

İTKİB HEDEF 2008

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİ

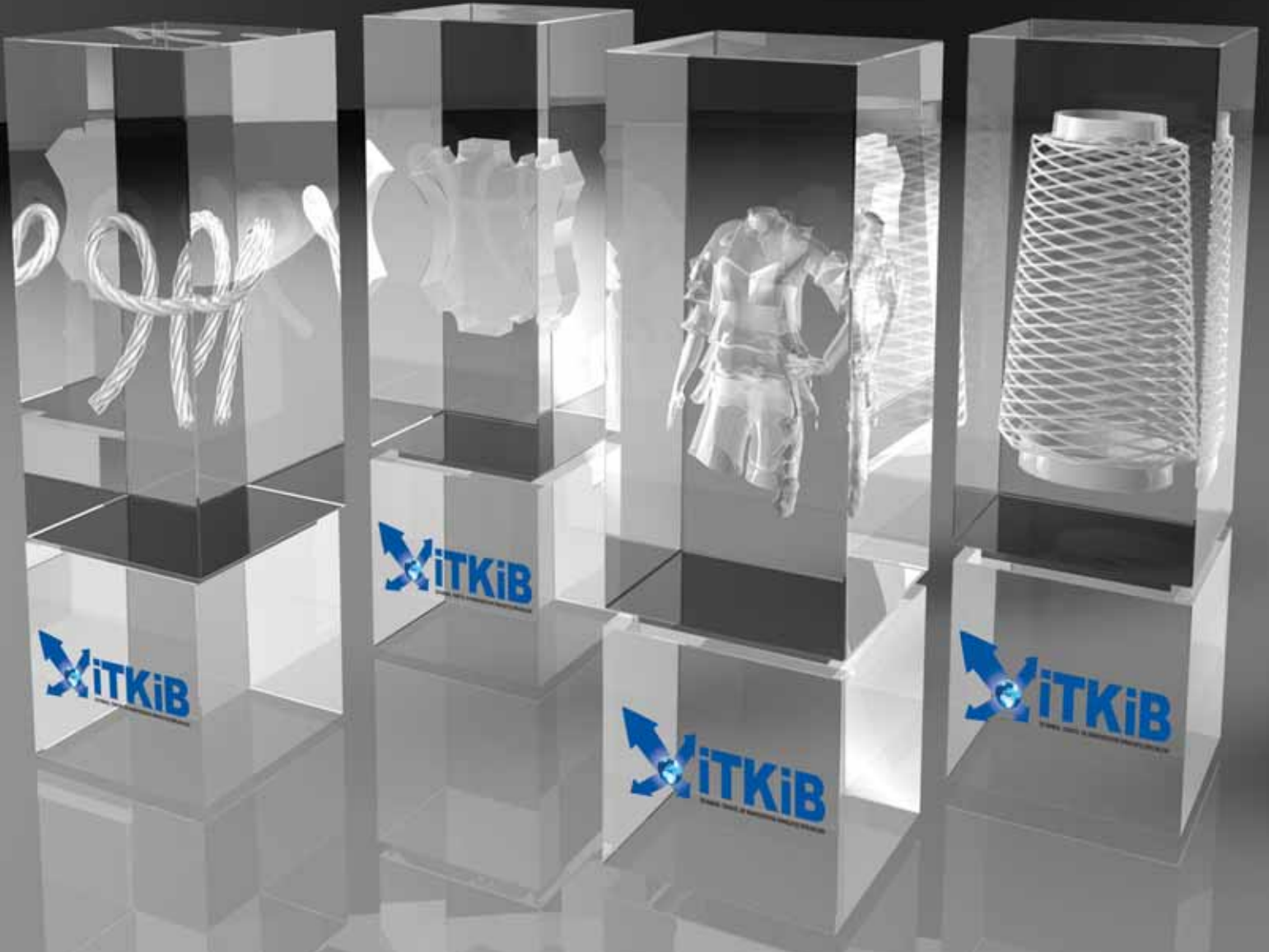
15 NİSAN - 15 MAYIS 2011

İTKİB BAŞARILI İHRACATÇILARI ÖDÜLENDİRDİ

KAZANANLAR SAHNEDE

TÜRK TEKSTİLİ
KUZEY AFRİKA'DAN
BARCELONA'YA UZANDI

MERTER MODA
HAREKETİ
GÜÇLÜ BAŞLADI



Dış Giyimde en çok tercih edilen 3'ü!



MEB-3200

Direct Drive Elektronik Gözlü İlik Makinası



AMB-289

Elektronik Tam Otomatik Sarmalı
Ceket Düğme Makinası



DP-2100

Elektronik Tam Otomatik
Ceket Kol Takma Makinası



astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net

ASTAS JUKI

ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SAN. ve TİC. A.Ş.
ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İstanbul
Tel: (0212) 630 89 00 Faks: (0212) 630 89 29



Lectra

KESİMDE KAZANMAK

Her adımda kumaş tasarrufu ve hızlı yatırım dönüşü



Üretim maliyetlerinde %10'a varan tasarruf

- Optiplan Otomatik Asorti Planlama Yazılımı ile mükemmel asorti planı hazırlama ve fazla kumaş alımını engelleme
- Diamino Expert Otomatik Pastal Yerleştirme Çözümü ile en kısa sürede en verimli pastallar
- Vector Otomatik Kesim Sistemi ile sıfır payla kumaş kesimi

Lectra Türkiye

Mimar Sinan Bulvarı No:9 Erdinc Binaları A Blok 3. Kule Kat:4 34540 Güneşli - İstanbul

Tel: (0212) 656 90 09 (pbx) • Faks: (0212) 656 71 95

lectra.com



SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon
İhracatçı Birlikleri adına
Cemal BAYAZIT

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Birrol SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin
SARI, Nilgün ÖZDEMİR, Jale
TUNÇEL, İsmail KOLUNSAĞ,
Okçay MIZRAK, Şahin DOĞAN,
İdris AKDOĞAN, Efsane TURAN,
Özcan SÜMER, Sultan TEPE,
Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya
YARANGÜMELİ, Riva PINTO,
Ferzat ERDEBİL, Arzu Odabaşı
SARI, Hüseyin ÇETİN, Ali Cafer
ÇELİK, Yücel ELİBÖL, Zali
MİSİRLİOĞLU, Uğur UYSAL,
Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

YAZI KURULU

Esin USTA, Selçuk GÖKART,
Erbil ÇİHANGİR, Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİ

Cobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi
34530 Yenibosna-İstanbul
TEL: (212) 4540200
FAKS: (212) 4540415
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

Küçük Mucizeler

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve
İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZIŞLARI MD.

Hüsne PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

EDİTÖR

Evren İREN
evreniren@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA

İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

BASKI CİLT

Uniprint
Hadımköy İstanbul Asfaltı
Ömerli Köyü Mevkii 34555
TEL: (212) 798 28 40
FAKS: (212) 798 20 63

DAĞITIM

Tele Kurye

Hedef Dergisi İTKİB üyelerine ücret-
siz olarak dağıtılır. Hedef Dergisi adı
kullanılarak alınıp yapılmış yazılı izne
tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar
iade edilmez. Yayımlanan makalelerdeki
görüşler yazanına aittir."

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

İLETİŞİM

Gülbahar Mah. Oya Sok.
Gündevir Apt. No: 15 D: 4
Mecidiyeköy İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73



04 KISA KISA

12 İTKİB HABERLER

16 GENEL KURUL

İTKİB genel kurulları
gerçekleştirildi

20 GÜNDEM

Pusula kuzeyi gösteriyor

22 GÜNDEM

Merter moda hareketi

28 GÜNDEM

Korunma önlemlerinde
yeni vergi oranları

30 SEKTÖR

Derinin liderleri
zirvede buluştu

32 FUAR

Hong Kong'un yıldızı
yine Türkiye oldu

34 FUAR

Ayakkabı sektörü
Mosshoes'a hazırlanıyor

36 FUAR

Halicılar Domotex
China'ya Fuar

38 FUAR

Ev tekstili sektörü
Ortadoğu'ya uzandı

40 ÖDÜL TÖRENİ

İhracat korosunun sesi
her zamankinden gur

48 AR-GE

Ekoteks tekstilde insan
sağığına odaklandı

52 PAZAR

Tekstilciler Kuzey
Afrika'yı keşfe çıktı

54 SEKTÖR

Etiket sektöründe
kurallar değişiyor

60 AR-GE

Kalitemizi yükseltecek
uluslararası standartlardır

62 MAKALE

Ali Ağaoğlu

64 PERAKENDE

Colin's'in yeni
hedefi Avrupa

66 PERAKENDE

Sunset iç giyimle
yurtdışına açılıyor

68 PERAKENDE

23 Nisan'ı ihraç etmeliyiz

70 DEFİLE

Ekonomi Zirvesi
modayla başladı

72 BRÜKSEL MEKTUBU

Haluk Özelçi

74 MEVZUAT

Türk Ticaret Kanunu
ihracatçıya ne getiriyor

78 VERGİ DÜNYASI

Doğan Erdem

80 SOSYAL SORUMLULUK

BMD'den 250 bin çocuğa
giysi yardımı

82 SOSYAL SORUMLULUK

BM'den sektör
kobilerine destek

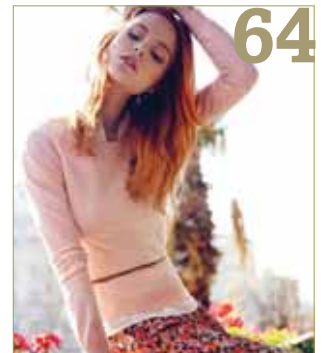
84 AR-GE

İTKİB İTA'dan uygulamalı
nonwoven eğitimi

86 ENGLISH

90 GÖSTERGELER

96 ADRESLER





Filament Yarns in Fashion



Tepar Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd.Şti.
Atatürk Sanayi Bölgesi, 75. Yıl Caddesi, No: 2
Hadımköy 34555 İstanbul, Türkiye
Phone: 90212-771 0338 Fax: +90212-771 0348
www.tepar.com • tepar@tepar.com



 **TEPAR**
The Yarn Company

Orka Group'tan geleceğin koleksiyonları

Damat, ADV, Tween gibi tüm dünyada tanınan markaları bünyesinde bulunduran Orka Group, giysileri sadece görünüşüne bakarak alma devrinin kapanmasından yola çıkarak, üründe inovasyon dönemini başlattı. Ürünlerin fonksiyonelliği ile ilgili talepleri gözlemleyen ve hayatı kolaylaştıracak çözümleri koleksiyonlarına taşıyan Orka Group, takım elbise ve ceketlerinde doğal klima, sıvrısinek kovucu özellik ve kendinden parfüm kokusu etkilerini sundu. Orka Group Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu, "Bu bir gelecek projesi ve biz farkımızı ortaya koyduk, akademik anlamda var olan çalışmalarını koleksiyonlarımıza taşıyarak bir ilki başardık" dedi.



Berr-In'den ihtişama sade bir yorum

Berr-In 2011 ilkbahar - Yaz Koleksiyonu'yla sezonu yalın ve asil hatlarla karşılıyor. Markanın yaratıcısı Berrin Eser, top rak renklerinin yanısıra, beyazın saflığını, kumun ışıltısını, grinin gizemini ve siyahın gücünü kullandığı yeni koleksiyonunda Berr-In kadınının kendinden emin, güçlü, şehirli ve bohem duruşunu yalın ve net bir şekilde ifade ediyor. Farklı kesimlerin, geometrik duruşların ve çeşitli materyallerin harmonisinde Berr-In kadını ihtişama sade bir yorum getiriyor.



Bluekey'den cıvı cıvı renkler

Bluekey, rahatlık ve şıklığı aynı anda sunarak 2011 ilkbahar / yaz sezonunu mağazalarında açtı. 2011 ilkbahar / yaz koleksiyonunda, klasik renklerin dışında daha canlı renkler de ön plana çıkıyor. Lacivert, yeşil, kırmızı, mor, turkuaz ve pembe renklerin hakim olduğu koleksiyonda çok renkli baskılı tshirtler, jean pantolonlar, ekose gömlekler, örme şortlar, bermuda ve atlet kombinasyonlarını görmek mümkün.

Malibu'da bir yaz rüyası...

Kalitesini sunumlarına da taşıyan Ayyıldız 2011 yaz katalog çekimlerini Los Angeles Malibu'da objektif karşısına geçen 21 yaşındaki Sports Illustrated güzeli Amerikalı model Alyssa Miller ile gerçekleştirdi. Tabiatın Desenleri, Ege Kokusu, Divaların Şıklığı, Maziye Yolculuk ve Plajlardaki Podyumlar teması koleksiyonda ilk göze çarpanlar arasında.



Kiğili, 'Big and Tall' koleksiyonunu tanıttı

Kiğili 2011 ilkbahar/Yaz koleksiyonu ile birlikte Türkiye'de ilk kez uygulanan "7XL Big and Tall" koleksiyonunu İstanbul Richmond Lebi-Derya'da düzenlenen basın lansmanı ile tanıttı. Kiğili, Türkiye'de bir ilke imza atarak, 62-70 bedenlerinin de dâhil olduğu "Big and Tall" 7XL kıyafetleri Kiğili tutkunlarına sunuyor. Big and Tall, genellikle standartların üzerindeki büyük bedenler için kişiye özel olarak hazırlanan kıyafetlere verilen isim. Kiğili bu ifadeden "Kişiye Özel" kısmını çıkartarak artık dilediğiniz her an, her Kiğili mağazasında bulabileceğiniz 7XL olarak da ifade edilen büyük beden kıyafetleri Kiğili tutkunları için tasarladı.

Seven
teen
Color

Free Nickel Free Gold Free Mat Siyah Nikel Free Light Gold Gold Nikel Black Nikel Mat Siyah Nikel Light Gold Saten Siyah Saten Saten Gold Bakir Bakir Oxide Anti Nikel Anti Nikel Oxide Free Siyah Nikel Free Siyah Nikel

ZIPEX[®]

Avery Denison'un yeni tasarım merkezi açıldı

Avery Dennison Perakende Marka ve Bilgi Çözümleri (RBIS) grubuna ait ilk Avrupa merkezli Müşteri Tasarım ve İnovasyon Merkezi açıldı ve yüksek çözünürlüklü grafik süslemeler, giyim sanayi için geliştirilmiş sürdürülebilir paketleme, RFID etkin envanter ve kayıp önleme çözümleri tanıtıldı. Yeni merkezdeki global tedarik zinciri simülasyonu ile Avery Dennison üretimden tüketiciye sunulmasına kadar RFID özellikli envanter verimlilik ve kayıp önleme çözümleri sergiliyor. RFID sistemi sayesinde, stok doğruluğu yüzde 65-85 aralığından yüzde 95'e ve bazı durumlarda yüzde 99'a kadar yükselebiliyor. Bunun kadar ilgi uyandıran diğer nokta ise RFID sisteminin mağaza bazında envanter çevrim süresini 20 kez hızlandırıyor olması.



Annelere en güzel hediye Faik Sönmez'de

Modayı yakından takip eden anneler için, farklı tarzları göz önüne alarak hazırlanan Faik Sönmez 2011 İlkbahar Yaz koleksiyonunda rahatlık ve şıklık ön planda.

Sezonun modasını yansıtan bluzlar, pantolonlar ve trikolardan birisi mutlaka annenize yakışacaktır. Yaz için rahat ve şık elbiseler, baskılı bluzlar, rengarenk işlemeli ve desenli ipek tunikler, eşofman takımlar, farklı yıkamalarda jeanler, leopar desenli şık elbise ve ceketler de seçenekler arasında.



En iyi fashion ödülü Yaygan Çanta'nın oldu

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de özellikle kız çocuklarının favorisi olan 6 sihirli peri kızının maceralarını anlatan Winx Club çizgi filminin, Türkiye'deki çanta ve kırtasiye ürünlerinin lisans hakkına sahip Yaygan Çanta, "Yılın En İyi Fashion Çanta Koleksiyonu" ödülüne layık görüldü. Firma, 14 Nisan günü Kırtasiye Fuarı'nda yapılan törende ödülünü Rainbow S.P.A Direktörü Sergio Cardinali'den aldı.



Anneler kadar "İnce ve Narin"

Dantelin şık ve zarif görünümünün giyimden aksesuara kadar her yanımızı sardığı şu dönemde; Brilliant annelerimiz için çok özel bir ev tekstili dantel koleksiyonu tasarlayarak onların ince ruhlarna dokunacak bir seri hazırladı. Yatak örtüsünden nevresim takımına kol-tuk şalından masa örtüsüne ve havluya geniş bir yelpazede hazırlanan bu koleksiyonda el emeği göz nuru kadar ince bir işçilik kullanıldı.

Astaş Juki işbirliği ile Hugo Boss'ta aparat eğitimi



Astaş Juki, Hugo Boss'ta "özel aparat yapım semineri" gerçekleştirdi. Hugo Boss şirketinin İzmir Serbest Bölge tesislerinde 21 - 25 Mart tarihleri arasında Astaş Juki işbirliğiyle özel aparat yapım semineri yapıldı. Seminerde Juki Central Europe'dan Japon eğitmen Yasukuni Sakuma ve Yasuyuki Ogiwara özel aparat yapımına ilişkin tüm detayları en ince ayrıntısına kadar Hugo Boss çalışanları ile paylaştı. Beş gün süren bu eğitimde katılımcıların tüm soruları uygulamalı olarak Mr. Sakuma ve Ogiwara tarafından yanıtlandı. Astaş Juki ve Hugo Boss işbirliği ile düzenlenen seminer tüm katılımcılara sertifika verilmesi ile sona erdi.



“PENYE ÜRETİMİNDE YAĞ LEKESİNE SON”



% 100 JAPON
Yüksek Kaliteli
Reçme Dikiş Makinesi

YAMATO
VGS 3721

ELEKTRONİK
ÜST TRANSPORTLU
REGULALI
REÇME MAKİNASI

brother® **Yamato®**

“SİZLERE YAĞ LEKESİZ TEMİZ DİKİŞ VE YÜKSEK VERİMLİLİĞİ BİR ARADA SUNUYOR”



YENİ

BROTHER
S-7200C-433

ELEKTRONİK DIRECT DRİVE
YARIM YAĞLAMALI DÜZ DİKİŞ MAKİNESİ



YENİ

YAMATO
AZ-7000SD

YÜKSEK DEVİR MİKRO YAĞLAMALI
OVERLOK MAKİNESİ

Merkez Mahallesi Aytaç Mevkii Basın Ekspres Yolu No: 5/6 Uğur Plaza 34303
Halkalı/İstanbul uguras@brothertr.com www.brothertr.com

0212 495 00 00

Türkiye Distribütörü
UĞUR
M A K İ N A

Zeki'nin yeni yıldızı Cato Van Ee oldu

Başarılı moda fotoğrafçısı Daniela Federicci tarafından objektife yansıyan ve Cabo-San Lucas sahillerinde gerçekleşen 2011 Zeki koleksiyonu yazı merhaba dedi. Cato Van Ee'nin güzelliğini estetikle buluşturan bu kareler Zeki arşivinde saklanacak. Cato Van Ee, 2009 yılından beri New York, Londra ve Milano moda haftalarının vazgeçilmez baş modeli olarak Donna Karan, Marc Jacobs, Vivienne Westwood, Moschino defilelerinde boy gösteriyor.



TEC sertifikasyonlu ilk yazılım Lectra'da

Yumuşak materyaller (kumaş, deri, endüstriyel kumaş ve kompozit materyaller) kullanan sektörler için özel entegre teknoloji çözümlerinde bulunan Lectra'nın, özellikle moda ve hazır giyim için geliştirdiği Lectra Fashion PLM V2R2, Technology Evaluation Centers - TEC tarafından sertifikasyona layık görülen alanında ilk ve tek çözüm oldu. Kârlılıktan ödün vermeksizin sürekli yenilik üretme ve kaliteyi artırma baskısı altında olan hazır giyim ve moda firmaları için PLM süreç optimizasyonunda elzem hale gelmiş durumda. TEC sertifikasyon raporu, ayrıntılı değerlendirmelerin yanı sıra (1400 kriter incelenmiştir), bir yandan PLM avantajları konusunda firmalara yatırım güvencesi verirken diğer yandan da PLM kurulum ve kullanımında süreçleri açıklığa kavuşturuyor.

Çağlayan'dan İdeal Home Fuarı'na özel ilgi



Bu yıl 5'incisi düzenlenen İdeal Home Züccaciye Ev Eşyaları ve Çeyiz Fuarı, birbirinden ilginç aktivitelerle kapılarını açtı. Fuarın ilk günlerinde önce Burcu Güneş sonra Şenay Akay ve Aysu Baceoğlu ziyaretçiler arasındaydı. İdeal Home'un 3'üncü gününe ise Devlet Bakanı Zafer Çağlayan konuk oldu. Tüm stantları tek tek dolaşan Bakan farklı ve yeni ürünlerin her birini test etti. Bu yıl fuarın sürprizleri arasında 10 bininci ziyaretçiye vermek üzere, Mariah Carey ve Rihanna'nın mücevherlerinin ünlü tasarımcısı Vida Shamie tarafından hazırlanan yakut ve pırlantalarla süslü fuara özel bir mücevher bulunuyordu. Zafer Çağlayan 20 bin USD değerindeki bu özel tasarımı dikkatle inceleyerek hikayesini dinledi.

