIRLATMAYA RAĞMEN İŞÇİ BUNA DEVAM EDİYORSA, O ZAMAN HAKLI FESİH DEVREYE GİRER.

İşçinin işi yapmadığına dair üç iş günü veya bir ayda beş iş gününden fazla sürmesi halinde işverene haklı nedenden dolayı fesih hakkı doğar. Burada karıştırılmaması gereken bir husus var; haklı nedenden dolayı işverenin haklı fesih hakkı vardır ama kıdem tazminatını ödemesi gerekmektedir.

✓ Kıdem tazminatının ödenmesini gerektirmeyen tek madde Kanun'un 25. Maddesi 2. Bendidir. İşveren açısından 25. Maddenin 2. Bendinden dolayı fesih yapılırsa, kıdem tazminatı ödemesi yapması gerekmez. Örneğin işçinin işvereni yanıltması gibi: İşveren iş yerine güvenlik görevlisi alacak ve işçi sabıkalı olduğunu işverenden gizliyor. Bu durum, işverene haklı nedenden dolayı fesih hakkı tanır. Ya da işçi işverene sahte diploma sunar ve bu durum ortaya çıkarsa işveren tazminatsız haklı fesih hakkı kazanır. Fakat bu duruma dahil olmayan durumlarda söz konusu. Örneğin bir tekstil çalışanı tek böbreğinin olduğunu işe girerken bildirmiyor; işveren bunu daha sonra öğreniyor ve işe etki edeceğini düşünerek fesih yapıyor ama Yargıtay bunu yanıltma olarak kabul etmiyor. Çünkü Kanun'da sözü edilen yanıltmanın işi etkilemesi gerekiyor.

### Sadece beyan, davayı kazanmaya yeterli değil

✓ İş mahkemeleri yalnızca işçilerin tarafını tutan bir mercii değildir. İşveren ne kadar olayları belgelendirip mahkemeye sunarsa, mahkeme de o delillere göre hareket eder. İşverenin en büyük hatası olay ve ihtilafları delillendirmemesi, işi sadece beyanda bırakmasıdır. Oysa işveren, olayları belgelendirip dava dosyasında bu belgeleri sunarsa haklı olduğu davada haklılığını daha kolay ispat edecektir. Özellikle iş akdinin kıdem ve ihbar tazminatı ödenmeyecek şekilde sona erdirilmesi ispat külfeti işverendedir. İşçi eğer 24. Maddeye göre haklı nedenle fesih ediyorsa, haklı nedeni ispat etmek zorundadır.

✓ Bir başka haklı fesih hali işçinin iş yerinde suç işlemesidir. Cezası yedi günden fazla olacak ve ertelenmeyen bir suç olması halinde işverene haklı fesih hakkı doğar. İşçinin işe devamsızlığı da yine en çok karşılaşılan haklı fesih durumlarından biridir. İşçinin işverenden izin almaksızın veya haklı bir sebebe dayanmaksızın işi yapmadığına dair üç iş günü veya bir ay içerisinde iki defa herhangi bir tatil gününün ardından iş günü yahut bir ayda üç iş günü işine devam etmemesi halinde, işveren haklı fesihe hak kazanır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, işçinin işverenden



**CEM ÇELİK**  
Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi



**ALİ BULUT**  
Yargıtay 22. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi

izin almaması veya işe gelmeyişi haklı bir sebebe dayandıramamasıdır.

### Hatırlatma unsuru haklı fesihi etkiliyor

✓ Örneğin iş yerinde bir tartışma yaşanır ve bu tartışmadan sonra işveren tarafından sözlü olarak işçinin iş akdi feshedilirse, işveren bu tartışmayı ispatlamak zorundadır. Aksi halde işçi için tartışma sonrası günleri kapsayan devamsızlık tutanakları geçersiz olacaktır.

✓ İşçinin haklı bir sebebi, sağlık raporu olabilir ve bunu telefonla müdürüne veya yetkili isme sözlü bildirmiş olabilir. Eğer haklı sebebi varsa, yine devamsızlıktan haklı fesih olmaz. Cumartesi günü iş günü ise o gün yapılan devamsızlıklar da devamsızlık olarak kabul edilir ama cumartesi ve pazar iş günü değilse ve o günlerde işveren işçiyi işe çağırırsa da mesai ücreti ödemişse, işçinin işe gelmeyi reddet-

mesi devamsızlık sayılmaz. Eğer mesai ücreti ödeniyorsa tersi durum kabul edilir.

✓ İşçinin görevini yerine getirmemesi halinde öncelikle hatırlatma unsuru kullanılmalıdır. İşçinin görevinin ne olduğu tam olarak belirlenmelidir. İşçi belirlenen iş tanımı çerçevesinde görevini yerine getirmiyorsa, öncelikle iş tanımı yeniden işçiye hatırlatılmalıdır.

Hatırlatılmadan düzenlenecek tutanak, haklı fesihe olanak sağlamaz. "Hangi görevini yerine getirmedi, işçiye hatırlatma yapıldı mı" gibi etmenler dava sürecinde önemlidir. Hatırlatmaya rağmen işçi buna devam ediyorsa, o zaman haklı fesih devreye girer.

✓ Bir de hatırlatılmaya gerek duyulmayan durumlar vardır. Örneğin; güvenlik hizmeti veren bekçinin uyuması ve görev yerini terk etmesi; yanıcı ve parlayıcı maddelerin olduğu yerde yasaklanmış olmasına rağmen sigara içilmesi gibi...



Seminere gelen firma yetkilileri merak ettikleri konuları Yargıtay üyeleriyle paylaştı.

YARGITAY ONURSAL ÜYESİ AV. ALİ TURHAN, İŞÇİ İŞVEREN ARASINDAKİ İHTİLAFLARIN İŞVEREN ALEYHİNE SONUÇLANMASINDA ANA NEDENİN İŞVERENİN SAĞLIKLI BİR KAYIT SİSTEMİ TUTMUYOR OLMASINDAN KAYNAKLANDIĞINI SÖYLÜYOR VE “YARGITAY, BELGE GÖRMEK İSTER. HAKLILIĞINIZI BELGELEYEMİYORSANIZ, ALEYHİNİZE KARAR ÇIKMASI KAÇINILMAZDIR” DİYOR.



**Geçmişte** sadece Yargıtay 9'uncu Hukuk Dairesi'nin kararına bağladığı iş davaları artık 7'nci, 21'inci ve 23'üncü Hukuk Daireleri'nce de takip ediliyor. Ancak farklı Hukuk Dairelerinden çıkan farklı kararlar, işverenlerin aklını da karıştırıyor. Yargıtay Onursal Üyesi Av. Ali Turhan ile hem farklı Yargıtay kararlarının nedenleri ve sonuçlarını hem de işçi işveren ihtilaflarında işverenin nasıl davranması gerektiğini konuştuk.

### Bize biraz kendinizden bahseder misiniz?

İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'ni bitirdikten sonra Türkiye'nin çeşitli yerlerinde hakimlik ve savcılık görevlerinde bulundum. 1990 yılında Almanya'da Aile Mahkemesi'nde bir yıl çalışma fırsatı yakaladım ve Alman Hâkim Akademisi'nde eğitim aldım. ABD'den aldığım davet ile gittiğim Amerika'da Fikri Mülkiyet ve Danimarka'da ise ombudsmanlık üzerine çalışmalar yaptım. Uzun yıllar HSYK Raportörlüğü görevini sürdürdükten sonra Ankara Cumhuriyet Başsavcı Vekilliği'ne atadım. Ardından Yargıtay üyeliğine seçildim ve beş yıl Yargıtay üyeliği yaptım. Evliyim ve iki çocuğumuz var.

### Yargıtay'da iş hukukuna bakan üç daire var. Buralardan çıkacak kararların birbirinden farklı olması hem işçil hem de işverenlerin güvenini zedelemiyor mu?

Daha önce biliyorsunuz sadece Yargıtay 9'uncu Hukuk Dairesi bu davalara bakıyordu. Örneğin 10'uncu Hukuk Dairesi de

**İşverenin kuracağı sağlıklı kayıt sistemi, ihtilafların azalmasında en büyük etken olacaktır.**

sosyal güvenlik ile ilgili davalara bakıyordu. Fakat davaların yoğunluğunun artması üzerine 7'nci, 21'inci, 23'üncü Hukuk Daireleri de bu davalara dâhil oldu. Dolayısıyla alınan kararlarda da farklılıklar oluşmaya başladı ama bu farklı kararlar her zaman iyidir. Farklı kararlar çıktığı zaman içtihadı birleştirmeye gitme imkânı doğar. İçtihadı birleştirme, verilen kararların birlik haline gelmesini içerir ve uyulması zorunlu hale gelinen bir

zemin oluşturur. Bu tabii işçinin de işverenin de aleyhine olabilir. Tersi de söz konusudur. Bu nedenle, farklı Yargıtay Dairelerinden farklı kararlar çıkıyor olmasını ben hukuk açısından yararlı buluyorum. Diğer yandan, şu anki hava işverenin büyük bir sıkıntı içinde olduğu yönündedir. Bazı hukuk büroları bunu iş edinip “işçilerin haklarını arıyoruz” vaadiyle toplu davalar açıyor ve işveren açısından büyük kayıplara neden oluyor. Ancak yeni açılan Yargıtay Dairelerinden işveren lehine farklı kararlar çıkıyor olması, içtihadı birleştirme açısından işveren için önemli bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

### İstikrarlı bir iş hukukunun var olabilmesi için neler yapılması gerekiyor?

Bunu hem işçi hem de işveren açısından değerlendirmek lazım. Davaya konu olan işçi işveren ihtilaflarının ana nedeni, sağlıklı bir kayıt sisteminin olmayışıdır. İşveren açısından bakarsak, gerek muhasebeye gerekse insan kaynaklarında istihdam edilen personelin yeterli yetkinlikte olmayışı, Yargıtay içtihatlarının lehte olan kısımlarının tabibinin zorlaşması ve belki de bu içtihatları takip edecek avukat ve müşavir kadrosunun olmayışı ya da o personelin yeterli yetkinlikte olmayışı nedeniyle ihtilafların arttığını görüyoruz. Ya-

pılması gereken, en küçük uzlaşmazlığın bile bir tutanakla kayıt altına alınmasıdır. Uzlaşmazlık da demeyelim, işçinin bir günlük izni ya da bir günlük fazla mesaisinin bile sağlıklı bir şekilde kayıt altında olması, belgelere dayandırılması lazım. Yargıtay bu belgeyi görmek istediğinde siz gösteremezseniz, işçinin göstereceği bir veya birkaç yeminli tanık işveren aleyhine karar çıkmasında en büyük etken oluyor. Dolayısıyla işverenin kuracağı sağlıklı kayıt sistemi, istihdam edeceği personelin konusunda yetki olması ve işverenin işçileri doğru bilgilendirilmesiyle ihtilafların azalacağı kanaatini taşıyorum. Yargıtay her şeyin belgesini görmek istiyor. Bu eksiklik, Yargıtay kararlarında da dillendiriliyor. Örneğin “kayıtların eksikliği nedeniyle” deniliyor... İşveren sağlıklı bir kayıt sistemi tutar, idari ve hukuki konularda yetkin personellerle çalışırsa, işçileri ile ihtilaf yaşamadan ya da daha az ihtilaf yaşayarak ve bunları dava dönüşmeden alternatif uzlaşma yollarıyla tatliya bağlayarak yoluna devam edebilir.

### Tekstil sektöründe işçilerin çoğunlukla karşılaştıkları hukuki sorunlar neler?

Her sektörde sorunlar temelde aynıdır. Sorunların ana nedeni işverenin sağlıklı bir kayıt sistemine sahip olmaması ve işçilerin doğru bilgilerle donatılmaması. İşveren işçinin işe giriş çıkış saatlerini doğru tutmazsa işçi bunu suiistimal edebilir. Ya da bir işçi diğer bir işçiyi taciz etmişse işveren buna hemen müdahil olmalı, belgelendirmeli ve sorunu değerlendirerek bir daha aynı sorunun yaşanmaması için çözüm üretmelidir. Ama ne yazık ki işverenler bu tür olayların çevrede duyulmasını istemediği için genellikle olayı gizleme yolunu tercih ediyor. Bu yanlış bir tutumdur ve sonrasında işverenin bu yanlış tutumu hukuk önünde kendisini savunamayacak duruma da getirebilir çünkü işveren olayı gizlemiş, belgelendirmemiştir. Benim tespitime göre mobbing davalarında bir artış izleniyor, özel olarak bunu söyleyebilirim. Burada da aslında işverenin değil, işveren temsilcisi olan müdürlerin yanlış tutumlarından kaynaklanan ihtilaflar yaşanıyor.

## Nebim V3 ERP'yi tercih eden öncü markalar



## 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/basari_hikayeleri)  
<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

NEBİM

V3

NEBİM



# FRANSA'DA

## PAZAR BÜYÜTME ATAĞI

İHKİB, 2-5 HAZİRAN TARİHLERİNDE 26 HAZIR GIYIM FİRMASI İLE FRANSA'NIN BAŞKENTİ PARİS VE ÜLKENİN TEKSTİL ENDÜSTRİSİNİN ÖNEMLİ ŞEHRİ LILLE KENTLERİNDE "SEKTÖREL TİCARET HEYETİ" PROGRAMI DÜZENLEDİ. PAZARI YAKINDAN İNCELEME FIRSATI BULAN HEYET, FRANSIZ FİRMALARI İLE İKİLİ GÖRÜŞMELER GERÇEKLEŞTİRDİ.

**Fransa**, hazır giyim alanında moda ve markanın en önemli ülkelerinden biri konumunda. Son yıllarda üretimin başka ülkelere kayması ile birlikte Fransa'da daha çok moda, marka, tasarım alanında faaliyet gösteren firmalar ayakta kalabildi. Bu çerçevede Fransa Türk moda dünyasının sürekli bağlantı içinde olduğu bir pazar olarak önemini koruyor. 26 Türk hazır giyim firmasının yer aldığı İHKİB Ticaret Heyeti, Paris ve Lille'deki etkinliklerde aralarında dünyanın en büyük markalarının bulunduğu birçok firma ile ikili görüşmeler gerçekleştirdi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin başkanlık yaptığı heyette, İHKİB Başkan Vekili Kemallettin Güneş, Yönetim Kurulu Üyeleri Özkan Karaca, Cem Altan ve Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak yer aldı. Londra, Milano ve Paris gibi moda

merkezlerinde bulunan potansiyeli daha iyi değerlendirmek için çalışmalar yaptıklarını belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bunun için de fuarlar dışında ara organizasyonlarla sektörel buluşmalara ağırlık verdiklerini söyledi. Fransa'nın 'marka cenneti' olduğuna ve çok uzun zamandan beri üretimden çekildiğine dikkat çeken Tanrıverdi, "Türkiye Avrupa pazarına çok yakın ve sayısız avantaja sahip. Biz yaptığımız değerlendirmelerde Almanya ve İngiltere'ye kıyasla Fransa'ya ihracatta daha geride kalmamızın nedenlerini hem kendimiz hem de Fransa açısından masaya yatırdık. Bizlerin hızlı moda üretme, esneklik, daha küçük siparişlere hızla yanıt verme gibi artılarımız var. Bu yüzden de ihracatımızı artırmalıyız" dedi. Fransa'nın tekstil ve hazır giyim alanında moda ve markanın en önemli ülkelerinden

birisi olduğuna değinen Tanrıverdi, "Öte yandan, son 10-12 yıllık dönemde üretimin başka ülkelere kayması ile birlikte Fransa'da daha çok moda, marka, tasarım alanında faaliyet gösteren firmalar ayakta kalabildi, bu çerçevede Fransa Türk moda dünyasının sürekli bağlantı içinde olduğu bir pazar olarak önemini sürekli koruyacaktır" dedi.

### Fransa, hedef ülkeler arasında

İHKİB AB, ABD ve Uzakdoğu Ülkeleri Fuarlar ve Dış İlişkiler Komitesi Başkanı Özkan Karaca, Türkiye hazır giyim ihracatı içinde Fransa'ya yapılan ihracatın payının sadece yüzde 6 olduğunu kaydetti. Karaca, "Fransa ile neredeyse aynı nüfusa sahip olan Almanya'nın Türkiye hazır giyim ihracatı içinde payı yüzde 20 iken İngiltere'nin payı ise yüzde 13 düzeyinde bulunuyor.



Dolayısıyla İHKİB Fuarlar komitesi olarak Fransa'yı hedef ülkeler arasına aldık. 2014 yılında Fransa'ya 1,1 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatı gerçekleştirdik. Bu ülkeden 20,6 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı gerçekleştirdik. Türkiye hazır giyim ihracatı içinde Almanya, İngiltere ve İspanya'dan sonra dördüncü sırada yer alan Fransa'yı Hollanda takip ediyor. Fransa hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe net ithalatçı olup, dünyanın başlıca pazarları arasında yer almaktadır. Fransa'nın dünyaya hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatı 2014 yılında yüzde 12,1 oranında artmış ve 11,5 milyon dolar değerinde gerçekleşmiş durumda. Fransa'nın dünyadan hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatının ise 2014 yılında yüzde 13,1 oranında yükselerek 26 milyar dolar değerine yaklaştığını görüyoruz. Fransa'nın yıllık 26 milyar dolara ulaşan hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatında en önemli tedarikçileri, yüzde 32,5 pay ile Çin, yüzde 8,2 pay ile Bangladeş, yüzde 8,1 pay ile İtalya ve yüzde 6,4 pay ile Türkiye oluşturuyor" dedi.

#### **Fransa pazarında durgunluk devam ediyor**

2013 ve 2014 yıllarında Fransa'da hazır giyim sektöründe değer bazında satışlarda duraklama gözlemlendiğine değinen Özkan Karaca, "Hazır giyim ihracatında miktar bazında ihmal edilebilir düzeyde bir gerileme yaşanmıştır. Ekonominin durgunlaşmasıyla birlikte sektör de bu durumdan payını almış, ülkedeki artan işsizlik ve gelirlerinde artış olmaması sonucunda tüketicinin alım gücü oldukça sınırlı hale gelmiş. Bu durum-

da öncelik gıda ve sağlık harcamalarına verilmiş. Bunun sonucu olarak ise tüketiciler giyim alımlarını ertelemiş, giyim satışları hacim olarak daralmış, değer bazında durağan hale gelmiştir. Bunun sonucu olarak daha düşük bütçe ile giyim eşyası ve ayakkabı alışverişlerini gerçekleştirmek isteyen ve sayıları gittikçe artan Fransız tüketiciler, daha ekonomik markalara ve perakendecilere yönelmekte" dedi.

#### **Fransa, Türkiye'den en fazla örme hazır giyim alıyor**

Fransa'nın hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatını ürün grupları bazında da ele alan Özkan Karaca, 2014 yılında 26 milyar dolara yaklaşan ithalatın yüzde 46'sını oluşturan 11,9 milyar dolarlık bölümünün dokuma hazır giyim ürünlerinden oluştuğu, örme hazır giyim ürünleri ithalatının yüzde

**Türkiye, 2014 yılında Fransa'ya 1,1 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatı gerçekleştirirken, bu ülkeden 20,6 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı yaptı.**



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

*"Hazır giyim alanında moda ve markanın en önemli ülkelerinden birisi olan Fransa Türk moda dünyasının sürekli bağlantı içinde olduğu bir pazar olarak önemini sürekli koruyacaktır."*

44,1 payla 11,4 milyar dolar olduğu, hazır eşya ürünleri ithalatının ise yüzde 9,9 pay ile 2,6 milyar dolar olarak kaydedildiğini belirtiyor. Türkiye'nin Fransa'ya 2014 yılında 1,1 milyar dolar değerinde gerçekleşen hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatında en önemli ürün grubunu yüzde 54,2 oranında pay ile örme hazır giyimin oluşturduğunu belirten Karaca örme ürünlerini dokuma hazır giyimin yüzde 29 ile takip ettiğini belirtti.



**Ekonomi Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım heyet çalışmalarına destek verdi.**



11

**Türkiye'nin Fransa'dan 2014 yılında 1,1 milyar ABD doları değerinde gerçekleşen hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatında en önemli ürün grubunu %54,2 oranında pay ile örme hazır giyim oluşturmaktadır.**



#### ÖZKAN KARACA

İHKİB AB, ABD ve Uzakdoğu Ülkeleri Fuarlar ve Dış İlişkiler Komitesi Başkanı

"Fransa ile neredeyse aynı nüfusa sahip olan Almanya ve İngiltere'nin hazır giyim ihracatımızdaki payları yüzde 20 ile yüzde 13 iken Fransa'nın yüzde 6 düzeyinde kalmasından dolayı Fransa'yı hedef ülkeler arasına aldık."

#### İhracatta katma değere odaklanılmalı

AB üyesi ülkelerde yaşanmakta olan borç krizine bağlı olarak gelişen talep daralmasının hazır giyim ve konfeksiyon ihracatına olumsuz etkisi olduğunu belirten Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak, "Sektörün ihracatındaki devamlılığın sürdürülebilmesi ve AB pazarındaki daralma eğiliminin telafi edilmesi gerekmektedir. Bu noktada, 2011/1 sayılı "Pazar Araştırması

ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ" kapsamında, 2-5 Haziran 2015 tarihleri arasında, Bakanlığımız koordinasyonunda ve İHKİB Genel Sekreterliği organizasyonunda Fransa'nın Lille ve Paris şehirlerinde gerçekleştirilen ve benim de iştirak ettiğim "Konfeksiyon Sektörel Ticaret Heyeti" programının zamanlama ve ülke tercihi açısından oldukça başarılı bulunduğumu belirtmek istiyorum. Heyete katılan bay/bayan giyim eşyası ve çorap olmak üzere hazır giyim

**Türk hazır giyim ihracatçıları yurt dışı pazarlarda oluşturulacak Türkiye ticaret merkezleri için de çalışmalarını sürdürüyor. Oluşturulacak bu merkezlerde Türk firmalarının ürünlerinin tanıtımı ve pazarlanmasında etkinlik sağlanması ve bürokrasinin azaltılması amaçlanıyor.**

sektöründe faaliyet gösteren 26 firmamızın, Fransa'nın önde gelen perakendecilerinin bulunduğu birçok ünlü Fransız firma ile ikili iş görüşmesi gerçekleştirdiğini yerinde görmek memnuniyet verici bir durumdur. Firmalarımızın temel stratejisi daha ucuza satmak değil "daha nitelikli" satmak olmalıdır. Dolayısıyla, bir yandan ihracatımızı fiziki olarak artırırken bir yandan da katma değerini yüksek olduğu alanlara sıkı sıkı tutunmamız, katma değeri yüksek ürünlerin üretimini ve markalı ihracatımızın payını artırmamız gerekiyor. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki tüm firmalarımızın da bu anlayışla ihracat stratejilerini oluşturmalarını amaçlıyoruz. Bu kapsamda, Eko-





### VEYSEL PARLAK

Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü

*“İhracatımızı fiziki olarak artırırken bir yandan da katma değerini yüksek olduğu alanlara sıkı sıkı tutunmamız, katma değeri yüksek ürünlerin üretimini ve markalı ihracatımızın payını artırmamız gerekiyor.”*

nomi Bakanlığı olarak verdiğimiz ihracata yönelik devlet desteklerinin temel amacı, katma değeri artırarak, ihracatımızda sürdürülebilir artış yakalamaktır. Bakanlığımızca uygulanan devlet destekleri kavramına yeni bir bakış açısı getirerek; yatırım-üretim-istihdam-ihracat değer zincirini destekleyen, Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya değer veren bir yaklaşım ile nihai hedefi katma değerli ürün ihracı olan bir sistem oluşturulmuştur. Biz, Ekonomi Bakanlığı olarak hedefe giden süreçte her zaman ihracatçılarımızın yanında ve destekçisi olacağız. “Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ” kapsamında Bakanlık olarak desteklediğimiz bu ticaret heyetinin yakın gelecekte meyvesini aldığımızı görmek bizler için ayrı bir mutluluk vesilesi olacaktır” dedi.

### Türkiye Ticaret Merkezleri için çalışmalar sürüyor

Ayrıca Türk hazır giyim ihracatçıları yurt dışı pazarlarda oluşturulacak Türkiye Ticaret Merkezleri için de çalışmalarını sürdürüyor. Oluşturulacak bu merkezlerde Türk firmalarının ürünlerinin tanıtımı ve pazarlanmasında etkinlik sağlanması ve bürokrasinin azaltılması amaçlanıyor. İHKİB Fransa Ticaret Heyeti'nin Paris ayağına katılan Ekonomi Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım, Türkiye Ticaret Merkezleri'nin hayata geçirilmesi için çalışmalarına hız verdiklerine dikkat çekti.

**Fransa hazır giyim ve konfeksiyon pazarında ürün grupları bazında pantolon ve şortlar önemli bir yer tutmakta. Yıllık 7,8 milyar euro olarak tahmin edilen Fransa pantolon ve şortlar pazarının 2/3'lük bölümünü kadın pantolon ve şortları oluşturuyor.**

### Fransa hazır giyim pazarı

Fransa hazır giyim ve konfeksiyon pazarında ürün grupları bazında pantolon ve şortlar önemli bir yer tutmakta. Yıllık 7,8 milyar euro olarak tahmin edilen Fransa pantolon ve şortlar pazarının 2/3'lük bölümünü kadın pantolon ve şortları oluşturuyor. Erkek pantolon ve şort ürün pazarının büyük bölümü ise formal ve klasik pantolonlardan oluşmakta. Bu ürün grubunda sosyal sorumluluk içeren etik üretim önem kazanmakta olup, tüketiciler fair trade kap-

samında üretilen pamuklu kot pantolonlar ile organik pamukla üretilen ürünlere giderek artan biçimde ilgi gösteriyorlar.

Fransa hazır giyim ve konfeksiyon pazarının diğer önemli bir segmenti de gömlekler ve bluzlar olup, bu ürün grubundan yıllık 4,3 milyar euro tüketim yapıldığı tahmin ediliyor. Fransa tişört pazarı yıllık 2,8 milyar euro olduğu tahmin ediliyor. Bu ürün grubunda da ekonomik sıkıntılar, Fransız tüketicisini daha ucuz ürünlere yönlendiriyor. Tişört ürün grubunda da bayanlar erkeklere göre daha fazla tüketim yapıyor ve tişörtleri sadece kot pantolonlarla değil, etek, mücevher ve diğer aksesuarlarla da kombin ediyorlar. Tişört Fransız kadınlarının gardırobunda önemli bir yere sahip. Basic tipi nispeten daha ucuz tişörtler ise gençler arasında daha yaygın.

Fransa iç giyim, uyku kıyafetleri ve çorap (bodywear) pazarı ise yıllık 4,4 milyar euro tüketim hacmine sahip canlı bir pazar. Fransa, AB içinde Almanya, İtalya ve İngiltere'den sonra en büyük 4. bodywear pazarı. Pazarın büyük bölümü kadın ürünlerinden oluşsa da, Fransız erkekleri de özellikle iç giyim tüketimine önem veriyor.

## 4

**Türkiye, Fransa'nın hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithal ettiği ülkeler arasında dördüncü sırada yer alıyor.**



Fransa bebek kıyafetleri pazarı yıllık yaklaşık 700 milyon euro tüketim hacmine sahip ve hızla büyüyen canlı bir pazar konumunda. Çocuk kıyafeti üretimiyle doğrudan bağlantılı olan bebek kıyafetleri üretiminde 0-2 yaş esas alınıyor. Fransa bebek kıyafetleri pazarı AB içinde en önemli pazar olup, ülkenin doğurganlık ve nüfus artışında diğer AB üyelerinden daha yüksek oranlara sahip olması pazarı daha da canlı hale getiriyor. AB'nin yıllık bebek kıyafetleri ithalatında Fransa'nın payı yüzde 23 olup, Fransa bu oran ile yüzde 22 paya sahip olan İngiltere-



*Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veyssel Parlak da heyete eşlik etti.*

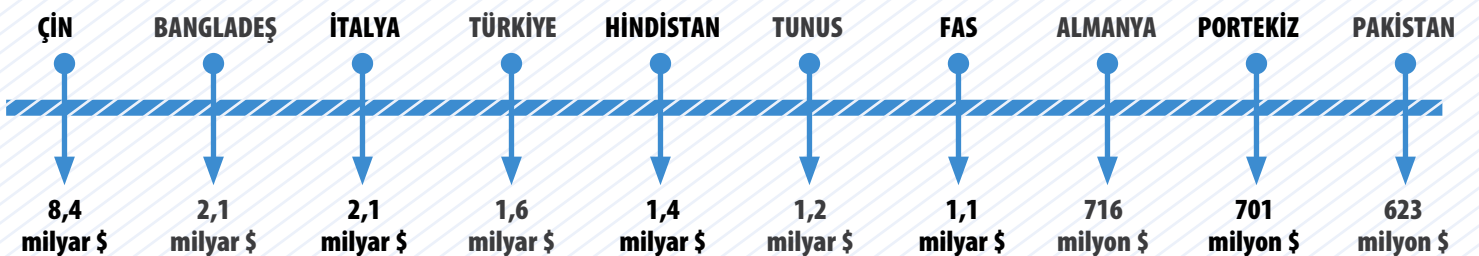
re ve yüzde 12 paya sahip olan İtalya'nın önünde en büyük paya sahip ülke konumunda bulunuyor. Fransız kadınlarının eskiye oranla daha ileri yaşlarda bebek sahibi olması da bebelere harcanan parayı yukarı çekiyor. Fransa çocuk kıyafetleri pazarı da AB içinde en önemli pazarlardan biri olup,

ülkenin doğurganlık ve nüfus artışında diğer AB üyelerinden daha yüksek oranlara sahip olması, pazarı daha da canlı hale getiriyor. Bu segmentte dikkate alınması gereken en önemli konu yetişkinlerde olduğu gibi Fransız çocuklarının da Kuzey Avrupa ülkeleri çocuklarına göre daha kısa boylu ve daha az yapılı olmaları.

## FRANSA TİCARET HEYETİNE KATILAN FİRMALAR

- AKADEMİ TEKSTİL
- KARAR TEKSTİL
- MÜPTELA TEKSTİL
- RİKKO TEKSTİL
- ATMOSFER TEKSTİL
- KARE TEKSTİL
- NURGÜL TEKSTİL
- SEM-AY TEKSTİL
- AYCEM TEKSTİL
- KİPTEKS TEKSTİL
- NURTEKS
- TUREKS
- DONATELLİ DONATO TEKSTİL
- LARA TEKSTİL
- ONAT TEKSTİL
- ULTRA ÇORAP
- ELİGUL DIŞ TİC.
- LATEKS TEKSTİL
- ÖZTAŞ ÇORAP
- ZEVİGAS TEKSTİL
- İFATEKS
- MAMEKS TEKSTİL
- PERA TEKSTİL
- İKİZLER TEKSTİL
- MENTEKS
- RAL TEKSTİL

## FRANSA'NIN 2014 YILINDA EN ÇOK HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER



İLK 10 ÜLKE TOPLAMI **19,9** milyar dolar

TOPLAM İTHALAT **26** milyar dolar



Yenilik *emr*'inizde

**EMR FERMUAR SAN. ve TİC LTD. ŞTİ.**

[www.emrfermuar.com](http://www.emrfermuar.com) [fabrika@emrfermuar.com](mailto:fabrika@emrfermuar.com)



20 ÜRETİM



# HOSAB İLKLERİN OSB'SİNDE TEMEL ATILDI

BİRÇOK UYGARLIĞA VE DEVLETE EV SAHİPLİĞİ YAPAN ŞANLIURFA, HAZIR GİYİMDE ÜS OLMAYA HAZIRLANIYOR. TÜRKİYE'NİN İLK HAZIRGIYIM ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ'NİN (HOSAB) TEMELİ BAKAN FARUK ÇELİK'İN KATILIMIYLA GERÇEKLEŞTİ.

**Tarihin,** tarımın, turizmin şehri olan Şanlıurfa, hazır giyimde de en önemli şehirlerinden biri olmaya aday. Yeni teşvik yasasının avantajlarından sektörü ve bölge insanını yararlandırmak isteyen İstanbul

Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Şanlıurfa'da hazır giyim üretim merkezi kuruyor. 350 dönüm üzerine kurulan Türkiye'nin ilk Hazırgiyim Organize Sanayi Bölgesi'nin (HOSAB) temeli 22 Mayıs

Cuma günü düzenlenen törenle atıldı. İlk etapta 19 tekstil fabrikasının kümelendiği HOSAB'da Küme Koordinasyon Merkezinin protokolünü; Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, Şanlıurfa Valisi İzzettin



Küçük, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Karacadağ Kalkınma Ajansı Genel Sekreter Vekili Hasan Maral ve Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Vekili İbrahim Uludağ tarafından imzalandı. İmzalanan protokolün ardından Hazırgiyim Organize Sanayi Bölgesi'nin temeli protokol üyeleriyle birlikte atıldı. Törene Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik ve Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük, Vali Yardımcısı Uğur Sezer, Şanlıurfa İl Jandarma Komutanı Albay Selman Kömürcü, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, AK Parti İl Başkanı Zeynel Abidin Beyazgül, Şanlıurfa Organize Sanayi Bölge Müdürü Oktay Yaşar, Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreter Yardımcısı Abdülkadir Okay, OSB Müttesebbis Heyet Üyesi Mithat Arhan temeli atacak butonlara

bastılar. Temel atma töreninin ardından Bakan Çelik, Vali Küçük ve Karacadağ Kalkınma Ajansı Yetkilisi HOSAB Küme Koordinasyon Merkezinin protokol imzalarını attılar. Törende Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük tarafından OSB Müttesebbis Heyet Üyesi İbrahim İletmiş'e ve İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye gümüş tepsi hediye edildi.

**Türkiye'nin, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en can yakıcı sorunlarından birinin hiç kuşkusuz işsizlik olduğuna dikkat çeken Hikmet Tanrıverdi, 7.500 kişiye istihdam yaratılmasının ekonomik boyutu kadar toplumsal barışa da katkısı olacağını ifade etti.**

Temel atma töreninin ardından Bakan Faruk Çelik, Vali İzzettin Küçük, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve Karacadağ Kalkınma Ajansı Yetkilisi Hasan Maral, HOSAB Küme Koordinasyon Merkezinin protokol imzalarını attılar.





**FARUK ÇELİK**  
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı

*"Şanlıurfa'da nüfus çok kalabalık. Genç bir nüfus var ama bu tek başına yeterli olmuyor. Genç nüfusun nitelikli hale gelmesi ve yükselen bu fabrikalarda istihdamın gerçekleşmesi için üzerimize düşen görevler var."*



**İZZETTİN KÜÇÜK**  
Şanlıurfa Valisi

*"Burası ülkemizde aynı sektörün kümelenmediği ve sosyal donatı alanlarının bulunduğu ilk yer. 350 dönüm içerisinde Türkiye'de örnek olacak, böyle bir kümelenme alanı başka yok. Temel attıktan sonra ben inanıyorum ki, 19 fabrika sayısı 29, 39 olacak."*



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

*"Bir Rus atasözü 'Şans, hazırlıkla fırsatın karşılaştığı köşebaşdır' diyor. Bugün o köşebaşında, yani Şanlıurfa'dayız. Hazır giyim sektörü, Şanlıurfa ve ülke ekonomimiz için önemli bir projede, çok önemli bir dönüm noktası için buradayız."*

#### Faruk Çelik: İŞKUR emrinizde

HOSAB'ın temel atma töreninde konuşan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, "Şanlıurfa'nın geleceğiyle ilgili tuğla koyma adına burada bulunuyoruz. Dünyada küresel ekonominin yatırımlı düşünmediği bir dönemde Türkiye temel atmaya ve kalkınmaya devam ediyor. Bu yüzden öncelikle sanayici kardeşlerimi kutluyorum. Burada

bu alt yapının oluşmasında Valimizin, mesai arkadaşlarının ve sanayicilerimizin büyük katkıları var, onlara da teşekkür ediyorum" dedi. Şanlıurfa'daki genç nüfus potansiyelinin geliştirilmesi ve nitelikli hale getirilmesi için İŞKUR'un sanayicilerin emrinde olduğunu sözlerine ekleyen Faruk Çelik; işbaşı eğitimler ve mesleki eğitimlerle sanayiye hiçbir yük getirilmeden ihtiyaç duyulan

işçinin yetiştirilmesi konusunda her türlü çalışmayı hayata geçirdiklerini belirtti. Şanlıurfa'nın Organize Sanayi Bölgesine gelerek yükselen fabrikaları görmelerini isteyen Bakan Çelik, "Biraz da Şanlıurfa'nın burada yatırım yapmasını istiyorum. Şanlıurfa'nın bu tabloyu görünce imkanlarını buraya seferber edeceklerine ve yoğun bir istihdam alanı yaratacaklarına inanıyorum"







dedi. Türkiye'nin kalkınmasının siyasi ve ekonomik neticesi olduğunu ifade eden Bakan Çelik, kalkınmanın en iyi örneğinin Şanlıurfa OSB'de 200'ün üzerinde yükselen fabrikanın ve 300'e yakın fabrikanın yatırım yapmak için sıraya girmiş olduğunu belirtti.

### Şanlıurfa sanayi şehri olacak

"Şanlıurfa'da nüfus çok kalabalık. Genç bir nüfus var ama bu tek başına yeterli olmuyor. Genç nüfusun nitelikli hale gelmesi ve yükselen bu fabrikalarda istihdamın gerçekleşmesi için üzerimize düşen görevler var. Yalnız fabrikayı yapmak ve sermayeyi buraya getirmek de mümkün değil. Nitelikli insanlar ve nitelikli iş gücüyle, biz bu fabrikaları bütünleştirebilir ve buluşturabilirsek, sorunun büyük ölçüde ortadan kalkacağını düşünüyorum" diye konuşan Faruk Çelik, "Dört yıl önce bu bölgede bina dahi yoktu. Buraya sanayi demekte doğru değildi. Birkaç çırçır fabrikasından başka bir şey yoktu. Hayal ettik, düşündük, sanayi şehriden gelen bir milletvekili olarak 'Tarih şehri, tarım şehri, turizm şehri Şanlıurfa bir sanayi şehri unvanını kazanabilir mi?' diye yoğun bir çalışma sürdürdük. Bugün burada fabrikaların yükseldiğini, sanayinin bacasının tütüğünü görmekten onur ve gurur duyuyorum. Şanlıurfa için hayırlı olsun. Urfalıardan iki ricam var; Birinci ricam gelsinler ve OSB'leri ziyaret etsinler. İkinci ricam ise memleketlerine yatırım yapsınlar. Şanlıurfalılar, memleketlerinden elde ettikleri maddi imkanlarla, İstanbul ve çeşitli illerde aldıkları benzin istasyonlarını kiraya veriyorlar. Bu kabul edilebilir bir durum değildir. Parayı biriktirmek, serveti biriktirmek, herkes için ve iş dünyasındaki kişiler için mümkün. Önemli olan bir ve birden fazla kişiye aş olacak, insanlara faydalı olacak yatırımlara vesile olmaktır. Bu tabloyu göreceğiz olan Urfalıların kendi memleketlerine yatırım yapacaklarına inanıyorum" şeklinde konuştu.

### Vali Küçük: Bize inanan yatırımcılara teşekkür ediyorum

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği iş birliğinde hayata geçirilen projenin temel atma töreninde konuşan

Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük, "Burası ülkemizde aynı sektörün kümelendiği ve sosyal donatı alanlarının bulunduğu ilk yer. 350 dönüm içerisinde Türkiye'de örnek olacak, böyle bir kümelene alanı başka yok.

**Hazır giyim Türkiye'de otomotivden sonra ikinci büyük ihracat kalemi olduğunun altını çizen Tanrıverdi, "Buna rağmen dünya pazarlarından henüz yeterli payı aldığımızı söyleyemeyiz. Ben orta ve uzun vadede bu payın hızla yükseleceğine inanıyorum" dedi.**

Temel atıktan sonra ben inanıyorum ki, 19 fabrika sayısı 29, 39 olacak. Hem de çok hızlı olacak" diye belirtti. Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi'ndeki gelişmenin İHKİB'le taçlandığını sözlerine ekleyen Vali İzzettin Küçük, "Bu muazzam projeyi hayal eden ve ilk imzayı atan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanımıza şükranlarımı arz ediyorum. Bu projeye inandıkları için İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye ve onun değerli yöneticilerine teşekkür ediyorum. Bize inanarak Şanlıurfa'ya gelen bütün yatırımcılara teşekkür ediyorum, bu yatırımın Şanlıurfa'ya hayırlı olmasını diliyorum" ifadelerine yer verdi.

