

İTKİB HEDEF 251

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 ARALIK 2014 - 15 OCAK 2015

Atsan atılmaz, satsan satılmaz
Gümrük Birliği

HEDEF dergisi 250'nci sayısını kutladı
Nice sayılara...



**FESTİVAL
HAVASINDA
FUAR**

**iDF
2014**



DÜNYA MARKALARININ BULUŞMA NOKTASI



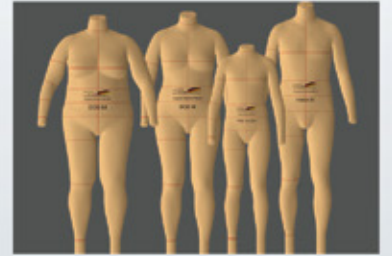
Assyts Cad Sistemi



Vidya 3D



Prova Mankeneri



StyleShoots
Photo Studio

Teknoloji Ve Çözümler Dünyası



bullmer
cutting room technology

Tam Otomatik
Kumaş Kesim Makinaları



Tam Otomatik
Kumaş Serim Makinaları



ASTAŞ JUKI

"Teknoloji ve Çözümler Dünyası"

ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İSTANBUL T: 0212 630 89 00 F: 0212 630 89 29

www.astas-cadcam.com

Reaktif dijital baskıda ve örme kumaşta en iyiye bizimle ulaşın

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



www.birlikorme.com.tr

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

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

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

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

E-mail: info@birlikorme.com.tr

içindekiler



10 "HEDEF"
NİCE
SAYILARA...

ATSAN ATILMAZ,
SATSAN
SATILMAZ:
GÜMRÜK BİRLİĞİ

16



26 HOSAB'DA
TEMEL ATMA
NİSAN AYINDA

IDF'DE
FESTİVAL
HAVASI

46



62 EV TEKSTİLİNİN
GENÇ VE FARKLI
FUARI: HOME&TEX

HALI TAMİRİ, İHİB
İLE AKADEMİYE
TAŞINIYOR

74

80

İPUD
HEDEFİNİ İKİYE
KATLADI

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ
AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Cumhur İŞBIRAKMAZ

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Mustafa ŞENOCAK, Uğur UYSAL

YAYIN KURULU BAŞKANI

Özkan KARACA

YAYIN KURULU

İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK, Birol SEZER,
Nilgün ÖZDEMİR, Aydın ERTEN, Mustafa PAŞAHAN,
Nazım KANPOLAT, Hikmet ÜNAL, Sultan TEPE,
Osman EGE, Cengiz ÖZMEN, Ramazan ÖZPINAR,
Ruken MIZRAKLI, Ersin ÖZGÜMÜŞ, Ferzat ERDEBİL,
Eyüp KESER, Bülent METİN, Haşim GÜRELİ,
Zeki SALMAN, Barış CEYHAN, Ahmet Hayri DİLER

YAZI KURULU

Süleyman ÇAKIROĞLU, Zeynep ÇELİK

YÖNETİM YERİ

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

YAPIM



KÜÇÜK MUCİZELER

YAYINCILIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİC. LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

ART DİREKTÖR

Uğur KARAGÜL
ugurkaragul@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammed@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ
Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI-ÇİLT

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

DAĞITIM

Intermail

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

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

İLETİŞİM

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

AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



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



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



www.akbarkod.com

%18

TÜİK, Ekim 2014 itibarıyla Sanayi Üretim Endeksi verilerini açıkladı. Ekim ayında mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış sanayi üretimi yüzde 1,8 düştü. Beklentiler yüzde 1 düşüş yaşanacağı yönündeydi. Böylece sanayi üretimi aylık bazda son 1 yılın en sert düşüşünü yaşadı.



“İhracatın kilosunu 50 dolara çıkaracağız”

Ekonomi Bakanlığı'nın yıllardır beklenen tasarım desteğinin Resmi Gazete'de yayımladığını söyleyen İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Bugün hazır giyim sektörü olarak 24 dolar/kg ile en yüksek katma değerli ihracat gerçekleştiren ilk üç sektörden biriyiz. Firmalarımız 3 yılda alacakları toplam 1,4 milyon dolar tasarım desteği ile yüksek katma değerli üretime kilitlenip, ihracatta büyük sıçrama gerçekleştirecekler” dedi. Hikmet Tanrıverdi, Ekonomi Bakanlığı'nın yayınladığı yeni Tasarım Tebliği ile yüksek katma değerli üretimin kapılarının ardına kadar açıldığını belirterek, şimdi 60 milyar dolarlık 2023 ihracat hedefini yakalamanın çok daha kolaylaştığını söyledi. Hikmet Tanrıverdi yaptığı yazılı açıklamada, halen 24 dolar olan 1 kg hazır giyim ihracatını tasarım tebliğinin yaratacağı sinerji ile 50

dolara çıkaracaklarını vurgulayarak, üzerinde uzun yıllar çalıştıkları tasarım tebliğinin çıkmasından duyduğu memnuniyeti dile getirdi. “Sayın Bakanımız Nihat Zeybekçi ve Bakanlık bürokratlarına sektörümüz adına teşekkür ediyoruz” diyen Hikmet Tanrıverdi, sözlerini şöyle sürdürdü: “Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 2023 yılı için 60 milyar dolarlık ihracat hedefi belirledi. Bu yüksek hedefe ulaşmanın yolu sektörün katma değerli ihracat ve tasarım kapasitesinin geliştirilmesinden geçiyor. Sektörün tasarım kabiliyetinin daha üst seviyelere çıkarılması için başta Ekonomi Bakanlığı olmak üzere Devlet düzeyinde de yoğun çalışmalar başlatılmıştı. Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Birliğimizin de katkısıyla Tasarım Tebliği'nde sektöre önemli açılımlar sağlayacak bir değişiklik gerçekleştirildi.”

Who's Next Paris Fuarı için milli katılım atağı

Avrupa'nın önde gelen hazır giyim ve aksesuar fuarı olan Who's Next Paris Fuarı'nın İHKİB milli katılımında gerçekleştirilmesine yönelik olarak Ekonomi Bakanlığı nezdinde görüşmeler yapıldı. İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Gültepe, Yönetim Kurulu Üyeleri Özkan Karaca, Nilgün Özdemir ve İTKİB Genel Sekreter Yar-

dımcısı Süleyman Çakıroğlu Ankara'da Ekonomi Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım, İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak ve Daire Başkanı Nilüfer Sandallı ile görüştüler. Samimi bir ortamda gerçekleşen ziyarette Who's Next Paris fuarına Türk hazır giyim ve konfeksiyon firmalarının gösterdiği ilgi yetkililere aktarıldı.



“İhracat hedeflerimizi yakalıyoruz”

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, konuk olduğu bir ekonomi programında hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2014 performansını ve hükümet tarafından açıklanan 9 maddelik ekonomi programını değerlendirdi. Geçen yıl hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 17,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bu rakama tekstil ihracatının eklendiğinde 26 milyar dolar ile tekstil ve hazır giyim ihracatının Türkiye'nin en büyük ihracatçı sektörü olduğuna dikkat çekti. Bu yıl hazır giyim ihracatını 19 milyar doların üzerinde ihracat yapacağını öngördüklerine dikkat çeken Tanrıverdi, “Bugüne kadar yaptığımız ihracat ile öngördüğümüz bu rakamı kolayca yakalayacağımızı söyleyebilirim. Hazır giyim olarak yüzde 10 büyümeye ile Türkiye genel ihracatının üzerine çıkmış durumdayız. Sektörümüzün dünyada yaşanan krizler ve çevre ülkelerde yaşanan savaş ve çatışmalara rağmen bu başarıyı yakalamaları çok önemli. Özellikle Ukrayna'da son dönemde yaşananlar ve Rusya'da rublenin değer kaybetmesi gibi konular bu pazarlarda ciddi sıkıntılar yarattı. Ayrıca Irak ve Suriye'de yaşanan savaştan kaynaklı bu ülkelere ihracat durma noktasına geldiği gibi buralardaki karışıklıklardan ortaya çıkan lojistik sorunlar nedeniyle Ortadoğu'daki başka ülkelere de ihracatta sorunlar yaşadık. Bütün bu olumsuzluk-



lara rağmen hazır giyim ihracatının artmış olması ihracatçılarımız başarısını olarak ele alıyoruz” dedi. Hükümetin açıkladığı 9 maddelik programı üretime dayalı bir büyümenin altını çizilmesi noktasında önemli bulduklarını belirten Tanrıverdi, önemli olanın ise ortaya konulan hedeflerin ne kadar zamanda ve nasıl yapılacağı olacağına dikkat çekti.

Hazır giyim ihracatını AB sırtlıyor

Türk hazır giyim sektörü, Ocak-Kasım döneminde yüzde 75'i AB üyesi ülkeler olmak üzere 17,4 milyar dolarlık ihracat yaptı. AB'ye yapılan ihracat geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,1 oranında artarak 12 milyar 994 milyon 27 bin dolara çıktı. Çin'in ardından AB'nin en büyük ikinci hazır giyim tedarikçisi olan Türk konfeksiyon endüstrisi, Ocak-Kasım dönemindeki ihracatının yüzde 75'ini birlik üyesi ülkelere yaptı. Bu dönemde AB grubuna yapılan ihracat geçen yılın karşılaştırılabilir dönemine göre yüzde 10,1 oranında artarak 12 milyar 994 milyon 27 bin dolara çıktı. Sektörün en büyük pazarı konumundaki Almanya'ya yapılan dış satım, yüzde 7'lik artışla 3 milyar 634 milyon 365 bin dolara yükseldi. İhracatta 2 milyar 299 milyon 557 bin dolarla İngiltere ikinci, 1 milyar 532 milyon 354 bin dolarla İspanya üçüncü, 1 milyar 40 milyon 151 bin dolarla Fransa dördüncü ve 873 milyon 900 bin dolarla Hollanda beşinci sırada yer aldı. Sağladığı istihdam ve gerçekleştirdiği ihracatla Türkiye ekonomisinin amiral gemilerinden biri olduğu bildirilen hazır giyim sektörü, yılın 11 aylık döneminde çoğu gelişmiş Avrupa ülkeleri olmak üzere toplam 208 ülkeye dış satım yaparak adeta dünyada ayak basmadık yer bırakmadı.

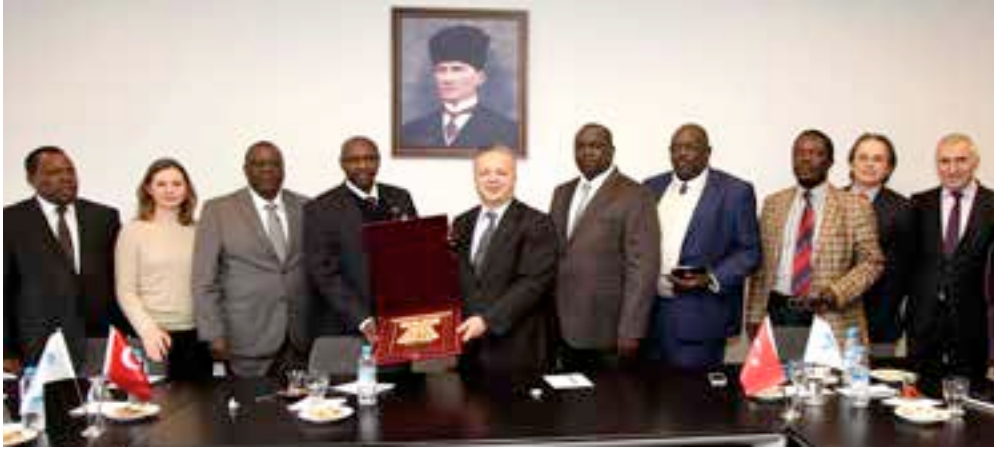


Hazır giyim ve Tasarım Kümesi kalıpları yeniliyor

Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile İHKİB tarafından koordine edilen, kümelenme yaklaşımını benimseyen “Hazır giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi Projesi” Haziran 2013'ten beri faaliyetlerine devam ediyor. Daha önce, Moda ve Trend Eğitimleri ve çeşitli danışmanlıklar ile ürünlerine farklı dokunuşlar getiren firmaların şimdiki hedefi kalıp hazırlama teknikleri ile ürünlerinin daha kısa sürede üretimini gerçekleştirerek, zaman, materyal ve iş gücü tasarrufu sağlamak ve müşteri memnuniyetini daha yukarılara taşıma. Ayrıca çalışmaların, her firma ile kendi modelhanesinde ve kendi modelhane ekibi ile birlikte yapılacak olması; firmanın doğrudan talep ettiği konu üzerine odaklanmayı ve bir gün boyunca modelhane çalışanlarının tüm bilmek istediklerinin yanıtlanmasını sağlayacaktır. Hazır giyim ve Tasarım Kümesi'nde yer alan Ereks Konfeksiyon, Badıllı Tekstil, Paristan Giyim, Setre Tekstil, Dantel Pazarlama, Özbaşkent Giyim, Nurteks Konfeksiyon, Bisa Giyim ve Baran Giyim firmaları Kalıp Hazırlama Teknikleri Uzmanı Fatma Çardak ile yapılacak olan kalıp hazırlama teknikleri danışmanlık faaliyetinden yararlanmaktadır. Ereks Konfeksiyon Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nermin Soydan, “Şuana kadar olan son çalışmamız kalıp hazırlama teknikleri danışmanlığına modelhane ekibimiz ilgi gösterdi. Danışmanlık sonrasında kendini geliştirmenin verdiği büyük bir heyecan ve şevkle modelhane ekibi, çalışmalarında büyük ölçüde fark yaratan detayları uygulamaya koydular” dedi

Kenyalı parlamenterlerden İTHİB'e ziyaret

Kenya Parlamentosu Finans, Planlama ve Ticaret Komisyonu heyeti, İTHİB Başkanı İsmail Güllü'yi ziyaret etti. Türkiye'nin tekstil sektörünün rekabetçi konumu ve özellikle pamuk üretimi hakkında bilgi alan heyet daha sonra Güllü Entegre Tekstil tesislerini ziyaret etti. Kenyalı parlamenterler heyeti, Kenya'nın 2013-2017 yıllarını kapsayan Orta Dönem Hedefleri arasında tekstil sektörünün öncelikli sektörler arasında yer aldığını, bu açıdan sektörün rekabetçi konumunu gözeterek İTHİB'e yaptıkları ziyarete önem verdiklerini belirttiler. İTHİB Başkanı İsmail Güllü ile gerçekleştirdikleri görüşmede edindikleri bilgilerin, Kenya'nın Orta Dönem Hedeflerini gerçekleştirmede etkin rol oynayacağını ifade eden heyet, Türk tekstil sektörünü Kenya'ya davet ederek sektörün Kenya'da özellikle pamuk üretimi alanında yapacakları yatırımlardan memnuniyet duyacaklarını ifade ettiler.



İTÜ Tekstil Fakültesi 10 yaşında



SULTAN TEPE
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi kuruluşunun 10. yılını düzenlenen törenle kutladı. 4 Aralık Perşembe günü düzenlenen kutlama programı, Tekstil ve Konfeksiyon Kalite Kontrol Laboratuvarının açılışıyla başladı. İşlevlerine göre ayrılmış çok sayıda analiz, test ve araştırma biriminin bulunduğu Tekstil ve Konfeksiyon Kalite Kontrol Laboratuvarı gezildi ve bilgilendirme yapıldı. Fakülte tanıtım filminin gösteriminin ardından Rektör Yardımcımız Prof. Dr. Ali Fuat Aydın açılış konuşmasını yaptı. Tekstil Fakültesi'nin 59 yıl önce Makina Fakültesi içinde bir kürsü olarak kurulduğunu ve bugün ülkemizde ilklere imza attığını, yeniliklere kapı açtığını belirten Prof. Dr. Aydın, "Fakültemiz tekstil ve tekstil teknolojileri ile beraberinde gelişen alanlardaki eğitimiyle markalaşmış durumda" dedi. Törende bir konuşma yapan İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Tepar Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Sultan Tepe, İTÜ'nün başarısının dünyada ve Türkiye'de ispatlanmış durumda olduğuna dikkat çekerek, "Eğitim Ar-Ge ile taçlandırılmalıdır. Biz şirket olarak bu çalışmaları İTÜ ile ikili olarak sürdürüyoruz" dedi. Tepe, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarının sayısının sürekli artırılması gerektiğini söyledi.

Dijital baskının kalbi Çorlu'da attı

Gelecekte baskı sektörünün dijital ağırlıklı olacağını yüksek sesle konuşulduğu ve yeni yatırımların dijital baskı üzerine yapıldığı bugünlerde, Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTSD) tarafından organize edilen "Dijital Baskıda Geleceğin Modellenmesi" isimli sempozyum 17 Aralık günü Çorlu Divan Hotel'de gerçekleştirildi. Sempozyumun açılışında bir konuşma yapan TTSD Başkanı ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat, dijital baskının tekstil sektöründe önemli bir yere geldiğini belirtti. Yaklaşık 4 saat süren organizasyonda TDS Dijital firmasından İbrahim Demir ve Aloha Tekstil firmasından Şeref Akaslan konuşmacı olarak yer alarak deneyimlerini aktardılar. Dijital baskı sektöründe faaliyet gösteren ve sektörde yer almak isteyen firmaların yoğun katılımı ile gerçekleşen sempozyumda "Yapılacak işe göre Printer seçimi, Dijital baskıda var olan problemler ve çözüm önerileri ile birlikte, Dijital baskıdaki gelecek senaryoları üzerine konuşuldu. Ağırlıklı olarak soru-cevap şeklinde ilerleyen sempozyum sektörde yaşanan sorunların çözümlerine dair yol gösterici oldu.



VEHBI CANPOLAT
TTSD Başkanı ve
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Jamato®

ISO9001:2000 Certified, MADE IN JAPAN

%100 Japon
Yüksek Kaliteli Reçme Makinaları



UĞUR®
M A K İ N A

Tel.: 0212 495 00 00 www.brothertr.com

2'nci

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) Türkiye'nin gelir dağılımında kaydettiği ilerlemeye karşın, üyeleri içinde servetin en adaletsiz biçimde paylaşıldığı ikinci ülke olduğunu açıkladı. Ülkelerdeki gini katsayısı gelişimini inceleyen raporda, Türkiye'nin 0,41 ile Meksika'nın ardından en yüksek -yani en kötü- ikinci orana sahip olduğu vurgulandı.

İTHİB, yenilikçi gençleri ağırladı

İTHİB Başkanı İsmail Gülle, 5 Aralık Cuma günü Etiler Kile Restoran'da İnovasyon Haftası için gelen öğrencilerle bir araya geldi. İsmail Gülle, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nden yaklaşık 70 öğrenciyi ağırladı. Bu etkinliğin bu sene üniversitelerden gelen talep doğrultusunda ikincisini yaptıklarını söyleyen Gülle, TİM'in bu sene İnovasyon Haftası için gelen öğrencilere ulaşımda yüzde 75 indirim kolaylığı sağladığını belirtti. Tanıtımların yapılmasına rağmen üniversitelerde yaşanan iletişim

kopukluğuna dikkat çeken Gülle, bu tür organizasyonlara daha fazla katılmaları gerektiğini söyledi. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilgisayar Bölümü 3'üncü sınıf öğrencisi Emrecan Güngör, "İnovasyon Haftası'nı heyecanla bekliyordum. Etkinlikten öğretmenlerimiz sayesinde haber oldum. Çok mutlu oldum. Özellikle stantlardaki icatlar ilgimi çok çekti. Bu etkinliğin düzenlenmesinde hem TİM yetkililerine hem de bizi bu etkinliğe katılmamızı sağlayan İTHİB'e çok teşekkürler" dedi.



Hatıra Ormanı'na ilk fidanlar dikildi

Türkiye'nin ağaçlandırılması ve yeşil dokusunu koruması çalışmalarına katkı vermek üzere İTHİB Hatıra Ormanı'na İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcıları Şerafettin Demir ve Fatih Bilici, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Vehbi Canpolat ve Bülent Koçak 21 Aralık Pazar günü ilk fidanları diktiler. Türkiye'nin doğası ve iklimi ile benzersiz bir ülke olduğuna dikkat çeken İTHİB Başkanı İsmail Gülle, her vatandaşın bu doğal güzellikleri korumasının bir görev olduğunu söyledi. İTHİB olarak insana ve çevreye yönelik her türlü faaliyetin içinde yer almaya gayret ettiklerini söyleyen Gülle, diktikleri bu fidanları gelecek nesillere armağan ettiklerini dile getirdi.



Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

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

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

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

NEBİM

V3

NEBİM

%5,1

Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) gelecek yıl, ortalama gidiş dönüş uçak biletlerinin 2014'e kıyasla % 5,1 daha düşük olacağını açıkladı. Havayollarının akaryakıt fiyatlarının ucuzlaması ve küresel büyümeye hızlanması sayesinde bilet fiyatlarını düşürmeleri bekleniyor.

İfexpo Fuarı çitayı yükseltiyor

İfexpo 2015, 12. Uluslararası İstanbul İç Giyim, Çorap Fuarı, Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD), Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD), desteğiyle 5-7 Şubat 2015 tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenleniyor. Çorap-tan iç giyime, deniz giysilerinden ev giysilerine kadar farklı kategorilerde, özel tasarım ürünlerin sergilendiği İfexpo, yerli ve yabancı sektör profesyonellerini ülkemizin en önemli üreticileri ile buluşturuyor. Sektörün yoğun olarak sipariş aldığı Şubat ayında iç giyim, çorap ve deniz giysileri üreticileri yeni sezon ürünlerini yurtiçi ve yurtdışı pazarın beğenisine sunuyorlar. Çorap, iç giyim, ev ve plaj giysileri, nakış işleme, yan sanayi ve aksesuarlar ile sektörün tüm alt gruplarını bünyesinde barındıran İfexpo, sektör profesyonellerinin tüm alım ihtiyaçlarını tek noktadan elde edebilecekleri en kapsamlı tedarik merkezi olarak ön plana çıkıyor.



CHIC ile moda yolculuğuna davetlisiniz



Moda metropolü Şangay, moda dünyasını çekiyor. 22 yıl sonra Şangay'a taşınan Uluslararası Moda Fuarı CHIC, "Cesur bir moda yolculuğu" sloganı ile moda dünyasına sesleniyor. Mart'ın 18'inden 20'sine kadar dünyanın en modern fuarı, dünya modasını sunacak. Bu slogan ile tüm moda markalarını Şangay'a çeken CHIC, aynı zamanda oluşturulan moda bölümü 'Uluslararası Moda Yolculuğu' ile uluslararası katılımcıları Çinli ajanslar, mağazalar, alışveriş merkezlerini ve multibrand alıcıları davet ediyor. CHIC'e eklenen yeni gelişme merkezleri ile dünyanın modern fuarlarından biri olacak. Bu alanda; Insignature (etkili Çin markaları), Prestige (erkek hazır giyim, ayakkabılar ve elde yapımı erkek giysileri), Urban View (rahat ve spor), New Look (kadın giyim), Secret Stars (moda aksesuarları), Impulses (genç tasarımcılar), Heritage (deri, kürk ve dış mekan), Kid's Paradise (çocuk giyim), Future Link (moda teknoloji sistemleri), Fashion Journey (uluslararası pavyonlar ve markalar) olacak.

WIN Metal Working Fuarı Şubat'ta kapılarını açacak



Geçtiğimiz Haziran ayında 19.'su gerçekleşen WIN Metal Working Fuarı, sektörün talepleri doğrultusunda yeni tarihini 12-15 Şubat olarak belirledi. Fuarda, Metal İşleme, Kaynak ve Yüzey İşleme konularının yanı sıra, bu yıl ilk kez düzenlenen Safe@Work özel bölümü ile iş sağlığı ve güvenliğine de odaklanılacak. 12-15 Şubat 2015 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenecek olan WIN Eurasia Metal Working; Metal Working, Surface Treatment ve Welding başlıkları altındaki üç ayrı ticaret fuarını tek bir çatı altında birleştiriyor.

“Teknolojinin barkodla buluştuğu an..”



Intermec
by Honeywell

M3 MOBILE
Your Best Mobile Business Partner

DATALOGIC
THE VISION IS YOURS

cab
we identify more



www.akmazbarkod.com

akmaz[®] **barkod**
Barkod Teknolojileri & Sektörel Yazılım Çözümleri



HEDEF

nice sayılara...

SEKTÖREL YAYINCILIKTA BİR MARKA OLAN HEDEF DERGİSİ, 250'NCİ SAYISINI KASIM AYINDA OKUYUCULARLA BULUŞTURDU. 1994 YILINDAN BU YANA SEKTÖRÜN NABZINI TUTAN HEDEF, SEKTÖR TEMSİLCİLERİYLE YAPTIĞI RÖPORTAJLAR, ARAŞTIRMA KONULARI, SEKTÖR ANALİZLERİYLE İHRACATÇININ REFERANS DERGİLERİNDEN BİRİ OLDU. 250 SAYIDIR SÜRDÜRDÜĞÜ İSTİKRARINI DİJİTAL MECRAYA TAŞIYAN HEDEF'E ULAŞMAK ARTIK ÇOK DAHA KOLAY.
NİCE SAYILARA HEDEF...



Yayın hayatına 1994 yılında “merhaba” diyen Hedef dergisi, o tarihten bugüne sektörün adeta nabzını tutan en önemli argümanlarından biri haline geldi. İTKİB’in resmi yayın organı olan Hedef dergisi, Türkiye’deki ihracatçı birliklerinin en eski sesidir. Yıllar içerisinde tarih sahnesinden nice isimler, siyasi aktörler, yayımlar silinip giderken Hedef dergisi, yayın hayatına kesintisiz bir şekilde devam etti, ediyor, edecek. Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerini yakından ilgilendiren konuları her sayısında okuyucularına ulaştıran Hedef, bu istikrarını 250 sayıdır sürdürüyor. Hedef dergisi ekonomiyi, ihracatı ve tasarımı baz alan konularıyla üst düzey yönetici ve patronların masasında yer alan bir markadır. Kendini yenilemeye ve belli bir kalite düzeyini korumaya maksimum özen gösteren Hedef dergisi bugün 10 bin okuyucuya ulaşıyor. Ekonomi Bakanlığı’ndan İTKİB Üyelerine, diğer ihracatçı birliklerine, sektör kurum, kuruluş ve dernek yöneticilerine ulaşan Hedef dergisi, sektörün içinden yetkin isimlerle yaptığı röportajları, araştırma konuları, sektör analizleri ile sektörel yayıncılıkta başvuru kaynağıdır. Dört Birliğin (İHKİB, İTHİB, İDMİB, İHİB) tüm başarılarını okuyucularına ulaştıran Hedef dergisi, 250’nci sayısında dijital mecraya da taşındı. Artık Hedefi akıllı telefonlarımızdan da takip edebileceğiz. Aplikasyon ile Hedef artık her yerde yanımızda...

Dünyanın herhangi bir köşesinde olsanız dahil uygulama sayesinde yeni sayıları takip edebilecek, arşivdeki sayıları bakabilecek ve zenginleştirilmiş fotoğraf ve video içerikleriyle haberleri derinlemesine inceleme fırsatı yakalayacak. Yani Hedef, parmaklarınızın ucunda...



ÖZKAN KARACA
HEDEF Dergisi YK Başkanı

İhracatçı birliklerinin sağladığı kazanımların en önemlilerinden bir tanesi, kurumsallık yaratmasıdır. Bu kazanımlardan bir tanesi de İTKİB Hedef dergisidir. Tam 21 yıldır kesintisiz olarak süren Hedef dergisi, sektörün resimli hayat hikayesinden farksızdır. 21 yılda binlerle ifade edilebilecek sektör mensubu bu dergide boy gösterdi. Yönetim kurulumuzdan yüzlerle ifade edilecek insan bu sürede bu dergiye hizmet etti. Haberleri tartıştı. 21 yıl boyunca her ay bu toplantılar yapıldı, her ay bu dergi basıldı ve dağıtıldı. Bugüne kadar Hedef dergisinin Yayın Kurulunda yer alan tüm arkadaşlara teşekkür ediyorum. İnanıyor ve umut ediyorum ki yıllar sonra da Hedef dergisi hala hikayeler anlatmaya, haberler vermeye ve gerçekleri yazmaya devam edecek.



SULTAN TEPE
HEDEF Dergisi YK Başkan Yrd.

Hedef dergisinin 6-7 yıldır yayın kurulundayım. 3 dönemdir de başkan yardımcılığını üstleniyorum. Dört Birliğin içinde olduğu ve oradaki dengeyi sağlamak, kurmak anlamında da çok titiz bir çalışma yapılıyor. Bir sanayici olarak gittiğim tüm arkadaşlarımla masasında Hedef dergisini görüyorum. Büyük bir özveriyle derginin haberlerini hazırlıyoruz. ‘Bu haber böyle değildir, niye bu böyle yazıldı?’ diye en ufak bir haberde düzeltme almadık. Bu hem yayımcı kuruluşun bu konudaki ciddiyetini hem de yayın kurulunun haberleri ne kadar inceleyerek hazırladığının göstergesi. Hedef, hak ettiği bir noktadadır. İTKİB’e de böylesi yakışır. Sektörümün böylesine sesi olmuş bir derginin içinde emeğimin olmasından da çok mutluyum.

Hedef'in yeni uygulaması hakkında bilgi edinen Yayın Kurulu Üyeleri, uygulamayı akıllı telefonlarına ve tabletlerine indirip, incelediler.



Bugün tarihi bir gün

Toplantıya; Hedef Dergisi Yayın Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Özkan Karaca, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Birol Sezer, Nilgün Özdemir, Okyay Mızrak, Aydın Erten, Mustafa Paşahan, Nazım Kanpolat, Mevlüt Hikmet Ünal, İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri Sultan Tepe, Osman Ege, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Rukem Mızraklı, İHİB Yönetim Kurulu üyeleri Ahmet Hayri Diler, Barış Ceylan, Haşim Güreli, Bülent Metin, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Süleyman Çakıroğlu ve İTKİB personeli katıldı. Toplantıda konuşan Yayın Kurulu Başkanı Özkan Karaca, "Herkesin kendine göre tarihi bir günü vardır. Hedef Yayın Kurulu olarak bugün de bizim için gerçekten tarihi bir gün. Hedef'in uygulamasını telefonlarımıza yükleyeceğiz. Bundan sonra Hedef dergisini uçaktayken, yolculuk yaparken, evde otururken telefonlarımızdan okuyacağız" diye konuştu.



ERSİN ÖZGÜMÜŞ
İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi

Hedef dergisinin 250'nci sayıya ulaşması hepimizi gururlandırdı. Dilerim nice 250'ler yaşar. Maalesef işim dolayısı ile 250'nci sayı davetine katılamadım. Derginin istikrarı tabii ki içinde başarıyı saklıyor. Ayrıca sektörel haberleri kaynağından yani ihracatçının tam kalbinden yayınlandığı için haber lezzeti de farklı oluyor. Derginin içinde yayınlanan mali veri tabloları okuyucu tarafından analiz edildiğinde yol gösterici ve aydınlatıcı olduğundan izlenen bir yayın haline geliyor. Dolayısıyla İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurullarında konuşulan tüm gündem maddeleri, alınan kararlar ve bütün haberler okuyucuya birinci elden ulaştığında kesintisiz bir çabukluğu sağlamış oluyorsunuz. Peki, başka neler yapılmalı veya neler yapılabilir? Ütopik olmakla beraber özgürce eleştiriler olmalı, ihracatçı canı yandığında dergisinden bağırabilmeli, yani dergisi onun sesi olabilmeli.