Invista'dan Lycra Style elyaf lansmanı



Invista, rahatlığından ödün vermeden kendine özgü stil yaratmak isteyenler için tasarladığı Lycra Style elyafın lansmanını geçtiğimiz günlerde gerçekleştirdi. Hazır giyim pazarına yüksek performans sağlamak amacıyla geliştirilen ve fiyat beklentilerine yönelik olarak tasarlanan Lycra Style elyafı, rahatlıktan vazgeçemeyenlere günün her saati giymekten hoşlanacakları seçenekler sunuyor. Lycra Style elyafının, müşterilerin ürünlerinde yüksek kalite ve rekabet açısından fark yaratmasına yardımcı olacağını belirten Invista Hazır Giyim Pazarlama Direktörü Kit Blake, yeni markalarını pazara sundukları için duyduğu heyecanı ifade etti.

Journey'den Anneler Günü'ne özel...

Hem klasik hem de farklı çizgilerde giyinmeyi seven anneler için Journey'nin 2011 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu iyi bir alternatif oluşturuyor. Journey Koleksiyonu, klasik kesimlerin yanı sıra feminen detayların da hakim olduğu takımlardan oluşuyor. Kuplar, büzgüler ve fiyonklar ile hareketlendirilen takımlarda kullanım rahatlığı da sağlayan kumaşlar tercih edilmiş. Farklı boylara ve kesimlere sahip yüksek beller, pililer, asimetrik kesimler, volanlar ile hacim kazanan modeller; 50'leri çağrıştıran diz boyu etekler 2011 yazında Journey'de göze çarpan detaylar arasında.





fashionable fabrics since 1933



PALATEKS®

PALATEKS TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

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

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

İstanbul'u ve kendini keşfet...

Mavi, "İstanbul'a Tişört Tasarla" sloganlı İstanbul Tişörtleri Tasarım Yarışmasıyla, herkesi hayalindeki İstanbul tişörtünü tasarlamaya davet ediyor. İstanbul tutkunlarının uzun süredir heyecanla beklediği yarışma www.istanbulatasarla.mavi.com adresinde başlayacak. Nisan ayı boyunca siteye yüklenebilen tasarımlar, Mayıs ayı sonuna kadar oylanacak. Finale kalan 50 tasarım ise alanında uzman kişilerden oluşan jüri tarafından değerlendirilecek. Heyecanlı bekleyiş Haziran ayında sona erecek ve birinci seçilen tasarım, tasarımcısına kazandıracığı 2.000 TL'lik ödülün yanı sıra, üretilip satışa sunulacak.



Nike, 32 ülkede tek bir mesaj veriyor: "Free Yourself"



Nike, Training Koleksiyonu'nun yeni teması "Free Yourself" (Kendini Özgür Kıl) kampanyasıyla farkındalık yaratıyor. Sporun insan üzerindeki pozitif etkisine, limitleri zorlamaya ve rekabete dikkat çeken kampanyada, spor yapanların fiziksel ve zihinsel açıdan çok daha güçlü olacağı ve kendini özgür hissedeceği mesajı veriliyor.

Sisley kadını bu yaz hem formel, hem baştan çıkarıcı

Sisley 2011 İlkbahar Yaz Kadın Koleksiyonu'ndaki "Sunset Party & Night Diva" teması, ısınmaya başlayan bahar geceleri için ciddi ancak bir o kadar da seksi alternatifler sunuyor. İnce silüetlerin kadınsı detaylarla buluştuğu koleksiyonda, fırfır, dantel, volan, pul, payet ve boncuk ayrıntıları öne çıkıyor. Dikkat çekmekten korkmayan Sisley kadınları; koleksiyondaki lacivert, kırmızı ve siyahları soft beyaz ve vizon tonlarıyla kombinliyor. Şehirli bir sıklık arayanların yolu bu yaz Sisley'den geçiyor.



Texpo Eurasia kapılarını açıyor

2011 yılında 24 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen tekstil sektörü, iplik, hammadde ve yeni tekstil makinesi yatırımları için 28-31 Mayıs tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek Texpo Eurasia 2011 ve 8. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı'nda bir araya geliyor. Avrasya bölgesinin en önemli gücü olan Türkiye'nin en kapsamlı etkinliklerinden bir olan fuarlar, yerli ve yabancı tekstil yatırımcılarının tüm beklentilerini karşılamayı hedefliyor.



TÜRKİYE'NİN TEK MODA FUARI İÇİN SEKTÖRDEN BÜYÜK GÜÇ BİRLİĞİ



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB) öncülüğünde düzenlenen ve Türkiye'nin küresel anlamdaki tek moda fuarı olma özelliğine sahip Collection Première İstanbul (CPI), hazır giyim sektörünün desteğini almaya devam ediyor. CPI'ya destek veren kuruluşların arasında Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (TMHGF), Ankara Giyim Sanayicileri Derneği, Ege Giyim Sanayicileri Derneği, Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Birleşik Markalar Derneği (BMD) ve Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD) de katıldı. 22-24 Eylül tarihleri arasında CNR Expo'da Türk ve dünya modasının önemli firmalarını bir araya getirecek olan CPI, halihazırda sektörün önemli kuruluşlarından Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TSGD), Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD), Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD) ve Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği'nin (LASİAD) desteğini arkasına almıştı. Fuarın sektöre duyurusunun ardından yurtiçi katılım yanında yurtdışından da olumlu yanıtlar geldi. Aralarında Almanya, İtalya, Hollanda, İspanya ve Fransa'nın da yer aldığı pek çok ülke, fuara ülke düzeyinde katılacağını bildirdi. CPI, bu yılsonuna dek 17 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı hedefleyen Türkiye'nin en büyük vitrini olacak...

AYAKKABI SANAYİSİ, YABANCI HAYRANLIĞINA KURBAN EDİLMESİN

Avrupa'nın üçüncü, dünyanın ise dokuzuncu büyük ayakkabı üreticisi olduklarını vurgulayan Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı İslam Şeker, buna karşın açılan kamu ihalelerinde ısrarla yabancı markaları işaret eden teknik şartnameler hazırlandığını ve Türk ayakkabı sektörünün görmezden gelindiğini söyledi. Şeker, dünya lideri İtalya ile rekabet etmelerine karşın kamu ihalelerindeki yabancı hayranlığını aşamadıklarını belirterek, bunun her yıl Türkiye ekonomisine 4,2 milyar dolar katkı sunan ayakkabı sektörüne darbe vurduğunu söyledi. Sektörün 2010 ihracatında miktar bazında yüzde 28, değer bazında ise yüzde 35,6 ile Türkiye ortalamasını geçtiğini vurgulayarak, buna rağmen kamu ihalelerinde sergilenen tavrı anlamakta zorlandıklarını ifade eden Şeker, "Yurtiçinde açılan pek çok ihalede çok net bir şekilde yabancı markayı veya markaları tarif eden şartnameler hazırlanıyor. İtiraz ettiğimiz ihaleler iptal ediliyor ama kamu'nun yabancı hayranlığı da devam ediyor" dedi.



MAKEDONYA FAHRİ KONSOLOSLARI BİR ARADA

Makedonya Cumhurbaşkanı Gjorge Ivanov, 14 Nisan'da Makedonya Başkonsolosluğu'nda Türk işadamlarını konuk etti. Cumhurbaşkanı Gjorge Ivanov eşliğinde bir yıl içerisinde Makedonya'ya yönelik yatırımlarda bulunan iş adamlarına plaket veren Makedonya Başkonsolosu Zerin Abaz, bu vesileyle ülkenin eğitim, kültür ve diğer alanlarında tanıtımına destek verenlere teşekkür etmiş oldu. Makedonya Malatya Fahri Konsolosluğu görevini yürüten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte Makedonya Antalya Fahri Konsolosu olan İHKİB Başkan Vekili Ahmet Akbalık plaketlerini Makedonya Cumhurbaşkanı Gjorge Ivanov adına Makedonya Başkonsolosu Zerin Abaz'ın elinden aldı.





TARLADAN MAĞAZAYA

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

Tekstil ERP Çözümlerimiz



SentezYARN
İplik Üretim Takip Sistemi



SentezKNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



SentezWEAVE
Dokuma Üretim Sistemi



SentezDYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



SentezVOGUE
Konfeksiyon Yönetim Sistemi



SentezEXPO
Dış Ticaret Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT
Yönetim Bilgi Sistemi



SentezPOSitive
Satış Yönetim Sistemi



SentezSHOP
Satış Noktası Yönetimi

TİM İLE EXİMBANK'TAN DALGALI KURA KARŞI İŞBİRLİĞİ



etmemeyi garanti altına alacaklarını vurguladı. Büyükeksi, “Opsiyon işlemi, opsiyon primi ödeyen ihracatçıya yükümlülük getirmeyen, hak sağlayan bir işlem. İhracatçı, put opsiyonu olarak, döviz kuruna karşı birebir korunma sağlayacak. Kurdaki aleyhte değişikliklerden etkilenmeyecek. Spotta lehte gelişen hareketlerden faydalanacak ” diye konuştu. Büyükeksi, kur istikrar fonu hedefinin belirli rakamlar üzerinde kuru hedge etmek olduğunu ve bu opsiyon işleminin bu amacın bir neticesi olarak ortaya çıktığını ifade etti. Büyükeksi, şöyle devam etti: “Kur istikrar fonundan söz ederken hedefimiz belirli bir kur açıklanarak ihracatçıların buna göre konumlanmasıydı. Şu anda Eximbank’ın imkanları doğrultusunda haftada bir kere 1 aylık, 3 aylık ve maksimum 6 aylık kur hedefleri verilecek ve ihracatçılar bu hedefler üzerinden prim ödeyerek kendilerini hedge edecekler, bu bir nevi kur istikrar fonuna karşı üretilen çare oldu.”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Türk Eximbank, dalgalı kur rejiminde ihracatçıların, ihracat alacaklarını kur riskine karşı “döviz kuru opsiyon işlemleri” ile koruma altına alabilmeleri için işbirliği protokolü imzaladı. TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, “İhracatçılarımızı döviz riski karşısında korunmaları için sürekli uyarıyor ve önlem almalarını istiyoruz. Önlem almış olanlar son günlerde dolarda yaşanan 5 kuruşluk düşüşten etkilenmediler” dedi. Türk Eximbank’ın yeni Genel Müdürü Hayrettin Kaplan ise “Kore Eximbank’ından sonra dünyada bu hizmeti veren ikinci Eximbank olacağız” diye konuştu. KOBİ’lerin de faydalanması için avro ve dolar limitleri düşük tutuldu. Türk Eximbank, yapılacak opsiyon işlemlerini kar amacı güzetmeden yapacak ve opsiyon işlemlerinden prim haricinde hiç bir komisyon ve masraf talep etmeyecek.

İhracatın kaskosu

TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, “İhracatçılarıımıza farklı enstrümanlar ve uygun koşullarla kur riskini hedge etmenin yolunu açıyoruz” diyerek, ihracatçıların bu protokolle kasko primi öder gibi uygun bir ücret karşılığında ihracat alacaklarından zarar

KOBİ’ler için limit düşük tutuldu

Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan ise, Türk Eximbank’ın yılın ilk üç ayında ihracatçılara 1,3 milyar dolarlık nakdi kredi ve yine 1,3 milyar dolarlık sigorta desteğinde bulunduğunu açıkladı. Kaplan, “Bu kapsamda yapılacak opsiyon işlemi ile ihracatçı ileri bir vadede avro ve dolar cinsinden ihracat alacaklarını, işlem tarihinde belirlenen bir kurdan Türk Eximbank’a satma hakkına sahip olacaktır” diye konuştu. KOBİ’lerin de bu imkandan faydalanabilmesi için avro limitini 35 bin, dolar limitini ise 50 bin olarak belirlediklerini sözlerine ekledi. Anlaşma gereği opsiyon işlemi yapmak isteyen ihracatçı Eximbank’a kayıtlı olmak zorunda olacak. Opsiyon işlemlerinde ihracatçı sadece prim ödeyerek Türk Eximbank’tan elde edeceği korunma hakkı ile opsiyonun vadesinde piyasada oluşan döviz kuruna göre, opsiyon işleminden doğan hakkını kullanıp kullanmayacağına karar verecek. Bu durumda, ihracatçı döviz kurunun düşmesi durumunda opsiyon hakkını kullanabilecek, yükselmesi durumunda ise opsiyon hakkını kullanmadan, dövizini piyasada daha yüksek kurdan satabilecek.

İTKİB, AB PROGRAMINDAN İKİ PROJE İÇİN HAK KAZANDI

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği’nin Merkezi Finans ve İhale Birimi (CFCU) tarafından yürütülen VOC-Test Merkezleri Hibe Programı kapsamında, İTKİB iki proje için hak kazandı. Türkiye’de Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) ve Ulusal Yeterlilik Sistemi’nin Güçlendirilmesi Projesi (UYEP) kapsamında destek sağlanan projeler; İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği’nin “Yetkin Belgeli İşgücü İstihdamında Çözüm Ortaklığı” projesi ile İstanbul

Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği’nin “Katma Değer ve İstihdam Odaklı Belgeli İşgücü Seferberliği (KİBİS)” projesi oldu. 21 Mart 2011 günü Ankara Merkezi Finans ve İhale Birimi’nde İDMİB ve İHKİB projeleri sözleşmeleri imzalanırken, Ulusal Yeterlilik Sistemi’nin Güçlendirilmesi Projesi (UYEP) kapsamında 6 Nisan 2011 günü Sheraton Otel’de bir açılış konferansı gerçekleştirildi.



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

Emr

Zipper





**18-19 NİSAN 2011
TARİHLERİNDE
İTKİB'E BAĞLI DÖRT
BİRLİK OLAĞAN MALİ
GENEL KURULLARINI
TAMAMLADI. YAPILAN
GENEL KURULLAR
SONUCUNDA YÖNETİM
KURULLARI İBRA EDİLDİ.
2011 YILININ BÜTÇELERİ
DE OYLANIRKEN,
DÖRT BİRLİK BAŞKANI
GELECEK DÖNEM İÇİN
BAŞARI ÇİTASININ
YÜKSELECEĞİ SÖZÜNÜ
VERDİ.**

İTKİB GENEL KURULLARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'ne (İTKİB) bağlı; hazır giyim, tekstil, deri ve halı ihracatçı birlikleri 18 ve 19 Nisan tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksi'nde 2011 yılı Olağan Mali Genel Kurulları'nı gerçekleştirdi. 18 Nisan pazartesi günü İHKİB ve İHİB genel kurulları yapılırken, 19 Nisan salı günü ise İTHİB ve İDMİB genel kurulları tamamlandı. Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı Zafer Çağlayan da dört birliğin genel kurullarına ayrı ayrı gönderdiği mesajlarla çalışmalarından dolayı tebrik edip, 2023 hedefine hep birlikte ilerlendiğini belirtti. İlk gerçekleştirilen genel kurul İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'ne (İHKİB) aitti. Genel Kurul'un açılışını yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, yönetim kurulundaki çalışma arkadaşlarına ve Genel Sekreterlik personeline teşekkür ederek başladığı konuşmasında, 2010 yılında küresel ekonomik

krizin olumsuz etkilerinin azalması, dünyanın en büyük ekonomilerinde ve genel anlamda piyasalarda hakim olan iyimser hava ile ihracatın da olumlu bir seyir izlediğini belirtti. Tanrıverdi, "Özellikle 2010 yılının bahar aylarından itibaren üretimde hareketlenmeler ve kapasite kullanımındaki artışa, başta Çin ve Bangladeş olmak üzere hazır giyimde büyük üretici durumundaki ülkelerde meydana gelen işgücü problemleri ve ücretlerin artışı, AB ve ABD kaynaklı siparişlerin ülkemize yönelmesini sağladı. Sonuç olarak 2010 yılını 14,6 milyar dolar ihracat rakamı ve bir önceki yıla göre yüzde 10,1 ihracat artış oranıyla kapatmış olduk" şeklinde konuştu.

Modanın 5. başkenti

2011 yılı için yıllık hazır giyim sektörünün de 17 milyar dolara yakın bir ihracat performansı öngördüklerini kaydeden Tanrıverdi, "Ancak bu rakama ulaşmak için üretim mali-

yetlerinin yüksekliğinin ve döviz kuru üzerindeki sıcak para baskısının ihracat kesimi üzerindeki olumsuz etkilerinin hafiflemesini gerekli görüyoruz" dedi. Sektörün ihracatındaki devamlılığın sürdürülebilmesi için, AB pazarlarındaki daralma eğilimini telafi etmenin ve alternatif pazarların yaratılmasının çok önemli olduğunu vurgulayan Tanrıverdi, "Firmalarımızın yoğun pazar arayışlarının yanı sıra, İHKİB olarak bizim de Ortadoğu ve komşu ülkeler ile Çin başta olmak üzere Asya ve Afrika'da çeşitli pazarlara yönelik çalışmalarımız ve girişimlerimiz devam ediyor" diye konuştu. Sektörün hedef olarak belirlediği moda ve markalaşma çabalarına en büyük desteğin İstanbul Fashion Week ve CPI fuarı ile verildiğini aktaran Tanrıverdi, "İstanbul'u New York, Londra, Milano, Paris ile birlikte anılacak bir moda başkenti haline getirecek bu proje, gerek yabancı firmaların gerekse ulus-





İHKİB Yönetim Kurulu

lararası medyanın ilgisi açısından son derece başarılı geçti. İFW ile birlikte Türkiye'nin yalnızca büyük bir üretici ülke değil, tasarım ve marka değeri üretebilen yenilikçi bir ülke olduğunun da altı çizildi" biçiminde ifade etti. İHKİB olarak hedeflerinin yalnızca ihracat rakamını artırmak değil, ürün ve hizmetler üzerindeki katma değeri de artırmak olduğunu dile getiren Tanrıverdi, "Birlik üyelerimizin ve sektör firmalarının bu çabamıza verdiği desteğe ve yönetimimize gösterdikleri iyi niyete teşekkür ederiz. Konulan hedeflere ulaşılması yolunda tük yeni fikirlerle ve işbirliğine açık olduğumuzu, gücümü-

zünü ve inancımızı sektörümüzden aldığımızı bu vesile ile bir kez daha belirtmek isterim" diyerek sözlerini noktaladı.

Tekstil krizleri yönetmeyi başardı

19 Nisan tarihinde gerçekleştirilen İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (İTHİB) Genel Kurul'unun açılışını yapan Başkan İsmail Gülle de, 2010 yılının tekstil sektörü açısından ezberlerin bozulduğu bir yıl olduğunu belirterek, olumlu ve olumsuz pek çok gelişmenin aynı anda yaşanırken sektörün bu belirsizlik ortamını en iyi

şekilde yönetmeyi başardığını dile getirdi. Sektörün 2010 yılında yakaladığı ihracat performansında en önemli etkenin, alternatif pazarlarda ihracatın artırılması olduğunu kaydeden Gülle, "Sektör 2010 yılında Türkiye'nin genel ihracat artışı olan yüzde 11,3'ün üzerine çıkarak, yılı yüzde 18,4'lik yükselişle kapattı. Türkiye'nin en fazla tekstil ürünü ihraç ettiği ülkelerin başında yer alan Rusya'ya olan ihracat 2010 yılında yüzde 44,2 oranında artarak 825 milyon dolara çıktı" dedi. İTHİB'in tüm dünyayı pazar olarak gören anlayışın sonucuyla, 2010 yılında Brezilya ve Şili'ye

kadar uzanan ticaret heyeti organizasyonları düzenlendiğini, bu ülkelerde karşılıklı ticaret anlaşmaları imzalanarak önemli oranda siparişler alındığını aktaran Gülle, Kuzey Afrika, Ortadoğu ve Orta Asya ülkelerinde yeni ilişkiler kurulması yolunda görüşmeler yapıldığını ifade etti. Başta Premiere Vision olmak üzere dünyanın en önemli tekstil fuarlarında satın alıcılar için etkinlikler düzenlendiğini ve özel nitelikli organizasyonlar yapıldığını söyleyen Gülle, sektörün 2011 yılı için yüzde 25'lik ihracat artışı beklediklerini ve hedeflerinin 8 milyar dolar sınırını aşmak olduğunu belirtti.



İTHİB Yönetim Kurulu

İDMİB Yönetim Kurulu



Deri için fırsat dönemi başlıyor

19 Nisan günü yapılan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Genel Kurulu'nda da 2010 yılı faaliyetleri ibra edilirken, 2011 yılına ilişkin bütçe de onandı. Genel Kurul'da konuşan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, ayakkabıdan saracıyeye, deri konfeksiyondan kürke kadar Birliğin çok geniş bir çerçevede sektörü kucaklayıp hizmet üretmeye çalıştığını aktaran Tolunay, "Gerek üretime gerekse pazarlamaya ilişkin faaliyetlerin birlikte yürütülmesi, fırsatlar ve risklere ilişkin akıl ve hizmet üretilmesi noktasında üzerimize düşen sorumluluğun bilinciyle çalışıyoruz" dedi. Özellikle hammadde tedarikinde karşılaşılan sıkıntının halli noktasında eldeki olanaklarla yapılabileceklerin sınırlı olduğu ve deri sektörüne has tüketici tercihlerinden kaynaklanan değişimin yerel olanaklarla yönetilememesinin sektör ihracatını istenen oranda geliştirmesini engellediğini ifade eden Tolunay, "Bu duruma karşı Birliğimiz özellikle tasarım ve markalaşma noktasında bütün sektöre hizmet verecek ülke markasının yerleştirilmesi için sektörün diğer kurum ve kuruluşlarıyla organize şekilde çabalarını sürdürüyor. Mevcut pazarlardaki mevzuattan kaynaklanan sıkıntılarını aşılması, pazar bilgilerinin ve tüketici eğilimlerinin derlenmesi ve bu bilgilerin sektöre ulaştırılması

noktasında birliğimiz ve genel sekreterliğimiz sürekli bir gayret içinde" şeklinde konuştu. Belli risklerin varlığı ortada olmakla birlikte İDMİB'in 2010 yılını yüzde 20'ye yaklaşan bir ihracat artışıyla kapatmayı başardığını aktaran Tolunay, "Zor geçen bir yılın böyle bir başarıyla kapatılmış olması, tüm olumsuzluklara rağmen gelecek için umut vericidir" diye konuştu.