### Tanrıverdi: Önemli bir dönüm noktasındayız

Konuşmasına teşekkür ederek başlayan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, HOSAB olarak adlandırılan Hazır giyim Organize Sanayi Bölgesi için Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik ile iki yıl önce protokol imzaladıklarını hatırlatarak, "Bir Rus atasözü 'Şans, hazırlıklarla fırsatın karşılaştığı köşebaşdır' diyor. Bugün o köşebaşında,





**Nurettin Nebati**  
Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı

Bugün, son bir haftadır yaşadığımız keyifli anların bir tekrarını yaşıyoruz. Ayın 19'unda MÜSİAD'lı iş insanları gelmişti, burada önemli işbirliklerini konuşmuştuk. Ertesi günü ise çok değerli TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve ekibi 22 ayakkabı imalatçısını Şanlıurfa'ya getirerek sayın Valimizle bir protokol imzaladı. İlk etapta üç bini aşan, tamamlandığında da 7 bin 500'ü aşan bir istihdam yaratılacak ve Şanlıurfa'nın ekonomisine katkı sağlanacak. Bugün de yine aynı şekilde, İHKİB bir temel atma töreni için burada. Bundan daha keyifli an olamaz. Çünkü her imza, atılan her yeni temel, burada istihdamın yaratılması ve işsizliğin giderilmesi anlamına geliyor. Herkesin kazandığı, hiç kimsenin kaybetmediği bir şehre gelmiş oldunuz. Hoş geldiniz. İhracat içinde tekstil her zaman en önemli kalemlerden biridir. Geçen yıl 18 milyar dolar ihracat yapan tekstil sektörü bu yıl tüm olumsuz koşullara rağmen 20 milyar dolar ihracatı hedefliyor. Biliyorsunuz bu yıl parite kaynaklı sorunlar yaşıyoruz. İhracatta ilk dört ayda kayıplar yaşandı. Ama Şanlıurfa'da tersi, bir durum görüyoruz. İlk dört ayda Şanlıurfa ihracatı yüzde 7 artış gösterdi. Yani ihracatçılarımız, ihracatlarını artırmak için en doğru yerdeler. Hemen yanı başımızdaki Suriye'de kan ve gözyaşı bittiğinde, Irak'taki kavga son bulduğunda Şanlıurfa çok daha yüksek ihracat rakamlarına imza atacak.



**Eğer iyi ve büyük hedeflere ulaşmak istiyorsak HOSAB gibi yeni projeler geliştirmeliyiz. Üretim demek, istihdam ve ülkeye döviz girdisi demek. Olaya bu çerçeveden bakarak girişimcilerin teşvik edilmesi gerekiyor.**

yani Şanlıurfa'dayız. Hazır giyim sektörü, Şanlıurfa ve ülke ekonomimiz için önemli bir projede, çok önemli bir dönüm noktası için buradayız" diye devam etti. Hazır giyim sektörünün ülke ekonomisindeki yerine değinen Hikmet Tanrıverdi, "Hazır giyim, gıdadan sonra ülkemizin en önemli sektörlerinden biri... Türkiye'nin dışa açılan yüzü. En büyük ihracat kalemlerinden biri. Geçen yıl 217 ülke ve bölgeye 18,7 milyar dolar hazır giyim ihraç ettik. Hazır giyimciler olarak 2023 için çitayı 60 milyar dolara yükselttik. Bu yıla 20 milyar dolar ihracat hedefi ile başladık. Avrupa ekonomisindeki durgunluk, Ruble'nin değer kaybı gibi dış etkiler yüzünden ilk dört ayda istediğimiz

performansı yakalayamadık. İlk dört ayda hazır giyim ihracatımızda yüzde 13,6'lık bir düşüş var. Parite etkisinden arındırıldığında yüzde 2'lik bir kayıp söz konusu. Ancak karamsar olmaya gerek yok. Türk hazır giyiminin en büyük pazarı Avrupa'da nispeten bir rahatlama görülüyor. Ruble toparlanıyor. Ben yılın ikinci yarısından itibaren ihracatımızın yeniden artacağını ve 20 milyar dolar hedefimizi yakalayacağımıza inanıyorum" ifadelerini kullandı.

### Alanında ilk OSB

Hazır giyim sektörü olarak 2023 hedefini tutturabilmek için mevcut pazarlarda payı yukarıya çıkarmak ve yeni pazarlar bulmak zorunda olduklarının altını çizen Hikmet Tanrıverdi, "Her şeyden önemlisi küresel pazarlarda rekabet gücümüzü artırmalıyız. Bütün bunları yapabilmemizin yolu kaliteyi ucuza üretmekten geçiyor" dedi. Hazır giyimciler olarak yarattıkları katma değer ve istihdamla ülke ekonomisine önemli bir katkı sunduklarını belirten Tanrıverdi, buna rağmen içeride üretim yapmanın dayattığı sıkıntıların, uluslararası rekabette hazır giyimcileri zorladığını kaydetti. "Hükümetimizin bu olumsuzlukları gidermek için elimizi güçlendirmesi gerekiyor" diyen Tanrıverdi, şöyle devam etti: HOSAB'ı bu yönde atılmış bir adım olarak değerlendiriyorum. Hazır giyimciler için burada 350 dönüm alan ayrıldı. Bu alan arsa katılım ve altyapı maliyet bedeli alınmaksızın firmalarımıza tahsis edildi. Bakanımız Faruk Çelik'e projeye başından bu yana verdiği destek ve çabaları için tüm sektörüm adına teşekkürlerimi



HOSAB kapsamında bölgede yer alan Özak Tekstil tesisleri de ziyaret edildi.



sunuyorum. Öte yandan bugün Küme Koordinasyon Merkezi'nin yapılandırılması amacıyla iş birliği protokolünü imzalayacağız. İHKİB üyesi imalatçıların yatırım gerçekleştirecekleri alanda kurulacak merkez, firmaların faaliyetlerini gerçekleştirirken ihtiyaç duyacakları hizmetleri sunacak. Bu protokol Karacadağ Kalkınma Ajansı güdümlü proje desteği kapsamında yaklaşık 5 milyon Türk Lirası bütçe ile Küme Koordinasyon Merkezi'nin hayata geçirilmesinin ilk adımı olacak. HOSAB ise hazır giyim sektörüne yatırım yapanlar için nispeten daha düşük maliyette üretim yapma imkânı verecek. Aynı zamanda alanında bir ilk olacak hazır giyim sanayi bölgesinde 7 bin 500 civarında insanımız istihdam edilecek.”

### İstihdam toplumsal barışa da katkı sağlayacak

Türkiye'nin, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en can yakıcı sorunlarından birinin hiç kuşkusuz işsizlik olduğuna dikkat

**Hikmet Tanrıverdi,  
“Her şeyden önemlisi küresel pazarlarda rekabet gücümüzü artırmalıyız. Bütün bunları yapabilmenin yolu kaliteyi ucuza üretmekten geçiyor” dedi.**

çeken Hikmet Tanrıverdi, 7 bin 500 kişiye istihdam yaratılmasının ekonomik boyutu kadar toplumsal barışa da katkısı olacağını ifade etti. Hazır giyim Türkiye’de otomotivden sonra ikinci büyük ihracat kalemi olduğunun altını çizen Tanrıverdi, “Buna rağmen dünya pazarlarından henüz yeterli

payı aydığımızı söyleyemeyiz. Ben orta ve uzun vadede bu payı hızla yükseleceğine inanıyorum. En büyük pazarımız Avrupa’ya ihracatımızın önümüzdeki yıldan itibaren daha da canlanmasını bekliyorum. Bugüne kadar çeşitli nedenlerle ihmal edilen Afrika pazarına açılıyoruz. Amerika pazarından da umutluyuz” dedi.

New York, Moskova, Londra, Paris, Düsseldorf ve Tahran gibi büyük pazarlarda Türk Ticaret Merkezleri’nin kurulması için çalışmalara başladıklarını söyleyen Tanrıverdi, bu merkezlerin bir kısmını yıl sonuna kadar devreye sokmayı planladıklarını açıkladı. Tanrıverdi, şöyle devam etti: “Ekonomi Bakanlığımızın verdiği destek ile tüm alt sektörlerde URGE projelerinin çalışmalarına başladık. Tam da bu noktada Amerikalı kalite uzmanı Philip Crosby’nin ‘İyi şeyler yalnızca planlanırsa olur, kötü şeyler ise kendiliğinden!’ sözünü hatırlatmak isterim. Eğer iyi ve büyük hedeflere ulaşmak istiyorsak HOSAB gibi yeni projeler geliştirmeliyiz. Üretim demek, istihdam ve ülkeye döviz girdisi demek. Olaya bu çerçeveden bakarak girişimcilerin teşvik edilmesini, hiç değilse önlerindeki bürokratik engellerin kaldırılmasını bekliyoruz. Biz hazır giyim üreticileri elimizi değil, kafamızı taşın altına koyduk. Hükümetimizin de özverili çabalarını gördüğüne inanıyoruz. Bu dileklerle Hazır giyim Organize Sanayi bölgemizin, Şanlıurfa’ya ve ülke ekonomisine hayırlı uğurlu olmasını diliyorum.”



# HOSAB'A KÜME KOORDİNASYON MERKEZİ DESTEĞİ

HOSAB'DAKİ YATIRIMCI FİRMALARIN FAALİYETLERİNİ GERÇEKLEŞTİRİRKEN İHTİYAÇ DUYACAKLARI HİZMETLERİ SUNACAK ORTAK KULLANIM ALANININ TESİS EDİLMESİ AMACIYLA KÜME KOORDİNASYON MERKEZİ PROTOKOLÜ İMZALANDI. MERKEZİN DETAYLARI İÇİN ÇALIŞMALAR TÜM HIZIYLA DEVAM EDİYOR.

**İstanbul** Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) 22 Mayıs Cuma günü düzenlenen törenle Şanlıurfa'da temelini attığı Türkiye'nin ilk Hazırgiyim Organize Sanayi Bölgesi HOSAB, giderek büyüyor. HOSAB'taki yatırımcı firmaların ihtiyaçları için ortak kullanım alanı tesis edilmesi üzere Küme Koordinasyon Merkezi'nin protokolü, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Karacadağ Kalkınma Ajansı Genel Sekreter Vekili Hasan Maral tarafından imzalanarak hayata geçirildi. Temel atma töreninin ardından imzalanan protokol ile taraflar, Karacadağ Kalkınma Ajansı Güdümlü Proje desteği kapsamında yaklaşık 5 milyon Türk Lirası bütçe ile hayata geçirilmesinin ilk adımını da atmış oldu. Bu proje ile söz konusu bölgede yatırım

gerçekleştirecek işletmelerin faaliyetleri kolaylaşacağı gibi iş gücü planlama, maliyet düşürme teknikleri, iletişim becerileri geliştirme gibi verilecek olan eğitim ve danışmanlıklar ile kalite ve verimliliklerin artırılması planlanıyor. Projenin amacı bölge illerinde imalat sanayisinin geliştirilmesi ve ekonomi içindeki payının artırılması olarak belirlenirken, Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi içinde kurulmakta olan Hazırgiyim Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösterecek olan firmaların ortak ihtiyaçlarına cevap verecek bir merkezin kurulması ve böylelikle bölgede sanayi altyapısının iyileştirilmesi de hedefleniyor. Merkez, firmaların ihtiyaç duyacakları iş destek birimlerini, eğitim-danışmanlıkları kapsamakla birlikte; kreş, restoran gibi sosyal tesisleri de barındıracak. Kreş, iş sağlığı güvenliği eğitimleri gibi ortak konular, ortak gider olarak ödeneceğinden

firma maliyetlerini azaltacak ve firma rekabetine avantaj sağlayacak.

## Merkezin detayları ele alındı

Küme Koordinasyon Merkezi'nin işlevlerini en iyi koşullarda ve maksimum verimlilikte yerine getirebilmesi için gerekli çalışmalar başlayan İHKİB, bu kapsamda 11 Haziran Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Urfi Akbalık ve Harun Bayramoğlu ile Şanlıurfa Vali Yardımcısı Uğur Sezer, Şanlıurfa Organize Sanayi Müdürü Oktay Yaşar ve Karacadağ Kalkınma Ajansı Şanlıurfa Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü Yunus Çolak'ı bir araya getirdi. Tarafların katılımlarıyla gerçekleşen toplantıda, Küme Koordinasyon Merkezi'nin yapılandırılması üzerine detaylar görüşüldü. Toplantıyı takip eden gün, HOSAB yatırımcı firmalarından Özak Tekstil, MM Moda Grup Tekstil ve Karbel Konfeksiyon firmaları da ziyaret edildi.

# THERMOWASH®

üstün yıkama haslığına sahip varaklar



Sorunsuz  
10  
yıkama\*

Yüksek ısı  
dayanımı

Üstün kalite  
uygun fiyat

**UES**  
varak



[www.uesvarak.com](http://www.uesvarak.com)

[f](#) [t](#) [g+](#) [p](#) [in](#) /uesvarak

\*SGS Test Laboratuvarlarında yapılmış olan "10 yıkama testi" sonrası, görünüm testi raporlarındaki değerlendirme sonucu baz alınmıştır.



SEKTÖR

28

ŞANLIURFA TİCARET VE SANAYİ ODASI



# AYAKKABI SANAYİCİLERİNDEN ŞANLIURFA'YA DEV YATIRIM

TİM ORGANİZASYONUNDA BİR ARAYA GELEN 25 AYAKKABI SANAYİCİSİ, ŞANLIURFA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İÇERİSİNDEKİ 130 BİN METREKARE ALAN ÜZERİNDE AYAKKABICILAR SANAYİ BÖLGESİ KURACAK.

**Türkiye'nin** dokuzuncu büyük kenti olan ve 6'ncı Bölge Teşvikleri ile sanayi altyapı yatırımlarına hız veren Şanlıurfa, bölgenin yıldız kenti olarak parlamaya devam ediyor. Geçtiğimiz günlerde TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi öncülüğünde bir araya gelen 25 ayakkabı firması; Şanlıurfa 3'üncü Organize Sanayi Bölgesi'nde, ayakkabı ve yan sanayisine yönelik bir Ayakkabıcılar Sanayi Bölgesi kurulması için Şanlıurfa Ticaret Sanayi Odası (ŞTSO) ve Şanlıurfa Valiliği ile protokol imzaladı.

Protokol imza töreninde bir konuşma yapan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Şanlıurfa'nın 6'ncı Bölge teşviklerinin adeta yıldız kenti olduğunu vurgularken, Şanlıurfa'nın ihracat rakamlarının ise kentin potansiyelini yansıtmadığını ifade etti. "Kent, yapılan yatırımlarla bir üretim ve ihracat bölgesi olacak. Genç nüfus ve teşvikler de buna uygun zemin hazırlıyor. Bu protokol ile bir kartopu etkisi yaratmayı amaçlıyoruz" diyerek devam eden Büyükekşi, projenin hayata geçirilmesinden sonra pek çok ayakkabı firmasının Şanlıurfa'ya

gelmesini beklediklerini ifade etti ve "Kürlenme yöntemiyle oluşturulacak bölgede, başlangıç hedefi günde 40-50 bin çift ayakkabı üretmek. Ancak uzun vadede günde 100 bin ayakkabı üretilip yaklaşık 15 bin yeni istihdam hedefliyoruz. Türkiye'nin her yerinden yatırımcıları, buraya yatırıma davet ediyorum" dedi.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren firmaların kürlenme modeliyle yatırım yapmasına katkı sağlayacaklarını vurguladığı konuşmasında, Organize Sanayi Bölgesinin ikinci kısmında yer alan 190 Ada 5-6-7 ve 8 no'lu parsellerde, yaklaşık 130 bin metrekarelik bir alanda Ayakkabıcılar Sanayi Bölgesi'ni hayata geçirdiklerini belirtirken, amaçlarının hızla gerekli üst yapıları yapmak ve yatırıma hazır hale getirmek olduğunu dile getirdi. Yatırımcılara kiralama modeli ile yer verilmesini sağlayacaklarının altını çizen Büyükekşi, "Ayakkabıcılar Sanayi Bölgesi projesinin hem bölge hem de Türkiye'nin özellikle deri mamulleri ihracat gelişimine büyük katkı sağlayacağına inanıyorum" dedi.

## 7 bin 500 kişiye yeni istihdam

Son 10 yılda; deri ve deri mamulleri sektörü ihracatını iki kat artırırken, Şanlıurfa'nın bu sektörde ihracatını 280 kat artırdığını anımsatan Büyükekşi, hazır giyim sektörüne yönelik güzel gelişmelere de vurgu yaptı ve Hazırgiyim Organize Sanayi Bölgesi (HOSAB) projesi ile yaklaşık 7 bin 500 kişiye yeni istihdam sağlanması hedeflendiğini; hazır giyim sektörü ihracatını son 10 yılda yüzde 43 artırırken Şanlıurfa'nın bu sektörde ihracatını yüzde 3 artırdığını dile getirdi ve Şanlıurfa'dan her iki projeye, hem deri, hem de hazır giyim sektörlerinde büyük bir atılım yapacağına olan inancını ifade etti.

## Küresel ekonomi yavaşlıyor

Küresel ekonomide büyümenin yavaşladığını da dile getiren Mehmet Büyükekşi, Çin'in büyümesinin 25 yıl sonra ilk kez yüzde 7'nin altına indiğini altını çizdiği konuşmasında, Rusya ekonomisinin küçülmeye başladığını, dolayısıyla dünya mal ticaretinde bir gerileme beklentisinin olduğunu söyledi. Bu gerilemede, özellikle

# Başlangıç hedefi günde **40-50** bin çift ayakkabı üretmek

# Uzun vadeli hedef ise günde **100** bin ayakkabı üretmek

gelişen ülke ekonomilerindeki yavaşlamanın etkili olacağını aktaran Büyükekeşi, bununla birlikte AB'deki toparlanmanın daha güçlü hissedildiğini dile getirdi. "Avrupa Merkez Bankası'nın ek genişleme adımları sayesinde Avro Bölgesi'nde büyüme ivme kazanıyor. Son açıklanan rakamlarda özellikle İtalya, Fransa ve İspanya'dan iyi veriler umutların artmasına neden oldu. Dünyanın en büyük ticaret alanı AB'nin ithalatı artmaya başlıyor" diyerek devam eden Büyükekeşi, ekonomide bu gelişmeler yaşanırken, siyasi risk ve belirsizliklerin yoğunlaştığını; bir tarafta Libya'daki iç savaş diğer tarafta Yemen ve Suriye'de yaşanan gelişmelerle bölgesel dinamiklerin sürekli değiştiğine vurgu yaptı. Bu konjonktür içerisinde Türkiye'nin, bölgedeki jeopolitik gerginlikler ve ekonomik belirsizlikler, finansal istikrarsızlıklara rağmen büyümeye devam ettiğini anımsatan Büyükekeşi, "İhracatçımız yeri geldiğinde kârlılıktan feragat ederek, daha fazla ihracat yapmaya ve yeni pazarlara odaklanmaya devam ediyor" dedi.

## Şanlıurfalı ihracatçılara güveniyoruz

Yılın ilk iki ayında dünya ticaretinin yüzde 9 gerildiği, Türkiye ihracatımsa sadece yüzde 3,5 düştüğünü dile getiren Mehmet Büyükekeşi, ilk dört ayda ise toplam ihracatın yüzde 5,4 gerilediğini vurguladı. Dünya ticaretinin gerilediği bu dönemde AB'de pazar payı kazanılmasının ihracatçıları motive ettiğini ifade eden Büyükekeşi, "Yeni pazarlar peşinde koşuyor, yeni fırsatlar kovalıyoruz. İhracatçı Birliklerimizle dünyanın dört



*TİM Başkanı Mehmet Büyükekeşi, Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük ve ŞTSO Başkanvekili İbrahim Uludağ protokol imzaladı.*

bir yanına ticaret heyetleri düzenliyoruz. Sizlerin katılımlarıyla da heyetlerimizin başarısını katlayarak artıracamıza inanıyoruz" dedi. Bu çerçevede Şanlıurfa'ya ve Şanlıurfalı ihracatçılara güvenlerinin tam olduğunu altını çizen Büyükekeşi, Şanlıurfa'yı "Orta Doğu pazarına açılan kritik kapı" olarak gördüklerini belirtti ve "Keza teşvik sisteminde 6'ncı bölgede yer alan Şanlıurfa yatırımcılara cazip fırsatlar sunuyor. 2012-2014 yıllarını kapsayan üç yıllık yeni teşvik sistemi döneminde, 310 belge ve yüzde 20'lik pay ile Şanlıurfa, 6'ncı bölge illeri arasında ilk sırada yer aldı. İstihdam sayısı açısından bakıldığında da yüzde 25'lik pay ile birinci sırada yer aldı. Geçtiğimiz yıl 81 il arasında belge adedi bakımından 13'üncü, sabit yatırım tutarı bakımından 37'inci, istihdam sayısı bakımından 6'ncı sırada yer aldı. Teşvik sisteminin getirdiği destekler

Şanlıurfa'yı 'Emek Yoğun Sektörler' için bir çekim merkezi haline getirdi" dedi.

## Ar-Ge ve markalaşmaya yatırım şart

Şanlıurfa'nın geçtiğimiz yıl mal ihracatını yüzde 9 artırarak 246 milyon dolara taşıdığını dile getiren Mehmet Büyükekeşi, bu yılın ilk dört ayında ise yüzde 7'lik artış yakalandığını vurguladı. Yüksek katma değerli ürünlere yönelerek bu gelişimi kalıcı yapacaklarına inandığını ileten Büyükekeşi, 2014'te yakın coğrafyalardaki bütün olumsuz gelişmelere rağmen bu atılımı oldukça önemli bulduklarını ifade etti. Şanlıurfa'nın, Güneydoğu Anadolu'nun liderliğine koşacağına inandığını da dile getiren Büyükekeşi, "Dolayısıyla önümüzdeki dönemde hem yeni firmaları ihracata yönlendirmemiz hem de mevcut firmaların ihracat hacimlerini yükseltmemiz büyük önem taşıyor. Ve bi-



## KONGRE



Türkiye  
Discover  
the potential

A.I.U.F.F.A.S.S.  
ASSOCIATION INTERNATIONALE DES UTILISATEURS DE FILS  
DE FILAMENTS ARTIFICIELS ET SYNTHÉTIQUES ET DE SOIE NATURELLE  
INTERNATIONAL ASSOCIATION OF USERS OF ARTIFICIAL AND  
SYNTHETIC FILAMENT YARNS AND OF NATURAL SILK

İTHİB  
Istanbul Textile and Raw Materials  
Exporters Association

60<sup>th</sup> A.I.U.F.F.A.S.S. Congress  
14 - 15 May, 2015 Istanbul



**İSMAİL GÜLLE** - İTHİB Başkanı  
"Tekstil sektörü olarak Türkiye'nin AB ve ABD  
ile yapılacak bu STA'da yer alması gerektiğine  
inanıyor ve bu konuyu dikkatle takip ediyoruz."

# TÜRKİYE, AB-ABD ARASINDAKİ STA'DA YER ALMALI

İTHİB EV SAHİPLİĞİNDE DÜZENLENEN 60'INCI ULUSLARARASI SUNİ VE SENTETİK FİLAMENT İPLİK VE DOĞAL İPEK KULLANICILARI BİRLİĞİ (AIUFFASS) KONGRESİ ANA TEMASI AB VE ABD ARASINDA DEVAM EDEN STA GÖRÜŞMELERİ OLDU.

**İTHİB'in** ev sahipliği yaptığı 60'nci Uluslararası Suni ve Sentetik Filament İplik ve Doğal İpek Kullanıcıları Birliği (A.I.U.F.F.A.S.S.) Kongresi İstanbul'da 15 Mayıs 2015 tarihinde Zorlu Center Raffles Otelde yapıldı. İki gün süren etkinliğin açılış konferansında AB ve ABD arasında görüşmeleri süren Serbest Ticaret Anlaşması'nın Türk tekstil sektörüne yönelik olası etkileri ele alındı. Kongre'nin açılış konuşmaları İTHİB Başkanı İsmail Gülle, AIUFFASS Başkanı Franco Ghiringhelli, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizler, EURATEX Başkan Yardımcısı Agah Ruşen Çetin tarafından yapıldı. Konferansın Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTYO) oturumunda konuşan ABD Ticaret Temsilciliği Tekstil Sorumlusu Gail W.

Strickler, ülkesinin dünyanın birçok bölgesiyle NAFTA, CAFTA DR, OIZ's gibi farklı ticaret anlaşmaları olduğunu söyledi. Hayata geçirilmesi halinde Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Müzakereleri'nin (TTIP) de bu anlaşmalardan biri olacağını kaydeden Strickler, TTIP müzakerelerinin en iyi ihtimalle 2016'da hayata geçebileceğini ifade etti. Türkiye'nin ABD'ye tekstil ihracatına da değinen Strickler, burada en çok öne çıkan ürünlerin sırasıyla, halı, ev tekstili, sentetik lifli ipler, pamuk dokuma pantolon ve pamuk dokuma erkek gömlekleri olduğunu söyledi. Türkiye'nin ABD'ye farklı iplik ve konfeksiyon ürünleri de satabileceğini belirten Strickler, bu anlamda TTIP'e dahil edilmesi halinde Türkiye'nin ülkesine satışlarda önemli yol alabileceğini dile getirdi.

**AIUFFASS Kongresi İTHİB'in misafiri**  
İTHİB Yönetim Kurulu adına, Uluslararası Suni ve Sentetik Filament İplik ve Doğal İpek Kullanıcıları Birliği'nin 60'nci Kongresine ev sahipliği yapıyor olmaktan dolayı memnuniyet duyduklarını belirten İTHİB Başkanı İsmail Gülle, "Bu yıl AIUFFASS Kongresi'ni üçüncü kez İstanbul'da yapıyoruz. Avrupa ve Türk tekstil sanayisi, bir bütünün ayrılmaz parçaları olarak işbirliğine ve karşılıklı ticarete geçmişte olduğu gibi bugün de, gelecekte de devam edecek. Bildiğiniz gibi, tekstil ve konfeksiyon sanayii, dünyada birçok ülkede sanayileşmenin ilk adımı olarak kurulmuştur. Ayrıca, tekstil ve konfeksiyon sanayi, yarattığı istihdam ve katma değer sayesinde birçok ülkenin ekonomisinde köklü dönüşümlere vesile olmakta. Bu yönü ile tekstil sanayi her



## TÜRKİYE'NİN ABD VE AB ARASINDA SÜREN MÜZAKERELERDE YER ALMIYOR OLMASI, BUGÜNE KADAR TÜRK İHRACAT SEKTÖRLERİNİN AB PAZARINDA ELDE ETTİĞİ KAZANIMLARI GERİYE ÇEVİREBİLECEK KADAR ÖNEMLİ SONUÇLARA YOL AÇABİLİR.



### Gail W. Strickler

ABD Tic. Temsilciliği Tekstil Sorumlusu

*"TTIP'ye dahil edilmesi halinde Türkiye, ABD'ye tekstil ihracatında önemli yol alabilir."*

zaman ekonomik gelişmenin merkezinde yer almakta. Türk tekstil sanayisi, Osmanlı Dönemi'nden bu yana geleneksel bir sanayi kolu olarak Türk toplumu tarafından da benimsenmiştir. Ekonomimiz ne kadar çok gelişse de, diğer sanayi kollarının üretimi ve ihracatı ne kadar çok artsa da, biliyoruz ki, tekstil sektörü Türkiye'de gücünü koruyacak ve ekonomideki ağırlığını genişleterek devam edecek. Türk tekstil ürünleri, dünyaya ilk olarak Avrupa üzerinden açılmıştır.

Türkiye'nin AB yolculuğunun çok uzun sürdüğünü hepimiz biliyoruz. AB ülkeleri ile ekonomik ilişkilerimiz derinleşerek devam ederken, Türkiye'nin AB üyeliğinin henüz



### RUŞEN ÇETİN

EURATEX Başkan Yardımcısı

*"ABD ve AB arasında imzalanacak muhtemel anlaşmada, Türkiye'ye mutlaka imtiyazlı bir yer ayrılmalı."*

gerçekleşmemiş olması bizim için düşündürücüdür. AB ile 2005 yılında başlayan tam üyelik müzakereleri, Türkiye'nin AB vizyonunu genişletmesi ve ülkemizde yaşam standartlarının AB seviyesine yükselmesi açısından önemlidir" dedi.

### Tekstil sektörü AB'nin ABD ile yürüttüğü STA müzakerelerinde öncü olacak

Bugün AB'nin, dünyanın en büyük ekonomisi olan ABD ile Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması'nı müzakere ettiğini belirten İsmail Güllü, Türkiye'nin bu müzakerelerde yer alması, bugüne kadar Türk



### Mustafa Denizer

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

*"AIUFFASS Kongresi'nin İstanbul'da gerçekleştiriliyor olması Türk tekstil açısından çok önemli."*

ihracat sektörlerinin AB pazarında elde ettiği kazanımları geriye çevirebilecek kadar önemli sonuçlara ve büyük etkilere yol açabilecek bir durumdur. Ancak söz konusu mutabakat sayesinde, inanıyoruz ki, AB ülkelerine ihracatta kapıları ilk açan sektör olan Türk tekstil sektörü, ABD ile yürütülen STA müzakerelerinde de Türkiye'nin önünün açılmasına öncülük edecektir. Tekstil sektörü olarak Türkiye'nin AB ve ABD ile yapılacak bu STA'da yer alması gerektiğine inanıyor ve bu konuyu dikkatle takip ediyoruz. Bugün siz AIUFFASS temsilcilerinden de, Türkiye'nin AB ile eş zamanlı olarak ABD ile STA imzalaması konusunda, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayisine desteklerinizi

**İTHİB Başkanı İsmail Güllü, "Bu yıl AIUFFASS Kongresi'ni üçüncü kez İstanbul'da yapıyoruz. Avrupa ve Türk tekstil sanayisi, bir bütünün ayrılmaz parçaları olarak işbirliğine ve karşılıklı ticarete geçmişte olduğu gibi bugün de, gelecekte de devam edecek."**



*İstanbul'un üçüncü kez ev sahipliği yaptığı AIUFFASS Kongresi'ne tekstil firmaları yoğun ilgi gösterdi.*

devam ettirmenizi temenni ediyorum. Cumhuriyetimizin 100'üncü yılını kutlayacağımız 2023'te, tekstilde 20 milyar dolar; hazır giyim ve konfeksiyonda 60 milyar dolar olarak toplamda 80 milyar dolar değerinde ihracat yapmayı hedeflemekteyiz. Rekabetçiliği fiyatla değil, kalite ile farklılaşarak yapan Türk tekstil ve konfeksiyon sanayisinin, 2023 hedeflerine ulaşması mümkündür. Dolayısıyla siyasi otoritelerin biz sanayicilerin sesini bugün daha çok duymasını ve politik arenadaki gelişmelere sanayicilerin bakış açısıyla bakmasını umut ediyorum. İnaniyorum ki, değerli konukları ağırladığımız bu kongre, Türkiye'nin AB yolculuğundaki çıkmazlarının yanı sıra Türkiye ve ABD arasında güncelleme ihtiyacı hissedilen ticari ilişkilerin de gelişmesine yönelik bir yol haritası çizer" dedi. AIUFFASS Kongresi'nin

**Kongre'de İsmail Gülle, AIUFFASS Temsilcilerinden Türkiye'nin AB ile eş zamanlı olarak ABD ile STA imzalaması konusunda, Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayisine desteklerini devam ettirmelerini istedi.**



İstanbul'da gerçekleştirilmesinin çok önemli olduğuna değinen İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer, Kongre'de yaptığı sunumda da Türkiye tekstil sektörünün gücünü ve hedeflerini ayrıntılı olarak aktardı. Türk tekstil sektörünün 2023 hedefleri hakkında da bilgiler aktaran Denizer, Türk tekstil ve hazır giyim firmalarının dünyadaki yerinden ve konumundan da ayrıntılı olarak söz etti. Türkiye'nin TTIP'ye dahil olmaması ya da çok geç dahil olması karşılık olarak nitelikli sanayi bölgeleri gibi mekanizmaları da göz önünde bulundurması gerekir" dedi. EURATEX Başkan Yardımcısı Agah Ruşen Çetin de Kongre'de yaptığı sunumda Türkiye'nin Avrupa Birliği ve ABD ile olan ekonomik ilişkileri ve Türk hazır giyim sektörünün geldiği noktayı aktardı.

#### TTYO'nun Türkiye açısından sonuçları

Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTYO), ABD ve AB arasında müzakereleri devam eden serbest ticaret anlaşmasıdır. Anlaşma, gümrük vergilerinin indirilmesinin yanı sıra yatırım, standartlar, mevzuat uyumu gibi çok geniş bir kapsama sahip bulunuyor. Nisan ayında 9'uncu müzakere turu gerçekleştirilmiş olup, anlaşmanın bu yıl sonu veya 2016'nın ilk yarısında yürürlüğe girmesi bekleniyor. İmzalanması halinde, ABD ve AB arasındaki ticaret hacmi ve iş ilişkilerinin artması ve anlaşma dışında kalan ülkelerin

refah kaybı yaşaması bekleniyor. TTYO, aynı zamanda, Dünya Ticaret Örgütü'nün gücünü ve etkinliğini azaltma potansiyeline sahip. ABD'nin TTYO'ya benzer şekilde Asya ülkeleri ile de Trans-Pasifik Ortaklığı (TPP) müzakereleri yürüttüğü dikkate alındığında, ABD, tüm dünya çapında ticaret kurallarını belirleme gücüne sahip olacak. Türkiye, AB ile Gümrük Birliği'nden dolayı AB ile ortak ticaret politikasını üstlenmekte ve bu çerçevede AB'nin STA imzaladığı ülkelerle, ticaret sapsmasını engellemek amacıyla STA imzalamayı talep etmekte. Ancak üçüncü ülkeler AB ile STA'ya sıcak bakarken, Türkiye ile STA imzalamaya yanaşmamaktadırlar. Bunun başlıca nedeni AB ile STA sonucunda ve Gümrük Birliği sayesinde üçüncü ülkelerin Türkiye pazarına zaten gümrük vergisiz giriş imkanı elde etmeleridir. Örnek olarak Meksika ve Güney Afrika gösterilebilir.

#### Türkiye'nin TTYO'da dahil olmaması durumunda;

- ABD ürünlerinin Türk pazarına girişinde gümrük vergisi kalkacak, fakat Türk menşeli ürünler ABD pazarına girişte yüksek vergi oranlarıyla karşı karşıya kalmaya devam edeceklerdir.
- ABD ve AB arasındaki ticaret ve iş hacmi yükselecek ve AB'li sanayiciler ve alıcılar, Türkiye yerine ABD'yi tercih edebileceklerdir. Oluşacak refah kaybının her yıl katlanarak artması beklenmektedir.

#### Türkiye'nin TTYO'ya dahil olması durumunda;

- Türkiye'nin Gümrük Birliği'nden kaynaklanan sorunlarının önüne geçilecektir.
- Türkiye, ABD tekstil ve konfeksiyon pazarında %32'lere ulaşan gümrük vergilerini ödemediği ürün satabilecektir. ABD pazarında kotaların sona ermesinden sonra oluşan pazar kaybının geri alınması fırsatı oluşacaktır.
- Türkiye'nin ABD ile ticari ilişkileri gelişecektir.



# ASIL KOLEJİ

ANASINIFI - İLKOKUL - ORTAOKUL

**BUTİK OKUL** KONSEPTİYLE  
📍 **MERTER'de**



**ÇOCUKLARIMIZ**  
**KALABALIKLARDA**  
**KAYBOLMASIN**



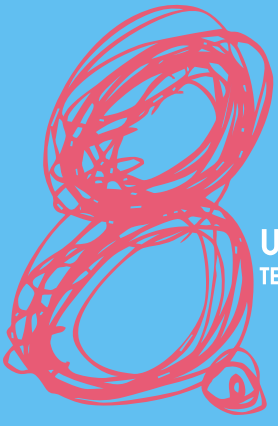
asil koleji

**444 61 70**

[f](#) [t](#) [i](#) /asilkoleji

[www.asilkoleji.com](http://www.asilkoleji.com)

A. Nafiz Gürman Mah. General  
Ali Rıza Gürcan Cad. No:66  
E-5 Üstü **MERTER / İSTANBUL**



**EKOTEKS**  
ULUSLARARASI  
TEKSTİL SEMPOZYUMU

FIYAT REKABETİNDEN KALİTE REKABETİNE GEÇEN TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRLERİ, İNSAN SAĞLIĞINI TEHDİT ETMEYEN ÜRÜNLERLE ÖNE ÇIKMA ARAYIŞINDA. BUNUN YOLU ÜRETİMDE KULLANILAN ZARARLI TEKSTİL KİMYASALLARININ, EKOLOJİK ALTERNATİFLERİYLE DEĞİŞTİRİLMESİNDEN GEÇİYOR.

# İNSANA VE ÇEVREYE DUYARLI ÜRETİM MÜMKÜN



**Tekstil** ve hazır giyim ürünlerinde azo boyar sınırını 300 kat aşan ürünlerle karşılaşılması üzerine sektörler üzerindeki denetimler sıklaştı. Son beş yılda yapılan denetimlerde dokuz binden fazla firmanın 2,6 milyon ürünü denetlenirken, 71 bin 316 ürün imha edildi ve zararlı kimyasallar öngörülen sınır değerlerin üzerinde kullanan üreticilere üç milyon TL ceza kesildi. Ancak denetim ve cezalar, zararlı kimyasalların kullanımının engellenmesi ya da zararlı kimyasallar yerine onları ikame edecek, çevre ve insan sağlığını tehdit etmeyen kimyasallar kullanımının teşvik edilmesinde yeterli olmuyor. Tüketiciler ve üreticilerin

bilinçlendirilmesi, daha önemli bir etmen olarak öne çıkıyor. Tekstil ve Ekolojik Test Araştırma Geliştirme Merkezi'nin (EKOTEKS) bu yıl sekizincisini düzenlediği Uluslararası EKOTEKS Tekstil Sempozyumu, işte bu misyon ve "Güvenli Üretim Güvenli Ürün-Tüketici Bilinçlendirme ve Üretimde Önleyici Tedbirler" temasıyla, 11 Haziran'da Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. İHKİB tarafından kurulan bağımsız laboratuvar EKOTEKS'in organizasyonu ile düzenlenen sempozyuma tüketici ve üreticileri bilinçlendirecek sunumlar yapılırken, sempozyum, sektör temsilcileri tarafından yoğun bir ilgiyle izlendi. İHKİB Yönetim Kurulu

Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile EKOTEKS İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in açılış konuşmalarını yaptığı, moderatörlüğünü ise İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Bülent Özipek'in üstlendiği sempozyumun konuşmacıları arasında Ekonomi Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğü İthalat Politikalarını İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanı Alper Sadık Toközlü, Ekonomi Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü İthalat Denetimleri Dairesi Başkanı Mustafa Murat Taşkın, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Daire Başkanı Meral Karaaslan, İspanya San-

tiago de Compostela Üniversitesi Organik Kimya Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. F. Javier Sardina, İstanbul Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. İsmail Aydın, İstanbul Üniversitesi Onkoloji Enstitüsü'nden Dr. Yavuz Dizdar ve Belçika Centexbel Hijyen ve Medikal Danışmanı Mark Croes yer aldı.