BÜLENT METİN
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Halı sektörü olarak Hedef dergisini çok önemsiyoruz. Hem sektörel gelişmeleri hem de diğer ekonomik gelişmelerde anında ve sağlıklı bir şekilde haberdar olabiliyoruz. Bu anlamda da kimyamızın ve dokumuzunda tuttuğunu da söyleyebilirim. Dile kolay tam 20 yıllık bir süreç ve ulaşılmış 250 sayılıklı başarılı bir performans. Bugüne kadar Hedef dergisinde emek vermiş herkese teşekkür etmek istiyorum. Bundan sonra da üzerine daha da iyi şeyler koyarak ilerleyecektir diye düşünüyorum ve bu yolda daha nice başarılar temenni ediyorum. Globalleşen dünyamızda, bilgi akışını hızlandıran sistem içerisinde yer alabilmemiz için bu tür uygulamalara ihtiyacımız var. Hedef dergisinin bu tür bir formasyona girmesi son derece doğal bir gelişmedir. Bu sayede sektörümüzdeki insanlar bilgiye daha hızlı ulaşacak. Hedef dergisinin uygulamasını hayırlı olsun.

İTKİB HEDEF

3 ADIMDA

cebinizde

1

Google Play Store'a
ya da Apple Store'a
"İTKİB HEDEF" yazın

2

Karşınıza çıkan ikona
tıklayarak İTKİB HEDEF
dergisinin ücretsiz
aplikasyonunu indirin.

3

Artık "İTKİB HEDEF"
cebinizde.



Available on the iPhone
App Store



Google play



KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINCILIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİC.LTD. ŞTİ.

ATSAN ATILMAZ, SATSAN SATILMAZ GÜMRÜK BİRLİĞİ

GÜMRÜK BİRLİĞİ, TARTIŞMASIZ TÜRKİYE'NİN SANAYİLEŞMESİNDE ÇOK ÖNEMLİ BİR YERE SAHİP. ANCAK TÜRK SANAYİCİSİNE REKABETİ VE İHRACATI ÖĞRETEN AYNI GÜMRÜK BİRLİĞİ, ARTIK TÜRK SANAYİSİ VE EKONOMİSİNE DESTEKTEN ÇOK KÖSTEK OLMAYA BAŞLADI. PEKİ, NE YAPMALI? GÜMRÜK BİRLİĞİ'NDEN VAZGEÇİP YENİ BİR TİCARET ANLAŞMASI MI MÜZAKERE EDİLMELİ, YOKSA GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN MAKYAJI MI TAZELENMELİ?



650

milyar \$

TTYO
650 Milyar
dolarlık ticaret
hacmi kapsıyor

Türkiye'nin, AB'ye üye olma hedefiyle yarım asırdır sürdürdüğü mücadelenin önemli dönüm noktalarından biridir Gümrük Birliği. 1963'te, o zamanki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu ile Türkiye arasında imzalanan Ankara Anlaşması, üç aşamalı bir plan öngörüyor ve ana hedef olarak Türkiye'nin AB Ortak Pazarı'na tam üye olmasını işaret ediyordu. Bu hedefin belirleyici başlığı ise Gümrük Birliği idi.

Ankara Anlaşması'nın imza edilmesinin üzerinden 10 yıl geçip hazırlık süreci tamamlandığında, Avrupa ve Türkiye arasındaki Gümrük Birliği'nin kuruluşu da hızlanmaya başladı. Aslen Avrupa, 1971'den itibaren Türk ürünlerine uygulanan gümrük tarifelerin kaldırırken, Türkiye ise kademeli olarak Avrupa menşeli mallara uyguladığı gümrük tarifelerini kaldıracacağı taahhüdünde bulunmuştu. Nihayetinde, 22 yıllık uyum sürecinin ardından Gümrük Birliği, 1 Ocak 1996'ta resmi olarak iki taraf arasında yürürlüğe girdi ve Türkiye'de Avrupa menşeli mallara uyguladığı gümrük vergilerini sıfırladı. Yani, Türkiye 1973'ten bu yana Avrupa'ya gümrüksüz mal ihracatında bulunurken, Avrupa ülkeleri ise 1996'dan bu yana Türkiye'ye gümrüksüz mal ihraç ediyor.

Diğer yandan Gümrük Birliği, Türk sanayisinin, Avrupa'nın mal ve hizmet tedarikinde uyguladığı standartlara uyum sağlayabilmesi açısından da çok önemlidir. Bir anlamda, Gümrük Birliği sayesinde Türk sanayisinin rekabet ve ihracatı öğrendiği, bu yolla Türk sanayisi ve ekonomisinin geliştiği de söylenebilir.

Herkes kazanıyor, Türkiye kaybediyor

Ancak, küresel ekonomi günümüzde bambaşka bir strateji izliyor. Avrupa ve Türkiye arasında Gümrük Birliği inşa edilirken, ana hedef olarak belirlenen AB'ye tam üyelik hala gerçekleşmediği için, Türkiye, AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarında "taraf" olamıyor; bu nedenle de telafisi zor kayıplara uğruyor. Çünkü AB, örneğin Güney Kore ile bir STA imzaladığında, Güney Kore'ye özel gümrük tarifeleri üzerinden mal ve hizmet satıp, Güney Kore'ye de ürünlerini AB topraklarında satması için aynı ayrıcalığı tanıyor. Ancak Türkiye, Gümrük Birliği nedeniyle Güney Kore'ye gümrük kapılarını açmak zorunda kalırken, AB üyesi olmaması nedeniyle STA'ya da taraf olamıyor ve Güney Kore'ye satacağı ürünler yüksek gümrük vergileriyle muhatap oluyor. Sanayicilerin son yıllardaki en büyük sıkın-

tılarından biri işte bu... Ve bu sıkıntıyı aşmanın tek yolu, AB'nin anlaşığı her ülke ile Türkiye'nin de anlaşma imzalaması. Ancak çoğu ülke buna yanaşmıyor ya da şartları o kadar zorluyor ki, Türkiye, Gümrük Birliği nedeniyle uğradığı kaybı telafi etmek adına çoğu zaman geri adım atmak zorunda kalıyor. Diğer bir seçenek ise AB'nin imzaladığı STA'lara, "Gümrük Birliği ülkeleri de bu anlaşmanın tarafıdır" şeklinde ek bir madde eklenmesi, ancak bu seçenek ise AB tarafından reddediliyor.

TTYO, küresel oyunu temelinden değiştirecek

Gümrük Birliği'nin eksilerinin artılarını aşmaya başladığını, artık Avrupalı muhataplarımız da kabul ediyor. Hatta Avrupa Komisyonu'nun talebiyle Dünya Bankası'nın hazırladığı, 6 Nisan'da açıklanan "AB-Türkiye Gümrük Birliği Değerlendirme Raporu" da (<http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/turkey/tr-eu-customs-union-tr.pdf>) Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin aleyhine işlediğini, "AB ile serbest ticaret anlaşması imzalayan üçüncü ülkelerin Türkiye ile bir ticaret anlaşması imzalamayı reddetmeleri, Türkiye'nin aleyhine bir ticaret sapmasına yol açıyor" diyerek kesin bir dille ortaya koyuyor; AB ile Türkiye'nin serbest ticaret anlaşma müzakerelerini aynı zamanda başlatılması ve tamamlanmasını salık veriyor.

Bu kısım önemli, çünkü AB, halen ABD ile sürdürdüğü Transatlantik Ticaret Yatırım

Ortaklığı (TTYO) görüşmelerini sonuçlandırsa, Türkiye, dünyanın bu en büyük ekonomik pazarında da en büyük kaybeden olacak... Çünkü Türkiye, yine bu anlaşmaya taraf olamayacak ve ABD'nin açık pazarı haline dönüşecek...

Türkiye'yi nasıl etkileyecek?

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin aktardığı bilgilere göre, iki kıtayı birleştirecek AB ve ABD arasındaki anlaşma 650 milyar dolarlık bir ticaret hacmini kapsayacak. Halen AB ile ABD'nin toplam üretimleri dünya üretiminin yarısını, toplam dış ticaretleri ise dünya ticaretinin de üçte birini oluştururken, her gün iki taraf arasında gerçekleşen karşılıklı mal ve hizmet ticareti 2 milyar avro düzeyinde. Ayrıca anlaşma, AB ekonomisine 190 milyar



Gümrük Birliği, Türk sanayisinin, Avrupa'nın mal ve hizmet tedarikinde uyguladığı standartlara uyum sağlayabilmesi açısından çok önemlidir. Gümrük Birliği, Türk sanayisine rekabeti ve ihracatı öğretmiştir.



2

milyar \$**AB ve ABD
arasındaki günlük
işlem hacmi**

avro, ABD'ye ise 100 milyar avro ilave katkı yapacak.

İktisadi Kalkınma Vakfı'nın bu ay yayımladığı bir değerlendirme notunda (*Çisel İleri ve Selen Akses, Aralık 2014 İKV Değerlendirme Notu, TTYO: Son Durum ve Türkiye'nin Konumu*) da ayrıntılarıyla açıklandığı üzere, TTYO, dünya ticaret sisteminin yeniden şekillenmesinde önemli bir rol oynayacak

ve TTYO'nun yürürlüğe girmesiyle oluşacak yeni küresel ticari düzen, hiç kuşkusuz Türkiye'yi de derinden etkileyecek. Çünkü TTYO'nun yürürlüğe girmesiyle birlikte, ABD malları Türkiye'nin AB ile olan Gümrük Birliği sayesinde Türkiye pazarına gümrük vergisi olmaksızın girebilecek; ayrıca TTYO kapsamında gümrük vergilerinin ve tarife dışı engellerin kaldırılmasıyla AB pazarına daha

avantajlı giriş imkânı elde eden ABD malları ile Türk ürünleri daha sıkı bir rekabet içinde kalacak. Almanya Münih merkezli IFO Enstitüsü'nün Alman Ekonomi Bakanlığı'nın talebi üzerine yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye'nin TTYO'nun dışında kalması durumunda, Türkiye'nin genel refah düzeyinin yüzde 2,5 oranında düşmesi ve gelişmekte olan diğer ülkelere kıyasla daha



NİHAT ZEYBEKÇİ
Ekonomi Bakanı

Birkaç formül üzerinde çalışıyoruz

Türkiye TTYO içinde yer alamazsa, Gümrük Birliği sürdürülemez hale gelecek. Bir yolunu bularak TTYO anlaşmasında olacağız. Farklı birkaç formül üzerinde çalışıyoruz. Türkiye, Gümrük Birliği'nin hiçbir karar ve istişare mekanizmasında yer almıyor. AB karar alıyor ve Türkiye yüzde 100 itaat ediyor. Bu, kabul edilemez. Ancak bunu sıhhatli değerlendirmek için o günün şartlarından bakmak lazım. Bütün bunlara rağmen, Türkiye bu anlaşmadan kazançlı çıkmıştır. Bu anlaşmanın en büyük sıkıntısı, AB'nin üçüncü ülkelerle yaptığı anlaşmalarıdır. AB, 10 yıl önce Cezayir'le serbest ticaret anlaşması (STA) imzalamış, biz daha masaya oturamadık. TTYO ise sadece bir STA değil, bir ekonomik entegrasyondur. Dünya ticaretinin yüzde 50'sini içine alıyor. TTYO devreye girdiği anda aynı şeyi yaşayacağız, ABD, AB'den elde ettiği hakların aynısını Türkiye'den de elde etmiş olacak. Türkiye, bu şekilde bir ticari işgale sessiz kalamaz. TTYO hayata geçtiğinde, biz o anlaşmada yoksak, tekrar vurgulamalıyım ki Gümrük Birliği anlaşması sürdürülemez hale gelecek. Biz, bunu istemiyor ve kabul etmiyoruz.



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı

Türkiye'nin tahammülü kalmadı

Gümrük Birliği kesinlikle revize edilmeli. Ne yazık ki artık Gümrük Birliği, bu şartlarda, Türkiye'nin ihtiyaçlarını karşılamaktan çok uzaktır. Eğer bir revize yapılmayacaksa ya da yapılamayacak noktaya gelinirse, bu kez Gümrük Birliği'nin iptal edilerek, AB ile yeni bir STA müzakere edilmeli. Bu, tabii siyasi bir karar olacaktır. Bakın, artık AB üyeliğinden vazgeçme kozu bile dile getiriliyor. Muhakkak AB'ye girmemiz lazım, bu konuda hemfikiriz, ancak daha fazla oyalanmaya Türkiye'nin tahammülü kalmamıştır. Eğer AB üyeliği gerçekleşmeyecekse, Türkiye kendi çıkarları doğrultusunda yeni bir rota çizmelidir.

Türkiye artık kaybeder noktadadır. Dolayısıyla, hem AB üyeliği hem de Gümrük Birliği'nin modernizasyonu, "ya olacak, ya olacak" noktasındadır. Bu anlamda Türkiye'nin de net duruşunu sergilemesi ve kararlılığında ısrarcı olması gerekiyor. Elbette biz sanayiciler de, hükümetimizin alacağı her kararı desteklemeliyiz. Bakın Avrupa'da bile birkaç ülke haricinde Gümrük Birliği konusunda bizi desteklemeyen ülke kalmadı. Yunanistan bile artık bizi destekler konumdadır.



İsmail Güle
İTHİB Başkanı

Gümrük Birliği kâğıt üzerinde kaldı

Gümrük Birliği imzalandığı 1996'da bile tartışılan bir konuydu. Ortak olmayı hedeflediğimiz birliğin pazarı durumuna düşürüldüğümüz, söylendi durdu. Zaman içinde Gümrük Birliği'nin, Türkiye pazarını dünyanın en liberal pazarlarından biri haline getirdiğini gördük. AB'nin yağmur gibi yaptığı tüm STA'lar, bizim gümrük duvarlarımızı şekerden bir kule gibi eritti. 2005 yılına hazırlık aşamasında yaptığımız bir çalışmada, Türkiye'nin dünyanın en düşük gümrük duvarlarına sahip ülkelerden biri olduğunu gördük. Tablonun tam zıt tarafında ise Çin vardı. Çin, kural tanımaz bir şekilde pazarını korurken, Türkiye, Gümrük Birliği sebebiyle hiçbir rakibinin malına dur diyemez bir hale geldi. Şimdi mesele, AB'nin ABD ile yapacağı STA'dır. Türkiye bu trene hiç olmazsa son vagonun binmeli. Diğer yandan, Gümrük Birliği'nin ortadan kaldırılması, yerine AB ile STA yapılması gibi bir senaryo da hiç gerçekçi bulmuyorum. Bence Sayın Bakan Volkan Bozkır, asıl bu konularda müzakere yapmalı. Tam üyelikten daha önemli bir şey varsa o da vizelerin kaldırılması, STA'ların yapılması, değilse yeni tarifeler belirlenmesidir.

35

milyar \$

TTYO'ya
taraf olursak
GSYİH'de
35 milyar dolar
artış olacak



4

milyar \$

TTYO'ya
taraf olmazsak
GSYİH'de
4 milyar dolar
düşüş olacak



fazla zarar görmesi bekleniyor. Diğer yandan Brookings Enstitüsü ve TÜSİAD ortaklığında yapılan bir analiz de Türkiye için TTYO'nun dışında kalmanın maliyetini yaklaşık yüzde 2,5 oranında GSYİH kaybı olarak gösteriyor. Yine, az önce ismin andığımız Dünya Bankası Raporu'na göre de, Amerikan ürünlerinin gümrüksüz olarak Türkiye pazarına girmesi durumunda, Türkiye'nin 160 milyon dolar

değerinde refah kaybına uğrayacağı tahmininde bulunuluyor. Yine, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası uzmanlarının yaptığı "AB-ABD Serbest Ticaret Anlaşması ve Türkiye Üzerine Etkileri" başlıklı bir araştırma ise Türkiye'nin bu anlaşmaya taraf olması durumunda ihracatının yüzde 7 ve GSYİH'de 35 milyar dolar artış olacağına; taraf olamaması durumunda ise

GSYİH'de 4 milyar dolarlık zarar oluşacağına işaret ediyor. Aynı araştırmaya göre TTYO, AB ülkelerinde yüzde 2,6 ile yüzde 9,7 arasında değişen bir refah artışı, ABD'de ise yüzde 13,4'lük refah artışı sağlayacak. Kapsam dışında kalan ülkelerden İsviçre yüzde 3,75, Kanada yüzde 9,48, Meksika yüzde 7,24, Türkiye ise yüzde 2,5 oranında refah kaybına uğrayacak.



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Başkanı

Gümrük Birliği artık bize köstek oluyor

Gümrük Birliği'nin revize edilmesi taleplerine İDMİB olarak biz de destek veriyoruz. Çünkü biliyorsunuz Türkiye'nin sanayileşmesinde büyük payı olsa da, Gümrük Birliği artık bizim aleyhimize işleyen, Türk sanayisi ve ekonomisine yük olan bir yapıya büründü. Bizim aleyhimize olan bu dönüşümün nedeni ise AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı STA'lar karşısında Türkiye'nin adeta bir açık pazar haline dönüşmesidir. Bunu önlemek için ekonomi yöneticilerimizin çabalarını biliyor ve izliyoruz; Türkiye'de birçok ülke ile STA imzalıyor. Diğer yandan AB'nin anlaştığı ancak Türkiye ile anlaşmaya oturmayan ülkelerle olan ticaretimizde de ciddi kayıplar yaşanıyor. Tabii şunu da ifade etmeliyim, biz Gümrük Birliği kaldırılsın, yerine AB ile bir STA müzakeresi edelim demiyoruz. Bu aşamada Gümrük Birliği'nin elden geçirilmesi, AB'nin imzaladığı STA'lardan Türkiye'nin de eşit şartlardan yararlanması için düzenlemelere gidilmesi gereklidir. Dolayısıyla ekonomi yönetiminin de kararlı olması ve "Gümrük Birliği'nden vazgeçeriz" kozunu elinde iyi tutması, bu kozu iyi kullanması gerekiyor.



UĞUR UYSAL
İHİB Başkanı

Türkiye açık pazar oluyor

Halı sektörü olarak Gümrük Birliği'nin negatifleşen etkilerinden muzdarip olduğumuzu söyleyemem. Çünkü biliyorsunuz bizler ana üreticimiz ve en iyi pazarlarımızdan biri de Avrupa ülkeleri. Diğer yandan mal aldığımız ülkeler de halen vergilerini ödeyerek Türk pazarına ihracat yapıyor. Durum böyle olunca, AB'nin üçüncü ülkelerle yaptığı anlaşmalar nedeniyle Gümrük Birliği'nde uğrayacağımız kayıp, halı sektörü özelinde yok denecek kadardır. Ancak Türkiye ekonomisi açısından olayı değerlendirdiğimde, ülke olarak Gümrük Birliği'nden artık faydadan çok zarar gördüğümüz söylemlerine de katılıyorum. Ancak burada konu ekonomiden çok siyasi içeriklidir. Dolayısıyla da konunun ana muhatapları politikacılardır. AB'nin akdettiği STA'lar nedeniyle Türkiye, üçüncü ülkeler karşısında açık pazar konumuna geliyor ve bu, elbette engellenmeli ya da Türkiye'nin çıkarları gözetilerek düzeltilmelidir. Önümüzdeki yıl, ne yazık ki bu konuda bir gelişme ya da çözüm olacağını ummuyorum çünkü 2015 seçim yılı ve seçim yıllarında Türkiye'de sadece seçim konuşulur, çözümler konuşulmaz.



PROF. DR. EMRE ALKIN
Ekonomist

Türkiye rekabete kapatılmamalı

1980'lerin sonu ve 1990'ların başında Türk insanı, evde üzerlerine yürüyen çamaşır makineleri ve "soğutuyorum" diye bağırarak buzdolaplarına mahkûmdur. Aylarca sırada bekleyip satın aldığımız arabaların konsolları bir süre sonra öyle bir öterdi ki, müzik sesini sonuna kadar açmak zorunda kalırdık. Emniyet kemeri ve hava yastığı ise bir lükstü. Çok iyi hatırlıyorum, Gümrük Birliği imzalanmadan önce, 1980'lerin sonlarına doğru ciddi tartışmalar yapılıyordu; gümrük kapılarının Avrupa ülkelerine açılması bazı kesimleri rahatsız ediyordu. Ancak eleştirilere rağmen Türk sanayisi, Gümrük Birliği sayesinde Avrupalı rakipleriyle dışa dış bir rekabete başladı. Rekabet, ayrıcalıklı olanların menfaatlerini azaltır. Adaletli rekabet ise kalitenin sürekli artmasını sağlar. Üzülerek görüyorum ki, bugün de aynı zihniyetle "ayrıcalıklı" olanlar, Türkiye'yi rekabete kapatmak istiyor. Türk insanı 1980 ve 1990'lardaki şartlara mahkûm edilmemeli. Türkiye rekabete kapatılmamalı. Gümrük Birliği gömleği bize dar geliyor, doğrudur. Ancak bunu bahane ederek, Türkiye'ye deli gömleği giydirilmesine de müsaade edilmemeli.



Türkiye ne yapmalı?

Gümrük Birliği'nin şartlarından biri diyor ki; Türkiye, kendi ticaret politikasını AB'nin tercihli ticaret rejimiyle uyumlu hale getirmelidir. Ancak Türkiye henüz AB üyesi olmadığı için TTYO sürecinin de dışında tutuluyor. ABDde Türkiye ile bağımsız bir STA imzalamakta ayak dirediği için geriye bir tek seçenek kalıyor: Türkiye, Kanada, Meksika, Norveç gibi AB veya ABD ile tercihli ticaret ilişkisi içerisindeki ülkelerin TTYO'ya katılımlarını öngören bir maddenin, TTYO taslağına eklenmesi. Ancak bunun için, Türkiye'nin kendisiyle benzer konumdaki ülkelerle birlikte hareket ederek lobi faaliyetlerinde bulunması önemli. Diğer yandan bu seçenekle birlikte, müzakerelerde belirli bir aşamaya gelindiği için, anlaşmaya dâhil edilen üçüncü ülkenin, örneğin Türkiye'nin, AB ve ABD arasında kabul edilen tüm maddeleri olduğu gibi kabul etmesi gerekiyor.

ABD ile Türkiye arasında halen olası bir STA için görüşmeler yapıyor olsa da olumlu bir

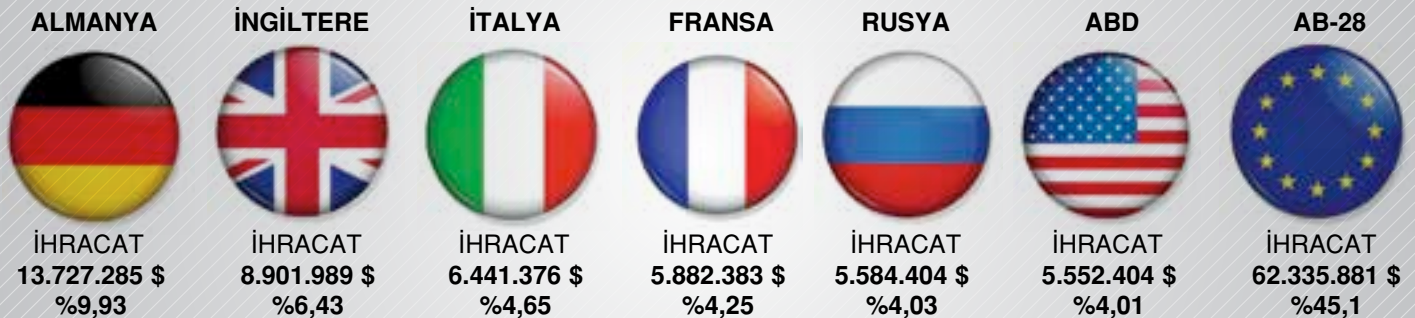
sonuç çıkmış değil. Özellikle ABD Başkanı Obama'nın, "Temsilciler Meclisi'nden geçmez" yanıtının ardından Türkiye, sorunu AB nezdindeki girişimlerle çözmeye çalışıyor. Bu kapsamda, son günlerde Türk yetkililerin "Gümrük Birliği'nden çekilme" veya "askıya alma" seçeneklerini dile getirmiş olmaları da, bir anlamda, Türkiye'nin sorunun çözümündeki ısrarını ortaya koyuyor. Gümrük Birliği'nden ayrılma fikrini ilk kez geçtiğimiz yıl, dönemin Ekonomi Bakanı Zafar Çaçlayan gündeme getirmişti. O günden bugüne AB ve Türkiye arasında görüşmeler devam etti; Türkiye'de üçüncü ülkelerle bağımsız STA görüşmelerini sürdürdü ancak AB tarafından bir türlü beklenen yanıt alınmadı ve Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, süreci, "Buna tahammül edemeyiz. Sonuçlarına katlanamayız. Gümrük Birliği de sürdürülemez hale gelir" diyerek sık sık dile getirdi. 11 Kasım 2014'te ise Brüksel'deki 75. AB-Türkiye Karma Parlamento Komisyonu toplantısında AB Bakanı Volkan Bozkır, AB

TTYO'ya taraf olamazsak!

- ABD'den Türkiye'ye girecek mallara gümrük vergisi uygulanmayacak, buna karşılık Türkiye'den ABD'ye satılacak mallara gümrük vergisi uygulaması devam edecek.
- Türkiye, vergi kaybına uğramanın yanı sıra gümrüksüz mal akını nedeniyle kendi sanayisini ve ekonomisini korumakta güçlük çekecek.
- Ucuz mal ithalatı patlarken ihracat azalacak.
- Türkiye'deki birçok tesis ya kapanacak ya kapasitesini düşürecek.
- İşsizlik artacak.
- Ekonomideki zincirleme etki nedeniyle cari açıktan büyümeye kadar birçok gösterge bozulacak.

ve ABD arasında bir serbest ticaret anlaşması imzalanması durumunda Gümrük Birliği anlaşmasının askıya alınabileceğini bir kez daha söyledi ve ekledi, "Bubir şantaj değil, ciddi bir soruna işaret etme çabasıdır." Son olarak, Başbakan Ahmet Davutoğlu, G20 Zirvesi'nde konuya değinerek, AB'yi ahde vefa göstermesi konusunda uyardı, hatta İngiltere Başbakanı David Camoron da Davutoğlu'nu haklı bulduğunu açıkladı.

30 KASIM İTİBARIYLA (2014) EN ÇOK İHRACAT YAPILAN ÜLKELER (BİN DOLAR)



(Türkiye toplam ihracatı, TİM rakamlarına göre, 138,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.)



*Bol Kazançlı, keyifli, sevgi dolu,
Bazarıcı bir yıl olması dileğiyle.
Mutlu Yıllar!*





İş dünyası ne diyor?

Türk iş dünyasının endişeleri ise daha büyük: Türk sanayisi rekabet avantajını kaybedecek, pek çok ürün Türkiye'de üretilemez hale gelecek, şirketler kapanacak ve işsizlik artacak. Ayrıca AB ve ABD'de pazar kaybeden özellikle Çinli üreticilerin de Türkiye'ye yönelmesi ve yerli üretimin üzerindeki tehdidin artması da beklentiler arasında.

Sanayicilerin bu sıkıntısını en yüksek perdeden dile getirenlerin başında İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan geliyor. Bahçivan, son olarak, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin de katıldığı Kasım Ayı İSO Meclis Toplantısı'nda, Türk sanayisini tehdit eden dokuz temel sorunun ilki olarak Gümrük Birliği'nin STA'lar karşısındaki yetersizliğini gösterdi. Konuşmasında, Türkiye'nin ABD ve AB arasındaki TTYO dışında kalmaması gerektiğini vurgulayan Bahçivan, 2015'in Gümrük Birliği yılı olmasını önererek, "Gümrük Birliği'ni STA'ların olumsuz etkisini bertaraf edecek şekilde revize etmeli ve tüm STA müzakerelerinde özel sektör de yer almalı" dedi. Türkiye'nin AB ile Gümrük Birliği anlaşması nedeniyle içinde bulunduğu durumun sürdürülebilir olmadığına dikkat çeken Bahçivan, konunun ortak akıl ve sağduyu eşliğinde analiz edilerek, yeni bir yol haritasının çıkarılması gerektiğine işaret etti ve "Yıllık milyarlarca dolara ulaşabilecek maddi zararın önlenmesi için şimdiden gerekli tedbirler alınmalı" dedi. Peki, biz bu talebi dile getirirken konunun

diğer muhatapları, AB ne düşünüyor? Bu sorunun yanıtı ise İTKİB Brüksel Temsilcisi Haluk Özelçi'den alıyoruz. Özelçi, "AB ile aramızdaki ilişkinin başka bir örneği yok ve 18 yıldır devam eden bu süreçte, AB Komisyonu tarafından alınan tüm ticari ve ekonomik kararları üstlenerek uygulamak zorundayız. Gümrük Birliği'nin modernizasyonu, tam üyelik müzakereleri bağlamında ele alınmalı. Türkiye, Gümrük Birliği ile doğrudan ilgili alanlarda AB'nin danışma ve karar alma süreçlerine katılabilmeli. Kilidi çözecek ülkeler, Fransa ile Almanya'dır. Bu ülkelerin onayı ve desteği olmadan ne tam üyelik ne de Gümrük Birliği'nin modernizasyonu gerçekleşebilir" diyor.

TTYO devreye girdiği anda, ABD, AB'den elde ettiği hakların aynısını Türkiye'den de elde etmiş olacak. Türkiye, bu şekilde bir ticari işgale sessiz kalmaz. TTYO'ya taraf olamazsak, Gümrük Birliği anlaşması da sürdürülemez hale gelir.

AB'nin STA imzaladığı ülkeler:
İzlanda, Norveç, Güney Afrika, Meksika, Güney Kore

AB'nin STA müzakereleri yaptığı ülkeler:
Hindistan, Japonya, Kanada

AB ile Gümrük Birliği olan ülkeler:
Andorra, San Marino, Türkiye

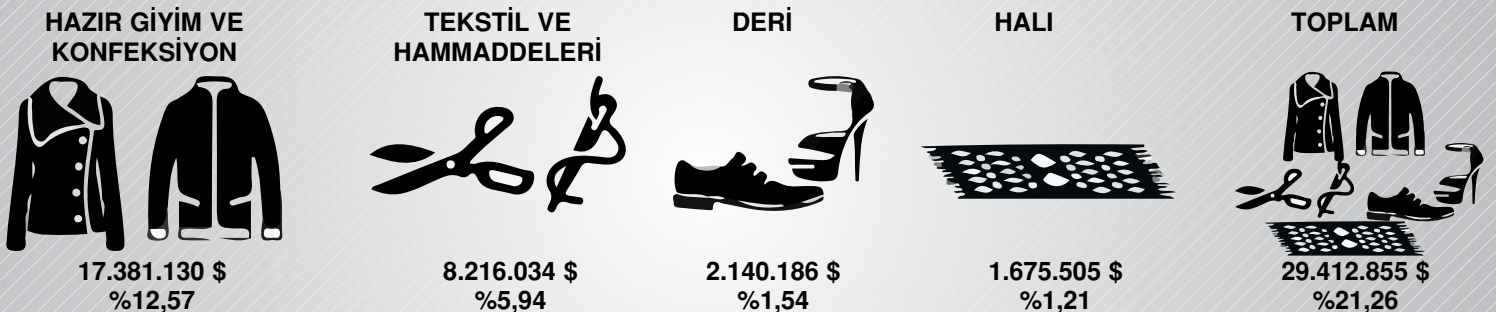
ABD'nin STA imzaladığı ülkeler:
İsrail, Avustralya, Güney Kore, Kanada, Meksika, Singapur, Ürdün, Şili, Bahreyn, Fas, Umman, Peru, Orta Amerika Ülkeleri, Panama.