Halı gelenekselden geleceğe uzanıyor

18 Nisan günü gerçekleştiren İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin açılışında konuşan Başkan İbrahim Yılmaz ise, sektörün geleneksel el halıcılığı imajını son yıllarda tasarım ve marka değeri taşıyan ürünleri ve teknoloji kullanan makine halıcılığının

gelişimi sayesinde oldukça değiştirdiğini ifade ederek, "Turizm satışları ve eski halı tamir ve bakım onarımına yönelik çabalarımız el halıcılığında nisbi de olsa bir kıvrımdan yarattı. Tasarım, hız ve teknoloji üzerine kurulan makine halıcılığında ise Türkiye dünyanın en hızlı büyüyen üreticilerinden biri durumunda. Bu ürün grubunda küresel piyasa talebini daha doğru ve etkin olarak takip ettiğimiz süreçte bu büyüme de devam edecektir" biçiminde konuştu.

Halıcılığın küresel imajını yükseltmek ve ürünlerin değerinin doğru takdir edilebilmesi için özellikle Domotex fuarına yönelik ciddi tanıtım ve pazarlama çabası içinde olduklarını aktaran Yılmaz, "Katılımcıları ve ziyaretçileri açısından sektörümüzün en

önemli etkinliği olması sebebiyle bu fuar sürecini Türk halıcılığının yeni imajının tanıtım mecrası olarak kullanmak için çok sayıda etkinlik organize ettik" dedi. Türkiye'nin halı ihracatının karakteristiğine yönelik en önemli tespitlerden birinin sektörün potansiyel ve alternatif pazarlarda çok güçlü olduğunu, ama AB gibi ana pazarlarda arzu edilen ihracat rakamlarını rakiplerine yakalamakta zorlandığı olduğunu ifade eden Yılmaz, 2010 yılı verilerinin bu algının da değişmeye başladığını ortaya koyduğunu söyledi. Yılmaz sözlerini, "Sektörümüzün 2010 yılı performansı gerçekten çok takdir topladı. Bu sebeple tüm meslektaşlarımı kutluyorum. 2011'in çok daha büyük başarılarla sahne olmasını diliyorum" diyerek noktaladı. ❖

İHİB Yönetim Kurulu



Atkı Bere Eldiven



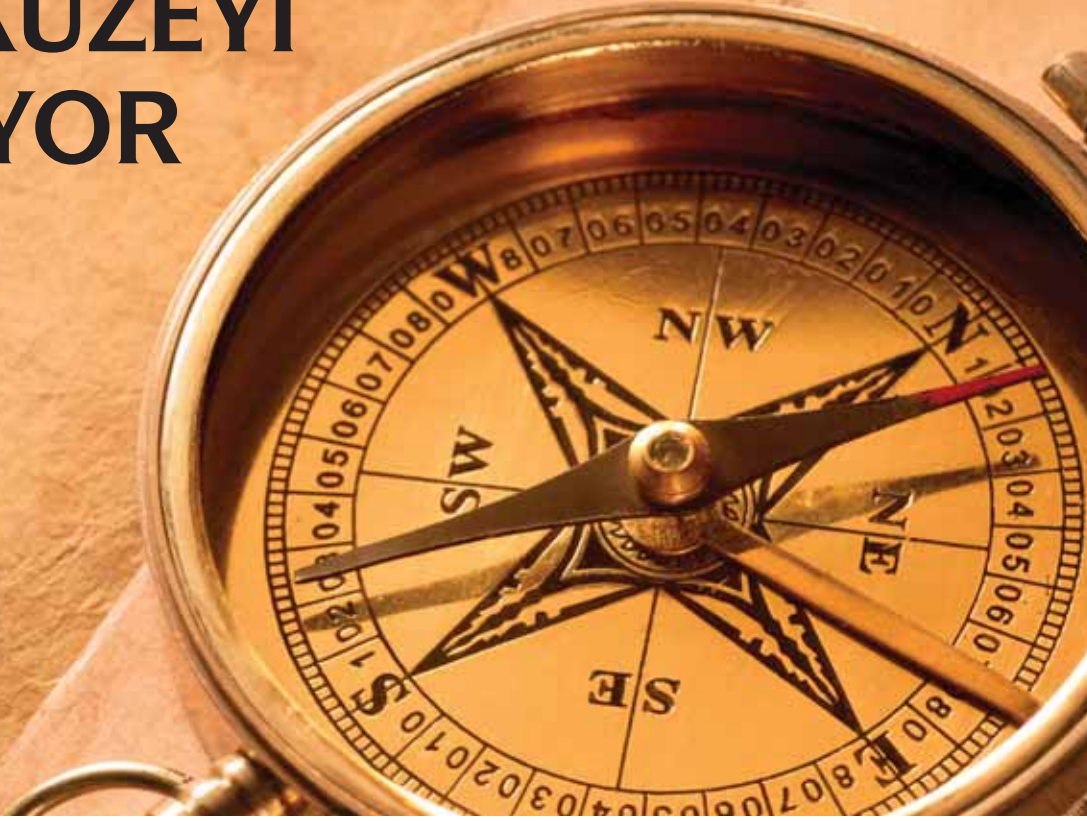
ONTEKS
www.onteks.com



ONTEKS TEKSTİL MAKİNA GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
GÜMÜŞSUYU CAD. ODIN TOPKAPI CENTER NO: 28/381 34010 TOPKAPI - İSTANBUL
TEL: +90 212 444 30 10 FAX: +90 212 501 84 84 / www.onteks.com / ontteks@onteks.com

PUSULA KUZEYİ GÖSTERİYOR

İHKİB, İTHİB VE İDMİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ, RUSYA TÜRK İŞADAMLARI BİRLİĞİ İLE BİR ARAYA GELEREK İKİ ÜLKE ARASINDAKİ SORUNLARI TARTIŞTI. TOPLANTI SONUCUNDA İKİ KURUM ARASINDA İŞBİRLİĞİ FAALİYETLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE MUTABAKATA VARILDI.



İTKİB bünyesindeki üç birlik Rusya Türk İşadamları Birliği (RTİB) temsilcileri ile bir araya gelerek tanışma toplantısı düzenledi. 15 Nisan'da Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen toplantıya İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İDMİB temsilcileri RTİB Başkanı Ali Tunç Can katıldı. Toplantıya aralarında İHKİB, İTHİB ve İDMİB Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri, RTİB Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri ile İTKİB ve RTİB Genel Sekreterliği'nin de olduğu geniş bir işadamları heyeti katıldı. Toplantının açılış ve tanışma faslının ardından öncelikli olarak İTKİB ve RTİB arasında gerçekleştirilebilecek iş birliği olanakları üzerinde değerlendirmeler yapıldı. Toplantının gündem maddelerinin ilki Türkiye ve Rusya arasında karşılıklı olarak kaldırılan vizele- rin ihracatçıları açısından sağlayacağı faydaların masaya yatırıldığı toplantıda, iki ülke arasında mevcut ticaret hacminin geliştirilme-

sinin önemi vurgulandı. Rusya ile ticari ilişkilerin kalıcı bir sisteme oturtulması gerektiğini kaydeden Hikmet Tanrıverdi, Rusya gümrüklerinde yaşanan sorunların çözümü için ortak akıl toplantılarının düzenlenmesi gerektiğini söyledi. Rusya'da Türkiye asıllı 3 bin 500 işadamlarının faaliyet gösterdiğini hatırlatan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Rusya'da büyük bir ticaret potansiyelinin olduğunu, yabancı dış sermaye açısından 4'üncü sırada olan ülkenin bu potansiyelin sürekli arttığını belirtti. RTİB'in en kuvvetli yanının Rusya'yı gerçekten tanıyor olması ve pazara hakimiyeti olduğunu dile getiren Can, Türkiye'nin bölgedeki etkinliğine değindi ve bunun daha da artırılması gerektiğini söyledi.

Gümrük sorunları masaya yatırıldı

Toplantının ikinci gündem maddesini ise 2010 yılı içerisinde "Yerel Para Birimleri ile Dış Ticaret" projesi kapsamında uygulamaya sokulmuş

olan Ruble ile ihracat oluşturdu. Toplantıda ihracatçı firmalar bu konu ile ilgili tecrübelerini paylaştı ve sistemin genele yayılması için yapılması gerekenler tartışıldı. Toplantının son gündem maddesi ise geçmiş dönemlerde Rusya Federasyonu gümrüklerinde yaşanan problemler oldu. Toplantı çerçevesinde Rusya Federasyonu gümrüklerindeki mevcut durum değerlendirilirken, bugünün koşullarında ihracat açısından olumlu bir seyir olduğu belirtildi. İki ülke arasında uygulanmakta olan "Basitleştirilmiş

Gümrük Hattı" uygulamasının işleyişinin de değerlendirildiği toplantıda, mevcut uygulamaya ilave olarak uygulanması planlanan karayolu taşımacılığının da Basitleştirilmiş Gümrük Hattı sistemine dahil edilmesi yönündeki imkanlar tartışıldı. Toplantı sonucunda iki kurum arasında işbirliği faaliyetlerinin geliştirilmesi için her türlü imkânın kullanılmasını hususunda mutabakata varılırken, bu çerçevede ilerleyen dönemlerde ikili ve çok taraflı toplantıların ve organizasyonların yapılması kararlaştırıldı. ❖



“Etikette çözümler ortağınız®”

www.akmazbarkod.com



- Etiketlik Kumaşlar
- Termal Transfer Ribonlar
- Barkod Okuyucular
- Barkod Yazıcılar
- El Terminaleri
- Stickerlar



Thermal Transfer Ribbons
Label Fabrics - Barcode Printers
Readers - Handheld Terminals



akmaz®

AKMAZ BARKOD SANAYİ VE DIŞ TİCARET LTD.ŞTİ.
Doğu Sanayi Sitesi 6.Blok No:2 P.K. 34197 Yenibosna - İSTANBUL
Tel: + 90 212 652 25 50 (pbx) Faks: + 90 212 652 09 90
www.akmazbarkod.com - barkod@akmazbarkod.com

MERTER MODA HAREKETİ BAŞLADI



MESİAD, TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN EN ÖNEMLİ ÜSLERİNDEN BİRİ OLAN MERTER’İ DÜNYA MODASININ MERKEZİNE TAŞIYACAK HAREKETİ BAŞLATTI. ‘MERTER MODA MERKEZİ SEMPOZYUMU’NDA SANAYİ VE TİCARET BAKANI NİHAT ERGÜN’ÜN YANI SIRA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM DÜNYASININ ÖNEMLİ İSİMLERİ BİR ARAYA GELDİ.

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD) tekstil ve hazır giyim en önemli kalelerinden biri olan Merter’i dünya modasının merkezine taşıyacak hareketi başlattı. MESİAD, Merter Kaymakamı, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, üniversite ve işadamları birlikte hareket ederek Merter Tanıtım Grubu’nu (MTG) kurdu. Merter’i dünya modasının merkezi yapmak sloganıyla yola çıkan ve bundan sonraki süreçte Merter çatısı altındaki markaların, üretimi, satışı ve tanıtımındaki standartları artırmak için farklı proje ve etkinlikleri hayata geçirecek olan MTG, ilk adımı 9 Mart’ta düzenlenen bir sempozyum ile attı. “Merter Moda Merkezi Sempozyumu” ile teksti-

lin önemli isimlerini bir araya getiren etkinlikte temel konu Merter ve modaydı. İki oturum halinde gerçekleşen sempozyumda tekstil sanayisi sorunları masaya yatırılırken Merter’in durumu da ele alındı. Güngören Belediyesi ile Güngören Kaymakamı’nın da desteklediği sempozyum Green Park Otel’de yapıldı. Mesiad Başkanı İdris Akdoğan, Merter Tanıtım Grubu Genel Koordinatörü Halil Samuk ve yönetim kurulu üyelerinin haftalardır hazırlık yaptığı sempozyum işadamlarından yoğun ilgi gördü. Sempozyumda, Merter’in Türkiye tekstilindeki yeri ve ihracata katkıları, konumu, yerleşkesi konuları değerlendirildi. Merter’i moda- nın merkezine taşımak için neler hayata geçirilmesi gerekenler ise

sempozyumun ana konusu oldu. Güngören Kaymakamı Seyfettin Azizoğlu, Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Damat/Tween markasının Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu ve ünlü modacı Arzu Kaprol de organizasyona katılarak konu hakkında değerlendirmelerde bulundu. Sekiz saat süren sempozyuma son oturumda Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün ise İstanbul, Merter ve tekstil kavramlarının ayrılmaz bir bütün olduğunu söyledi.

Türkiye’nin tekstil merkezi İstanbul, İstanbul’un merkezi Merter İstanbul’un tekstil açısından

önemli bir merkez, bu alanda birçok firmanın yer aldığı Merter'in ise sektörün en önemli merkezlerinden biri olduğunu belirten Bakan Ergün, "Hem İstanbul'u, hem Merter'i, hem de tekstili bir bütün halinde değerlendirdiğimizde, tekstilin geleceği açısından Merter'in merkezi konumunu ve Türkiye'nin önemini birlikte düşünmemiz lazım" dedi. Türkiye'nin sanayileşmesinde ve ihracatında tekstil ve hazır giyim yerinin yadsınamayacak kadar büyük olduğunu, dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmelerin her alanda olduğu gibi bu alanda da yeni adımlar atılmasını zorunlu hale getirdiğini söyleyen Ergün, bundan sonraki süreçte ucuz iş gücü, hammadde ve enerji kaynağı olmadığı dikkate alınarak, tekstilde rekabet avantajının, tasarım, ar-ge, markalaşma ve akıllı tekstil kavramları ile sağlanması gerektiğinin altını çizdi. Ergün, dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmenin ve tanıtımın önemine de dikkat çekti. Türkiye'deki sektörlerde işbirliği kültürünün son derece zayıf olduğunun altını çizen Ergün, "Dünyada devasa işletmeler küresel rekabet güçlerini artırmak için şirket evlilikleri yaparken biz 'Küçük olsun, benim olsun' düşüncesiyle hareket ediyoruz. Bu doğru bir yaklaşım değil" diye konuştu. Özellikle KOBİ niteliğindeki işletmelere mikro reformlarını yapabilmeleri için önemli teşvik ve destek mekanizmaları oluşturduklarını ifade eden Ergün, Türkiye'nin önündeki süreçte, makro ekonomik dengelerindeki

finansal istikrarın sağlamlığı kadar işletmelerin rekabete dayanıklılığı kadar da önemli olduğunu söyledi.

"Herkes elini taşın altına koymalı"

Merter'i dünya modasının merkezine taşıma projesindeki en önemli isimlerden biri olan Kaymakam Seyfettin Azizoğlu, STK'lardan, iş adamlarına kadar hep birlikte bir amaç için yola çıktıklarını ve bu amaç doğrultusunda modanın kalbinin attığı Merter'i, dünya modasının kalbinin attığı bir yer haline getirmeyi hedeflediklerini dile getirdi. Bir yıldır hazırlıkları süren sempozyum için, "Amacımız tekstilin dünyadaki gelişimine paralel olarak Merter'in, en rasyonel ve bilimsel şekilde bu gelişime ayak uydurmasını sağlamak. Bu sempozyum Merter'in dönüşümünün bir başlangıcı olacaktır. Umarım ki buradan çıkacak sonuçlarla yol haritamızı çizerek Merter için güzel hizmetleri de başlatmış olacağız" diyen Azizoğlu, herkesin elini taşın altına koymasının gerektiğini, böylelikle Merter'in gelişen dünyada kendine önemli bir yer bulacağını söyledi.

Büyükeksi: Merter hareketi herkese örnek olmalı

Laleli, Osmanbey Merter'in, tekstil ve hazır giyim ihracatının kendiliğinden başladığı doğal merkezlerden biri olduğunu söyleyen TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, semtin her geçen gün geliştiğini ve ihtisaslaştığını kaydetti. Tekstil ve hazır giyim-



de doğal kümelenmenin oluştuğu nadir bir yapıya sahip olan Merter'de başlatılan moda hareketinin herkese örnek olması gerektiğini belirten Büyükeksi, 2023 ihracat hedeflerine değinerek, "2023'te 500 milyon dolar ihracat hedefliyoruz. Sayın Başbakan'la bir yol haritası çıkarmak için 1,5 yıldır bu hedef üzerinde çalışıyoruz. Son çalışmalarımız gösteriyor ki 24 sektörde 545 milyar dolara ulaşabileceğiz. Otomotiv ve tekstil sektörleri yine başı çeken iki sektör olacak. Tekstil ve hazır giyim 100 milyar dolarlık bir hedefi var. Bu hedeflere ulaşmak için izlenmesi gereken yol daha fazla üretim yapmak değil, katma değerli ürünler üretmek olmalı" dedi. Büyükeksi, sektörün, ar-ge, inovasyon ve markalaşmaya ağırlık vererek ürünlerin katma değerini artırmaya kanalize olması gerektiğini kaydetti.

Üretimle başladı marka oldu

Hazır giyim sektörüne yılları veren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Beyazıt'ta başlayan ticaret hayatının Merter'de ivme kazandığını ve o yıllarda MESİAD'ın kuruluşunu gerçekleştirdiklerini anlattı. 1984 yılın-

dan bu yana semtte birçok değişimin yaşandığını, uzun yıllar Keresteciler Sitesi olarak anılan Merter'in moda merkezi olmaya giden yolda ilk savaşını adının değişmesi için verdiğini ve başardığını ifade eden Tanrıverdi, bugün semtte bulunan birçok firmanın kendi markasını oluşturduğunu belirtti. Merter'in ülke ihracatında da ciddi payı olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, "İTKİB bünyesindeki bin 200 firma Merter'de yer alıyor. Bu firmalardan 600'ü hazır giyim üretiyor ve ihraç ediyor" dedi ve 15 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı içinde Merter'in 2 milyar dolarlık bir payı olduğunun altını çizdi. Tanrıverdi, kayıtlı olmayan rakamların bu sayıyı daha da yukarı çekeceğinin göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtti.

Merter'in yapısal sorunları çözülüyor

Sempozyuma katılarak Merter'de hayata geçirilmesi hedeflenen projeleri aktaran Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, uzun zamandır yürütülen ortak bir çalışmanın detaylarını verdi. Merter'in avantajlarının çok fazla olduğunu, cadde ve sokakların düzgün, fiziki ortamın müsait olduğunu belirten Karaman, İstanbul'un gelişmesine paralel





İDRİS AKDOĞAN

MESİAD Başkanı ve İHKİB

Yönetim Kurulu Üyesi

Son yıllarda ülkemiz tepeden tırnağa yeni bir vizyon çizdi. Biz de bu vizyona ayak uydurmamız gerektiğini düşünüyoruz. Bundan bir yıl evvel Merter Tanıtım Grubunu kurduk. Amacımız Merter'in bir marka olarak dünya moda merkezleri arasında yerini alması. Merter Tanıtım Grubunu kurarken semtte çalışan, üreten insanların sorunlarını dinledik. Merter'in moda merkezi olması konusunda ne yapmamız gerekir diye herkesin fikrini aldık. Bugün de aldığımız fikirler eşliğinde bunun deklarasyonunu yayınladık. Merter'de alışveriş alanlarının perakende satış alanlarının olduğu projeler var. Yani Merter'in bundan sonraki süreci, göze hoş gelen, Türkiye'nin imajına yakışır bir moda merkezi olma yolunda planlanıyor. Devletimizin bugün çizdiği 2023 vizyonuna biz de Merter olarak katıldık. Amacımız 2023'te Milano'dan daha önce birinci sıraya Merter'i taşımak.

semtin de geliştiğinin altını çizdi. Semtin, İstanbul için merkezinde ancak şehrin keşmekeşinden uzakta olduğuna dikkat çeken, Karaman semt esnafının düşünce ve beklentilerini çok önemsediklerini, huzur ve güven içerisinde ticaretlerini sürdürebilmeleri için kendilerine düşen görevi yerine getirdiklerini söyledi. Karaman, "Merter



de artık kendi koleksiyonunu üreten üreticiler var. Biz kamu olarak arkanızdayız. Bugün şunu severek söylüyorum. Merter moda merkezi olma yolunda talepkar. Talep olduğunda biz bu sokaklara ne gerekiyorsa onu yaparız. Bütçe de önemli değil yaparız" diye konuştu. Semtte yapılan yenilenmeleri Merter'in gelişimini düşünerek hayata geçtiklerinden Kaydeden Karaman, alt yapı olarak hazır olduklarını ve firmaların taleplerini beklediklerini ifade etti.