### Asıl tehdit ithal ürünler

Tüm gün süren ve biberondan ayakkabıya, oyuncaktan hazır giyime Türkiye'deki zararlı tekstil kimyasallarının kullanım oranlarına, bu zararlı kimyasallar yerine hangi ürünlerin kullanılabileceğine, devlet denetimleri ve yaptırımlarına, Avrupa'daki uygulamalar ve çözüm önerilerine kadar geniş bir çerçevede süren sempozyumun açılış konuşmasını, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi yaptı. Konuşmasında, zararlı tekstil kimyasallarının kanserojen özellikleriyle insan sağlığını tehdit ettiğini belirten Tanrıverdi, geçmişte hazır giyim ve tekstil ürünlerinin belki konforlu olmadığını ama insan sağlığı için tehlike barındırmadığını dile getirdi. Günümüzde doğal ürünlerin yerini daha çok yapay ve sentetik ürünlerin aldığını belirten Tanrıverdi, bunun, kanserojen ve birçok zararlı maddenin insan bedeniyle teması anlamına geldiğini vurgularken, dünyada bazı üretici firmaların aşırı kâr hırsıyla tüketici için bu riski çok fazla artırdığını ifade etti. "Kök boyanın yerine geçen azo boyar gibi zararlı kimyasalların izin verilen sınırın üzerinde kullanılması, çocuklar başta olmak üzere tüm insanların sağlığını tehdit ediyor" diyerek devam eden Tanrıverdi, yerli üretimin büyük ölçüde kontrol altına alındığına işaret ederek, "Tehdit özellikle ithal ürünlerde çok büyük. 2011'de İstanbul'da yapılan denetimlerde ithal hazır giyim ürünle-



rinde sınır değer 300 katı azo boyar içeren kıyafetlere rastlandı. Kesin konuşmak için elde spesifik veri yok. Ancak kanser vakalarının, alerjik rahatsızlıkların görülme sıklığının artmasında tekstil ve hazır giyimde kullanılan kimyasalların payını yadsıyamayız. Tüketicilerin, kullandığı ürünün zararlı madde içerip içermediğini kendi imkânlarıyla anlayabilmesi mümkün değil. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın son beş yıllık denetim rakamlarına göre, bebek ürünü, ayakkabı, oyuncak, kırtasiye ve hazır giyimin de aralarında bulunduğu 71 bin 316 ürüne el konuldu; firmalara 3 milyon TL para cezası verildi" dedi.

### Hazır giyim ve tekstilde milyarlarca dolarlık pazar var

Hikmet Tanrıverdi, hazır giyim ve tekstilde dünyada milyarlarca dolarlık bir pazarın söz konusu olduğunu vurguladığı konuşmasında, bu pazar içinde firmaların kıyasıya bir rekabet sürdürdüğünü, rekabette belirleyici olanın ise artık fiyat değil kalite olduğunu dile getirdi. "Rekabette bir zamanlar sadece fiyat/maliyet belirleyiciydi. Son yıllarda kalite ön plana çıktı" diyen Tanrıverdi, kalite ile anlatılmak istenenin ise sadece kumaşın dokusu olmadığını, ürünün sunduğu konfor ile insan ve çevreye zararlı olup olmadığını da önemli olduğunu söyledi. Bu çerçevede insan ve ekolojik dengeye hiçbir zararı olmayan ürünleri üretmenin artık mümkün olduğunu dile getiren Tanrıverdi, bununla birlikte yüz milyonlarca

parça üretimin yapıldığı sektör içerisinde yapay ve sentetik ürünlerden vazgeçmenin imkânsızlığına da dikkat çekti. Su tutmayan, buruşmayan, ütü istemeyen ya da termal özellikli, nanoteknolojik ürünlerin artık gündelik hayatın vazgeçilmez birer parçası olduğunu dile getiren Tanrıverdi, "Konfordan vazgeçmeyeceğimize göre, teknolojik ürünleri insan sağlığına nasıl uygun hale getirebileceğimizin yollarını aramalıyız. Bu noktada Ar-Ge ve inovasyonun önemi çıkıyor ortaya. Ar-Ge ve inovasyona ayrılan bütçenin karşılığını bugünden yarına almak elbette mümkün değil. Olaya uzun soluklu bakmalıyız. Dünya pazarlarında büyük oyuncu olmak istiyorsak, Ar-Ge ve inovasyona daha çok kaynak ayırmalıyız. Olayı, uluslararası rekabet piyasasında var olma mücadelesinin yanı sıra toplum sağlığını koruma sorumluluğumuzun gereği olarak da düşünmeliyiz" dedi.

### Ar-Ge çalışmalarında her türlü imkânı seferber etmeye hazır

Sempozyumun açılış konuşmacılarından EKOTEKS İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir ise kural tanımayan küresel rekabetin arttığı bir dünyada EKOTEKS'in "güvenli ürün, güvenli üretim anlayışının zaft edilmez bir kalesi" olarak, 17 yıldır tüketicinin ve insana saygılı sanayicinin yanında yer aldığını söyledi. Uluslararası kuruluşlara da akredite olan EKOTEKS'in bir yandan ihracatçıyı desteklediğini, diğer taraftan da ithalatı kontrol altına alarak ihracatta karşılmasına çıkan haksız rekabeti engellemeyi hedeflediğini vurgulayan Özdemir, "çağın evbasi" olarak nitelendirilen kanserin, tüm insanlığı tehdit eder hale geldiğini ifade etti. Özdemir, denetimsiz ve kontrol dışı üretimin bu hastalığın en önemli tetikleyicileri arasında yer aldığının altını çizdiği konuşmasında, emzikten oyuncuğa, ayakkabıdan elbiseye kadar denetim süreçlerini en küçük bir taviz vermeden sürdüreceklerini belirterek, "EKOTEKS artık konfeksiyonun değil, oyuncaktan kozmetiğe kadar her türlü üründe tüm tüketicinin güvenilir bir mecrası olacak. Biz, burada bir farkındalık oluşturmak için bulunuyoruz. YEKOTEKS sadece test yapan bir laboratuvar değildir" dedi.



### Beş yılda 2 milyon 640 bin 243 ürün denetlendi

Açılış konuşmalarının ardından, Prof. Dr. Bülent Özipek'in moderatörlüğünde gerçekleşen sunumlarda, sanayicileri ve tüketicileri bilgilendirici bilgiler paylaşıldı.

Oturumlar öncesinde kısa bir bilgilendirme yapan Prof. Dr. Özipek, tekstil ürünlerinin artık sadece hazır giyimde değil tüm sektörlerde kullanıldığını dile getirirken, tekstil ürünlerine kazandırılan özelliklerin önemli bir kısmının da çok sayıda kimyasalın kullanıldığı terbiye işlemleriyle sağlandığının altını çizdi. Bu çerçevede, insan ve çevre sağlığının öneminin de arttığını ifade eden Prof. Dr. Özipek, kalite algısının sadece konforu ifade etmediğini vurguladı. "Malzemelerin insan ve çevre sağlığına zarar vermemesi artık ilk koşuldur" diyen Prof. Dr. Özipek, insan odaklı üretimin inovasyon çalışmalarını da yönlendirdiğini sözlerine eklerken, tüketicinin bilinçlenmesiyle kamunun da sektör ve sektörün kullandığı kimyasalları denetlemek üzere pek çok çalışma sürdürdüğüne dikkat çekti.

Bu çerçevede ilk olarak söz alan Ekonomi Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğü İthalat Politikalarını İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanı Alper Sadık Toközlü, içeriğinde azot bulunan ve azo boyar olarak bilinen kimyasalların kanserojen etkilere sahip oldukları için tekstil sanayisinde kullanımlarının en aza indirildiğini dile getirdi. İlk kez 1995 yılında yayımlanan Sağlık Bakanlığı genelgesi ile yasaklanan azo boyarlara yönelik denetim ve kontrolleri, 2009 yılında hizmete alınan Riske Dayalı Denetim Sistemi isimli programla sürdürdüklerini ifade eden Toközlü, RDDS sistemiyle getirilen numune alma ve karar mekanizmalarının son derece kapsamlı ve verimli oluşturulduğunun altını çizdi. Ekonomi Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü İthalat Denetimleri Dairesi Başkanı Mustafa Murat Taşkın da,



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

İnsan ve ekolojik dengeye hiçbir zararı olmayan ürünler üretmek artık mümkün. Ama yüz milyonlarca parça üretimin yapıldığı sektörde yapay ve sentetik ürünlerden vazgeçmemiz de mümkün değil. Su tutmayan, buruşmayan, ütü istemeyen ya da termal özellikli, nanoteknolojik ürünler artık gündelik hayatın vazgeçilmez birer parçası oldu. Konfordan vazgeçemeyeceğimize göre, teknolojik ürünleri insan sağlığına nasıl uygun hale getirebileceğimizin yollarını aramalıyız. Bu noktada Ar-Ge ve inovasyonun önemi çıkıyor ortaya. Ar-Ge ve inovasyona ayrılan bütçenin karşılığını bugünden yarına almak elbette mümkün değil. Olaya uzun soluklu bakmalıyız. Dünya pazarlarında büyük oyuncu olmak istiyorsak, Ar-Ge ve inovasyona daha çok kaynak ayırmalıyız. Olayı, uluslararası rekabet piyasasında var olma mücadelesinin yanı sıra toplum sağlığını koruma sorumluluğumuzun gereği olarak da düşünmeliyiz.

gerçekleştirdiği sunumunda, TAREKS Sistemi ve güncel uygulamalar hakkında katılımcıları bilgilendirdi. İthalat denetimlerinin asıl nedeninin ürünlerin daha fazla risk içermesi olduğuna değinen Taşkın, Uzak Doğu başta olmak üzere dünyanın her ülkesinden Türkiye güm-



**NİLGÜN ÖZDEMİR**  
EKOTEKS İcra Kurulu Başkanı

Bu bizim için çok önemli bir sempozyum, her yıl düzenliyoruz. Buradaki hedefimiz, markalarımızın kalite altyapılarına daha çok destek verip standartlarını yükseltmek. Küresel arenada rekabet artık fiyat rekabetinden kalite rekabetine dönüyor. Ayrıca çevre dostu, insan sağlığını koruyan ürünler öne çıkıyor. Dolayısıyla biz bu sempozyumla, EKOTEKS olarak misyonlarımızdan bir tanesini daha tamamlamış, markalarımıza destek vermiş oluyoruz. Biliyorsunuz biz, geçmişte güçlü ihracatımızla dikkat çekerken şimdi ithalatçı ülke konumundayız. Bu sebeple firmalarımızı, dışarıdan nasıl kaliteli ürün almaları gerektiği konusunda geliştirmeye çalışıyoruz. Böylece biz de dışarıdan aldığımız ürünle ulaştığımız nihai ürünü dışarıya satarken kaliteyi öne çıkarabilelim. Bizim markalaşmamız, aldığımız ürünü sattığımız değerle ölçülecek. Bu sebeple, EKOTEKS'in buradan alacağı en büyük çıktı, kalite altyapımızın güçlenmesidir.

rüklerine gelen ürünlerin başta insan ve çevre sağlığını korumak üzere düşük kaliteden kaynaklanan haksız rekabet ve yanıltıcı uygulamaları önlemek ve tüketiciyi koruyarak kaliteyi yükseltmek amaçlarıyla denetimlerden geçirildiğini dile getirdi.





**DR. YAVUZ DİZDAR**  
İstanbul Üni. Onkoloji Enstitüsü

Tekstil ürünleri, üretime kullanılan zararlı kimyasallar nedeniyle insanlar üzerinde sağlık sorunları oluşturabilir mi? Evet, oluşturabilir. Peki, böyle bir kanıt var mı? Örneğin giydiğimiz bir ürün bizi kanser yapar mı? Deneysel sistemde bunun olabileceğini görüyoruz. Daha fazla ne yapıyoruz? Ürünlerin analizini yapıyor, içlerinde olumsuz sonuçlara yol açabilecek maddeler olanların üreticilerini uyarıyor, gerekirse ceza kesiyoruz. Diğer yandan bu zararlı kimyasallar çoğu zaman ithal ürünler olarak Türkiye'ye geliyor. Menşeleri ise yine çoğu zaman Uzak Doğu ülkeleri... Üretici ne yapabilir? Numune alır, laboratuvara gönderir ve ürünlerinin kanserojen içermediğini belgeler. Alıcılar da "bak bu ürünü alıp parasını veriyoruz ama bu ürün sağlıklı mı, belgesini göster" diyerek üreticileri zorlamalı. Öyle olduğu zaman, ister istemez üretici de üretim metotlarını tekrar gözden geçirip daha kalitesini üretmek yolunu seçecektir.



**PROF. DR. BÜLENT ÖZİPEK**  
İTÜ Tekn. Fak. ve Tas. Fakültesi

Günümüzde "sağlıklı malzeme" meselesi her dalda olduğu gibi tekstilde de çok büyük önem kazanmış durumda. Bunun rekabetçi manada da avantajı var, yani bir kalite değeri olarak da değerlendiriliyor. Ama diğer taraftan da "sağlıklı ürün" kavramı, gerçekten tekstilcileri çok ilgilendiriyor. Bu hem kullanıcı hem de üretimde çalışan işgücünün sağlığı açısından çok önemli. Dolayısıyla bu, yıllardır gündemde olan bir husustur. Biz yeniden dillendiriyoruz çünkü güncel uygulamaları, sanayicilerin gelişmelerini ve bundan sonra yapılması gerekenleri de konuşmamız lazım. Bildiğiniz gibi tekstil sanayisinde çokça kimyasal madde kullanılıyor. Bu maddelerin insan sağlığına olası zararları uluslararası pek çok yayında ele alındı, incelendi. Dolayısıyla bu zararlıların artık kullanılmaması gerekiyor. Daha da önemlisi, kullanımı engellenecek malzemelerin yerine kullanılabilir malzemelerin önerilmesidir.



**PROF. DR. F. JAVIER SARDINA**  
Santiago de Compostela Üniversitesi

Biz, zararlı tekstil kimyasalları ile mücadelemizde üç program uyguluyoruz. Bunlardan ilki analiz... Tek bir perakendecinin 700 binden fazla ürününü kontrol ediyor, inceliyoruz. Sorun tespit ettikten sonra sorunun kaynağına inmeye çalışıyoruz. Bu, bazen kimyasallar, bazen teknolojik bazen de kazaa olabilir. Sorunun kaynağını bulduğumuzda ise direkt olarak üretici ile çalışıyoruz. Oraya gidiyor, fabrikayı ve üretim süreçlerini inceliyor, üreticilerle birlikte soruna bir çözüm üretmeye çalışıyoruz. Örneğin azo boyalar 2012 yılında yüzde 6-7 oranında karşımıza çıkarken, geçen yıl yaptığımız çalışmalarla bunu yüzde 1 seviyesine düşürmeyi başardık. Türkiye'den gelen tekstil ürünlerinde de sağlık açısından sorunlar tespit ediliyor. Ama bu Türkiye'ye özgü bir durum değil, dünyanın her ülkesinde bu zararlılar kullanılıyor, dolayısıyla da dünyanın her ülkesinden gelen ürünlerde bu sorunlara rastlıyoruz.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Daire Başkanı Meral Karaaslan ise sunumunda çarpıcı bilgiler aktardı. Bakanlık olarak tekstil, hazır giyim, ayakkabı, çanta, kırtasiye, oyuncak, emzik, biberon, deterjan, diş fırçaları, çakmak ve mum gibi pek çok ürünün denetimini yaptıklarını ifade eden Karaaslan, son beş yılda toplam 9 bin 270 firmaya ait 2 milyon 640 bin 243 ürünü denetlediklerini belirtirken, "632 firma ve 71 bin 316 üründe güvensizlik tespit ettik. Bu firmalara toplam 3 milyon 85 bin 697 lira idari para cezası uyguladık. Sektörler bazında bakıldığında, ayakkabıda denetlenen 111 bin 54 üründen 41 bin 868'inde sağlığa aykırılık bulduk. Tekstilde ise denetlenen 383 bin 701 üründen 3 bin 371'i güvensiz bulundu" dedi. 31 Ekim 2013 itibarıyla başlayan oyuncakların denetiminde ise bugüne kadar 204 bin 481 ürünü incele-

meye aldıklarını dile getiren Karaaslan, 6 bin 787 oyuncakta çocuk sağlığını tehdit eden zararlı madde tespit ettiklerinin, çocuk bakım ürünlerinde ise 2013'ten bu yana inceledikleri toplam 220 bin 937 üründen bin 942'sinin riskli bulunduğu altını çizdi.

#### **Avrupa'daki uygulamalar**

Öğleden sonra oturumlarının dikkat çeken isimlerinden biri olan İspanya Santiago de Compostela Üniversitesi Organik Kimya Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. F. Javier Sardina, AB'de zararlı tekstil kimyasallarıyla nasıl mücadele edildiği konusunda izleyicileri bilgilendirirken, özellikle üç aşamalı bir strateji izlediklerini, bu kapsamda sorunu tespit ettikleri analiz çalışmalarını kadar sorunun ana kaynağını tespit etme ve üretici ile doğru üretim teknikleri konusunda birlikte hareket etmenin de önemine dikkat çekti.

İstanbul Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. İsmail Aydın ise "zararlı kimyasalları kullanmayın" yerine "zararlı kimyasallar yerine kullanılabilir, insan ve çevre sağlığına duyarlı malzemeleri" tanıtarak, özellikle sanayiciler için çok bilgilendirici bir sunum gerçekleştirdi. Aydın, sunumunda özetle, sanayicilerin Ar-Ge'ye ayırabilecekleri bütçelerle bu malzemelerin geliştirilip kullanılabilirliğinin altını çizdi. İstanbul Üniversitesi Onkoloji Enstitüsü'nden Dr. Yavuz Dırdar, günün en hareketli ve çarpıcı sunumuna imza atarken, tekstil zararlıları ile olan mücadeleyi "doğayı anlamak" zemininden yola çıkarak ele aldı. Sempozyumun son konuşmacısı olan Belçika Centexbel Hijyen ve Medikal Danışmanı Mark Croes ise "Tekstil Ürünlerinin Geliştirilmiş Sağlık ve Konfor Özellikleri" başlıklı bir sunum gerçekleştirdi.

# HER BOY

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

TÜRKİYE İÇİN ÜRETIYORUZ  
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](http://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





# KYSD 20 YILLIK BAŞARISINI TAÇLANDIRDI

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRLERİNİN VAZGEÇİLMEZİ YAN SANAYİ, 20'NCİ YILINI SEKTÖRÜN ÖNDE GELEN İSİMLERİYLE KUTLADI. CEMİLE SULTAN KORUSU'NDA BİR ARAYA GELEN KONFEKSİYON YAN SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (KYSD) ÜYELERİNE SEKTÖRE VE DERNEĞE DESTEKLERİNDEN DOLAYI PLAKET TAKDİM EDİLDİ.

**Yan sanayi** olmadan tam sanayi olmaz mottosuyla hareket eden Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD), 03 Haziran Çarşamba akşamı sektördeki 20'nci yılını kutladı. Sektör temsilcilerinin katılım sağladığı etkinlik Cemile Sultan Korusu'nda düzenlendi. Gecede, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İSO Başkanı Erdal Bahçivan, İSO Başkan Yardımcısı İrfan Özhamaratlı, İSO Meclis Üyeleri

Fikret Tanrıverdi ve Osman Sait Günteki ve Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öztürk KYSD'nin 20'nci yılında KYSD üyelerini yalnız bırakmadı. Yurt dışında olduğu için programa katılamayan İHKİB Başkanı ve KYSD'nin Kurucu Başkanı ve Üyesi Hikmet Tanrıverdi de video mesajı ile KYSD'nin 20'nci yılını kutladı. Cemile Sultan Korusu'nda gerçekleşen gecede, KYSD

Başkanı Osman Ege tarafından sektöre ve KYSD'ye desteklerinden dolayı 12 başarı plaketi takdim edildi.

İTHİB Başkanı İsmail Gülle, KYSD'nin 20'nci yılını kutlayarak sektörün bu görünmez kahramanların katkılarından dolayı tebrik etti ve başarılarının devamını temenni etti. KYSD Başkanı Osman Ege ise yan sanayinin tekstil ve konfeksiyon sektörünün vazge-

çilmezi olduğunu ifade ederek, tüm sektör dernekleriyle işbirliği içerisinde olduklarını belirtti. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün hedeflerine ulaşmasının güçlü, aktif, kreatif ve kurumsal bir yan sanayi ile mümkün olabileceğini söyleyen Osman Ege, geçmişte olduğu gibi gelecekte de sektörün tam sanayiye desteğinin devam edeceğini söyledi. 20 yıl önce bu derneğin sayıları 40'ı ancak bulan küçük çaplı şirketler tarafından kurulduğunu hatırlatan Ege, bugün ise sektörün hem firma sayısının arttığını hem de firmaların dünya ölçeğine çıkan güçlere ulaştığını dile getirdi ve sözlerini şöyle sürdürdü: "Bugün 50 milyar dolara yaklaşan tekstil ve konfeksiyon ihracatının içinde 4-5 milyar dolarlık konfeksiyon yan sanayi katkısı bulunmaktadır. Biz dış ticaret fazlası veren bir sektöüz. Tekstil ve konfeksiyon açısından vazgeçilmez bir yere sahibiz ve onları desteklemek için elimizden gelen her türlü gayreti de gösterdik ve göstereceğiz. Kendi üyelerimize verdiğimiz eğitimler ve seminerlerle sektördeki eğitim eksikliğini gidermek için de büyük bir gayret ve emek sarf ediyoruz. Bunun da sektöre getirdiği katkıyı görüyoruz."

### Osman Ege: 2 bini aşkın firma ile ekonomiye dev katkı

Gecede KYSD yönetimi, bugüne kadar sek-



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB Başkanı

*Konuşmasında konfeksiyon yan sanayini, bu iş kolunun görünmeyen kahramanları olarak nitelendiren Gülle, konfeksiyon sektörünün bugüne kadarki başarılarında yan sanayinin çok büyük bir katkısı olduğunu altını çizdi.*

töre katkı ve destekte bulunmuş isimlere de plaket takdim etti. 20 yıl önce sivil toplum kuruluşlarının önemini günümüzdeki kadar değerinin bilinmediğine vurgu yaparak konuşmasına başlayan KYSD Başkanı Osman



**OSMAN EGE**  
KYSD Başkanı

*Sektör olarak dış ticaret fazlası verdiklerine vurgu yapan Ege, 2 bini aşkın olduğunu tahmin ettiğimiz sektör firmaları istihdamıyla, kendi tedarik zinciriyle ekonomiye büyük katkı sağlamakta, birçok insana ve aileye ekmek kapısı olmaktadır" dedi.*

Ege, bu tür kuruluşların önemini önceden farkına varan ve bu derneğin çatısı altında toplayan kurucu üyelere, KYSD üyeleri olarak müteşekkir olduklarını ifade etti. Bu yolculuğa 40 firma ile başladıklarını hatırlatan Osman Ege, bugün bu sayının 110'u aştığını kaydetti. 20 yıl öncesine göre daha büyük, kurumsal, kapasitesi yüksek olan firmalarla çok daha güçlü şekilde yola devam ettiklerini söyleyen Osman Ege, "Bugün KYSD ve sektörümüz ihracatı, istihdamı, üretim gücü ile ekonomiye birçok sektörden çok daha fazla katkı sağlamaktadır. Ülkemizin 50 milyar dolarlık konfeksiyon üretiminin yaklaşık yüzde 10'u sektörümüze aittir. Bu da senele-re göre değişiklik gösterse de 3 ila 5 milyar dolar arasında seyrediyor. Dış ticaret verile-



**Cemile Sultan**  
*Korusu'nda gerçekleşen gecede, KYSD Başkanı Osman Ege tarafından sektöre ve KYSD'ye desteklerinden dolayı 12 başarı plaketi takdim edildi.*

rine göre de 600 milyar dolar ihracat yapan sektörümüz dış ticaret fazlası vermektedir. 2 bini aşkın olduğunu tahmin ettiğimiz sektör firmaları istihdamıyla, kendi tedarik zinciriyle ekonomiye büyük katkı sağlamakta, birçok insana ve aileye ekmek kapısı olmaktadır” ifadelerini kullandı.

### Daha güçlü, kreatif ve kurumsal bir yan sanayi

“Sektörümüz tekstil ve konfeksiyon sektöründe vazgeçilmez bir yere sahiptir” diyen Osman Ege, tüm sektör dernekleriyle işbirliği içerisinde olduklarını ve bağlı oldukları tüm oda ve birliklerde KYSD üyelerinin aktif olarak yer aldığını belirtti. Ege, bütün platformlarda yan sanayi sektörünü temsil ettiklerini ve üyeleri lehine taraf olduklarını da sözlerine ekledi. Ege, sözlerini şöyle sürdürdü: “Derneğimiz 20 yıldır sektörümüzün üyelerimizin iç ve dış pazarlarda tanıtımını yapmakta, fuar, ticari heyetler ve projelerde üyelerimize öncülük yapmaktadır. Tekstil ve konfeksiyon sektörüne verilen hedefler ancak daha güçlü, aktif, kreatif ve kurumsal bir yan sanayi ile mümkündür. Yan sanayimiz geçmişte olduğu gibi gelecekte de tam sanayimize destek olmaya devam edecektir. 20. yıl kutlamalarımızda bizden desteklerini esirgemeyen İTO Başkanı İbrahim Çağlar’a, İTHİB Başkanı İsmail Gülle’ye, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi’ye, bizi hiçbir zaman yalnız bırakmayan Erdal Bahçivan’a, Moda Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öztürk’e, işbirliklerinden onur duyduğumuz tüm dernek başkan ve yönetim kurulu üyelerine gönülden teşekkürler.”



### Bahçivan: Bu bayrak yeni kuşaklarca ileriye taşınacak

Türkiye’de sivil toplum kuruluşlarının ömrünün pek uzun olmadığını belirterek konuşmasına başlayan İSO Başkanı Erdal Bahçivan, bu nedenle konfeksiyon yan sanayinin 20 yıldır sektöre hizmet ediyor olmasını çok anlamlı ve değerli bulduğunu

**Osman Ege: “Bugün 50 milyar dolara yaklaşan tekstil ve konfeksiyon ihracatının içinde 4-5 milyar dolarlık konfeksiyon yan sanayi katkısı bulunmaktadır. Biz dış ticaret fazlası veren bir sektörüz.”**

nu söyleyerek, “Bugüne kadar bu derneğe emeği geçenlere teşekkür ediyorum” dedi. Tekstil ve konfeksiyon sanayinin, Türkiye’nin gözbebeği sektörlerinden biri olduğunu ifade eden Erdal Bahçivan, bu sektörlerin İstanbul’da sanayinin ilk tohumlarının atılmasında ve gelişmesinde çok büyük emeği olan, sanayiye önderlik eden sektörler olduğunu kaydetti. Bahçivan, “Gözbebeğimiz bu iki sektör, bugün dünya ile rekabet edebiliyorsa, dünya markası olma yolunda birçok markamız önemli hamleler yapılabiliyorsa, bunda bugün burada bulunan konfeksiyon yan sanayicilerimizin çok büyük bir emeğinin olduğu asla unutulmamalı” diye konuştu. Bu sektörlerin inovatif yaklaşımlarla ve daha katma değerli ürünler üreterek, ekonomimize çok daha büyük katkı sunacağından kuşku duymadığını söyleyen Bahçivan, bu bayrağın yeni kuşaklar tarafından da çok daha ileriye taşınacağına inandığını dile getirdi.

### Gülle: Sektörün görünmez kahramanları

Konfeksiyon yan sanayicilerinin 20’nci yıl gecesinde İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı, aynı zamanda İSO Meclis Başkan Yardımcısı da olan İsmail Gülle de bir konuşma yaptı. Konuşmasında konfeksiyon yan sanayini, bu iş kolunun görünmeyen kahramanları olarak nitelendiren Gülle, konfeksiyon sektörünün bugüne kadarki başarılarında yan sanayinin çok büyük bir katkısı olduğunu altını çizdi. Gecede konuşan bir diğer isim ise Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öztürk oldu. Öztürk “Bu sektöre yan sanayi diyorlar. Bence yan sanayi değil, tam sanayidir ve hem tekstile hem de konfeksiyona verdiği katkılardan dolayı bunu gerçek anlamda hak etmektedir” dedi.

Geceye İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi de bulunduğu ABD’den, telekonferans aracılığıyla katılarak bir konuşma yaparken, İSO Meclis Üyesi Yahya Uğur da konfeksiyon yan sanayicilerine seslendi.



“Teknolojinin barkodla buluştuğu an..”



**Intermec**  
by Honeywell

**M3 MOBILE**  
Your Best Mobile Business Partner

**DATALOGIC**  
THE VISION IS YOURS

**cab**  
we identify more



[www.akmazbarkod.com](http://www.akmazbarkod.com)

**akmaz**<sup>®</sup> **barkod**  
Barkod Teknolojileri & Sektörel Yazılım Çözümleri



# SEKTÖR BULUŞMALARININ ADRESİ

İHKİB, SEKTÖR  
BULUŞMALARI BAŞLIĞIYLA  
GERÇEKLEŞTİRDİĞİ  
TOPLANTI MARATONUNDA  
BU KEZ KONFEKSİYON  
YAN SANAYİCİLERİ  
DERNEĞİ (KYSD) İLE  
BİR ARAYA GELDİ.  
TOPLANTIDA HAZIR GİYİM  
VE KONFEKSİYON YAN  
SANAYİSİ SEKTÖRLERİNİN  
SORUNLARI VE ÇÖZÜM  
YOLLARI ELE ALINDI.

## KYSD OLDU

**İHKİB** Yönetim Kurulu tarafından, üye firmalarla sektörel konularda daha etkin bir iletişim sağlanarak sinerjinin artırılması ve ileriye yönelik ihracat hedeflerine ulaşabilmek amacıyla, güç birliği içinde eylem planları ve stratejilerin oluşturulması için başlatılan "Sektör Buluşmaları" toplantıları hız kesmeden devam ediyor. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlığında İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri ile birlikte yürütülen Sektör Buluşmaları'nın sonuncusu 13 Mayıs Çarşamba günü Kaşibeyaz Restoran'da KYSD üyeleri ile gerçekleştirildi. Sektör Buluşması'na KYSD Başkanı Osman Ege başkanlığında yan sanayi sektöründen temsilciler yoğun ilgi gösterdi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, toplantıda kısa bir sunum yaparak hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün güncel durumunu, sorunlarını, çözüm önerilerini ve planlanan faaliyetleri aktardı. Hikmet

Tanrıverdi, bu toplantılar vasıtasıyla elde edilecek ortak akıllın sektörü daha da ileriye götürmesini beklediklerini ifade etti. Toplantıda ayrıca, 2015 yılı sonuna kadar İHKİB ve KYSD'nin birlikte organize edeceği bir arama konferansı ile öncelik, hedef ve eylemlerin belirlenmesi konusunda görüş birliği vardı.

### Yan sanayicilerin katılımı artmalı

Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe önemli bir bilgi birikimi bulunduğu işaret eden Hikmet Tanrıverdi, bu bilgi birikiminin dış ticarete yönlendirilmesi gerektiğini ifade ederek, zorlu rekabet ortamında Türkiye'nin büyük çaplı üretimden çıktığını, hızlı ve küçük ölçekli üretimde önemli bir üstünlüğü olduğunu kaydetti. Tasarım ve Ar-Ge yönünden biraz daha gelişme kaydedilerek dünyanın her yerindeki fırsatları değerlendirmek gerektiğini vurgu-

layan Tanrıverdi, bunun için de birçok ülkeye gidip gelmek gerektiğini, bu anlamda Birlik tarafından gerçekleştirilen ticaret ve alım heyetleri ile fuarlara yan sanayicilerin de katılımının beklendiğini ifade etti.

### Ar-Ge ve tasarıma yoğunlaşmalı

Sözlerine hızlı hareket edebilme kabiliyetine dayalı olarak uluslararası pazarlarda önemli bir üstünlüğü bulunan sektörün yan sanayi açısından da çok güçlü bir konumda olduğunu vurgulayarak devam eden Hikmet Tanrıverdi, yan sanayinin hazır giyim sektörünün tamamlayıcısı bir sektör olduğunu ve bu bakımdan sektörel rekabette gelişmiş bir yan sanayinin olmasının büyük önem taşıdığını belirtti ve "Yan sanayimizin Ar-Ge ve tasarım desteklerinden daha fazla yararlanması ve bu alanlarda çalışmalarını yoğunlaştırması gerekiyor" dedi. Toplantıya katkıda bulunan herkese teşekkürlerini ileten Tanrıverdi, son olarak, İHKİB olarak her türlü iş birliğine açık olduklarını, yan sanayicilerin karşılaştığı sorunları iletmeleri halinde çözüm için her tür desteği vermeye hazır olduğunu sözlerine ekledi.

### İki sektör yan yana hareket etmeli

Güçlü yan sanayinin güçlü hazır giyim ve konfeksiyon sektörü anlamına geldiğinin altını çizen KYSD Başkanı Osman Ege ise hazır giyim sektörünün yan sanayinin temel müşterisi olduğunu ve iki sektörün her türlü faaliyette yan yana, kol kola ha-



**HİKMET TANRIVERDİ**  
İHKİB Başkanı

*"Yan sanayimizin Ar-Ge ve tasarım desteklerinden daha fazla yararlanması gerekiyor."*



**OSMAN EGE**  
KYSD Başkanı

*"2023 yılı hedeflerine ulaşabilmek için daha fazla iş birliği yapılması son derece önemli."*

reket etmesi gerektiğini söyledi. Yan sanayi faaliyetlerinin yüzde 51'ini konfeksiyonun oluşturduğunu vurgulayan Osman Ege, konfeksiyon sanayisine ilişkin ihracat ve ithalat rakamlarına bakıldığında birbirine yakın tutarlarda olduğunu söyledi. Ege, sektörün daha fazla gelişmesi için hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün daha fazla yerli yan sanayi girdisi kullanması gerektiğini, bu durumda ithalatın düşerek

yerli yan sanayi üretiminde artış olacağını belirterek, ithalat olmaması durumunda üretimlerinin altı kat artacağını söyledi. Nitekim yerli yan sanayi kullanımı konusunu kendi alıcılarına onaylatan hazır giyim firmaları bulunduğunu söyleyen Ege, bu tür girişimlerin artmasını beklediklerini ifade ederek, "2023 yılı hedeflerine ulaşabilmek için daha fazla iş birliği yapılması son derece önemli" dedi.



*İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlığında İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile birlikte yürütülen Sektör Buluşmaları'na, yan sanayi sektöründen temsilciler yoğun ilgi gösterdi.*



# SANAYİ ÜNİVERSİTE İŞBİRLİĞİNDE DEV ADIM

SANAYİCİLER VE AKADEMİSYENLERİN AYNI ÇATI ALTINDA BULUŞARAK ORTAK KATMA DEĞER ÜRETMELERİ, HEP KONUŞULUYOR AMA BİR TÜRLÜ İSTENEN GÜÇLÜ İŞBİRLİĞİNE SAHNE OLAMIYORDU. İTHİB VE İTÜ TEKSTİL TEKNOLOJİLERİ VE TASARIMI FAKÜLTESİ, BU YOLDA DEV BİR ADIM ATTI VE SANAYİ ÜNİVERSİTE İŞBİRLİĞİNDE ÖNEMLİ BİR PROTOKOL İMZALADI.

**Yıllardır** her sektör için gündeme gelen ve başarılı uygulamaları rol model oluşturan sanayi ve üniversite işbirliği Türkiye'nin en köklü sektörü tekstili temsil eden İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi arasında yapılan anlaşma ile tekrar gündeme geldi.

Uzun süredir, gerçek ve ayakları yere basan bir işbirliği geliştirmek için üzerinde çalışılan protokolün imza töreni, Haziran ayı başında, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy ve Öğretim Üyesi Prof. Dr.

Ali Demir'in katılımıyla gerçekleştirildi. İşbirliği protokolü imza töreninde konuşan İsmail Gülle, sektör imkânlarının ehil insanlar eliyle daha verimli kullanılması yönünde büyük bir adım attıklarını belirterek, "Atıl değerleri üretime katmak ve akademik anlamda Ar-Ge çalışmaları yapabilmek için önemli bir işbirliğine imza attık" ifadelerini kullandı. Gerçekleştirilecek işbirliği ile özellikle istenilen verim alınamayan ancak son teknolojiye sahip Tekstil Ar-Ge Merkezi'nin çok daha aktif olarak sektöre hizmet vereceğinin altını çizen Gülle, İTHİB tarafındansa öğrenci ve akademisyenlere verilecek maddi desteğin önemine işaret etti. İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakül-

tesi Dekanı Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy ise protokolün imza aşamasına gelene kadar her iki tarafın da gerçek ve ayakları yere basan bir çalışma için büyük çaba gösterdiğini dile getirdi. Dünya üzerinde imajı çok güçlü olan Türk tekstil sanayisi ile işbirliği yapmanın kendileri için çok güzel bir gelişme olduğunu da dile getiren Gürsoy, akademik anlamda son derece yetkin olan kadrolarının tam bir ekip çalışması ile sektöre büyük katkı sunacağını ifade etti.

## Gelişim için üniversite-sanayi işbirliği şart

Her alanda süratli bir değişimin yaşandığı günümüzde ülkeler kendi refah seviyelerini



yükseltmek istemekte ve bu çerçevede eğitim ve ekonomi alanlarında ilk sıralara tırmanma mücadelesi vermekteler. Bu mücadelenin ana ögesini ve kalkınmanın temelini hiç şüphesiz teknoloji üretebilen ve bilgiye sahip olan yüksek seviyede eğitilmiş toplumlar oluşturmaktadır. Bilgiye sahip olmak ve bu bilgiyi teknoloji üretimine dönüştürebilmek için de üniversitelere ve sanayiye önemli görevler düşüyor.

Üniversitelerin temel görevi bir yandan eğitim ve öğretim hizmetleri vermek, diğer yandan da temel ve uygulamalı alanlarda araştırma yapmaktır. Yapılan araştırmaların temel amacı ise, bilgi üretilmesi ve mevcut bilgilere yenilerinin katılmasıdır. Üniversitelerin yaptıkları araştırmaların çoğunluğunu temel araştırmalar, bir kısmını ise uygulamalı araştırmalar oluşturuyor. Diğer bir ifadeyle üniversiteler bir yandan yaptıkları eğitim-öğretim faaliyetleri ile sanayinin ihtiyaç duydukları Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) personelini yetiştirmekte, diğer yandan da araştırma yaparak sanayinin ihtiyaç duyacağı alanlarda bilgi üretmeye çalışmaktadırlar. Sanayi, ülkedeki mevcut bilimsel ve teknolojik potansiyeli harekete geçirerek önceden yapılmış araştırma sonuçlarını üretime dönüştüren kesimdir. Ülkelerin kalkınmışlık düzeyini o ülkedeki sanayinin gelişmişlik düzeyi belirlemektedir. Bir ülkedeki sanayi dışı bağımlı olmadan kendi teknolojisini kendisi üretebiliyorsa, küreselleşen dünya pazarında rekabet şansı da o derece yüksek olacaktır. Sanayinin kendi teknolojisini üretebilmesi için teknolojiyi üretebilecek bilgiye kolayca ulaşabilmesi gerekir. Bu da ancak güçlü bir üniversite-sanayi işbirliği ile mümkündür.

**İsmail Gülle**  
“Gerçekleştirilecek işbirliği ile özellikle istenilen verim alınamayan ancak son teknolojiye sahip Tekstil Ar-Ge Merkezi çok daha aktif olarak sektöre hizmet verecek.”



**İSMAİL GÜLLE**  
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

“Atıl değerleri üretime katmak ve akademik anlamda Ar-Ge çalışmaları yapabilmek için önemli bir işbirliğine imza attık.”

#### Protokolde neler var?

Oldukça detaylı hazırlanan protokol ile tekstil sektörü Ar-Ge ve tasarım alanında akademik destek alabilecekken; akademisyen ve öğrenciler ise sektörün sunduğu imkânlardan faydalanabilecek. Sektörün ve akademinin ihtiyaçlarına karşılık verme üzerine planlanan protokol maddelerinden bazıları ise şöyle:

- Anlaşma kapsamında sektör, İTÜ öğrencilerinin bitirme tezlerine teknik destek verecek,



**Prof. Dr. NEVİN ÇİĞDEM GÜRSOY**  
İTÜ Tekstil Tekno. ve Tas. Fak. Dekanı

“Dünya üzerinde imajı çok güçlü olan Türk tekstil sanayisi ile işbirliği yapmak için çok güzel bir gelişme.”

- İTHİB katkılarıyla İTÜ’de seminer ve konferanslar düzenlenecek,
- Başarılı ve sektöre ilgili öğrencilerin ilgili bölüme kazandırılması için çalışmalar yapılacak,
- İTHİB ve İTÜ arasında “Pazarlama Sertifika Programı” işbirliği yapılacak.
- Ar-Ge faaliyetlerinde akademik danışmanlık hizmeti verilecek,
- Ulusal ve uluslararası projelerde işbirliği yapılacak,
- İTHİB üyelerine temel tekstil eğitimleri verilecek.