ABD'nin STA müzakereleri yaptığı ülkeler:
AB, Yeni Zelanda, Malezya, Katar ve BAE, Gana, Endonezya, Tayland, Kenya, Kuveyt, Mauritius, Mozambik, Tayvan, Ekvador.

Türkiye'nin STA yaptığı ülkeler:
EFTA, İsrail, Makedonya, Hırvatistan, Bosna ve Hersek, Filistin, Tunus, Fas, Mısır, Arnavutluk, Gürcistan, Karadağ, Sırbistan, Şili, Ürdün, Lübnan, Mauritius ve Güney Kore.

Türkiye'nin STA müzakereleri yaptığı ülkeler:
Ukrayna, Libya, Seyşeller, Kamerun, Kongo Demokratik Cumhuriyeti, Cezayir, Meksika, Malezya, Ekvator, Moldova, Güney Afrika Cumhuriyeti, Kolombiya, Faroe Adaları, Endonezya, Peru, Hindistan, Japonya, Vietnam, Kosova, Kanada ve Gana) ve 5 ülke grubu (Körfez İşbirliği Konseyi, MERCOSUR, ASEAN, Orta Amerika Topluluğu, CARIFORUM) bulunuyor.

30 KASIM İTİBARIYLA (2014) SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI (BİN DOLAR)



(Türkiye toplam ihracatı, TİM rakamlarına göre, 138,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.)



Messe München
International

Connecting Global Competence

CUSTOM-MADE FOR YOUR VISIONS.



**ISPO TEXTRENDS—PLATFORM FOR TEXTILE INNOVATIONS.
FEBRUARY 5-8, 2015 AT ISPO MUNICH.**

If you want to be ahead of the times you need a future-oriented platform. ISPO TEXTRENDS at ISPO MUNICH is a special venue for ground-breaking innovations and textile trends. Designers and product managers will find not only extraordinary opportunities to gain international contacts, but also for research and sourcing. Take advantage of the chance to be a part of the future of fibers, patterns and accessories. Up close and personal at ISPO MUNICH and 365 days per year at ispo.com

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED.

[ISPO.COM](http://ispo.com)



Agora Turizm ve Ticaret Ltd. Şti. | Tel. +90 212 2418171 | info@messe-muenchen.com.tr



Haluk ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

GÜMRÜK BİRLİĞİ KISIR DÖNGÜSÜ KIRILMALI

Avrupa Birliği ile Türkiye ilişkileri bazen hareketleniyor, bazen yavaşlıyor. Ama hala nihai hedefe yaklaştığımız söylenemez. Bunun politik ve ekonomik nedenleri olduğu gibi, birçok başka nedeni olduğuna da şüphe yok. Ancak bugünlerde dikkat çeken bir hareketlenme var. Kısa süre önce AB Komisyonu'nda göreve başlayan üç önemli Komiser, ilk dış seyahatlerini Türkiye'ye yaptı. Bunların arasında Komisyon Başkan Yardımcısı ve Dış Politika ile Güvenlikten Sorumlu Yüksek Temsilci Federica Mogherini de yer aldı. Bir önemli ayrıntı da, Mogherini'nin Kabine Şefliğine, AB'nin Ankara'daki Daimi Temsilcisi olan Stefano Manservisi'nin atanmış olması.

Yapılan açıklamalardan, ziyaret sırasında bölgemizdeki gelişmelerin yanı sıra üyelik müzakerelerinin, açılan fasılların, serbest ticaret anlaşmalarının gündeme geldiği görülüyor. Ayrıca, AB Komisyonu'nun Gümrük Birliği'nin aksayan yönlerinin belirlenmesi, ekonomik etkilerinin ve modernizasyon imkânlarının araştırılması, ayrıca uygulamanın genişletilip derinleştirilmesinin irdelenmesi amacıyla Dünya Bankası'ndan talep ettiği araştırma sonunda hazırlanan raporun ele alındığı anlaşılıyor. Bu raporun ayrıntılarına girmeden önce, kısaca AB-Türkiye ilişkilerine göz atmakta yarar var.

AB ile Türkiye arasında, 1 Ocak 1996 yılında tamamlanarak uygulanmaya başlayan Gümrük Birliği, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) müzakerelerinin başarısızlığa uğramasına kadar ağır aksak da olsa yürüyordu. DTÖ'de yürütülen

müzakerelerinin başarısızlıkla sonuçlanması, dünyadaki ticaret dengelerini değiştirdi. Önce ABD, ardından AB, uyguladıkları ticaret politikalarında neredeyse "U" dönüşü yaparak, çok taraflı anlaşmalardan ikili STA'lara yöneldi. Bu temel ticaret politikası değişimi Gümrük Birliği'ni, dolayısıyla Türk sanayisini, ihracatını ciddi düzeyde etkilemeye başladı; AB pazarındaki tavizlerimiz tamamen ortadan kalktı.

AB'nin imzaladığı STA'lara otomatik taraf olamayışımızın yarattığı sorunlar, katlanarak büyüyor. Gümrük Birliği'nin sonucu olarak AB Ticaret Politikası'nı üstleniyor ve üçüncü ülkelere tek taraflı uygulamaya başlıyoruz. Ancak AB'nin STA yaptığı ülkeler, Türkiye ile anlaşma yapmaya (tek yönlü tavizi aldıklarından) yanaşmıyor. En son örnek, AB ile ABD arasında yürütülmekte olan TTYO müzakereleri.

Dünyanın en büyük iki ekonomisini tek bir çatı altında toplayacak olan bu anlaşmanın müzakerelerinde Türkiye yer alamıyor. Anlaşma tamamlanıp yürürlüğe girer ve Türkiye bunun dışında kalırsa, AB pazarındaki rekabet şansımız tamamen ortadan kalkacak. Ayrıca ABD pazarına girmemiz daha da zorlaşacak. Sonuçta telafi edilemeyecek düzeyde kayba uğrayacağız.

AB ile aramızdaki Gümrük Birliği ilişkisinin başka bir örneği yok. Bazı istisnalar olmakla beraber, AB Komisyonu tarafından alınan tüm ticari ve ekonomik kararları üstlenip uygulamak zorundayız. Birkaç komiteye katılımın dışında AB Karar Mekanizması'nda yer alamıyoruz. Bununla beraber, Türkiye'nin en

AB-Türkiye ilişkilerinin 50 yılı geçen bir mazisi var. Bu süre içinde AB sürekli olarak büyüdü, genişledi. Birliğin kurucu yasası olarak bilinen Roma Anlaşması bile çeşitli kereler değişti. Bu süreçte yegâne değişmeyen, statik bir şekilde duran, AB-Türkiye ilişkileri oldu; aramızdaki Gümrük Birliği'nin kısır döngüsü içine takılıp kaldık.

önde gelen ticaret ortağı halen AB olarak dikkat çekiyor. Gümrük Birliği'nin uygulanmaya başlamasından bugüne kadar olan sürede, AB-Türkiye dış ticareti devamlı artış gösterdi. Ama dış ticaret dengesi devamlı olarak AB lehine gelişti. Nitekim 2013 yılında 128,1 milyar avroya ulaşan toplam dış ticaret içinde AB'nin Türkiye'ye ihracatı 77,7 milyar avro, ithalatı ise 50,4 milyar avro olarak gerçekleşti. Türkiye, AB'nin ithalat sıralamasında 7'nci, ihracat sıralamasında ise 5'inci sırada yer alıyor.

AB-Türkiye ilişkilerinin 50 yılı geçen bir mazisi var

Bu süre içinde AB sürekli olarak büyüdü, genişledi. Birliğin kurucu yasası olarak bilinen Roma Anlaşması bile çeşitli kereler değişti. Topluluğun yapısında ve karar alma mekanizmasında önemli düzenlemeler yapıldı. Bu süreçte yegâne değişmeyen, statik bir şekilde duran, AB-Türkiye ilişkileri oldu. AB sürekli genişlerken, yapısı, ticaret politikası, karar mekanizması değişirken, bunların hiçbiri bizim ilişkilerimize yansımada. Aramızdaki Gümrük Birliği'nin kısır döngüsü içine takılıp kaldık. Türkiye bir türlü tam üye olmadığı için AB Karar Mekanizması'nda yer alamıyor. Ama bundan yıllarca önce uygulanan ekonomi politikalarına göre belirlenmiş bir Gümrük Birliği'ni üstlenmek zorunda kalıyoruz. 18 yıldır devam eden bu süreçte, AB Komisyonu tarafından alınan tüm ticari ve ekonomik kararları üstlenerek uygulamak zorundayız.

İşte bütün bu gelişmelerin Gümrük Birliği'ni tartışılır hale getirdiği süreçte, AB Komisyonu'nun, Dünya Bankası'ndan Gümrük Birliği'nin genişletilip, derinleştirilmesi ve aksayan yönlerinin belirlenmesi amacıyla istediği araştırma tamamlanarak hazırlanan rapor açıklandı. Raporunda, Gümrük Birliği'nin kapsadığı ürünlerle kapsam dışı ürünlerin ticaretindeki değişim, Gümrük Birliği'nin ticaret yaratıcı ve ticaret saptırıcı etkileri, Ortak Ticaret Politikası'nın uygulanmasındaki dengesizliğin Türkiye'ye yüklediği maliyet, Türkiye'nin kapsamlı STA'lar yapması halinde ortaya çıkacak ticari

etkiler ve dengesizliklerin nasıl giderileceği gibi başlıklar inceleniyor. Ayrıca, karayolu kotalarının nakliyeciler üzerindeki etkilerinin yanı sıra Türkiye'nin Avrupa Ulaştırma Sistemi'ne dâhil edilmesinin yöntemlerine yer veriliyor. Yine raporda, ikili ticareti olumsuz etkileyen sorunların giderilmesi, hizmetler, kamu alımları ve tarım gibi Gümrük Birliği tarafından henüz kapsamamış sektörlerin de kapsama alınmasının taraflar üzerindeki etkileri ortaya konuyor; Türk iş insanlarının AB üyesi ülkelerde karşılaştıkları vize uygulamaları, ihracatçıların Gümrük Birliği kapsamında karşılaştıkları sorunlara ayrıntılı şekilde dikkat çekiliyor.

Gümrük Birliği AB'ye girmenin teminatı mı?

Bu çalışmanın, Gümrük Birliği'nin Türkiye-AB ticaretine etkileri ve bu bağlamda ortaya çıkan sorunların tesislerinin ortaya konması açısından çok önemli ve yararlı olduğunu söylemek mümkün. Ancak her şeyden önce Gümrük Birliği'nin Türkiye'yi AB üyeliğine taşıyacak bir aşama olduğu unutulmamalı. Gümrük Birliği'nin modernizasyonu, tam üyelik müzakereleri bağlamında ele alınmalı. Türkiye, Gümrük Birliği ile doğrudan ilgili alanlarda AB'nin danışma ve karar alma süreçlerine katılabilmesi.

Dünya Bankası'nın raporu, STA'lar, vize, Reach gibi konularda Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin aleyhine işlediğine dikkat çekiyor. Bu nedenle raporun içeriği, bizim açımızdan gayet olumlu sayılabilir. Buna karşılık Komisyon tarafının, ilk defa bağımsız bir kuruluş olan Dünya Bankası'nın tarafsız bir şekilde Gümrük Birliği'nin asimetrik bir yapıda Türkiye'nin aleyhine işlediğini ortaya koymasından memnun olduğu söylenemez. Ama yine de Komisyon, AB ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği'nin AB'nin üye olmayan bir ülke ile gerçekleştirdiği ilk kapsamlı anlaşma olduğunu, değişen ekonomik koşullar çerçevesinde Türkiye'nin tavizli konumunun ortadan kalktığını kabul ediyor ve Gümrük Birliği'nin genişletil-

mesi ve derinleştirilmesi çalışmalarına bir an önce başlanmasını istiyor.

AB'nin bu yaklaşımı olumlu ama Komisyon, Gümrük Birliği çalışmalarına eş zamanlı olarak Türkiye'yi TTYO müzakerelerine de dâhil etmeli. Bu nasıl olur bilemem, ancak bu husus sanki Gümrük Birliği'nin genişletilmesi ve derinleştirilmesi çalışmalarına başlanabilmesi için bir ön şart gibi gözüküyor! Ayrıca ABD de ikna edilmeli. Bu konuda AB tarafına büyük sorumluluk düşüyor. Yine, ABD-Türkiye Yüksek Düzeyli Komite çalışmalarının hızlandırılması gerek.

TTOY'ya karşı 1 milyon oy!

Bir başka konu da AB içinde TTYO'ya yönelik gittikçe güçlenen olumsuz tavır. Bu anlaşmaya karşı olanların Komisyon Başkanı Jean-Claude Juncker'e vermek üzere topladıkları imza sayısı 1 milyonu aşmış durumda. AB Parlamentosu'nda yer alan üyelerin çoğunluğu TTYO anlaşmasına şüpheyle yaklaşıyor. Bugün Parlamento'da bir oylama yapılırsa, TTYO'ya hayır sonucunun çıkması kaçınılmaz. Ticaretten sorumlu Komiser Cecilia Malmström, bu olumsuz tabloyu değiştirmek için büyük çaba gösteriyor. Sürekli olarak basına demeç vererek, TTYO müzakerelerinin açık ve şeffaf bir şekilde yürütüldüğünü, her konuda her kesime bilgi verildiğini anlatmaya çalışıyor.

AB ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği, tam üyelikten önceki son adım olmasına rağmen, hala ortada verilmiş bir tarih olmadığı gibi sürekli engellerle karşılaşılıyor. AB ülkeleri arasında Türkiye'yi ciddi olarak destekleyen bir siyasi iradenin olduğu söylenemez. AB ile ilişkilerimiz sadece Komisyon'da görev yapan iyi niyetli kişilerin çabalarıyla sınırlı kalıyor. Böylesine bir ortamda, Türkiye'nin AB ile ilişkilerini ilerletmesi hiç kolay değil.

Kilidi çözecek ülkelerse Fransa ve Almanya... Bu ülkelerin onayı ve desteği olmadan tam üyeliğin gerçekleşmesini beklemek hiç akılcı değil.



HOSAB'DA TEMEL ATMA NİSAN AYINDA

ŞANLIURFA'DA KURULACAK SEKTÖREL BAZDA İLK KÜMELENME VE MODEL PROJE OLAN HAZIRGIYIM ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ PROJESİNDE (HOSAB) ÇALIŞMALAR SON SÜRAT DEVAM EDİYOR. HOSAB'A YAPILAN ZİYARETTE NİSAN AYINDA TEMEL ATMA İŞLEMLERİNİN GERÇEKLEŞTİRİLECEĞİ MÜJDESİNİ VEREN İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, ÇALIŞMALARIN TAMAMLANMASIYLA BERABER İHALE SÜRECİNİN BAŞLAYACAĞINI SÖYLEDİ.

İTKİB ve yatırımcı firma temsilcilerinden oluşan yaklaşık 30 kişilik heyet, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlığında, 7-8 Aralık tarihlerinde Hazırgiyim Organize Sanayi Bölgesi Projesi (HOSAB) kapsamında Şanlıurfa'ya ziyaret gerçekleştirdi. Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi'nde kurulması planlanan HOSAB ile ilgili ziyaretler ve projenin son durumu hakkında bilgilendirme gerçekleştirmek üzere Şanlıurfa'ya giden heyet, kendilerine tahsis edilen 350 dönümlük ve 5 bin kişi çalışılması öngörülen arazide incelemelerde bulundular. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin başkanlığındaki heyette, İHKİB yönetim kurulu üyeleri Urfi Akbalık, Harun Bayramoğlu, Nilgün Özdemir, Cem Altan ve Aydın Erten yer aldı. Heyet, ziyaret programı kapsamında; Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi Yönetimi, Şanlıurfa Valiliği, Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi ve Şanlıurfa Sanayi ve Ticaret Odası Başkanlığı ile toplantılar gerçekleştirdi. Şanlıurfa Organize Sanayi Müdürü Okyay



Yaşar ve Yardımcısı İrfal Al, heyete yatırım yapacakları alanda teknik bilgiler aktardılar. Ziyarete konuşan İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi HOSAB için 2015 yılı Nisan ayında temel atma işlemlerini



rinin gerçekleştirileceği müjdesini de verdi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Şu anda altyapı çalışmalarımızı tamamlamaya çalışıyoruz, plan ve proje çalışmalarımızı tamamlanmak üzere, hafriyat çalışmalarımız devam ediyor. Bu çalışmaların tamamlanması akabinde ihale sürecini başlatarak 2015 Nisan ayında temelimizi atmaya hazırlanıyoruz" diye belirtti. Ekonomi Bakanlığı tarafından kamuoyuna açıklanan Yeni Teşvik Sistemi çerçevesinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile Şanlıurfa İkinci Organize Sanayi Bölgesi (OSB) Yönetimi arasında 5 Nisan 2013 tarihinde bir protokol imzalandı. Söz konusu protokol ile yeni yatırım teşvik paketi kapsamında 6. Bölge'de en avantajlı iller arasında yer alan Şanlıurfa İkinci Organize Sanayi Bölgesi içinde, Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak hayata kazandırılacak olan ve yaklaşık 5 bin kişiye istihdam sağlaması planlanan sektörel bazda ilk örnek kümelenme projesi olacak Hazır



Heyet, Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük'ü makamında ziyaret etti.

Giyim Organize Sanayi Bölgesi'nde (HOSAB) yatırım yapmak isteyen Hazır Giyim ve Konfeksiyon firmalarının başvuruları alınmıştı. Diğer taraftan, 26 Kasım 2014 Çarşamba günü yapılan 15 sayılı Yönetim Kurulu toplantısında, altyapı çalışmalarını bitme aşamasına gelen ve yer tahsis işlemlerinin kısa bir süre içinde yapılması planlanan HOSAB projesini yerinde incelemek için bölgeye yatırım yapacak firma temsilcilerinin de katılımı ile 7-8 Aralık 2014 tarihle-



rinde Şanlıurfa Valiliği, Büyükşehir Belediye Başkanlığı, Ticaret Odası ve Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü'nü kapsayan bir heyet yapılması kararlaştırılmıştı.

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi HOSAB için 2015 yılının Nisan ayında temel atma işlemlerinin gerçekleştirileceği müjdesini verdi.

Şanlıurfa stratejik bir şehir

Programın ilk günü, Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi Yönetimi ve Karacadağ Kalkınma Ajansı'ndan yetkililerin katılımı ile yapılan toplantıda; yatırımcılara, HOSAB kapsamında yararlanacakları teşvikler ve bölgenin avantajları ile ilgili bilgiler aktarıldı.



Karacadağ Kalkınma Ajansı tarafından; Yeni Teşvik Yasası kapsamında 6. Bölge'de faaliyete geçecek HOSAB Projesi kapsamında yapılan yatırımlar ile sağlanan teşviklerin, diğer bölgeler için sağlanan teşviklerden daha kazançlı olduğu örnek tablo ile belirtildi. Ayrıca, Şanlıurfa nüfus yapısına göre oldukça genç bir nüfusa sahip olması, potansiyel iş gücü, diğer sanayi şehirlerine yakınlığı ve refah düzeyi göz önüne alındığında stratejik bir şehir haline geldiği belirtildi. Diğer taraftan, Organize Sanayi Bölgesi Yönetimi tarafından; Şanlıurfa OSB'den başlamak üzere Mersin Limanı'na tren hattı inşasının başlamış olduğu belirtildi. Tren hattının lojistik destek de büyük avantaj sağlayacağı yönünde bilgi aktarıldı. Ayrıca Şanlıurfa Havalimanı'nın uluslararası kargo havalimanı özelliği taşıdığı belirtilerek, yatırımcıların yüklemeleri Şanlıurfa'dan gerçekleştirme olanağının bulunduğu da hatırlatıldı.

Sanayi şehri Şanlıurfa

İHKİB Yetkilileri daha sonra Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük ile bir araya geldi. Yapılan toplantıda; Vali İzzettin Küçük, HOSAB

Heyet, Şanlıurfa Belediye Başkanı Celalettin Güvenç'i de makamında ziyaret etti.



Projesi'nin heyecan verici olduğu ifade etti. Vali İzzettin Küçük, Şanlıurfa'nın sanayi şehri olması hedefleri yönünde bu proje ile atılmış büyük bir adım olacağına ilişkin

Heyet sırasıyla; Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi Yönetimi ve Karacadağ Kalkınma Ajansı'ndan yetkilileri, Şanlıurfa Valisi İzzettin Küçük, Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanı Celalettin Güvenç, Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Sabri Ertekin ile bir araya geldi.

açıklamalarda bulunarak, projeye tam destek verdiklerini belirtti. Vali İzzettin Küçük; HOSAB Projesi'nin Tüm Türkiye'de Avrupa standartlarında örnek bir proje olacağına inandığını ifade etti. Vali İzzettin Küçük, "Organize Sanayi Bölgesi'nde yapılan çalışmaların istenen seviyede devam ettiğini, bu çalışmalar neticesinde 3.OSB'den taleplerin anında karşılandığını ve bu bölgenin tahsislerinin hızla yapıldığını, HOSAP projesine özel bir önem verildiğini, bu alana yapılacak yatırım sonucunda 5 bin civarında kişinin çalışacak olmasının Urfa'da işsizliğe köklü bir çözüm getireceğini, kendilerinin sürekli olarak yatırımcının yanında olduğunu ve yatırımcıları Şanlıurfa'ya beklediklerini ifade etti.

Şanlıurfa Valisi ile yapılan görüşmede İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, yeni yatırım teşvik sistemi kapsamında ikinci el makine kullanımındaki sınırlamaların yeni yatırım girişimlerini olumsuz yönde etkilediğini belirtti. Hikmet Tanrıverdi, sıfır makine şartının ithalatı ve cari açığı olumsuz yönde artacağından bahisle konu ile ilgili iyileştirme çalışmalarının yapılmasının



5 **BİN**
kişiy
istihdam



büyük, ilimiz hazır giyim potansiyeli bakımından oldukça önemli bir bölge. Aslında bizim içimizden geçen, bu bölgeyi nasıl ki tanımsal bölge olarak Kaliforniya dünyada öne çıkıyorsa, Şanlıurfa'yı da aynen o bölge gibi hazır giyimde ünlü ve önemli bir merkez yapmak, markalaşma sürecini başlatmak, bu süreci başlatırken önemli destekler var onlardan da faydalanmak. Sizlerle bu beklentilerimizi gerçekleştireceğiz. İstihdam ve hammadde potansiyelimizle bunu gerçekleştirebilecek durumdayız. Sizler için her türlü desteği sağlamaya ve elimizden ne geliyorsa yapmaya hazırız" ifadelerini kullandı.

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve beraberindeki 30 kişilik heyet, 350 dönümlük ve 5 bin kişi çalışılması öngörülen arazide incelemelerde bulundular. Tanrıverdi, "Şu anda altyapı çalışmalarımızı tamamlamaya çalışıyoruz, plan ve proje çalışmalarımızı tamamlanmak üzere, hafriyat çalışmalarımız devam ediyor" dedi.

gerektiğinin altını çizdi. Tanrıverdi, Yeni Yatırım Teşvik sisteminden maksimum fayda sağlanabilmesini teminen son başvuru tarihinin 2015 yılı sonuna kadar uzatılması yönünde talepte bulduklarını kaydetti.

HOSAB şehrin markası olacak

İHKİB Yetkilileri, Şanlıurfa Valisi ile yapılan toplantının ardından Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanı Celalettin Güvenç ile bir araya geldi. Şanlıurfa'nın işlenmeye hazır bir elmas olduğunu ifade eden Celalettin Güvenç, HOSAB Projesi ile Sanayi Şehri olma yolunda en popüler şehirler arasında yer alacağını kaydetti. Güvenç, HOSAB Projesi'nin Şanlıurfa'da sanayi vizyonunu değiştireceğini ve Şanlıurfa Belediyesi olarak HOSAB Projesi'nin Şanlıurfa ayağı olarak çalışmaya hazır olduklarını ifade etti. Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası (ŞUTSO) Başkanı Sabri Ertekin ile yapılan toplantıda; Ertekin Şanlıurfanın stratejik yatırımlar için yeni adres olması yönünde HOSAB Projesi'nin şehrin markası olacağını belirtti. ŞUTSO Başkanı Sabri Ertekin, "Sizlerle hedefimiz





SEKTÖR BULUŞMALARI



“SEKTÖR BULUŞMALARI”NIN İLKİ GERÇEKLEŞTİ

İHKİB YÖNETİM KURULU, “SEKTÖR BULUŞMALARI” ADI ALTINDA BAŞLATILAN TOPLANTILARIN İLKİNİ, 2014 YILINDA EN FAZLA İHRACAT YAPAN İLK 50 HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON FİRMASI İLE BİR ARAYA GELEREK GERÇEKLEŞTİRDİ. TOPLANTIDA SEKTÖRÜN SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ İSTİŞARE EDİLİRKEN GELECEK STRATEJİLERİ ÜZERİNDE DE DURULDU.

İHKİB Yönetim Kurulu tarafından, üye firmalarla sektörel konularda daha yoğun bir iletişim sağlanarak sinerjinin artırılması, ileriye yönelik ihracat hedeflerine ulaşabilme amacıyla güç birliği içinde eylem planlarının ve stratejilerin oluşturulması amacıyla, “Sektör Buluşmaları” adı altında yapılacak toplantıların ilki gerçekleştirildi. 25 Kasım Salı akşamı Kaşibeyaz Restaurant’da bir araya gelen hazır giyim firmalarının temsilcileri, sektörün sorunlarına yönelik geliştirilecek çözüm önerileri üzerinde istişare ettiler. Toplantıda; sektörün gücünün ve potansiyelinin görünenden çok yüksek olduğu, bunun için de uluslararası alanda ve kamuoyu nezdinde sektör algısının yükseltilmesi gerektiği konuşuldu. Firmaların ihtiyaçlarına uygun nitelikte beyaz yaka ve insan kaynağı bulmakta zorlandığını ve çalışma hayatına ilişkin sorunların çözümünde Birlik’ten destek beklemediklerini belirten sektör temsilcileri, ayrıca bu tür yüz yüze görüş alışverişini toplantıların düzenli olarak yapılmasını önerdiler.

Sektörün sorunlarına ve sektör algısının yükseltilmesi

Toplantıda bir sunum yapan İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sektörün güncel durumunu, sorunlarını, çözüm önerilerini ve planlanan faaliyetleri aktardı. Önümüzdeki dönemde sektörde birlikte ve ortak söylemlerle hareket edilmesi için bu toplantıların başlatıldığını ifade eden Hikmet Tanrıverdi, bu toplantıların her ay diğer üye firmalarla dönüşümlü olarak devam edeceğini belirtti. Tanrıverdi, bu toplantılar vasıtasıyla elde edilecek ortak akılın sektörü daha da ileriye götürmesini beklediklerini ifade etti. Başkan Hikmet Tanrıverdi, hızlı hareket edebilme kabiliyetine dayalı olarak uluslararası pazarlarda önemli bir üstünlüğü bulunan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün, yurt içinde hammadde temini ve ithalat, dahilde işleme rejimi, gümrüklerde yaşanan problemler gibi konularda çeşitli zorluklarla karşılaştığına değindi. Bu sorunların çözümü için ilgili kamu kuruluşları nezdinde temasların sürdürüldüğünü ifade eden Hikmet Tanrıverdi,



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

Önümüzdeki dönemde sektörde birlikte ve ortak söylemlerle hareket edilmesi için bu toplantıların başlatıldığını ifade eden İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bu toplantıların her ay diğer üye firmalarla dönüşümlü olarak devam edeceğini belirtti.

di, sektörün sorunlarının ve taleplerinin kamuoyu nezdinde daha görünür kılınması için medya dahil çeşitli platformlarda faaliyetler yürütülmeye başlanıldığı bilgisini verdi.

ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE SEKTÖRDE BİRLİKTE VE ORTAK SÖYLEMLE HAREKET EDİLMESİ İÇİN BU TOPLANTILARIN BAŞLATILDIĞINI İFADE EDEN HİKMET TANRIVERDİ, BU TOPLANTILARIN HER AY DİĞER ÜYE FİRMALARLA DÖNÜŞÜMLÜ OLARAK DEVAM EDECEĞİNİ BELİRTTİ.

Ortak söylem ve sektörel birlik

Hikmet Tanrıverdi'nin sunumunun ardından söz alan sektörün önde gelen firmalarının temsilcileri kendi görüşlerini aktardı. Türkmen Grup Yönetim Kurulu Başkanı Atila Türkmen, Türk vatandaşlarının terzi olduğunu ve bunun için kültürünün hazır giyim sektörüne yakın olduğunu belirterek, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe değişen şartlara uyum sağlayabilen firmaların karşılıklarını koruyabileceklerini belirtti. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe ortak söylemin sağlanabilmesi için sektörel birliğin kurulmasını desteklediğini belirten Atila Türkmen, önümüzdeki dönemde sektörün imajının yükseltilmesi için çalışmalar yapılması gerektiğine dikkat çekti. Türkmen ayrıca, ilk 50 ihracatçı arasında yer alan firmaların halka arz, şirketlerini yabancılara satma veya yabancılarla ortaklık kurulması gibi alternatifleri de değerlendirmeleri gerektiğini belirterek, büyük firmaların iş organizasyonunu yaparak üretimin daha küçük firmalarda yapılmasını ve onların da gelişmelerinin sağlanması gerektiğini söyledi. Birlik, beraberlik ve organize iletişim mekanizmalarının kurulması gerektiğine vurgu yapan Özak Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık da ülke imajı ve marka çalışmalarının birlikte ve ülke ölçeğinde koordineli bir şekilde yapılmasını önerdi. Ahmet Akbalık, 6'ncı Bölge'de üretimle rekabetçiliğin artacağına inandığını da sözlerine ekledi.

Sektörde "hız" avantajı

"Sektör Buluşmaları" toplantısında söz alan Taypa Tekstil Giyim Yönetim Kurulu Başkan



Sektör Buluşmaları'nın ilkinin gerçekleştiren İHKİB, 2014 yılında en fazla ihracat yapan ilk 50 hazır giyim ve konfeksiyon firması ile bir araya gelerek gelecek stratejileri üzerinde duruldu.

kamı Mesut Toprak, uzun yıllar bu sektörde iş yaptığını, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet göstermeye devam ettiğini söyleyerek, sektörün kârlı bir sektör olduğunun altını çizerek sektörün cazip hale getirilmesi için şirketlerin cazip hale

getirilmesi gerektiğine işaret etti. Mesut Toprak, gelecek yıllarda imaj ve pr çalışmalarına ağırlık verilmesi fikrine de katıldığını belirtti.