"Önce İstanbul sonra Merter"

Ünlü modacı ve Moda Tasarımcıları Derneği Başkan vekili Arzu Kaprol yaptığı konuşmada Merter'de moda ve tasarım anlayışının öne çıkması için neler yapılabileceğine dair önerilerde bulundu. Merter'in merkez olabilmesi için önce Türkiye'nin ardından İstanbul'un merkez olması gerektiğini söyleyen Kaprol, "Hepimizin uğraşı öncelikle Türkiye'yi dünyada bir moda merkezi haline getirmek. Verdiğimiz tüm çabaları oldukça yoğunlaştırmak gerekiyor. Bir bütün olarak hareket edebilmek oldukça önemli" dedi. Merter vitrinlerinde çok fazla çeşit ve çok fazla marka olduğunu ifade eden Kaprol, özellikle genç tasarımcıların semt adına yapabileceği çok şey olduğunu dile getirdi.

Orakçoğlu: Hedefler iyi belirlenmeli

Merter Moda Merkezi Sempozyumu'nun ikinci bölümü oldukça hareketli geçti. Damat/Tween Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu, Merter'in moda merkezi olma yolunda ilk yapması gerekenin kendisine bir yol haritası çizmek ve ne istediğini en iyi şekilde tanımlamak olduğunu söyledi. Dünyada tekstil ve hazır giyim sektörleriyle öne çıkan bölgelerden örnekler vererek Merter'in, hedef kitesini belirleyerek segmentasyon çalışması yapması gerektiğine değinen Orakçoğlu, "Sadece bizim ürünümüz daha kaliteli daha ucuz demek ile olmuyor. Ruh katmak gerekiyor. Önümüzdeki şans iyi değerlendirmemiz gerekiyor. Birçok şeyi isteyip bir şey yapamamaktansa bir şeyi iste-

yip başarmak çok önemli" dedi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölüm Başkanı Prof. Kemal Can, Merter'in bu zamana kadar ki moda hareketlerinden ayrılması gerektiğinin dikkatle altını çizdi. Bu ayrımın felsefi bakış açısı, kalite ve kurallarla olması gerektiğini söyleyen Can, "Merter Moda Merkezi olmayı başarmak ancak bunun için kesinlikle akademik ve felsefi destek almalı. Aksi takdirde daha önce girilen, moda merkezi hareketlerinin ötesine gidemeyiz" dedi. Hazırladığı sunumda üniversitenin tekstil alanında farklı kurum ve derneklerle yürüttüğü projelerden örnekler veren Can, Merter'de tekstil ve hazır giyimi vurgulayacak benzer bir çalışmanın hayata geçirilebileceğini söyledi. ❖



MSÜ Tekstil ve Moda Tasarımı Bölüm Başkanı Prof. Kemal Can, Merter'in moda merkezine dönüşecek potansiyele sahip olduğunu söyledi

Texpo Eurasia 2011

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



www.texpoeurasia.com

8. ULUSLARARASI
İSTANBUL
İPLİK
FUARI

www.istanbuliplikfuari.com

28-31 Mayıs 2011

TUYAP TÜM FUARCILIK YAPIM A.Ş. FUAR ALANI VE MERKEZ OFİSİ

Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi
34522, Büyükçekmece
İstanbul

Tel : 0212 867 11 00
867 12 00

Faks : 0212 886 66 98

E-posta :

Yurtiçi Satış
yurticisatis@tuyap.com.tr

Yurtdışı Satış
sales@tuyap.com.tr

Reklam Satış
reklamsatis@tuyap.com.tr

Yurtdışı Fuarlar
tuyapoverseas@tuyap.com.tr

Proje Tanıtım
tanitim@tuyap.com.tr

Fuar Alanı
fairarea@tuyap.com.tr

TUYAP YURTDIŞI OFİSLERİ

E-posta :

Tüyap Adana
tuyapadana@tuyap.com.tr

Tüyap Ankara
tuyapankara@tuyap.com.tr

Tüyap Bursa
tuyapbursa@tuyap.com.tr

Tüyap Diyarbakır
tuyapdiyarbakir@tuyap.com.tr

Tüyap Gaziantep
tuyapgaziantep@tuyap.com.tr

Tüyap İzmir
tuyapizmir@tuyap.com.tr

Tüyap Kayseri
tuyapkayseri@tuyap.com.tr

Tüyap Konya
tuyapkonya@tuyap.com.tr

Tüyap Samsun
tuyapsamsun@tuyap.com.tr

TUYAP YURTDIŞI OFİSLERİ

E-posta :

Tüyap Moskova
tuyapmoscow@tuyap.com.tr

Tüyap Sofya
tuyapsofia@tuyap.com.tr

Tüyap Halep
tuyapaleppo@tuyap.com.tr

Tüyap Tiflis
tuyapgeorgia@tuyap.com.tr

Tüyap Tahran
tuyaptehran@tuyap.com.tr

Tüyap Üsküp
tuyapskopje@tuyap.com.tr

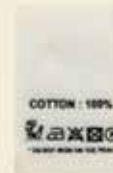
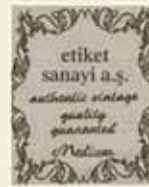
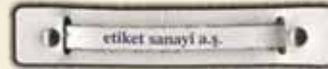
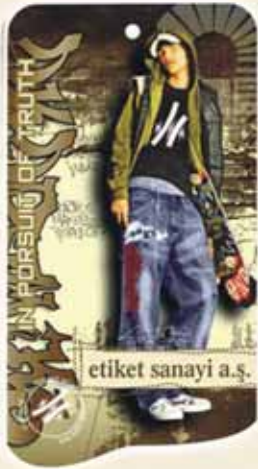


Etiket Sanayi a.Ş.

since 1976

etiket sanayi a.Ş.

www.etiketsanayi.com



etiket sanayi a.Ş.	
DENIM WEAR	
W	L
26	32
26	32
26	32
26	32
26	32



Doğu Sanayi Sitesi 5. Blok No: 11-13 P.K. 34197 Yenibosna - İstanbul / TÜRKİYE
 Tel: +90 212 552 38 00 (pbx) Fax: +90 212 639 93 82 etiket@etiketsanayi.com

İTHALATTA KORUNMA ÖNLEMLERİNDE VERGİ ORANLARI DÜŞÜRÜLDÜ



DOKUMA KUMAŞLAR VE HAZIR GİYİM ÜRÜNLERİ İÇİN İLAVE GÜMRÜK VERGİLERİ GETİREN İTHALATTA KORUNMA ÖNLEMLERİNE DAİR DTM'NİN YAPTIĞI SORUŞTURMA, İLGİLİ TÜM TARAFLARIN GÖRÜŞLERİNİN ALINMASI İLE SÜRÜYOR. ÖTE YANDAN, 13 OCAK TARİHLİ DTM TEBLİĞİNDE ÖNGÖRÜLEN GEÇİCİ ÖNLEMLERE İLİŞKİN BAKANLAR KURULU KARARI 24 MART'TA YAYIMLANDI. SÖZ KONUSU KARAR'DA, TEBLİĞLERLE ÖNGÖRÜLEN DOKUMA KUMAŞTA YÜZDE 17-27 VE HAZIR GİYİMDE YÜZDE 21-40 ORANLARINDAKİ GEÇİCİ ÖNLEMLER 10 PUAN DÜŞÜRÜLDÜ.

Cumhuriyetin ilk yıllarında temeli atılan Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü, ekonomimizin en fazla katma değer yaratan ve dış ticaret fazlası veren işkollarının başında geliyor. İki sektör birlikte, milli gelirin yüzde 8'ini, sanayi üreti-

minin yüzde 16'sını, istihdamın yüzde 11'ini, ihracatın ise yüzde 18'ini gerçekleştirirken, son on yıldır ağırlaşan bir Uzakdoğu baskısı altında sıkıntı çekiliyor. Sürdürülemez haksız rekabet ve hızla artan ithalat sonucunda Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), teks-

til ve hazır giyim sektöründeki üretici firmalar ile ilgili sanayi ve ticaret odalarının başvurusu üzerine yoğun ve titiz çalışmaların ardından korunma önlemi soruşturması açılması ve geçici önlem alınması için yeterli şartların oluştuğuna karar verdi.

Tebliğ 13 Ocak'ta yayınlandı

DTM İthalat Genel Müdürlüğü tarafından sonuçlandırılan bu değerlendirme kapsamında, Müsteşarlık tarafından 13 Ocak 2011 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 2011/1-2 sayılı

Tebliğlerle bazı dokuma kumaş ve konfeksiyon ürünlerine ilave gümrük vergisi şeklinde koruma önemi alınması amacıyla soruşturma açıldı. Aynı Tebliğler ile soruşturma başlatılmasının yanı sıra, bu ürünlerin ithalatına geçici önlem alınması için Bakanlar Kurulu'na tavsiyede bulunulması hükmü de yer aldı. Tebliğlerde öngörülen geçici önlemler, dokuma kumaşta mevcut vergilere ilave olarak, İthalat Rejim Kararı'nda tanımlanan Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 30, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 27 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) için yüzde 21 düzeyinde öngörüldü. Hazır giyim ürünlerinde ise Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 40, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 37 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) için yüzde 27 düzeyinde öngörüldü.

Bununla birlikte uygulanması öngörülen ilave gümrük vergisi şeklindeki geçici önlemlerde, çok düşük ve çok yüksek fiyatlı ürünlerin ithalat vergilerindeki dalgalanmayı önlemek üzere, minimum ve maksimum fiyat kriteri de getirilerek, anılan önlemlerin bu marjlar çerçevesinde uygulanması gerektiği belirtildi. Dokuma kumaşta minimum fiyatlar 0,75 dolar/Kg ile 1,25 dolar/Kg arasında belirlenirken maksimum fiyatlar 4 ila 4,25 dolar/Kg arasında bulunuyor. Hazır giyimde ise minimum fiyatların düzeyi 3,5 dolar/Kg ile 5,5 dolar/Kg arasında, maksimum fiyatların düzeyi ise 16 dolar/Kg ve 20 dolar/Kg arasında değişmekte.

DTM tüm tarafları dinledi

Diğer taraftan, Tebliğlerle başlatılan soruşturma süreci ilgili tarafların Dış Ticaret Müsteşarlığı'na başvurusu ve tarafları dinleme toplantısı ile devam etti. Üretici, ihracatçı, ithalatçı tüm taraflar, Tebliğlerin yayımlanmasını takip eden 20 gün içinde "ilgili taraf" olarak Dış Ticaret Müsteşarlığı'na başvuruda bulunarak, 30 günlük

süre içinde soruşturma kapsamında alınması kararlaştırılan önlemlerden ne şekilde etkileneceklerini yazılı olarak DTM'ye bildirdiler. 7-8 Mart 2011 tarihlerinde ise DTM, tüm ilgili tarafları dinleme toplantısına davet etti ve tarafların hem önlem başvurusundaki hususları, hem de önlemin etkileri konusunda olumlu ve olumsuz değerlendirmelerini sözlü olarak aldı. Bahse konu tarafları dinleme toplantısının akabinde, dile getirilen görüşler 18 Mart 2011 tarihine kadar DTM'ne yazılı olarak da bildirildi. Tarafların yazılı görüşlerini bildirmeleri sonrasında, soruşturma süreci halen devam ediyor. DTM tarafından yazılı ve sözlü alınan tüm görüşlerin değerlendirilmesi ile soruşturma süreci nihai olarak tamamlanacak. Soruşturma süreci sona erdiğinde, geçici önlemlerin kesin önlemler şeklinde yürürlüğe girmesi, geçici önlemlerde oran ya da kapsam açısından değişiklikler veya soruşturmanın önemsiz kapatılması gündeme gelebilecek.

Bakanlar Kurulu kararı ile vergi oranları 10 puan düştü

Öte yandan, 13 Ocak 2011 tarihli 2011/1-2 sayılı Tebliğlerle başlatılan soruşturma süreci devam ederken, bu Tebliğlerde öngörülen geçici önlemlere ilişkin Bakanlar Kurulu Kararı 24 Mart 2011 tarihli Resmi Gazete'de yayımlandı. Söz konusu Bakanlar Kurulu Kararı'nda, Tebliğlerle öngörülen dokuma kumaşta yüzde 17-27 ve hazır giyimde yüzde 21-40 oranlarındaki geçici önlemler 10 puan düşürülerek yayımlandı. Bu durumda, geçici önlemler dokuma kumaşta mevcut vergilere ilave olarak, İthalat Rejim Kararı'nda tanımlanan Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 20, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 17 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ)



TÜRKİYE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İTHALATI (milyon dolar)

	2008	2009	Değişim (yüzde)	2009/11	2010/11	Değişim (yüzde)
İplik ve dokunmuş tekstil	3.338	2.807	-16	2.474	3.565	44
Giyim eşyası	1.800	1.713	-5	1.587	2.059	30
Trikotaj (örme ürünleri)	331	349	5	316	414	31

in yüzde 11 düzeyinde öngörüldürken, hazır giyim ürünlerinde ise Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 30, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 27 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) için yüzde 17 düzeyinde uygulanacak.

Önlemler, Bakanlar Kurulu Kararı'nın yayımlanmasını takip

eden 120. günde (22 Temmuz 2011) yürürlüğe girecek. Söz konusu önlemler uygulamaya başlandığında ithalat, öngörülen oranlarda Gümrüklere teminat mektubu ibraz edilmek suretiyle yapılabilecek. Soruşturmanın menfi sonuçlanması durumunda ise teminat mektupları geri iade edilecek. ❖

DERİNİN LİDERLERİ ZİRVEDE BULUŞTU



DERİ TANITIM GRUBU'NUN, 14 YILDIR DÜZENLEDİĞİ 'DERİ DEĞERLENDİRME TOPLANTILARI' SEKTÖRÜN ÖNEMLİ İSİMLERİNİ BULUŞTURAN YAPISINDAN HAREKETLE BU YIL 'DERİ ZİRVESİ' ADINI ALDI. TARIM VE KÖYİŞLERİ BAKANİ MEHDİ EKER'İN KATILDIĞI 14. DERİ ZİRVESİ'NDE, DERİ İHRACATININ 2011 YILININ İLK ÜÇ AYINDA YÜZDE 23 ARTARAK TÜRKİYE İHRACAT HIZINI 1,5 KAT AŞTIĞI BELİRTİLDİ.

Deri Tanıtım Grubu (DTG) tarafından düzenlenen 'Deri Değerlendirme Toplantıları' lider isimlerin katılımıyla bu kez zirveye dönüştü. Ulusal ve uluslararası alanda Türk derisinin marka algısını güçlendirmek için yola çıkan DTG'nin, 1997 yılından bu yana düzenlediği etkinlik, sektörün önemli isimlerini buluşturan yapısından hareketle bu yıl "Deri Zirvesi" adını aldı. 14 Nisan'da İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan etkinlikte, deri sektörü her yönüyle değerlendirildi. Perakende sektörünün önde gelen isimlerinin yanı sıra Tarım ve Köyişleri Bakanı Mehdi Eker katıldı. TIM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay ve TDSD Başkanı Erdal Matraş da katılarak, sektörün sorunlarını ve çözüm önerile-

rini dile getirdi. Organizasyonun açılış konuşmasını yapan Matraş, Türkiye'de ham deri fiyatlarının, kriz öncesi dönemde 1,6 lira civarında iken, 4,5 liraya çıktığını dile getirdi. Et fiyatlarının, ham deri fiyatlarından öncelikli ele alınması gerektiğini vurgulayan Matraş, ancak canlı hayvan ithalatının ham deri ihtiyacına çözüm olacağını söyledi. Tarım ve hayvancılığın ayrılmaz bir bütün olduğunun altını çizen Bakan Eker, dericilik sektörünün de Tarım Bakanlığı içinde yer alması gerektiğini söyledi. Dericilik sektörü açısından hayvan popülasyonunun sayıca yüksek olmasının en önemli unsurlardan biri olduğunu, kalite ve verim 2002 yılında 9,8 milyon olan Türkiye'nin sığır varlığının, 2002-2010 arasında yüzde 10'luk artışla 11 milyona çıktığını belirtti.

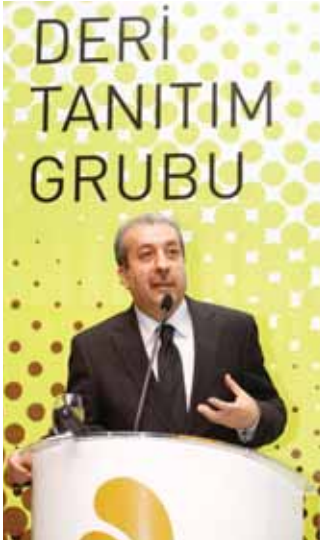
Matraş: İthalat ihracatı katlayacak

Toplantının ilk konuşmacısı Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Başkanı (TDSD) Erdal Matraş, Türkiye deri sektörünün güçlü altyapı, teknoloji, know-how ve kalifiye işgücü ile birlikte bugün, 13 ayrı bölgede 541 işletme ve 11 bin 534 kişilik istihdam olanağı ile faaliyet sürdürdüğünü kaydetti. 2000-2010 arasında işletme sayısının azaldığını, istihdamın düştüğünü ancak sektörün ekonomik büyüklüğünde kayıp olmadığını belirten Matraş, yılda 6,5 milyon adet büyükbaş ve 30 milyon adet küçükbaş deri işleyen sektörün 1 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahip olduğunun altını çizdi. Matraş, deri üretiminde kullanılan üretim girdilerinin arasında ham derinin ortalama yüzde 65'le en önemli kalemi teşkil etti-

ğine işaret ederek, "Canlı hayvan ve et piyasasındaki gelişmeler deri sektörünü yakından ilgilendiriyor. Türkiye'de ham deri fiyatlarının, kriz öncesi dönemde 1,6 lira civarında iken, 4,5 liraya çıktı. Et fiyatlarının, ham deri fiyatlarından öncelikli ele alınması gerekiyor. Ham deri ihtiyacına ancak canlı hayvan ithalatı çözüm olur" diye konuştu. Deri sektörünün krizde çok fazla ithalat yaptığını belirten Matraş, 2010 Ocak-Şubat döneminde 19 milyon dolar olan ham deri ithalatının, bu yılın ilk iki ayında 64 milyon dolara çıktığını, yıl sonunda ithalatın ihracatı ikiye katlayabileceğini vurguladı.

"Sığır varlığı 8 yılda yüzde 10 arttı"

Tarım ve Köyişleri Bakanı Mehdi Eker, tarımın içinde tüm ürün ve canlıları barındırdığını, bu neden-



TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay ve TDSB Başkanı Erdal Matraş, 14'üncü Deri Zirvesi'ne katılan Bakan Mehdi Eker'e hediye takdim etti.



le hayvancılık ile doğrudan ilişki içinde olan deri sektörünün Tarım Bakanlığı içinde yer alması gerektiğini söyledi. Türkiye'nin, dünyadaki tarımsal hasıla sıralamasında son 3 yılda 56 milyar dolarlık hasılla 11'ci sıradan 8'inci sıraya yükseldiğini, hayvancılığın da profesyonelleşerek, 15 bin 700 yeni işletme kurulduğunu hatırlatan Eker, son yıllarda azalmaya başlayan küçükbaş hayvancılığı destekleme kapsamına aldıklarını ifade etti. Hayvan popülasyonunun sayıca yüksek olmasının, dericilik sektörü açısından daha önemli olduğunu belirten Eker, "Dericilik sektörünün talebiyle, iktisadi verimliliğinin gerektirdiği işletmecilik anlayışının ortaya koyduğu şartlar uyumuyor. Bu doğal bir şey. Elbette biz Türkiye'de hayvan popülasyonunun azalması, kalite ve verim açısından yükselmesi için uğraşyoruz" diye

konuştu. Sığır popülasyonunun kültür ırkına dönüşmesi için çok büyük çaba sarf edildiğini kaydeden Bakan Eker, 2002 yılında 9,8 milyon olan Türkiye'nin sığır varlığının son sekiz yıl içinde yüzde 10'luk artışla 11 milyona çıktığını ekledi.

"Hedef 2023'te 4,5 milyar dolar"

Türkiye'nin deri ürünleri ihracatının seyrini ve dünyadaki konumuna ilişkin bilgileri aktaran İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay, "2023 için sektörel hedefimiz, dünya toplam deri ihracatından yüzde 1,5 pay alarak, ihracat rakamımızı 4,5 milyar dolara taşımak" dedi. Türkiye'nin deri giyimde 6'ncı, kürk giyimde 4'üncü en büyük tedarikçi olarak dünya çapında öne çıktığını hatırlatan Tolunay, sektörün bu başarıya zor günleri geride bırakarak ulaştığının altını çizdi. Küresel krizin etkisiyle 2009'da sektör ihracatının yüzde 20'nin üzerinde azaldığını, krizin etkilerinin azalmasıyla tablonun pozitif yönde değiştiğini kaydeden Tolunay, "Deri mamulleri ihracatımız 2010'da yüzde 18,2 artarak 1,3 milyar dolara yükseldi. Pazarlar özelinde ise İtalya, Kazakistan, İngiltere ve Irak en fazla ihracat artışının gerçekleştiği ülkeler oldu. Bu ülkelere yüzde 40 ve üzerinde ihracat artışı gerçekleştirdik" dedi. Dünya

deri ürünleri ithalatında en küçük paya sahip olan deri konfeksiyonunun ülke ihracatında yüzde 38 gibi ağırlıklı bir paya sahip olduğuna değinen Tolunay, bu durumun göz önünde bulundurulması gereken önemli bir faktör olduğuna dikkat çekti.