AVCILAR MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ  
KAĞIHTHANE MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ  
NAHİT MENTEŞE MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ  
GLİYİM ÜRETİM BÖLÜMÜ  
YENİBOSNA MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ  
ZEYTİNBURNU MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

# MEZUNİYET TÖRENİ 2015



mesleki eğitime  
**20** yıllık  
emek

# OKULLARIMIZDA MEZUNİYET ZAMANI

SEKTÖRÜN GÜCÜNE GÜÇ KATAÇAK DEĞERLER ÜRETMEYE DEVAM EDEN İTKİB OKULLARI 2014- 2015 DÖNEMİ DİPLOMA VE ÖDÜL TÖRENİ İLE 560 GENÇİ DAHA İŞ DÜNYASINA UĞURLADI. MEZUNİYET HEYECANI GÖZLERİNE YANSIYAN GENÇLERİ BU YIL DA AİLELERİ, ÖĞRETMENLERİ VE İTKİB YÖNETECİLERİ YALNIZ BIRAKMADI.

**Mesleki** eğitime verdiği destekle kesintisiz olarak 20 yıldan bu yana faaliyetlerini sürdüren İTKİB Okulları, 2014-2015 eğitim öğretim yılının sonunda 560 öğrencisini daha mezun etti. 1995 yılında açtığı ilk meslek lisesi ile birlikte mesleki eğitimde çığır açan faaliyetlerini sürdürmeye devam eden İTKİB Okulları bugüne kadar 5 bin 281 öğrenci mezun etti. Aldıkları kaliteli eğitimle sektöre başarılı bir giriş yapacak olan öğrenciler, 12 Haziran akşamı Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen törenle diplomalarını aldı. Diploma törenine, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa

Şenocak ile yönetim kurulu üyeleri ve öğrenci velileri katıldı. İHKİB Avcılar, Kağıthane, Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri, Nahit Mentеше Anadolu Meslek ve Endüstri Meslek Lisesi Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü ile İDMİB Zeytinburnu Deri ve Meslek Lisesi'nin ortak mezuniyet töreninde büyük bir coşku yaşandı.

### Eğitime katkı güçlü Türkiye idealinin gereği

Mezun olan öğrencilerin ve ailelerin coşkusuna ev sahipliği yapan 2014-2015 İTKİB Okulları mezuniyet töreninde bir konuşma yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, nitelikli işgücü için eğitimin önemini ilk kav-

rayan sektörlerden biri olduklarını söyledi. Mesleki eğitime 25 yıl önce yatırım yapmaya başladıklarını anlatan Tanrıverdi şöyle devam etti: "Meslek liselerimizden bugüne kadar 5 binin üzerinde gencimizi mezun ettik. Liselerle yetinmedik gezici eğitim merkezleri kurduk. Sertifikalı sektörel eğitimlere öncülük ettik. İstanbul Moda Akademisi'nde gençlerimize akademik eğitim fırsatı yarattık. Çeyrek asırlık bir zaman diliminde bugüne kadar 300'ü akademik düzeyde olmak üzere toplam 33 bine yakın gencimizi nitelikli işgücü ordumuza kattık. Mezunlarımız için sektörde iş olanakları hazırladık. Her yıl sektöre taze kan pompalıyoruz." Eğitime katkısı refah düzeyi yüksek, güçlü

## MESLEKİ EĞİTİME VERDİĞİ DESTEĞİ 20 YILDIR KESİNTİSİZ OLARAK SÜRDÜREN İTKİB OKULLARI, BU YIL 560 ÖĞRENCİSİNİ DAHA MEZUN ETTİ. İTKİB OKULLARI, BUGÜNE KADAR 5 BİNİN ÜZERİNDE ÖĞRENCİYİ SEKTÖRE NİTELİKLİ ELEMAN OLARAK HAZIRLADI.

Türkiye idealinin bir gereği olarak gördüklerini vurgulayan Tanrıverdi, "Diplomalarını alarak aramıza katılan sevgili kardeşlerimizin de destek ve katkılarıyla hayal ettiğimiz güçlü Türkiye'yi hep birlikte kuracağız. Mezuniyet törenlerinin çocuklarımız için yaşamın yeni bir evresini oluştururken, bizim için de mesleki eğitime yaptığımız yatırımın meyvesini aldığımız gün anlamına geliyor. Biz de öğrencilerimiz ve velilerimiz kadar heyecanlıyız. Gelecek için daha da umutlanıyoruz. Sevgili genç arkadaşlarım, Türkiye, hedefleri büyük olan bir ülke. Hedeflere emin adımlarla yürümenin yolu nitelikli işgücünden, yani eğitimden geçiyor. Küresel piyasalarda baş döndüren değişimin hızına ayak uydurmak için kelimenin tam anlamıyla 'eğitim şart.' Rekabet gücümüzü arttırmak istiyorsak özgün tasarımlarımızı ve markalarımızı yaratmalıyız. Katma değerli ürün üretimine yönelmeliyiz. Sektör gelecekte çok daha fazla nitelikli insan gücüne ihtiyaç duyacak. Bu yüzden bizler de eğitime büyük önem veriyoruz. Sizin de bildiği gibi eğitim bugünden yarıya karşılığı alamayacağımız uzun soluklu bir yatırım. Hazır giyim ve konfeksiyon üretip ihraç eden bizler, nitelikli işgücü için eğitimin önemini kavrayan sektörlerden biriyiz. İHKİB bünyesinde kurulan eğitim komitemiz her dönem canla başla çalıştı. Bugün altı adet meslek lisemiz var. Liselerle yetinmedik gezici eğitim merkezleri kurduk. Sertifikalı sektörel eğitimlere öncelik verdik. İMA'da gençlerimize akademik eğitim fırsatı yarattık." diye konuştu. Bu eğitim kurumlarından mezun olan bir çok kişinin kendileri ile birlikte üretmenin



hazını yaşadıklarını belirten Tanrıverdi, "Okullarımız, eğitim merkezlerimiz bizim göz bebeklerimizdir. Şimdiye kadar buradan diplomalarını alan sevgili kardeşlerimizin destekleriyle bu hayalleri, güçlü Türkiye'de hep birlikte kuracağız. Eğitim gibi uzun soluklu ve maliyetli bir alana yatırım yapmak kolay değil. Birikim ister, kararlılık ister, teknik bilgi ister. Ama bana göre her şeyden önce insan sevgisi ister" dedi. Birlik olarak eğitim anlamında ellerinden gelenin en iyisini yapmaya gayret ettiklerini ifade eden Tanrıverdi, bu çabalarından dolayı takdir beklemediklerini ama insanların hak ettiği eğitime ve geçim olanaklarına sahip olmasını, sektörün bu birikimden yararlanarak dünya ile rekabet edebilmesini, çalışan her

*İHKİB Kağıthane Teknik ve Mesleki Anadolu Lisesi okul birincisi Nagihan Küçükaydın'a, okul ikincisi Tarık Yasin Çömez'e ve okul üçüncüsü Nurcan Mansız'a ödülleri İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi verdi.*

kişinin yaptığı işin hakkını vermesini, güçlü, istikrarlı ve refah içindeki bir Türkiye beklemediklerini vurguladı. Konuşmasına, öğrencileri başarılarından dolayı tebrik ederek devam eden Hikmet Tanrıverdi, velilere de çocuklarıyla gurur duymaları konusunda ve hayatın

**Hikmet Tanrıverdi:**  
"Meslek liselerimizden bugüne kadar 5 binin üzerinde gencimizi mezun ettik. Liselerle yetinmedik gezici eğitim merkezleri kurduk. Sertifikalı sektörel eğitimlere öncülük ettik. İMA'da gençlerimize akademik eğitim fırsatı yarattık."





**OKYAY MIZRAK**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

*"Kurduğumuz ve yaşattığımız bu eğitim kurumlarıyla sektörümüzün ve ülkemizin ihtiyaç duyduğu nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılıyoruz."*

her alanında çocuklarına destek olmalarının çok önemli olduğunu söyleyerek, "Mesleki eğitimi seçtiğiniz için, çocuklarınıza eğitim ve çalışma sevgisi aşıladığımız için sizleri kutluyorum. Bu güzel tablo sizin doğru seçiminiz sayesinde oluştu. Biz, daha çok ailenin mesleki eğitime inanmasını bekliyoruz. Ailelerin çocuklarını doğru bir iş kolunda meslek sahibi yapmaları çok önemli. Meslek, altın bileziktir. Hiçbir zaman değerini kaybetmez. İnşallah bu çocuklarımız da altın bileziklerinin hayrını görecekler" dedi. Hikmet Tanrıverdi bu güzel tablonun oluşmasına katkı sağlayan Milli Eğitim Bakanlığı'na, İTKİB Eğitim Şubesi'ne ve eğitimcilere teşekkür ederek konuşmasına son verdi.

**Yüksek refah için nitelikli işgücü şart**  
İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ise mesleki eğitimin Türkiye'nin gelişimi için önemine dikkat çekti. Şenocak, "Meslek okulları sayesinde bizler yetişmiş işgücüne, çocuklarımız iyi birer mesleğe, sektörlerimiz kaliteli üretime ulaşıyor. Refah düzeyi yüksek Türkiye idealimizi nitelikli işgücünü ve üretimde kaliteyi artırarak gerçekleştirebiliriz" dedi. Konuşmaların ardından öğrencilere diplomaları dağıtıldı. Okullarını dereceyle bitiren öğrenciler diploma ve ödüllerini birlik başkanları ile yöneticilerin ellerinden aldılar.



*İDMİB Zeytinburnu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi okul birincisi Cavidan Kaya'ya, okul ikincisi Meryem Büyük'e ve okul üçüncüsü Hicran Akbulut'a ödülleri İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak verdi.*

**Mustafa Şenocak:**  
*"Meslek okulları sayesinde bizler yetişmiş işgücüne, çocuklarımız iyi birer mesleğe, sektörlerimiz kaliteli üretime ulaşıyor. Refah düzeyi yüksek Türkiye idealimizi nitelikli işgücünü ve üretimde kaliteyi arttırarak gerçekleştirebiliriz."*

**Dinamik nüfusa iş imkanı sağlıyoruz**  
Mezuniyet töreninde öğrencileri tebrik ederek konuşmasına başlayan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Okyay Mızrak, İTKİB tarafından ilki 1995 yılında kurulan "İTKİB Okulları" ile önemli bir markanın da temellerini atmış olduklarını belirterek, o tarihten bu zamana, Yenibosna ve Kağıthane'de bulunan meslek lisesini, Küçükçekmece Nahit Menteşe Erkek Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi içinde bulunan Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü'nü ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'ne bağlı Meslek Yüksek Okulu'nu insanların ve sektörün hizmetine sunduklarını vurguladı. Bugün Birlik olarak üç meslek lisesi, bir teknik bölüm ve bir yüksekokul ile mesleki eğitime örgün olarak devam ettiklerine dikkat çeken Mızrak, "Yaygın eğitim alanındaki faaliyetlerimizin merkezinde Türkiye'de mesleki eğitimin yıldızı haline gelen gezece eğitim merkezleri var. Kurduğumuz ve yaşattığımız bu eğitim kurumlarıyla hem sektörümüzün ve ülkemizin ihtiyaç duyduğu nitelikli ara

eleman ihtiyacını karşılıyoruz, hem de arkadan gelen genç ve dinamik nüfusa iş ve aş imkanı yaratıyoruz" dedi. Türkiye'nin hızla artan genç nüfusuna ve Avrupa'nın en dinamik ülkelerinden biri olmasına vurgu yapan Okyay Mızrak, sanayi alanında da yatırımların hızla ilerlediğini söyledi. Hem nitelikli işgücü hem de nitelikli çalışana olağan üstü ihtiyaç duyulan bir dönemde olunduğunun altını çizen Mızrak, "Ne yazık ki ülkemizde mesleki eğitim yapılanması çok farklı sebeplerle arzu edilen düzeyde oluşmamış. Bu noktada bütün çabayı devletten beklemişiz. Ancak deneyimlerimiz bize gösteriyor ki sektörsüz bir mesleki eğitim ancak kağıt üzerinde kalıyor. Eğitimi verilecek meslekle ve o mesleğin örgütüyle mutlaka organik bir bağ kurulmalı" dedi.

**Dereceye giren öğrenciler ödüllendirildi**  
Okullarını başarıyla tamamlayarak ilk üçe giren İHKİB Avcılar Teknik ve Mesleki Anadolu Lisesi okul birincisi Dilber Kader Akalın, okul ikincisi Özlem Yeşilçimen ve okul üçüncüsü Ebru Yüzbaşıoğlu ödüllerini Avcılar Kaymakamı Hulusi Doğan'ın elinden alırken, İHKİB Kağıthane Teknik ve Mesleki Anadolu Lisesi okul birincisi Nagihan Küçükaydın'a, okul ikincisi Tarkan Yasin Çömez'e ve okul üçüncüsü Nurcan Mansız'a ödüllerini İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi verdi. İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi okul birincisi Zehra Aşıcı, okul ikincisi Reyhan Kara, okul üçüncüsü Elif Kaya ödüllerini İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Jale Tuncel'in elinden alırken, İDMİB Zeytinburnu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi okul birincisi Cavidan Kaya'ya, okul ikincisi Meryem Büyük'e ve okul üçüncüsü Hicran Akbulut'a ödüllerini İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak verdi. Nahit Menteşe Anadolu Meslek ve Endüstri Meslek Lisesi okul birincisi Yaren Nebiler, okul ikincisi İrem Nur Öncel ve okul üçüncüsü Zekeriya Akar'a ise ödüllerini İTKİB Genel Sekreteri Bekir Aslaner verdi.



ARE YOU  
READY?

STOLL

ITMA MILANO 2015

WWW.STOLL.COM  
WWW.MAYERMUMESSILLIK.COM.TR

## ITMA Milano 2015 için hazırız.

Müşterilerimizin talepleri doğrultusunda bizler en iyi çözümler için çaba sarf etmekteyiz. En iyi yeteneklere sahip Stoll uzmanları size servis tecrübemizin en farklı avantajlarını sunmaktadırlar. Bu ortak amaç uğruna hep beraber yakın bir şekilde çalışmaktayız. En iyi cevapların ancak en iyi hazırlıklar sonrası verilebileceğinin farkındalığı ile siz müşterilerimize Teknik Tekstiller, Moda ve Teknoloji ile Yazılım Çözümlerini konularında profesyonel bilgi birikimimizi aktarmak ve desteklemekteyiz. Tüm bunların ötesinde en verimli ürün performansı için bizi tercih edebilirsiniz. Stoll'ün en son yenilikleri ve teknolojilerinin çeşitliğini keşfetmeniz ve sizinle tanışmak için sizleri ITMA Milano 2015'deki standımızda bekliyor olacağız. **Stoll için hazır mısınız?**



# TASARIMIN YENİ

# Kalebekleri

SEKTÖRE KAZANDIRDIĞI İSİMLERLE TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİMİNDE ÖNEMLİ BİR YER TUTAN KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI, 23'ÜNCÜ YILINDA DA GENÇ YETENEKLERE PARLAK BİR GELECEĞİN KAPILARINI AÇTI. YARIŞMANIN BU YILINDA BİRİNCİ MERVE ODABAŞI DOĞU, İKİNCİ ARZU BAYKAR, ÜÇÜNCÜ İSE EREN TÜNELİ OLDU.



**BİRİNCİYE**  
**20.000 TL**

**İKİNCİYE**  
**15.000 TL**

**ÜÇÜNCÜYE**  
**10.000 TL**

**YURT DIŞINDA;**  
**1 YIL**

*MODA EĞİTİMİ*

**1 YIL**

*İNGİLİZCE DİL EĞİTİMİ*

**ULUSLARARASI**  
**BİR MODA FUARINI**  
**ZİYARET**

**İMA'DA**  
**İLERİ DÜZEY MODA**  
**TASARIMI VE**  
**YÖNETİMİ DİPLOMA**  
**PROGRAMINA**  
**ÜCRETSİZ**  
**KATILIM**

**Sektöre** kazandırdığı isimlerle Türk moda endüstrisinin gelişiminde önemli bir yer tutan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, 23'üncü yılında da alanındaki iddiasını korudu. Bahar Korçan, Hakan Yıldırım, Arzu Kaprol, Elif Çiğizoğlu, Ümit Ünal, Zeynep Tosun, Özgür Masur, Bora Aksu, Hatice Gökçe ve Zeynep Erdoğan gibi tasarımcıları sektöre kazandıran Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, bu yıl da genç yeteneklere parlak bir geleceğin kapılarını açtı. 28 Mayıs Perşembe günü Hilton Bomonti Otel'de 23'üncüsü düzenlenen yarışmanın finaline, cemiyet hayatından Demet Sabancı Çetindoğan, Esin Moraloğlu ve Bilge Öztürk gibi isimlerle birlikte sektörün önemli isimleri de katıldı.

Moda dünyasına yeni soluklar kazandırmak amacıyla düzenlenen yarışmada birinciliği Merve Odabaşı Doğu kazanırken, ikincilik ödülüne Arzu Baykar, üçüncülük ödülüne ise Eren Tüneli sahip oldu. Dereceye giren genç tasarımcılar ödülleri Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Jüri Başkanı Cem Altan'ın elinden aldı.

**Tanrıverdi: Türkiye ekonomisinin dinamosuyuz**

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi yarışmayla ilgili değerlendirmesinde global rekabet koşullarının piyasa dinamiklerini kökten değiştir-



diğini belirterek, “Sektörün gelecek kurgusunda moda ve marka yaratma, özgün tasarımlar yapma, dizaynırlar yetiştirme ve ileri teknolojiye dayalı üretim yer alıyor” dedi. 35 bin imalatçı, 19 bin ihracatçı firma ve 490 bin çalışanı ile yılda yaklaşık 19 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini hatırlatan Hikmet Tanrıverdi, “Yatırımlarımız, üretimimiz ve istihdamımızla Türkiye ekonomisinin dinamosuyuz. Sektörümüz bu başarıyı ‘yenilik ve dinamizme’ olan inancı ile yakaladı. İnsan kaynağına ciddi yatırım yapıyoruz” diye konuştu.

### Sektörün geleceğinde tasarım her zaman ilk planda

“Uluslararası alanda iddiamızı sürdürebilmek için trend belirleyici ülke olma, yurt dışında mağazalaşma, yenilikçi ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmemiz ve organizatör ülke olmamız gerekiyor” diyen Hikmet Tanrıverdi, “Bu yıl 23’üncüsünü düzenlediğimiz Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması sayesinde her yıl sektöre yenilikçi gençlerimizi katıyoruz. 2023’de 60 milyar dolar ihracat hedefiyle yola devam eden hazır giyim sektörünün gelecek kurgusunda tasarım her zaman ilk planda

yer alacak ve önemini koruyacak. Bu gece ödül alan gençlerimizi kutluyor ve Türk moda sektörünün geleceğine ışık tutmalarını diliyorum” dedi.

### Finalistlere devlet ve sektör desteği

İHKİB Yönetim Kurulu’ndan Cem Altan, İMA Genel Direktörü Seda Lafçı, Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Mehtap Elaidi, MSÜ Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü’nden Gözde Bursalıgil, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü’nden Yeşim Bağrıışen, Moda Tasarımcıları Hakan Yıldırım, Özgür Masur, Gamze Saraçoğlu ve Hatice Gökçe isimlerinin yanı sıra Moda Fotoğrafçısı Aslı Girgin ve IMG Moda Direktörü Banu



*Zeynep Tosun, Hakan Yıldırım, Özgür Masur, Arzu Kaprol, Elif Cıgızoğlu, Ümit Ünal, Bahar Korçan, Bora Aksu, Hatice Gökçe ve Zeynep Erdoğan gibi tasarımcıları sektöre kazandıran Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması’nın finale hazır giyim sektörü, sanat ve cemiyet hayatının tanınmış simaları yoğun katılım gösterdi.*





## Not Just a Label

Not Just a Label (NJAL), moda sistemine yeni bir soluk getirmek amacıyla Stefan Siegel tarafından 2008 yılında kuruldu. Zaman içerisinde moda endüstrisi için vazgeçilmez bir hale gelen internet sitesi, sektöre yeni adım atanlara da büyük fırsat sunmasıyla dikkatleri üzerine topladı. Günümüzde NJAL, dünyada 18 bin'in üzerinde yükselen tasarımcıların koleksiyonları ile çağdaş lüks moda dünyanın dijital vitrini konumunda. Koza finalistlerine rekabet koşulları hakkında bilgi veren Stefan Siegel, kendi sitesinden kariyer örneklerini genç tasarımcılarla paylaştı. Sıra dışı bir tasarımcının doğru strateji ve yönlendirmeler sayesinde Lady Gaga ile çalışmasını anlatan Siegel, sosyal medyanın gücünün farkında olmalarını söyledi.

Bölen'in jüri olarak yer aldığı yarışmanın final gecesinde hazır giyim sektörü, sanat ve cemiyet hayatının tanınmış simaları da yer aldı. Birbirinden iddialı 10 koleksiyonun yarıştığı finalde birinciliği elde eden Merve



Odabaşı 20 bin, ikinciliği kazanan Arzu Baykar 15 bin, üçüncü olan Eren Tüneli ise 10 bin lira para ödülü kazandı. Dereceye giren yarışmacılara Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle belirlenecek kontenjan dahilinde yurt dışında 1 yıl moda eğitimi, 1 yıl İngilizce dil eğitiminin yanı sıra Moda Tasarımcıları Derneği'ne üyelik hakkı tanınacak. Final gecesinde yer alan tüm finalistlere ise; İMA'da İleri Düzey Moda Tasarımı ve Yönetimi Diploma programına ücretsiz katılım ve sektörle ilgili uluslararası bir moda fuarını ziyaret imkânına sahip oldu.



*Bu yıl 23'üncüsü düzenlenen Koza Genç Moda Tasarım Yarışması'nın final gecesinin sunuculuğunu Hande Subaşı üstlendi.*



**CEM ALTAN**  
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi  
Yarışma Jürisi Başkanı

23'üncüsünü kutladığımız Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, bu yıl daha da coşkuluydu. Yüksek katılımın yanı sıra katılan eserler de daha yaratıcıydı. Bu nedenle ilk 10 finalist ödül gecemizi bir hayli renklendirdi; ilk üçe giren yarışmacıları belirlemede çok zorlandık. Bu yıl 300'e yakın yarışmacı başvurdu. Bu tasarımları önce ilk 30, sonrasında ise ilk 10 olmak üzere eleme sürecinden geçirdik. Tabii ilk eleme aşamasında sadece çizimler üzerinden bir değerlendirme yapılıyor. İlk 10'u belirledikten sonra ise yarışmacılarımız Moda Tasarımcıları Derneği üyesi modacıların mentorluğunda kıyafetlerinin yaratım sürecine başlıyor. Başlangıçta sadece kâğıt üzerindeki çizimler olan tasarımların yaratım süreci sonrasında kıyafete dönüşmesi sürecini çok ilginç buluyorum açıkçası. Jürimiz, bu yıl da oldukça kalabalıktı. İHKİB Yönetim Kurulu'ndan arkadaşlarımız, üniversitelerden akademisyenler, modacılar ve moda editörleri ile moda fotoğrafçılarından oluşan zengin bir jüriydi. Bu şekilde kurmamızın nedeni ise, yıllar içerisinde katılan eserlerin tasarım açısından giderek daha da güçleniyor olmalarıydı. İlk 10 finalist seçmek, gerçekten zorlu bir süreçti. Bizim değerlendirme kriterlerimiz arasında birkaç başlık çok önemlidir. Örneğin kullanılan kumaş, tasarımların o kumaşlarla uyum seviyesi, ürünlerin satılabilirliği, yaratıcılık ve kullanılan malzemelerin tasarım içinde nasıl değerlendirildiği gibi kriterleri öncelikle ele alıyoruz. Bu kriterleri bünyesinde bulunduran ürünler, doğal olarak diğer tasarımlar arasında farklılıklarıyla dikkat çekiyor ve ödüle hak kazanıyor.



## — Merve Odabaşı DOĞU —

Lisans eğitimini İzmir Dokuz Eylül Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Moda Giyim Ana Sanat Dalı'nda tamamladı. 2013 yılı Ocak ayından beri Gül Ağış'ın markası olan LUG VON SIGA'da tasarım asistanı olarak görevini sürdürüyor.

*Y*organ kelimesi ilk kez Uygur yazıtlarında 'Yourgan' olarak görülmüştür. İlerleyen zamanlarda Anadolu'da önemli bir gelenek ve el sanatına isim vermiştir. Doğanın ruhunu yansıtarak ve göz alıcı renkleri, çiçekleri, kuşları hayranlık uyandıran motiflere dönüştürerek, Yorgan bir sanat dalı olarak, günlük hayatlarımızda yer almaktadır. Çağdaş tasarım anlayışını, kültürel bir sanat ile birleştirerek, modern ve dikkat çekici üç boyutlu desenleri ile dinamik 'oversize spor couture' bir koleksiyon ortaya koymaya çalıştım. Koleksiyonun tamamı Osmanlı'nın izlerini taşıyor. Renk skalası çok geniş. Tasarımlarındaki kıyafetlerin giyilebilir ve hafif olması için silikon, elyaf, şifon ve file malzemeler kullandım.



# birinci

# ikinci



## Arzu BAYKAR

1987 yılında İstanbul'da doğan Arzu Baykar, Marmara Güzel Sanatlar Fakültesi'ne devam ederken, Öner Evez ile çalıştı. Mezun olduktan sonra Hakan Yıldırım ile kariyerine devam etti. Şu anda Network&Que kadın departmanında görevini sürdürüyor.

*Haritalar... Maceracı gezgin kaşiflerce yerküremizin keşfedilmesiyle birlikte yavaş yavaş şekillenen coğrafi görsellik... İçinde bulunduğumuz dijital çağ ile birlikte kaşifler ve gerçekleştirdikleri keşifleri de şekil değiştirdi. Haritalar artık yerini yeni dijital haritalara bırakmış durumda. Peki bu akıllı haritalar o an fiziki olarak bulunduğumuz yerleri değil de düşünsel olarak olduğumuz veya olmak istediğimiz yerleri gösterebilseydi? Yerimiz yine aynı mı olurdu?*



## Eren TUNELİ

1988 yılında Kocaeli-İzmit'te doğdu. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nden 2013 yılında mezun oldu. 2014 yılında Ege İhracatçı Birliği'nin dokuzuncusunu düzenlemiş olduğu moda tasarım yarışmasında ikinci oldu.

*Bulgar ve Fas asıllı olan çift Jeanne Claude ve Christo, dünyadaki en etkileyici ve halihazırda görülemeyecek işlere imza atmış sanatçılardır. Benzer alanları farklı şekillerde görmek için yeni yollar arayan sanatçılar, hergün önünden geçip gittiğimiz nitelikte büyük binaları, köprüleri, ağaçları kumaş ile kaplıyorlar.*

# üçüncü





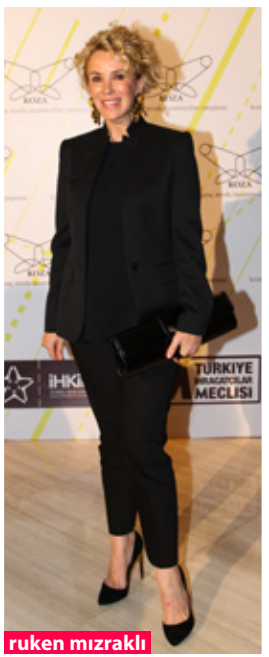
özgür masur



hikmet eraslan



mevlüt hikmet ünal



ruken mızraklı



ömer cüneyt mutkan



rene ames



# KOZA 'da ünlü simalar

Moda dünyasına  
genç yetenekleri  
armağan eden  
Kozanın finaline ünlü  
isimler akın etti.



gamze saraçoğlu



gül ağış



melisa çakarlar

esin moraloğlu



emre erdemoğlu



hakan yıldırım



nejla güvenç



haşim güreli-özkan karaca-bülent metin



mehtap elaidi



demet sabancı



tuğba ergin

# Stretching Beyond

## Color+

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

## eco-soft

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

## Black

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

## PowerFit

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

  
**creora®**  
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr.Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

[www.creora.co.kr](http://www.creora.co.kr)

# EVTEKS BAYRAM HAVASI

DÜZENLENDİĞİ ALAN İTİBARIYLA DÜNYANIN 2'NCİ EN BÜYÜK FUARI OLAN EVTEKS, BU YIL KAPILARINI BAYRAM HAVASINDA AÇTI. 21'İNCİSİ DÜZENLENEN FUARIN AÇILIŞINI EKONOMİ BAKANI NİHAT ZEYBEKÇİ GERÇEKLEŞTİRİRKEN, FUARA 750'NİN ÜZERİNDE FİRMA 2 BİNİ AŞKIN MARKA İLE KATILDI.

**Dünya** ve Türkiye'den ev tekstili döşemelik kumaş ve tül-perde alanında söz sahibi büyük üreticilerin katılımıyla organize edilen "Evtteks İstanbul Uluslararası Ev Tekstili Fuarı", 19-23 Mayıs tarihlerinde ziyaretçilerini ağırladı. Düzenlendiği alan itibarıyla alanında dünyanın 2'nci en büyük fuarı olan Evtteks, bu yıl 21'incisini düzenledi. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'na denk gelmesiyle bayram havasında geçen fuarı, Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) işbirliğinde, Ekonomi Bakanlığı ve KOSGEB desteğiyle düzenlendi. Fuarın açılışı Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin yanı sıra Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekçi, TİM Başkan Vekili ve DENİB Başkanı Süleyman Kocasert, DENİB

yönetim kurulu üyeleri, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem, CNR Ekspo Fuarcılık A.Ş. Genel Müdürü Alkan Usta ve sektörün önde gelen isimlerinin katılımı ile gerçekleşti. Fuardan bir gün önce 18 Mayıs Pazartesi günü alım heyeti programı düzenleyen İTHİB, yerli ve yabancı firmaları Dış Ticaret Kompleksi'nde bir araya getirdi. Fuar açılışı öncesi Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri

ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) tarafından organize edilen Evtteks 2015 Gala Yemeği, WOW İstanbul Hotel'de gerçekleşti. Gala Yemeğine; İTHİB Başkanı İsmail Gülle, OTİAD Başkanı İlker Karataş, sektör kurum ve kuruluşlarının üst düzey yetkilileri, sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri, temsilcileri katılım gösterdi. Gala yemeğinde pazarlama iletişimi alanında saygın bir yeri olan Levent Erden de bir sunum gerçekleştirdi.





**İş hacmi** **110**'u  
yabancı  
**2** milyar **750**'nin  
\$ üzerinde firma  
**2000**'in  
üzerinde marka

### Avrupalı markalardan yoğun katılım

Ev tekstilinde 2016-2017 trendinin de belirlendiği fuara, Avrupa'nın lider markaları katılım sağladı. Bunların arasında; İtalyan kumaş üreticileri Vigano, Di Nole ve Enzo degli Angiuoni, İspanyol ev tekstili üreticisi Manterol, Belçikalı ev tekstili ürünleri firması Ter Molst fuarda yer aldı. Bununla birlikte ev tekstili sektöründe uluslararası isim yapmış yerli ve yabancı birçok firma

ürünlerini Evtteks 'te sergiledi. Tülden perde sistemlerine, banyo ürünlerinden uyku ve yatak odası tekstiline, döşemelikten mutfak ve yemek odası tekstiline kadar çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Evtteks Fuarı'nda, dizaynist bölümünde Hollanda, Fransa, Portekiz ve İngiltere'nin dünyaca ünlü desen stüdyoları yer aldı. Fuarda özellikle İspanya, Belçika ve Fas'ın ülkelerinde sektörün öncü firmalarından seçerek oluş-

turduğu milli düzeydeki pavilyonlar dikkat çekti. İspanya 29 firma, Belçika 15 firma, Fas ise 6 firma ile Evtteks'e katıldı. CNR Holding kuruluşlarından İstanbul Fuarçılık A.Ş. tarafından organize edilen fuar, (TETSİAD) işbirliğinde 2 binin üzerinde markanın katılımı ile gerçekleştirildi. Ekonomi Bakanlığı ve KOSGEB'in de desteğiyle yapılan fuarda, teknik ve ev tekstilinde çığır açacak ürünler sergilendi.



### NİHAT ZEYBEKÇİ Ekonomi Bakanı

*"Ekteks gibi markalaşmış birkaç fuarımıza yurt dışındaki fuarlara katılım konusunda verdiğimiz desteklerin aynısını vereceğiz. Ekteks gibi bir fuarı destekleyememek bize mağlubiyet gibi geliyor. Buradan sektörümüze bir başka müjdemiz de artık satın alınan tasarımlara da destek verecek olmamızdır" dedi.*

### Ekteks'e devlet desteği

Ekteks Fuarı açılışında konuşan Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, her yıl mekan tekstili ile ilgili dünyada düzenlenen fuarları takip ettiğini belirterek, "İlk olarak 1988 yılında Frankfurt'ta bir fuara katıldım. O zaman bir veya iki Türk katılımcı firma vardı. Bugün biz dünyada alanında 2'nci en büyük fuarı düzenliyoruz. Ekteks, sektörün gelişimini gözler önüne seriyor" dedi. Hükümet olarak fuarcılık sektörünün takipçisi olduklarını ifade eden Bakan Nihat Zeybekci, "Ekteks gibi markalaşmış birkaç fuarımıza yurt dışındaki fuarlara katılım konusunda verdiğimiz desteklerin aynısını vereceğiz. Ekteks gibi bir fuarı destekleyememek bize mağlubiyet gibi geliyor. Buradan sektörümüze bir başka müjdemiz de artık satın alınan tasarımlara da destek verecek olmamızdır" diye konuştu. Bakan Zeybekci, 2023 ihracat hedefi için de, "Son 12 yılda ihracatımız her yıl 13.1 oranında artıyor. Bu gidişle 500 milyar dolar ihracata ulaşırız. İleri teknoloji ve ta-



sarıma geçilmeli. Kilogram fiyatı 1.60 olan ihracatımızı 2.5 dolara çıkarmalıyız" dedi.

### Yüksek teknolojiye 5.Bölge yatırımı

Fuarın açılışında konuşma gerçekleştiren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, konuşmasına bu yıl 21'incisi düzenlenen İstanbul Ev Tekstili Fuarı'nda bir arada olmaktan duyduğu mutluluğu ziyaretçilerle paylaştığını ifade etti. Tekstil ve ham maddeleri sektörünün geçtiğimiz yıl 8.9 milyar dolarlık ihracat yaptığını söyleyen Mehmet Büyükekşi, aynı dönemde ev tekstili sektörünün ise 3.1 milyar dolarlık ihracata ulaştığını dile getirdi. Büyükekşi, Ekteks'in Türkiye'nin yüz akı olduğunu belirterek, ihracata olan katkısının önemine değindi. Tekstil sektörünün 8.9 milyar dolarlık ihracatının yüzde 40'ının ev tekstilinden geldiğini anlatan Büyükekşi, "Yüksek teknolojiye yatırım yapan firmalara 5.Bölge teşvikleri veriliyor. Sektör olarak bu değerlendirilmeli. Tasarım Merkezlerine verilen 1 milyon dolarlık destek de sektör adına önemli bir gelişme" dedi. Bu yıl hedefin; tekstil sektöründe 10,7 milyar dolar, ev tekstili sektöründe ise 2,2 milyar dolar olduğunu belirten Büyükekşi, 2023 yılında ise; tekstil sektörünün 20 milyar dolar, ev tekstili sektörünün ise 4 milyar dolarlık ihracat hedefleri olduğunu hatırlattı. Bu hedeflere ulaşmak için katma değerin ve markalı ihracatın artırılmasının büyük önem taşıdığını kaydeden Büyükekşi, "Hazırlanan yeni teşvik programları, tasarıma verilen yeni destekler, Ar-Ge'ye ayrılan ek kaynaklar ve öncelikli dönüşüm programlarıyla da hükümetimizin arkamızda durması bizi cesaretlendiriyor. Biz de bu anlamda TİM olarak, yüksek katma değer artışına yönelik birçok çalışma yapıyoruz. Türkiye'nin inovasyon şampiyonu firmalarını "İnovaLİG" ile belirliyoruz. Bu firmaları; yılsonunda Türkiye İnovasyon Haftası'nda ödüllendiriyoruz. İnovaLİG 2015'in başvuruları Mayıs ayında sona erecek. Diğer taraf-

tan ülkemizin '2023 İnovasyon Stratejisi'ni hayata geçiriyoruz" diye konuştu.

### İnovasyonun tetikleyicisi akıllı kumaşlar olacak

Tüm sektörlerde inovasyon yol haritaları çıkarttıklarını söyleyerek konuşmasına devam eden Mehmet Büyükekşi, "Çalışmamız kapsamında, kıyas analizi ile inovasyonda en iyileri belirledik. Örneğin; İspanyol tekstil üreticilerinin, başarılı inovasyon programları sayesinde ihracat artışı sağladıklarını gördük" dedi. Sektörlere ilişkin gelecek trendlerini analiz ettiklerini belirten Büyükekşi, akıllı kumaşların ve teknik ürünlerin, sektördeki inovasyonun tetikleyicisi olacağını söyleyerek, mobilya hijyenini artırmak için ısı iletimi sağlayan ve anti bakteriyel tekstil elyaflarına talebin artacağı

**Ekonomi Bakanı Zeybekci: "İlk olarak 1988 yılında Frankfurt'ta bir fuara katıldım. O zaman bir veya iki Türk katılımcı firma vardı. Bugün biz dünyada alanında 2'nci en büyük fuarı düzenliyoruz. Ekteks, sektörün gelişimini gözler önüne seriyor. Biz de hükümet olarak fuarcılık sektörünün takipçisi olmayı sürdüreceğiz."**



# Ziyaretçi sayısı

yerli  
**97.779**  
yabancı  
**40.589**

Toplam kişi  
**138.368**



Fuara katılan Türk firmaları ziyaret eden Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, firma yetkililerinin fuar hakkındaki görüşlerini dinledi.



örneğini verdi. Büyükeksi, şöyle devam etti: "Güneş korumalı, ısı yansıtımlı, kir ve su itici işlevli özel kaplamalı kumaşlar önem kazanacak. E-tekstil vücudun sürekli olarak gözlenmesine ve ona göre tepki verilmesine imkan sağlayacak. Kendi ısınısını ayarlayan tekstiller daha önemli bir hale gelecek. Dolayısıyla sektörümüz, katma değer pozisyonunu geliştirmeye açık. Bu anlamda Ar-Ge yatırımları ile daha yüksek katma değer seviyelerine de çıkabilir ve Türkiye

**Evteks'in Türkiye'nin yüz akı olduğunu belirten TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, ihracata olan katkısını değerlendirerek, tekstil sektörünün 8.9 milyar dolarlık ihracatının yüzde 40'ünün ev tekstilinden geldiğini ifade etti.**



**ALİ SAMİ AYDIN**  
İTHİB YK Üyesi

EVTEKS İstanbul Fuarı 21'inci yılını da ziyaretçi rakamı ile zirve yaptı. Bundan önceki yıllarda fuar, çarşambadan başlayıp, pazar gününe kadar sürüyordu. Sektörden de gelen talep üzerine fuarı salı günü başlatarak, haftaiçi gün sayısını 4'e çıkardı. Fuarda yapılan gün değişikliği direkt ziyaretçi rakamlarına yansıdı. Geçtiğimiz yıl 114 bin olan fuarın ziyaretçi rakamı bu yıl 140 bine yaklaştı. İskandinav ülkeleri, İngiltere, Amerika ve Uzakdoğu ülkelerinin tercihi haline gelen EVTEKS İstanbul Fuarı'nda bu yıl inovatif ürünler birbirleriyle yarıştı. Katma değerli ürünler aracılığıyla sektörde geçtiğimiz yıl yaşanan yüzde 20 ihracat kaybının da telafi edileceğine inanıyorum.