Uzun vadeli planların önemli olduğunu belirten Aster Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Koçali, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli avantajlarından birisinin hız olduğuna dikkat çekti. İsmail Koçali sektörün hız konusundaki avantajını daha çok kullanabilmesi için tekstil sektörü ile çeşitli iş birliklerinin yapılması gerektiğini ifade etti.

Eroğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Nurettin Eroğlu da sektörel birlik ve tanıtım çalışmalarına hız verilmesi gerektiğini belirtti. Nurettin Eroğlu ayrıca, üretimin Anadolu'daki illere taşınarak ya da yeni yatırımların teşvikli bölgelerde yapılarak sektörün rekabet gücünün korunması gerektiğini söyledi.

Toplantıda; sektörün gücünün ve potansiyelinin görünenden yüksek olduğu, bunun için kamuoyu nezdinde sektör algısının yükseltilmesi gerektiği değerlendirildi.





AHMET AKBALIK
Özak Tekstil YK Başkanı



NURETTİN EROĞLU
Eroğlu Holding YK Başkanı



LEVENT ÖZKAN
Aydınli Grup Genel Müdürü



İSMAİL KOÇALI
Aster Tekst. YK Başkanı

Toplantıda söz alan firma temsilcileri kendi görüşlerini ve çözüm önerilerini aktardı. Firma temsilcileri, sektörün gücünün ve potansiyelinin görünenden yüksek olduğu, bunun için kamuoyu nezdinde sektör algısının yükseltilmesi gerektiği konusunda hemfikir.

Firmalar harekete geçmeli

Toplantıda konuşan Aydınli Grup Genel Müdürü Levent Özkan ise 2023 yılındaki 60 milyar hedefini yakalamak için sektördeki bütün firmalarının mevcuttaki ihracatlarını önümüzdeki 9 yıl içinde 3 katına çıkarmaları gerektiğine dikkati çekti. Bu hedefin ulaşılabilir bir hedef olduğuna inandığını da söyleyen Levent Özkan, her firmanın kendi şartlarına uygun olarak ihracatını nasıl 3 katına çıkartacağını düşünüp, bir an önce harekete geçmesi gerektiğini ifade etti. Son olarak toplantıda paylaşımları görüşleri ile katkıda bulunan herkese teşekkürlerini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, firmalarının karşılaştığı her türlü sorunu iletmeleri halinde çözüm için her desteği vermeye hazır olduğunu ve konunun takipçisi olunacağını sözlerine ekledi. Aletex Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Sacit Naşit, firmalarını 6 yıl önce kurduklarını, bir müşteri temsilcisi, bir kumaş planlama sorumlusu bir de fason takip sorumlusu olarak başladıklarını işte bugün 3 şirketle 600 kişinin çalıştığı bir şirketler grubu haline geldiğini söyledi.

Türkiye'nin bir fasoncu ülke mantığından çıkıp daha fazla tasarımı yapan, satan, alt yapısında tasarımı olan, tasarımı bulduran bir ülke haline gelmesi gerektiğini sözlerine ekledi. Balkuv şirketler grubundan Uğur Balkuv, şirketlerimizi satılabilir, halka açılabilir, ortak alabilir hale getirecek bir vizyonu ortaya koymak gerektiğini belirtti. Bunun için en önemli faktörler tasarım, hızlı üretim yapabilme özelliği ve nitelikli insan kaynağıdır. Bu zamana kadar profesyonel bir insan kaynakları ve kariyer planlama sisteminin düşünülmediğini artık bütün firmaların insan kaynakları departmanlarını en stratejik departmanlardan biri olarak yapılandırılmasının gerektiğini sözlerine ekledi. Karbel Konfeksiyon Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Karbel, bu işe 1950'lerde başladıklarını ve bugünlere geldiklerini söyledi. Bugünlerde artık ülkemizin batı bölgelerinde konfeksiyon sektöründe üretim yaparak para kazanmanın giderek zorlaştığını, Şanlıurfa'da, Elazığ'da, Kars'ta her sanayi bölgesinde okullar açıp insanların eğitilmesi ve bu bölgelere yatırım yapılması gerektiğini belirtti.

TOPLANTIDA ÖNE ÇIKAN BAŞLIKLAR

- Planlanan faaliyetlerde birlikte hareket edilmesi
- Ortak söylem oluşturulması
- Yurtiçinde hammadde temini ve ithalat, dahilde işleme rejimi, gümrüklerde yaşanan problemler gibi konularda sektörümüzün taleplerinin kamuoyu nezdinde daha etkin dile getirilmesi
- Sektörün mevcut potansiyelinin daha iyi yansıtılması için kamuoyunda daha görünür kılması ve bunun için uluslararası alanda ve kamuoyu nezdinde sektör algısının yükseltilmesi gerektiği,
- Sektörün imaj ve pr çalışmalarına ağırlık verilmesi ve bu konuda çalışmaların yapılması.
- Sektör Ülke imajı ve marka çalışmalarının ülke düzeyinde koordineli bir şekilde yapılması.
- Sektörün hız konusundaki avantajını daha iyi kullanabilmesi açısından tekstil sektörü ve yan sanayii ile çeşitli iş birliklerine gidilmesi.
- Yeni yatırımların teşvik sağlanan bölgelerde yapılarak sektörün rekabet gücünün korunması.



WIN EURASIA Metal Working

WIN FUARLARI KAZANDIRIR!
WIN FAIRS MAKE YOU WIN

Metal
Working
EURASIA

METAL WORKING

Uluslararası Makina İmalatı ve Metal İşleme Teknolojileri Fuarı /
International Machine Components and Metal Working Fair

Welding
EURASIA

WELDING

Uluslararası Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri Fuarı /
International Joining, Welding and Cutting Technologies Fair

Surface
Treatment
EURASIA

SURFACE TREATMENT

Uluslararası Yüzey İşleme Teknolojileri Fuarı /
International Surface Treatment Technologies Fair

12-15 Şubat / February 2015

Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi,

Tüyap Fair Convention and Congress Centre

İstanbul • Türkiye

win-fair.com



Deutsche Messe

WIN
EURASIA

Hannover-Messe Bileşim Fuarçılık A.Ş.

Tel : 0212 334 69 00
0212 324 44 43

Email : info@hf-turkey.com
info@bilesim.com.tr

Destekleyenler / Supporters



Türkiye Cumhuriyeti
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
Republic of Turkey Ministry of Science, Industry and Technology



ENDÜSTRİYEL
ETKİNLİKLER ZİRVESİ
Konferanslar | Paneller | Kurumsal Etkinlikler
Çözüm Gösterileri | Uluslararası Etkinlikler

Resmi Seyahat Acentası /
Official Travel Agency

casali fair

/winfairs

/winfairs

BU FUARLAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) İZİNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR.
THESE FAIRS IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY
IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174.



İHKİB GÜMRÜKLER İÇİN ÇÖZÜM ARAYIŞINDA

İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ BAŞKANLIĞINDA, İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ İLE GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI YETKİLİLERİ İSTANBUL'DA YEMEKLİ BİR TOPLANTIDA BİRARAYA GELDİLER. İHRACATÇILAR GÜMRÜK İŞLEMLERİNİN HIZLI GERÇEKLEŞMESİNİN ÖNEMİNİ VURGULAYARAK KARŞILIKLI GÖRÜŞ ALIŞVERİŞİNDE BULUNDULAR.

Yardımcısı Volkan Atık, Yönetim Kurulu Üyeleri Harun Bayramoğlu, Cem Altan, Nilgün Özdemir, Aydın Erten, Sabri Sami Yılmaz, Fatih Yarkin, Hikmet Ünal ve Birol Sezer katıldı.

Gümrük işlemleri daha da hızlanmalı
Toplantının başlangıcında, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi uluslararası rekabet sürecinde siparişten başlamak üzere 21 gün içinde mal tesliminin istendiğini belirterek gümrük işlemlerinin mümkün olduğunca hızlı ve aksamaksızın gerçekleşmesinin çok büyük önem taşıdığını vurguladı ve bu konuda karşılıklı diyalogun artırılmasının ortaya çıkabilecek sorunların hızlı çözümüne katkı sağlayacağına işaret etti.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı temsilcileri de ihracatın Türkiye ekonomisi için hayati önem taşıdığını, bu nedenle Bakanlıklarının yaklaşımının her zaman ve her koşulda ihracata öncelik verilmesi ve desteklenmesi yönünde olduğunu ifade ettiler.

Toplantının devamında, gümrüklerde yapılan iş ve işlemlerin nasıl daha hızlı yapılabileceği konusunda görüş alışverişinde bulunuldu. Son günlerde yaşanan tam tespit uygulamaları nedeniyle yaşanan sorunlar dile getirilerek çözüm önerileri paylaşıldı. Toplantıda ayrıca eğitim ve diğer konularda yapılabilecek işbirlikleri değerlendirildi. Yüz yüze görüşmenin sorunların tespiti ve çözüm bulunması için son derece faydalı olduğu, benzer toplantıların daha sık yapılması konusunda mutabakata varıldı.



İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri 24 Aralık 2014 tarihinde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı yetkilileri ile İstanbul'da Florya Develi Restoran'ta yemekli bir toplantıda bir araya geldi. Toplantıya Risk Yönetimi Kontrol Genel Müdürü Harun Uslu, Gümrükler Genel Müdür Yardımcısı H. Hasan Murat Özsoy, Risk Analizleri Dairesi Başkanı Halil İbrahim Bozkuş, İstanbul Bölge Müdürü Nevzat Er, bölge müdür yardımcıları ve gümrük müdürleri katıldı. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlığında toplantıya İHKİB Başkan

Hong Kong'un dünyaca ünlü moda etkinlikleri



Hong Kong Fashion Week for Fall/Winter



Asya'da 1 numara



Hong Kong Convention and Exhibition Centre
www.hktdc.com/ex/hkfashionweekfw/36

19-22 Ocak 2015



World Boutique, Hong Kong

Hong Kong Convention and Exhibition Centre
www.hktdc.com/ex/worldboutiquehk/36



19-22 Ocak 2015

ÜCRETSİZ giriş kartı için kaydolun!

Wap: hktdc.com/wap/fashionfw/T119
hktdc.com/wap/wb/T119

App: HKTDC MOBILE

Tel: (90 212) 287 4678 • Fax: (90 212) 287 0120

Email: istanbul.consultant@hktdc.org

Resmi Havayolu:



CATHAY PACIFIC





TEKSTİLDE ALTERNATİF GÜMRÜK ÇÖZÜMLERİ

İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ İLE GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI İSTANBUL BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ YETKİLİLERİ, İHRACATÇILARIN GÜMRÜKLERDE KARŞI KARŞIYA KALDIĞI SORUNLAR VE BU SORUNLARA İLİŞKİN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ İÇİN BİR ARAYA GELDİLER. TOPLANTIDA; ORDİNO ÜCRETİ VE LİMANLARDA ORTAYA ÇIKAN İLAVE MASRAFLARDAN HIZLI KARGO İLE İHRACAT PROSEDÜRLERİNDE YAŞANAN SORUNLARA KADAR BİRÇOK KONU ELE ALINDI.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle başkanlığında İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İstanbul Bölge Müdürlüğü yetkilileri bir araya geldi. 10 Aralık Çarşamba günü Kaşibeyaz Restoran'da düzenlenen toplantıda, ihracat gümrükleme süreçlerinde ihracatçıların karşı karşıya kaldığı sorunlar ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri hakkında Bölge Müdürlüğü yetkilileri ile görüş alışverişinde bulunuldu. Toplantının gündem maddeleri arasında; ihracat süreçlerinin hızlandırılması ve bu kapsamda ortaya çıkan güncel problemlerin çözümü, bilgi sistemindeki arızalar ve fiziki koşulların ihracata etkisi, gümrüklerdeki mesai uygulaması ya da görünmeyen masraflar gibi ihracatçıya yük oluşturan maliyetler konusunun karşılıklı değerlendirilmesi, hızlı kargo yoluyla numune ithalatı ve mikro

ihracata ilişkin yaşanabilen aksaklıklar, hammadde temininde ithalat aşamasında yaşanan sorunlarla ilgili değerlendirmeler yer aldı. Toplantıda; ordino ücreti ve limanlarda ortaya çıkan ardiye, elleçleme gibi ilave masraflardan hızlı kargo ile ihracat prosedürlerinde yaşanan sorunlar, saymanlık ve mesai ücretlerine ilişkin sorunlardan KDV iadeleri kaynaklı sorunlara kadar birçok konu ele alındı. Toplantıya İTHİB Başkanı İsmail Gülle başkanlığında İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Vehbi Canpolat, Ali Sami Aydın, Osman Ege, Ömer Özpehlivan, Natan Yakuppur, Ramazan Özpinar, Muhammet Yenel ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Süleyman Çakıroğlu katıldı. Toplantıya katılım sağlayan İstanbul Bölge Müdürlüğü yetkilileri; İstanbul Gümrük Bölge Müdürü Yardımcısı Faruk Şen, İstanbul

TOPLANTININ GÜNDEM MADDELERİ

- İhracat süreçlerinin hızlandırılması ve bu kapsamda ortaya çıkan güncel problemlerin çözümü.
- Bilgi sistemindeki arızalar ve fiziki koşulların ihracata etkisi.
- Gümrüklerdeki mesai uygulaması ya da görünmeyen masraflar gibi ihracatçıya yük oluşturan maliyetler konusunun karşılıklı değerlendirilmesi.
- Hızlı kargo yoluyla numune ithalatı ve mikro ihracata ilişkin yaşanabilen aksaklıklar.
- Hammadde temininde ithalat aşamasında yaşanan sorunlarla ilgili değerlendirmeler yer aldı.

GÜMRÜKLERDE KARŞILAŞILAN SORUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE İHRACATÇILARLA GÜMRÜK YETKİLİLERİ ARASINDAKİ KOORDİNASYONUN GÜÇLENDİRİLMESİ AMACIYLA SENEDE BİR KEZ BU NİTELİKTE BİR TOPLANTININ YAPILMASI KARARI ALINDI.

Gümrük Bölge Müdürü Yardımcısı Güven Yıldız, İstanbul Gümrük Bölge Müdürü Yardımcısı Nafiz Arısoy, Halkalı Gümrük Müdürü Osman Bölükbaşı Dara, Ambarlı Gümrük Müdürü Zekai Sezer, AHL Gümrük Müdürü Sinan Onar, Erenköy Gümrük Müdürü İsmet Gürler, Haydarpaşa Gümrük Müdürü İdris Çalık, Pendik Gümrük Müdürü Nihat Kınık, AHL Yolcu Salonu Gümrük Müdürü Nurok Özkan oldu.

Gümrük prosedürlerinde iyileştirmeler

Toplantıda kırmızı hat uygulaması hakkında bilgi veren Bölge Müdürlüğü yetkilileri, yaklaşık 500 farklı risk faktöründen oluşan bir sistem ile kırmızı hat uygulamasının çalıştığını belirttiler. Erenköy Gümrüğü'nde kırmızı hat uygulamasının 10 ayda toplam beyanname sayısı içinde (yaklaşık 330 bin) yaklaşık yüzde 5 iken, son bir aydaki kontroller sonucu bu oranın yüzde 6'ya yükseldiği bilgisi veren yetkililer, ithalatta ise bu oranın yüzde 16 seviyesinde olduğunu ifade ettiler. Gümrük prosedürlerinde yapılan iyileştirmeler hakkında da bilgi veren yetkililer, gümrük kontrol ve denetim prosedürleri istatistiklerini İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleriyle paylaştılar. Paylaşılan bilgiler arasında; Ambarlı Limanı'nda bir konteynerin işlemlerinin eskisine göre iki gün kısaldığı ifade edildi.

GÜMKART uygulaması

Toplantıda ele alınan konulardan biri de ordino ücreti ve limanlarda ortaya çıkan ardiye, elleçleme gibi ilave masraflar oldu. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, bu konunun

gümrük yetkililerine iletildiğini ve yetkililerin çözüm amacıyla geçtiğimiz hafta içerisinde limanlarda ortaya çıkan bu ücretler için azami ücret tarifesi yayımlandığı bilgisi paylaşıldı. Toplantıda iki taraf, hızlı kargo ile ihracat prosedürleri anlatılarak yaşanan sorunların çözümü hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, özellikle KDV iadeleri kaynaklı sorunları dile getirdi ve bu konuda gümrük yetkililerinden yardım talep edildi. Saymanlık ve mesai ücretlerine ilişkin sorunların dile getirilmesi neticesinde gümrük yetkilileri sorunların farkında olduklarını, GÜMKART uygulaması ile sorunları aşmaya çalıştıklarını ifade ettiler.

Toplantıda alınan kararlar

Her iki tarafın karşılıklı fikir alışverişini

Toplantıda; ordino ücreti ve limanlarda ortaya çıkan ardiye, elleçleme gibi ilave masraflardan hızlı kargo ile ihracat prosedürlerinde yaşanan sorunlar, saymanlık ve mesai ücretlerine ilişkin sorunlardan KDV iadeleri kaynaklı sorunlara kadar birçok konu ele alındı.



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

Limanlarda ortaya çıkan ilave masrafları gümrük yetkililerine ileten İTHİB Başkanı İsmail Gülle, hızlı kargo ile ihracat prosedürlerinde yaşanan problemler ve KDV iadeleri kaynaklı sorunların çözümü için de görüş alışverişinde bulundu.

nin ardından toplantıda alınan kararlar; gümrükte karşılaşılan sorunların derlenerek gündeme getirilmek üzere Ambarlı Gümrük Müdürlüğü'nün ziyaret edilmesi; Otomasyon projesi hakkında Gümrük Müşavirleri Derneği ve Gümrük yetkilileri ile ortak toplantı yapılması kararı alındı





TEKSTİLCİLER “ORTAK AKIL”DA BULUŞTU

İTHİB’İN TEKSTİL KURULUŞLARI İLE BİR ARAYA GELDİĞİ “ORTAK AKIL TOPLANTILARI” ÇERÇEVESİNDE 4 ARALIK’TA İLK DURAK MESİAD, 20 ARALIK’TA İSE İKİNCİ DURAK OTİAD OLDU. SEKTÖR TEMSİLCİLERİNİN TEKSTİLİN GELECEĞİNE İLİŞKİN KONULARI TARTIŞIP FİKİR ALIŞ VERİŞİNDE BULUNDUĞU TOPLANTILARA FİRMALAR YOĞUN İLGİ GÖSTERDİ.

Tekstil sektöründeki firmaların birbirleriyle iletişim kurması ve birbirlerini daha yakından tanıyıp sorunlarını dile getirmeleri için İTHİB tarafından organize edilen “Ortak Akıl Toplantıları”nın beşincisi 4 Aralık günü Hurry Inn otel’de MESİAD üyeleri ile birlikte düzenlenen kahvaltılı bir toplantıyla gerçekleşti. Merterli tekstilciler ile düzenlenen kahvaltılı toplantıya İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcıları Şerafettin Demir ve Fatih Bilici, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Derya Yarangümelioğlu, Osman Ege, Kahraman Öztürk, Ali Sami Aydın ve Mahmut Vızvız katıldı.

İTHİB’e MESİAD’tan teşekkür

Son derece sıcak ve verimli bir ortamda gerçekleşen toplantıda Türk tekstil sektörünün dünü, bugünü ve yarını konuşularak, sektör temsilcilerinin karşı karşıya olduğu sorunlar dile getirildi, sorunların çözümü ve iş akış süreçlerinde geliştirmeler için görüş alışverişi yapıldı. MESİAD Başkanı Yusuf Gecü’nün İTHİB Başkanı İsmail Gülle şahsında tüm İTHİB yönetim kuruluna Ortak Akıl Toplantıları vesilesiyle sektörün sorunlarına gösterdikleri yakın ve yoğun ilgi için teşekkürlerini belirtti.

İsmail Gülle İTHİB’in faaliyetlerini aktardı

Kahvaltılı toplantıda İsmail Gülle tarafından İTHİB’in faaliyetleri, sektörün karşı karşıya olduğu sorunlara yönelik girişimleri, uygulanmakta olan korunma önlemleri ile ilgili olarak katılımcılara bilgi verildi. İsmail Gülle, MESİAD üyelerine Türkiye’nin tekstil ve ham-

maddeleri ihracatı, Türkiye’nin küresel rekabetteki yeri ve güncel istatistik verileri içeren bir sunum yaptı.

Sektör temsilcileri tarafından aktarılan sorunlar işlemleri sonuçlandırılan devlet yardımları ve Dahilde İşleme İzin Belgeleri ile ilgili yaşanan aksaklıklar üzerine yoğunlaşırken, katılımcılar İTHİB’den hedef



MESİAD Başkanı Yusuf Gecü, İTHİB Başkanı İsmail Gülle şahsında tüm İTHİB yönetim kuruluna sektörün sorunlarına gösterdikleri ilgi için teşekkürlerini belirtti.



hedeflerine istenilen düzeyde varılabilmesi için artık ortak bir akıl, ortak bir söylemin gerekliliğine inanıyoruz. Bizim için her işletmemiz bir kalemdir. Biz bu kalelerimize sahip çıkmanın da ancak ve ancak bu ortak akıl toplantılarında da daima dile getirdiğimiz gibi samimi ve gerçekçi bir dayanışma ile mümkün olabileceğine inanmaktayız. Ümidim odur ki; bugün yapacağımız bu toplantıda ortak akıllar birleşerek sorunların giderilmesine katkı sağlar.”



Son derece sıcak ve verimli bir ortamda gerçekleşen Ortak Akıl Toplantıları'nda Türk tekstil sektörünün dün, bugün ve yarın konuşularak, sektör temsilcilerinin karşı karşıya olduğu sorunlar dile getirildi, sorunların çözümü ve iş akış süreçlerinde geliştirmeler için görüş alışverişi yapıldı.



son bir kaç yıldır çok yüksek üretim ve işçilik maliyetlerinin yanı sıra tüm dünyada yaşanan küresel krizin de etkisiyle büyük sıkıntıların yaşandığı tekstil ve hazır giyim sektörümüzde bundan böyle ayakta kalabilmenin, yeni iş fırsatlarının yaratılması, ticaretimizin geliştirilmesi, sürdürülebilir istihdam ve ihracat

İsmail Gülle'den tekstilcilere müjde

İTHİB Başkanı İsmail Gülle tasarım alanındaki yatırımların Ar&Ge desteklerine dâhil edilmesine yönelik olarak girişimde buldukları belirterek, ilgili mevzuatın çok yakın bir gelecekte yayınlanacağı dile getirdi. İsmail Gülle, ayrıca sektör temsilcilerinin ilettiği tüm sorunlar ile İTHİB Yönetim Kurulu olarak ilgileneceklerini ve gerekli tüm tedbirlerin alınacağına bilgisini vererek tüm katılımcılara değerli katılımları ve katkıları için teşekkür etti.

KKDF ile ilgili sorunlara çözüm arandı

Toplantıda soru cevap faslının ilk konusu KKDF (Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu) uygulaması hakkında oldu. Gerçekçe olarak da toplantıda söz alan katılımcı firma sahipleri tarafından “sektör içindeki tüccarımız bir malı

pazarlarda Türk mallarının daha büyük kitlelere ulaştırılabilmesini teminen pazarlama faaliyetleri ve daimi fuar alanları konusunda destek istediler.

“Ortak akıl ile sorunları aşarız”

Toplantıda konuşma yapan MESİAD Başkanı Yusuf Gecü, İTHİB ile birlikte organize ettikleri 5'inci Ortak Akıl Toplantısı hakkında katılımcılara hitaben yaptığı konuşmada bu önemli toplantılarla ihracatçı ve tedarikçi firmaların yaşadıkları sıkıntılara ortak akılla bir çözüm bulmayı amaçladıklarına vurgu yaparak sözlerini şöyle sürdürdü: “Bugün çok önemsedığımız bu toplantıda böylesine yoğun bir katılımın olduğunu görmekten çok mutluyuz. Sayın Başkanımız İsmail Gülle ve tüm katılımcılara teşekkür ediyorum. Bilindiği gibi



OTIAD Başkanı İlker Karataş, öncülüğünde düzenlenen altıncı Ortak Akıl toplantısında tekstil sektörünü ilgilendiren konular tüm yönleriyle ele alındı.



ya da bir hammaddeyi ithal ederken ya parasını verip getirmekte, ya da akreditif açmaktır. Kısacası daha mali çekmeden yabancılar bizden her türlü garantiyi alarak malını öyle satmaktadır. Buna karşılık bizim ülkemizden bir ürün dışarıya çıkarken ne özelde ne tüzelde hiçbir garantimiz yoktur. Yani dışarıya çıkan ürünümüzün devletimizce karşı muhatap ülke ile garantisini sağlayacak yasal bir sistemi şu anda mevcut değil. Dolayısıyla böyle bir garanti olmadıktan sonra KKDF (Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu) yerli üreticiyi korusa ne olur korumasa ne olur?" sorusunun cevabı arandı!.. Bu uygulamanın ilk anda negatif etkileri oldu ise de daha sonraki süreçte yurt dışında ve yurt içinde satın alınan sonuçlar itibarıyla yerli üretici lehine faydalı bir önlem olduğu öne sürüldü.

Osmanbey 'İTHİB Ortak Akıl Toplantıları'nda buluştu

Sektörün görüşlerini "Ortak Akıl Toplantıları" çerçevesinde buluşturan İTHİB, OTİAD işbirliğinde Osmanbey'den sektör temsilcileriyle 20 Aralık'ta kahvaltıda bir araya geldi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve OTİAD Başkanı İlker Karataş öncülüğünde düzenlenen toplantıda, sektörü yakından ilgilendiren konular tüm yönleri ile ele alındı. Toplantıya OTİAD'lı tekstilciler yoğun ilgi gösterirken İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile birlikte toplanıda İTHİB Başkan Yardımcıları Şerafettin Demir ve Fatih Bilici, Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Ali Sami Aydın, Natan Yakuppur, Derya Yarangümelioğlu, Osman Ege, Vehbi Canpolat, Cengiz Özmen ve Ahmet Şehman yer aldı. The Sofa Otel'de İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, OTİAD Yönetim Kurulu Üyeleri ve Osmanbey'li tekstilcilerin katılımıyla gerçek-

leşen "Ortak Akıl Toplantıları"nın 6.'sı sektörden yoğun ilgi gördü. OTİAD Eski Başkanlarından Hüseyin Tancığer, Gaffar Koca, Ali Ulvi Orhan ve sektörün duayenlerinden Aykut Hamzagil gibi Osmanbey'in ileri gelenlerinin yer aldığı isimlerin yanı sıra Osmanbey'in öncü firmalarını bir araya getiren buluşma, sektörün sorunlarını görüşme fırsatı yarattı. İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve OTİAD Başkanı İlker Karataş öncülüğünde gerçekleşen toplantıda özellikle Rusya'daki gelişmeler, çevre ülkelerdeki sorunlar ve sektörün geleceği masaya yatırıldı. Çözüm yolları üzerinde işaretlerde bulunuldu. Buluşma sonrasında OTİAD Başkanı İlker Karataş tarafından, İTHİB Başkanı İsmail Gülle'ye Osmanlı motifleri ile bezinmiş seramik bir eser takdim etti. Hatıra fotoğrafı sonrasında OTİAD Yönetim Kurulu Üyeleri ve Osmanbey'li tekstilciler aynı mekanda bir değerlendirme toplantısı gerçekleştirdi.

İTHİB Başkanı İsmail Gülle tasarım alanındaki yatırımların Ar&Ge desteklerine dâhil edilmesine yönelik olarak girişimde bulduklarını belirterek, ilgili mevzuatın çok yakın bir gelecekte yayınlanacağı dile getirdi.

"Tekstil pazarında Türkiye'nin payı artıyor"

Ortak Akıl Toplantılarında İsmail Gülle dünya ve Türkiye tekstil sektörüne dair yaptığı sunumlarda 2013 yılında dünya toplam tekstil ve hammaddeleri ihracat hacminin 268 milyar dolara ulaştığını, Türkiye'nin dünyanın sekizinci en büyük tekstil ihracatçısı konumuna geldiğine dikkat çekti. 2004 yılında 4,4 milyar dolar olan Türkiye tekstil ihracatının 10 yıl içinde yüzde 90 artışla 8,4 milyar dolara ulaştığına dikkat çekti. Son 10 yılda küresel mali kriz yılları hariç Türkiye'nin küresel pazar payının sürekli arttığını söyleyen Gülle, 2004 yılında pazar payımız yüzde 2,3 iken 2013 sonunda yüzde 3,1'e yükseldiğini belirtti. Türkiye'nin 2023'te küresel pazar hedefinin yüzde 4,4 olduğuna dikkat çekti. Türkiye'nin Avrupa Birliği'nin ikinci en büyük tedarikçisi olduğuna da değinen Gülle, 2013 itibarıyla 28 AB ülkesine Türkiye Tekstil ihracatının yaklaşık 4 milyar dolara ulaştığına dikkat çekti.

"Olumsuzluklara rağmen ihracat artıyor"

Türkiye tekstil ve hammaddeleri ihracatının 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde yüzde 6,3 artışla 8,2 milyar dolara yükseldiğine değinen İsmail Gülle, Avrupa Birliği ülkelerine de tekstil ihracatının yüzde 7 artışla 3,8 milyar dolar olarak gerçekleştiğini belirtti. Tekstilin bu dönemde Türkiye'nin toplam ihracatının içerisindeki payının yüzde 5,7 olduğunu belirten Gülle, "Tekstil ihracatı yaptığımız ilk beş ülke arasında İtalya, Rusya, Almanya, İngiltere ve Romanya bulunuyor. Bu pazarlardan Rusya'ya yaptığımız ihracatta yüzde 24 düşüş yaşanmasına rağmen tekstil ihracatımızın performansı oldukça iyi düzeyde bulunuyor.

Stretching Beyond

Color+

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

ecō-soft

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

Black

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

highclo

creora® highclo™ Kalıcı uyum ve şekil koruma için klora karşı super dayanimli spandeks.


creora®
it's in our every fiber

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr.Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

www.creora.com

İHRACATÇI FUAR DESTEKLERİNE DİKKAT!



İTKİB Devlet Yardımları Şubesi Müdürü Göknur Kandil ve Şube personeli

Yurt dışında düzenlenen fuarlara, Ekonomi Bakanlığı tarafından görevlendirilen organizatör koordinatörlüğünde gerçekleştirilen Milli Katılımlarda katılımcı firmalar nelere dikkat etmesi gerekiyor? Başvuru süreleri ne kadar? Başvurular hangi kuruma yapılıyor? Bakanlık, prestijli fuarlara ne kadar destek sağlıyor?