"Derinin ihracat hızı Türkiye'yi katladı"

Zirve sayesinde, derinin bugünkü fotoğrafını çekerek yarınlara bakılacağını dile getiren TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi konuşmasında, Türkiye'nin 2023'teki dış ticaret hedeflerini aktardı. 2009'da yaşanan ekonomik krizden sonra 2010 yılında Türkiye'nin yüzde 8,9'luk artış ile sağladığı büyümenin, ülkemizi Avrupa'da büyüme lideri yaptığını kaydeden Büyükeksi, 2010 yılında 114 milyar dolar ihracat rakamıyla yüzde 12 oranında artış yakalandığını ve 310 bin istihdam yarattığını vurguladı. TİM Başkanı, 2023 yılı için belirledikleri 500 milyar dolarlık ihracat hedefine dikkat çekerek, 1,3 milyar dolar olan deri ihracatının 2011 yılının ilk üç ayında yüzde 23 arttığını belirtti. Deri sektörünün ihracat hızının, Türkiye ihracat hızını 1,5 katını aştığını ifade eden Büyükeksi, ana madde deri olan sektörde Avrupa genelinde İtalya'dan sonra ikinci sırada yer aldığımızı hatırlattı. Konuşmaların ardından etkinlik

DERİ ZİRVESİ'NDEN TOPLANTI NOTLARI

- Deri sektörü 13 ayrı bölgede 541 işletme ve 11 bin 534 kişilik istihdamla faaliyet sürdürüyor.
- Yılda 6,5 milyon büyükbaş ve 30 milyon küçükbaş deri işleyen sektör 1 milyar dolarlık büyüklüğe sahip.
- Kriz öncesinde 1,6 lira civarında olan ham deri fiyatları 4,5 liraya çıktı.
- Son sekiz yılda yüzde 10 artan Türkiye sığır varlığı 9,8 milyondan 11 milyona çıktı.
- 2010 Ocak-Şubat döneminde 19 milyon dolar olan ham deri ithalatı bu yılın ilk iki ayında 64 milyon dolara çıktı.
- 1,3 milyar dolar olan deri ihracatı 2011 yılının ilk üç ayında yüzde 23 arttı.
- Deri ihracatta Türkiye ortalamasını 1,5 kat aştı.

dünyaca tanınmış tasarımcı Arzu Kaprol'un "Deri ve Tasarım" başlıklı sunumu ile devam etti. Zirve, "Derinin Dünü, Bugünü ve Yarını" başlığı altında düzenlenen ve sektör duayenleri Ümit Zaim, Melih Celet, Selahattin Akaydın ve Hakkı Matraş'ın uzun yıllara dayanan tecrübelerinden yola çıkarak, derinin mevcut durumunu ve gelecek projeksiyonunu değerlendirdiği özel oturumla sona erdi. ❖

HONG KONG'UN YILDIZI YİNE TÜRKİYE OLDU

DERİNİN KÜRESEL AKTÖRLERİNİ HONG KONG'TA BULUŞTURAN ASYA PASİFİK FUARI BU DÖNEM 2.600 FİRMAYI 40 BİNİ AŞKIN ALICIYLA BULUŞTURDU. FUARIN EN DİKKAT ÇEKEN ÜLKELERİNDEN BİRİ TÜRKİYE OLDU. 39 FİRMA İLE FUARDAKİ EN BÜYÜK KATILIMCI GRUPLARDAN BİRİNİN TEMSİLCİSİ OLAN İTKİB APLF'NİN ANA SPONSORU OLDU.



Deri endüstrisinin en gözde uluslararası platformu Hong Kong Asya Pasifik Deri Fuarı (APLF) sektörün en önemli alıcı ve satıcılarını bir kez daha buluşturdu. 30 Mart – 1 Nisan tarihleri arasında gerçekleşen fuarda 2 bin 600 firma 40 bini aşkın alıcı ile buluştu. Düzenlendiği dönemde, deri sektörünün kalbinin attığı yer olarak tanımlanan APLF Hong Kong Fuarı'nda en dikkat çeken ülkelerden biri ise yine Türkiye oldu. 27 yıldan bu yana düzenlenen fuarda birçok defa ödül alan Türkiye bu kez de geleneği bozmadı. Tasevmları büyük beğeni toplayan Çetinkaya Deri Best Fashion Leather alanında ödül aldı. Türkiye'den firmaların yoğun ilgi gösterdiği fuara ise İTKİB patronajında tarihi katılım gerçekleşti. 39 firmanın katılımıyla İTKİB fuardaki en büyük katılımcı gruplardan birinin temsilcisi oldu. Türk firmalarının yer aldığı, Doğru

Asya'ya yönelik iş bağlantılarının yanı sıra küresel bir iş platformu olarak tanımlanan Raw Materials, Manufacturing and Technology bölümünde yoğun bir uluslararası katılım gözlemlendi. Çin'den İtalya'ya kadar birçok farklı ülkeden 25 bin ziyaretçi, 61 ülke ve bölgeden bin 700 katılımcı firma ile bir araya geldi. Fuarın ziyaretçileri arasında Coach, Bally ve Ecco gibi dev alım grupları dikkat çekti.

Ana sponsor İTKİB'ten tarihi katılım

APLF Hong Kong Fuarı 2011 Hong Kong Convention ve Exhibition Centre'da düzenlendi. İTKİB en büyük katılımcı gruplarından birinin temsilcisi olma sorumluluğunun bilincinde olarak son üç yılda olduğu gibi bu yıl da APLF'nin ana sponsoru oldu. Türkiye 37'si hammadde ve üretim, 2'si makine ve kimyasallar bölümünde olmak üzere toplam 39 firma net 771 metre-

kare stand alanı ile Hall 1 salonunda yer aldı. Geçtiğimiz yıllarla kıyaslandığında İTKİB patronajında fuara katılan firmaların sayısında ciddi bir artış yaşandı. Bu sayede İTKİB ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) önemli bir tanıtım gerçekleştirdi. Fuarda yerli ve yabancı basın mensupları Türk milli katılımına yoğun ilgi gösterdi. Fuar Türkiye'nin önemli yayın organlarından Hürriyet, Sabah ve Dünya gazeteleri ile Ekonomist Dergisi muhabirleri yakından takip etti.

61 ülkeden katılım

Bu yıl 27'inci kez düzenlenen APLF Hong Kong Fuarı istikrarlı bir gelişim ile yerel bir etkinlikten günümüz küresel deri ve deri ürünleri pazarının vazgeçilmez buluşma noktalarından biri haline geldi. Deri sektörünün Asya'daki kilit noktası olarak bilinen Hong Kong Asya Pasifik Deri Fuarı, bu dönem de dünyanın dört bir köşesinden üretici ve alıcıları bir araya

getirdi. Deri sektöründeki tüm segmentlerin aynı çatı altında toplanan fuarda bu yıl Hong Kong, Çin Hindistan, Tayvan, Kore, Japonya, ABD ve İtalya gibi birçok ülkeden 25 bin ziyaretçi, yine Çin ve Hong Kong'un yanı sıra İtalya, Hindistan gibi 61 ülke ve bölgeden bin 700 katılımcı firma buluştu.

Fuarın en önemli bölümlerinden biri olan ve en fazla hareketliliğin gözlemlendiği Materials, Manufacturing and Technology genel başlığı altında işlenmiş / yarı işlenmiş deri, deri makineleri, kimyasallar ve teknolojilerine yönelik dünyanın dört bir köşesinden tedarikçi ve alıcıları buluştururken dünyanın en büyük alım gurplarını da ağırladı. APLF Hong Kong'un 2011 dönemi ziyaretçileri arasında Coach, Bally, Ecco, K-Swiss, Li & Fung, Hugo Boss, Adidas, Bauhaus, Debenhams, Diesel, Lane Crawford, LVMH, Marks & Spencer, Calvin Klein, Armani,



ÇETİNKAYA'YA BEST FASHION ÖDÜLÜ

APLF 2011'de ödül alan Çetinkaya Deri Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Çetinkaya, bu başarının ardından tasarım ve Ar-Ge'ye öncelik vermeleri olduğunu söyledi. Fuarı dört yıldır katıldıklarını ve bu yıl ki APLF'nin oldukça başarılı geçtiğini belirten Çetinkaya, APLF'nin bu yılki ziyaretçi profilinin profesyonellerden oluştuğunu belirtti. Fuarda, geçmiş yıllara göre daha az ama öz bir kalabalık olduğunu kaydeden Çetinkaya

Hong Kong'tan birçok yeni bağlantı ve sipariş ile döndüklerini ifade etti. Çetinkaya ödül kazanmaları ile ilgili olarak ise şöyle konuştu: "Fuar hazırlıklarına iki ay önceden başladık. 27 ürün grubumuzun tamamının tüm renklerini APLF'ye taşıdık. Bu ürünler çok başarılı bulundu ve bize ödül getirdi. En iyi tasarım, iyi renk ve dizayn alanlarında verilen Best Fashion Ödülü'nü almak gurur vericiydi. Firma olarak Ar-Ge ve tasarım en önem verdiğimiz konuların başında geliyor. Sırf Ar-Ge alanında sekiz elemanımız var. Tasarımları ise İtalyan ve Alman tasarımcılarla birlikte hazırlıyoruz. Şu an tasarım atölyemizde gelecek yılın ürünleri hazırlanıyor. Bu ödülle çalışmalarımızın sonuca ulaştığını görmüş olduk. Fuarı, 61 ülke arasından binlerce firma katıldı. Onlar arasında öne çıkarak ödül almış olmak bizi gururlandırdı ve daha da kamçıladı."

Celine, Kwanpen, H&M, Clarks, Lacoste, Cole Haan, New Balance, Li-Ning, Aokang, Levi Strauss ve Next gibi tanınmış alım grupları göze çarptı.

İTKİB fuara sıkı hazırlandı

APLF 2011 Fuarı çerçevesinde İTKİB, Türkiye deri sektörünü etkin şekilde temsil etmek amacıyla stand inşaatından, reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarına kadar

bütünlük arz eden bir hazırlık gerçekleştirdi. Türkiye milli katılımını öne çıkaran ve katılımcı firmalara özel tasarlanan fuar standları dekorasyon uygulamasıyla birlikte, Deri Tanıtım Grubu logolarını tüm standlarda yer aldı. Yapılan ilan çalışmaları ile fuar ziyaretçileri etkinlik alanı girişinden standlara kadar yönlendirildi. Fuar idaresi resmi fuar kataloğunda ve alıcı rehberinde de Türkiye milli katılımı

mi ilanları özel görsel tasarım ve katılımcı firmaların listeleriyle yer aldı. Ayrıca fuarın resmi duyuruları ve haber bültenlerinde katılımcı firmaların bilgileri ile Türkiye deri sektörü hakkında özet raporlar yayınlandı. Bültenler organizatör tarafından kayıtlı tüm fuar ziyaretçilerine ulaştırıldı. Tanıtım faaliyetlerine ek olarak fuarın özel trend alanı bölümüne ürün göndermeleri için tüm firmalara yönlendirme yapıldı. Fuarın kendi dinamiği içinde önemli bir etkinlik olan ve firmaların her yıl ödül almayı başardığı yarışmalara katılım için de tüm firmalara telkinde bulunuldu. Sonuçta Çetinkaya Best Fashion Leather alanında ödül kazandı.

APLF deri sektörünün buluşma noktası

Asya Pasifik Deri Fuarı 27 yıldan bu yana, istikrarlı bir gelişim gösteriyor. Yerel bir etkinlik olarak yola çıkan organizasyon bugün, küresel deri ve deri ürünleri pazarının vazgeçilmez buluşma noktalarından biri konumunda. Çin'in Hong Kong şehrinde Hong Kong Convention and Exhibition Center'da yılda bir düzenlenen APLF'nin birbirini tamamlayan üç bölümden oluşuyor. Fashion Access (Bitmiş Deri Ürünleri) bölümünde deri ayakkabı, hazır giyim, aksesuar, saracı ve mobilya koleksiyonlarından oluşan bitmiş deri ürün-



İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, Başkonsolos Karaca'ya sektörü gösterdiği yakın ilgiden dolayı küçük bir hediye takdim etti.

leri sergileniyor. Prime Source Forum (Hazır Giyim Üreticileri Tartışma ve Fikir Paylaşımı Forumu) APLF'nin bir tedarik noktası olarak bütünlüğünü sağlıyor ve uluslararası cazibesini artırıyor. Türkiye firmalarının yoğun katılım gösterdiği Raw Materials, Manufacturing&Technology bölümünde ise işlenmemiş, yarı işlenmiş ve işlenmiş deriden; ayakkabı üretim araçlarına; deri kimyasalları, makineleri ve ayakkabı üretim makinelerine kadar geniş bir üretim teknolojileri sergileniyor. Deri sektörü 1989'dan bu yana İTKİB patronajında fuara katılıyor. ❖



Türkiye'nin Hong Kong Başkonsolosu Raif Karaca 31 Mart akşamında, İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri onuruna yemek daveti verdi.



AYAKKABI SEKTÖRÜ MOSSHOES'A HAZIRLANIYOR



YENİ GİRİŞİMLERLE DÜNYA PAZARLARINDAKİ ETKİNLİĞİNİ HER GEÇEN GÜN ARTIRAN İTKİB, AYAKKABI, ÇANTA VE AKSESUAR ALANINDA RUSYA VE KUZEY AVRUPA'NIN EN ÖNEMLİ FUARI MOSSHOES'A KATILMAYA HAZIRLANIYOR. SON OLARAK 21 MART'TA KAPILARINI AÇAN FUARA İNFO STAND İLE KATILAN İTKİB, 26-29 EYLÜL 2011 TARİHLERİ ARASINDA 49'UNCUSU DÜZENLENECEK MOSSHOES'A İLK KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRECEK.



Türkiye deri sanayisinin en önemli alt gruplarından biri olan ayakkabı sektörü ihracat payını artıracak yeni girişimlere imza atıyor. Dünya çapında fuarlarda yer alarak küresel pazarlarda etkinliğini her geçen gün artıran ayakkabı sektörü Mosshoes Fuarı'na katılarak Rusya'daki gücünü pekiştirme hazırlığı içinde. Son olarak 21 - 24 Mart tarihleri arasında gerçekleştirilen fuara info stand ile katılan İTKİB, Eylül ayında Türkiye'den ayakkabı firmaları ile Mosshoes'a katılmayı planlıyor. Ayakkabı sektörünün yoğun ilgi göstermesi beklenen Mosshoes ayakkabı, çanta

ve aksesuar alanında Rusya ve Kuzey Avrupa'nın en önemli fuarı. Moskova'daki Crocus Expo'da gerçekleştirilen Mosshoes'a İTKİB patronajında yapılacak katılımla deri sektörü için vazgeçilmez olan bölgede Türkiye ayakkabı sektörünün etkinliğini daha da artırması bekleniyor. 24 yıldır dünya çapında birçok firmayı aynı çatı altında buluşturan Mosshoes yılda iki kez gerçekleştiriliyor. Mart ve Eylül aylarında düzenlenen fuara katılan firmalar gelecek sezon koleksiyonlarını sergiliyor. İTKİB, 26-29 Eylül 2011 tarihlerinde 49'uncusu düzenlenecek Mosshoes'a ilk kez millî katılım gerçekleştirecek.

Bu sene Türkiye'nin ağırlığı artacak

Son olarak 21-24 Mart tarihleri arasında kapılarını açan fuara, 22 ülkeden 474 katılımcı firma katıldı. Firmalar koleksiyonlarını Rusya ve çevre ülkelerden gelen ziyaretçilerin beğenisine sundu ve sipariş aldı. En son düzenlenen Mosshoes'a Avusturya, Belarus, Brezilya, Çin, Hırvatistan, Finlandiya, Fransa, Almanya, İngiltere, Yunanistan, Macaristan, İtalya, İsrail, Polonya, Portekiz, Rusya, Sırbistan, İspanya, Suriye, Türkiye, A.B.D ve Vietnam'dan firmalar katıldı.

Rusya Federasyonu'ndan 281 firma katılırken Rusya dışından 56 firma ile İtalyanlar en büyük ulusal katılım gerçekleştirdi. İtalya'yı 30 firma ile Almanya millî katılımı takip ederken Fransa millî katılımında 11 firma yer aldı. Türkiye'den 13 firmanın bireysel olarak katıldığı fuarda ayakkabı sektörünün bir diğer güçlü ülkesi İspanya'dan da 11 firma yer aldı. Fuarı, çoğunluğu Rusya, Ukrayna, Belarus ve diğer BDT topluluğu üyesi ülkelerden olmak üzere 12 bin 153 ticari ziyaretçi gezdi. Ziyaretçilerin yarısının fuarı ilk kez ziyaret ettikleri belirlendi. ❖

our profession is denim fabric



Denim Global Kumaş Tic. Ltd. Şti.
Keresteciler Sitesi Fatih Cad.
Uzun Sk. No: 20/A Merter - İstanbul
Tel: +90 212 637 16 10 - 20 - 67
Faks: +90 212 637 16 70
www.denimglobal.com

HALICILAR DOMOTEX CHINA'YA HAZIRLANIYOR



HER YIL 40 BİN ZİYARETÇİNİN KATILDIĞI ŞANGAY'DA GERÇEKLEŞTİRİLEN DOMOTEX CHINA, ÇİN İÇ PAZARINA HİTAP EDEN EN BÜYÜK FUAR. KATILIMCILARIN YÜZDE 75'İNİ ÇİNLİ ALICILARIN OLUŞTURDUĞU FUARA KATILIMLA ÜLKE PAZARINDA ETKİNLİĞİNİ ARTIRMAYI HEDEFLEYEN TÜRKİYE HALI SEKTÖRÜ, 2012'DE İHİB ÖNCÜLÜĞÜNDE FUARA KATILMAYA HAZIRLANIYOR.

Dünyanın en hızlı gelişen ekonomisi Çin'de buna paralel olarak şehirleşme de artıyor. Ülkedeki yoğun nüfusun ekonomik gelirinin yükselmesiyle hızlanan yapılanma faaliyetleri yeni yaşam alanları ve ihtiyaçları da kaçınılmaz kılıyor. Ülkedeki potansiyelin farkında olan üreticiler son yıllarda Çin'e yönelmiş durumda. Halı ve yer döşemeleri sektörü de bunlardan biri. Dünyanın farklı yerinden üretici ve alıcıları buluşturan, halı sektörünün en önemli fuarı Domotex, 1999 yılından bu yana Çin'in Şangay kentinde de düzenleniyor. Gelişen ekonomisiyle büyük bir potansiyeli barındıran Çin ve Asya Pasifik ülkelerine ulaşmanın yolu Domotex China'dan

geçiyor. İhracatı artırmanın yollarını arayan Türkiye halı sektörü de İstanbul Halı İhracatçıları Birliği öncülüğünde fuara katılmaya hazırlanıyor. Gelecek yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek fuara Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan İHİB hazırlıklara başladı. Birliğin Başkanı İbrahim Yılmaz ve İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Zeki Yücel son olarak 24 Mart'ta düzenlenen fuara katılarak, karşılaştırma ve tanımlama çalışmaları yürüttü. Domotex China ile ilgili izlenim ve görüşlerini aktaran Hazım Evrengil, katılımcıların yüzde 75'ini Çinli alıcıların oluşturduğu fuara katılımla ülke pazarında aktif hale geleceklerini söyledi.

Çin pazarına giriş Domotex'ten geçiyor

Her yıl 40 bin ziyaretçinin katıldığı Domotex China'nın ziyaretçi profilinin profesyonellerden oluştuğuna dikkat çeken Evrengil, ülkenin her geçen gün hızla gelişen ekonomisinin tüketici kitlesini artırdığını, yapılanma faaliyetlerinin hız kazanmasıyla özellikle halı ve yer döşeme alanında yüksek bir potansiyelin oluştuğunu belirtti. Evrengil, "24 Mart'ta düzenlenen fuara karşılaştırma ve yorumlama yapmak için İHİB heyeti olarak katıldık. Hedefimiz Çin'in iç pazarna yönelmek. Ülkedeki zenginliği paylaşmak. 1999 yılından bu yana düzenlenen fuara yılda ortalama 40 bin ziyaretçi katılıyor. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunu, neredeyse 30 bini

ni ise Çinli ziyaretçiler oluşturuyor. Fuar özellikle Çin'in iç pazarına hitap ediyor. Şangay da uluslararası alanda fuar şehri olarak anılıyor. Domotex China ülkedeki en büyük ve etkili halı fuarı. Çin'in hareketini yakalamak için önemli bir fuar" diye konuştu. İHİB olarak 27-29 Mart 2012'de düzenlenecek Domotex China'ya Türk pavyonunda milli katılım gerçekleştireceklerini kaydeden Evrengil, firmaların fuara yoğun ilgi göstermesinin beklendiğini söyledi.