## FUARDAN BİR GÜN ÖNCE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE ALIM HEYETİ PROGRAMI DÜZENLEYEN İTHİB, YERLİ VE YABANCI EVTEKS ÜRETİCİ VE MARKALARINI BİR ARAYA GETİRDİ.

tekstilde liderlik kazanabilir.” Sektördeki inovatif ürünlerin duyurulması ve firmaları pozitif yönlendirmesi açısından Evtteks Fuarı'nı oldukça anlamlı bulduğunun altını çizen Mehmet Büyükekşi, konuşmasını bir hikaye ile sonlandırdı: “Bir terlik satıcısı ürettiği terliklerin üzerine reklam amacıyla şöyle yazdı; ‘Ayaklarınızı üşütmeyin.’ Ancak satışlar umduğu gibi gitmedi. O da reklam sloganını şöyle değiştirdi: ‘Ayaklarınızı sıcak tutun.’ Olumlu ifadeler satışların artmasını sağladı. Biz de beklentilerimizi olumlu tutalım, tüm şartlara rağmen pozitif çıktılara odaklanalım, krizleri fırsata çevirelim, tüm dünyada pazar payımızı geliştirelim. 2023 hedefleri yolunda, yüksek katma-değerli ihracat artışıyla ülkemizin gelişimine hep birlikte katkı sağlayalım.”

### Markalaşmış bir fuar

Bu sene çok farklı bir fuara evsahipliği yaptıklarını söyleyen TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, bugün Evtteks'in başlı başına bir marka olduğuna dikkat çekti. Evtteks Fuarı'nın bugün dünyada mekan tekstili ile uğraşan herkesin ajandasında yer almasına başladığını söyleyen Yaşar Küçükçalık, “Nasil ki yıllardır hepimizin birlikte gittiği Almanya fuarları hepimizin ajandasında yıllar, aylar öncesinden yer alıyorsa Evtteks Fuarı'mız da markalaşmayı becerebilmiştir. Bunu yapmak maalesef kolay değil. Tüm bunlar burada gördüğünüz kişilerin emekleriyle oldu. Burada tabii önce ülkenizin marka olması gerekiyor, sonra siz marka oluyorsunuz. Bütün emeği geçenlere teşekkürü borç biliyorum” dedi. Türkiye'nin

mekan tekstili sektöründe de ilerleme kaydettiğini belirten Küçükçalık, hedeflerinin Evtteks Fuarı'nı enternasyonel bir fuar haline getirmek olduğunu kaydetti. Türkiye'de mekan tekstili diye adlandırdıkları ev tekstili sektörünün 13.5 milyar dolar hacme sahip olduğuna vurgu yapan Küçükçalık, 2 milyar dolarlık bavul ticaretinin varlığına dikkat çekerek, “Bavul ticareti çok önemli. Çünkü burada markalı ürün ihraç ediyoruz. Bizler malımızı hizmetimizle beraber satamazsak eğer sektörde çok da fazla bir şey yapamayız” dedi.

### Olumsuzluklara rağmen büyüme

Dünyadaki tüm olumsuzluklara rağmen 2014 yılında sektörün büyüme kaydettiğini ifade eden Yaşar Küçükçalık, 2023 hedeflerinde fuarların önemli bir rol üstlendiğinin

*Tülden perde sistemlerine, banyo ürünlerinden uyku ve yatak odası tekstiline, döşemelikten mutfak ve yemek odası tekstiline kadar çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Evtteks, 2 binin üzerinde markayı ağırladı.*

altını çizdi. Fuarların sadece sektörün değil, bulunduğu ülkenin de her bakımdan vazgeçilmez olduğunu söyleyen Küçükçalık, bugün ihracatta lider ülkelere bakıldığında bu konuma gelmelerinde fuarların ne kadar önemli olduğuna vurgu yaptı. Küçükçalık, “Benim gözlemim; her yıl, hem ürün, hem de organizasyon olarak, bir önceki yıldan daha iyi bir fuar açıyoruz. Değerli katılımcılarımız yine çok güzel çalışmalar yapmışlar. Tasarım, kalite, Ar-Ge ve inovasyonda sınırları zorlamışlar. Birbirinden çok farklı ürünlerle, rekabeti çok daha farklı ve doğru bir boyuta taşımışlar. Hepsini en samimi duygularıyla tebrik ediyorum. Biliyorsunuz, uluslararası alanda bazı pazarlarda önemli daralmalar var. Ama biz üretiyoruz ve ürettiğimizi de en iyi koşullarla satılabilmek zorundayız. Yeni pazarlara açılmak ve bulunduğumuz pazarlardan daha fazla pay alabilmek için çabalyoruz” diye konuştu. CNR İstanbul Fuarcılık A.Ş. Genel Müdürü Alkan Usta da fuarın 20 yılda 600 metrekareden 120 bin metrekareye ulaştığını aktararak, “Evtteks'e Hollanda, Fransa, Belçika, İspanya, İtalya, Mısır, Portekiz ve Yunanistan başta olmak üzere Ortadoğu ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinden çok sayıda alıcı geldi” dedi.





## Birla Modal ile güzel görünün, harika hissedin

Tasarımcıların el üstünde tuttuğu Birla Modal, kumaşlara muhteşem bir parlaklık, yumuşaklık hissi, döküm ve zarafet katar; cilt dostu kumaşlar yaratır.

Son teknoloji ile üretilen Birla Modal, saf ve karışımli formlarda, farklı ürün gruplarında yenilikçi ürünler yaratarak, iplik ve kumaş üreticilerinin beğenisini kazanmıştır.



**Birla Cellulose**  
Fibres from nature



**Birla Modal**

**Marketing and Business Development Office**  
Birla Cellulose, Hub Town Solaris, 5th Floor, 501A & 502,  
Prof N S Phadke Marg, Andheri East, Mumbai -400069,  
Tel: +91 22 61957700 Fax: +91 22 61957702  
Email: [birlacellulose@adityabirla.com](mailto:birlacellulose@adityabirla.com) - Website: [www.birlacellulose.com](http://www.birlacellulose.com)

TRİL MARKASI ALTINDA ÖZGÜR YAŞA TEKSTİL FİRMASI TARAFINDAN ÜRETİLEN EV TEKSTİL ÜRÜNLERİ İNOVATİF YÖNÜYLE DİKKATLERİ ÜZERİNE ÇEKİYOR. YENİ NESİL PIKE OLARAK TANIMLANAN TRİL, HEM TÜKETİCİLERDEN HEM DE EV TEKSTİL SEKTÖRÜNDE YOĞUN İLĞİ İLE İZLENİYOR.

## SEKTÖR

66

# DÜNYANIN EN YUMUŞAK PİKESİ

**Özgür Yaşa Tekstil** Pazarlama firması 2012 yılında Tril markalı inovatif ev tekstil ürünlerinin üretim, pazarlama ve satışı için kuruluyor. Firma sahibi Özgür Yaşa, Tril ürünlerinin ilk lansmanını Heimtextile – Frankfurt fuarında yaptıklarını belirtiyor. Fuarı takip eden ikinci yıl Alman Tasarım Konseyi (German Design Council) tarafında ürünlerinin “2015’in En İyi Tasarım Ürünü – Ev dekorasyonu, yatak örtüsü” dalında ödüle aday gösterildiğine belirten Özgür Yaşa, “Tril, mevcutta kullanımı son derece kısıtlı bir örme teknolojisini ev tekstiline çaprazlayan; kendinden gözenekli, nefes alan yazlık ürünleri ile inovatif örme penyesi ile yeni nesil pikedir. Esasen yepyeni bir segmente adımı veren “Faydalı Model” başvurusu yapılmış inovasyon, teknik tekstil uygulamasıdır. Kendinden gözenekli örme kumaşı dünyaca ünlü Crocs sandaletlerine

benzeyen, nefes alan, terletmeyen, yumuşak, rahat ve emici kumaşı ile gerek finansal gerek ticari başarısı için önemli bir fikir vermekte.

### İnovasyon fark yaratıyor

Tril; global ısınma etkilerinin giderek daha çok hissedildiği günümüzde; çevreci bir anlayış, teknik kumaş özellikleri ve yenilikçi (inovatif) Türk tekstil birikiminin sonucu geliştirilen yeni nesil pike olarak tanımlanı-

yor. Sıcak havalarda uyku kalitemizi bozan; ter, nem, klima rahatsızlıkları gibi olumsuz etkileri ortadan kaldıran yeni yazlık uyku ürünü olarak Tril; yeni nesil pike olabilecek kadar iddialı. Tril ürünlerinin ilk iki yılında Boyner Evde ve Tepe Home gibi perakende mağazalarda satıldığına değinen Özgür Yaşa, “Ayrıca e-marka (e-brand) olarak yerli ve yabancı e-ticaret sitelerinde (n11.com, perabulvarı.com evmanya.com, hepsiburada.com, kundo.co, evidea.com gibi) başarı ile satışa sunulmuştur. Geçen yıl Dubai merkezli www.wysada.com’da satılan, bu yıl için ABD’nin en büyük e-ticaret sitesi www.zulily.com’dan davet alan marka ve ürünün ihracat hazırlıkları yapılmakta, amazon.com mağazamız ise açılmıştır. Yurt içinde Denizli’li ev tekstilcilerinin ilgisini çeken ürün ortak üretim teklifleri alıyor. Gerek kendi markamız, gerekse Türk markaları için “private label”

üretime olumlu bakan, bu yeni liği tüm Türk tekstiline mal etmek isteyen bir anlayışa sahibiz” diyor.

Özgür Yaşa, Tril’in geçen yıl TİM ve AT Kearney Danışmanlık şirketi tarafından düzenlenen İnovaLİG yarışmasına İnovasyon Sonuçları arasında derceye girdiğini belirtiyor.



**ÖZGÜR YAŞA**  
Özgür Yaşa Tekstil  
Pazarlama firma sahibi



# WEEKENDERS

*Meeting of relaxed minds...*

A/W 16-17



**kilimdenim**

KILİM GRUBU KARTALTEPE MENSUCAT FABRİKASI Muratpaşa Mah. Demirhisar Cad. No: 3 Bayrampaşa - İSTANBUL

T+ 90 (212) 543 63 40 F+ 90 (212) 572 08 47 www.kilimdenim.com



KILİM GROUP



# ÇİN'E AYAKKABI İHRACATI İÇİN KOLLAR SIVANDI

İDMİB TARAFINDAN ÇİN VE HONG KONG PAZARINA YÖNELİK OLARAK AYAKKABI TİCARET HEYETİ DÜZENLENDİ. İDMİB ÜYESİ 10 FİRMANIN KATILDIĞI ZİYARETTE FİRMALAR VERİMLİ İKİLİ GÖRÜŞMELER VE İŞ BAĞLANTILARI GERÇEKLEŞTİRDİ.

**Ara mallar** ve malzemeler için uzun yıllardır önemli bir alıcı konumundaki Çin Halk Cumhuriyeti özellikle son yıllarda artık nihai ürün/bitmiş ürünler için de oldukça önemli bir pazar konumuna geldi. Artan refah seviyesi, beraberinde çok önemli bir harcama eğilimi getirdiğinden yavaşlamaya başlayan Çin ekonomisini canlandırmak üzere devlet politikası olarak harcama artırıcı önlemler geliştiriliyor. Çin, iç tüketimi artırmak için ayakkabı, giyim ve cilt bakımı ürünlerinde gümrük vergisini 1 Haziran'dan itibaren yarıya indirdi. Çin'den Türkiye'ye ve Türkiye'den Çin'e yapılan ayakkabı ihracatı rakamları karşılaştırıldığında aradaki açığın büyüklüğü göze

çarpyor. Bu açığın kapanmasına ve Türk ayakkabı sektörünün ihracat potansiyelinin artırılmasına katkı sağlamak için İDMİB tarafından Çin ve Hong Kong'a yönelik bir Ayakkabı Ticaret Heyeti düzenlendi. Bu kapsamda, Avrupa ve komşu/bölge ülkeler pazarlarının dışında büyük potansiyeli olan Çin Halk Cumhuriyeti'ne ve Hong Kong Özel Yönetim Bölgesi'ne yönelik 29 Mayıs-5 Haziran 2015 tarihleri arasında İDMİB tarafından "Çin ve Hong Kong Ayakkabı Sektörel Ticaret Heyeti" programı düzenlendi. Ticaret Heyetine 7'si ayakkabı, 3'ü ayakkabı tabanı üreticisi olmak üzere toplam 10 firma katıldı. İDMİB organizasyonunda düzenlenen Ayakkabı Ticaret

Heyeti programı kapsamında, katılımcı Türk firmalar; Çin ve Hong Kong ayakkabı ticaret merkezleri, dağıtım kanalları, kurum-kuruluşları ve firmaları ile önemli ve yakın temaslar kurarak Çin ve Hong Kong pazarına giriş ve bu pazardaki paylarını arttırabilmek için önemli işbirliği fırsatları elde etti. İDMİB Başkan Yardımcısı ve Türkiye ayakkabı Sanayicileri Derneği Başkanı Hüseyin Çetin'in başkanlık ettiği heyette İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Süleyman Gürsoy ve İDMİB yetkilileri de yer aldı.

## Yoğun ikili görüşmeler

Heyet, 30 Mayıs 2015 tarihinde Hong Kong Polytechnic Üniversitesi'nde Çinli firma-

## TÜRKİYE 2013 YILINDA ÇİN'E YAPTIĞI 2,1 MİLYON DOLARLIK İHRACAT İLE BU ÜLKENİN AYAKKABI İTHALATINDAN YÜZDE 0,1 PAY ALIRKEN, AYAKKABI TEDARİKÇİLERİ ARASINDA DA 26. SIRADA YER ALDI.

lar ile ikili görüşmeler gerçekleştirdi. İkili Görüşmeler İDMİB Başkan Yardımcısı Hüseyin Çetin'in açılış konuşması ile başladı ve ardından Hong Kong Ticaret Ataşemiz Ayşe Gül Barkçin ile Hong Kong Ayakkabı Federasyonu Başkan Yardımcısı William Wong heyete ayrıntılı sunumlar yaptılar. Hong Kong programının ve ikili görüşmelerin başarılı bir şekilde gerçekleşmesinde önemli katkısı olan William Wong'a İDMİB Yönetim Kurulu adına Başkan Yardımcısı Hüseyin Çetin bir plaket takdim etti. Hong Kong'daki ikinci günde heyete katılan firmalar ayakkabı perakendecilerinin yoğun olduğu belli başlı alışveriş merkezlerini ve önemli ayakkabı perakende mağazalarını ziyaret ederek Hong Kong ayakkabı pe-

**Türk ayakkabı sektörü için halen zor bir pazar konumundaki Çin ve Hong Kong'un mevcut pazar büyüklüğünden ve giderek artan harcama potansiyelinden türkiye'nin mutlaka daha fazla yararlanması gerekir.**

rakende piyasası hakkında incelemelerde bulundu. Hong Kong'dan sonraki ikinci durak olan Guangzhou'da ilk olarak heyet tarihiyle aynı zamana denk gelen "Shoes & Leather Guangzhou" Fuarı, 1 Haziran 2015 günü ziyaret edildi. İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hüseyin Çetin ve İDMİB Genel Sekreterlik temsilcisinin katılımıyla fuar organizatörü olan Top Repute Co.Ltd firması Fuar Müdürü Dennis Lam ve şirketin Direktörü Frandle C.C Tse ile bir toplantı yapılarak fuar hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. 3 Haziran 2015 tarihinde heyetin konakladığı Ocean Otel'in toplantı salonunda gerçekleştirilen ikili görüşmelerin organizasyonu konusunda Guangzhou Türkiye Ticaret Ataşeliği'nin desteğiyle AGSM (Guangdong Ayakkabı Üreticileri Derneği) ile işbirliği yapıldı. AGSM, Guangzhou'daki ikili görüşme programına yaklaşık 20 üyesini getirmeyi başardı. İkili görüşmelere katılan firmalar Türk firmalarına ve ayakkabılarına yoğun ilgi gösterdiler. İkili görüşmeler öncesi katılımcı firmalarımız Guangzhou Ticaret Ataşesi Hasan Köse ile bir toplantı yaparak Guangzhou özelinde Çin ve ayakkabı sektörü hakkında bilgi edindiler. Ayrıca, İDMİB Başkan Yardımcısı Hüseyin Çetin'in açılış konuşmasını yaptığı ikili görüşme programı sonrası AGSM (Guangdong Ayakkabı Üreticileri Derneği) Başkanı Lui Sui Long ile önümüzdeki dönemde gerçekleştirilebilecek işbirliğine ilişkin görüş alışverişinde bulunuldu ve kendileri AYMOD Fuarı'nı ziyaret etmeleri için İstanbul'a davet edildi. İkili görüşme prog-



### HÜSEYİN ÇETİN

İDMİB Başkan Yardımcısı ve TASD Başkanı

*"Gümrük avantajını doğru değerlendirerek kısa vadede Çin'e ayakkabı ihracatımızı ciddi şekilde arttırabiliriz."*

ramına katkılarından dolayı da AGSM Başkanı Lui Sui Long'a görüşme sonrası bir de plaket takdim edildi. 4 ve 5 Haziran 2015 tarihlerinde, özellikle ayakkabı ve ayakkabı yan sanayisinin gelişmiş olduğu Guangzhou şehrinde heyet programı ayakkabı ve yan sanayisinin yoğunlaştığı bölgelerdeki pazar incelemeleriyle devam etti.



Heyet, 30 Mayıs 2015 tarihinde Hong Kong Polytechnic Üniversitesi'nde Çinli firmalar ile ikili görüşmeler gerçekleştirdi.

### Çin'e yönelik daha fazla çalışma şart

Heyete katılan firmaların genel olarak programdan oldukça memnun ayrıldıkları gözlemlendi. Özellikle, bu bölge ve pazara giriş için geç bile kalmış olduğu, ayakkabı ve yan sanayisi konusunda Guangzhou şehrinin çok büyük gelişmeler kaydetmiş olduğu katılımcı firmalarımız tarafından ifade edildi. Ayakkabı sektörü için halen zor bir pazar konumundaki Çin ve Hong Kong'un mevcut pazar büyüklüğünden ve giderek artan harcama potansiyelinden mutlaka daha fazla yararlanılması gerekiyor. Türk ayakkabı sektörünün Çin pazarına önceden planlanmış bir strateji ve detaylı hazırlanmış bir program dahilinde girmesinin ihracat artışını da beraberinde getirmesi bekleniyor. Kendine has bir yapısı olan bu devasa pazarda başarılı olabilmek için pazarın gerekliliklerini hesaba katan yoğun bir hazırlık çalışmasının planlanması ve acente-dağıtıcı-danışman gibi araçlardan faydalanılması gerekiyor.

### Çin'i ayakkabıcılar fethedecek

Hong Kong ve Çin ziyaretine ilişkin değerlendirmelerde bulunan Hüseyin Çetin, firmalarla ikili görüşmeler yaptıklarını ve İtalyan ayakkabılarını ülkede pazarlayan Çin'in en büyük toptancı firmalarından biriyle protokol imzaladıklarını söyledi. Protokole yaklaşık 10 Türk firmasının imza attığını belirten Çetin, Çinli toptancının ülkede artık sadece Türk ürünlerini pazarlayacağını kaydetti. Çetin, Çinli firmanın Temmuz ayında Türkiye'ye geleceğini ve anlaşığı firmaları gezerek ürün seçeceğini ve koleksiyon hazırlanacağını dile getirdi.

## ÇİN-HONG KONG TİCARET HEYETİ'NE KATILAN FİRMALAR

- ÇETSAN AYAKKABI
- EBA TABAN KAÇUK
- EFSANE AYAKKABI
- İÇTEN SPOR AYAKKABI
- KAYA KARDEŞLER AYAKKABI
- MOLYER AYAKKABI
- ORUÇ ETHEM AYAKKABI
- SERT TABAN
- Umut AYAKKABI
- VENÜS AYAKKABICILIK



Hong Kong Ayakkabı Federasyonu Başkan Yardımcısı William Wong'a İDMİB Yönetim Kurulu adına Başkan Yardımcısı Hüseyin Çetin bir plaket takdim etti.

Hong Kong'da da bir büyük alım grubuyla görüştüklerine dikkat çeken Çetin, Ekim ayında Çin'de gerçekleşecek fuara katılarak bu ülkeye ciddi şekilde giriş yapacaklarını ifade etti. "Bu kez Çin'i fethedeceğiz" diyen Çetin, gümrük avantajını doğru değerlendirerek kısa vadede bu ülkeye ayakkabı ihracatını 2 milyon dolardan 10 milyon dolara çıkaracaklarını söyledi.

### Çin'in en büyük ayakkabı tedarikçisi İtalya

Çin, dünyadan 2013 yılında 2012 yılına kıyasla yüzde 9,5 oranında artışla 2 milyar dolara yakın ayakkabı ithal etmiş. Çin Halk Cumhuriyeti'nin en büyük ayakkabı tedarikçisi İtalya. İtalya'dan yapılan ithalatta bu dönemde yüzde 16,6 oranında artış olduğu görülüyor. İtalya'yı sırasıyla Vietnam, Endonezya, ABD ve Güney Kore takip ediyor. 2013 yılında, Türkiye'nin Çin Halk Cumhuriyeti'nin ayakkabı ithalatından aldığı pay ise sadece 0,1 oranında olup bu dönemde Türkiye'den yaklaşık 2,1 milyon dolar değerinde ayakkabı ithal edilirken Çin Halk

Cumhuriyeti tedarikçileri arasında Türkiye 26. sırada yer alıyor.

### Çin'in Türk derisine ilgisi artıyor

Çin deri ve deri ürünleri sektörü bugüne kadar ihracat ağırlıklı bir sektör olarak ithalatta ise ham deri ve kürk ağırlıklı olarak gelişirken, son yıllarda Çin'in özellikle sanayileşmiş güney ve güneydoğu bölgelerinde gelişen ekonomiyle birlikte alım gücü ve hayat standartları artan orta-üst ve üst sınıf müşterilerin kaliteli ve lüks deri ve ayakkabı ihtiyacını karşılamak amacıyla sektörde yapılan ithalatta da ciddi artış meydana gelmiştir. Çin'in yükselen orta-üst ve zengin sınıfı yerli deri ve ayakkabı ürünlerinin kalitesiyle yetinmemekte, başta Avrupalı lüks markalar olmak üzere uluslararası lüks deri markalarına rağbet etmektedir. Bu çerçevede, Çin'in yükselen yeni zengin sınıfı, kaliteli Türk deri ve deri ürünlerini giderek daha fazla tercih etmektedir. 2011 yılı itibarıyla söz konusu yeni zengin sınıfının sayısının kaymak tabakası kabul edilen 130 binden fazla Çinlinin servetinin 1 milyon doların üstünde olduğu ifade ediliyor.







# go natural

*all natural  
buttons* 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

[www.formdis.com](http://www.formdis.com)

**FACTORY**

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

**SHOWROOM  
MERTER**

M.Nesih Özmen Mah. Fatih Cad.  
Ceviz sk. Nazmi İş Hanı No: 22/3  
Mertler - İstanbul - TURKEY  
Phone: +90 212 637 48 94  
Fax: +90 212 637 48 98

**SHOWROOM  
OSMANBEY**

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



# AYAKKABIDA TÜRKİYE'NİN YADSINAMAZ BAŞARISI

AYAKKABI ÜRETİMİNDE AVRUPA'DA BİRİNCİ OLAN TÜRKİYE, İHRACATTAKİ BAŞARISIYLA DA GÖZ DOLDURUYOR. TASD'NİN EV SAHİPLİĞİNDE İSTANBUL'DA GERÇEKLEŞEN AVRUPA AYAKKABI SANAYİ KONFEDERASYONU OLAĞAN GENEL KURULU'NA BU YIL 19 ÜLKENİN DERNEK BAŞKANLARI VE TEMSİLCİLERİ KATILDI. KATILIMCILARIN ORTAK GÖRÜŞÜ İSE TÜRKİYE'NİN YABANCI ALICILARIN YADSINAMAZ CAZİBE MERKEZİ HALİNE GELMESİ OLDU.

**19 ülkenin** dernek başkanları ve temsilcilerinin katıldığı Avrupa Ayakkabı Sanayi Konfederasyonu Olağan Genel Kurulu'na (European Confederation of the Footwear Industry - CEC) bu yıl Türkiye ev sahipliği yaptı. Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) ev sahipliğinde gerçekleşen CEC Yıllık Olağan Genel Kurulu, 26 Mayıs Pazartesi günü İstanbul'da düzenlendi. Avrupa Ayakkabı Sanayi Konfederasyonu Başkanlığına İtalyan Cleto Sagripanti'nin seçildiği etkinlikte bir konuşma yapan Sagripanti, "Türk ayakkabı sanayisi son yıllarda önemli başarılarla imza atarak en büyük rakiplerimizden biri oldu.

Bu nedenle geleceğe ilişkin görüşlerimizi paylaşıp sır vermem" dedi. Kurul sonrası düzenlenen gala yemeğinde ise CEC üye ve temsilcileri ile ev sahibi ülke Türkiye'nin sektör temsilcileri buluştu. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, Avrupa Ayakkabı Sanayi Konfederasyonu Başkanı seçilen Cleto Sagripanti, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve DTG Başkanı Erdal Matraş ile İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı da gala yemeğine katılan isimler arasındaydı.

## Ayakkabıya yatırım daveti

Gala yemeğinde bir konuşma yapan Mehmet Büyükekşi, Türkiye'de son 12 yılda ortalama 15 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım gerçekleştiğini ifade ederken, bunların içinde hiç ayakkabı yatırımcısının olmadığına dikkat çekti. Mehmet Büyükekşi, Avrupalı ayakkabı sanayicilerini 6'ncı Bölge'de yer alan ve önemli avantajlar sunan Şanlıurfa'da ortak yatırım yapmaya davet etti. Cleto Sagripanti ise İtalya olarak uzun zamandır çalıştıkları Türk firmaların, tasarımlar ve üretim kalitesinde önemli bir sıçrama gerçekleştirdiğine dikkat çekerek, bunun yansımalarını Türkiye'nin ayakkabı ihracat artışında gözlemlediklerini

2014'te **720** milyon \$ olan  
ayakkabı ihracatı, 2015 sonunda  
**800** milyon \$ olacak

Dünya  
ayakkabı sektörünün  
büyüklüğü  
**126**  
milyar \$



**MEHMET BÜYÜKEKŞİ**  
TİM Başkanı

ifade etti. Dünyada ayakkabı üretiminde ilk sırada Çin'in yer aldığı belirten Sagripanti, "Burada Çin'i farklı bir konumda değerlendirmek gerekir. Çünkü Çinlilerin ürün yelpazesi farklı. Hindistan, İtalya, Türkiye, Portekiz ve Brezilya gibi ülkeleri ayrı bir kategoride değerlendirmek gerekir. Ülkem İtalya açısından baktığımızda hacim anlamında bir takım kayıplara uğradık. Buna karşın son yıllarda ciddi yatırımlar gerçekleştiren Türkiye, tasarım ve üretim kapasitesi açısından çok daha güçlü bir konuma geldi. Bizim en önemli rakiplerimizden biri oldu. Bu nedenle geleceğe yönelik önerilerimi paylaşmam doğru olmaz, sır vermem" diye konuştu.

#### **Avrupa'nın birincisi Türkiye**

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin de CEC'in



**HÜSEYİN ÇETİN**  
TASD Başkanı

yeni Başkanı Cleto Sagripanti'nin yaptığı değerlendirme doğrultusunda Türk ayakkabı sanayisinin doğru yolu izlediğini kanıtladığını

**Mehmet Büyükekşi, Türkiye'de son 12 yılda ortalama 15 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım gerçekleştiğini vurgulayarak, bunların içinde hiç ayakkabı yatırımcısının olmadığına dikkat çekti.**



**CLETO SAGRİPANTİ**  
Avrupa Ayak. San. Konfederasyonu Başkanı

belirterek, "Sadece İtalyanlar değil, bütün rakiplerimiz bizimle ilgili endişelerinde çok haklı. Ek vergi sonrası arkamıza aldığımız üretim rüzgarı ile herkesin korkulu rüyası olmaya başladık" dedi. Hüseyin Çetin, TASD'nin ev sahipliğinde düzenlenen CEC Genel Kurulu ile dünya ayakkabı sanayisinin İstanbul'da odaklandığını söylerken, dünya ayakkabı sektörü büyüklüğünün 126 milyar dolara ulaştığını vurguladı ve "Bizim bu ticaretten aldığımız pay Bakanlığımızın desteği ile her geçen gün artıyor. Avrupa'da birinci büyük üretim merkezi olan ülkemiz, dünyada ise geçtiğimiz yıl yedinci sıraya yerleşme başansı gösterdi. Ülke ekonomisine 7,9 milyar dolar katkı sağlıyoruz. 2014'de 720 milyon dolar olan ihracatımızı 2015 sonunda 800 milyon doların üzerine çıkaracağız. Türkiye'nin ihracatı düşerken ayakkabı sanayisi olarak ihracatımızı sürekli artırıyoruz" dedi. Sektörde Şanlıurfa ve Amasya'da yeni sanayi bölgelerinde yatırım çalışmalarına başlandığına da değinen Çetin, yurt dışında mağaza zincirleri içerisinde Zara, Mango, Hummel, H&M gibi markaların ve ithalatçı firmaların yurt içinden alım ve üretim için yatırım yapmaya başladıklarını sözlerine ekledi.

#### **İran, kurula ilk kez katıldı**

Organizasyonu değerlendiren Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkan Yardımcısı Berke İçten ise CEC'in 16 Avrupa ülkesinin bir araya gelerek Avrupa coğrafyasında ayakkabı üretim kültürünü desteklemek ve geliştirmek amacıyla kurdukları bir organizasyon olduğunu anımsatarak, "Türkiye'yi temsilen TASD bu oluşumun üyesidir. Bu oluşum, AB Parlamentosu ve AB Komisyonu'nun ayakkabı ile ilgili konularda



**TASD BAŞKANI HÜSEYİN ÇETİN, “SADECE İTALYANLAR DEĞİL, BÜTÜN RAKİPLERİMİZ BİZİMLE İLGİLİ ENDİŞELERİNDE ÇOK HAKLILAR. EK VERGİ SONRASI ARKAMIZA ALDIĞIMIZ ÜRETİM RÜZGARINI İLE HERKESİN KORKULU RÜYASI OLMAYA BAŞLADIK” DEDİ.**



*TİM Başkanı Mehmet Büyükeşçi, TASD Başkanı Hüseyin Çetin, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve DTG Başkanı Erdal Matraş, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı'nın katıldığı Genel Kurul'da 19 ülkenin dernek başkanları ve temsilcileri bir araya geldi.*

görüldüğü en yetkili kurum” dedi. Berke İçten, şöyle devam etti: “2015 olağan genel kuruluna bu yıl TASD olarak başta TİM olmak üzere, İDMİB ve Deri Tanıtım Grubu'nun desteği ile ev sahipliği yaptık. Genel kurula başta İtalya, İspanya, Portekiz ve Fransa olmak üzere tüm üyeler katılım sağladı. Bu genel kurula Türkiye'nin daveti üzerine ilk defa İran Ayakkabı Üreticileri Derneği de gözlemci olarak katılım sağladı. Bu katılım, Türkiye'nin bulunduğu coğrafyadaki etkisini gösterebilmek adına olumlu bir hareket olarak değerlendiriliyor.” Başkanlığın oylama ile Fransızlardan İtalyanlara geçtiğini hatırlatan İçten, 2016 Dünya Ayakkabı Kongresi ile ilgili olarak da, “Kongre için başvuru süresi 15 Temmuz'da sona erecek. Bu tarihe kadar aday ülkeler projelerini sunacak. Eylül ayında kurul bu konuda kararını verecek ve ilan edecek. Kongrenin 2016 Kasım ayında olması planlanıyor. Başvuru süreci devam ettiği için şu aşamada diğer adaylar hakkında kesin bir bilgi yok ancak Çin'in bu konuda çok istekli olduğunu ikili görüşmelerimizden anlıyoruz. Geçtiğimiz kongre Meksika'nın Leon kentinde gerçekleşti. Leon çok uluslararası bir şehir

**“Genel kurula başta İtalya, İspanya, Portekiz ve Fransa olmak üzere tüm üyeler katılım sağladı. Bu genel kurula Türkiye'nin daveti üzerine ilk defa İran Ayakkabı Üreticileri Derneği de gözlemci olarak katılım sağladı.”**

olmamasına, direk uçuşlarla ulaşım imkanı bulunmamasına rağmen bin 200 civarında konusunda uzman kurum, kuruluş ve şirket temsilcisini ağırlamıştı. Oysa Türkiye, üretimde dünya yedincisi konumunda olmasına rağmen küresel pazarda ayakkabı konusunda

yeterince iyi bilinmiyor. Ülke ve sektörün yabancı yatırımcılara tanıtımı açısından çok büyük bir fırsat olacak” değerlendirmesinde bulundu.

#### **İhracatı ithalatı geçti**

Türkiye ayakkabı üretim kapasitesi olarak Avrupa'nın birinci, dünyanın da yedinci büyük üretim merkezi olduğunu dile getiren Berke İçten, “Ülke olarak, yıllık 500 milyon çift üretim kapasitesine sahibiz. Sektörün yılda iki kez düzenlediği AYMOD - Ayakkabı Moda Fuarı, Avrupa'nın ikinci büyük ayakkabı moda fuarı olarak biliniyor. Üretimi emek yoğun bir sektör olan ayakkabı da Türkiye'nin bin 200 yıllık ayakkabı üretim geleneği bulunuyor. Son 10 yılda cari açık veren bir sektör durumundayken, 2014 yılı Ağustos ayında Ekonomi Bakanlığı'nın devreye aldığı ayakkabı ithalatına getirilen ek vergi uygulaması ile ibreler ters döndü. Sektör cari fazla vermeye başladı ve ihracatı ithalatı geçti” şeklinde konuştu.

Türkiye nüfusunun yüzde 30'a yakınının kırsal kesimlerde yaşadığını belirten İçten, “Ayakkabı gibi emek yoğun sektörlerde Türkiye'nin çok ihtiyacı olduğu görülüyor. Pek çok pazara yakınlığı çabuk ve küçük adetlerde üretim yapabilme yeteneği nedeniyle yabancı alıcılar tarafından son yıllarda Türkiye giderek tercih sebebi oluyor” dedi. “Bugüne kadar üretilmeyen bazı teknolojik ayakkabılar ve faylon olarak bilinen hafif spor ayakkabı tabanları artık Türkiye'de üretilebilir hale geldi” diyen İçten, “Bu alanda ciddi yatırımlar yapılıyor. Türkiye yabancı alıcıların cazibe merkezi haline geldikçe teknolojik ayakkabılara da ilgi ve yatırımlar artıyor. Bazı firmaların çipli ayakkabılar üzerinde çalışmalar yaptığı ile ilgili duyularımız var. Tasarım yarışmaları bu alandaki çalışmalar açısından çok teşvik edici bir rol üstleniyor” diyerek konuşmasını sonlandırdı.

**Türkiye ayakkabı üretiminde Avrupa 1'inci dünyada ise 7'nci**

# KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAŞ  
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS  
OTOMATİK KESİM  
MAKİNASI



**özbilim**  
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

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



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



**“BTC'nin yeni fiyatları sizleri çok ŞAŞIRTACAK!”**

**Roland®**

**AVA**  
PARTNERS FOR ALL TIME

**Cham Paper Group**

**ElvaJet®**  
SENSIENT™

**ergosoft**  
rip solutions

**KONICA MINOLTA**

Designed by



[www.dijitalteknolojiler.com](http://www.dijitalteknolojiler.com)

Ders : Dijital Baskı Teknolojileri  
Konu : Dijital Baskıda Kazanç



Dijital baskıda  
kafanızı fazla karıştırmayın

= BİC

 Roland®

  
PARTNERS FOR ALL TIME

  
Cham Paper Group

  
SENSIENT

 ergosoft  
rip solutions

  
KONICA MINOLTA

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



# İHİB, HALIKENT İSTANBUL PROJESİ İÇİN YOLA ÇIKTI

TÜM SEKTÖRÜN UZUN YILLARDIR ÖZLEMLE BEKLEDİĞİ PROJE, İHİB BAŞKANI UĞUR UYSAL'IN YÖNETİMİNDE TOPLANAN KURUCU KOMİTE ARACILIĞIYLA TAMAMLANMA AŞAMASINA GELİRKEN, TEMMUZ AYI SONUNA KADAR KURULACAK KOOPERATİF, EYLÜL AYI SONUNA KADAR ÜYE ALIMLARINI SÜRDÜRECEK VE YIL SONUNA KADAR ARAZİ ARAYIŞI DEVAM EDECEK. HEDEF 2016'DA İNŞAATA BAŞLAMAK.

**Yönetimde** ilk yılını dolduran İHİB Yönetimi, çalışmalarını hızla sürdürürken bir yandan da büyük projelere imza atıyor. Türk halı sektörüne sınıf atlatacak, hem uluslararası toptan halı alıcılarının hem de turistlerin halı alım merkezi olacak ve sektöre dünyada hak ettiği yeri verecek Halikent İstanbul Projesi için toplanan Kurucu Komite çalışmalarına hız verdi. Bu ay gerçekleştirilen iki toplantı ile kurulacak Halikent İstanbul Kooperatifi'nin hukuki altyapısı ve ana sözleşme metni istişare edilirken, proje ile ilgili detaylar da şekillendi. Halikent

İstanbul Projesi ile İstanbul'u dünya halı piyasasının cazibe merkezi yapmak amaçlanıyor. Halı kültürü ve halıcılık geleneği olmayan Almanların dünya halı ticaretini yıllardır Hamburg üzerinden yönetmelerine son verecek Halikent İstanbul'u hayata geçirmek için çalışan İHİB Başkanı Uysal, halıya gönül veren sektörün tüm paydaşlarını projeye katkı vermeye davet ederken, 2015 yılı sonuna kadar imzaların atılacağını ifade etti. Temmuz ayı sonuna kadar resmen kurulacak kooperatif ile arazi arayışı kurumsal boyutta sürdürülecek ve projenin finansma-

nı kooperatif üyelerinin maddi katkılarıyla karşılanacak.

**Proje şehir merkezine yakın olacak**  
Halikent İstanbul Projesi için göreve geldiği günden bugüne çalışmalarını sürdüren İHİB Yönetimi, sektörün her kanadıyla birçok toplantı gerçekleştirdi. Gerek el halıcıları, gerek makine halıcıları ve sektörün hem ticaret hem imalat ayağından yüzlerce firma ile yüz yüze görüşen Uğur Uysal Başkanlığındaki İHİB Yönetimi, sektörden herkesi dinledi, taleplerini aldı ve ihtiyaçları belir-





**UĞUR UYSAL**  
İHİB Başkanı

1975 yılında Bitlis'te dünyaya gelen Uysal, ortaokul ve lise öğrenimini Kültür Koleji'nde, üniversite eğitimini ise Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü'nde tamamladı. Makine halısı imalatı ve ticareti alanında çalışma hayatına 1998'de giriş yapan Uğur Uysal, 17 yıldır kesintisiz olarak içinde yer aldığı halı sektörünün farklı alanlarında faaliyetlerini sürdürüyor. İHİB bünyesinde 11 yıldır yönetim düzeyinde görev yapan Uysal, Birliğin farklı departmanlarında hizmet verdi. 2014 yılından beri İHİB Başkanı olan Uysal, sektörün içinden biri olarak halı sektörünün gelişimine yönelik pek çok eğitim faaliyetinde aktif olarak yer aldı. Evli ve 2 çocuk babası olan Uysal, İngilizce, Japonca ve Almanca olmak üzere 3 dil biliyor.



**AHMET HAYRİ DİLER**  
İHİB YK Üyesi - Kirkit Turizm

1957 yılında Nevşehir'de dünyaya gelen Ahmet Hayri Diler, ilk, orta ve lise öğrenimini Nevşehir'de tamamladı. 1982 yılında Erzurum Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Fransız Dili ve Edebiyatı Bölümü'nü bitiren Diler, 1987 yılında Paris Diderot Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nde master yaptı. 1982 yılında Nevşehir'de Kirkit Halı adıyla bir halı dükkanı açarak çalışma hayatına giriş yapan Ahmet Hayri Diler, 1987 yılında Kirkit Turizm adıyla kendi şirketini kurdu. 1990 yılında Ada-Anadolu Dekoratif Sanatları adıyla Paris'te bir şirket daha açan Ahmet Hayri Diler, ihracat ve ithalat alanında faaliyet göstermeye devam ediyor. Diler, iyi derecede Fransızca ve İngilizce biliyor. Diler, aynı zamanda, İHİB Yönetim Kurulu ve HEDEF Dergisi Yayın Kurulu Üyesidir.