2009/5 Sayılı “Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ” kapsamındaki desteklerden, Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirket ile Türkiye’de yerleşik üretici/imalatçı organizasyonları yararlanıyor. Tebliğ’in amacı; Türk ihracat ürünlerinin tanıtılması ve pazarlanması suretiyle ihracatımızın artırılması, firmalarımızın uluslararası pazarda rekabet gücü kazanmalarına olanak sağlamasıdır. Fuar katılımları genel olarak; Milli Katılım (Yurt dışında düzenlenen genel veya sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara, Türk firmalarının Bakanlık tarafından görevlendirilen organizatör koordinatörlüğünde gerçekleştirdiği toplu katılımlar) ve Bireysel Katılım (Bakanlıkça belirlenerek ilan edilen ve yurt dışında düzenlenen desteklenecek sektörel nitelikteki uluslararası fuarlar listesinde yer alan fuarlara katılımcıların doğrudan katılımları) başlıkları altında değerlendiriliyor. Fuar katılımına ilişkin harcamalarının bir kısmı, Tebliğ’in ilgili maddelerinde belirtilen miktar ve oranlar çerçevesinde Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanıyor. Sektörel nitelikli uluslararası fuarlara bireysel katılım gerçekleştirilmesi durumunda; katılımcının ödeyeceği standart donanımlı stant kirasının, kurulumunun, ulaşım masrafları ve nakliye harcamalarının yüzde 50’si, 15 bin doları aşmamak üzere destekleniyor.

• Katılımcının bireysel olarak katılım sağlayacağı fuarın başlama tarihinden en az 15 gün önce ön başvuru yapması gerekiyor. Ön başvuru sırasında fuarın yetkili organizatörü tarafından düzenlenen boş alan ve/veya stant metrekaresi fiyatını gösteren yer tahsis belgesi veya faturasını ibraz etmesi gerekiyor.

• Başvurunun değerlendirilebilmesi için fuarın bitiş tarihini müteakip en geç üç ay içerisinde tebliğe ilişkin uygulama usul ve esaslarında belirtilen belgelerle birlikte İTKİB Genel Sekreterliğimize başvuru yapılması gerekiyor.

• Başvurunun değerlendirilebilmesi için fuarın bitiş tarihini müteakip en geç üç ay içerisinde tebliğe ilişkin uygulama usul ve esaslarında belirtilen belgelerle birlikte İTKİB Genel Sekreterliğimize başvuru yapılması gerekiyor.

20 puan ilave destek

Yurt dışında düzenlenen genel veya sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara, Ekonomi Bakanlığı tarafından görevlendirilen organizatör koordinatörlüğünde gerçekleştirilen Milli Katılımlarda katılımcı firmaların organizatörün veya katılımcı firmaların fuarın bitiş tarihini müteakip en geç üç ay içerisinde; Bakanlıkça başvuru merci olarak belirlenen İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine başvuru yapmaları gere-

kiyor. Katılımcıya fuar bazında ödenecek destek tutarı, yurt dışı fuarın genel nitelikli uluslararası fuara Milli Katılım veya Türk İhrac Ürünleri Fuarı olması halinde 10 bin dolarını; sektörel nitelikli uluslararası fuara Milli Katılım, Yabancı Firma Katılımlı Sektörel Fuar veya Sektörel Türk İhrac Ürünleri Fuarı olması halinde ise 15 bin dolarını geçemez. Bu değerler içerisinde kalmak kaydı ile katılımcıların stantlarında görevlendireceği 50 metrekarelik alana kadar (50 metrekare dahil) en fazla iki temsilcinin, 50 metrekare üzerinde ise en fazla üç temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masraflarının ve katılım bedeli esas alınarak hesaplanan

destek tutarını aşmamak kaydıyla katılımcı tarafından organizatöre ödenen fatura tutarının yüzde 50'si destek kapsamında katılımcıya ödenir. İhracatımızın ülke ve pazar açısından çeşitlendirilmesi ve katılımcılarımızın hedef pazar olarak nitelenen ülkelere yönlendirilebilmelerini teminen her yıl belirlenen 15 hedef ülkede düzenlenecek fuarlara iştirak eden katılımcıların yüzde 50 destek oranına 20 puan ilave destek sağlanıyor. Katılımcının yılda iki defaya mahsus olmak üzere; Bakanlıkça belirlenerek ilan edilen ve yurt dışında düzenlenen sektörel nitelikteki uluslararası prestijli fuarlara yurt dışı fuar organizasyonu kapsamında katılması

durumunda, stant ve nakliye hizmetine ilişkin harcamaları, standında görevlendireceği en fazla beş temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları ile katılım bedeli esas alınarak hesaplanan destek tutarını aşmamak kaydıyla katılımcı tarafından organizatöre ödenen fatura tutarının yüzde 50'si, bireysel katılımlarda ise nakliye harcamaları, stant harcamaları ve stantta görevlendirilen en fazla beş temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları ile fuarın yetkili organizatörüne ödenen boş alan kirasının yüzde 50'si destek kapsamında 50 bin dolarını geçmemek üzere katılımcıya ödenir.

Fuar destekleri başvurularında dikkat!

- Başvuru dosyasında ibraz edilecek stant faturasının mutlaka asıl sureti olması gerekiyor (Yetkili organizatör tarafından kaşeli imzalı ya da elektronik imzalı faturalarda kabul ediliyor.)
- Fuar destek kapsamındaki harcamalarla ilgili yapılan tüm ödemeler bankacılık sistemi çerçevesinde, hesaplar arası transfer şeklinde, (EFT veya havale), başvuru süresi içerisinde tamamlanacak şekilde yapılmalı. Ancak, ilgili hesaba elden yapılan ödemeler kabul edilmiyor.
- Ödeme belgelerinde ödeme yapılan alıcı adı açıkça yazmalı. Belgelerde alıcı adı görülmediği durumlarda ilgili ödemeye ilişkin bankacılık sisteminde alınmış swift mesajı ibraz edilmeli.
- Kredi kartı ile yapılan ödemelerde katılımcı tüzel kişisine ait kredi kartı ya da bu firma adına harcama yapmaya yetkili kişilere ait kredi kartları kullanılmalı. Harcama yapmaya yetkili kişiler ise "şirket ortakları, katılımcı tarafından harcama yapma yetkisi verildiği imza sirkülerinde belirtilen şahıslar ve Sgk'lı şirket çalışanları"dır.
- Katılımcılar ödemelerini çekle yapabilir. Ancak, katılımcı tarafından keşide edilen çeklerin ciro edilmemesi gerekir. Cirolu çeklerle yapılan ödemeler değerlendirmeye alınmaz. Çek ile yapılan ödemelerde tutarın karşı tarafın hesabına geçtiğini gösterir banka onaylı hesap dökümü gerekiyor.
- Katılımcı fuarın ilk günü standını açmak zorundadır. Fuar sona ermeden ürünlerini toplamak suretiyle standını boşaltmaz veya görevli personelinin fuardan çekemez.
- Fuar katılımlarında metre kare sınırlaması kaldırıldı.
- Yeni düzenlemeyle katılımcının stant alanında ortaklarından birine veya ortaklık ilişkisi bulunan diğer bir şirketin ortağı adına tescilli markayı kullanma imkanı kaldırılmış olup bu şekilde olan markaların şirket üzerine devrinin yapılması gerekiyor.
- Stant alanında tescil edilmemiş marka değeri olan her ibare dosyanın olumsuz sonuçlandırılmasına neden oluyor. Stant alanında marka tescili olmayan hiçbir ibare kullanılmamalıdır.
- Fuar sonrası evraklarda ibraz edilen giriş çıkışları gösterir pasaport sayfalarında fuarın yapıldığı ülkeye giriş çıkışları okunaklı olmalıdır. Pasaport ibraz edilememesi ya da kaşelerin

okunaklı olmadığı durumunda boarding pass ya da gümrük giriş çıkışlarını gösterir resmi emniyetten alınmış resmi belge de ibraz edilebilir.

- Katılımcı, Türkiye'deki merkezi veya yurtdışında kurulu şube, temsilcilik v.b. bağlı şirketlerinde görevli personeli veya ortaklık ilişkisi bulunan yurt içindeki şirket personelinin temsilci olarak fuarda görevlendirebilir.
- Ulaşım desteği talep ediliyorsa, acenta hizmet bedeli görülür acenta faturası ya da acentadan alınmış ilgili biletlere yansıtılan acenta hizmet bedelini beyan eden yazı ibraz edilmelidir. Acenta hizmeti vb.komisyon bedelleri destek ödemesine dahil edilmemektedir.
- Katılımcı, stand alanında, kendisinin veya yazılı izni olmak kaydıyla aralarında ortaklık ilişkisi bulunan Türkiye'de yerleşik şirketin veya pazarlamacısı olduğu Türkiye'de yerleşik şirketin ticaret ünvanı veya tescilli markasına (Ticaret sicilinde tescil ve ilan edilmiş halindeki ünvanından en az bir sözcük veya tescilli markası kullanılmalıdır. Buna ilaveten şirketin iştiğal sahası, sektörü, üretim yöntemi veya şirketin nevini belirten yabancı dilde bir ibare de kullanılabilir) yer vermek zorundadır.
- Nakliye desteği talep ediliyorsa katılımcı adına düzenlenmiş Gümrük Beyannamesi veya ATA Karnesinin aslı veya ilgili kurum tarafından aslı gibidir onaylı sureti veya İhracatçı Birliklerinin aslına uygunluğunu onayladığı sureti de ibraz edilebilir.
- Katılımcının pazarlamacı olması durumunda, üretici/imalatçı ile yapılan pazarlama sözleşmesi tarihinin ilgili fuardan önceki bir tarihte düzenlenmesi gerekiyor (Önemli Not: Üzerinde tarih yer almayan pazarlama sözleşmeleri değerlendirmeye alınmıyor.) (Üretici firma ile pazarlamacı firma arasında ortaklık bağı bulunduğu durumlarda da pazarlamacı sözleşmesi ibraz edilmesi gerekiyor.)

Fuar destekleri ve diğer devlet yardımları uygulamalarına ilişkin detaylı bilgiye www.itkib.org.tr adresinden "Devlet Yardımları" başlığı altında erişim sağlanabilir.

HER BOY

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



Makina Parkuru

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



özme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

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



İDF 'DE FESTİVAL HAVASI

9. İSTANBUL DERİ FUARI, DÜNYA GENELİNDE DERİ SEKTÖRÜNÜN DEVLERİNİ BULUŞTURDU. DÜNYACA ÜNLÜ MODA DERGİLERİNDEN PERAKENDE DEVLERİNE KADAR SEKTÖRÜN TÜM PROFESYONELLERİNİ AĞIRLAYAN FUAR, DERİYİ YALNIZCA KIŞ MEVSİMİNDE GİYİLEN BİR ÜRÜN OLMAKTAN ÇIKARAN TASARIMLARIYLA EZBER BOZDU.

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) önderliğinde TÜYAP Tüm Fuarçılık tarafından, bu yıl dokuzuncu kez düzenlenen İstanbul Deri Fuarı (İDF), 18-20 Kasım tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. 35 ülkeden 368 firma ve firma temsilciliğinin katılımıyla dört salon ve 35 bin metrekare kapalı alanda gerçekleşen İDF, yurt içi ve yurt dışından sektör profesyonellerinin buluşma noktası oldu. Yurt dışından 74 ülkeden ve yurt içinden 44 şehirden toplamda 15 bin 93 profesyonelin ziyaret ettiği İDF'yi, 10 farklı ülkeden toplam 30 uluslararası moda editörü takip etti. Modanın değişmez ve vazgeçilmez ürünü olan deriyi yalnızca kışın giyilen bir malzemenin dışarısına çıkararak tasarımlar ve farklı kullanım alanları ile ezber bozan bir fuara imza atıldı. L'Officiel İtalya ve



Fuar, 10 farklı ülkeden toplam 30 uluslararası moda editörü tarafından takip edildi.

30

L'Officiel Hommes İtalya'nın Genel Yayın Yönetmeni Gianluca Cantaro'dan, Vogue Uomo İtalya'nın Genel Yayın Yönetmeni Alan Prada'ya, L'Officiel Fransa'nın Başkanından İtalyan Moda Konseyi Başkanı Jane Reeves'e kadar moda dünyasının ünlü

isimleri, İDF'nin konukları arasında yer aldı. Festival havasında düzenlenen etkinlik üç gün boyunca paneller, moda defileleri, Art Meets Leather, FashionLAB, DesignLAB projeleri ve Challenge for Leather Yarışması ile dolu dolu geçti.

9. İSTANBUL
DERİ FUARI
LEATHER FAIR
18-20
KASIM
NOVEMBER
2014

35^{ülke} / 368^{firma}



Klasik bir fuar anlayışının dışında

Türk dericiliğinin en özgün fuarı İDF, T.C. Ekonomi Bakanlığı, Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD), Deri Tanıtım Grubu (DTG), İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), KOSGEB destek ve katkıları ile düzenlendi. Fuarın açılış törenine Türkiye İhracatçılar

Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkan Vekili Tahsin Öztiryakiler, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Jak Galiko, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail

Gülle, Deri Tanıtım Grubu (DTG) Başkanı Erdal Matraş, İstanbul Ticaret Odası (İTO) 34 No.lu Meslek Komitesi Başkanı Nurettin Aydın, Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) Başkanı Yakup Teleke, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Cem Negrin, İzmir Serbest Bölge Kurucu ve İşleticisi (İZBAŞ) ve Ege Bölgesi Deri



Bu yıl 13'üncüsü düzenlenen Deri'de 40. Yıl Ödül Töreni'nden bir kare: Zafer Yıldırım, Mehmet Büyükeksi, Zafer Kurşun, Ruken Mızraklı, Melih Çelet, Kıyasettin Temuçin, Aziz Demirkakan, Ercan Yoldanış, Boğoz Yılan, Alaettin Eldemir, Eyüp Sevimli

Art Meets Leather sanatçıları plaketlerini alırken... Yücel Kale, Ebru Yılmaz, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, DTG Başkanı Erdal Matraş, Kemal Tufan, Meray Akmut



Sanayicileri Derneği Başkanı Eyüp Sevimli, Uşak (Deri) Karma Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Akif Küplemez, Bursa İhtisas Deri Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Aziz Demirkakan, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TA-SEV) Başkanı İslam Şeker, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Hüseyin Çetin, Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD) Başkanı Tan Erdoğan, Türkiye Deri İşverenleri Sendikası (TÜDİS) Başkanı Burak Uyguner Deri Teknologları, Teknisyenleri ve Kimyagerleri Derneği (DE-TEK) Başkanı Hasan Basri Yorulmaz, Kürk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (KSİAD) Başkanı Metin Arkan, Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD) Başkan Yardımcısı Cemal Aydın, Türk deri sektörü duayenlerinden Zafer Kurşun, Zafer Yıldırım, Melih Çelet, Ümit Zaim ve Seyit Ali Gündüz'ün yanı sıra çok sayıda sektör temsilcisi ve basın mensubu katıldı.

Sektöre yeni bir vizyon

TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, fuarın düzenlenmesinde emeği geçen başta sektör temsilcilerine teşekkür etti. 9'uncusu düzenlenen fuarın her geçen gün daha büyüdüğüne dikkat çeken Büyükeksi,

“İDF, içinde barındırdığı etkinliklerle geleneksel bir “fuar” görüntüsünden çok, deriye dair her şeyin bir arada görüldüğü, derinin, yaratıcılıkla buluştuğu “Deri Festivali” niteliği taşıyor.

“Türkiye’de 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat stratejisini gerçekleştirdiğimizde gördükki sadece yapılan ihracatla bu hedefe ulaşmamız mümkün değil. Mutlaka Türkiye’ye sektörlere yeni bir vizyon kazandırmamız gerekiyor. Bu vizyon da ne var? Yüksek teknoloji ve katma değeri artırmak var. Yüksek teknoloji ve katma değeri artırmamızın da dört tane ana yolu var. Bunlar; inovasyon, tasarım, Ar-Ge ve marka” diye konuştu.

Klasik fuar anlayışının dışına çıktık

Tören’de konuşan TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, bu yıl klasik fuar anlayışının dışına çıkarak deriye dokunan her şeyi kapsayan, profesyonel ziyaretçilerin de İDF algısını yükseltmeyi amaçladığı bir konsept değişikliğine gittiklerini söyledi. Mızraklı, bu anlayıştan hareketle İDF’yi tabakhane, konfeksiyon, ayakkabı ve saraciyeli, kürk, makine, kimyasal tedarikçileri dahil, sek-



TGSD Başkanı Cem Negrin, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi



Tactica Başkanı Natasha Desantis, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, İtalyan Moda Konseyi Başkanı Jane Reeve, Zeynep Duygulu ile birlikte FashionLAB standında



TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, FashionLAB tasarımcıları Meltem Özbek, Meral Tahincioğlu Peltekeçi, Liana Kesenci, Emre Ertürk, Zeynep Duygulu ile birlikte



DesignLAB alanından genel görünüm

töre emeği geçen tüm iş kollarını kapsayan derinin enerjisini yansıtan bir festival haline getirmeyi amaçladık" dedi. Ruken Mızraklı, geçen sene başlatılan ve fuar bütçesinden davet edilen profesyonel alıcı ritüelini bu yıl Ekonomi Bakanlığı ve İDMİB katkıları ile tekrarladıklarını ifade etti. Mızraklı, "Türkiye'ye fuar için gelen önemli kişiler içinde Fransız Saracıyeciler Derneği'nden 10 kişilik heyet, İtalyan Moda Konseyi Başkanı Jean Reeve, Vogue İtalya Genel Yayın Yönetmeni Alan Prada gibi önemli isimler var. Fuar çok fazla etkinliğe sahne olacak. Uzun yıllar ara verilen defilelere 2013 yılında 'Unlimited Leather' adıyla yeniden başladık. Bu yıl bir adım daha atarak sektördeki deri konfeksiyon üreticilerine önemli Türk tasarımcılarıyla bir araya getirmede köprü görevi üstlendik. Bu sayede üç değerli tasarımcıyı Hakan Yıldırım, Simay Bülbül ve Deniz Ber-

dan 'Unlimited Leather' defilesinde sergilenmek üzere koleksiyonlar hazırladılar. Geçen sene deride konfeksiyon dışında kullanımları desteklemek için 'Art Meet Leather' projesini hayata kazandırdık. Mızraklı, bu sene İDF'de deri ve tasarım ilişkisini vurgulayacağı iki yeni bölüm daha olacağını ifade etti. Mızraklı, 'FashionLAB' ve 'DesignLAB' projelerinin altını çizerek, şunları söyledi: "FashionLAB deriden çanta, aksesuar, giyim, mücevher tasarlayan ve alanlarında marka olmuş tasarımcıların buluşacağı bir proje olacak. DesignLAB, derinin alışagelmış kullanım alanları dışında, günlük hayattaki yaratıcı kullanım örneklerinin sergileneceği bir proje olacak. Projede deriden koltuk değneği, deriden şemsiye, kaykayın yer alacağı ürünler yer alacak. Lansmanı Mayıs 2014'de İstanbul Modern Müzesi'nde yapılan Deri Tanıtım Grubu (DTG) desteğiyle Hatice

Gökçe'nin çok önemli Anadolu topraklarında varlığını sürdürmüş sekiz medeniyetten ilhamını alan 'The Leather Age – Anatolia' projesi Türk deri sektörü tarafından takip edilmeli. Projenin tasarım ve deri mühendisliği okuyan öğrencilere ilham vereceğini düşünüyorum." Ruken Mızraklı sözlerini "Gandhi'nin 'Başarı emeğin içinde gizlidir. Sahip olmanın değil. Ne kadar emek, o kadar zafer' cümlesiyle tamamladı. Yeni çağda rekabeti öne geçirmek için temel koşulun tüketicileri küresel çapta tanımak ve onlara ulaşmak olduğunu belirten Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Yakup Teleke, "Fuarların önemi giderek artıyor. Piyasadaki aktörlerin bir araya gelmeleri, son trendleri takip edip görmeleri ve üreticilerin vizyonlarını, yaratıcılıklarını görüp incelemeleri için eşsiz bir platform" dedi.



Dünyada LÜKS, PERAKENDE ve DERİ

SEKTÖR PROFESYONELLERİNİN BULUŞMA NOKTASI OLAN İDF'DE ETKİNLİĞİN İKİNCİ GÜNÜNDE MODANIN YETKİN İSİMLERİYLE DERİDE LÜKS VE PERAKENDE KONUŞULDU. GIANLUCA CANTARO'DAN LEYLA ALATON'A KADAR BİRÇOK İSİM, PANELİN KONUŞMACILARI ARASINDA YER ALDI.



DEMET SABANCI ÇETİNDÖĞAN
Demsa Grup Başkan Vekili

Yurt içi ve yurt dışından sektör profesyonellerinin buluşma noktası olan İDF 2014 birbirinde ünlü isimleri fuarın ikinci günü yer alan panelde biraraya getirdi. 'Luxury, Retail and Leather Worldwide/ Dünyada Lüks, Perakende ve Deri' Workshop'unun konuşmacıları arasında Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton, Demsa Grup Başkan Vekili Demet Sabancı Çetindoğan, L'Officiel İtalya ve



ALAN PRADA
Vogue Uomo
İtalya Genel Yayın Yönetmeni

L'Officiel Hommes İtalya Genel Yayın Yönetmeni Gianluca Cantaro, Rusya'nın en büyük deri perakende zinciri Snowqueen'in sahibi Vugar Isaev, Vogue Uomo İtalya Genel Yayın Yönetmeni Alan Prada, dünyanın en büyük ve lüks deri/kürk perakende mağazası Woux'un Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Acarlıoğlu, ünlü tasarımcı Hüseyin Çağlayan'la "VSP Chalayan" markası için üç sezonluk anlaşma yapan ve "VSP" adlı butikini Paris'in yükselişte olan bölgesi Marais'de açarak ses getiren Vizyon Deri'nin Kurucu Ortağı ve Kreatif Direktörü Kadri Soygöl yer aldı.

Algının değiştirilmesi gerekir

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde 19 Kasım Çarşamba günü gerçekleştirilen panelin moderatörlüğünü Hürriyet gazetesi ekonomi müdür yardımcısı Sadi Özdemir yaptı. Panelde ilk olarak konuşan L'Officiel İtalya ve L'Officiel Hommes İtalya Genel Yayın Yönetmeni Gianluca Cantaro, Türkiye'de 'Made in Turkey' projesiyle yapılmış ürünlerin dünyaya açılmasını söyledi. Cantaro, "Küçük konsept mağazaları açılabilir. Dünyayı kendinize bu şekilde çekebilirsiniz Böyle bir çabanın harcanması gerektiğini düşünüyorum" dedi. Cantaro, "Türk deri sektörünü yaratıcılık açısından çok ilginç buldum. Sadece deri tedarikçiliği ile yetinilmemiş. Burada bütün deri dünyasını görebiliyorsunuz. Giysilerden diğer ürünlere kadar çok ilginç bir yelpaze var. Türkler deriyi işlemede sergiledikleri beceriyle fark yaratıyorlar. El işçiliğinde ve işlenmiş ürünlerde son derece yetenekliler" dedi. Panelde konuşan Demsa Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Demet Sabancı Çetindoğan, Demsa olarak yurt dışından özellikle lüks mağazacılık anlamında faaliyet gösteren bir grup olduklarını belirtti. Tekstilde üretimde olmak farklı bir alan ama perakendecilik zincirin son halkasında olmak farklı bir şey olduğunu dile getiren Çetindoğan, "Burada görüyoruz ki başarılı olmak için zinciri oluşturmak için birçok etken var. Özellikle



LEYLA ALATON
Alarko Holding
Yönetim Kurulu
Üyesi



HÜSEYİN ACARLIOĞLU
Woux'un Kurucusu ve
Yönetim Kurulu Başkanı



VUGAR ISAEV
Snowqueen / Snezhnaya
Koroleva Başkanı

yabancı markalarla çalıştığımız için bunların önemini kavradık. Devlet ve firmalar el ele verirse Türkiye'de çok önemli değerler çıkacak ve dünya markaları olacak. Bunun için kolektif çalışmak, yurt dışında lobi faaliyetleri yapmak gerekiyor" dedi. Snow Queen/Snezhnaya Koroleva Başkanı Vugar Isaev de konuşmasında; Türk deri sektöründe kesinlikle markalaşma yoluna giren şirketlerin bulunduğunu söyleyerek,



KADRI SOYGÜL
Vizyon Deri'nin Kurucu
Ortağı ve Kreatif Direktörü



GIANLUCA CANTARO
L'Officiel İtalya
Genel Yayın Yönetmeni



SADI ÖZDEMİR
Hürriyet Gazetesi Ekonomi
Müdür Yardımcısı



Vizyon Deri Kurucu Ortağı ve Kreatif Direktörü Kadri Soygül de, 27 yıldır üretim yapan bir şirketin yöneticisi konumunda yer aldığını söyledi ve deri giyimin tarihçesi hakkında kısa bilgi verdi: "Bizler 97, 98'de krizin olduğu dönemde Rus pazarına giriş yaptık. 27 yıldır bu sektördeyiz. Geçtiğimiz aylarda Paris-Marais'de VSP adında bir butik açtık. Hüseyin Çağlayan'la Chalyan markası için üç yıllık anlaşma yaptık. Markalaşma konusunda çalışmalarımıza devam ediyoruz" dedi.

Vogue Uomo Italy Genel Yayın Yönetmeni Alan Prada "Arzu Kaprol, Bora Aksu gibi deriyi farklı alanlarda kullanan yeni yeteneklere ihtiyaç var. Made in Turkey, herkesin güvendiği bir ad olmalı. Kalitenin mührü olmalı. Çok önemli adımlar atıyorsunuz. Markaya dönüşme kolay bir süreç değil" dedi.

Panelin son konuşmacısı Leyla Alaton ise derinin yaşamındaki önemine işaret etti, "Deri benim için çok özel. Alaton, "Çıtayı yükseltmek çok önemli. Örneklerin çok yukarıda olması sizi zorluyor. Markanın milliyeti, ırkı, dini yok. Verdiği duygu olur. Markanın sürekliliği olmalı. Müşterisi değişebilir ama çizgisi değişmez" diye konuştu. Alaton, "Bu sektörde çok erkeksiniz. Hiç kadın görmüyorum. Kadınları giydiriyorsunuz ama kadınları tanıyor musunuz? Bu sektörün daha "kadın" olması gerekiyor. Deri sektöründe kadınların varlığını desteklemeli ve teşvik etmelisiniz" şeklinde konuştu.

"Son 10-15 yıldır değişiklikler var. Türk deri sektöründe üretime ağırlık verildi, yüksek ihracat gerçekleştirildi. Ancak son senelerde eski Sovyetler Birliği ülkelerine olan ihracat düşüyor. Rus perakende sektörü hızla değişiyor. Ülkede çok büyük değişiklikler oluyor" dedi. Son yedi yıldır Türkiye'den Rusya'ya olan ihracatta düşme yaşadığını sözlerine ekleyen Vugar Isaev, bunun bir takım engellerden kaynaklandığını belirtti.

Sabır, ön koşul

Antalya'da, 15 bin metrekarelik bir alanda dünyanın deri, kürk ile ilgili en lüks büyük perakende mağazası olan Woux'un Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Acarlioğlu da, markası ve markalaşmaları konularında bilgi aktardı. Woux markasının son altı yılın bir ürünü olduğunu söyleyen Hüseyin Acarlioğlu, söz konusu markanın, farklı kulvarlarda koşan 3 ayrı firmanın tecrübeleri sonunda oluştuğunu belirtti, "Farklı bir mağazacılık yapma düşüncesinden yola çıktık. Sürdürülebilir bir mağazacılık adına sabır ön koşuldur" dedi. Acarlioğlu, "Markalar, öncelikle girişimimize soru işaretleriyle bakıyorlardı. Şimdi ise dünya markaları bize teklifle geliyorlar. Üç, dört yıl önce kapılarını çaldığımızda kapılardan içeriye girememiştik" dedi.



EMELDA by
DENİZ BERDAN



DERİMOD



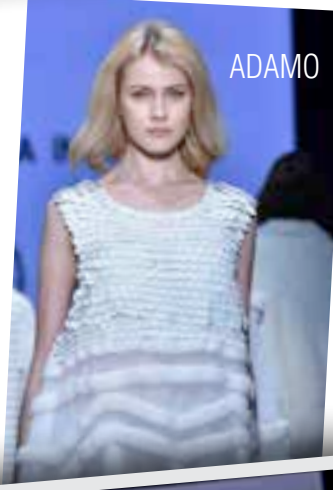
EMELDA by
DENİZ BERDAN



PUNTO by
HAKAN YILDIRIM



ELİBOL by
SİMAY BÜLBÜL



ADAMO



LENTO FUR

zamani MEKANI YOK deri HEP MODA

Üç gün boyunca yedi markanın ve tasarımcının karma defilesine ev sahipliği yapan İDF'de, deriyi yalnızca kışın giyilen bir malzemenin dışarısına çıkaran tasarımlar dikkat çekti. Dört mevsim derinin kullanılabilirdiğini gösteren ürünler ile derinin zamansız bir trend olduğu gözler önüne serildi. Üç gün boyunca deriyi podyuma taşıyan isimler; Mefi, Nicola Indelicato by Adamo, Derimod, Elibol by Simay Bülbül, Emelda by Deniz Berdan, Lento Fur, Punto by Hakan Yıldırım oldu. Türkiye'nin yıldız mankenleri tarafından podyumda başarıyla taşınan tasarımlar ziyaretçilerden beğeni topladı.



DERİMOD



ELİBOL by
SİMAY BÜLBÜL



LENTO FUR



PUNTO by HAKAN YILDIRIM



MEFI



EMELDA by DENİZ BERDAN



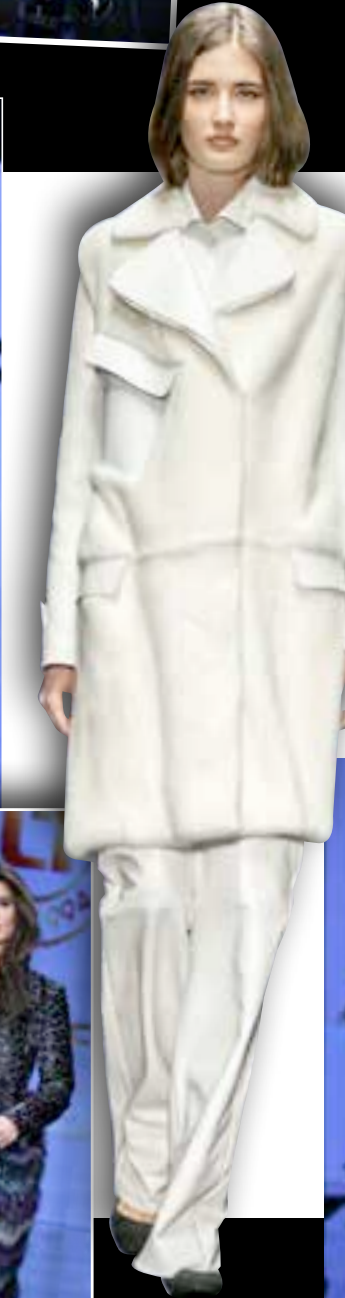
MEFI



MEFI



MEFI



DERİMOD



PUNTO by HAKAN YILDIRIM



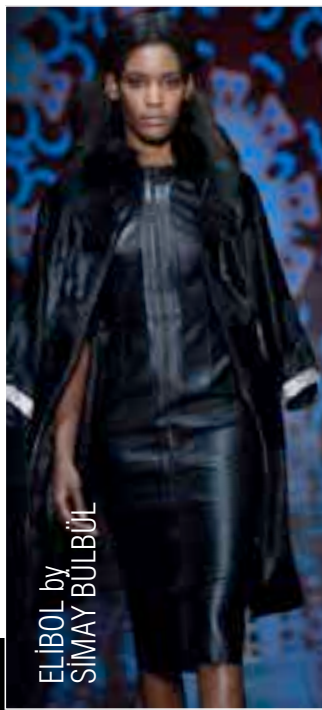
ADAMO



LENTO FUR



ADAMO



ELİBOL by SIMAY BÜLBÜL



ALIM HEYETİ PROGRAMLARI SEKTÖRÜ CANLANDIRIYOR

T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI VE İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (İDMİB) DESTEĞİ İLE DÜZENLENEN ALIM HEYETİ, TÜRKİYE'NİN ÇEVRESİNDE YAŞANAN SIKINTILI HAVAYI DAĞITTI. TÜRK FİRMALAR, DERİ, DERİ KONFEKSİYON VE SARACİYE KONULU ALIM HEYETİ PROGRAMINDA YER ALAN YABANCI FİRMALAR İLE YAPTIKLARI İKİLİ GÖRÜŞMELER SONUCUNDA SEKTÖRE SİNERJİ KAZANDIRACAĞI GÖRÜŞÜNDELER.

Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) desteği ile 17-21 Kasım tarihleri arasında düzenlenen Deri, Deri Konfeksiyon ve Saraciyeye konulu Alım Heyeti programı İDF 2014'e büyük bir enerji kazandı. Deri sektörü tem-

silcilerine mevcut ve hedef pazarlarında yeni müşteriler kazandırmak yönündeki vizyonla gerçekleştirilen bu programda; ağırlıklı olarak Rusya ve Uzakdoğu ülkelerinden olmak üzere, toplam 13 ülkeden 66 firmadan 89 sektör mensubunu ve basın temsilcisi ağırlandı. Program kapsamında

kendilerine uçak ile ulaşım, konaklama, şehir içi transfer ve tercümanlık hizmetleri verilen davetliler; öncelikli olarak ikili görüşmelere katılarak, Türk deri sektörü temsilcileriyle bir araya geldi. İkili görüşmelerin ardından fuar stantlarını da gezme imkanı bulan heyet, aynı zamanda showroom ve

13 / 66

ülke / firma

Ekonomi Bakanlığı ve İDMİB'in desteğiyle düzenlenen alım heyeti programına 13 ülkeden 66 firma katıldı.



fabrika ziyaretlerinde de bulundu. Görüşmelere katılan Türk firmaları ve fuar katılımcıları; Alım Heyeti organizasyonuna yönelik memnuniyetlerini ifade ederek, bu görüşmelerin sektörde katma değer ve sinerji yarattığına inandıklarını belirttiler. Alım heyetini oluşturan ülkeler arasında; Rusya, Ukrayna, Birleşik Arap Emirlikleri, İspanya, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya, Çin, Hong Kong, Seul, Hollanda gibi Uzakdoğu, Güneydoğu Asya, Avrupa ve Ortadoğu ülkeleri yer aldı. 89 kişi ve 66 firmanın yer aldığı alım heyetindeki yabancı firmalar, Türk firmaları ile ikili görüşmeler gerçekleştirdi. Ekonomi Bakanlığı ve İDMİB'in desteğiyle gerçekleştirilen alım heyeti prog-

ramında amaç; deri ve deri ürünleri sektörünün hakim olduğu geleneksel pazarların dışına çıkılarak pazar payını artırmak ve ihracat listesine yeni ülkeler eklemek. 2015 yılında Güneydoğu Asya, Uzakdoğu, Amerika, Kanada, Afrika'nın Kuzeyi gibi ülkelere odaklanmayı hedefleyen Türk deri sektörü, bu dönemde hem fuarları o bölgeye yönlendirmeye hem alım heyetlerini o ülkelere getirmeye hem de ticaret heyetlerini yine o bölgelerde yapmayı planlıyor. Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan kriz, Avrupa Birliği ve Amerika'nın uyguladığı ambargolar, ekonomik gelişmelere rağmen düzenlenen bu alım heyeti programları ile sektöre hareketlilik sağlanıyor.



MUSTAFA ŞENOCAK
İDMİB Başkanı

"AMACIMIZ GELENEKSEL PAZARLARIN DIŞINA ÇIKMAK"

Ağırlık olarak pazarımız Rusya. Rusya'dan birçok alıcı getirdik ama asıl amacımız burada hedef ülkemiz olan ama yeteri kadar satış yapmadığımız Uzakdoğu, Güneydoğu Asya ve Amerika gibi diğer ülkelere de alıcılar getirip fuarlarımızı ve sektörümüzü tanıtmak. Bu yüzden Rusya haricinde gelecek olanlar diğer ülkeler bizim için önem arz ediyordu. Alım heyetine İtalya'dan, Fransa'dan Japonya'dan, Hindistan'dan İspanya'dan firmalar geldi. Odaklandığımız nokta geleneksel pazarlarımızın dışından da alıcılar getirebilmek. Bunu hedefledik ve burda da belli bir başarı sağladık. Alım heyetlerine devam edeceğiz. Rusya'dan çok sayıda alım heyeti getirdik. Tabii Rusya bizim geleneksel pazarımız ve bizi daha çok bildikleri, tanıdıkları için geliyorlar. Burada amacımız bizi daha az bilen ülkelere de ihracat başlangıcı yapmak. Çünkü oralardan da pazar alabilmek için o ülkelere odaklanmak istiyoruz. Pastayı büyütmemiz gerektiğini düşünüyorum.

İhracat yaptığımız çevre ülkelere ben 'birinci halka' diyorum. 'İkinci halka' diye tabir ettiğim ise Güneydoğu Asya, Uzakdoğu, Amerika, Kanada, Afrika'nın Kuzeyi gibi ülkeleri kapsıyor. Önümüzdeki yıl 'ikinci halka' diye tabir ettiğim ülkelere daha çok önem vereceğiz. Çevremizdeki olumsuzluklar, siyasi gelişmeler bizi daha az etkilemesi için o ülkelere yoğunlaşmamız lazım. Hem fuarlarımızı o bölgeye yönlendireceğiz hem alım heyetlerimizi o ülkelere getirmeye çalışacağız. Ayrıca ticaret heyetlerini de yine o bölgede yapacağız. 2015 yılında alım heyeti programımız Güneydoğu Asya ile başlayacak. Daha sonra Uzakdoğu ve Amerika'ya uzanacak.

Alım heyeti programımız çerçevesinde ikili görüşmeler oldu. Bu görüşmeler fuara ayrı bir hava kattılar. Fuar esnasında da ciddi anlamda bir hareketlilik sağlandı. Fuarın bu hareketliliğini alım heyetine gelen kişiler sağladı. Bu alım heyeti çok yararlı oldu. Fuarın etkili hareketi bu alım heyetiydi. Olumsuzlukların gölgesinde fuar istenilen düzeyde gerçekleşmedi ama alım heyeti en aktif, etkili hareketiydi diye düşünüyorum. Rubledeki yüzde 100'e varan enflasyon, Avrupa Birliği ve Amerika'nın uyguladığı ambargo, Ukrayna sorunu gibi bunların etkisi küresel manada çok oldu. Bize de dolayısıyla etkisi oldu. Olumsuzluklara rağmen gelen alım heyeti büyük hareketlilik getirdi.

FESTİVALE ÜNLÜ AKINI

İDF'ye hem moda ve sanat hem de cemiyet dünyasından ilgi yoğunlu.



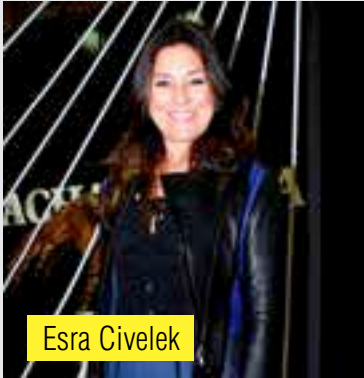
Hakan Yıldırım, Ruken Mızraklı



Şermin Cengiz, Feryal Gülman, Ruken Mızraklı,
Pınar Küçüksabanoğlu, Etel Baler



Elif Güven Nalbant, Deniz Berdan



Esra Civelek



Heves Ekinci



İşıl Reçber-Figen Akçay-Atıl Kutoğlu
Ümit Zaim-Sedef Orman-Emre Ertürk



Meral Tahincioğlu Peltekçi
Erdal Matraş-Ruken Mızraklı-Aylin Tahincioğlu



Müge Sirmabyık-Merih Turan-Suzan Toplusoy



Gül Gölge Saygı



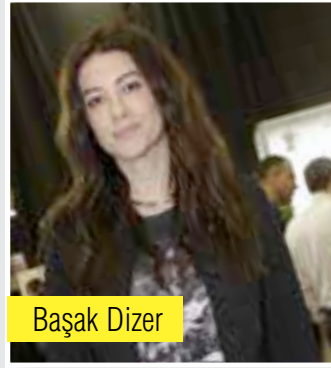
Yasemin-Nedret Tacirođlu



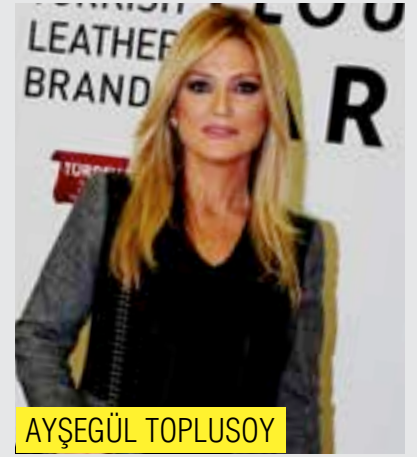
Dilek-Serra Türker-Berrin Yeleri



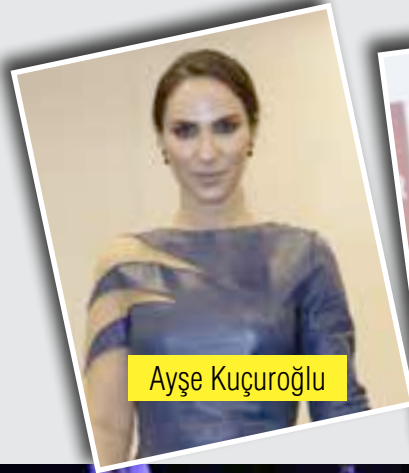
Buket Taşdelen-İsmet Alpagut



Başak Dizer



AYŞEGÜL TOPLUSOY



Ayşe Kuçurođlu



Bora Aksu



Roksi Garih



Nurcan-Nazlı Kuzucan-Öner Evez



Yelda İpekli-Suna Apa-Beyhan Bağış

İDF EZBER BOZDU

İDF 2014 KAPSAMINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ART MEETS LEATHER, FASHION LAB, DESIGN LAB, CHALLENGE FOR LEATHER PROJELERİ; DERİYİ SANAT, TASARIM VE İNOVASYONLA BULUŞTURARAK EZBER BOZDU.

ART
LEATHER

Ünlü Mimar Nevzat Sayın'ın küratörlüğünde ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) sponsorluğunda gerçekleşen Art Meets Leather'da çağdaş sanatçılar Kemal Tufan, Günnur Özsoy, Ebru Yılmaz ve Meray Akmut'un deri ve yünlü deri kullanarak tasarladıkları eserler büyük ilgi gördü.

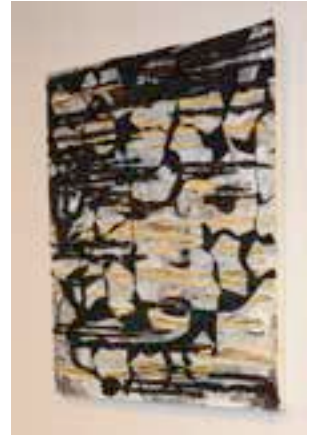


Günnur Özsoy, Meray Akmut, Kemal Tufan, Ruken Mızraklı



Heykeltıraş Kemal Tufan'ın "Çekiçbaşı Köpebalığı" isimli yünlü deriden eseri

Ressam Meray Akmut'un "Deri" isimli eseri



Heykeltıraş Günnur Özsoy'un cavallinodan yapılmış eserleri



Heykeltıraş Ebru Yılmaz'ın "Üç" isimli deri eseri



FASHION LAB

Deriden çanta, aksesuar, giyim, mücevher tasarlayan ve alanlarında marka olmuş 8 marka tasarımcı; Zeynep Özlem Alpay, Liana Kesenci, Zeynep Duygulu, Emre Ertürk, Güneş Mutlu, Meltem Özbek, Meral Tahincioğlu Peltekçi, Serra Türker özgün projelere imza attı.



Zeynep Duygulu standı, TDKD YK Üyesi İdris Demir, TDKD YK Başkanı Yakup Teleke, İDMİB YK Başkanı Mustafa Şenocak, TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, T ASD Başkanı Hüseyin Çetin, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, İTO 34 no.lu Meslek Komitesi Başkanı Nurettin Aydın



L'Officiel İtalya ve L'Officiel Hommes İtalya Genel Yayın Yönetmeni Gianluca Cantaro, Balatt standında



Misela Standı, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, Serra Türker, TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, TDKD Başkanı Yakup Teleke



İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, Zeynep Arçay, TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi



Mell standından bir görüntü, Tasarım Meltem Özbek



Mehry Mu standından bir görüntü, Tasarım Güneş Mutlu



Tasarım Zeynep Duygulu

Heykeltıraş Yücel Kale'nin küratörlüğünde, tasarımcılar Aysun Altındağ, Bahadır Yıldız, Büşra Ünverdi, Can Güvenir, Cenk Küreli, Meltem Maralcan, Ömer Yavuz, Talat Doğanoğlu, Yıldız Şermet hayatta deri olabilecek her şeyi tasarımla birleştirdiler. Deriden kaykay, aydınlatma elemanı, koltuk değneği gibi ürünlerin yer aldığı alanda deri ezber bozdu.

Deri, yünlü deri ve kürk sektöründe üretilen yenilikçi ürünleri buluşturmak; teknoloji ve moda anlamında yeni ürünleri öne çıkarmak, inovasyon ve tasarımı desteklemek amacıyla Kazlıçeşme Deri Ürünleri Araştırma Geliştirme San. ve Tic. Ltd. Şti. sponsorluğunda düzenlenen yarışmada: Leather Fashion Award/ Deri'de Moda Ödülü'nü Ege Damla Deri-Özküplemez Deri alırken, New Technology for Leather Award/Deri'de Yeni Teknoloji ödülünü Soydan Deri aldı.



Tasarım Aysun Altındağ - Meltem Maralcan



Leather Fashion Award / Deride Moda Ödülü'nü EGE DAMLA - ÖZKÜPLEMEZ DERİ aldı.



Tasarım Can Güvenir



Tasarım Gush



New Technology for Leather Award Deride Yeni Teknoloji Ödülü'nü SOYDAN DERİ aldı.



Tasarım Bahadır Yıldız



İstanbul Deri Organize Sanayi Bölgesi (İDOSB) sponsorluğunda gerçekleştirilen TÜRDEV kokteyli

STOLL

ÜRÜNLER

WWW.ADF3.STOLL.COM

WWW.MAYERMUMESSILLIK.COM.TR

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

ÖRME DÜNYASINI DEĞİŞTİREN TEKNOLOJİ

STOLL CMS ADF-3

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



Home&Tex Fuari'ni

takviminize ekleyiniz!
28-31 Ekim 2015

FUAR

62

EV TEKSTİLİNİN GENÇ VE FARKLI FUARI HOME&TEX

BU YIL İKİNCİSİ 19-22 KASIM TARİHLERİ ARASINDA DÜZENLENEN HOME&TEX FUARI'NA EV TEKSTİL FİRMALARI VE ZİYARETÇİLER YOĞUN İLGİ GÖSTERDİ. STANDART STANT YAPISI İLE FARKLILIĞINI ORTAYA KOYAN FUARDAN FİRMALAR YAPTIKLARI SICAK SATIŞTAN DA OLDUKÇA MEMNUN AYRILDI.



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

Tekstil sektörü bir araya gelerek gerçekleştirdiği başarılı fuarlar sayesinde bütün olumsuzluklara rağmen ihracatını artırıyor.

Türkiye'de dekorasyon, ev tekstili ve tamamlayıcı ürünleri kapsayan ilk fuar olarak 2013 yılında kapılarını açan Home &Tex Fuarı, tek tip stant uygulamasının da Türkiye'deki ilk örneğini ortaya koyan etkinlik konumunda bulunuyor. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) tarafından 19-21 Kasım 2014 tarihleri arasında ikinci defa düzenlenen fuar, Türkiye'deki iç piyasada 20 milyar dolarlık büyüklüğe sahip olan ev tekstili ve dekoratif ürünler sektörünü dünya ile buluşturdu. Home&Tex, tül, perde, brode, perde aksesuarları, perde mekanizmaları, döşemelik, uyku ve yatak odası ürünleri, mutfak ve yemek odası tekstili, havlu ve banyo ürünleri, züccaciye ve dekorasyon ürünleri, duvar kaplamaları, yer kaplamaları, aydınlatma ve iplik firmalarını ziyaretçiler ile bir araya getirdi. Home&Tex; Amerika, Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarından olmak üzere toplam 55 ülkeden 5 bin alıcı grubunu İstanbul'da ağırladı. Dört gün boyunca 35 binin üzerinde ziyaretçinin katıldığı fuara ilgi bir hayli fazlaydı. Fuarın açılışında İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Cengiz Özmen ve Ali Sami Aydın, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalkal ve ev tekstil sektöründen bir çok isim hazır bulundu.

Fuara yurtdışından yoğun ilgi

Fuarın başlıca alım grubu ülkeleri arasında Rus-



ya, Ortadoğu ve Avrupa başta olmak üzere Bağımsız Devletler Topluluğu, Kuzey Afrika bölgeleri yer aldı. Yurt dışı katılımcı ülkelerini ise Almanya, İtalya, İspanya, Kuveyt ve Suudi Arabistan oluşturdu. Fuar, katılımcı firmalar açısından oldukça verimli geçti. Dünya fuarcılığında yeni gelişen trendlerden biri olan 'tek tip stant uygulaması'nın ön plana çıktığı fuarda, daha düzenli ve ferah bir atmosfer yaratılırken, katılımcıların da stant maliyetinin yanı sıra zamandan da tasarruf etmeleri sağlandı. Fuarın her sene daha fazla ilgi ile karşılaşıırken, fuar bilinirliğinin artması ile 2015 yılında daha fazla ziyaretçinin etkinliği takip edeceği kaydediliyor. Avrupa'da düzenlenen ev tekstili fuarlarına ilginin düşmesinin aksine Türkiye'de EVTEKS ve Home&Tex'e ilginin artış göstermesi sektör temsilcilerinin yüzünü güldürüyor.

Ev tekstili fuarlarla büyüyor

İlk yılında 20 bin metrekare net alanda, 300 katılımcı firma ve 5 bini yabancı toplamda 19 bin ziyaretçi ağırlayan fuar 2014 yılında 450 katılımcı ve 35 bin ziyaretçiyi ağırladı. Türk ev tekstili ihracatının artış oranının daha da büyütülmesinde Home&Tex'in de büyük katkısının olacağı öngörülmüyor. İhracat ve dış ilişkilerin yanı sıra, iç piyasaların gelişmesinin de sektör için büyük önem taşıdığı kaydedilirken, Home&Tex Fuarı ile yurtiçi piyasanın



da hareketlendiği görülüyor. Açılış konuşmasını gerçekleştiren TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık "Geçtiğimiz yıl 20 bin metrekare alanda 300 katılımcı ile temellerini attığımız Home&Tex fuarımız, bu yıl 30 bin metrekare alanda 450 katılımcı ile kapılarını açıyor. Yani Home&Tex fuarımız bir yılda yüzde 50 büyümüş. Dünyada gelişmiş ülkelere baktığımızda fuarcılık olmazsa olmazlar arasında yer alıyor. Fuar ülkemizi markalaştıracak enstrümanların başında yer alıyor. Fuar aktivitesine yeni bir inovasyon katmalıyız. Ülkemiz markalaşmazsa bizim de markalaşmamızın imkanı yok" ifadelerini kullandı.

Ev tekstili inovasyon ile geliyor

Fuarların sektör için büyük önem taşıdığını vurgulayan Yaşar Küçükçalık sözlerine şu şekilde devam etti; "Sektörün Türkiye ekonomisine olan katkısı rakamlarla ifade edildiğinde 13-14 milyar dolar civarında. Bunun 5 milyar doları ihracat, 8 milyar doları da iç pazar oluşturuyor. Mücadelemizi evrensel boyutta da sürdürerek, dünya ev tekstili ihracatında ilk üç arasında yer alabilmek için çaba gösteriyoruz." TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, inovasyonla ihracatta kilogram ücretini katladıklarını söyledi. Küçükçalık, "Mekan tekstilimiz 13 milyar dolar büyüklüğünde. Bu rakamın 5 milyar dolarını ihraç ediyoruz. Geriye kalan 8 milyar doları da iç ticaret hacmimizi

oluşturuyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) gündemimize oturttuğu inovasyonu sektörümüze katarak 1,5 dolar olan ihracat kilogram fiyatımızı tül ve dantelde 15 dolara, havlu da ise 10 dolara çıkardık" dedi.

Gülle: "Tekstil başarılı bir yıl geçiriyor"

Açılışta konuşan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle de EVTEKS Fuarı'nın devamında yapılan Home&Tex'te çevre ülkelerdeki ziyaretçileriyle çok daha başarılı bir fuar olacağına inandığını anlattı. Gülle, "Son derece başarılı bir yıl geçiriyoruz. Ülke ihracatının üstünde bir başarılı ihracat performansı gösteriyoruz. Bu fuarın, 2023 ihracat hedefine hizmet edecek bir fuar olacağına inanıyoruz" dedi. İsmail Gülle tekstil ihracatının yüzde 10 artışla ülkenin genel ihracatının iki katı daha fazla artış gösterdiğine işaret ederek, "Rusya'ya olan ihracatımızda yüzde 25 düşüş olmasına rağmen sektör büyüme hızını artırıyor. Bu durumun nedeni sektörün bir araya gelerek başarılı fuarlar düzenlemesidir" diye

konuştu. CNR Holding Üst Yöneticisi (CEO) Cem Şenel ise 30 bin metrekare alanda, 450 firmanın katılımıyla yapılan fuarın, 6 salonda yapıldığını ve fuara yurtiçi ve yurtdışından 35 binin ziyaretçinin katıldığını söyledi. Açılışın ardından konuşmacılar, "Anadolu'dan İstanbul'a Dokumaca Efsaneler" sergisinin açılışını yaptı, stantları gezerek ürünler hakkında veri bilgi aldılar.

Home&Tex dünyanın ilk 5 fuarı arasında

Home&Tex Fuarı'nın ilkinin 2013 yılında düzenlendiğini belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Cengiz Özmen, "Kasım 2014'te de fuarın ikincisini düzenledik. Fuar ikinci döneminde 30 bin metrekare gibi ciddi bir büyüklüğe ulaştı. Türkiye'de düzenlenen EVTEKS Fuarı dünyanın ikinci büyük ev tekstil fuarı unvanına sahipken, Home&Tex fuarı da kısa zamanda dünyanın ilk 5 fuarı arasına girmeyi başarmış durumda. Katılımcı ve ulaşılan metrekare anlamında çok umut verici bir noktayı yakalamış durumda fuarımız. Fuarın bu kadar kısa zamanda bu kadar hızlı büyümesinin asıl nedeni, ev tekstilinde Türkiye'nin üretim kalitesi ve gücü olduğunu söyleyebiliriz. İhracat verilerine ve katma değer oranlarına baktığımız zaman da daha bu durum daha açık ortaya çıkıyor. Home&Tex fuarının standart stant

Katılımcı Sayısı

450

5132'si yabancı olmak üzere

Ziyaretçi Sayısı

35 BİN

%50

Home&Tex, geçen seneye göre
%50 büyüdü.

FUAR

64



YAŞAR KÜÇÜKÇALIK TETSİAD Başkanı

Home&Tex Fuarı ikinci yılında yüzde 50 büyüdü. Bunun gibi başarılı fuarlar Türkiye'yi markalaşmasına katkı sağlıyor.

sistemine göre dizayn edilmiş olmasından kaynaklı da firmalara kolaylık sunuyor. Bu durum katılan firmalar için pratik bir durum oluştururken maliyet konusunda da önemli avantajlar sunuyor. Fuarın 2014 döneminde bir önceki döneme göre iki misli ziyaretçi geldi fuara. Avrupa'da birçok ev tekstil fuarı geriye doğru giderken, bizde bu tarz bir canlanma olmasını çok önemsiyoruz. Geldiğimiz noktada fuara katılan firmalar konusunda da seçici davranıyoruz. 2015 yılında fuarı Ekim ayı sonunda yapmayı planlıyoruz. Fuarın



CENGİZ ÖZMEN İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Home&Tex'in standart stant uygulamasının yanı sıra diğer fuarlarımızdan ayrılan bir yönü de, anında sıcak satışın yapıldığı bir platform olmasıdır.

zamanlaması da Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkelerine ürün satılması için çok uygun" dedi.

"Fuarın yapısı fark ortaya koyuyor"

Türkiye ev tekstil sektörünün katma değeri yüksek bir yapıda olduğu için düzenlenen fuarlarında çok hızlı bir şekilde geliştiğine değinen Cengiz Özmen, Türk ev tekstil firmalarının bu başarıyı teknolojiye çok çabuk ayak uydurarak yenilikçi bir yapıda üretim yapmalarına bağlı olduğuna dikkat çekiyor. Türk ev tekstil firmalarının sürekli yeni maki-

neler olarak son teknolojiye adapte olduklarını belirten Cengiz Özmen, " Bu özellikten dolayı ev tekstil sektörü diğer sektörlerle göre daha hızlı geliyor. Bu gelişim ile birlikte büyüyen EVTEKS fuarı sonrası Home&Tex tarzı bir fuar yapmak bir zorunluluk oldu. Bu fuarın bir güzel ve farklı tarafı da hazır standart stantlardan oluşmasıdır diyebiliriz. Bu tarz stant ile hizmet vermek firmalar için çok avantajlar sağlıyor. Ev tekstil firmaları fuarın bu özelliğinden dolayı fuara daha kolay katılıyorlar. Kolay katılımın yanı sıra maliyet konusunda da ciddi avantajlar yakalıyorlar. Fuarın bu yapısı çok ilgi çekiyor diyebiliriz. Fuarın bu yıl geçen seneye göre iki kat büyümesi de bu başarının en bariz örneği" dedi.

"Fuarın zamanlaması ideal"

Avrupa'da düzenlenen ev tekstil fuarlarının kan kaybettiğine de değinen Cengiz Özmen, Avrupa'da düzenlenen bazı ev tekstil fuarlarının kapanma durumu ile yüz yüze olduğuna da dikkat çekti. Türkiye'nin ev tekstilinde her anlamda parlayan bir konuma geldiğine değinen Özmen, "Avrupa'nın büyük ev tekstil firmaları Türkiye'de düzenlenen fuarlara gittikçe daha fazla ilgi gösteriyor. Biz de Türkiye'de düzenlenen fuarlarda firmaları alırken oldukça seçici davranıyoruz. Herhangi bir firma kendi kafasına göre gelip fuara katılmıyor. Gelecek sene Home&Tex Fuarı'nı Ekim ayı sonuna çekerek ilgiyi daha da arttırmayı planlıyoruz. Ekim ayı sonu fuar için çok uygun bir zamanlama sunuyor. Özellikle Ortadoğu ve Kuzey Afrika pazarı için çok ideal bir dönem Ekim ayı sonu. Zamanlama anlamında da Home&Tex Fuarı'nın çok yerinde olduğunu söyleyebiliriz" dedi. Home&Tex Fuarı'nın bu denli başarılı olmasının arkasında bir nedenin de ev tekstil sektörünün TETSİAD bünyesinde iyi örgütlenmiş olması olduğunu söyleyen Cengiz Özmen, "Sivil toplum örgütleri şayet işlerini hakkıyla yaparlarsa çok iyi başarılar yakalayabiliyorlar. TETSİAD'ın ev tekstil sektörüne yönelik olarak yaptığı çalışmalar bu duruma iyi bir örnek oluşturuyor. Dernek bünyesinde bin ev tekstil firması sıkı sıkıya birbirine kenetlenmiş durumda. Bundan dolayı sektör olarak karşılaştığımız sorunları aşmak daha kolay olduğu gibi önümüze koyduğumuz hedeflere de daha kolay ulaşıyoruz. Şayet sektörümüzde bu tarz bir dayanışma olmazsa yaptığımız faaliyetlerde bu kadar başarıları yakalayamayız. EVTEKS ve Home&Tex fuarları Türk ev tekstil sektörünün tamamen yerli gücüne dayanarak büyüttüğü faaliyetler" dedi.



Açılışın ardından konuşmacılar, "Anadolu'dan İstanbul'a Dokumaca Efsaneler" sergisinin açılışını yaptılar.



SİZ REKABETE KONSANTRE OLUN **LOJİSTİK BİZİM İŞİMİZ**

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

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

TÜRKİYE İLETİŞİM:

Tel: +90 212 529 86 98

Skype: maklojistik1

E-mail: info@maklojistik.com

RUSYA İLETİŞİM:

Skype: elenaru73

E-mail: maklogistic@mail.ru





“Döşemeciler iyi iş yaptılar”

Home&Tex Fuarı'nın metrekare olarak yarısının perde firmalarından oluştuğunu belirten Cengiz Özmen, “Perdeciler metrekare olarak çok fazla alana sahip olmalarına rağmen fuar-

da en çok işi döşemeci firmaların iş yaptığına tanık olduk. Mobilya firmalarının Ocak ayında katılacakları fuar öncesinde döşeme firmaları yoğun alım yaptıklarını görüyoruz. Fuarın zamanlaması döşemeciler için iyi fırsatlar ortaya koyuyor. Bu fuarın EVTEKS fuarından bir farkı da sıcak satışın yapılıyor olduğunu söyleyebiliriz. Anında ürünleri beğenerek parasını ödeyen alıcılar fuarı ziyaret ettiler. Bu anlamda da fuar farklı bir yapıya sahip. Bu fuarın gelecek 5 yıl içinde çok önemli bir yere geleceğine tanık olacağız. Önümüzde ki dönemlerde fuara katılacak firmaların mutlaka yenilikçi ürünler ile fuara katılmalarını öneriyoruz. Ayrıca Home&Tex için dünyada daha fazla tanıtım yapacağız. Fuarı çok fazla büyütmenin değil kalitesini yükseltmeye çalışacağız. İyi alıcı ve iyi satıcıların katılmasını sağlayacağız” dedi.

BİR ANADOLU EFSANESİ

TETSİAD'ın sponsorluğunda gerçekleşen “Anadolu'dan İstanbul'a Dokumaca Efsaneler” sergisi de , Home&Tex'de yerini aldı. Dokuma tasarımına gönül veren, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrenci ve öğretim üyelerinin 4 yıl süren çalışmaları sonucu hazırlanan dokuma eserleri fuar süresince ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılaştı.