79 ülke 40 bin ziyaretçi

Son olarak 22-24 Mart'ta tarihleri arasında düzenlenen Domotex China'yı değerlendiren Evrengil, fuara bu yıl 1000'in üzerinde firmanın katıldığını belirtti. Geçtiğimiz yıl 97 bin metrekare

Gelecek yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek fuara Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan İHİB'in Şangay'a hazırlık amacı taşıyan bir ziyaret gerçekleştirdi. Hannover Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel'in davetlisi olarak giden heyette, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ile İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Zeki Yücel yer aldı.

re olan fuar alanının artan katılım taleplerini karşılamak için yüzde 15 genişletilerek 107 bin metrekareye çıkarıldığını ifade eden Hazım Evrengil, "Domotex China'ya, ithalatçı, ihracatçı, perakendeci, iç mimar ve dekoratör gibi farklı alan ve sektörlerden profesyonel firma ve ziyaretçiler katıldı" diye konuştu. Fuarla ilişkin hazırlanan değerlendirme raporunda ise Domotex China'ya katılımın geçtiğimiz yıllara göre daha iş odaklı hale geldiği değerlendirildi. Katılan kitlenin geçmiş yıllara göre çok daha profesyonel ve satın alma konusunda üst düzey yetkililerden oluştuğu belirtildi. Halı salonlarının olduğu bölümlerde sergilenen İran halısı ise fuarın en ilgi çeken ürünlerinden biri oldu. Fuarda öne çıkan bir diğer kavram ise "Çevreci, sürdürülebilirlik ve düşük karbon" oldu. Çin'de yapı sektörün patlama yaşamasının Domotex China'ya olan katkısı ise gözlerden kaçmadı. Nitekim fuara katılan ülkeler arasında Belçika, ABD, Almanya, Hindistan, İran, Hollanda ve Tayvan gibi ülkelerde birçok firma ve ziyaretçi vardı. Çin ise katılımcı kitlenin yüzde 30'unu oluşturuyordu. Bu oran Çin ve Asya Pasifik ülkelerinde ticari faaliyet göstermek isteyen firmalar için Domotex China'nın doğru bir seçim olduğunu kanıtlarken, bölgede halı ve yer döşemeleri alanında yükselişin de göstergesiydi. Domotex China'da fuara paralel olarak farklı etkinlikler de düzenlendi. "Wood Flooring Forum - Ahşap



Parke Forumu" farklı ülkelerden 350 işadamını bir araya getirerek Doğu ve Batı'yı buluşturdu. ABBS Sürdürülebilir Bina Tasarımı ve Teknoloji Forumu'nda ise 300 ünlü mimar bir araya geldi.

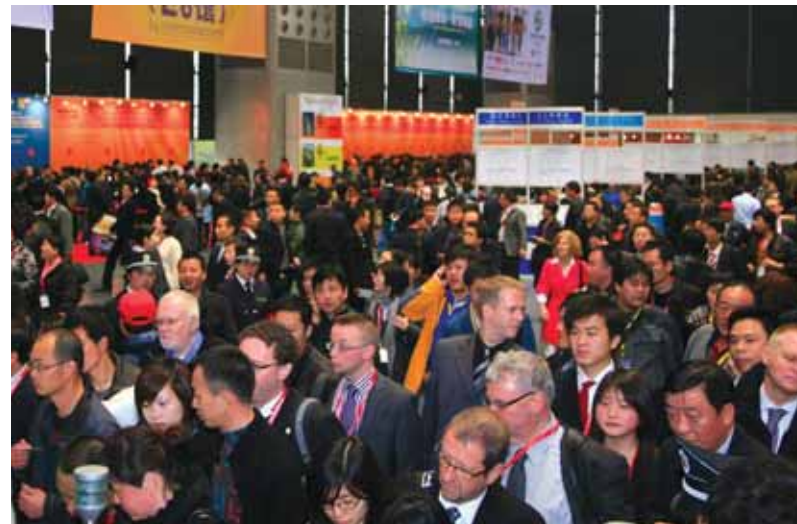
Neden Çin neden Şangay?

Hızla şehirleşen Çin'de oluşan yeni yaşam alanları nüfus yoğunluğu ve hızlanan yeniden yapılanma faaliyetleri, üreticilerin de iştahını kabartıyor. Asya Pasifik'in en büyük ticari halı ve yer döşemeleri fuarı Domotex China, düzenlenmeye başladığı 1999 yılında bu yana her yıl büyüyor. Fuarla katılan her üç ziyaretçiden 2'si satın almaya doğrudan yetkisi olan katılımcılardan oluşuyor. Her 4 ziyaretçiden 3'ü ise fuarın işleri için çok önemli olduğunu söylüyor. Her 5 ziyaretçiden 4'ü ise Domotex China'nın sağladığı fırsatlardan yararlanarak yeni iş bağlantılarını kurduğunu ve sipariş aldığını belirtiyor. Bu oran genellikle verildiğinde, fuara katılan 40 bin ziyaretçiden 30 bininin sipariş verdiği anlamına geliyor. Çin'in en büyük kenti olan Şangay, tica-

ri hayatının yanı sıra son dönemde yaptığı küresel etkinliklerle de öne çıkıyor. Her yıl düzenlenen etkinliklerin sayısı artarken Şangay giderek uluslararası bir fuar şehri olarak anılıyor.

Çin pazarında potansiyel yükseliyor

Nüfus yoğunluğu, ekonomik gücü, ticaret hacmi Çin pazarını en çekiçi yapan üç ana neden. Ayrıca, Çin'in kırsal kesimlerinde yaşayan 350 milyonluk nüfusun 2025 yılına kadar ülkenin şehirlerine



DOMOTEX CHINA'DA ÖNE ÇIKANLAR

- Son olarak 1000'in üzerinde firmanın katıldığı fuar her yıl 40 bin ziyaretçiyi alıyor.
- Ziyaretçilerin neredeyse yüzde 75'ini Çinliler oluşturuyor.
- Çin'de yapılanmanın hızlanmasıyla artan ihtiyaçlar ülkeyi cazip kılıyor.
- Çin kırsalında yaşayan 350 milyonluk nüfusun 2025'e kadar şehirlere yerleşmesi bekleniyor.
- Fuarla katılan her 3 ziyaretçiden ikisi firmalarına alım yapma yetkisi olan ziyaretçiler
- Her 4 ziyaretçiden 3'ü fuarın ticaretleri için çok önemli olduğunu düşünüyor
- Her 5 ziyaretçiden 4'ü ise fuarda alım yetkisine sahip ziyaretçiler.

yerleşmesi bekleniyor. Bu süreye kadar Çin'deki 6 şehirde nüfusun 20 milyonun üzerinde olması bekleniyor. Aynı sürede ülkedeki 221 şehirde ise 1 milyonun üzerinde bir çalışan nüfus oluşacağı öngörülüyor. Çin'de bina inşaatı da giderek artıyor. Bu da özellikle ev tekstili ve halı sektörü için ciddi bir potansiyel anlamına geliyor. Gelecek 10 yıl içinde ofis, lojistik tesislerin 3 ila 5 kat arasında büyümesi beklenen Çin, bu sektörler için büyük potansiyel oluşturuyor. 📊

EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜ ORTADOĞU'YA UZANDI

2011 YILINDA 3,3 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİ OLAN EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜ ORTADOĞU'YA YÖNELDİ. DİYARBAKIR'DA DÜZENLENEN ORTADOĞU EV TEKSTİLİ FUARI'NDA 70'İN ÜZERİNDE FİRMAYI BULUŞTURAN SEKTÖR, İRAK, İRAN VE SURİYE'DEKİ ETKİNLİĞİNİ ARTIRDI.



Ortadoğu'daki nüfus yoğunluğu ve hızlanan yeniden yapılanma faaliyetleri, Türkiye ev tekstili ürünlerine olan ilgiyi artırdı. 2011 yılında 3,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen sektör pazardaki potansiyeli fark ederek Ortadoğu pazarlarına yöneldi. Bölgeye en yakın illerden Diyarbakır, ev tekstili sektörünün yeni buluşma noktası oldu. Sektörün önde gelen firmaları 6-9 Nisan tarihleri arasında Ortadoğu Ev Tekstili Fuarı'nda bir araya geldi. TETSİAD (Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği) desteği ile düzenlenen fuar, TÜYAP Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Ev tekstili sektörünün, Irak, İran ve Suriye'yi kapsayan pazarın avantajlarından ve yeni gelişen pazar olanaklarından yararlanmasına hizmet etmesi amacıyla hayata geçirilen Ortadoğu Ev Tekstili Fuarı'na 70'in üzerinde firma ve firma temsilciliği katıldı. Fuar kap-

samında, tül perde, perde, döşemelikler, uyku ve yatak odası tekstilleri, mutfak ve yemek odası tekstilleri banyo tekstilleri güneş koruma sistemleri balkon ve bahçe tekstilleri, halı ve zemin kaplamaları, duvar kaplamaları dekorasyonlar ve proje hizmetleri, otel tekstilleri sergilendi. Fuar ile dünyanın önde gelen ev tekstili tedarikçisi Türkiye'nin Doğu, Güneydoğu ve Akdeniz bölgesindeki ticari etkinliğini artırması ve Avrasya'da yeni bir pazarlama platformu yaratması bekleniyor.

Ortadoğu'nun gözdesi Türkiye

Fuarın açılışını Diyarbakır Valisi Mustafa Toprak ile İTHİB Başkanı İsmail Güllü yaptı. Güllü, sektörün elinin uzandığı önemli pazarlardan birinin de Ortadoğu olduğunu, buradaki nüfus yoğunluğu ve hızlanan yeniden yapılanma faaliyetlerinin Türkiye ev tekstili ürünlerine olan ilgiyi artırdığını belirtti. TÜYAP İcra Kurulu Başkanı Serdar

Yalçın ise Diyarbakır'da düzenlenen fuarla Doğu, Güneydoğu ve Akdeniz bölgesindeki ticari etkinliğini arttıracığını belirtti. Yeniden yapılanma sürecinde olan, yeni konutlardan otellere birçok yapının yükselmeye başladığı Ortadoğu ülkeleri, başta ev tekstili olmak üzere farklı sektörler için de önemli potansiyel barındırıyor. Bölgeye coğrafi yakınlığının yanı sıra siyasal ve kültürel yakınlığı da olan Türkiye, özellikle Irak, İran ve Suriye gibi ülkelerde ürünleriyle yoğun talep görüyor. ❖

EV TEKSTİLİNİN LİDER MARKALARI KATILDI

Dünya pazarlarında üretim kalitesi, kapasitesi, tasarım ve marka gücü ile öne çıkan lider markaların bir araya geldiği fuara, Zorlu Grubu, Dodanlı, Küçükçalık Tekstil, Aydın Tekstil, Baydemirler, Ankara Tekstil, Gökhan Tekstil, Ozanteks, Lüks Kadife, Burkay Tekstil, Atilla Mefruşat'ında aralarında yer aldığı lider markalar katılıyor.



*Aksesuar,
değer katar!*



www.leras.com.tr




LERAS[®]
TEXTILE ACCESSORIES

Eski Londra Asfaltı No:101 Güngören / İstanbul Tel: 0212 505 0 505 Fax: 0212 539 04 16

İHRACAT KOROSUNUN SESİ HER ZAMANKİNDEN GÜR



**İTKİB AİLESİNİN TÜMÜNÜ BİR MASA
ETRAFINDA TOPLAYAN "2010 YILI BAŞARILI
İHRACATÇILAR ÖDÜL TÖRENİ" BU YIL DA
RENKLİ GÖRÜNTÜLERE SAHNE OLDU.
LÜTFİ KIRDAR KONGRE SARAYI'NDA 1.000'İ
AŞKIN DAVETLİNİN KATILDIĞI TÖRENDE HAZIR
GIYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNİN
EN YÜKSEK İHRACATA İMZA ATAN FİRMALARI
ÖDÜLLENDİRİLDİ.**

Türkiye'nin en köklü endüstrisini temsil eden İTKİB ailesi, "2010 yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni" vesilesiyle tekrar aynı masanın etrafında buluştu. Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörünün temsilcileri aldıkları ödüllerle ettiklerini biçmenin haklı gururunu yaşadı. 14 Nisan akşamı Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleşen törende, İTKİB'e bağlı dört sektörde 2010 yılını başarılı bir performansla kapatan 82 firmaya platin ve altın plaket verildi. İTKİB, geçtiğimiz yıl

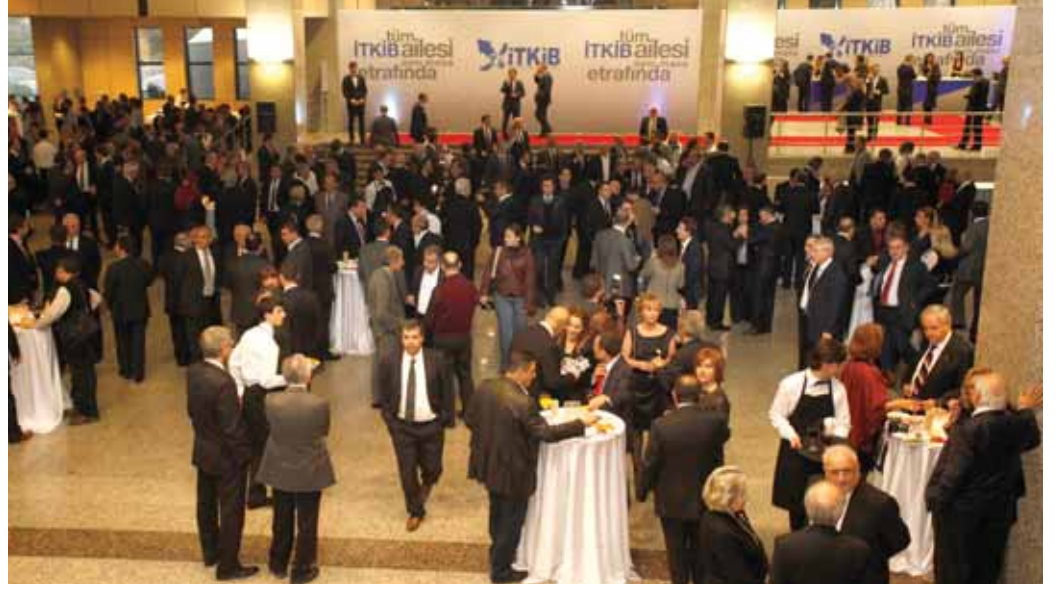
imalatçı ve dış ticaret sermaye şirketi olarak 500 bin doların üzerinde ihracat yapan toplam 2 bin 371 firmaya, platin, altın, gümüş, bronz plaket ve başarı sertifikası vererek başarılarını taçlandırmış oldu. İTKİB'in hak edene hakkını verdiği gecede dört sektörde platin ödül almaya hak kazanan firmalar plaketlerini Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İHİB Başkanı İbrahim

Yılmaz ile TİM ve İHKİB'de Başkan Yardımcılığı görevini sürdüren Ahmet Akbalık'ın elinden aldı. Bu özel gecede İTKİB Başkanları, Devlet Bakanı Zafer Çağlayan'a ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'ye de sektöre verdikleri destekten dolayı teşekkür ederek özel birer armağan hediye takdim etti.

2023'te 500 milyar dolar ihracata koşuyoruz

Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, törende yaptığı konuşmada, Türkiye'nin yarınlarını gençlere en iyi şekilde bırakmak adına 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedeflediklerini belirtti. Türkiye'nin artık gündemi belirlenen bir ülke olmaktan çıkarak, gündem belirleyen bir ülke haline geldiğini ifade eden Bakan Çağlayan, gittikleri ülkelerde Türkiye pasaportuna gösterilen tepkinin yerini, sempatinin aldığını kaydetti.

Zafer Çağlayan, ülkemizin büyümesinden rahatsız olanlar bulunduğunu belirterek, "Türkiye olarak dünyanın bazı ülkelerine vermiş olduğumuz rahatsızlıktan dolayı özür dileriz, ama netice olarak buna devam edeceğiz" dedi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi de konuşmasında, İTKİB'in Türkiye'ye ihracatı öğreten sektörlerin birliği olduğunu belirterek, bu törenler sayesinde başarılı ihracatçıları taçlandıklarını, onların azimlerini, cesaretlerini kutladıklarını söyledi. Dış dünyada rekabetin kolay



olmadığını ifade eden Büyükekşi, "Değişen koşullara tepki vermek durumundayız. Anında reaksiyon göstermek zorundayız. Yeni dünyayı okuyup adapte olmak zorundayız. İhracatçılarımız bunu çok iyi başarıyorlar. İşte bu yüzden 1 dolar bile ihracat yapan bir firmayı kutlamak, tebrik etmek gerek" diye konuştu.

Hazır giyimde hedef 17 milyar dolar

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de, hazır giyim sektörü olarak 2010 yılında 14,6 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini, ancak 2008 rakamlarını yakalayamadıklarını anımsatarak, 2011'de en az yüzde 10 artışla yaklaşık 17 milyar dolar ihracat belediklerini kaydetti. İTKİB Başkanı İsmail Gülle ise, törende platin ödülü ala-

cak 20 firmanın, yaklaşık 2 milyar dolar ihracat yaptığını belirterek, sektör adına gelecek sene daha fazla ihracat sözü verdi.

Dört sektörün ihracat payı yüzde 20

İDMİB Başkanı Lemi Tolunay da, bu yılın ilk çeyreği itibarıyla, törende ödüllendirilen dört sektörün toplam ihracat içindeki payının yüzde 20'nin üzerinde olduğuna işaret ederek, Türkiye'nin toplam deri ve deri mamulleri ihracatının yüzde 77'sinin İTKİB üyesi sektör firmaları tarafından yapıldığını söyledi.

İHKİB Başkanı İbrahim Yılmaz ise bir kriz yılının ardından halı sektörünün toparlanmasının çok kolay olmadığını, var olan pazarlarını korumak ve dünyada yaşanan gelişmelere göre yeni pazarlar-

da yer almak adına pek çok fedakarlık yaptıklarını ifade ederek, "Engellerle karşılaştık; ya üzerinden geçtik ya da etrafını dolaştık ancak yolumuzdan dönmeyi hiç düşünmedik" dedi. ❖



İTKİB Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni'nin sunuculuğunu zarafetiyle büyüleyen Burcu Esmer soy yaptı.



HAZIR GİYİMİN GURUR GECESİ



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ VE İHRACATÇI HAZIR GİYİM FİRMALARI

- 1 ŞİK MAKAS GİYİM A.Ş.
- 2 SEKTÖR DIŞ TİC. A.Ş.
- 3 ONGAN TEKSTİL A.Ş.
- 4 HEY TEKSTİL A.Ş.
- 5 VENÜS GİYİM A.Ş.
- 6 REALKOM TEKSTİL A.Ş.
- 7 ÇAK TEKSTİL A.Ş.
- 8 ERAK GİYİM A.Ş.
- 9 ÖR-MA TEKSTİL A.Ş.
- 10 BAYKANLAR TEKS. LTD. ŞTİ.
- 11 ÖZAK TEKSTİL A.Ş.
- 12 INTERSOURCE TEKSTİL A.Ş.
- 13 BEKS ÇORAP VE İÇ GİYİM A.Ş.
- 14 GELAL ÇORAP A.Ş.
- 15 HAMARATLI TEKSTİL A.Ş.
- 16 TANER TRIKO A.Ş.
- 17 ACT TEKSTİL A.Ş.
- 18 URŞAN KONF. LTD. ŞTİ.
- 19 R-E TEKS TEKSTİL LTD. ŞTİ.
- 20 YENİ DÜNYA TEKSTİL A.Ş.
- 21 ATK TEKSTİL A.Ş.
- 22 KARDEM TEKSTİL A.Ş.
- 23 UNITEKS TEKSTİL A.Ş.
- 24 EROĞLU GİYİM A.Ş.



Gecede hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 2010 yılında yüksek ihracat performansı sergileyen 24 başarılı firma, İTKİB tarafından platin plakette ödüllendirildi. Törende konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sektör olarak 2011 yılında en az yüzde 10'luk artış oranıyla yaklaşık 17 milyar dolarlık ihracat belediklerine dikkat çekerken, "Başta ABD ve Rusya olmak üzere Romanya, Kazakistan ve İran gibi pazarlarda yüzde 60 ile 125 arasında değişen oranlarda artış sağlanması, 2011 yılında hazır giyim ve

konfeksiyon ihracatının daha fazla ivme kazanacağına işaret ediyor" diye konuştu.

25 milyon dolar ve üstü ihracat yapan firmalar platin, 10-25 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar altın, 5-10 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar gümüş ve 1-5 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar bronz plakette ödüllendirildi. Törende "İmalatçı İhracatçı Firmalar" kategorisinde 24 firma platin, 83 firma altın, 137 firma gümüş, 1.288 firma da başarı sertifikası ile ödüllendirildi.



DIŞ TİCARET ŐİRKETLERİ AYNI KAREDE



PLATİN ÖDÜL KAZANAN DIŞ TİCARET ŞİRKETİ HAZIR GİYİM FİRMALARI

- 1 GSD DIŞ TİC. A.Ő.
- 2 TRAKYA TEKSTİL A.Ő.
- 3 GAAT DIŞ TİC. A.Ő.
- 4 BİRGİ BİRLEŞİK GİYİM A.Ő.
- 5 HEY DIŞ TİCARET A.Ő.
- 6 TAHA PAZ. VE MAĖ. A.Ő.
- 7 SEKTÖR DIŞ TİC. A.Ő.
- 8 İLERİ GİYİM DIŞ TİC. A.Ő.
- 9 PERGAMON STATUS A.Ő.
- 10 ETİK DIŞ TİC. A.Ő.

TEKSTİL FİRMALARI

- 1 AK-PA TEKSTİL A.Ő.
- 2 TRAKYA TEKSTİL A.Ő.
- 3 GSD DIŞ TİC. A.Ő.

DERİ FİRMALARI

- 1 DSD DERİ DIŞ TİC. A.Ő.
- 2 GSD DIŞ TİC. A.Ő.