**NİHAT YILDIZ**  
İHİB YK Üyesi - Arapgir Halı

1968 yılında Malatya'da dünyaya gelen Nihat Yıldız, ilk, orta ve lise öğrenimini İstanbul'da tamamladı. 1990 yılında İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü'nden mezun olan Nihat Yıldız, öğrenicilik yıllarında da aktif olarak yer aldığı baba mesleği olan halı kilim ticareti ile çalışma hayatına giriş yaptı. 1995 yılında Arapgir Halı Kilim firmasını şirket statüsüne geçirerek firma ortağı ve şirket müdürü olarak iş hayatına devam eden Yıldız, sektördeki deneyimlerini meslek örgütlerindeki faaliyetlerinde de kullandı. Evli ve üç çocuk babası olan Nihat Yıldız, 13 yıldır İHİB'de görev alıyor.



**BÜLENT METİN**  
İHİB YK Üyesi - Metin Halı

1974 İstanbul doğumlu olan Bülent Metin, lise öğrenimini tamamladıktan sonra halı sektöründe çalışma hayatına giriş yaptı. Aile şirketi olan Metin Halı'da görev alan Bülent Metin, üçüncü kuşak olarak aile mesleğini devam ettiriyor. Evli ve iki çocuk babası olan Bülent Metin iyi derecede İngilizce ve İtalyanca biliyor. Halı sektörünün çalışmalarını destekleyen sivil toplum çalışmalarında da aktif olarak görev yapan Bülent Metin, kendi şirketi ile üretim faaliyetlerini sürdürüyor.

ledi. Bu doğrultuda çalışmalarını hızlandıran İHİB Yönetimi, toplantılar sonucunda gönüllü olan 11 kişilik heyet ile projenin Kurucu Komitesi'ni oluşturdu. Yapılan uzun istişareler sonucunda, sektörün ihtiyaçlarına göre belirlenen projenin yeri konusunda, şehir merkezine yakın olması yönünde görüş birliğine varıldı. Bu bağlamda, Halikent İstanbul projesinin şehir merkezine yakın, halı sektörünü topyekün bir yerde buluşturacak bir cazibe merkezi olması kararı alındı. Şehir merkezine uzak seçeneklerin sektör paydaşları tarafından soğuk karşılanması sonrasında alınan bu karar ile arazi arayışlarına hız veren İHİB Yönetimi ve Kurucu Komite, projenin detaylarını da belirledi. Buna göre, hedefi 50 bin m<sup>2</sup> lik mağaza inşaatı olarak koyan komite, kooperatife katılacak firma sayısı ve yapılacak inşaatın detaylarını da Eylül ayı sonunda netleştirecek.

#### **Rota belirlendi**

Tüm yıla yayılan toplantılarda sektörün ta-

“Halikent İstanbul'un hem makine halısı hem el halısı hem de turistik satış için bir çekim merkezi olmasını hedeflerken, Amerika'dan Uzakdoğu'ya, Avrupa'dan Ortadoğu'ya kadar halı almak isteyen herkesin 'Halikent İstanbul'a gitmeden halı alınmaz' demelerini istiyoruz”



**CENGİZ ÖZLÜ**  
Burcu Halı

1960 yılında Niğde’de doğan Cengiz Özlü, lisans eğitimini Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi’nde tamamladı. 1986-1990 yılları arasında Sabanacı Holding şirketlerinden Yünsa Halı Bölge Satış Müdürlüğü yapan, 1990 yılından buyana 25 yıldır Burcu Halı Ltd. Şti.’nin kurucu ortağı ve genel müdürü olan Özlü, 2002-2007 yılları arasında zemin sektörü işadamları derneği olan ZESİAD’ın kurucusu ve başkanlığını yaptı. Burcu Halı, 1996 yılından bu yana Rusya, Ukrayna, Kazakistan, Azerbaycan, Türkmenistan, Gürcistan, Cezayir ve Kongo başta olmak üzere 20’den fazla ülkeye yaptığı ihracatla Türkiye ekonomisine katkı sağlıyor.



**BARIŞ CEYHAN**  
Ceyhan Tekstil

Ceyhan Tekstil’in sahibi Barış Ceyhan 1973 Malatya doğumlu. İHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve HEDEF Dergisi Yayın Kurulu üyesi olan Ceyhan iki kız çocuğu babası. 1990 yılında ilk dokuma makinesiyle başladığı imalat serüveniyle yurt dışında ismini duyuran nadir firmalardan biri olan Ceyhan Tekstil, Türk seccade sektörünü de tüm dünyaya tanıtıyor.



**ALİ EMAN**  
Eman Halı

1980 yılında Adıyaman Besni’de doğan Ali Eman, ilk, orta ve lise öğrenimini İstanbul’da tamamladı. Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu olan Eman, aile şirketleri olan Eman Halı ve Zemin Kaplamaları’nın üçüncü kuşak temsilcisidir. Türkiye Zemin Sanayici İşadamları Derneği Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini 2011 yılından bu yana sürdüren Eman’ın, ayrıca birçok STK, dernek, vakıf ve federasyon yönetim kurulu üyelikleri bulunmaktadır.



**AHMET KÖKER**  
Hadeks Halı

1973 yılında Kahramanmaraş Elbistan’da doğan Ahmet Köker, ilkokulu Elbistan’da, orta ve lise eğitimini ise İstanbul’da tamamladı. Lisans eğitimini Dokuz Eylül Üniversitesi’nde tamamlayan Köker, mezuniyetinin ardından dede mesleği olan el dokuma halı ve kilim ticaretini devam ettirmek amacıyla İstanbul’da babası Mustafa Köker ile birlikte çalışmaya başladı. Aile şirketi olan Köker Sark Ltd. Şti. ile Türk halısını dünyaya tanıtan ve ihracata katkı sağlayan Köker, İngilizce, Almanca ve Arapça biliyor.



leplerini alan İHİB Yönetimi, Halikent İstanbul Projesi için sektörün pozitif yaklaşımıyla cesaretlendi. Arazinin boyutu ve inşaatın detaylarıyla ilgili ihtiyaçları toplayan İHİB Yönetimi, sektörün şehir dışında kurulacak bir projeye sıcak bakmaması üzerine, en az 50 bin metrekarelik bir alanda olmak şartıyla, şehir merkezine yakın arazi arayışına başladı. Arazinin temini için sürecin kurumsal ve hukuki boyutunu tamamlamak isteyen İHİB Yönetimi, Temmuz ayı sonuna kadar kurulacak kooperatif için adımlarını attı. Halikent İstanbul Kooperatifi için yapılan toplantılarda, kooperatife katılım şartları ayrıntılı olarak belirlendi. Temmuz ayında duyuruya çıkacak olan Halikent İstanbul Kurucu Komitesi, projenin tüm detaylarını, vizyonunu ve misyonunu bir kitapçık aracılığıyla tüm sektörle paylaşacak. Her türlü iletişim kanalının devreye sokulacağı bu süreçte, yeni üyelerin de katılımıyla projeye hız vermeyi planlayan Kurucu Komite, katılım şartı olarak, Eylül ayına kadar giriş aidatı ve aylık aidatları tahsil etmeye başlayacak. Kooperatif Katılımcılarının desteğiyle yürüyecek projenin kısa sürede arazi satın alımını gerçekleştirmesi planlanıyor.

#### **Hedef maksimum 4 yıl**

Böylesi büyük bir projeyi hayata geçirmek için fazla beklemek istemeyen İHİB Yönetimi, Halikent İstanbul’un en fazla 4 yıl sonra faaliyete geçmesini hedefliyor. Bu bağlamda çalışmalarını sürdüren Yönetim, tüm toplantılarında çoğunluk kararıyla ilerledi. Sektörün paydaşlarını geleceğin halı merkezi olacak bir projeye ortak ettiklerini ifade eden Başkan Uysal, “Her şey hayal kurmakla başlar. Biz, sektörün de desteğiyle yıllardır konuşulan ama sadece konuşmada kalan bu hayali gerçeğe dönüştürme aşamasına geldik. Uzun senelere yayılacak bir proje yerine, maksimum 4 senede Halikent İstanbul’u halı sektörüne ve ülkemize armağan etmek istiyoruz” dedi. Böylesi büyük bir proje için daha fazla desteğe ihtiyaçları olduğunu belirten Uysal, “Halı sektörü olarak, Türk halısı ismine yaraşır şekilde tüm dünyanın halı merkezi olmak istiyorsak, bu ancak böyle büyük projelerle olur. Uzun sü-



redir dağımlıklıktan ve kira maliyetlerinden şikayet eden sektöremüz artık kendi yuvasına kavuşacak” şeklinde konuştu. Uysal, “Halikent İstanbul’un hem makine halısı hem el halısı hem de turistik satış için bir çekim merkezi olmasını ve Amerika’dan Uzakdoğu’ya, Avrupa’dan Ortadoğu’ya kadar halı almak isteyen herkesin ‘Halı almak için Halikent İstanbul’a gitmeliyiz’ demelerini istiyoruz” dedi.

#### 4 tip mağaza, 4 tip ödeme şekli

Projenin hayata geçmesi için ciddiyle çalışan İHİB Yönetimi, gerek finansman gerek arazi arayışı için hukuki altyapısı hazır kurumsal bir yapıyla yola çıkmak için gerekli çalışmaları yaptı. Temmuz ayında imzaların atılacağı kooperatif ile sene sonuna kadar özel veya kamu kurum ve kuruluşlarıyla imza aşamasına gelmesi planlanan proje, el ve makine halısı toptancıları ile ihracatçıları, büyük perakendeciler ve üreticiler olmak üzere üç ana gruba hitap edecek. Bunun yanında, arazinin büyüklüğüyle bağlantılı olmakla birlikte, ticari ve imalat olarak ikiye ayrılacak projeye nispeten küçük ölçekli makineler ile üretim yapan firmalar da kabul edilebilecek. Projenin inşaat detayları üzerinde de yoğun şekilde çalışan İHİB Yönetimi ve Kurucu Komite, projede 4 tip mağazaya yer vermeyi kararlaştırdı. Buna göre, A, B, C ve D tipi olarak adlandırılan ve sırasıyla 250 m<sup>2</sup>, 500 m<sup>2</sup>, 750 m<sup>2</sup> ve 1000 m<sup>2</sup> olarak belirlenen mağazalardan talep eden tüzel ya da özel kişilerin, giriş aidatı olarak sırasıyla 25 bin TL, 50 bin TL, 75 bin TL ve 100 bin TL; aylık aidat olarak da sırasıyla 2 bin 500 TL, 5 bin TL, 7 bin 500 TL ve 10 bin TL ödeme şartı getirildi. Alınan kararlar, her tüzel ya da özel kişinin, Kooperatif Yönetim Kurulu’nun onayından geçmek kaydıyla, mağaza çeşitleri konusunda bir sınırlama olmaksızın, projeden maksimum 3 adet mağaza için yer satın alabileceği öngörüldü. Yapılacak anket çalışmaları ve istişareler sonucunda çizilecek nihai projenin çok amaçlı, sınırlamalardan uzak ve geleceğe yönelik revizyonlara imkan tanıyacak bir proje olması kararlaştırıldı.



#### YUNUS EMRE PRENS

Apex Halı

1982 yılında Van’da doğan Yunus Emre Prens, İstanbul Üniversitesi Elektronik Mühendisliği Bölümü’nden mezun oldu. Evli ve bir erkek çocuk babası olan Prens, Apex Halı Genel Müdürü olarak görev yapıyor. 1990’lı yılların başında el tezgahlarına dokunan unutulmaya yüz tutmuş tiftik dokuma kilimlerini günümüz koşullarına uyarlayarak halı sektörüne yeni bir soluk getiren Apex Halı’nın Türkiye genelinde 60’ın üzerinde ilde bini aşkın bayisi bulunuyor. Yunus Emre Prens, Apex Halı aracılığıyla, başta Amerika, Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri olmak üzere tüm dünyaya ihracat yaparak ülke ekonomisine katkıda bulunuyor.

#### Ana sözleşmenin maddeleri teker teker görüşüldü

Halikent Projesi’nin hukuki boyutuyla ilgili olarak kurulacak kooperatifin ana sözleşme metni üzerinde istişarede bulunan Kurucu Komite Üyeleri ve İHİB Hukuk Danışmanı, her madde üzerinde teker teker karara vardı. Yoğun mesai harcanan toplantılarda, kooperatifin kurallarının net ve katı olmasına dikkat edilirken çıkacak olası ihtilafların önüne geçilmesi hedeflendi. Toplantılarda, projenin yeri konusunda da tüm olasılıklar masaya yatırılırken, mevcut ve olası tüm şartların zorlanması kararlaştırıldı. 5 ayrı bölge üzerinde hemfikir olunurken, şehir merkezinde yer alan ve inşaatı tamamlanmış fakat atıl kalan AVM’ler de gündeme alındı. Ayrıca TOKİ’ye, belediyelere, özel kişi ya da kurumlara ait boş araziler ile ilgili olarak görüşmelerin hemen başlatılması kararı alındı. Projenin başından itibaren, sinerji yaratmak amacıyla diğer sektörlerden firmaların Halikent İstanbul Projesi’ne katılımına da açık kapı bırakan Kurucu Komite, Gaziantep, Demirci, Tekirdağ gibi halıcılığın gelişmiş olduğu şehirlerden firmaların da katılımına sıcak bakıldığı hususunda mutabık kaldı.



#### ABDÜLKADİR SARIM

Som Halıcılık

1971 yılında İstanbul’da doğan Abdülkadir Sarım, ilk, orta ve liseyi İstanbul Bahçelievler’de okudu. İnönü Üniversitesi Malatya Meslek Yüksek Okulu’nda Muhasebe Ana Bilim Dalı’nda öğrenim gördükten sonra, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü’ne geçiş yapan Sarım, 1996 yılında Gümüşsuyu Halı’da göreve geldikten sonra sırasıyla Era Halı, Koyuncu Halı ve Confetti Halı’da yöneticilik yaptı. 2011 yılında beş ortak ile kurduğu Som Halıcılık’ı 2013 yılında ortaklarından devraldı. Halen Masko Mobilyacılar Sitesi’nde faaliyetlerine devam eden Som Halıcılık, özellikle son dönemde markalı otel projelerinde adından sıkça söz ettiren bir kuruluş halini aldı.



#### MUSTAFA KAYHAN

MNM Halı

1962 Kayseri doğumlu olan Mustafa Kayhan, Hacettepe Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü’nden 1987 yılında mezun oldu. 1986 yılından bu yana el dokuma halı sektöründe çalışan Kayhan, uzun yıllar İHİB Yönetim Kurulu üyeliği yaptı. MNM Halı Mob.İm.ve Dış Tic.A.Ş.’nin yönetici ortağı olan Kayhan, evli ve iki çocuk babası olup İngilizce, Almanca ve İtalyanca bilmektedir.



# MALATYA'DAN MESAJ: DEVLETİN BİR HALI POLİTİKASI OLMASI GEREKİYOR



İHİB YÖNETİM KURULU TOPLANTISI BU AY MALATYA'DA GERÇEKLEŞTİ. YIL İÇİNDE BELİRLİ PERİYOTLARDA ANADOLU'NUN FARKLI ŞEHİRLERİNDE TOPLANMA KARARI ALAN İHİB YÖNETİMİ, TARİHİNDE BİR İLKE İMZA ATARAK ÜYE FİRMALARA ŞİKAYET VE BEKLENTİLERİNİ EV SAHİBİ OLARAK AKTARMA FIRSATI VERDİ. TOPLANTIYA KATILAN FİRMALAR, DEVLETİN BİR HALI POLİTİKASI OLMASI GEREKTİĞİ YÖNÜNDE GÖRÜŞ BİRLİĞİNE VARDI.

**İHİB** Yönetimi, ilk yılının ardından yeniliklere imza atmaya sürdürüyor. İHİB tarihinde ilk defa Yönetim Kurulu toplantılarını üyelerini ziyaret ederek Anadolu'nun belli şehirlerinde yapma kararı alan İHİB Yönetimi yine bir ilki gerçekleştirdi. Kısa süre önce alınan kararı hemen uygulamaya koyan İHİB Yönetimi, Yönetim Kurulu Toplantısını, Başkan Uğur Uysal'ın da katılımıyla halı kültürüne hiç de yabancı

olmayan, doğunun önemli ticaret merkezlerinden Malatya'da gerçekleştirdi. İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Necati Karyüz ve Mehmet Kaba'nın ağırladığı İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri toplantıda tam kadro yer aldı. Akkoza Hotel'de gerçekleştirilen ve İHİB'e üye 20'yi aşkın bölge firmasının da katıldığı toplantıda, halı sektörünün geleceği ve yapılması gerekenler konuşuldu, şikayet ve talepler yerinde dinlendi.

### Devletin bir halı politikası yok

İHİB tarihinde ilk defa, sektörün ayağına giden İHİB Yönetimi, toplantıda İHİB'i tanıttı, projelerini ve gelecek vizyonunu Malatya'daki ve bölgedeki halıcılara anlattı. Firmaların şikayet ve sıkıntılarını yerinde dinleyen İHİB Yönetimi gerekli tavsiyelerde bulunurken halı sektörü, bazı ticari kanunlar ve devlet teşvikleriyle ilgili olarak da yaşanan eksikliği gidermek amacıyla firmaları bilgilendirdi. Halı üretiminde, bürokratik ve teknik konularda büyük sorunlar yaşadıklarını dile getiren ihracatçı firmalar, özellikle devletin bir halı politikası olmamasından yakındı. Firmalar, devlet teşvikleriyle ilgili olarak da, ucu açık kanunlar nedeniyle bürokratların keyfi hareket etmelerinin önüne geçilmesi gerektiğini ifade etti. Toplantıda sorunların, devletin bir halı politikası olması halinde kademeli olarak ortadan kalkacağını söyleyen firma yetkilileri, halının üretiminden satışına önünü tıkayan tüm kanunların devlet tarafından hassasiyetle revize edilmesi görüşünde birleşti.

### Yeşil kart, istihdamın önündeki en büyük engel

İHİB Yönetimi, yerli üreticilerin en büyük sorunu olan dokuyucu işgücü eksikliğini de atölyeleri gezerek yerinde gördü. Dokuyucu bulamamaktan şikayetçi olan yerli firmalar, devletin yeşil kart politikasından dolayı sigortalı çalışan bulmakta zorlandıklarını belirtti. Başkan Uysal, devletin kısa süre önce yürürlüğe koyduğu el hahısına getirilen yüz-

de 50 oranındaki ek ithalat vergisinin de bu soruna çözüm üretmekten uzak olduğunu ifade etti. Çözüm için topyekün bir politika belirlenmesi gerektiğini söyleyen Uysal, en başta da el halısına yönelik paket teşvik gereksiniminin acilen karşılanması görüşünü yerli üretici firmalarla da paylaştı.

**“İHİB olarak, bir ilki gerçekleştirerek üye firmalarımızın sıkıntı ve ihtiyaçlarını yerinde dinleme kararı aldık. Üyelerimizin sorunlarına çözüm üretmek amacıyla gerçekleştirdiğimiz ziyaretlerimiz Anadolu'nun farklı şehirlerinde bundan sonra da devam edecek.”**

### Dokuma atölyeleri gezildi

Yerli üreticilerin tüm sorunlarını yerinde dinleyen İHİB Yönetimi, Malatya'da bulunan dokuma atölyelerini de gezdi. Artık standart ürünlerin sektörde yeri olmadığını ifade eden Uysal, katma değerli ürünlerin üretilmesi gerektiğini ifade ederek, üretici firmaların, özellikle de el halıcılarının standart ürünlerden uzaklaşıp tasarım ürünlere yönelmesi tavsiyesinde bulundu. Bölgede ve Malatya'da yer alan başta ihracatçı firmalar olmak üzere tüm üye firmaların büyük memnuniyet duyduğu ziyaret esnasında İHİB Yönetim Kurulu Üyelerine karşı büyük misafirperverlik gösterildi.



İHİB Yönetimi, dokuyucu bulmakta zorlanan halı atölyelerini yerinde gezdi.





# İHİB TAM KADRO DOMOTEX TURKEY'DE

DOMOTEX TURKEY FUARI, 25-28 MAYIS TARİHLERİ ARASINDA SEKTÖRÜN LİDERLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ. İHİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN TAM KADRO YER ALDIĞI FUARDA, KATILIMCI FİRMALARIN ŞİKAYETLERİ VE TALEPLERİ DİNLENDİ.

**Türk halısı,** Domotex Turkey'15 GAZİANTEP Fuarı ile 25-28 Mayıs tarihleri arasında dünya halı piyasa sektörü temsilcileri ile buluştu. GTO, GAİB ve GHO işbirliği ve Hannover Fairs Turkey Fuarçılık organizasyonunda gerçekleştirilen ve 22 bin 25 metrekaare alanda 198 firmanın ürünlerini sergilediği fuarda bu yıl ağırlıklı doğu ülkelerinden olmak üzere Bangladeş, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, İran, Ürdün, Suudi Arabistan, Sri Lanka ve Özbekistan'dan toplam 33 yabancı firma yeni pazarlara ulaşmak için DomotexTurkey'e katılım gösterdi. Domotex Turkey Fuarı'na katılım gösteren üyelerini yerinde ziyaret eden İHİB Yönetim Kurulu da tam kadro fuardaydı. Üyelerinin sıkıntılarını ve şikayetlerini dinleyen İHİB Yönetimi, katılımcılardan fuar ile ilgili bilgi aldı. Başkan Uğur Uysal ve İHİB Yönetim Kurulu Üyelerinin, Birlik üyeleriyle halı sektörünün geleceğine yönelik fikir alışverişinde bulunduğu ziyarette, makine halısının bu yılki trendleri

de yerinde incelendi. Katılımcıların eşsiz tasarımlarını ve en son teknoloji ile üretilmiş yeni koleksiyonlarını sergiledikleri fuarı, başta Ortadoğu'dan olmak üzere çeşitli hedef ülkelerden toplam 8 bin 734 kişi ziyaret etti.

## Otel ve restoran yetersizliği

Başkan Uysal ve İHİB Yönetim Kurulu üyeleri, Birlik üyesi firmaların standlarında ziyaret etti. Fuar ile ilgili görüşlerini aldıkları firma yetkilileri, başta şehrin sosyal imkanları olmak üzere, fuar alanının yetersizliği ile ilgili de şikayetlerini dile getirdiler. Görüşmede, özellikle şehir dışından ve yurt dışından gelen ziyaretçileri ağırlama kapasitesi olarak şehrin böyle bir organizasyonu kaldırabilecek potansiyelden uzak olduğu bildirildi. Başta otel fiyatlarının yüksekliği ve otel ve restoran eksikliği olmak üzere, gerek fuar esnasında gerekse fuar sonrasında, şehrin 3-4 günlük bir organizasyonu kaldırabilecek sosyal yaşam imkanlarından uzak olduğu ifade edi-

lirken, Gaziantep'in, böylesi büyük çaplı bir fuar için yetersiz kaldığı belirtildi.

## Domotex Fuarı İstanbul'da olmalı

Bu sene, katılımcı sayısında artış gözlemlenen Domotex Gaziantep Fuarı'nda, Türk halı sektörünün sahip olduğu potansiyelin yeterli ölçüde kullanılmadığı gözlemlendi. Türk halı ihracatının büyük bir bölümünü üstlenen Gaziantep, büyük firmaların yanı sıra küçük firma sayısı da adeta bir halı merkezi. Ancak fuar alanının yeterli büyüklükte olmayışı, arzın uluslararası seciyeye çıkmasını engelliyor. İHİB Başkanı Uğur Uysal ve Yönetim Kurulu üyeleri de, ziyaretleri esnasında benzer şikayet ve taleplerle karşılaştı. Firma yetkilileri, hem sergileme hem satış anlamında yeterli alan bulmakta zorlanırken, Domotex Turkey Halı Fuarı'nın İstanbul'a taşınması yönünde talepte bulundular. Fuarda, Ortadoğu ülkelerini, Türkiye kadar tecrübeye ve know-how'a sahip olmasa da halı üretimi ko-

## FUARA KATILAN FİRMALARDA, ORTADOĞU ÜLKELERİNİ, AVRUPA'YA BAĞLAYAN BİR MERKEZ OLMA POTANSİYELİNİ SADECE İSTANBUL'UN KARŞILAYABİLECEĞİ GÖRÜŞÜ HAKİM OLDU.

nusunda son yıllarda Belçika ve Almanya'nın başı çekmesiyle bir merkez haline gelen Avrupa'yı bağlayan bir merkez olma potansiyelini sadece İstanbul'un karşılayabileceği görüşü hakim oldu.

### “Fuarın yüzü sadece Ortadoğu'ya dönük”

Bu sene, Domotex Gaziantep Fuarı'nda, katılımcı firmaların yanında katılımcı ülkelerin sayısında da artış gözlemlendi. Bangladeş, Belçika, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, İran, Ürdün, Suudi Arabistan, Sri Lanka ve Özbekistan'dan toplam 33 yabancı firma yeni pazarlara ulaşmak için Domotex Turkey'e katılım gösterdi. İHİB Başkanı Uysal, bu katılımı sevindirici bulsa da, Türkiye'nin çok daha büyük bir potansiyele sahip olduğu görüşünde. Fuarçılık anlamında Almanya ve Belçika gibi örneklerin halı sektörüne çok büyük artılar sağladığını belirten Uysal, özellikle Belçika'nın Domotex Turkey Gaziantep'e yoğun katılım göstermemesini olumsuz bir gelişme olarak değerlendirdi. “Fuarın yüzü maalesef sadece Ortadoğu'ya dönük” diyen Uysal, Avrupa gibi en büyük ihracat partnerimizin yanı sıra özellikle Kuzey ve Güney Amerika'dan firmaların da fuara katılım sağlaması gerektiğini düşünüyor. Fuarçılık ve ihracata katkıları söz konusu olduğunda sadece halı sektöründe değil genel anlamda eksiklerimiz bulunduğunu belirten Uysal, bu tarz fuarlar ile yeni pazarlarla ilişki kurmanın en öncelikli amaçlar arasında olması gerektiğini söyledi. Uysal, Türkiye gibi, halı sektöründe birçok kalemde dünya liderliğini elinde bulunduran bir ülkenin belli pazarlara odaklanmasını yanlış bulurken, bu anlayışla devam edilmesi halinde Domo-

tex Turkey Fuarı'nın yüzü doğuya dönük, bölgesel bir fuar olarak kalmaya mahkum olacağını belirtti.

### Ülke ekonomisine önemli katkı

Bugün dünyanın birçok ülkesine halı ihracatı gerçekleştiren Gaziantep, ülke ekonomisine önemli katkıda bulunuyor. Yıllık 2,2 milyar dolar civarında ihracat yapılan halı sektörü, Türkiye'nin başarılı olduğu üretim sektörleri arasında en önemlilerinden birini temsil ediyor. Sektörde 180 üretici firma, bin 400 son teknoloji halı tezgahıyla yılda 350 milyon metre kare halı dokuyor. Üretimin üçte ikisi ihraç edilirken, yıllık 3 milyar dolar ciro elde ediliyor.

### Türkiye ile Ortadoğu'yu yaklaştırıyor

Halı ve zemin kaplamaları alanında lider ticaret fuarı olan Domotex Turkey, Türkiye halı ticaretinin ana merkezi olan

“Birçok avantajının yanında, otel ve restoran gibi sosyal alanların yetersizliği, Domotex Fuarı'na özellikle şehir dışından ve yurtdışından gelen ziyaretçiler için sorun olmaya devam ediyor.”



**UĞUR UYSAL**  
İHİB Başkanı

“Fuarın yüzü maalesef sadece Ortadoğu'ya dönük. En büyük ihracat partnerimiz olan Avrupa'nın yanı sıra özellikle Kuzey ve Güney Amerika'dan firmaların da fuara katılım sağlamaları, gelecek açısından daha umut verici olurdu.”

Gaziantep'te ürünlerini sergileyen firmalara Türkiye ve Ortadoğu ile ilişki kurma ve var olan ilişkilerini güçlendirme anlamında iyi bir fırsat sunuyor. Etkinlik, doğru alıcıları uygun zaman ve yerde doğru satıcılar ile bir araya getirerek sektörün ticari hacmini yükseltmeyi amaçlıyor. Deutsche Messe AG'ye bağlı bir şirket olarak Hannover Fairs Turkey Fuarçılık A.Ş. Türkiye ve Ortadoğu'dan profesyonel ziyaretçi sayısını artırmak için fuarı yurtdışındaki yetkili ofisleri, medya kanalları ve alıcı heyet programı aracılığıyla hedef ülkelere etkili bir şekilde tanıtıyor. Sektörün öncü firmalarının katılımıyla gerçekleşen Domotex Turkey, Türkiye'nin makine halısı üretimindeki gücünü göstermesi bakımından da önemli. Fuar, Avrasya bölgesi için uluslararası bir platform olma hedefinde olsa da, katılım daha çok doğu ülkelerinden gerçekleşiyor. Katılımcıların yeni tasarımlarını ve en son teknoloji ile üretilmiş koleksiyonlarını sergiledikleri fuar, bu sene, başta Ortadoğu'dan olmak üzere çeşitli hedef ülkelere toplam 8 bin 734 kişi ziyaret etti. Fuarda, sektörün talepleri neticesinde, bu yıl el ve makine yapımı halıların yanı sıra; kilim, tekstil yer döşemeleri, elastik yer döşemeleri, laminant, ahşap ve parke, tekstil makinesi ve aksesuarları, lifler, iplikler ve tekstil ürünleri de katılımcılar tarafından sergilendi.





# İHİB, ABD ZİYARETİYLE SATIŞ KANALLARININ ÇİTASINI YÜKSELTİYOR

İHİB, TÜRK HALI SEKTÖRÜNÜN MÜŞTERİ KİTLESİNİ VE SATIŞ KANALLARINI ARTIRMAK AMACIYLA ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜYOR. SON OLARAK, ABD'NİN MIAMI VE NEW YORK KENTLERİNDE, EN ÖNEMLİ EV VE DEKORASYON FUARLARINDAN PARİS MAISON&OBJET VE ICFF'Yİ YERİNDE GEZEN İHİB BAŞKANI UĞUR UYSAL VE YÖNETİM KURULU ÜYESİ AHMET DİLER, YENİ PAZARLAR, MÜŞTERİLER VE SATIŞ KANALLARI BULARAK TÜRK HALISININ ÇİTASINI YÜKSELTMEYİ AMAÇLIYOR.

**Türk** halısının gelişmesi ve dünya pazarlarında söz sahibi olması için çalışmalarını sürdüren İHİB Yönetimi, Domotex Hannover'den sonra, yeni uluslararası fuarlara milli katılım arayışı bağlamında ABD'de, iki ayrı kentte iki fuar ziyareti gerçekleştirdi. Başkan Uğur Uysal ve Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Diler'in yerinde takip ettiği fuarlardan hem fuarcılık anlamında hem de Türk halısının geleceği anlamında yeni fikirlerle dönüldü. Yeni trendler, tasarım ve inovatif ürünlerin sergilendiği

fuurlar, özellikle vizyoner Türk halı firmalarının uluslararası alanda seslerini duyurabilmeleri için bulunmaz fırsatlar sunuyor.

## Küçük ama seçkin fuar anlayışı

Yeni pazarlar bulmak amacıyla gerçekleştirilen seyahatin ilk ayağında Miami'de, Paris Maison&Objet Organizasyonu tarafından aynı isimle gerçekleştirilen ev ve dekorasyon fuarı gezildi. Fuar alanı, Türkiye'deki ve dünyadaki örneklerine göre oldukça küçük olan Paris Maison&Objet

Fuarı, bu eksikliğini, zevkli konseptiyle gizlemeyi başarmış bir fuar olarak öne çıkıyor. Tek tip stand tasarımı uygulanan fuarda, yalın ve ahenkli bir düzenek kurularak ziyaretçilerin mümkün olduğu kadar yorulmamaları sağlanıyor. Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Diler, yaptığı görüşmelerde, ilk kez düzenlenmesine rağmen katılımcıların fuardan oldukça memnun olduklarını gözlemlediğini belirtiyor. Diler, kaliteli ve tasarım ürünlerin sergilendiği fuarın katılım ücretlerinin metrekaresinin



*İHİB Başkanı Uysal, ABD seyahati sırasında, uluslar arası halı firmalarının yetkilileriyle bir araya gelerek fikir alışverişinde bulundu.*



700 dolar olduğunu belirtirken, benzerlerine kıyasla kaliteli ve tasarım ürünlerin sergilendiği fuarın bir diğer özelliği ise Latin Amerika'dan gelen ziyaretçilerin yoğunluğu olarak dikkat çekiyor. İHİB YK Üyesi Diler, Paris Maison&Objet Fuarı'nın katılım ücreti ve küçüklüğü nedeniyle milli katılıma uygun olmasa da vizyoner Türk halıcılar için önemli fırsatlar barındırdığı görüşünde olduğunu belirtirken, öte yandan, Türk halıcılığının tasarım ürünlere yönelerek, piyasaya daha geniş bir bakış açısıyla yaklaşması gerektiğini düşünen Başkan Uysal da, "Türk halı sektörü olarak standart ürünler yerine tasarım ürünlere yönelmemiz, vizyon sahibi bir bakışla Türk halısını ve kültürünü tüm dünyada hak ettiği yere getirebilmemiz açısından çok önemli" diyor. ABD ziyaretinin bu bağlamda önemli fırsatlar sunduğunu ifade eden Uysal, İHİB olarak yeni pazarlar,

müşteriler ve satış kanalları yaratarak Türk halı sektörünün çıtasını yükseltmeyi hedeflediklerini belirtiyor.

### **Halı sektörü, tasarım ve inovatif ürünlere yönelmeli**

İHİB Heyeti, Miami Paris Maison&Objet Fuarı'nın ardından New York'a geçerek, Javid Center'da gerçekleştirilen ICFF (International Contemporary Furniture Fair) Fuarı'na bir ziyaret gerçekleştirdi. Tasarım odaklı ev dekorasyonu alanında yüksek kalitede bir fuar olan ICFF, birçok inovatif ürünün bir arada sergilendiği bir fuar olarak öne çıkıyor. Fuar alanı olarak daha büyük ve daha fazla ziyaretçinin katılım gerçekleştirdiği ICFF Fuarı, organizasyonda sergilenen profesyonellik açısından benzerlerinden ayrılıyor. İHİB YK Üyesi Diler, 500 dolar katılım ücreti, konumu ve geniş fuar alanı açısından ICFF Fuarı'nın, Miami Paris Maison&Objet'ye nazaran milli katılıma daha uygun olduğu görüşünü dile getiriyor; fuara katılımın ancak ve ancak tasarım ve inovatif ürünlerle mümkün olacağını altını çiziyor. Diler'in, Türk halıcılarına tavsiyesi ise bir an önce inovatif ve tasarım ürünlere yönelmesi yönünde. Diler, aksi takdirde böyle fuarlara katılım gerçekleştirmenin kısa vadede zor olduğunu söylüyor.



**AHMET DİLER**  
İHİB YK Üyesi

ABD seyahati ile Türk halı sektörü için yeni pazarlar aramayı amaçladık. Amerika'da yeni bir milli katılım arayışı bağlamında iki ayrı kentte iki fuar ziyareti gerçekleştirdik. İlk olarak Miami Beach'te Paris Maison&Objet organizatörleri tarafından aynı isim altında düzenlenen fuarı ziyaret ettik. Faaliyetin küçük bir alanda gerçekleşmesine rağmen oldukça zevkli bir konseptle uygulandığını gözlemledik. Görüştüğümüz katılımcılar, ilk defa gerçekleşmesine rağmen, fuardan gayet memnun olduklarını dile getirdi. Genellikle kaliteli ürünlerin sergilendiği, seçkin bir fuar olan Paris Maison&Objet'ye katılım ücretinin metrekaşe başına 700 doları olması ve küçüklüğü nedeniyle milli katılıma uygun olmasa da vizyoner halıcılarımız için önemli fırsatlar barındırdığı görüşündeyim. İkinci durağımız olan New York Javid Center'de gerçekleşen ICFF Fuarı ise birçok inovatif ürünün bir arada görülebileceği daha büyük ve daha fazla ziyaretçinin geldiği bir etkinlikti. Bu fuarın 500 dolar katılım ücreti, büyüklüğü ve konumu açısından milli katılıma daha uygun olduğu görüşündeyim. Yalnız bu fuara seçkin, inovatif ve tasarım ürünlerle katılmak önem arz ediyor. ABD ziyaretimizdeki gözlemlerimiz sonucunda şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki, Türk halıcılarının, patchwork'ün dışında inovatif ve tasarım ürünlere yönelmesi, hem yüksek kalite fuarlara katılabilmek hem de uluslararası alanda söz sahibi olabilmek için büyük önem taşıyor.



*"İHİB olarak, ABD ve diğer ülkelere gerçekleştirdiğimiz ziyaretlerle yeni pazar, müşteri ve satış kanalları yaratarak Türk halısının uluslararası alanda çıtasını yükseltmeyi hedefliyoruz."*



# TARİHİ KAHRAMANLAR KİTRE VE PAMUKLA HAYAT BULDU

BEBEK SANATÇISI LÜTFİYE BATUKAN, JAPONYA'DA AÇTIĞI SERGİYLE ZENGİN ANADOLU KÜLTÜRÜNÜ VE TÜRK TARİHİNİ OKYANUS ÖTESİNE TAŞIDI. YOKOHAMA BEBEK MÜZESİ'NDEKİ SERGİDE SANATÇININ KİTRE VE PAMUK KULLANARAK 50 YIL BOYUNCA ÜRETTİĞİ ESERLERDEN 150 BEBEKLİK BİR SEÇKİ SUNULUYOR.

**Türk-Japon** dostluk ilişkilerinin 125'inci yıldönümünde Türk Silahlı Kuvvetleri Mehteran Birliği Japonya sokaklarında ilgi görürken, minyatürleri de Yokohama Bebek Müzesi'nde sanatseverleri etkiledi. Bebek sanatçısı Lütfiye Batukan'ın

Yunus Emre Enstitüsü'nün katkılarıyla açılan sergisinde Mehteran Bölüğü ile birlikte çok sayıda çalışması sergilendi. Açılışa Yokohama Belediye Başkan Yardımcısı Katsunori Watanabe, Yokohama

Belediyesi Turizm Bürosu ve Müze Müdürü Toshioyuki Aoki ve Yunus Emre Enstitüsü Tokyo Müdürü Telat Aydın katıldı.

Sanatçının ve yöneticilerinin, Japonya'da saygı işareti beyaz eldiven giyerek açtığı sergi 20 Temmuz'a kadar ziyaret edilebilecek. Yokohama

Bebek Müzesi'nde açılan sergiyi 8 bin kişinin gezmesi bekleniyor.

## Tarihin kahramanları bu sergide

Karakterlerini zengin Anadolu kültürü ve gelenekleriyle Türk tarihinden alan Lütfiye Batukan'ın 50 yıllık sanat yaşamında oluşturduğu bin bebek arasından seçilmiş 150 tanesi Japonya'da sergileniyor. Sergide, Fatih Sultan Mehmet, Mehteran Bölüğü, Yunus Emre, Mevlana, 4. Murat, Cengiz Han, Evliya Çelebi, Hürrem Sultan gibi tarihi karakterlerle Anadolu insanını gelenekleriyle yansıtan çalışmalar yer alıyor.

Bugüne kadar Avrupa ve ABD'de açtığı sergilerin yanı sıra Japonya'daki serginin anlamının büyük olduğunu söyleyen Lütfiye Batukan, "Japonya'da bebek sanatına büyük önem veriliyor, hatta bebek sanatçıları yaşayan kültür değerleri olarak özel saygı görüyor. Bu yüzden bu sergimin Japonlar tarafından takdir görmesi bana onur verdi" diyor. Müze yöneticilerinin bu sergi için, "30 yıldır açtığımız en iyi sergi" değerlendirmesi boşa değil. Lütfiye Batukan, 50 yılı aşan sanat yaşamı boyunca çok kapsamlı bir koleksiyon yarattı. Hayat verdiği bu

bebeklerin büyük bölümünü geleneksel kıyafetli olanlar oluşturuyor. Atatürk, Kanuni Sultan Süleyman, Yunus Emre, Mevlana, Mimar Sinan gibi tarihi karakterler ise koleksiyonda ayrıcalıklı bir yere sahip. Bir de gerçeğin hayale, somutun kurguya dönüştüğü çalışmaları var: Nöel Baba, Ali Baba ve Kırk Haramiler, Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler gibi... Semazenler ve Mehteran Bölüğü gibi kalabalık kompozisyonlar ise son derece büyük bir emek ve sabrın ürünü.