“Tekstilin ilk örneklerini” günümüze taşıyor

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrenci ve öğretim üyesi, 14 tekstil sanatçısı tarafından 4 yıllık bir araştırma sonucu hazırlanan sergi, 12 bin yıl öncesinde Anadolu'da kullanılmış dokuma örneklerini gün yüzüne çıkarıyor. Kendilerine “Anadolu Dokumacıları” adını veren tekstil sanatçıları binlerce yıllık tekstil ürünlerinin kendine has, tarihe tanık olmuş “Dokumaca” olarak adlandırdıkları özel bir dili olduğunu savunuyor.

Dokumaca Anadolu Efsaneler Sergisi Sanatçıları; Başak Özdemir Uysal, Bu-



ket Pekel, Esat Destanoğlu, Feriha Işıldar, Gül Bolulu, Gülhan Güleçer, Günay Aykaç Atalayer, Işıl Eraslan, Nurten Yüksel, Selime Amanjani, Şafak Akalın, Şenay Takuş, Yase-min Özbey, Özge Usluca.



AZİZ SARI

Arda Tekstil Firma Sahibi

Kasım ayında gerçekleşen Home&Tex fuarının zamanlama açısından çok uygun olmadığını düşünüyorum. Bu tarih arada kalmış bir tarihtir. Mood fuarı ve Heimtextil fuarlarının arasında kalmış olduğu için hak ettiği talebi görmüyor. Home&Tex fuarının Ekim ayında kaydırılmış olması hem üretici hem toptancı hem de ziyaretçiler daha iyi bir zamanlama olduğuna inanıyorum. Bu sene ikincisi gerçekleşen fuarda daha fazla tanıtım yapılması halinde yabancı alıcıların daha çok geleceği ortaya çıkmış oldu. Fuara yabancı müşteri çekmek gerekiyor. Tanıtımın artırılması ve mevcut müşterilerin fuara mutlaka davet edilmesi gerekiyor. Önümüzdeki yıllarda Home&Tex'in Türkiye'nin dikkat çekici fuarlardan biri olacağına inanıyorum.



VAROL DODANLI

Dodanlı Tekstil YK Başkanı

Home&Tex Fuarının gelecekte çok önemli bir yere geleceğine inanıyorum. Kanaatimce 2015 yılında Ekim ayı sonunda yapılması planlanan bu fuar Ekim ayının başında düzenlenmesi daha doğru olur. Ekim ayı başında fuardan daha fazla verim alınabileceğine inanıyorum. Fuarın bu yıl ikinci dönemi olmasına rağmen yoğun bir ilgi gördüğüne şahit olduk. Gelecek yıllarda bu ilginin katlanarak artacağını tahmin ediyoruz. Bizler firma olarak çarşaf, banyo paspası gibi ürettiğimiz ürünler ile fuara katıldık. Fuar uluslararası bir niteliğe kavuşursa daha yararlı olur. Bunun için fuarın yurtdışında daha fazla ve etkin tanıtımının yapılması gerektiğini düşünüyoruz.



go natural



all natural buttons 

COROZO • HORN • SHELL • COCONUT • WOOD • LEATHER

www.formdis.com

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

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

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

MODADA KARNAVAL HAVASI

KALİTE, İNOVASYON VE KREATİF ENERJİNİN PREMIÈRE VISION DEĞERLERİYLE BİR ARAYA GELDİĞİ PLATFORM OLARAK ÖNE ÇIKAN PREMIÈRE VISION SÃO PAULO, KAPILARINI 10'UNCU KEZ MODA, TEKSTİL PROFESYONELLERİNE AÇTI.

Moda ve tekstil endüstrisinin Latin Amerika arenasındaki lideri Première Vision São Paulo, Brezilya başta olmak üzere bölgedeki sektörün profesyonellerini 04-05 Kasım tarihlerinde bir araya getirdi. 10'uncu kez kapılarını açan Première Vision São Paulo, kalite, inovasyon ve kreatif enerjinin Première Vision değerleriyle bir araya geldiği platform olarak öne çıkıyor. Moda tekstil sektörünün başlıca ürünleri iplik, kumaş, denim, aksesuar ve desenin sergilendiği alanı; tasarımcılar, moda evleri, lüks segment, hazır giyim, zincir mağazalar, hazır giyim üreticileri ziyaret etti. Ziyaretçilerin hizmetine sunulan en önemli katma değer trend alanları ve seminerler merakla takip edilirken, gösterinin odak noktası seminerde ve Trend Vision Sao Paulo'da sunulan moda bilgileri oldu. İki gün boyunca devam eden Première Vision São Paulo, 5 bin 975 nitelikli ziyaretçi tarafından olumlu iş görüşmeleri gerçekleştirildiği dikkati çekti. Türk firmalarının yakın markajında olan fuara Türkiye'den; BTD Tekstil, İsko, Kipaş, Marteks, Migiboy Tekstil, Polsan Dügme ve Söktaş firmaları katılım sağladı.

5.975
nitelikli olumlu iş görüşmesi



İki güne iki seminer

İki gün boyunca devam eden Première Vision Sao Paulo'da ziyaretçilerin merak ile dinlediği oturumlar gerçekleştirildi. 4 Kasım Salı günü gerçekleştirilen oturumda, "Yaratıcılık ve İş; Animale'nin durumu" ele alındı. Bu oturumda inovasyonun önemiyle beraber başarılı markalaşma değerlendirilirken, Animale markasının sahibi Gabriela Sued ve Vanessa Bachiega konuştu. 5 Kasım Çarşamba günü gerçekleştirilen oturumu ise gazeteci Jorge Grimberg, Dragão Moda Direktörü Claudio Silveira, Der Metropol'den



tasarımcı Mário Francisco ve ABIT's Texbrasıl Program Moda Uzmanı Evilasio Miranda, yenilik ve güncel kalmak konularını tartışırken, moda teması üzerinde durdular.

Sektörün aktörleri bu fuarda

Première Vision São Paulo Müdürü Luana Cloper, İlkbahar/Yaz kreasyonlarının tanıtıldığı etkinlikte ayrıca 12 Mayıs ve 13 Mayıs 2015 tarihinde sunacağı yeni inovatif buluşunu da anlattı. Katılımcılar arasında moda, tekstil üreticilerinin de bulunduğunu aktaran Cloper, "Amaç ziyaretçilerin bütün koleksiyonlarını entegre edilmiş bir zincir ile dizimini sağlamak. Burada bulunmak isteyen yeni giyim imalat firmaların kalite standartları, yeni teklif ile seçim komitesi tarafından değerlendirilecek" dedi. 10'uncu kez gerçekleştirilen Première Vision Sao Paulo'nun Latin Amerika'nın en önemli etkinliklerinden biri olma yolunda olduğunu vurgulayan Première Vision Uluslararası Etkinlikler Direktörü Guglielmo Olearo ise şunları söyledi: "Özellikle moda ve tekstil endüstrisinin en önemli ayaklarını bir zincir gibi burada birleştirdiğimizi görüyorum. Bu pazar içindeki tüm oyuncular ile iletişim halinde olmamızdan kaynaklanıyor. Bu da kreasyonlara ilham kaynağı olabiliyor. Première Vision Sao Paulo'nun iş görüşmeleri ve ticari temaslarla 5 bin 975 nitelikli ziyaretçi tarafından olumlu karşılandığı görülüyor."

Première Vision São Paulo Fuarı'nı takviminize ekleyiniz! 12-13 Mayıs 2015



Geri dönüşler memnuniyet verici

Moda ve tekstil endüstrisinin Latin Amerika arenasındaki lideri Première Vision São Paulo, Moda Tekstil Şovu'nda yer alan moda tekstil firmalarının temsilcileri ve Première Vision temsilcisi Première Vision São Paulo ile ilgili görüşlerini dile getirdi. Première Vision São Paulo'nun tüm müşterilerini bir araya topladığına dikkat çeken Canatiba Pazarlama Müdürü Ivna Barreto, "Bu açıdan şov harika bir ağ. Her gün stantumuzla binin üzerinde ziyaretçiye kendimizi gösterme şansı bulduk" dedi. İlk kez Première Vision São Paulo'da bulduklarını belirten Iberlaser Finansal Bölüm yetkilisi Juan Pruna ise, "İlk olmasına rağmen sonuç memnuniyet verici. Eski müşterilerimiz tarafından ziyaret edilirken, yeni müşteriler de kazandık. Bu

da markamızı güçlendirmek için güçlü bir yol" diye konuştu. Sophie Hallette Satış Direktörü Jocelyne Meurant-Viren, Brezilyalıların yaratıcılığına hayran olduğunu dile getirerek, "Brezilyalılar, bazı örnekler bakarak, hemen onları nasıl kullanma gerektiğini hayal etme gücüne sahipler. Diğer ülkelerdeki etkinliklere bazı ziyaretçilere ürünün nasıl kullanılması gerektiğini anlatmak zorunda kalıyoruz" dedi. İlk kez üç yıl önce Première Vision São Paulo'da yer aldıklarını aktaran Kipaş Brezilya Satış Direktörü Paulo Diamant, "İlk ve sonraki tüm etkinliklerde geri dönüşler devamlı olumlu oldu. Öyleki geri dönüşler iyi olmasaydı, her yıl katılmayı düşünmezdik" şeklinde konuştu. Marco Lagattola Satış Direktörü Ombretta Scarica da, Première Vision São Paulo'nun her zaman olduğu gibi bu yıl da çok iyiydi olduğuna vurgu yaparak, "Daima bu etkinliğin içinde yer aldık ve organizasyonda hiçbir aksaklık yaşanmadı. Brezilyalıların devamlı aynı giyimden sıkıldıklarını düşünüyorum, artık yenilik arıyorlar. Bu yeniliği de İtalya gibi yüksek kaliteli ürünlerde bulabilirler. Bunun için bu organizasyon yeni temaslarda bulunmak için iyi bir fırsat" ifadelerini kullandı. Parthenon Jeans yöneticisi Izabela Viana ise, şunları aktardı: "Première Vision São Paulo'da ilk kez eğitimlere katıldım. Eğitim diyorum çünkü buradan öğreneceklerim var. Yaratıcılık için zihin tazeliyorum." Werner Moda Danışmanı Deborah Macedo, geçen yıl bazı nedenlerden dolayı burada bulunamadıklarını belirterek, "Bu sene tekrar burada bulunarak, 110 yıllık geçmişe sahip markamızı kurumsal bakış açısıyla tanıtmak istiyoruz" dedi. Isko Ulusal Satış Direktörü Marli Vernillo, bu sene farklı beklentiler ile tam hazırlanmış olarak Première Vision São Paulo'da bulduklarını aktararak, "Yaptığımız çalışmalarını Türkiye heyeti gördükten sonra bizleri takdir ettiler. Bu gösteriye verdiğimiz önemi vurgulamak için yeni tasarımlarımızı da buraya getirdik" şeklinde konuştu. Cristais Preciosa Güney Amerika ve Brezilya sorumlusu Michail Sekowski, şunları söyledi: "Preciosa olarak dünya genelindeki saygıdeğer fuar ve gösterilerin içinde yer alıyoruz. Bunların başında da Première Vision New York, Première Vision Paris geliyor. Première Vision São Paulo da en az diğerleri kadar önemli. Burada bulunarak Güney Amerika'daki şirketler ile iş temalarını kuruyoruz, yeni müşteriler elde ediyoruz."



FATİH BİLİCİ
İTHİB YK Başkan Yardımcısı

Türk firmalarına ilgi denim kumaşlara ve baskıya çok ilgi vardı. Genelde o bölgede satışları yapan firmalar da bu yönde. Fuar bu dönem çok kalabalıktı. Türk firmalarından denim ve baskıcıların ağırlık vermesi gerektiğini düşünüyorum. Brezilya pazarı zorlu bir pazar. Baskı ve denim firmaları ağırlık gösterirse Brezilya'da kalıcı bir başarı elde edebiliriz. Koruyucu yasaları olduğundan dolayı, fiyatlara yüzde 100 vergi geliyor. 4 dolara sattığınız bir mal yaklaşık 7 buçuk dolara mal oluyor. Fiyatların yüksek olmasına rağmen pazarda canlılık ve alışveriş var. Yoğun bir mücadele ile başarılı olacağımızı düşünüyorum.



VEHBİ CANPOLAT
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Bu fuarda özellikle dokuma kumaş, dokuma grubunun tamamında, denim de dahil olmak üzere şansımızın olduğunu gördüm. Fantazi diye tabir ettiğimiz dantel gibi ürünlerde de şansımız var. Örme grubunda şansımız az diye düşünüyorum. Türkiye'den özellikle kot ve dantel grubunda ciddi talep var. Emek vermek gereken bir bölge. Sürekli orada olmamız gerekiyor. İplik grubunda özellikle viskon ve pamukta, fantazi ve karışım ipliklerinde şansımız var. Open-end viskon dediğimiz ipliği zaten satıyoruz bu bölgeye. Bunun da devam edeceğini düşünüyorum. Güney Amerika mutlaka bulunmamız gereken bir bölge.



DÜNYA DEVLERİNDEN SATIN ALMA STRATEJİLERİ

DÜNYA ÇAPINDAKİ ALIM GRUPLARININ ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİ, ZORLU REKABET ORTAMINDA SEKTÖRÜ 25 MİLYAR DOLARA TAŞIYACAK YENİ SATIN ALMA STRATEJİLERİNİ ANLATTILAR. TGSD TARAFINDAN DÜZENLENEN “GELECEK SATIN ALMA STRATEJİLERİ VE BEKLENTİLERİ PANELİ”NDE KONUŞAN TGSD BAŞKANI CEM NEGRİN, KOMŞU ÜLKELERDEKİ GERİLİMİN SONA ERMESİ HALİNDE 3 YIL İÇİNDE 25 MİLYAR DOLARI YAKALAYACAKLARINI SÖYLEDİ.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği'nin (TGSD) Kimtex Tekstil sponsorluğunda düzenlenen “Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri Paneli”, 8 Aralık Pazartesi günü gerçekleşti. İstanbul'da Four Seasons Hotel at Bosphorus'da düzenlenen panele katılım yoğun oldu. Dünya çapındaki alım gruplarının üst düzey yöneticileri, zorlu rekabet ortamında sektörü 25 milyar dolara taşıyacak yeni satın alma stratejilerini TGSD'nin düzenlediği panelde paylaştı. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Cem Negrin, 2014 yılını 19 milyar dolar ihracat ile kapatacaklarını belirterek, başta Rusya olmak üzere komşu ülkelerdeki gerilimin sona ermesi halinde 3 yıl içinde 25 milyar doları yakalayacaklarını söyledi. Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri Paneli'ne katılan Marks & Spencer Bölge Müdürü Didem İleri, Nike Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Satın Alma ve Üretim Direktörü Cem Yavuz, Best Seller Türkiye Tedarik Direktörü Aylin Çetindağ, New Look Turkey Genel Müdürü Arzu Ulu, Perseus Genel Müdürü Bülent Alkanlı, LCW Tedarik Direktörü Şenol Dalılı ile Koton Tedarik Direktörü Akın Şimşek sektörün satın alma noktasında karşılaşılabileceği risk ve avantajları anlattılar.

Sektörde tasarım, kalite ve pazarlama öncelik

Kimtex CEO'su Tanzer Gözek de tekstilin önemine dikkat çekerek, “En büyük 10 holdingden 5'i tekstil kökenlidir. Koca bir sektör olan tekstilin potansiyel hacmi 60 milyar dolar civarında. Bunun için turizmde olduğu gibi tekstilde de bir bakanlık olması gerekiyor. Sektörümüzde kalite, tasarım, pazarlama ve verimlilik hepimizin önceliği. Ayrıca markalaşmak için de üretim, kalite ve tasarım gerekiyor. Bunun için biz sektörde birlikte kuvvetliyiz” dedi. Tekstil sektörünü bir ağacın köküne benzeten Gözek, dalların kumaş, yaprakların konfeksiyon, meyvelerin ise markalar olduğunu söyledi. Kimtex olarak İstanbul Moda Akademisi'nin genç yeteneklerine de destek verdiklerini belirten Tanzer Gözek'in konuşmasının ardından Kimtex'in kumaşlarıyla Selim Baklacı tarafından tasarlanan mini bir defile sergilendi.

Markalar deneyimlerini aktardı

Sektörde rüşünü ispatlamış ve sektördeki başarısını doğru stratejilerle yukarılara taşıyan hazır giyim ve tekstil markalarının temsilcileri tecrübelerini ve büyüme hedeflerini

ziyaretçilerle paylaştılar. Marks & Spencer Bölge Müdürü Didem İleri deneyimlerini şöyle ifade etti: "Marks and Spencer, 130 yıllık geçmişiyle İngiltere'nin en büyük perakende zincirlerinden biri. İngiltere'de 798, uluslararası platformda 54 ülkede 455 mağaza ile faaliyet gösteriyor. Türkiye'de sadece giyim sektöründe bilinse de aslında İngiltere'de yüzde 55 gıda, yüzde 45 giyim alanında hizmet veriyor. M&S, etik değerleriyle ve çevreye duyarlı ürünleriyle perakende sektöründe her zaman lider olmayı hedeflemiş, bu doğrultuda çalıştığı tedarikçi ve imalatçıları da aynı titizlikle seçmeye özen gösteriyor. Son yıllarda başlattığımız Plan A programına imalatçılarımız çok ilgi gösterdiler ve bugün itibarıyla çalıştığımız 40 firma Eco Fabrika Sertifikasına sahip. Dünya genelinde 3 ana bölgeden alım yapıyoruz. Türkiye bunlardan biri. Bölgemizde 32 ülkeden 160 imalatçıyla çalışıyoruz. Türkiye'nin gücünü biz 3F ile anlatıyoruz: 3F Fast – Fashion – Flexibility. 2014 yılında Türkiyeden £230M değerinde alım yaptık. Türkiye güçlü tekstil endüstrisi, yeniliğe açık imalatçılarıyla M&S in her zaman tercih edeceği bir kaynak olacak. RFID bizim için vazgeçilmez bir sistem, bugün Türkiye'den giden bütün ürünlerimizde RFID etiketi var. RFID bizim nerdeyse tüm ürün kategorilerinde anlık stok kontrolü yapmamızı sağlıyor."

İnovasyon yatırımları hız kesmemeli

Nike Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Satın Alma ve Üretim Direktörü Cem Yavuz'da markalarının 1972 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin Oregon eyaletinde kurulan, uluslararası çapta faaliyet gösteren, spor ürünleri ve ayakkabı firması olduğunu ifade ederek, "Adını Yunan mitolojisindeki zafer tanrıçasından alıyor. Nike'in logosu da bu zafer tanrıçasının kanatlarının şeklinden esinlenerek dizayn edildi. Şirketin global rakamlardan bahsedecek olursak; 2014 mali yıl geliri 27.8 milyar Amerikan Doları. Bunun yaklaşık 9 milyar doları giyim ürünlerine ait. Şirket bünyesinde dünya üzerinde 45 bin çalışanımız bulunuyor. Kuzey/Orta/Güney Amerika, Avrupa, Afrika, Asya ve Avustralya kıtalarında yaklaşık 190 ülkede, 120 bin satış noktasına servis veriyoruz. Nike Anonim Şirketi bünyesinde 5 marka bulunuyor. Bunlar; Nike, Converse, Hurley, Jordan ve Nike Golf markaları. Uzun süreli üretim ortaklıklarını tercih eden bir firmayız. İnovasyona büyük çapta yatırım yapan bir firmayız. Nike Türkiye Satın Alma ve Üretim



CEM NEGRİN
TGSB Başkanı

2015 yılında AB pazarı daha öncelikli ve önemli olacak. Euro-dolar paritesindeki gerileme ve bölge pazarlarımızdaki sıkıntılara rağmen ihracatta yüzde 8-10 arası artış hedefliyoruz. Bunun yanında Rusya, Irak, Suriye başta olmak üzere yakın coğrafyamızda silahların susması halinde ciddi bir sıçrama yaparız. Bunu gerçekleştirebilmemiz için mutlaka yeni yatırımların da hayata geçirilmesi gerekiyor. Tüm bunların gerçekleşmesi halinde 3 yılda 25 milyar dolar ihracat sınırını aşarız. Bu yıl 2,5 milyar dolar düzeyinde olan hazır giyim ithalatının 2015'de 3 milyar dolara çıkmasını bekliyoruz. 2015 yılında performansımızı olumsuz etkileyecek unsurların başında kumaş girdilerindeki koruma önlemlerinin sürmesi ve dahilde işleme rejimi düzenlemesi ile getirilen olanakların sınırlandırılması gelecek.



OSMAN EGE
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

TGSB tarafından düzenlenen bu panel; Türkiye'den satın alan grupların alım ofislerinin ya da Türkiye'deki yeni marka olmuş büyük perakendecilerin alımdan sorumlu kişilerle toplandıkları ve karşılıklı olarak görüş alışverişi yaptıkları önemli bir toplantı. En önemlisi de o grupların beklentisi... Çünkü önümüzdeki yıl onların Türkiye'den nasıl bir alım stratejisi uygulayacakları ve bizim önümüzdeki senelerde de satış performansımızı doğrudan etkileyecek şeyler. O yüzden hazır giyim ihracatının önümüzdeki dönemde nasıl olacağını ipuçlarını bu toplantılardan alabiliyoruz. Bu toplantı ile büyük mağaza gruplarının Türkiye'den alımlarının daha da fazla olacağını da öğrendik. Bu da önümüzdeki yıl en azından hazır giyim ihracatına paralel olarak kumaş yan sanayi ve benzeri ürünlerinin satışlarının düşmeyeceğini hatta tam tersine artacağını beklediğini gösteriyor.



Ofisi olarak Avrupa, Afrika, Orta Doğu, Türkiye ve eski Rus Cumhuriyetlerini kapsayan bölgedeki giyim ve aksesuar satın alma, üretim ve ürün geliştirmeden sorumluyuz. Türkiye, Mısır, Moldova, Ürdün, Bulgaristan, Gürcistan, İsrail, Güney Afrika ve İtalya'da üretimimiz var. Bu ülkelerden yıllık ortalama toplam 230 milyon dolar alım yapıyoruz. Bu rakamın yaklaşık 70 milyon dolarlık kısmını Türkiye'de diktiriyoruz" dedi.

Sürdürülebilirlik öne çıkıyor

Best Seller Türkiye Tedarik Direktörü Aylın Çetindağ firmalarının kadınlar, erkekler ve çocuklar için moda ürünleri sunan, hem perakende hem de toptan satışı olan 1975 yılında Danimarka da kurulmuş bir aile firması olduğunu ifade etti. Çetindağ sözlerine şöyle devam etti: "En büyük markaları Jack&Jones, Vera Moda, Only, Pieces, Vila, Name it olamak üzere 18 markası bulunuyor. Avrupa, Orta Doğu, Kanada ve Hindistan toplam 70 ülkede satış yapıyor. Üretimlerini Türkiye, Çin, Hindistan, Bangladeş ve İtalya'dan alıyor. 2014 yılında alımımız 2013'e göre yüzde 5 artış göstererek 46 milyon adet oldu. 2014 yılı bizim için en çok alıcı ağırladığımız bir yıl oldu. 2015 yılında hedefimiz yüzde 3 ila 4 oranında büyüme. Son 6 yılda hedefimiz "key supplier-ana üretici/iş ortağı" seçip onlarla birlikte büyümektir. Bunu 100 imalatçıdan 35 iş ortağına inerek başardık. Standartlarımız çok yükseldi. Artık sadece güzel model, iyi fiyat, hızlı termin yeterli olmuyor. Fiziksel ve sosyal çalışma standartlarının sağlanmasının yanında yönetim sistemleri, sürdürülebilirlik, çalışanların mutluluğu, firmanın verimliliği her geçen gün daha fazla önem kazanıyor." New Look firmasının 1969 yılında trendleri müşterilerine sunmak amacıyla İngiltere de kurulduğunu belirten New Look Türkiye Genel Müdürü Arzu Ulu bugün 810 mağaza sayısına ulaşmış, 23 ülkede faaliyetlerini sürdüren uluslararası bir marka olduklarını söyledi. Online alanda ise 120 ülkeye gönderim yaptıklarını belirten Ulu, "Son 1 yıl içinde 150'den fazla mağaza yeni konseptlere uygun olarak yenilendi. New Look Türkiye 2005 yılında kuruldu. Özellikle hızlı terminli, son moda ürünleri alıp mağazaları taze ve canlı tutmak adına bu adım atıldı. Son 9 yılda ağırlıklı olarak örme alımı yapılmasının yanında triko ve denim alımı da yapıldı. Türkiye'nin çok da fazla tanınmadığı mayo, dikişsiz iç giyim, iç giyim alanlarında da alım yapmaya başladı. Öte yandan New Look

mevcut fiyat stratejisini genişletip Premium Line'ı hayata geçirerek, özellikle örme ve denim kumaşta Türkiye'den alım yapıyor. Bu tip ürünlerde ki el yazımız global yarışla kıyaslandığında çok öndedir. 2014 yılını 2013 yılına göre yüzde 55 büyümeyle kapatıyoruz. 2015 yılında ise New Look UK ile anlaşığımız hedef yüzde 100 büyüme sağlamak ve bu hedefe de şahsım olarak inancım yüzde 100'dür" dedi.

Perseus Tekstil'in, özellikle İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda ve İrlanda pazarlarında, mayo, bikini, iç çamaşırı, deri kemer, deri çanta, eşarp gibi aksesuarlar ile triko ve nitelikli dokuma mamuller konusunda ihtisaslaşmış bir tedarik zinciri yöneticisi olduğunu belirten Perseus Genel Müdürü Bülent Alkanlı, "Tasarım ve ürün geliştirme desteği ile beraber, müşterilerimize, Londra, Paris ve La Coruna'da yerleşik olarak da hizmet veriyoruz. İstanbul ofisi merkezli olarak, Türkiye, Kuzey Afrika ve Doğu Avrupa'nın yanı sıra Hindistan ve Bangladeş'te de tedarik ağıımızı genişlettik. Perseus'un 2011 senesinin Nisan ayında 300 adet triko siparişi ile başlayan yolculuğu, şu anda senelik 3,5 milyon adetlik bir hacme ulaştı. Bu 4 senelik yolculuk esnasında Türkiye dışında, İngiltere, İspanya ve Fransa'da da kadrolaşan firmamız, özellikle aksesuar, triko ve özellikli dokuma ürünler konusunda ihtisaslaştı. Türkiye'nin tek gerçekçi olan "coğrafi konum"undan yola çıkarak, müşteriye ihtiyacı olanı değil, sunduğu ürünü müşterisinin almasına ikna etme yeteneğini geliştirmeye odaklanmış bir firmamız"

Küreselleşen Türk markaları

LC Waikiki, 1985 yılında Fransa'da çıktığı marka yolculuğuna, 1997 yılından beri LC Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret çatısı altında Türk markası olarak devam ediyor. "İyi Giyinmek Herkesin Hakkı" felsefesi ile bugün 23 ülkede 488 mağazada uygun fiyata kaliteli ürünler sunarak müşterilerine ulaşılabilir modanın keyfini yaşattıklarını belirten LCW Tedarik Direktörü Şenol Dalı, "2009 yılında ilk adımını Romanya'da atarak başladığımız yurt dışı yatırımlarımız ile 2023 yılına kadar Avrupa'nın en başarılı üç giyim perakendecisinden biri olmayı hedefliyoruz" dedi. 2014 yılı sonu ciro hedefimiz 2,8 milyar dolar olarak açıklanan LC Waikiki, 2013 yılı satın alımlarının yüzde 67'sini yurt içinden yaparak, 2014 yılında bu oranı yüzde 72'ye ulaşmayı başardı. LC Waikiki'nin 2015 yılı satın alım hedefi ise yüzde 78 olarak



AYLİN ÇETİNDİAĞ
Best Seller Türkiye
Tedarik Direktörü



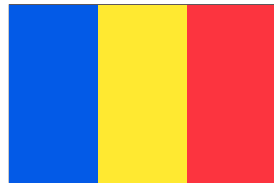
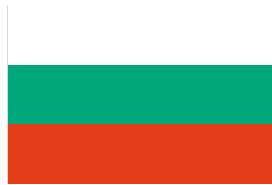
DİDEM İLERİ
Marks-Spencer
Bölge Müdürü

planlandı. İstanbul'da 1988 yılında tek bir mağaza ile Koton'un hikayesinin başladığını belirten Koton Tedarik Direktörü Akın Şimşek, "1995 yılında kendi tasarım ve üretim atölyelerini kuran Koton, 2000 yılında 10 mağazaya ulaştı. 2002 yılında Ortadoğu ve Rusya'da yeni mağazalar açıldı. 2012 yılı sonunda toplamda 287 mağaza sayısına ulaştı. Şu anda 25 ülkede, 255'i Türkiye'de 122'i yurtdışında olmak üzere toplam 377 mağaza bulunuyor. Vizyonumuz; 2023 yılında, 5 kıtada en zengin ve beğenilen koleksiyonlara sahip moda markası olmak. Yılda 20 bin çeşit yeni ürün, günde 55 yeni ürün, 4 bin 600'den fazla çalışan, tasarım bölümünde 150'den fazla çalışan ve her yıl yüzde 40 ila 45 arasında büyüme gerçekleştiriyoruz. Koton'un büyüme planından bahsedecek olursam; 2015 yılında yurt içinde yüzde 12'lik artışla 289, yurt dışında da yüzde 33'lük bir büyüme ile 178 mağaza, toplamda da 467 mağaza açmayı hedefliyoruz. 2016 yılında yurt içinde 320, yurt dışında 235; 2017 yılında yurt içinde 345, yurt dışında 315; 2018 yılında ise yurt içinde 400, yurt dışında 380 mağaza ile toplamda 780 mağazaya ulaşmayı hedefliyoruz" dedi.

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



www.seraytrans.com



**YUNANİSTAN - BULGARİSTAN - MAKEDONYA - ARNAVUTLUK
POLONYA - SLOVAKYA - MACARİSTAN ve ROMANYA'ya
KOMPLE VE GRUPAJ LOJİSTİK SERVİS**

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

HALI TAMİRİ İHİB İLE AKADEMİYE TAŞINIYOR

İHİB, SULTANHANI BELEDİYESİ VE AKSARAY ÜNİVERSİTESİ İŞBİRLİĞİ İLE HALI TAMİRİ AKADEMİYE TAŞINIYOR. 'DÜNYANIN HALI TAMİR MERKEZİ' OLARAK YILDIZI GİDEREK PARLAYAN AKSARAY'IN SULTANHANI BELDESİ, ŞİMDİ DE ADINI AKADEMİK OLARAK DUYURMAK ARZUSUNDA.