İmalatçı firmalarla birlikte "Diő Ticaret Sermaye Őirketleri"nin de ödöl almak için sahneye çıktığı gecede 27 firmaya platin plaket verildi. Hazır giyim kategorisinde GSD Diő Ticaret, tekstilde AK-PA tekstil, deride ise DSD Deri birincilik ödölü aldı. Firmalara ödöllerini Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık takdim etti.



TEKSTİL İÇİN BAŞARIYI ÖDÜLLENDİRMENİN VAKTİ



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI TEKSTİL FİRMALARI

- 1 AKSA AKRİLİK KİMYA A.Ş.
- 2 KORDSA GLOBAL A.Ş.
- 3 ZORLUTEKS TEKSTİL A.Ş.
- 4 SUNJÜT SUNİ JÜT A.Ş.
- 5 BOSSA A.Ş.
- 6 KADİFETEK A.Ş.
- 7 YÜNSA YÜNLÜ A.Ş.
- 8 ÜNSA AMBALAJ A.Ş.
- 9 ORTA ANADOLU TİC. A.Ş.
- 10 GAP GÜNEYDOĞU TEKS. A.Ş.
- 11 ORMO YÜN İPLİK A.Ş.
- 12 BAYDEMİRLER TEKS. A.Ş.
- 13 KASAR VE DUAL TEKS. A.Ş.
- 14 AK-AL TEKSTİL A.Ş.
- 15 FLOKSER TEKSTİL A.Ş.
- 16 AYDIN MENSUCAT A.Ş.
- 17 ÜNİVERSAL TEKS. LTD. ŞTİ.
- 18 KERİM ÖRME KUMAŞ LTD. ŞTİ.
- 19 İPEK İDROFİL PAMUK A.Ş.

Geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiği ihracat rakamı ile en yüksek yurtdışı satışa imza atan 19 tekstil firması platin plaketa ödülü almaya hak kazandı. 2010'da en fazla ihracat gerçekleştiren tekstil firması olan Aksa Akriolik Kimya Sanayi ise birincilik ödülü ile gecedan ayrıldı. Törende "İmalatçı ihracatçı firmalar" kategorisinde yaptıkları ihracatla 19 firma platin, 44 firma altın, 51 firma gümüş, 331 firma da başan sertifikası almaya hak kazandı. 2011'in tekstil sektörünün reel büyüme-ye geçeceği ve hedeflerini büyüteceği bir yıl olacağını söyleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle, önümüzdeki yıl, sektörün sürdürülebilir büyüme stratejisinin ayakları olan tasarım ve marka değerini daha da geliştireceklerini dile getirdi. Önümüzdeki dönemi sektörün pazarlarını Güney Amerika'dan Uzakdoğu'ya kadar genişleteceği bir dönem olacağını ifade eden Gülle, bu hedefe de başarılı firmalarla ulaşacaklarını belirtti.



DERİ SEKTÖRÜ TAÇLANDIRILDI



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI DERİ FİRMALARI

- 1 DESA DERİ A.Ş.
- 2 MATRAŞ DERİ A.Ş.
- 3 GEZER AYAKKABI A.Ş.
- 4 MRM KONF. A.Ş.

ALTIN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI DERİ FİRMALARI

- 1 ŞEN DERİ A.Ş.
- 2 AYDINLI DERİ A.Ş.
- 3 BİLGİN TEKS. DERİ LTD.
- 4 ORJİN DERİ A.Ş.
- 5 PUNTO DERİ LTD. ŞTİ.
- 6 VERONICA DERİ LTD.ŞTİ.
- 7 VERONA DERİ LTD. ŞTİ.
- 8 SÜED MOD DERİCİLİK LTD. ŞTİ.
- 9 ALDERİ LTD. ŞTİ.
- 10 TREXTA TR DERİ A.Ş.
- 11 VİZYON DERİ A.Ş.



Türkiye'nin toplam deri ve deri mamulleri ihracatının yüzde 77'sini gerçekleştiren deri firmaları "Başarılı İhracatçılar" gecesinde ülke ekonomisine verdikleri desteğin karşılığını aldıkları ödülleriyle kutlandı. İDMİB üyesi dört imalatçı firmanın platin plakette ödüllendirildiği gecede, 11 firma altın, 18 firma gümüş, 227 firma da başarı sertifikası aldı. Toplam 260 imalatçı firmanın ödüle layık görüldüğü gecede, deri sektöründe en fazla ihracat gerçekleştiren Desa Deri'ye birincilik ödülü Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi ve İDMİB Başkanı Lemi Tolunay tarafından verildi. İTKİB'in Türkiye'nin ihracat deposu olduğunu söyleyen İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, "İTKİB üyesi firmalar Türkiye'nin en büyük sektör firmaları durumunda. Bu nedenle sahip olduğumuz gücün, temsil ettiğimiz büyüklüğün farkında olmalıyız" dedi.



HALININ BAŞARI TABLOSU



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI HALI FİRMALARI

- 1 SOFİTEKS TEKS. A.Ş.
- 2 DTY DETAY A.Ş.
- 3 ÜRGÜP HALICILIK A.Ş.
- 4 LADİK HALICILIK A.Ş.
- 5 SENTEZ TURİZM A.Ş.
- 6 BAHARİYE MENS. A.Ş.
- 7 ÜRGÜP HADOSAN A.Ş.
- 8 ÇINAR HALICILIK A.Ş.
- 9 A-R HALICILIK A.Ş.
- 10 TAFT-EL TAFTİNG A.Ş.

İhracatta geçtiğimiz yılı yüzde 18,45 artışla 1,2 milyar dolarla kapatan halı sektörü, "Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni"nde üye firmalarının başarısını taçlandırdı. İTKİB, gecede 2010 yılında 50 milyon doların üzerinde ciro yapan firmalara ödülleri vermek üzere sahneye aldı. 10 firmanın platin ödül aldığı gecede, 10 firmaya altın, 10 firmaya gümüş, 19 firmaya bronz, 60 firmaya da başarı ödülü verildi. 2010 yılında sektörde en fazla ihracata ulaşarak birinciliğe yerleşen firma ise Sofiteks Tekstil oldu. Gecede yaptığı konuşmada, kriz yılının ardından halı sektörünün toparlanışına hep beraber tanık olduklarını söyleyen Yılmaz, ihracatta elde edilen başarı kadar sağlanan vizyonel değişikliğin de farkında olduklarını söyledi.



İTKİB'İN EMEKTARLARI DA TÖRENDE UNUTULMADI

İTKİB, 14 Nisan'da gerçekleştirdiği gecede kurumdan emekli olan Genel Sekreterlik personelini de unutmadı. Gecede, 2011 yılı başında emekli olan Genel Sekreter Akif Yurtcan, Yönetim Kurulları Takip Şubesi Müdürü Dilek Tınmaz, İletişim Şubesi Müdürü Eyüp Eğrioğlu, Eğitim Şubesi Müdürü Erbil Cihangir ve AB-GB Dış İlişkiler Şubesi Müdürü Zuhâl Bilek'e kuruma uzun yıllar boyunca verdikleri hizmetten dolayı teşekkür plaketleri verildi.



İTKİB AİLESİ AYNI MASA ETRAFINDA



EKOTEKS TEKSTİLDE İNSAN SAĞLIĞINA ODAKLANDI

GELENEKSELLEŞEN EKOTEKS ULUSLARARASI TEKSTİL SEMPOZYUMUNDA, ÇEVRE VE İNSAN ODAKLI ÜRETİM ANLAYIŞI MASAYA YATIRILDI. ALANINDA UZMAN İSİMLERİN KATILDIĞI ETKİNLİKTE, ZARARLI KİMYASALLARIN KULLANIMININ YARATTIĞI PROBLEMLER İLE SORUNUN ÇÖZÜMÜ İÇİN ABD VE AVRUPA'DAKİ UYGULAMALAR HAKKINDA BİLGİ VERİLDİ.

Ekoteks, tarafından her yıl düzenlenen ve artık gele- nekselleşen Uluslararası Tekstil Sempozyumu 4'üncü kez gerçekleştirildi. Çevre ve insan odaklı üretim anlayışı- nın tüm dünyada giderek yayıl- masından hareketle Ekoteks bu yılki sempozyumun konusunu "İnsan Odaklı Tekstiller, Çevre- Sağlık-Konfor" olarak belirledi. Sempozyum, 28 Mart günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzen- lendi. Etkinlikte, tekstil ve hazır giyim sektörünün yakından tanı- dığı Avrupalı alıcı firmaların tem- silcileri, üretim yapan tedarik- çiler, boya ve baskı alanında faaliyet gösteren firmalar ve Türkiye'de mağazalar zincirle- ri olan yabancı firma temsilcileri aynı çatı altında buluştu. Yoğun katılımın gözlemlendiği sempozyum- da, tekstil ürünlerindeki kansero- jen tehdidi ve buna ilişkin çözüm yolları incelendi. Çevre ve Orman Bakanlığı Tehlikeli Kimyasallar Şube Müdürü Tacim Alıncak, Almanya Modern Testing Services Yöneticisi Dr. Dieter Sedlak, İngiltere Ecolabel Delivery Team Sorumlusu David Parker, Centexbel / Technologiepark Sürdürülebilir Proje ve Ürün Yöneticisi Stijn

Devaere gibi konusunda uzman birçok katılımcı yaptıkları sunumda çevreye duyarlı, insan sağlığını dikkate alan, yanı sıra konfor özellikleri ile tüketiciyi memnun eden tekstil üretimine yönelik bilgiler verdi.

Üretimde gelecek insan odaklı tekstilde

Sempozyuma ev sahipliği yapan Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, dünya piyasala- rında yasaklı olan bazı kimyasalla- rın Türkiye'de yasaklı olmadığını, ancak AB uyum yasaları çerçeve- sinde bu konular üzerinde çalışıl- dığını belirtti. Özdemir, "Bu sene- ki sempozyumun konusunu belir- lerken özellikle ülkemizde, çevre- ye duyarlı, insan sağlığını dikka- te alan ancak bunları uygularken konfor özellikleri ile de tüketici- yi memnun eden tekstil üretimi- ne yönelik bilinci artırmayı hedef- ledik" diye konuştu. Seminere katılan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise konuşmasında, hazır giyimden oyuncuğa, gıda- dan dayanıklı tüketim ürünlerine kadar yaşamımızı tehdit eden kanserojen etkiye sahip kimya- sal kullanımının her geçen gün arttığını belirterek, sadece teks- til ve hazır giyim değil tüm





kesimlerin bu konuda daha hassas olması gerektiğini söyledi. Türkiye'den dünyanın her yerine ihracat yapıldığını ve ürünlerin denetimden geçtiğini belirten Tanrıverdi, "Türkiye'den çıkan ürünlerde bu denetimlerde bugüne kadar yaşanmış çok olumsuz sonuçlar yok. Üreticilerimiz bu noktada bilinçlendi" dedi. Bu tür uygulamaların birçok faydası da bulunduğu işaret eden Tanrıverdi, insan sağlığına odaklı ürünlerin, müşteriler açısından garanti belgesi gibi işlev göreceğini böylece müşteri sadakatini artırıp buna bağlı olarak pazarlama masraflarını azaltacağını kaydetti.

2013'te REACH'e uyumlu hale geleceğiz

İki oturumda gerçekleşen sempozyumun ilk konuşmacısı, Çevre ve Orman Bakanlığı Tehlikeli Kimyasallar Şube Müdürü Tacim Alıncak idi. Alıncak yaptığı sunumda, tekstil sektörüne yönelik yapılan çalışmaları ve Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde yakın gelecekte hayata geçirilecek "yasaklı ve kısıtlı kimyasallar hakkında" ilgili yönetmelikler hakkında bilgi verdi. Türkiye'nin 2013 yılında REACH'e tam uyumlu hale geleceğini hatırlatarak, katılımcı firmaları Tüzükteki gelişmele-

ri yakından takip etmeleri konusunda uyararak Alıncak, "Kısıtlı kimyasalları kullanıyorsanız bu maddelerle ilgili uygulamaları değiştirecek önlemleri almalısınız" dedi. Eko-Etiket taşıyan ürünlerin çevre standartlarına uygun olduğunu, bu uygulamanın önümüzdeki yıllarda yaygınlaşacağını ve Türkiye'de de uygulanmaya başlayacağını söyleyen Alıncak, Türkiye'de kullanılacak Eko-Etiket'in AB'ye eşdeğer olduğunu kaydetti.

En fazla hassasiyeti ABD gösteriyor

Yasaklı kimyasallar konusunda uzman olan ve özellikle Avrupa ve ABD'de çok iyi bilinen Dr. Dieter Sedlak, küresel bir bakış açısıyla yasaklı ve kısıtlı kimyasalları değerlendirdi. Bugün dünyada kısıtlanan kimyasal sayısının 6 bini bulunduğunu, bu rakamın sürekli arttığını ve artmaya devam edeceğini kaydeden Sedlak, Avrupa ve Amerika'da ki uygulamalarını ve neden yasak-

lı olduklarına dair açıklamalarda bulundu. Rusya, Brezilya ve Şili'de de yasakların başladığına dikkat çeken Sedlak, en fazla kısıtlamanın bulunduğu ABD'deki uygulamaların daha kafa karıştırıcı olduğuna değinen Sedlak, ülkedeki çoğu uygulamanın yasal olmadığını ancak bu konuda gerek şirketlerin gerek tüketicilerin son derece hassas olduğunu belirtti. "ABD'de yasaklardan ziyade ürünün bazı yükümlülükleri var. Müşteri ürünle ilgili herhangi bir şikayette bulunma şansına sahip. Her eyalet bu konuyu çok ciddiye alıyor ve kendine göre bir uygulamaya sahip. O nedenle markanın bu süreçte zarar görmesi muhtemel. Ürünlerin üzerinde açıklanması gereken bir şey yoksa sorun yok. Ama varsa ürünün bunları içeren bir etiket taşıması gerekiyor. Bu etiketin olmaması halinde yüklü tazminatlar ödeniyor" diye konuştu. Sedlak, Türkiye'den bölgeye ihracat yapacak firmaların işlerini geliştirmek için bu tür uygulamalara özen göstermesi gerektiğini kaydetti.

"Türkiye kısa sürede adapte olur"

Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarının başında gelen Avrupa'da ise bu konuda gönüllü olarak yürüten bazı kısıtlamaların olduğunu ifade eden Sedlak, kimyasalların yönetimi üzerine Avrupa Birliği'nin yeni politikası olan REACH Tüzüğü'nün de Türkiye'yi bekleyen önemli bir süreç olduğunu vurguladı. Tüzüğün ürün güvenliği noktasına temas etmediğini, yüksek önem arz eden maddelerde kısıtlama sağladığını kaydeden Sedlak, başlangıçta yalnızca 59 maddenin kısıtlı olduğunu bu sayının da günden güne arttığını, bazı maddelerin ise artık hiç kullanılmadığını belirtti. Sedlak, kullanımı insan ve çevre sağlığı açısından zararlı ve bu nedenle yasaklı olan kimyasallarla ilgili yönetmelikler geliştirirken, Türkiye'nin aslında son derece önemli bir şans olduğunu da söyledi. ABD ve Avrupa





Yasaklı kimyasallar konusunda uzman Dr. Dieter Sedlak, bugün dünyada kısıtlanan kimyasal sayısının 6 bini bulunduğunu ve bu rakamın artmaya devam edeceğini söylüyor.

ülkelerinde bu süreçlerin çok daha önce başladığını bu nedenle epey mesafe kat edildiğini dile getiren Dr. Dieter Sedlak, "Türkiye'nin önünde daha önce hayata geçir-

miş ABD, Avrupa gibi modeller ve REACH var. Bu Türkiye için büyük bir şans. Bu örnekleri alarak ürünleri ve kimyasal yapısına uygun olarak kendinize uyarlayabilirsiniz"



diye konuştu. Sedlak, aynı nedenlerle, Türkiye'nin bu yönetmeliklere uyum sürecinde de çok fazla sıkıntı yaşamayacağını söyledi. Bu konuda uzun yıllardır çalışmalar yürüten ABD ve Avrupa ülkelerinin yeterli tecrübeyi edindiğinin altını çizen Sedlak, Türkiyeli firmaların uyum sürecinde gerekli iletişimler ve danışmanlıklarla bu yolda daha hızlı yol kat edeceğini kaydetti.

Ürünlerin kalitesi etiketleniriliyor

Yakın gelecekte tekstil ürünlerinde kullanılması muhtemel EU-Flower etiketi ile ilgili bir sunum yapan EU-Flower etiketinin İngiltere temsilcisi David Parker, tekstilde ürünlerin kalite-

tesini ürün güvenlik belgeleri ile etiketlendirmenin önemine değindi. EU-Ecolabel'i tanıtan "Eko-Tekstil Etiketini" anlatan Parker, "Tüketiciye güven hissi veren, kullandığınız ürünün üretimi esnasında ve bitmiş üründe insan ve çevre sağlığı açısından yasaklı ve kısıtlı kimyasalların izin verilen yasal limitler çerçevesinde olduğunu bilmek ve böyle ürünleri satın almak, kullanmak elbette tüketici olarak hepimizi memnun eder. Belçika'da Ekoteks'e eşdeğer hizmet veren ve Centexbel Gent laboratuvarından katılan uzman Stijn Devaere, Tekstil ürünlerinde REACH'e uygunluğun nasıl olacağını anlattı. REACH mevzuatının aslında o kadar da anlaşılmaz olmadığını söyledi. Hunstman firmasından Axel Lukasch "Yeni yüksek kalite ve çevre dostu peroksit ağartma işlemi - Reaktif boyada devrim" uygulamalarını, Statex firmasından Swen Bohmen "Tekstilde antibakteriyel, antistatik ve antishielding gibi özellikleri geliştirme amaçlı elyaf ve kimyasal uygulamaları", Devan firmasından Alain Langerock "Termal özellikli Tekstil materyalleri" BASF firmasından Dr. Rolf Wittlinger "Gelecekte Tekstil,Ekoloji ve Çevre" konularında aydınlatıcı bilgiler aktardı. Bursa'dan Rudolf Duraner firmasından Adnan Saka ise günün sonunda bizlere oldukça güzel bir sunum yaparak "Fonksiyonel ve kaplamalı tekstil ürünlerinde ekolojik gelişmeleri" anlattı. ❖



SEVİM ATMACA EKOTEKS TEKNİK MÜDÜRÜ

"FARKLI BİLEŞENLERİ BİR ARAYA GETİRDİK"

Gelenekselleşen, Ekoteks Uluslararası Tekstil Sempozyumu'nun dördüncüsünü geride bıraktık. Bu aktivite ile tekstil sektörünün farklı bileşenlerini bir araya getirmeyi başardık. Kamu ve özel sektör temsilcilerini bir araya getirdiğimiz organizasyon yoğun ilgi gördü. Hatta son günlerde katılım için başvuruların bir kısmına olumlu yanıt veremedik. Katılım için gelen taleplerin yoğunluğu ve sempozyum sonuna kadar sabırla bizimle beraber olan davetlilerimiz vurgulamaya çalıştığımız konuların doğruluğu ve gerçekliği hakkında yanılmadığımızı bize gösterdi. Kimyasal firmalar, üreticiler ve laboratuvarların ayrılmaz bir üçlü olduğunu biliyoruz. Bunun bilincinde olan, ülkemizde tekstil sektörüne katkıları ile bilinen tanınmış kimyasal firmalarımızdan katılımcılarımız da bu sempozyumda Ekoteks'i yalnız bırakmayarak aramızda yer aldı. Hatta etkinlik esnasında, inovasyona yönelik, yeni ürünlerini tanıtarak hayatımızı kolaylaştıran, güzelleştiren renk katan ürünlerini tanıtarak, Ar-Ge çalışmalarının ne kadar gerekli ve önemli olduğunu bir kez daha vurgulamış oldu. Sponsorlarımızdan Koton, Kiğılı, Mudo, Collezione, Hunstman ve Farmakim ile kimyasal tedarikçisi firmalarımız ise konuya çevre-sağlık konularındaki hassasiyetlerini gösterdi. Aldığımız geri dönüşler, uzun süredir hazırladığımız bu organizasyonda başarılı olduğumuzu ortaya koydu. Sektörümüzü, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarında da desteklemeyi sürdüreceğiz.

*The first shoe
adapted
to your feet...*

RIDGE

by çetsan

**ÇETSAN AYAKKABI SANAYİ VE
TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ**

ŞUBE: Tiyatro Cad. Tatlıkuyu Hamam Sok.

No: 20/A Beyazıt-İSTANBUL

Tel: 0212 516 08 61 Faks: 0212 516 02 33

FABRİKA: Mehmet Akif Mah. Aşık Veysel Cad.