## Tekniğin adı kitre ve pamuk

Lütfiye Batukan'ın bebeklerinin en önemli özelliği gerçek bir insan gibi yüz ifadelerine ve beden hareketlerine sahip olmaları. Yurt dışında da farklı tekniğiyle dikkat çeken sanatçı, bebeklerini Türkiye'ye özgü kitre ve pamuk tekniğiyle yapıyor. Sultanahmet'te Çelik Gülersoy'un yıllar önce yaşama kazandırdığı İstanbul Sanatları Çarşısı'nda çalışmalarını sürdüren Lütfiye Batukan'ın en önemli korkusu ise kendisinden sonra bu sanatın kaybolacağı. Sabir, yetenek, yaratıcılık, araştırmacı merakı, geleneğe saygı pek az insanda bir araya geldiğinden yeni sanatçılar yetiştirmek neredeyse imkansız.

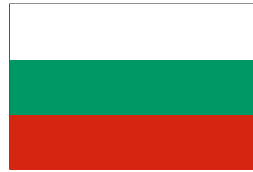
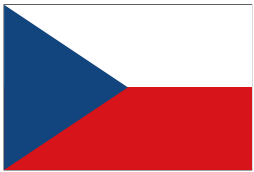


BALKAN VE  
DOĞU AVRUPA ÜLKELERİNDE;  
NAKLİYE VE LOJİSTİKTE

**UZMAN  
KURULUŞ!**



[www.seraytrans.com](http://www.seraytrans.com)



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

Şirinevler Mh. Adnan Kahveci Bulvarı Haydar Akın İş Merkezi No: 206 K:2/9 Bahçelievler / İstanbul  
**Tel:** +90 (212) 451 51 01 Pbx **Fax:** +90 (212) 451 19 95 **E-mail:** info@seraytrans.com



# HER YİĞİDİN HARCİ DEĞİL; STYLING

HER AY MODAYA DOKUNAN BİR MESLEĞİ MERCEK ALTINA ALAN İMA BLOG BU AY SEKTÖRÜN EN HIP MESLEK DALLARINDAN STYLINGİ İŞLİYOR.

**S**tyling, modanın alternatif yollarından biri olmakla beraber malumunuz son 10 yılda, sektörün en hip meslek dallarından biri. Zira popüler olan tüm bilgiler gibi styling hakkında çizilen dünyada azami bilgi kirliliği ve yanlış fikirler mevcut. Editorial çekimler, basılı ya da televizyon için yapılacak kampanyalar, müzik videoları, konserler, performanslar için kıyafet seçisini düzenlemekle yükümlü olan stylist'ler aynı zamanda ünlülerin ve modellerin, katıldıkları davetlerdeki kıyafet seçisini de derlerler. Haliyle moda tasarımcısı, fotoğrafçı, yönetmen, saç tasarımcısı ve makyaj sanatçısı ile beraber çalışan stylist'in direkt iş tanımı çoğu zaman çalıştığı mecraya göre de değişiyor. Styling eğitimlerinin dünyada da yeni yeni ortaya çıkması aslında bu mesleğin uzun zaman boyunca hatta hâlâ günümüzde stajyerlikle devam etmesine sebep oluyor. Fakat, moda akademilerinin açmaya başladıkları styling eğitimleri, bu yolda ilerleyecek adayları karşılayacakları stres dolu yola hazırlıyor ve tabii bu işin en önemli kısmı olan networking konusunda destek veriyor. Güncel moda dünyasında iletişimin her daim görseller üzerinden sağlandığı bir çağda, özgün bir hikaye yaratmanın ve bir duyguyu iletebilmenin en iyi yolu kuşkusuz, özenle seçilmiş birçok unsuru bir arada kullanarak güçlü bir görsel kompozisyon oluşturmak. Tabii bunun yolu da styling'in temel unsurlarını bilmekten geçiyor. Ve bunları bilmekten biraz önce, moda ve moda imaj yaratma alanına ilgi duymak, stylist ya da stil danışmanı olmayı hedeflemek, styling konusunda kendini geliştirmek istemek gerekiyor. Modaya her daim ilgi duymayı istemek de cabası.

The Alternate-Moda Meslekleri yazı dizisi için takip edilecek adres:  
[blog.istanbulmodaakademisi.com](http://blog.istanbulmodaakademisi.com)



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](http://www.darussafaka.org) | 444 1863

**Darüşşafaka**  
1863  
CEMİYET

# DOĞRU HEDEF için DOĞRU İLETİŞİM

DUYGU DEMİRAL, HALEN MODA İLETİŞİMİ ÜZERİNE KARIYERİNE DEVAM EDEN GENÇ BİR MODA GÖNÜLLÜSÜ. HUKUK KARIYERİNİ ARKASINDA BIRAKIP İMA EĞİTİMLERİYLE KENDİSİNE YENİ BİR YOL ÇİZEN DEMİRAL'A GÖRE MARKALAR MODA İLETİŞİMİNİ DOĞRU VE PLANLI BİR ŞEKİLDE YAPMAZSA, MARKA İTİBARI, DEĞER, BİLİNLİLİK VE SATIŞ AÇISINDAN İSTEDİKLERİ NOKTAYA ASLA ULAŞAMIYOR.

**Hayalinin** peşine düşen ve İMA'da aldığı eğitimle kendisine yepyeni bir kariyer çizen yüzlerce isimden biri de Duygu Demiral... Başarılı bir hukuk kariyeri yapabilecekken İMA eğitimlerine katılmayı seçen Demiral ile yeni kariyer planı, moda iletişimi ve bu heyecanlı yolculukta İMA'nın hayatına kattıklarını konuştuk.

**Öncelikle sizi daha yakından tanımamız için kendinizden bahsedermisiniz?**

Merhabalar, adım Duygu Demiral ve 1988 İstanbul doğumluyum. 2011 yılında Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden

mezun oldum. Avukatlık stajımı bitirmemin ardından çeşitli hukuk bürolarında farklı alanlarda çalıştım ve çoğunlukla yüksek sermayeli şirketlerin hisse alım satımları ve sözleşmeler hukuku ile ilgilendim. Kendi mesleğimin yanı sıra bugüne kadar çok daha zevkli projelerde de yer aldım. Bunlar arasında klip çekimleri, kısa filmler, seslendirmeler, tiyatro oyunları, müzik projeleri, televizyon kanallarında kamera önü ve arkasında üstlendiğim çeşitli görevler de bulunuyor. İstanbul Moda Akademisi'ndeki eğitimimin ardından avukatlık mesleğini bıraktım ve hâlihazırda L'Appart PR İstanbul'da müşteri temsilcisi olarak çalışıyorum.



## İMA'da aldığınız eğitim süreci nasıl başladı? Eğitim öncesi ve sonrası süreçte ne tür değişimler yaşadınız? Bu konuda İMA eğitimleriyle sizde nasıl bir vizyon yarattı?

Çocukluğumdan beri moda meraklıydım. Halam ve eniştemin, çocukluğumun geçtiği bir tekstil fabrikası var. Burada kıscık boyumla baskı yapıp desen çizmeye çalıştığımı bile hatırlıyorum. Elbette ki bu bambaşka bir yetenek istiyor ve çizim konusunda o kadar da başarılı değilim. Lise yıllarımda model olmak ve moda sektörüne bir şekilde dâhil olma hayalleri kurmuştum fakat sonrasında hukuk fakültesini kazandım. Hukuk okumak aslında benim fikrim olmasa da bana kattıklarını yadsıyamam. Hukuk bilgimi “yapmak istediğim işi yapamazsam kullanmak üzere” sakladım ve avukatlığımın üçüncü senesinde bu mesleği yapmak istemediğime, o hep istediğim şeye yönelmemin vakti geldiğine karar verdim. Şansımın yaver gittiğini kabul etmeliyim. Çünkü o sıralarda şimdiki patronum Feride Hanım'ın bir röportajına rastladım; farklı mesleklerden gelen kişilerin ilgisini çektiğinden bahsediyordu. Koşarak gidip İMA'da vereceği Moda İletişimi ve Halkla İlişkiler dersine yazıldım. Açıkçası dersler başladığında ne moda iletişimi ne de halkla ilişkiler konusunda herhangi bir fikrim ya da eğitimim yoktu. Aldığım eğitim sayesinde modanın aslında yalnızca ortaya konulan tasarımdan, parası ödenen reklamlardan, defilelerden ve modellerden ibaret olmadığını; çok daha fazlası olduğunu, bir marka itibarının, değerinin ve mirasının yaratılabilmesi için bunlardan çok daha fazlasına, iletişime ihtiyaç olduğunu öğrendim ve ilgimi çektiğini kabul ederek bu yönde ilerlemeye karar verdim.

## Rekabet koşullarının günden güne zorlaştığı moda dünyasında, bir markanın değer yaratabilmesi ve tüketicide karşılığını bulabilmesi için neler yapması gerekiyor?

Aslında insan böyle bir soruyla karşılaştığında aklına ister istemez doğrudan sosyal medya geliyor. Günümüzün en çok ve en çeşitli şekilde kullanılan iletişim aracı online mecralar ve bu mecra doğrudan tüketici ile birebir ilişki halinde kalabiliyor. Markalar farklı iletişim kanalları ile hem ulaşılabilirliği hem de bilinirliği artırmak için çabalarırken, değer yaratmak artık bir bakıma fark yaratmaktan geçiyor diye



**Tüketici, kapanın elinde kalıyor. Marka ne kadar hızlı, doğru ve farklı şekilde tüketicie ulaşabilirse, uyguladığı strateji o kadar etkili oluyor düşüncesindeyim.**

düşünüyorum. Zira tüketici artık her şeyi eskisinden de çabuk tüketiyor ve takdir edersiniz ki tüketicinin hızına yetişebilen tek şey sosyal medya. Kanımca, rekabet koşullarının zorlaşma sebebi de tamamen bu! Tüketici, kapanın elinde kalıyor. Marka ne kadar hızlı, doğru ve farklı şekilde tüketicie ulaşabilirse, uyguladığı strateji o kadar etkili oluyor düşüncesindeyim. Bu sebeple bence bir markanın değer yaratabilmesi ve tüketicide karşılığını bulabilmesi için olabildiğince rakiplerinden farklı, çağa ayak uyduran ve tüketicieyi 360 derece içine alan bir strateji yürütmesi gerekli.

## Bir markanın istediği konuma gelebilmesi için moda iletişimi ne kadar önemli?

Bence moda endüstrisinde kullanılan klasik pazarlama stratejilerinde payı en büyük olan yöntem, halkla ilişkilerdir. Elbette reklam, sponsorluk, fuarlar, satın alma noktaları gibi diğer stratejiler de marka değeri için gereklidir ve yüksek önem taşır. Kanımca, bir moda markasını kalite ve sermaye gibi yönlerden arzu ettiğiniz yere bir şekilde getirebilirsiniz. Fakat geldiğiniz veya gelmek istediğiniz bu noktanın iletişimini doğru ve planlı bir şekilde yapmazsanız, markayı itibar, değer, bilinirlik ve satış açısından istediğiniz noktaya getiremezsiniz. Markanın DNA'sını doğru anlatan ve daha da önemlisi doğru anlatan kişiler yardı-



mıyla yapılan planlamalar, süreç içerisinde doğru adımlar, doğru işbirlikleri, doğru etkinliklerle birleşerek, hedef kitle üzerinde doğru algıyı oluşturur ve siz de markanızı moda dünyasında doğru şekilde konumlandırabilirsiniz. Tüm bunların yapılabilmesi için de en önemli araç halkla ilişkilerdir.

## Son olarak marka kurmak isteyenlere tavsiyeleriniz neler?

Başarılı bir marka sahibi olmanın keyfini yaşamadan önce tüm hesapların yapılarak, markanın doğru ve sağlam bir şekilde kurulması gerektiğini düşünüyorum. Aldığım derslerden de öğrendiğim kadarıyla, bir marka yaratırken yapılması gereken ilk iş, detaylı bir pazar araştırması ve beş yıllık bir iş planı hazırlamaktır. Bununla birlikte, marka sahibinin, markayı kurarken orta veya uzun vadeli bir yatırım yapılması gerektiğini kabul ederek ve bunu göze alarak yola çıkması gerekiyor. Sürecin başında doğru planlama yapmak ve doğru altyapıyı oluşturmak, markanın sürdürülebilir olması açısından hayli önem taşır. Diğer yandan, elbette yaratıcı bir ekip ve uluslararası kalite standartlarına uygun üretim yapılması ve lojistik hizmetlerinin ve finansal tabloların da doğru planlanması gerekiyor. Marka sahibinin tüm bu faktörleri bir araya getirebilmesi, sağlıklı bir süreci ve başarılı bir marka olma yolunda ilerleme şansını beraberinde getirir düşüncesindeyim.



**ERDOĞAN KARAHAN**  
Yeminli Mali Múşavir

# KARE KODLU ÇEK UYGULAMASI BAŞLADI

Kare Kodlu Çek uygulaması, Türkiye’de ve dünyada ilk kez uygulanması bakımından da ayrı bir önem arz ediyor. Bu anlamda, bu ayki makalemizin konusunu bu uygulamanın tanıtımı ve faydalarına ayırdık.

Bilindiđi üzere çekler, ticari hayatımızda en çok kullanılan ödeme araçlarından biridir. Ancak ülkemizde çekler, ödeme aracı olma niteliğinden ziyade vadeli senet gibi kullanılır ve çekin bu şekilde kullanılması, yıllardır ticari hayatta çeşitli sorunlar yaratır.

Ticarette vadeli alım-satımlar önemli bir yer tutuyor. Çünkü reel sektörde sermaye çoğunlukla kıt ve kullanıcıların finansmana erişimi de her zaman kolay ve ucuz değildir. Bu gerçekler ışığında, özellikle de vadeli çek, şirketler için önemli bir finansman kaynağı olarak öne çıkıyor.

Ülkemizde tüm şirketlerin yurt içi satış ciro-ları, yani toplam yurt içi ticaret hacmi, 2014 yılında 3,7 trilyon lira civarındaydı. Bu yurt içi ticaret hacminin yaklaşık üçte ikisinin, yani 2,4 trilyon lirasının vadeli işlemlerle yapıldığı tahmin ediliyor. Vadeli ticaretin ekonomide bu kadar büyük yer tutuyor olması, buna paralel olarak vadeli olarak kullanılan çeklerin de sayısını artırıyor.

Karşılıksız çekte hapis cezasının kaldırılmasından sonra, Kredi Kayıt Bürosu ile birlikte çek sicillerinin özel sektöre açılması sağlanmıştı. Ancak reel sektördeki şirketler bu sistemi beklenen ölçüde kullanmadı. Şirketler, prosedürlerle uğraşmaktan kaçındıkları için ve çoğu zaman da çek keşidecisi kendi sicil bilgilerini çek hamiline vermek istemediğinden, çek sicil raporlarının yüzde 95’ini finansal kurumlar, yüzde 5’ini ise reel sektör aldı.

Bunun üzerine, reel sektörün daha kolay, hızlı ve ticari mahremiyet kurallarına uyarak çek sorgulama bilgisi alma ihtiyacı için, Kredi Kayıt Bürosu, Kare Kodlu Çek uygulama-

masını geliştirdi. Karşılıksız çek olgusunun ticari hayatta yarattığı zincirleme olumsuzlukları ticaret hayatından doğrudan ve olumlu yönde ortadan kaldıran Kare Kodlu Çek, yeni ve çok önemli bir finansal ürün olarak ticari hayatın aktörlerinin kullanımına sunuldu.

## Yılda 100 milyon çek keşide ediliyor

Günümüz rakamlarına göre Türkiye ekonomisinde 1,4 milyon üzerinde aktif çek keşidecisi var. Bu 1,4 milyon kişi yıllık 100 milyon adet üzerinde çek keşide ediyor. Keşide edilen bu çeklerin yaklaşık yüzde 3’lük kısmı ise karşılıksız çıkıyor. Bu da her yıl ortalama 3 milyon adet karşılıksız çek yazıldığı anlamına geliyor. Bunun yanı sıra, son 15 yıllık sürede 500 bine yakın kişi en az bir kere karşılıksız çek keşide etmiş görünüyor. Hali hazırda 304 bin kişinin ödenmemiş en az bir çekinin bulunduğu ve bu kişilerin 200 bine yakınının da elinde daha önceden aldığı ve halen keşide edilmemiş boş çek yaprağı bulunduğu biliniyor. Yine ülkemizde her ay ortalama 20 bin kişinin çeki karşılıksız çıkıyor. Bu 20 bin kişinin çek ödemelerine bakıldığında yüzde 80’inin geçmişte de en az bir kez çeklerinin karşılıksız çıktığını görüyoruz.

## Findeks nedir?

Türkiye’nin önde gelen dokuz bankasının ortaklığıyla kurulan Kredi Kayıt Bürosu A.Ş. tarafından hayata geçirilen Findeks, bireylere ve reel sektöre yönelik olarak tasarlanmış yeni bir finansal hizmet platformudur. Findeks, finans sektörünün gerçek veya tüzel kişilikleri nasıl gördüğünün bir aynasıdır. Kişiler Findeks’i kullanarak finansal durumları ve itibarlarını kontrol altında tutabilir ve daha iyi yönetebilir; bankalar

**Karşılıksız çek riskinin azaltılması ve iç piyasada ticaretin daha sağlıklı yapılabilmesi amacıyla, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’nin Kredi Kayıt Bürosu ile çalışarak geliştirdiği Kare Kodlu Çek uygulaması, 15 Haziran itibarıyla tarafların kullanımına sunuldu.**



ve diğer finansal kurumlardaki kredi borç ve limitlerini, kredi notunu takip edebilir, finansal kontrolünü sağlayabilir; dünyada yaygın olarak kullanılan ve tüm sektörlerde itibar göstergesi olan finansal derecelendirme sonuçlarına hâkim olabilirler.

### Kare Kodlu Çek nedir?

Üzerine bankalar tarafından, banka ve şube bilgilerini, keşidecinin hesap numarasını ve çek numarasını içeren bir kare kod basılmış olan çektir. Kare kodun sorgulanmasıyla elde edilecek bilgiler doğrultusunda çek yaprağının doğruluğu teyit edilebilir, keşidecinin geçmiş çek ödeme performansına dair bilgi edinilebilir.

### Kare Kodlu Çek Raporu nedir?

Çek yaprağı üzerinde yer alan kare kodun, Findeks Mobil uygulaması vasıtasıyla sisteme okutulması ile temin edilen rapordur. Bu sayede çekin doğruluğu ile ilgili bilgilere ve keşidecinin geçmiş çek ödeme performansına ilişkin özet çek raporuna, herhangi bir onay süreci olmaksızın erişilebilir. Kare kodlu Çek Raporu'nun başkaları tarafından görüntülenebilmesi için gereken izin, keşideci tarafından çekin bankadan talebi aşamasında verildiği için çeke ve çekli ödeme geçmişine dair bilgiler, ek bir onay süreci olmaksızın hamiller ile paylaşılabilir.

### Çek üzerindeki kare kod hangi bilgileri içerir?

Çek üzerindeki kare kodda keşidecinin adı, soyadı, banka ve şube bilgileri, hesap numarası ve çek numarası yer alır.

### Çek üzerindeki kare kod nasıl sorgulanır?

Çek üzerindeki kare kod vasıtasıyla çeke ve keşideciye ilişkin bilgilere erişebilmek için öncelikle akıllı bir telefona sahip olmak gerekir. Akıllı telefonunuza Findeks Mobil uygulamasını indirip üye girişi yaptıktan sonra kare kodu sorgulatarak, ilgili bilgilere erişilebilir.

### Kare Kodlu Çek ile ulaşılan özet çek raporunda hangi bilgiler yer alır?

Kare Kodlu Çek vasıtasıyla erişilen özet çek raporundan;

\* İbrahim edilen ilk ve son çek tarihlerine,

\* İbrahim edilen ödenen çeklerin adet ve tutar olarak yüzdesine,

\* Arkası yazılan, gecikmeli ödenmiş ya da halen ödenmemiş çeklerin adet ve tutar olarak yüzdesine,

\* Bu bilgilerin bir, üç ve 12 aylık kısımlarına ulaşılabilir.

### Kare Kodlu Çek ile ulaşılabilecek bilgilerin diğer kişilerle paylaşımı için onay ne zaman alınır?

Kare Kodlu Çek ile ulaşılabilecek bilgilerin diğer kişilerle paylaşımı için, Kare Kodlu Çekin bankadan talep edilmesi aşamasında, her bir çek yaprağı bazında keşideci tarafından paylaşım onayı verilmektedir. Alınan bu onaydan sonra, Kare Kodlu Çekin Findeks Mobil uygulamasına okutulması sırasında keşideciden tekrar onay alınmasına gerek kalmamaktadır.

Kare Kodlu Çek sorgulaması sırasında telefon ekranında nasıl bir görüntü olacak?

Referans No	50002F53DCQ
Ad Soyad	A**** Ö*****
TC Kimlik No	*****
İbrahim Edilen İlk Çek Tarihi	27/02/2009
İbrahim Edilen Son Çek Tarihi	11/10/2014
İbrahim edilen Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Adet)	%77
İbrahim edilen Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Tutar)	%73
Arkası Yazılan ve Halen Ödenmemiş Çeklerin Yüzdesi (Adet)	%20
Arkası Yazılan ve Halen Ödenmemiş Çeklerin Yüzdesi (Tutar)	%21
Arkası Yazılan ve Sonradan Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Adet)	%3
Arkası Yazılan ve Sonradan Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Tutar)	%6
Çek Bilgileri	
Son 1 Ay	>
Son 3 Ay	>
Son 12 Ay	>

### Sorgulama sırasında ekranda görüntülenen ifadeler ve içerikleri ise şöyledir:

İbrahim Edilen Son Çek Tarihi=Keşidecinin düzenlediği çeklerden bankaya en son ibraz edilenin tarihini gösterir.

Arkası Yazılan Çek=Bankaya ibraz edildiğinde karşılığı bulunamayan, banka tarafından üzerine ödenmediğine dair kayıt düşülen çektir.

İbrahim Edilen İlk Çek Tarihi=Keşidecinin düzenlediği çeklerden bankaya ilk ibraz edilenin tarihini gösterir.

İbrahim edilen Ödenen Çek=İbrahim edilen çek, ödenmesi amacıyla bankaya sunulduğunda sorunsuz bir şekilde ödenen çeki ifade eder. Arkası yazılan çekler içerisinde sonradan ödenenler ve henüz ödenmeyenlerin yüzdesi bu başlıklar altında görüntülenebilmektedir.

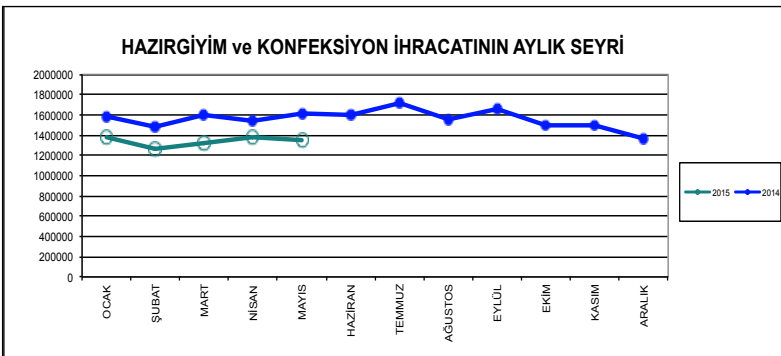
### Sonuç

Karşılıksız çek keşide edenlere verilen hapis cezasının kaldırılmasından sonra, çek keşide eden kişilerin güvenirliliğinin bilinmesi ve ödenmemiş çeki bulunan bu kişilerle iş yapmamak, çek kabul eden kişiler ve işletmeler için aşırı derecede önem arz ediyordu. Şirketlerin sermayelerini korumalarının ve güvenli bir ticari hayatın çerçevesinde işlemlerini yapmalarının yolu, iş yaptıkları ve vadeli mal sattıkları kişileri tanımalarından geçiyor. Ticari hayatta bir devrim niteliğinde olan bu düzenleme, ödemeleri düzenli olan şirketlere de ayrı bir itibar kazandıracak. Türkiye'nin bugüne kadar tek finansal inovasyon ürünü vadeli çek idi. Kare Kodlu Çek, Türkiye'nin dünyaya sunduğu, başka bir benzeri olmayan ikinci inovasyonu oldu. Bu sistem sayesinde çekin güvenilirliği hakkında kısa zamanda fikir sahibi olunacak, sahte ve çalıntı çek riski de ortadan kalkacak. Özetle, Kare Kodlu Çek, çekte itibarın göstergesi olacak.

Bunun yanı sıra reel sektörün risk alması, aldığı riski ölçmesi, riski yönetmesi ve riskle beraber yaşaması bakımından da Kare Kodlu Çek uygulaması işleri oldukça kolaylaştıracağı benziyor.

# GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2013 MAYIS 1000 \$	2015 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK MAYIS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK MAYIS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	DEĞİŞİM %
ALMANYA	354,076	247,949	-30.0	1,693,891	21.6	1,279,180	19.1	-24.5
İNGİLTERE	222,995	178,071	-20.1	973,242	12.4	841,193	12.5	-13.6
İSPANYA	150,341	122,946	-18.2	667,790	8.5	604,591	9.0	-9.5
FRANSA	101,330	66,917	-34.0	498,517	6.4	351,980	5.2	-29.4
HOLLANDA	75,822	60,450	-20.3	415,223	5.3	321,630	4.8	-22.5
IRAK	51,387	54,376	5.8	276,943	3.5	308,718	4.6	11.5
İTALYA	58,591	40,855	-30.3	312,440	4.0	254,022	3.8	-18.7
POLONYA	33,292	26,773	-19.6	185,081	2.4	182,894	2.7	-1.2
ROMANYA	40,606	47,859	17.9	154,483	2.0	179,756	2.7	16.4
ABD	33,308	34,764	4.4	168,988	2.2	171,666	2.6	1.6
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,121,749</b>	<b>880,961</b>	<b>-21.5</b>	<b>5,346,597</b>	<b>68.3</b>	<b>4,495,629</b>	<b>67.0</b>	<b>-15.9</b>
DANİMARKA	39,000	29,294	-24.9	224,906	2.9	159,643	2.4	-29.0
BELÇİKA	37,601	28,379	-24.5	183,097	2.3	136,636	2.0	-25.4
SUUDİ ARABİSTAN	33,685	31,184	-7.4	136,544	1.7	129,555	1.9	-5.1
UKRAYNA	13,093	33,285	154.2	93,231	1.2	115,453	1.7	23.8
İSRAİL	21,524	21,206	-1.5	100,632	1.3	108,030	1.6	7.4
RUSYA FEDERASYONU	31,978	16,715	-47.7	163,826	2.1	88,910	1.3	-45.7
İSVEÇ	22,396	14,591	-34.8	124,316	1.6	88,471	1.3	-28.8
CEZAYİR	14,458	23,633	63.5	73,836	0.9	86,481	1.3	17.1
LİBYA	12,427	23,758	91.2	70,239	0.9	80,098	1.2	14.0
SLOVAK CUMHURİYETİ	23,150	18,773	-18.9	91,916	1.2	72,997	1.1	-20.6
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>1,371,060</b>	<b>1,121,778</b>	<b>-18.2</b>	<b>6,609,139</b>	<b>84.4</b>	<b>5,561,903</b>	<b>82.9</b>	<b>-15.8</b>
<b>AB (28) TOPLAMI</b>	<b>1,226,881</b>	<b>945,286</b>	<b>-23.0</b>	<b>5,897,178</b>	<b>75.3</b>	<b>4,799,564</b>	<b>71.5</b>	<b>-18.6</b>
<b>TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>1,612,655</b>	<b>1,348,222</b>	<b>-16.4</b>	<b>7,827,746</b>	<b>100.0</b>	<b>6,712,228</b>	<b>100.0</b>	<b>-14.3</b>

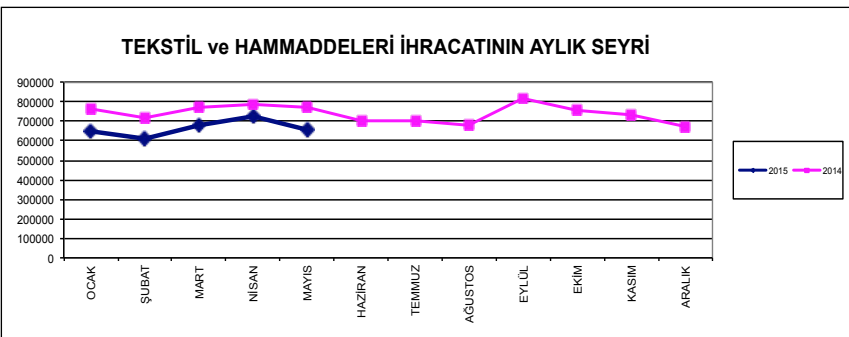
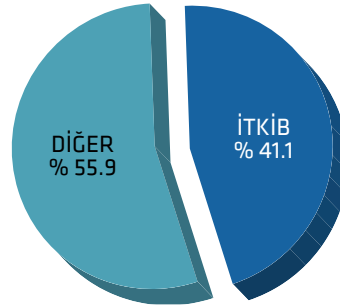


Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki kayıp, Mayıs ayında, özellikle AB28 kaynaklı olmak üzere devam ediyor. İhracatta ilk on ülke içindeki lider beş ülkenin tamamında yüzde 20 ve üzerinde kayıp yaşayan sektör, Ukrayna, Libya ve Cezayir'e yönelik ihracat artışlarıyla yılın ikinci yarısına yönelik umutlarını da korumaya devam ediyor.

# TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2014 MAYIS 1000 \$	2015 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK MAYIS 1000 \$	PAY %	2015 OCAK MAYIS 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
İTALYA	81,937	66,901	-18.4	410,847	10.8	328,583	9.9	-20.0
RUSYA FEDERASYONU	60,283	39,968	-33.7	333,218	8.7	200,800	6.1	-39.7
İRAN	25,532	33,986	33.1	113,482	3.0	169,630	5.1	49.5
ALMANYA	41,574	30,769	-26.0	199,479	5.2	163,158	4.9	-18.2
ABD	26,505	29,738	12.2	130,495	3.4	146,057	4.4	11.9
İNGİLTERE	30,668	27,906	-9.0	156,894	4.1	132,139	4.0	-15.8
ROMANYA	29,813	25,517	-14.4	154,483	4.1	127,731	3.9	-17.3
BULGARİSTAN	26,761	25,408	-5.1	123,340	3.2	127,263	3.8	3.2
MISIR	21,870	23,527	7.6	118,462	3.1	110,134	3.3	-7.0
POLONYA	24,286	19,697	-18.9	122,584	3.2	103,756	3.1	-15.4
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>369,229</b>	<b>323,416</b>	<b>-12.4</b>	<b>1,863,284</b>	<b>48.9</b>	<b>1,609,250</b>	<b>48.5</b>	<b>-13.6</b>
İSPANYA	20,637	19,372	-6.1	115,628	3.0	102,925	3.1	-11.0
FAS	21,249	18,915	-11.0	101,709	2.7	95,864	2.9	-5.7
UKRAYNA	21,891	16,616	-24.1	131,435	3.4	82,209	2.5	-37.5
BELÇİKA	14,358	15,547	8.3	73,457	1.9	72,742	2.2	-1.0
TUNUS	16,734	15,667	-6.4	80,148	2.1	72,216	2.2	-9.9
HOLLANDA	16,543	13,125	-20.7	82,593	2.2	71,861	2.2	-13.0
İRAK	21,477	8,900	-58.6	99,569	2.6	63,702	1.9	-36.0
PORTEKİZ	9,439	14,287	51.4	58,219	1.5	61,761	1.9	6.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11,614	9,603	-17.3	62,648	1.6	60,277	1.8	-3.8
FRANSA	12,758	10,542	-17.4	68,053	1.8	55,761	1.7	-18.1
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>535,930</b>	<b>465,988</b>	<b>-13.1</b>	<b>2,736,744</b>	<b>71.8</b>	<b>2,348,568</b>	<b>70.8</b>	<b>-14.2</b>
<b>AB (28) TOPLAMI</b>	<b>363,987</b>	<b>311,254</b>	<b>-14.5</b>	<b>1,817,765</b>	<b>47.7</b>	<b>1,549,804</b>	<b>46.7</b>	<b>-14.7</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>768,633</b>	<b>653,933</b>	<b>-14.9</b>	<b>3,812,791</b>	<b>100.0</b>	<b>3,317,003</b>	<b>100.0</b>	<b>-13.0</b>
<b>TEKSTİL İHRACATI</b>								

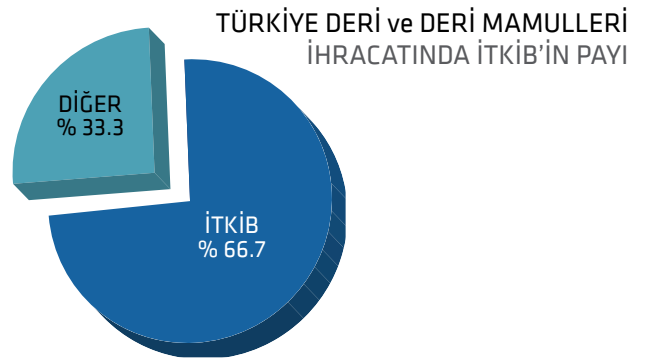
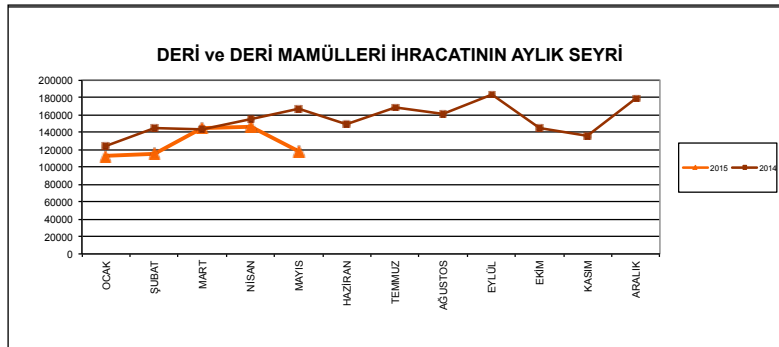
## TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



ABD'nin ihracat payını düzenli olarak artırdığı tekstil ve hammaddeleri sektöründe Mayıs ayı, Portekiz, İran ve Mısır'ın toparlayıcı etkilerine rağmen yüzde 15'e ulaşan bir kayıp yaşamaya devam ediyor. Rusya ve Irak'ta yaşanan kayıplar, ilk beş ay toplamında yüzde 30'u aşmış durumda.

# GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

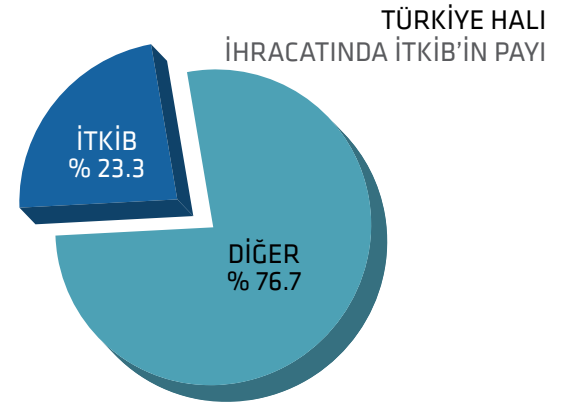
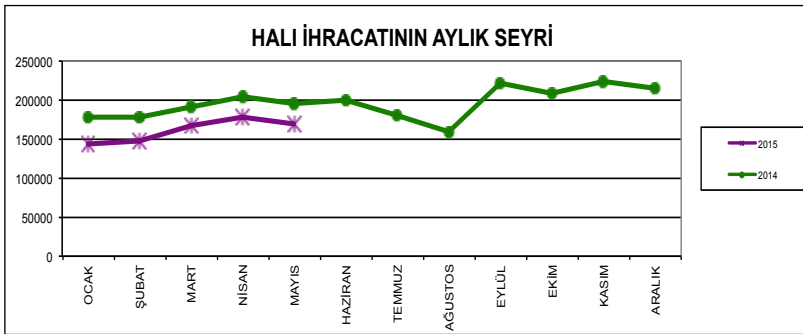
	2014 MAYIS 1000 \$	2015 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK MAYIS 1000 \$	PAY %	2015 OCAK MAYIS 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	30,648	13,470	-56.1	140,762	19.2	110,826	17.4	-21.3
IRAK	12,844	12,838	-0.1	56,631	7.7	56,968	8.9	0.6
İTALYA	21,031	10,322	-50.9	66,405	9.1	53,883	8.5	-18.9
ALMANYA	11,658	7,311	-37.3	53,153	7.2	42,857	6.7	-19.4
İNGİLTERE	6,974	6,240	-10.5	35,009	4.8	28,616	4.5	-18.3
FRANSA	4,790	3,148	-34.3	23,223	3.2	19,460	3.1	-16.2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	6,041	4,415	-26.9	23,947	3.3	18,520	2.9	-22.7
SUUDİ ARABİSTAN	5,027	3,618	-28.0	19,476	2.7	17,426	2.7	-10.5
HOLLANDA	680	1,982	191.3	6,754	0.9	15,584	2.4	130.7
CEZAYİR	2,592	2,385	-8.0	10,868	1.5	12,061	1.9	11.0
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>102,286</b>	<b>65,731</b>	<b>-35.7</b>	<b>436,229</b>	<b>59.5</b>	<b>376,201</b>	<b>59.0</b>	<b>-13.8</b>
UKRAYNA	2,755	1,635	-40.7	26,576	3.6	11,564	1.8	-56.5
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,418	2,375	67.5	7,787	1.1	11,512	1.8	47.8
İSPANYA	2,247	3,011	34.0	7,861	1.1	11,029	1.7	40.3
BİRLEŞİK DEVLETLER	2,474	1,839	-25.7	11,591	1.6	10,016	1.6	-13.6
İRAN (İSLAM CUM.)	906	804	-11.2	3,644	0.5	9,656	1.5	165.0
ROMANYA	2,175	2,031	-6.6	9,566	1.3	9,569	1.5	0.0
HONG KONG	4,635	3,050	-34.2	16,880	2.3	9,407	1.5	-44.3
LİBYA	1,557	3,005	92.9	9,080	1.2	8,188	1.3	-9.8
BULGARİSTAN	1,340	1,126	-15.9	9,659	1.3	7,841	1.2	-18.8
İSRAİL	1,643	1,386	-15.6	7,561	1.0	7,241	1.1	-4.2
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>123,435</b>	<b>85,992</b>	<b>-30.3</b>	<b>546,434</b>	<b>74.5</b>	<b>472,225</b>	<b>74.1</b>	<b>-13.6</b>
AB (28) TOPLAMI	61,660	43,203	-29.9	261,097	35.6	235,381	36.9	-9.8
<b>TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI</b>	<b>166,262</b>	<b>118,181</b>	<b>-28.9</b>	<b>733,424</b>	<b>100.0</b>	<b>637,217</b>	<b>100.0</b>	<b>-13.1</b>



Deri ve deri ürünleri ihracatında Mayıs ayı, iyi bir görüntü vermedi. Rusya ve İtalya pazarlarında yaşanan yüzde 50'lik blok düşüşler, sektörün pay almaya başladığı pazarlardaki hızlı tırmanışı da kamufler ediyor. Deri ve deri ürünleri ihracatında ilk beş ay kaybı yüzde 13'ü geçmiş durumda.

# TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2014 MAYIS 1000 \$	2015 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK MAYIS 1000 \$	PAY %	2015 OCAK MAYIS 1000 \$	PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	41,203	47,296	14.8	174,534	18.5	199,972	24.8	14.6
ABD	23,731	18,485	-22.1	107,255	11.4	106,042	13.1	-1.1
ALMANYA	7,625	8,296	8.8	54,011	5.7	44,793	5.6	-17.1
LİBYA	9,587	6,390	-33.3	73,741	7.8	39,553	4.9	-46.4
BAE	7,987	7,637	-4.4	31,610	3.3	32,970	4.1	4.3
İNGİLTERE	6,677	6,097	-8.7	33,118	3.5	31,920	4.0	-3.6
IRAK	9,526	8,982	-5.7	38,957	4.1	31,689	3.9	-18.7
MISIR	6,194	6,202	0.1	25,100	2.7	26,690	3.3	6.3
İSRAİL	1,605	1,929	20.2	10,335	1.1	10,882	1.3	5.3
MALEZYA	2,502	2,332	-6.8	11,202	1.2	10,738	1.3	-4.1
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>116,635</b>	<b>113,647</b>	<b>-2.6</b>	<b>559,863</b>	<b>59.3</b>	<b>535,248</b>	<b>66.4</b>	<b>-4.4</b>
FAS	2,017	2,402	19.1	9,561	1.0	10,477	1.3	9.6
CEZAYİR	2,792	1,920	-31.2	12,518	1.3	10,396	1.3	-17.0
İTALYA	2,703	1,863	-31.1	13,425	1.4	10,113	1.3	-24.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,766	2,274	-39.6	26,731	2.8	10,104	1.3	-62.2
KUVEYT	2,188	1,608	-26.5	9,973	1.1	9,879	1.2	-0.9
POLONYA	1,946	1,840	-5.4	15,935	1.7	9,704	1.2	-39.1
TÜRKMENİSTAN	2,948	2,012	-31.7	13,943	1.5	9,665	1.2	-30.7
ROMANYA	2,133	1,416	-33.6	11,496	1.2	8,660	1.1	-24.7
BELÇİKA	1,967	1,471	-25.2	12,108	1.3	8,579	1.1	-29.1
AFGANİSTAN	2,296	1,511	-34.2	6,084	0.6	8,084	1.0	32.9
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>141,391</b>	<b>131,964</b>	<b>-6.7</b>	<b>691,637</b>	<b>73.2</b>	<b>630,909</b>	<b>78.2</b>	<b>-8.8</b>
AB (28) TOPLAMI	37,320	30,616	-18.0	207,462	22.0	159,644	19.8	-23.0
<b>TOPLAM</b>	<b>194,614</b>	<b>169,934</b>	<b>-12.7</b>	<b>944,825</b>	<b>100.0</b>	<b>806,531</b>	<b>100.0</b>	<b>-14.6</b>
<b>HALI İHRACATI</b>								

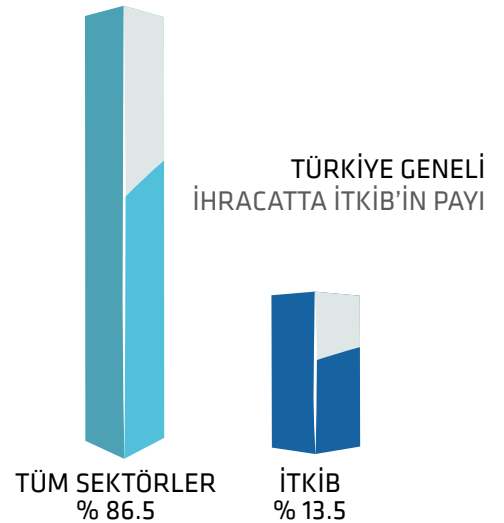
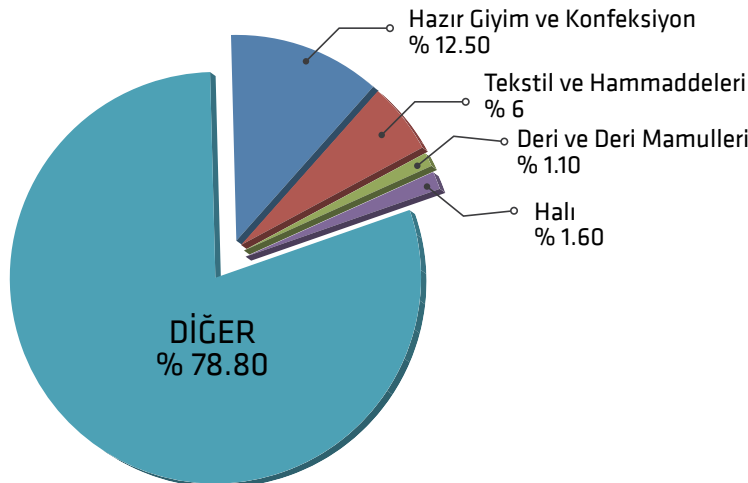


Halı ihracatında rakamlar, her zaman olduğu gibi yine bir iyi bir kötü seyrini sürdürüyor. Geçtiğimiz ay toparlanma eğilimine başlayan AB28 ihracatındaki artış sürerken, Suudi Arabistan, Fas ve İsrail'de devam eden artış, ne yazık ki diğer ihracat pazarlarındaki düşüşü kapatacak güce erişemiyor.

# GÖSTERGELER SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$								
SEKTÖRLER	MAYIS				SON 12 AYLIK			
	2014	2015	Değişim (*15/'14)	Pay(15) (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (*15/'14)	Pay (15) (%)
<b>I. TARIM</b>	1,808,454	1,574,729	-12.9	14.6	22,117,283	21,751,693	-1.7	14.3
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	1,205,380	1,119,467	-7.1	10.3	15,317,463	15,355,372	0.2	10.1
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	542,968	482,190	-11.2	4.5	6,897,434	6,377,158	-7.5	4.2
Yaş Meyve ve Sebze	188,105	161,794	-14.0	1.5	2,409,944	2,230,499	-7.4	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	109,161	96,314	-11.8	0.9	1,405,608	1,340,468	-4.6	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	108,919	85,612	-21.4	0.8	1,445,855	1,394,063	-3.6	0.9
Fındık ve Mamulleri	141,867	216,964	52.9	2.0	1,864,600	2,683,426	43.9	1.8
Zeytin ve Zeytinyağı	19,756	17,066	-13.6	0.2	314,183	208,136	-33.8	0.1
Tütün ve Mamulleri	86,381	53,360	-38.2	0.5	895,779	1,043,530	16.5	0.7
Süs Bitkileri	8,222	6,168	-25.0	0.1	84,061	78,092	-7.1	0.1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	186,505	125,124	-32.9	1.2	2,182,029	2,104,204	-3.6	1.4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	186,505	125,124	-32.9	1.2	2,182,029	2,104,204	-3.6	1.4
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	416,568	330,138	-20.7	3.1	4,617,790	4,292,117	-7.1	2.8
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	416,568	330,138	-20.7	3.1	4,617,790	4,292,117	-7.1	2.8
<b>II. SANAYİ</b>	11,089,776	8,838,432	-20.3	81.7	122,316,122	116,714,271	-4.6	76.9
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	1,129,509	942,048	-16.6	8.7	12,921,801	12,362,609	-4.3	8.1
Tekstil ve Hammaddeleri	768,633	653,933	-14.9	6.0	8,685,638	8,389,305	-3.4	5.5
Deri ve Deri Mamulleri	166,262	118,181	-28.9	1.1	1,976,339	1,756,974	-11.1	1.2
Halı	194,614	169,934	-12.7	1.6	2,259,823	2,216,330	-1.9	1.5
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.</b>	1,586,058	1,379,462	-13.0	12.7	17,609,556	16,956,083	-3.7	11.2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,586,058	1,379,462	-13.0	12.7	17,609,556	16,956,083	-3.7	11.2
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	8,374,209	6,516,922	-22.2	60.2	91,784,765	87,395,579	-4.8	57.6
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1,612,655	1,348,222	-16.4	12.5	18,215,094	17,613,877	-3.3	11.6
Otomotiv Endüstrisi	2,040,798	1,481,932	-27.4	13.7	22,232,752	21,119,369	-5.0	13.9
Gemi ve Yat	131,933	117,094	-11.2	1.1	1,189,434	1,212,434	1.9	0.8
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	1,064,519	828,472	-22.2	7.7	12,196,828	11,201,130	-8.2	7.4
Makine ve Aksamları	544,228	411,136	-24.5	3.8	5,919,210	5,779,076	-2.4	3.8
Demir ve Demir Dışı Metaller	650,684	520,655	-20.0	4.8	7,054,284	6,625,635	-6.1	4.4
Çelik	1,272,872	801,019	-37.1	7.4	13,453,175	11,793,797	-12.3	7.8
Çimento Cam Seramik ve Toprak	289,417	243,867	-15.7	2.3	3,167,198	2,977,075	-6.0	2.0
Mücevher	202,616	346,275	70.9	3.2	2,353,555	3,294,517	40.0	2.2
Savunma Sanayii	142,828	110,326	-22.8	1.0	1,475,976	1,621,332	9.8	1.1
İklimlendirme Sanayii	411,021	298,033	-27.5	2.8	4,423,872	4,053,622	-8.4	2.7
Diğer Sanayi Ürünleri	10,638	9,892	-7.0	0.1	103,387	103,715	0.3	0.1
<b>III. MADENCİLİK</b>	465,271	406,289	-12.7	3.8	4,931,559	4,268,440	-13.4	2.8
Madencilik Ürünleri	465,271	406,289	-12.7	3.8	4,931,559	4,268,440	-13.4	2.8
<b>T O P L A M (TİM)</b>	13,363,501	10,819,450	-19.0	100.0	149,364,964	142,734,404	-4.4	94.1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					6,572,190	8,990,671	36.8	5.9
<b>TOPLAM (TİM+TUİK)</b>	13,363,501	10,819,450	-19.0	100.0	155,937,154	151,725,075	-2.7	100.0

\* Son 12 aylık dönem için ilk 11 ay TUİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.  
Ocak-Kasım dönemi için ilk 10 ay TUİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.



# MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

## İHRACATTAKİ GELİŞMELER

TİM verilerine göre, Mayıs ayında ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 19 oranında düşerek 10,8 milyar dolar oldu. Mayıs ayında en çok ihracat yapan sektör 1,48 milyar dolarla otomotiv olurken, bunu sırasıyla 1,38 ve 1,35 milyar dolarlık ihracatla kimyevi maddeler ve mamulleri ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörleri takip etti. Bu dönemde otomotiv ihracatı yüzde 27,4 oranında yıllık düşüş kaydederken, kimya ve hazır giyim sektörleri ise sırasıyla yüzde 13 ve yüzde 16,4 oranlarında daralma sergiledi. Öte yandan, Mayıs ayı ihracat sıralamasında dördüncü sırada yer alan elektronik

sektörü yüzde 22,2 oranında düşüş yaşarken, beşinci ve altıncı sıralardaki çelik ve tekstil sektörlerinde de sırasıyla yüzde 37,1 ve yüzde 14,9'luk gerileme gerçekleşti. Bu dönemde sektörler genelinde en güçlü performans, yıllık yüzde 70,9 artış ile mücevher sektöründe, en keskin düşüş ise ihracatı yüzde 38,2 oranında gerileyen tütün ve mamulleri sektöründe görüldü.

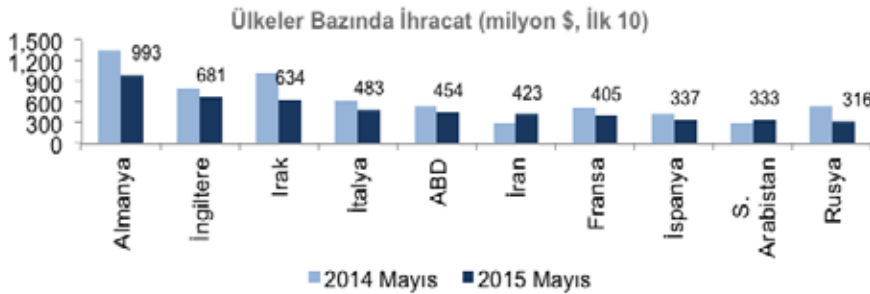
Bu doğrultuda, Mayıs ayında yıllık ihracat gelişim hızına en olumlu katkıyı 1,1 puanla mücevher sektörü yaptı. İlgili dönemde toplam ihracat gelişim oranını aşağı yönlü etkileyen sektörlerin başında ise otomotiv ve çelik geldi. Bu iki sektör, Mayıs ayında Türkiye'nin toplam ihracat hızını sırasıyla 1,2 ve 3,5 puan olumsuz etkiledi. Bu dönemde ihracatın aşağı yönlü hareket etmesinde, Euro/Dolar paritesindeki yıllık düşüş etkisini göstermeye devam etti.



Mayıs Ayı İhracatı  
10,8 Milyar Dolar Oldu

En Yüksek İhracat  
Artışı Mücevherde

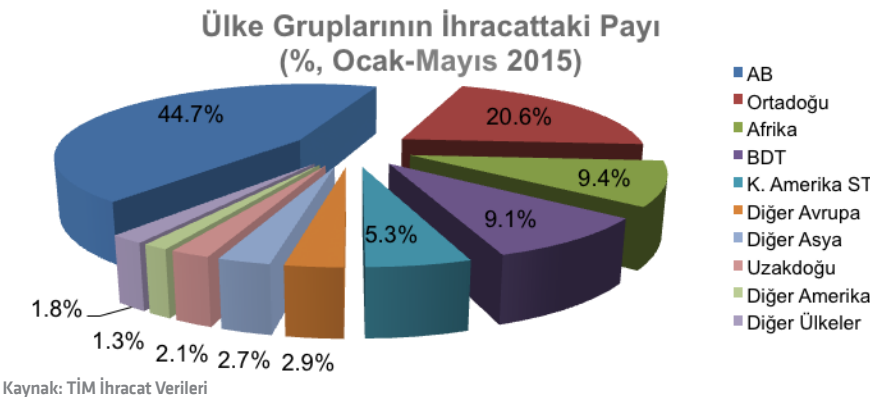
## ÜLKELER VE İLLER BAZINDA İHRACAT



TİM verilerine göre, Mayıs ayında en çok ihracat yapılan ilk beş ülke, Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve ABD oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan mal ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 26,1 oranında gerilerken, Irak pazarındaki düşüş de yüzde 38,1 oranında devam etti. Aynı dönemde İngiltere ve İtalya pazarlarına yapılan ihracat ise sırasıyla yüzde 15,7 ve yüzde 22,1 oranlarında gerileme sergiledi. ABD'ye ihracat Mayıs ayında yüzde 15'lik bir düşüş kaydederken, İran ve Suudi Arabistan pazarları güçlü büyümeler sergiledi. Rusya'ya yapılan ihracatın ise daralmasını yüzde 41,8'lik bir hızla sürdürdüğü gözlemlendi.

Ülke grupları bağlamında, 2015 yılının ilk beş ayında AB ülkeleri, Türkiye'nin ihracatında yüzde 44,7'lik bir paya sahip oldu. Bu dönemde ülke grupları arasında ikinci sırada gelen Orta Doğu da, geçen yılın aynı dönemine göre, payını 1 puan artışla yüzde 20,6'ya yükseltti. Buna karşılık, Bağımsız Devletler Topluluğu'nun (BDT) pastadaki payı 1,7 puan daralma kaydetti. Afrika, Kuzey Amerika ve Uzak Doğu ülkelerine yapılan ihracatın payı bir önceki yılın aynı dönemine göre sırasıyla 0,1, 0,9 ve 0,4 puanlık artışlar kaydederken, diğer Amerika ve diğer Asya pazarlarında ise dilim daralmaları yaşandı.

En çok ihracat yapan iller arasında ise Mayıs ayında ilk sırayı yine İstanbul alırken, onu Kocaeli ve Bursa izledi. İstanbul ve Kocaeli bu dönemde sırasıyla 5 milyar dolar ve 920 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, Bursa'nın ihracatı 820 milyon dolar oldu. Sıralamada dördüncülüğü 620 milyon dolarla İzmir, beşinciliği ise 550 milyon dolarla Ankara aldı.



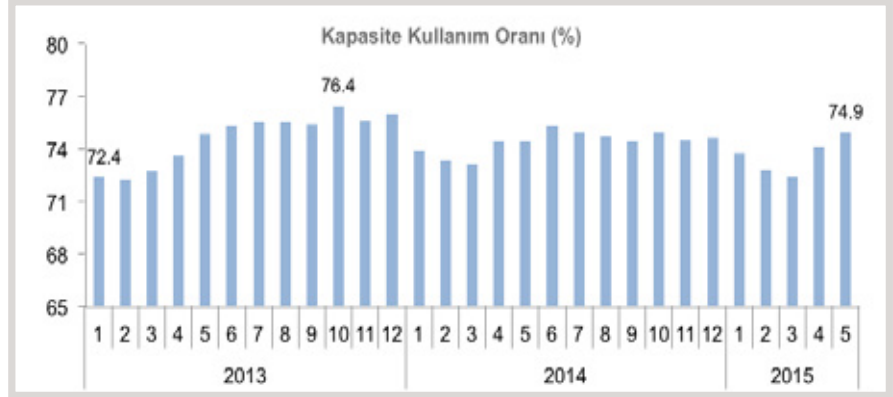
İran ve Suudi Arabistan  
Pazarları Çift Haneli Büyüdü

Orta Doğu ve Kuzey Amerika İhracattaki  
Payını Artırıyor

# GÖSTERGELER MAKRO EKONOMİK VERİLER

## SANAYİ SEKTÖRÜ

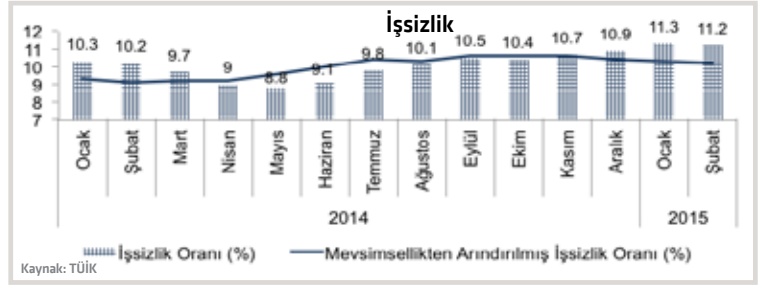
Sanayi Üretim Endeksi Nisan ayında yıllık yüzde 3,7 oranında bir artışla 125,4 puan oldu. Endekste bu dönemde ara malı imalatı dışındaki tüm gruplarda artış gözlenirken, en yüksek değişim hızını yüzde 13,9 ile sermaye malı imalatı gerçekleştirdi. Nisan ayında yüzde 74,1 olan İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (KKO) ise Mayıs ayında yüzde 74,9'a yükselerek son yedi ayın en yüksek seviyesine ulaştı. Aylık artışta mevsimsel etkiler pozitif rol oynarken, geçen yılın aynı dönemine göre de oranda 0,5 puan yükseliş gözlemlendi. KKO'nun yıllık gelişiminde sadece yatırım malları grubunun olumlu rol oynadığı gözlenirken, söz konusu alt endeksin beş puanlık ciddi bir artışla yüzde 76,4 düzeyine yükselmesi dikkat çekti.



Kapasite Kullanım Oranı Son Yedi Ayın En Yüksekinde | Yatırım Malları Ciddi Tırmanışta

## İŞGÜCÜ PİYASALARI

Ocak ayında yüzde 11,3 olarak gerçekleşen işsizlik oranı, Şubat ayında yüzde 11,2 oldu. Oran erkeklerde yüzde 10,3, kadınlarda ise yüzde 13,2 olarak kaydedildi. Mevsimsellikten arındırılmış işsizlik oranı ise yüzde 10,2 seviyesinde kaldı. Öte yandan veriler, Şubat döneminde istihdam oranının geçen yılın aynı dönemine göre 0,3 puan artışla yüzde 44,4, işgücüne katılım oranının ise bir puan artışla yüzde 50,1 seviyesinde gerçekleştiğini gösterdi. İşgücüne katılım erkeklerde yüzde 70,6, kadınlarda ise yüzde 30 oranında gerçekleşti. Şubat ayında ayrıca, genç işsizlik oranının yüzde 20, tarım dışı işsizlik oranının ise yüzde 13,2 düzeyinde kaydedildiği gözlemlendi.

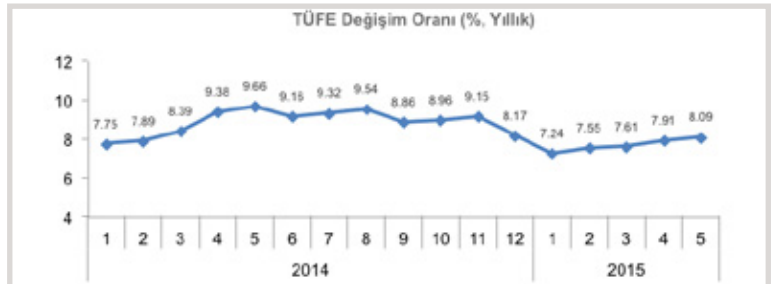
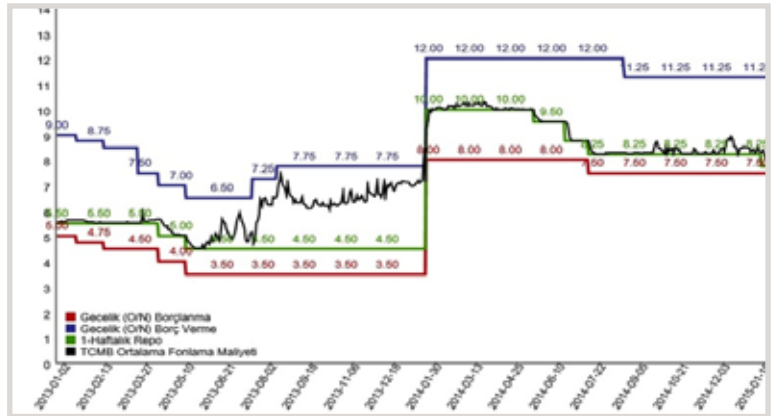


İşgücüne Katılım Oranı Yıllık Bazda Bir Puan Arttı | İşsizlik Oranı Yüzde 11,2 Oldu

## PARA POLİTİKASI ve ENFLASYON

Para Politikası Kurulu (PPK), 20 Mayıs 2015 tarihli toplantı sonrasında, kredi büyüme hızlarının makul düzeylerde seyrettiğini ve çekirdek enflasyondaki olumlu gidişatın devam ettiğini belirtti. Öte yandan küresel piyasalardaki belirsizlikler ile enerji ve gıda fiyatlarındaki oynaklıkların para politikasındaki temkinli yaklaşımın sürdürülmesini gerektirdiğini bildiren Kurul, bu doğrultuda faiz oranlarının sabit tutulmasına karar verdi. Öte yandan TCMB, 8 Haziran tarihinde, yakın dönemde gözlenen küresel ve yerel gelişmeler nedeniyle, bir hafta vadeli döviz depo faiz oranlarının dolar için yüzde 4'ten yüzde 3,5'e, Euro için ise yüzde 2'den yüzde 1,5'e indirilmesine karar verdi.

Enflasyon ise Mayıs ayında yükselişini sürdürdü. Bu dönemde bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 8,09 artan Tüketici Fiyatları Endeksi'nde (TÜFE), önceki aylarda olduğu gibi yine gıda fiyatlarındaki artışın ciddi etkisi görüldü. Yıllık bazda sırasıyla yüzde 12,81 ve yüzde 13,44 oranlarında yükselen gıda ve alkolsüz içecekler ile lokanta ve oteller fiyatları, söz konusu enflasyon oranının yarısını açıkladı. Bununla birlikte, yüzde 8,32 artan konut fiyatları da yıllık enflasyona önemli katkı yapan gruplar arasında geldi. Öte yandan Nisan ayına göre yüzde 0,56 oranında artan TÜFE'nin aylık gelişiminde, giyim ve ayakkabı fiyatlarındaki yüzde 10,06'lık artış etkili oldu. Gıda fiyatları ise bu dönemde aylık bazda yüzde 2,68 oranında düşüş sergiledi.

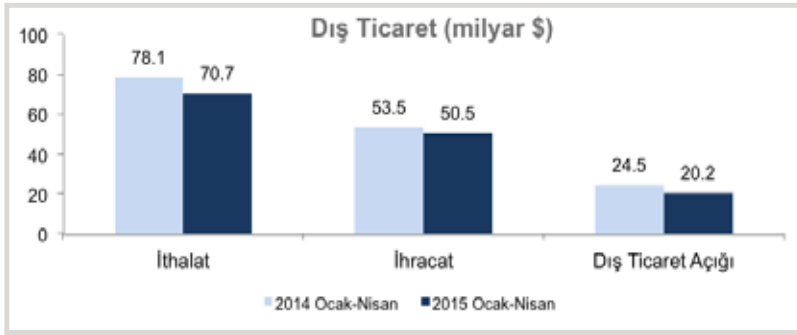
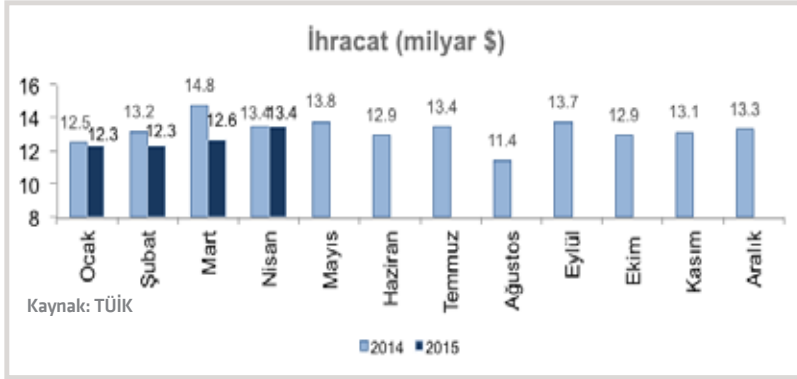


TCMB Döviz Depo Faiz Oranlarında Yeniden İndirime Gitti | Enflasyon Mayıs Ayında Yüzde 8,09 Oldu



# MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

## DIŞ TİCARET DENGESİ



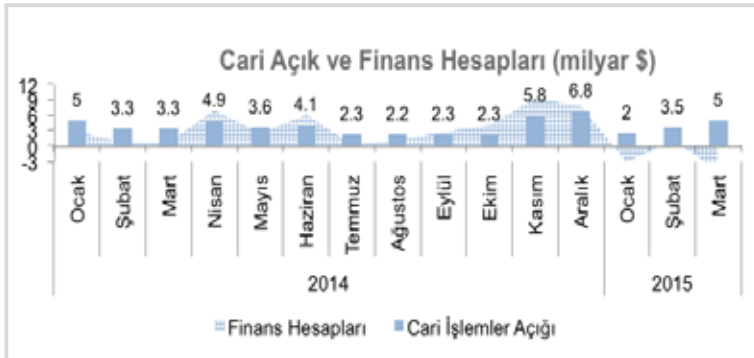
İthalatta Yüzde 11,1 Düşüş Yaşandı | Dış Ticaret Açığı Yüzde 31,9 Geriledi

TÜİK verilerine göre, Nisan ayında ihracat geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0,2 oranında artarak 13,4 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerinde ihracat gerçekleştiren fasıl, yüzde 362 yıllık artış kaydeden kıymetli metaller ve taşlar olurken, onu sırasıyla yüzde 10,5 ve yüzde 9 ihracat daralması gerçekleştiren motorlu kara taşıtları ile makineler izledi. Nisan ayında dördüncülüğü ise yüzde 11 düşüş kaydeden örme giyim aldı. Bu dönemde yıllık toplam ihracat gelişimine en olumlu katkıyı 10,4 puanla kıymetli metaller ve taşlar yaparken, en olumsuz katkı ise -1,7 puanla demir-çelik grubundan geldi.

İthalat ise Nisan ayında yıllık bazda yüzde 11,1 oranında bir düşüş sergileyerek 18,4 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerinde ithalat yapan fasıllar, sırasıyla mineral yakıtlar ve yağlar, makineler ve motorlu kara taşıtları oldu. İthalat, söz konusu fasılların ilk ikisinde sırasıyla yıllık yüzde 32 ve yüzde 14,8 azalırken, motorlu kara taşıtlarında ise yüzde 13,7 oranında arttı. Nisan ayında ithalatın gelişim hızına en büyük pozitif katkı hava taşıtları ve aksamaları grubundan gelirken, aşağı yönlü destek veren grupların başında ise mineral yakıtlar ve yağlar yer aldı.

Bu veriler doğrultusunda, dış ticaret açığı Nisan ayında yıllık yüzde 31,9 oranında bir düşüşle 4,97 milyar dolar oldu. Ocak-Nisan döneminde ise açık yüzde 18 gerileyerek 20,2 milyar dolar olarak kaydedildi. Yılın ilk dört ayında ihracatın ithalata karşılama oranı da önceki yılın aynı dönemine göre 2,9 puan artarak yüzde 71,4 seviyesinde gerçekleşti.

## ÖDEMELER DENGESİ



Cari Açıkta Düşüş Yavaşladı | Enerji Hariç Cari Denge İlk Çeyrekte Fazla Verdi

Cari işlemler açığı Mart ayında 4,96 milyar dolar olarak gerçekleşti. Mart ayı cari işlemler hesabı, mal ve birincil gelir dengelerindeki sırasıyla 4,9 ve 1,3 milyar dolarlık açıklarla aşağı yönlü hareket ederken, hizmetler dengesindeki 1,1 milyar dolarlık fazladan olumlu etkilendi. Bu veriler doğrultusunda açık, yılın ilk çeyreğinde önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 7,4 oranında bir gerileme kaydetti. Yıllıklandırılmış cari açık 45,5 milyar dolar düzeyine yükselirken, enerji hariç cari denge ise ilk çeyreği fazla vererek kapadı. Öte yandan, Mart ayında cari açığın finansmanı zayıf bir görünüm verdi. Bu dönemde finans hesaplarından 1,7 milyar seviyesinde çıkış olurken, net hata ve noksan kalemi ise 91 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu doğrultuda, Mart ayında TCMB rezervlerinde de 6,6 milyar dolar düşüş kaydedildi.

## MİLLİ GELİR VE BÜYÜME



GSYİH 1. Çeyrekte Yıllık Yüzde 2,3 Büyüdü | Ekonominin Motor Gücü Özel Tüketim Oldu

Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla (GSYİH), 2015 yılının ilk çeyreğinde, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,3 oranında büyüdü. Bu dönemde yüzde 4,5'lik bir büyüme sergileyen özel tüketim, yıllık GSYİH hızına üç puanla en büyük desteği verdi. Özel yatırımlar ise bu dönemde toparlanma sergileyerek, gerçekleştirdiği yüzde 1,9 oranındaki artış sonucu, büyümeye 0,4 puanlık katkı verdi. Bu dönemde kamu yatırımları yüzde 10,2 düşüş kaydederek GSYİH gelişimini 0,4 puan olumsuz etkilerken, kamu tüketim harcamaları ise yüzde 2,5 artışla büyümeye 0,3 puan katkı verdi.

## ADRESLER

**Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)**  
Tel: 0 212 454 04 90  
Faks: 0 212 454 04 13  
e-posta: tim@tim.org.tr  
İnternet: www.tim.org.tr

**BİRLİKLER**

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

**Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (AİB)**  
Tel: 0 242 311 80 00  
Faks: 0 242 311 79 00  
e-mail: baib@baib.gov.tr  
www.baib.gov.tr

**Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB)**  
Tel: 0 258 274 66 88  
Faks: 0 258 274 72 22-62  
e-posta: denib@denib.gov.tr  
İnternet: www.denib.gov.tr

**Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)**  
Tel: 0 442 214 11 85-86  
Faks: 0 442 214 11 89-90  
e-posta: daibarge@daib.org.tr  
İnternet: www.daib.org.tr

**Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB)**  
Tel: 0 462 326 16 01  
Faks: 0 462 326 94 01 – 02  
e-posta: dkib@dkib.org.tr  
İnternet: www.dkib.org.tr

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

**Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)**  
Tel: 0 342 211 05 00  
Faks: 0 342 211 05 09  
e-posta: gaib@gaib.org.tr  
İnternet: www.gaib.org.tr

**İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)**  
Tel: 0 212 454 02 00  
Faks: 0 212 454 02 01  
İnternet: www.itkib.org.tr

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

**İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)**  
Tel: 0 212 454 00 00  
Faks: 0 212 454 00 01  
e-posta: immib@immib.org.tr  
İnternet: www.immib.org.tr

**Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)**  
Tel: 0 454 216 24 26  
Faks: 0 454 216 48 42  
e-posta: kib@kib.org.tr  
İnternet: www.kib.org.tr

**Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)**  
Tel: 0 312 447 27 40  
Faks: 0 312 446 96 05  
e-posta: info@oaiib.org.tr  
İnternet: www.oaiib.org.tr

**Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)**  
Tel: 0 224 2191000  
Faks: 0 224 2191090  
e-posta: uludag@uib.org.tr  
İnternet: www.uib.org.tr

**DERNEKLER**

**Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)**  
Tel: 0 322 453 53 21  
İnternet: www.agimad.org

**Ankara Giyim Sanayicileri Derneği**  
Tel: 0 312 473 70 75 (pbx)  
Faks: 0 312 473 70 77  
e-posta: info@agsd.org.tr  
İnternet: www.agsd.org.tr

**Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)**  
Tel: 0 212 549 36 12  
Faks: 0 212 549 36 22  
e-posta: info@aysad.org  
İnternet: www.aysad.org

**Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)**  
Tel: 0 212 320 82 00  
Faks: 0 212 320 82 03  
e-posta: info@birlesmismarkalar.org.tr  
İnternet: www.birlesmismarkalar.org.tr

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

**Türkiye Denim Sanayicileri ve İşadamları Derneği (DENİMDER)**  
Tel: 0 212 550 39 92  
Faks: 0 212 550 39 92  
e-posta: info@denimder.com  
İnternet: www.denimder.org.tr

**Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)**  
Tel: 0 232 446 46 93  
Faks: 0232 441 10 43  
e-posta: info@egsd.org.tr  
İnternet: www.egsd.org.tr

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

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

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

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

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

**Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)**  
Tel: 0 212 516 90 52 – 53  
Faks: 0 212 458 12 50  
e-posta: lasiad@lasiad.org.tr

**Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)**  
Tel: 0 212 643 47 22  
Faks: 0 212 553 80 80  
e-posta: mesiad@mesiad.org.tr  
İnternet: www.mesiad.org.tr

**Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)**  
Tel: 0212 296 90 45  
Faks: 0212 296 90 47  
İnternet: www.mtd.org.tr

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

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

**Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)**  
Tel: 007 495 514 13 74  
Faks: 007 495 514 13 75  
e-posta: info@rtib.com  
İnternet: www.rtib.com

**Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)**  
Tel: 0212 557 07 07  
Tel: 0212 557 29 64  
e-posta: tasiad@tasiadaksesuar.org  
İnternet: www.tasiadaksesuar.org

**Tekstil Etiketçileri Derneği**  
Tel: 0212 565 32 06  
Faks: 0212 565 32 06  
e-posta: info@etider.org  
İnternet: www.etider.org

**Tescilli Markalar Derneği (TMD)**  
Tel: 0 212 245 69 29  
Faks: 0 212 249 27 87  
e-posta: info@tescillimarkalar.org.tr  
İnternet: www.tescillimarkalar.org.tr

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

**Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)**  
Tel: 0 212 438 65 15  
Faks: 0212 438 65 16  
e-posta: info@tigsad.org  
İnternet: www.tigsad.org

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

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

**Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİRADE)**  
Tel: 0 212 272 69 81  
Faks: 0 212 275 51 36  
e-posta: info@turktrade.org.tr  
İnternet: www.turktrade.org.tr

**Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)**  
Tel: 0 212 639 76 56  
Faks: 0 212 451 61 13  
e-posta: tgsd@tgsd.org.tr  
İnternet: www.tgsd.org.tr

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

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

**Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)**  
Tel: 0 282 758 35 64  
Faks: 0 282 758 35 66  
e-posta: info@tttsd.org.tr  
İnternet: www.ttttsd.org.tr

**KURUMLAR**

**T.C. Ekonomi Bakanlığı**  
Tel: 0312 204 75 00  
e-posta: info@ekonomi.gov.tr  
İnternet: www.ekonomi.gov.tr

**T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı**  
Tel: (312) 201 50 00  
Faks: (312) 219 67 38  
www.sanayi.gov.tr

**Gümrük ve Ticaret Bakanlığı**  
Tel: 0 312 306 87 59-60  
Faks: 0 312 306 87 65  
www.gtb.gov.tr

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

**Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)**  
Tel: 0 312 595 28 00  
Faks: 0 312 368 07 15  
e-posta: kos@kosgeb.gov.tr  
İnternet: www.kosgeb.gov.tr

**Rekabet Kurumu**  
Tel: 0 312 291 44 44  
Faks: 0 312 266 79 20  
e-posta: webmaster@rekabet.gov.tr  
İnternet: www.rekabet.gov.tr

**Sosyal Güvenlik Kurumu**  
Tel: 0 312 207 80 00  
Faks: 0 312 457 81 00  
İstanbul: 0 212 252 05 00  
İnternet: www.sgk.gov.tr

**İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı**  
Tel: 0 212 453 82 00  
Faks: 0 212 523 60 66  
e-posta: mdakin@ivdb.gov.tr  
İnternet: www.ivdb.gov.tr

**SENDİKA ve ODALAR**

**DİSK Tekstil Sendikası**  
Tel: 0 212 637 29 00  
Faks: 0 212 637 29 09  
e-posta: basinayin@disktektstil.org  
İnternet: www.disktektstil.org

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

**Tekstil Mühendisleri Odası**  
Tel: 0 232 462 77 16  
Faks: 0 232 462 76 48  
e-posta: tmo@tmo.org.tr  
İnternet: www.tmo.org.tr

**Türkiye Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası**  
Tel: 0 212 344 07 77  
Faks: 0 212 344 07 66  
e-posta: info@tektstilveren.org.tr  
İnternet: www.tektstilveren.org

**T. Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (TEKSİF)**  
Tel: 0 312 431 21 70  
Faks: 0 312 435 78 26  
e-posta: info@teksif.org.tr

**VAKIFLAR**

**İHKİB Eğitim Vakfı**  
Tel: 0 212 454 01 65-66  
Faks: 0212 454 03 92  
e-posta: vakif@itkib.org.tr  
İnternet: www.ihkibev.org.tr

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

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

**Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)**  
Tel: 0 232 488 61 23  
Faks: 0 232 488 61 00  
e-posta: targdev@targdev.org.tr  
İnternet: www.targdev.org.tr

**Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)**  
Tel: 0 212 227 06 05  
Faks: 0 212 227 07 05  
e-posta: info@turktektstilvakfi.com  
İnternet: www.turktektstilvakfi.com

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

**SERBEST BÖLGE**

**İstanbul Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (İSBl)**  
Tel: 0 212 468 22 00  
Faks: 0 212 465 00 09  
e-posta: info@isbi.com.tr

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

**İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü**  
Tel: 0 216 394 18 87  
Faks: 0 216 394 12 68  
e-posta: desbas@desbas.com.tr

**İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü (İSBAŞ)**  
Tel: 0 212 786 60 02  
Faks: 0 212 786 60 33  
e-posta: info@isbas.com.tr

**GÜMRÜKLER**

**İstanbul Gümrük ve Muhafaza Başmüdürlüğü**  
Tel: 0 212 377 32 05  
Faks: 0 212 243 50 56

**Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 216 346 92 21  
Faks: 0 216 336 92 50

**Erenköy Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 216 364 29 75  
Faks: 0 216 364 29 85

**İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 216 394 18 87  
Faks: 0 216 394 19 21

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

**Halkalı Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 212 678 48 21  
Faks: 0212 678 48 08

**Ambarlı Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 212 875 70 71  
Faks: 0 212 875 28 08

**A.H.L. Kargo Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 212 465 52 44  
Faks: 0 212 465 53 77

**A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 212 465 52 49  
Faks: 0 212 465 52 54

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

**Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 212 243 21 39  
Faks: 0 212 243 21 79

**Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü**  
Tel: 0 216 585 55 31  
Faks: 0 212 585 55 36

*Kingdom is dedicated in  
the best linen yarn*



KINGDOM HOLDINGS LIMITED

+86-573-86781000

[www.kingdom-china.com](http://www.kingdom-china.com)

[kingdom@kingdom-china.com](mailto:kingdom@kingdom-china.com)

**FILOFİBRA PAZARLAMA A.S.**

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

**KINGDOM®**

# UNIVERSAL



İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Eski Turgut Özal Cad. No: 22 / D  
Başakşehir / İstanbul - TURKEY  
Tel: +90 212 671 03 74 (pbx) Fax: +90 212 671 03 75  
[www.polarflc.com](http://www.polarflc.com)