Kılavuz Sok. No: 5 Kat: 2/2 İkitelli-İSTANBUL

Tel: 0212 494 32 61 / 494 35 56 Faks: 0212 494 30 74

www.cetsan.com • info@cetsan.com

TEKSTİLCİLER KUZHEY AFRİKA'YI KEŞFE ÇIKTI



**GÜNEY AMERİKA'DAN
SONRA 14 TEKSTİL
FİRMASI İLE 22 - 23
MART TARİHLERİ
ARASINDA FAS'IN
KAZABLANKA ŞEHRİNE
SEKTÖREL TİCARET
HEYETİ DÜZENLEYEN
İTHİB, BU ZİYARETTEN
MUTLU DÖNDÜ. SIRADA
27-28 NİSAN'DA
GERÇEKLEŞTİRİLMESİ
PLANLANAN
BARSELONA TİCARET
HEYETİ VAR.**

Avrupa pazarındaki daralmanın ardından rotayı farklı ülkelere çeviren İTHİB, Kuzey Afrika ülkelerine yönelik ilk gezisine Fas'tan başladı. Türkiye için yüksek bir potansiyeli bünyesinde barındıran Kuzey Afrika ülkelerini alternatif pazar olarak belirleyerek harekete geçen İTHİB, 14 tekstil üreticisi ile 22-23 Mart'ta Kuzey Afrika'daydı. İTHİB, düzenlediği Sektörel Ticaret Heyeti organizasyonu ile pazanın Türkiye'deki tekstil sektörüne yönelik beklentilerinin neler olduğunu araştırmış oldu. Ticaret heyetine İTHİB bünyesinde katılan ve yaptıkları harcamalarda büyük oranda devlet desteği alan 14 firma, Casablanca'da 99 firma temsilcisi ile görüşme imkanı buldu. Program aynı zamanda tekstil sektörü için bakir bir olarak değerlendirilen Fas'ı firmaların yakın-

dan tanımaları için iyi bir rehber oldu. "Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi" hakkında yayınlanan tebliğ kapsamında Casablanca'ya Sektörel Ticaret Heyeti düzenleyen İTHİB, böylece tebliğin Türkiye' deki ilk uygulamasını gerçekleştirmiş oldu. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Tamer Pala, ilk uygulamasını Fas'a gerçekleştirdikleri ticaret heyeti uygulamasının ikinci ayağını da 27-28 Nisan'da Barselona'ya düzenlenecek heyetin oluşturacağını belirterek, Türkiye'deki tekstil firmalarına bu organizasyona katılma çağrısında bulundu.

Çevre şehirlerden yoğun ilgi

ABD, AB ve Afrika ülkeleri ile serbest ticaret anlaşmasına sahip nadir ülkelerden biri olan Fas'ın bu özelliği İTHİB'in söz konusu pazara ticaret heyeti düzenleme-

sinde etkili oldu. Bunun yanında ülkenin coğrafi konumu sayesinde başta Fransa ve İspanya olmak üzere Batı Avrupa ülkeleri ile yakın ekonomik ilişki içerisinde olması ve diğer taraftan da Kuzey Afrika ve Avrupa arasında köprü olarak değerlendirilmesi Türk tekstilcilerinin rotalarını buraya çevirmelerini beraberinde getirdi. Sektörel Ticaret Heyeti'ne İTHİB öncülüğünde katılan 14 tekstil firması sadece Casablanca'dan değil çevre kentlerden gelen firmalarla da ikili görüşmeler yapma imkanı buldu. Rabat, Marakeş, Fes, Agadir ve Tangier'den firmalar ikili görüşmelere katılırken, Fas'ta bulunan Fransız ve İspanyol konfeksiyon firmaları da Türk firmaları ile bağlantıya geçti. Ürün gruplarına göre görüşmelerin yapıldığı heyet programı kapsamında tekstilciler 99 firma ile görüşme yaptı. Yapılan görüşmeler ve kurulan



iş bağlantıları ile Türk tekstilciler Fas'ın kendileri için bakir bir pazar olduğunu görmüş oldu.

Fas'ta politik istikrar havası esiyor

Nüfus yönünden Arap ülkeleri içerisinde Mısır'dan sonra ikinci sırada yer alan Fas'ta konfeksiyon sektörü önemli bir gelişme gösteriyor. Batı Avrupa ülkeleri ile yakın ilişkilerinin bulunması ve ABD ile serbest ticaret anlaşmasının olması ülkede hazır giyim sektörünün gelişimini de beraberinde getiriyor. Ülke özellikle denim, spor giyim kumaşı, gömlek kumaşı, örme kumaş ve iplik üreten firmalar için önemli bir potansiyel barındırıyor. Ülkede hazır giyim sektörünün gelişmesi Türk kumaş ve tekstil hammaddeleri üreticileri için bir takım fırsat sunuyor. Avrupa ülkelerine yakın bir coğrafyada bulunan Fas, ucuz iş gücünden faydalanmak iste-

yen hazır giyim ve konfeksiyon üreticileri için de cazip bir pazar. İTHİB'in Ticaret Heyeti düzenlediği Casablanca ise Fas'ın en büyük şehri olmasının yanında ülkenin ekonomik merkezi konumunda. 2011 yılı başında diğer Kuzey Afrika ülkelerinde yaşanan siyasi krizlerle karşılaştırıldığında krallıkla yönetilen Fas'ta politik istikrar havası esiyor.

Pazarın beklentisi uygun fiyat

Faslı firmalar en fazla tekstil ithalatını coğrafi olarak yakın olan İspanya, Portekiz, Fransa ve İtalya ile fiyat avantajının bulunduğu Uzakdoğu ülkelerinden (Çin ve Hindistan) gerçekleştiriyor. Bu nedenle Türk firmalarının Faslı firmalarla ticaret hacmini artırmaları için Fas pazarına uygun fiyatlarla girmeleri öneriliyor. Türk işadamlarının Fas'ta alıcı bulmalarında pazarda düzenlenen fuarlara katıl-

malarının da faydalı olacağı tahminler arasında yer alıyor. Diğer taraftan, İngilizce kullanımının pek yaygın olmadığı pazarda, hakim olan dillerin Arapça ve Fransızca olması Faslı iş adamları ile iletişim kurma konusunda bazı zorluklara neden oluyor. Bu nedenle uzmanlar, Faslı firma temsilcileri ile sağlıklı bir iletişim kurulabilmesi için dil konusuna da dikkat edilmesini öneriyor.

İTHİB rotayı Kuzey Afrika'ya çevirdi

Etkinlik öncesinde, rekabetçilik tebliği kapsamında, 14, 15 ve 16 Mart tarihlerinde heyete katılacak firma yetkililerine "Uluslararası pazarlar, pazar araştırması, Fas tekstil pazanı ve iş yapma kültürü" konularında eğitim semineri verildi. Rabat Eski Ticaret Müşaviri Ümit Sezer tarafından verilen seminerde, Fas pazarı ile iş yapma kültürü, ithalat dinamikleri, tüketim alışkanlıkları ve dağıtım kanalları konularında firmalar ayrıntılı olarak bilgilendirildi. Heyet öncesinde duyuru çalışmalarına da önem veren İTHİB, Rabat Ticaret Müşavirliği, AMITH (Fas Tekstil ve Konfeksiyon Endüstrileri Birliği) ve Fas'ta bulunan Türk firması "Tunc Consulting" aracılığı ile Faslı firmalara heyetin duyurusunu yaptı. Fas'ta Fransızca yayın yapan L'economiste ve Le Matin gazetelerinde heyet ile ilgili ilan verilerek Faslı firmaların görüşmelere katılımının artırılması sağlandı. 🇳🇵



ÖMER ÖZPEHLİVAN
İTKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

"TÜRKİYE'NİN 2023 İHRACAT HEDEFİNE DESTEK"

Casablanca'ya düzenlediğimiz ziyaret bu pazarın nabzını tutmamızda iyi bir argüman oldu. Görüşmeler sonrasında ülkenin Türk tekstili için önemli bir potansiyeli barındırdığını ve zaman kaybetmeden harekete geçmemiz gerektiğini görmüş olduk. Fas özellikle tekstil ve konfeksiyon sektörü için bakir bir pazar. Konfeksiyoncuların ihtiyaçlarını karşılayabilecek tedarikçilerin olmayışı ülkeyi Türkiye'deki tekstilciler için daha da cazip hale getiriyor. Yapılan görüşmeler sırasında katılımcılar sadece Casablanca'dan değil, Fas'ın hemen hemen bütün şehirlerinden firmalarla bir araya gelme imkanı buldu. Ziyaretin üzerinden kısa bir süre geçmesine rağmen küçük küçük deneme siparişleri almaya başlayan firmalarımız bile var. Bu bireysel olarak sadece firmalar adına değil, sektör adına sevindirici bir gelişme. Çünkü bu heyete katılan firmalar Türk tekstil sektörünü temsilen bu pazara çıkarma yaptı. Görüşmeler sırasında sadece ürünlerini değil, Türk tekstil sektörünün imajını da sergileyerek önemli bir görevi yerine getirdiler. İhracatta 2023 hedefini tutturabilmemiz için böyle bir çalışma yapılması gerekiyordu Bundan sonraki en büyük temennimiz; Türkiye'nin 2023 yılındaki ihracat hedefine katkıda bulunmak için İTKİB'in bu tür atılımları daha fazla düzenlemesi.



23 NİSAN'I İHRAÇ ETMELİYİZ

wenice:

**BUGÜNE KADAR
ÇOCUKLARA YÖNELİK
BİRÇOK SOSYAL
SORUMLULUK
PROJESİNE İMZA ATAN
WENICE KIDS YÖNETİM
KURULU BAŞKANI İDRİS
AKDOĞAN, 23 NİSAN
ÇOCUK BAYRAMI'NIN
ANNELER GÜNÜ GİBİ
TÜM DÜNYADA ORTAK
BİR DEĞER HALİNE
GETİRİLMESİYLE,
HEM ÇOCUKLARA
YÖNELİK YARDIM
KAMPANYALARININ
ARTACAĞINI HEM
DE ÜLKE İMAJININ
VE TİCARETİNİN
YÜKSELECEĞİNİ
SÖYLÜYOR.**

Bugüne kadar çocuklara yönelik birçok sosyal sorumluluk projesine imza atan Türkiye'nin çocuk giyimde dünya markası Wenice Kids için 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ayrı bir önem taşıyor. Tüm dünyaya ithaf edilen bu bayramın çocuklara yönelik sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmek için zemin hazırladığını kaydeden Wenice Kids Yönetim Kurulu Başkanı İdris Akdoğan, böylece bu özel günün içerdiği anlamı da desteklemiş olduklarını kaydediyor. Çocuklara yönelik yardım kampanyalarının yanı sıra 23 Nisan Çocuk Bayramı'nın Türkiye'nin ülke imajını ve ticaret hacmini artıracak bir potansiyeli de barındırdığını kaydeden Akdoğan, Bayramın Türkiye'nin yurtdışında tanıtımı ve ilişkilerini geliştirmesi açısından çok önemli bir zemin hazırladığını kaydediyor. Bu zemini verimli bir hale

getirmek için özel çalışmalarını desteklemek gerektiğini vurgulayan Akdoğan, “Özellikle ihracatta bu tip bayramlar, özel günler çok büyük önem taşıyor. Bu özel günlerin dünyaya anlatılması, tanıtılması, milli değerlerin lanse edilmesi ticarete de yansiyacaktır” diye konuşuyor. Bu konuda geliştirilecek yeni projelerle Bayramın, Anneler Günü ya da Sevgililer Günü gibi yaygınlaştırılabileceğini ve bu sayede büyük bir ticari değer yaratılabileceğini kaydeden Akdoğan, bu tür bir girişimin hem ülkeye prestij kazandıracağını hem de ihracat ve perakende sektörü için yeni fırsatlar yaratacağını vurguluyor.

“23 Nisan tüm dünyada ortak değer olmalı”

Günümüzde internetin yaygınlaşmasıyla birlikte çocuklar da marka bilincinin geliştiğini ve seçiciliğin arttığını belirten İdris Akdoğan, bu aracın etkin bir şekilde yaygınlaştırılması gerektiğinin de altını çiziyor. İnternet aracılığıyla yürütülecek çocuklara ve 23 Nisan’a ilişkin uygulamaların, Türkiye algısını yeniden yaratacağını kaydeden Akdoğan, “Çocukların Türkiye’yi sevmesi ticareti de artıracaktır. Bu yüzden çocuklara bayramlarımızı, özel günlerimizi sevdirmek, ülke bilincini artırırken ihracatı da olumlu yönde geliştirecektir” diyor. Akdoğan, 23 Nisan gibi uluslararası içeriği olan bir etkinliğin Türkiye’nin yurtdışında tanıtımı ve ilişkilerini geliştirmesi açısından çok önemli bir zemin hazırladığını, bu konuda hayata geçirilecek girişimlerle Bayramın tüm dünyada ortak bir değer haline getirilmesinin küresel ticarete ivme kazandıracağını ve bu değerın çıkış noktası olan Türkiye’nin de bu hareketten en önemli payı alacağına işaret ediyor. Ayrıca çocuklara özel bu güne yönelik sosyal sorumluluk projeleriyle 23 Nisan Çocuk Bayramı’nın taşıdığı anlamın da pekişeceğini kaydeden Akdoğan, Wenice markasıyla yalnız tek bir

güne özel değil, farklı zamanlarda benzer birçok projeyi hayata geçirmiş olduklarını da hatırlatıyor.

Her şey çocuklar için

Wenice Kids’in, ürünlerini müşteriyle buluşturmadan önce 19 adet testten geçirerek, çocukların sağlığına verdiği önemi ortaya koyduğunu ifade eden İdris Akdoğan, çocuklar için ücretsiz tiyatro gibi kültürel aktivitelerde etkin rol oynayan markanın, yardım amaçlı olarak yapılan festival, konser gibi organizasyonlarda öncü olduğunu vurguluyor. Firmanın eğitim alanında da katkıları olduğunu söyleyen Akdoğan, “Giyinmek hiç bu kadar kolay olmamıştı” mottosuyla dünyada ilk kez engelli çocuklar için kolay giyim koleksiyonu hazırlayarak bir ilke imza attıklarını kaydediyor. 23 Nisan’da “Bir çocuk da siz giydirin” kampanyası ile yardıma muhtaç çocukların bayram sevinci yaşamasına ön ayak olduklarının altını çizen Akdoğan, ücretsiz çocuk tiyatrosu etkinliği “Çocuklar Ülkesi” projesi kapsamında ise okul hayatı ve güncel zamanda yaşadıklarına değinen öğretici oyunları, masalsi hikayelerle anlatan bir tiyatro gösterisi düzenlendiğini ve bu sayede çocukların eğitimine destek olduklarını belirtiyor. Bugüne kadar gerçekleştirdikleri yardım kampanyalarından bahseden Akdoğan, “Wenice bayram öncesi 40 ilde, 5 bin engelli çocuğu sevindirdi. Anneler Günü’nde “Kimsesiz Çocuklara Bir Gün de Olsa Anne Olalım” kampanyası kapsamında, kimsesiz çocuklar yararına alınan her ürün yüzde 50 indirimle satıldı. Yine markamız tarafından hayata geçirilen “4 Renk Kampanyası” ile müşteriler üzerinde yeşil barkodlu ürün aldıklarında çevrenin yeşillenmesine, kırmızı barkodlu ürün aldıklarında Kızılay’a, pembe barkodlu ürün aldıklarında fiziksel engelli ihtiyaç sahibi kişilere ve mavi barkodlu ürün aldıklarında ise Çocuk Esirgeme Kurumu’na bağış yapmış oldular” dedi.



Wenice tüm dünya çocuklarına hitap ediyor

Türkiye’de üretim yaparak dünyaya açılmış ilk çocuk giyim markası olan Wenice Kids, çocuk giyim üretimine 1993 yılında başlayan Kuşam Tekstil tarafından 1998’de kuruldu. Dünya modasını Türkiye’deki çocuklarla buluşturan marka aynı zamanda ülke içerisinde üretim yaparak dünyaya açıldı. Marka bugün, 52 ülkede 450 mağazasıyla ve 1100’den fazla satış noktasıyla faaliyet gösteriyor. Kalite ve tasarımın öne çıktığı ürünlerini çocuklarla buluşturan Wenice Kids, kar amaçlı satış yapmanın ötesinde, müşterilerinin memnuniyetini ve satış sonrasında da destek sağlıyor. Modanın lüks anlayışından çıkıp bir ihtiyaç olduğu felsefesiyle hareket eden firma, buradan yola çıkarak, fiyat çizgisini belli aralıklar çerçevesinde tutuyor. Toplam cirounun yüzde 75’ini ihracattan elde eden firma, 2012 yılına kadar 90 ülkede yer alarak dünyada bilinirliği en yüksek 10 çocuk giyim markasından biri olmayı hedefliyor. Uluslararası platformda özellikle satış, pazarlama ve tasarım ekibi ile fark yaratan marka, her bölge için o bölgede yaşamış olan profesyonelleri istihdam ederek part-



ner iletişiminde sorunları mini-muma indiriyor ve ülkelere ilişkin niteliklerin firmada daha kolay algılanmasını sağlıyor. Türkiye ve birçok ülkede yapılanmayı sürekli kontrol eden firma, Bulgaristan, Slovenya, Polonya, Slovakya, Hırvatistan, Litvanya, Estonya, Letonya ve Ukrayna’da distribütörler aracılığı ile varlık gösteriyor. Ülkesel stratejik pazarlama anlayışı ile hareket eden markanın konsept mağaza ve yer aldığı ülke sayısı her geçen gün artıyor. ❖



Eco-friendly yarns!

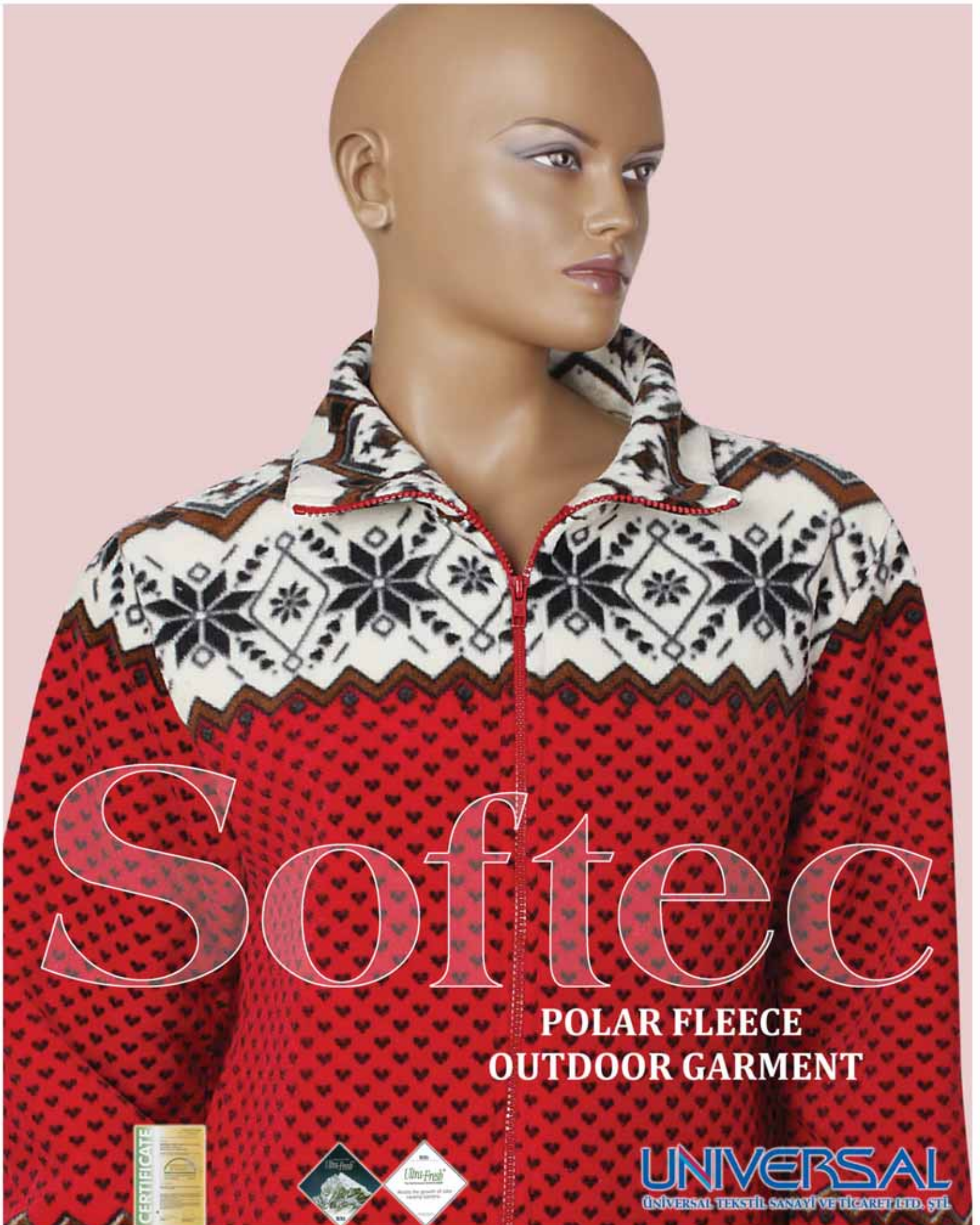
“Our specialty”



Seymen Yolu No. 57/A
59740 M. Ereğlisi/Tekirdağ
TURKEY
Phone +90 282 611 10 15
Fax +90 282 611 10 16
www.kaleiplik.com

Kaleiplik®

KALE İPLİK SAN. ve DIŞ TİC. A.Ş.



Softec

**POLAR FLEECE
OUTDOOR GARMENT**



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH

UNIVERSAL
UNIVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

www.polarflc.com

Organize Sanayi Bölgesi, Turgut Özal Cad. No: 114, İkitelli Başakşehir-İstanbul / Türkiye Phone: +90-212-671 03 74 Fax: +90-212-671 03 75
Kuştepe Mevkii-Vellimeşe / Çorlu / Tekirdağ / Türkiye Phone: +90-282-674 51 08 Fax: +90-282-674 51 12 universal@polarflc.com