Gerek Türklerde gerekse dünya genelindeki saraylarda yer alan tarihi halıların restorasyonunda dünyada marka haline gelen Aksaray'ın Sultanhanı beldesinde 2015 yılında üniversite bünyesinde Geleneksel Tekstillerin Konservasyonu ve Restorasyonu Bölümü açılıyor. 'Dünyanın halı tamir merkezi' olarak yıldızı giderek parlayan Sultanhanı, şimdi de bu işi akademik seviyeye taşımaya hazırlanıyor. Önümüzdeki yıl açılacak olan Geleneksel Tekstillerin Konservasyonu ve Restorasyonu Bölümü için Sultanhanı Belediyesi, Aksaray Üniversitesi, İstanbul Halı İhra-

catçıları Birliği (İHİB) ve Aksaray Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) beraber çalışıyor. Halı restorasyonunun markası; Sultanhanı Anadolu toprakları halının merkezi olarak öne çıkarken, dünyanın dört bir yanından gelen yüzlerce yıllık tarihi halılar da Anadolu'nun tam merkezinde yani Aksaray'da onarılıyor. Aksaray'ın Sultanhanı beldesindeki atölyelerde halılar aslına uygun olarak restore edilirken, Sultanhanı artık 'Dünyanın halı tamir merkezi' olarak marka haline geliyor. Sultanhanı, Aksaray merkeze bağlı bir belde olmasına rağmen halı

restorasyonu ve kervansarayı ile dünya geneline adını duyuruyor. Selçuklulardan kalma dünyanın en büyük kervansaraya sahip olan Sultanhanı'nın, halı sektörüne 1970'li yıllarda el dokuması halı üretimi ve halı restorasyonu ile girdiği biliniyor. Halı üretimi ve restorasyonunda kısa süre de adını duyuran Sultanhanı, 1990'lı yıllardan itibaren yurt dışına açılıyor. Halısıyla kısa süre içinde yurt dışında da ün yapan Sultanhanı, Uzakdoğu ülkelerinin halı sektörüne girmesinden olumsuz etkileniyor. İşletmelerde bunun üzerine kendilerine yeni bir yol çizerek halı restoras-



ÖNÜMÜZDEKİ YIL AKSARAY
ÜNİVERSİTESİ BÜNYESİNDE AÇILACAK
OLAN GELENEKSEL TEKSTİLLERİN
KONSERVASYONU VE RESTORASYONU
BÖLÜMÜNDEN MEZUN OLANLARIN,
SARAY VE MÜZELERDE RAHATLIKLA İŞ
BULABİLECEĞİ BELİRTİLİYOR.



yonuna yöneliyor. Sultanhanı, üretimde kazandığı tecrübeyi artık halı restorasyonunda değerlendiriyor. Halı restorasyonunu marka yapan Sultanhanı, tüm dünyanın tanıdığı ve güvendiği bir merkez olarak günümüzde 'Dünyanın Halı Restorasyon Merkezi' olarak tanınıyor. Sultanhanı'nda irili ufaklı 150 civarında küçük ve büyük çaplı halı atölyesinde binlerce usta ve çırak çalışıyor. Binlerce genç atölyelerde çıraklıktan başladıkları eğitimde sanat ustası olarak yetişiyorlar. Bu nedenle Sultanhanı için dünyanın en büyük ve en modern halı restorasyon üniversitesi de de-

nilebilir. Fakat işi akademik boyuta taşımak isteyen ustalar, İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), Sultanhanı Belediyesi ve Aksaray Üniversitesi işbirliği ile önümüzdeki yıl Aksaray Üniversitesi bünyesinde Geleneksel Tekstillerin Konservasyonu ve Restorasyonu Bölümü'ne kavuşacak. Burada hem ustalar için önemli araştırmalar yapılacak hem de tarihi Anadolu halısının adı yaşatılacak. Almanya, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere birçok ülkeden yıpranmış halılar tamir için beldeye getirilirken, Birleşik Krallık ailesine ait çok sayıda

tarihi halının Sultanhanı'nda restore edildiği biliniyor. Yani dünyanın en önemli koleksiyonları artık Sultanhanı'nda onarılıyor.

İHİB Aksaray'da

İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Hayri Diler, Denetim Kurulu Üyeleri Hasan Altuntaş, Muhammet Solak, Haşim Güreli ve İHİB Danışmanı Selçuk Gökart; Aksaray Üniversitesi ile eğitim alanında işbirliği yapmak üzere Aksaray Üniversitesi Rektörü Prof.Dr. Mustafa acar ile görüşmek üzere 19 Kasım'da Aksaray'a bir



ziyaret düzenlediler. Söz konusu ziyaret kapsamında üniversitenin Sultanhanı'nda açacağı Aksaray Üniversitesi Teknik Meslek Yüksek Okulu El Sanatları Bölümü – Geleneksel Tekstillerin Konservasyonu ve Restorasyon Programı eğitim binası yerinde görüldükçe, İHİB'in üniversiteye nasıl yardımcı olabileceği hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. Ziyaret kapsamında yeni öğretim yılına yetiştirilmesi planlanan ve 35 öğrencinin sınavla alınacağı okul hakkında Sultanhanı Belediye Başkanı Fahri Solak tarafından bilgi verilerek, İHİB işbirliği kapsamında neler yapılabileceği

tartıldı. Sultanhanı Belediye Başkanı Fahri Solak ile birlikte Sultanhanı'nda bulunan halı ve kilim fabrikaları ve atölyeleri İHİB üyeleri ile birlikte yerinde ziyaret edildi. Ziyaret sırasında Aksaray ticaret ve sanayi odası başkanı Ahmet Koçtaş makamında ziyaret edilerek, Aksaray'ın ekonomi ve sanayi alanındaki gelişmeleri hakkında bilgi alındı. İHİB Heyeti ayrıca ziyaret sırasında Sultan Abdülhamit Han'ın yaptırdığı 19. yy'dan kalma 120 metrekare büyüklüğündeki Sultanhanı'ndaki halının restorasyonu için 10 restorasyon ustasından oluşturulan ekip tarafından onarılarak tekrar hayata döndürülmesi amacıyla yapılan törene katıldılar.

İHİB ile Sultanhanı beraber çalışıyor
İstanbul Halı İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal, "Aksaray Üniversitesinin hazırladığı, gelecek yıl açılacak halı tamirat bölümüyle ilgili biz neler yapabiliriz,

Halı tamiri işi, bozkırın ortasında imkânları son derece sınırlı bir Anadolu kasabasının adeta Sultanhanı, sayıları 150'yi aşan atölyeleri ve gelir seviyesindeki artışın hemen her yerde hissedildiği hızla modernleşen bir yerleşim birimi olarak dikkati çekiyor.

Aksaray Belediyesi ile İHİB olarak el ele verip halı tamir sektörünü daha üst noktaya nasıl taşıyız konusunu değerlendiriyoruz. Elimizden gelen tüm yardımlar için buradayız" dedi. Sultanhanı Belediye Başkanı Fahri Solak yaptığı açıklamada, beldenin dünya halıcılık sektöründe önemli bir yerde olduğunu, önemli müze ve koleksiyonlarda bulunan halıların restorasyonunun Sultanhanı'ndaki atölyelerde yapıldığını söyledi. Halı restorasyonu üzerine Türkiye'deki üniversitelerde bir bölüm olmadığını belirten Solak, "Türkiye'de halı restorasyonu alanında Geleneksel Tekstillerin Konservasyonu ve Restorasyonu adı altında ilk bölüm Aksaray Üniversitesine bağlı olarak Sultanhanı'nda açılacak" dedi. Türk halıcılığına ve restorasyonuna önemli katkı sağlayan İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nden Geleneksel Tekstillerin Konservasyonu ve Restorasyonu Bölümü için destek istediklerini vurgulayan Solak, "Biz yıllardır İHİB'e üyeyiz. İHİB Başkanı Uğur Uysal'dan, açılacak bölüm için destek istedik. Başkanımızda Sultanhanı'na geldi ve görüşmelerimizi yaptık. İHİB Başkanı Uğur Uysal, açılacak bölümle ilgili destek vermekten mutluluk duyacağımı belirtti" diye konuştu. İHİB Başkanı Uğur Uysal, "Aksaray Üniversitesinin hazırladığı, gelecek yıl açılacak halı tamirat bölümüyle ilgili biz neler yapabiliriz, belediye ile ihracatçı birliği el ele verip halı tamir sektörünü daha üst noktaya nasıl taşıyız konusunu değerlendiriyoruz. Elimizden gelen tüm yardımlar için buradayız" dedi. Aksaray Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. İbrahim Bakırtaş da, Sultanhanı Belediyesi'ne, Anadolu kültürünün önemli bir parçası olan restorasyon işini üniversite ile işbirliği içerisinde yeniden Türkiye'ye ve istihdam sektörüne kazandırdığı için teşekkür ettiğini söyledi. Aksaray Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ahmet Koçtaş ise "Aksaray Ticaret ve Sa-

İHİB Başkanı Uğur Uysal başkanlığındaki İHİB Heyeti Aksaray Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı Ahmet Koçaş ve Sultanhanı Belediye Başkanı Fahri Solak ile Sultanhanı'ndaki halı tamir atölyelerini gezdiler.



nayi Odası Yönetim Kurulu olarak elimizden geldiği kadar her zaman bu ekibin yanında olacağız. Ekibe de halıya değer verdikleri için tekrar teşekkür ediyorum” şeklinde konuştu.

Sultanhanı'da işsizlik az

Anavatanı Orta Asya'dan Anadolu üzerinden dünya geneline yayılan halı, eğer iyi bakılacak olursa, çok uzun süre dayanıyor. Halının en büyük düşmanı güve ile rutubet... Güve halıyı sık sık havalandırmak, güneşte bırakmak suretiyle önlenabilir. Halı dürlüp kaldırılacaksa, arasına naftalin serpmeli, ayrıca, arada bir açıp havalandırmalı Kullanılan halıda ise güve tehlikesi olmaz. Rutubet ise zamanla halının iplerinin çürümesine yer yer parçalanmasına yol açıyor. Bu bakımdan, hem saklanacak, hem de kullanılmakta olan halıların rutubette kalmamasına dikkat etmeli. Yanma veya kesilme gibi kazaları bir yana bırakacak olursak, halıların en çok eskijen yerleri, kapı taraflarına gelen kenarlar, bir de tam ortaları olarak gözlemleniyor. Özellikle halı kesilme veya yanma gibi bir zarara uğrar-

İHİB Heyeti, 10 restorasyon ustasından oluşan ekip tarafından Sultan Abdülhamit Han'ın yaptırdığı 19.yy'dan kalma 120 metrekare büyüklüğündeki Sultanhanı'ndaki halının onarılarak tekrar hayata döndürülmesi amacıyla yapılan törene katıldılar.

sa hiç vakit geçirmeden tamir ettirmek gerekiyor. Tamir edilmezse hasar gören yer hızla açılmaya, büyümeye başlar. Halı tamiri işi de, bozkırın ortasında imkanları son derece sınırlı bir Anadolu kasabasının adeta kaderini

değiştiriyor. Bugün Sultanhanı, sayıları 150'yi aşan atölyeleri ve gelir seviyesindeki artışın hemen her yerde hissedildiği hızla modernleşen bir yerleşim birimi olarak dikkati çekiyor. Sultanhanı'nın erkeklerinin hemen hepsi bu sektörde istihdam imkanına kavuştuğu için işsizlik yok denecek kadar az.

Tarihi halı 1,5 yılda onarıldı

Dünya çapında halı restorasyon merkezi olan Aksaray'ın Sultanhanı beldesindeki 120 metrekarelik tarihi halı, 10 kişilik bir ekip tarafından 1,5 yılda restore edildi. Halıcılık sektöründe, 'Dünyanın halı tamir merkezi' olarak bilinen Sultanhanı, önemli müze ve koleksiyonlarda bulunan halıların restorasyonuna evsahipliği yapıyor. Son olarak 19'uncu yüzyıldan kalma özel bir Osmanlı halısı, Sultanhanı'nın maharetli ustaları tarafından restore edildi. Bu halı Abdülhamid Han'ın yaptırdığı 19'uncu yüzyılda kalma hereke halılardan biri ve İstanbul Valiliği'ne ait. Yaklaşık 120 metrekare büyüklüğündeki halının hikayesi şöyle: "Önceki İstanbul Valisi Hüseyin Avni Mutlu tarafından, İstanbul Valiliği'nin mevcut binasında restorasyon yapılırken bir resim bulunuyor. 'Salona ait resimdeki masadır, şöminedir hepsi tamam. Fakat resimdeki halı nerede?' deniliyor. Halı yaklaşık 20 yıl önce Dolmabahçe Sarayı'na vermiş ve depoda bekletiliyor. Hüseyin Avni Mutlu bu halının tekrar gün yüzüne çıkarılmasını talep ediyor. Ardından bu halının tamiri için Sultanhanı Belediyesi ile iletişime geçiliyor." Türkiye'nin en büyük ilk 5 halısından biri olan bu halı, Sultanhanı Kervansaray'ında sergilendikten sonra İstanbul Valiliği'ne teslim edildi. İHİB Başkanı Uğur Uysal, Sultanhanı Belediye Başkanı Fahri Solak, Aksaray Üniversitesi Rektör Yard. Prof. Dr. İbrahim Bakırtaş ve Aksaray Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ahmet Koçaş hazır bulundu.



İHİB BAŞKANI UĞUR UYSAL VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİ, EL HALISI SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN FİRMA TEMSİLCİLERİYLE BİR ARAYA GELDİ. TOPLANTIDA, YERLİ EL HALISI İMALATININ CANLANDIRILMASI PROJESİ VE DOMOTEX FUARI İÇİN HAZIRLANAN TANITIM VİDEOSU İLE KİTAPÇIĞI HAKKINDA GÖRÜŞ ALIŞVERİŞİNDE BULUNULDU.



EL HALISI 3'ÜNCÜ SEKTÖR TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİ

İHİB Başkanı Uğur Uysal ve Yönetim Kurulu Üyeleri, 22 Aralık Pazartesi akşamı Sultanahmet'te The President Otel'de el halı sektörü temsilcileriyle bir araya geldi. El Halısı 3'üncü sektör toplantısına İHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Burak Aydoğan, İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Hayri Diler, İHİB Denetim Kurulu Üyesi Nihat Yıldız, İHİB Denetim Kurulu Yedek Üyesi Bülent Metin ve el halısı firmalarının temsilcileri iştirak etti. Toplantının ana gündem maddeleri arasında; yerli el halısı imalatının canlandırılması projesi ve fuar kitapçığı ile fuar videosunun tanıtımı yer aldı. El halısı firmalarının katılım sağladığı toplantı Uğur Uysal'ın konuşması ile başladı. Konuklara, İHİB olarak yaptıkları çalışmalar hakkında bilgi veren Uğur Uysal, ilk olarak 13 Kasım Perşembe günü Ankara'da Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye makamında yaptıkları ziyarete ilişkin bilgiler verdi. Bakan Nihat Zeybekci

ile halı ihracatının sektörel verileri paylaşıldı. Halıkent Projesi hakkında da bilgi veren Uğur Uysal, Bakanlık olarak desteklerini istediklerini söyledi. İHİB'in 25'inci yıl kutlama ve tanıtımına ilişkin hazırlanan videoyu temsilcilerle paylaşan Uysal, son olarak da halı sektörünün en önemli fuarlarından Domotex Fuarı'na

ilişkin hazırlanan filmi paylaştı. Yerli el halısı imalatının canlandırılması projesine ilişkin fikir alışverişinde bulunulan toplantıda, yerli halı firmaları bu konuya dair fikirlerini paylaştılar. Fuar tanıtım filmi ve kitapçığı hakkında da görüşleri alan Uysal, daha sonra halı sektörünün sıkıntıları hakkında görüşleri dinledi.



İHİB Başkanı Uğur Uysal,
İHİB Başkan Yardımcısı
Burak Aydoğan

kilimdenim



MAKE ME
BE THE FIRST
IN THE FIRST
K

www.kilimdenim.com



KILIM DENİM
KILIM DENİM KURUMU
KILIM DENİM KURUMU

KURULUŞUYLA BERABER PAMUK SEKTÖRÜNDE YEREL VE ULUSLARARASI ALANDA TANINAN İYİ PAMUK UYGULAMALARI DERNEĞİ (İPUD), TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAMUK ÜRETİMİNİN YAYGINLAŞTIRILMASI İÇİN HER YIL HEDEFİNİ İKİYE KATLIYOR.

İPUD HEDEFİNİ İKİYE KATLADI

Geçtiğimiz yıl Eylül ayında, sürdürülebilir pamuk konusunda dünyada bilinirliği gittikçe artan ve Mali'den Hindistan'a kadar birçok ülkede faaliyete geçen BCI (Better Cotton Initiative) ile başlatılan görüşmeler sonrasında Türkiye'de "Better Cotton" üretiminin gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla kurulan İyi Pamuk Uygulamaları Derneği, pamuk çiftçisinden tüccarına, iplik üreticisinden tekstil sanayicisine kadar Türkiye'deki pamuk üretimini ve tekstil sektörünü sürdürülebilirlik konusunda yukarıya taşımaya hedefliyor. Türk sanayicisinin pamukta dışa bağımlılığını azaltmak ve Türkiye'deki pamuk üretimini çevresel, ekonomik ve sosyal anlamda sürdürülebilir kılmak için başlatılan çalışmalar, İPUD'un kuruluşuyla hız kazanırken, 2013-2014 sezonunda "6 Üretici Birim" altında toplanmış 280 çiftçi ile 7 bin hektarı aşkın ekili alanda 34 bin ton "BetterCotton" lisanslı kütlü pamuk üretimi gerçekleştirildi. 2014-2015 sezonunda ise 16 Üretici Birim altında toplanmış 534 çiftçi ile yaklaşık 13 bin hektarlık alanda çalışmalarına devam eden İPUD, bu çalışmalar sonucunda 60 bin tondan fazla lisanslı kütlü pamuk üretimi hedefliyor. İPUD Genel Müdürü Şükran Bayçura, kuruluşlarının hemen ardından, Kasım 2014'te Uluslararası Pamuk Derneği (International Cotton Association-ICA) üyeliğine kabul edildiklerini ve böylece uluslararası arenada da tanınırlıklarını artırdıklarını söylerken, İPUD Yönetim Kurulu Başkanı Leon Piçon ise ilk yıl 47 üyeye ulaştıklarını vurguluyor ve

"Sürdürülebilir pamuk üretimi sektörü güçlendirecek. İPUD, sürdürülebilirliğe bütünsel bakıyor ve hem çevreyi, insanı ve sektörü, hem üretimi hem de ticareti sürdürülebilir kılabilecek faaliyetler yürütüyor" diyor. Sektörel örgütlenmelerin deneyim ve gücünü bir araya getirerek oluşturulan İPUD, halen üyelik başvurularını kabul etmeye de devam ediyor. Pamuk üreticileri, çırçır işletmeleri, pamuk tedarikçileri, tekstil ve hazır giyim kuruluşları, perakende zincirleri ve markaları, ayrıca dernek faaliyetlerine katkıda bulunabilecek sivil toplum kuruluşları gibi birçok konuda farklı bilgiye sahip kişi ve kurumları bir araya getiren İPUD, Türkiye'deki pamuk üretimi, ticareti ve tekstil sektöründe söz sahibi herkesi üyeliğine davet ediyor.

Sürdürülebilirlikte altı ana ilke

Halen, yerelde "Üretici Birim" olarak adlandırılan pamuk üretiminde çiftçilerle çalışma tecrübesi olan ve kendi yörelerindeki pamuk üretimindeki sorunların bilincinde olan kurumlarla çalışan İPUD, 2014-2015 sezonunda sekiz ildeki 16 Üretici Birim ile faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Üretim faaliyetleri kayıt altına alınan, eğitimler ve ziraat mühendislerinin saha ziyaretleriyle takip edilen çiftçiler, BCI'nın altı ana sürdürülebilirlik ilkesine uygun üretim yapmaları için teşvik ediliyor.



Leon Piçon

Peki, nedir bu altı ana ilke?

- 1- Ürün koruma uygulamalarının olumsuz etkilerini en aza indirmek;
- 2- Suyu etkin kullanmak ve suyun erişilebilirliğine önem vermek;
- 3- Toprak sağlığına önem vermek;
- 4- Doğal yaşamı korumak;
- 5- Lif kalitesine önem vermek;
- 6- İnsana yakışır iş uygulamalarını yaygınlaştırmak.

İPUD KURULUŞ AMAÇLARI

- Türkiye'de pamuk üretimini, pamuğu üreten kesimler, pamuğun yetiştirildiği çevre ve sektörün geleceği için daha iyi bir hale getirmek,
- Uygulama süreçlerinde ölçülebilir ve sürdürülebilir iyileştirmeleri teşvik etmek amacıyla çok farklı paydaşlar ile birlikte çalışmak,
- "Daha İyi Pamuk" üretimini sürdürülebilir ana ticari ürünlerden biri haline getirerek, Türkiye genelindeki pamuk üretimini iyi yönde dönüştürmek,
- Pamuk üretiminin olumsuz çevresel etkilerini azaltmak,
- Pamuk üreten bölgelerin gelir düzeyini ve ekonomik kalkınmasını geliştirmek,
- Tedarik zinciri yoluyla "Daha İyi Pamuğa" olan talebi artırarak, "Daha İyi Pamuğun" yaygınlaşmasını sağlamak,
- "Daha İyi Pamuk Üretimi" girişiminin güvenilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamak.



MONEY'LER PETROL OFİSİ'NDE YAKITA DÖNÜŞÜYÖR.

Money Club Kart ve Positive Card avantajları birleşiyor!

Money Club Kart'ınızı Petrol Ofisi'nde,
Positive Card'ınızı Migros'larda kullanın.
Avantajlardan faydalanın.



MIGROS
SANAL MARKET

MIGROS jet

macrocenter

5M MIGROS

Tansas

MIGROS

İş birliği kapsamında bulunan kartlar Positive Card üyesi Petrol Ofisi istasyonları ve Money iş yeri olan Migros, Tansas, MacroCenter, 5M Migros, MigrosJet mağazaları veya Migros Sanal Market'te geçerlidir. İş birliğinden Money Club Kart sahipleri ve Money özellikli diğer kartlar ile Positive Card sahipleri ve Money logolu Positive Cardlar faydalanabilir. Migros Grup Mağazalarından kazanılan puanlar Money Puan olarak adlandırılacak olup, anlaşmalı Petrol Ofisi istasyonlarında ve Migros Grup Mağazalarında harcanabilecektir. 1 Money 1 TL değerindedir. Kazanılan Money Puanları Positive Card üyesi Petrol Ofisi istasyonlarında 10 TL ve katları birikmesinden itibaren hediye yakıt puanı olarak harcanabilir. Bir kart üzerinde bulunan Money ve Positive Puanlar hediye yakıt puanı harcaması esnasında anlaşmalı Petrol Ofisi istasyonlarında birlikte kullanılabilir. Anlaşmalı Petrol Ofisi istasyonlarında harcanan puanlar (hediye yakıt) sadece akaryakıt veya otogaz alımlarında kullanılabilir. Anlaşmalı Petrol Ofisi istasyonlarından kazanılacak puanlar Positive Puan olarak adlandırılacak olup, sadece anlaşmalı Petrol Ofisi istasyonlarından yapılan yakıt alışverişlerinde (akaryakıt veya otogaz) geçerlidir. Petrol Ofisi ve/veya Money Club üye iş yerlerinde yapılan alışverişlerin her zaman aynı kart ile gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Puan kazanım için kullanılacak olan Money Club veya Positive Card'in hem Money Club hem de Positive Card sistemlerine kayıtlı olması gerekmektedir. Her iki programa kayıtlı olmayan kart sahipleri kampanyadan yararlanamayacaktır. Kampanya kapsamında Positive Card ve Money Club başvuru formu genel şartları geçerlidir. Kampanyalar ve indirimler birleştirilemez. Petrol Ofisi ve Migros kampanya koşullarını değiştirme hakkını saklı tutar. Kart kayıtlılık ve aktiflik detayları için 444 10 44 Migros Çağrı Merkezi veya 0800 211 02 29 - 0555 675 55 55 Petrol Ofisi Çağrı Merkezi'ni arayabilirsiniz. Ayrıntılı bilgi ve diğer detaylar için www.moneyclubkart.com, www.positivecard.com.tr veya www.petrolofisi.com.tr web sitelerini ziyaret edebilirsiniz.



MODA DÜNYASI PARMAKLARINIZIN UCUNDA

HER AY MODAYA DOKUNAN BİR MESLEĞİ MERCEK ALTINA ALAN İMA BLOG, BU AY MODA DÜNYASINI PARMAKLARININ UCUNDA TAKİP EDEN MESLEKLERDEN BLOG YAZARLIĞINI İNCELEDİ. İLK OLARAK HOBİ NİTELİĞİNDE BAŞLAYAN VE GÜNÜMÜZDE MİLYON DOLARLIK YATIRIMLARA DÖNEN BLOG YAZARLIĞINI MERAK EDİYOR MUSUNUZ?

Moda, içerisinde bulunduğumuz yüzyıl itibarıyla hızıyla ün kazanmış bir mecra. Tasarımcıların senede dört kez tasarımlarını sunduğu, iş birlikleriyle yeni tasarımlar için masa başına oturduğu ve tüm bu sürecin hızı ve stresi yetmezmiş gibi sosyal etkinliklerle kendilerinden daha fazla konuşulmasını sağladıkları bir dünyadayız. Tabii tüm bunlara, 90'ların ilk yarısından beri hayatlarımızı kökten değiştiren interneti ve ön ayak olduğu hızı da eklerseniz patlamaya hazır bir sektörün kapı eşiğinde durduğunuz fark edersiniz. Moda dünyasının hızına yetişmek, malum mecralar ve basılı yayınlara pek mümkün olmadığında birçoğu aslında hobi olarak başlayan moda blogları devreye girer ve moda dünyasında spekülasyonlar başlar. Branboy'un adına bir çanta tasarlayan Marc Jacobs'tan, henüz 12 yaşındayken moda haftalarında Anna Wintour'la yan yana oturma şerefine erişen moda blogger'ı Tavi Gevinson'a kadar uzanan listeden istediklerinizi seçebilirsiniz.

Milyon dolarlık yatırımlar

Moda dünyası hızlandıkça yeni alternatifler aramaya başlayan medya, malumunuz aradığı hızı internetin küresel gücünde buluyor ve geçtiğimiz 10 yıl içerisinde klasiklerin algılarını al-lak bullak eden blogger'lar yeni medyanın ayak sesleri oluyor. Birçok ünlü blogger için hobi niteliğinde başlayan ve milyon dolarlık yatırımlara dönen blog yazarlığı artık eğitim almadan baş edilmesi epey zor ve derin bir deniz. Tüm bunlarla beraber artık sektörün bir hobi olarak görülmediğini de notlarımız arasına almanızda fayda var. Zira blog yazarlığı geniş kitlelere ulaşılabilirliği, özgürlüğü ve özgünlüğü sayesinde bugün yeni medyanın önemli kanallarından biri olarak sayılıyor. Ve başarılı bir blog kayda değer bir getiri sağlıyor. Peki kayda değer bir moda blogu oluşturmanın püf noktaları neler mi? Cevabını İstanbul Moda Akademisi'nin Şubat Ayı Blog yazarlığı ve sosyal medya eğitiminde bulabilirsiniz. Önden gelecek ip uçları içinse radarınızı açık tutmaya devam edin.



KESİM HANE OTOMASYONU ÇÖZÜMLERİ



KUMAS
SERİM MAKİNALARI



OROX SIRIUS
OTOMATİK KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

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

“KOZA”SINDAN SIYRILAN GENÇ TASARIMCI: BİHTER TIRPAN

İHKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI FİNALİSTLERİNDEN OLAN BİHTER TIRPAN, İŞ HAYATINI İMA'DA ALDIĞI EĞİTİM İLE TAÇLANDIRAN GENÇ TASARIMCILARDAN BİRİ... İŞ HAYATINDA AYAKLARININ YERE DAHA SAĞLAM BASTIĞINI SÖYLEYEN BİHTER TIRPAN İLE İMA'DA ALDIĞI EĞİTİMİ VE İŞ HAYATINI KONUŞTUK.



İHKİB'in düzenlediği Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın 2014 finalistlerinden olan Bihter Tırpan, İMA'da aldığı eğitimini profesyonel hayatına uyarlayan genç tasarımcılardan biri... İMA'da eğitimini Moda Tasarımı ve Yönetimi Lisansüstü Programı ile taçlandıran Bihter Tırpan ile eğitimi ve iş hayatına dair konuştuk. Kafasında soru işaretlerinin olduğu bir dönemde Moda Yönetimi Programı'na başladığını ifade eden Bihter Tırpan, bugün bazı şeyleri daha net görebildiğini söylüyor. İş hayatında ayaklarının yere daha sağlam bastığını söyleyen Bihter Tırpan, bu işin salt tasarım olmadığını da altını çiziyor.

Tasarım yapmaya, moda ve kariyer serüveninde bu alanda bir plan yapmaya giden süreci sizden dinleyebilir miyiz? İMA, bu konuda ne tür bir vizyon yarattı?

Güzel Sanatlar Sinema Bölümü mezunuyum. Sanat ve kostüm gruplarında çalıştıktan sonra

sektör değiştirmeye ve giysi üzerine teknik eğitim almaya karar verdim. İMA'nın Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı'nı beklerken, sektöre aşinalık kazanmak için Moda Yönetimi Programı'na başladım. Kafamın soru işaretleriyle dolu olduğu bir dönemdi. Bugün neyin üzerine gittiğimi daha net görebiliyorum. Mesleğimde tasarıma daha geniş zaman ayırmak istemişim ama; bu tasarı neden giysi üzerine bugün net bir cevabım yok. Düşünmeye ve tasarlarken kendi methodlarımızı bulmaya teşvik ediliğimiz özgür bir öğrenim sürecinden geçtik. Öğrencinin kendini ve nasıl üretebileceğini keşfettiği tekrarsız bir süreçti.

Tasarım yaparken ilham oluşturan unsurlar var mı? Tasarımda kendi tarzınızı yaratmanıza yardımcı olan kaynaklar var mı? (Takip ettiğiniz dünyaca ünlü tasarımcılar, etkinlikler gibi)

Eserlerinde hissedilir bir felsefe olan sanatçıların işlerinden çıkışla,



son iki koleksiyonumu geliştirdim. İlham ararken görselci olsam da bu dönem, o görseli seçmemde beni ikna eden sanatçının heyecan uyandıran algısı ve fikirleri oldu. Bunun yanı sıra farklı kültürlerle karşılaşmak beni etkiliyor. Beni tasarım kavramı üzerine düşünmede tutan, içinde olduğum için mutlu hissettiren işler radarımda.

Türkiye’de moda tasarımının gelişimini nasıl buluyorsunuz? Bu sistem içerisinde başarılı ve yaratıcı olan herkesin bir şeyler yapabileceğini düşünüyor musunuz? Eğitimi aldığınız İMA’nın bu anlamda bir mezunu bu alanda kariyer yapması için ne tür destekleri var?

Türkiye’deki moda tasarımı talep doğrultusunda gelişiyor. Bu açıdan gelişimimizi hızlı bulmuyorum. Tasarımın ciddiye alınması gerekiyor. Bizim de işimizin devamlılığını sağlayabilmemiz için talepleri ciddiye almamız gerekiyor gibi bir geçiş sürecindeyiz.

Yine de bizi bu yöne sürükleyen dünyadaki gelişmelerin kendisi. İMA’da okurken firmalara proje üretmek gibi bir şansımız oldu, bu çalışmalar öğrenciyi bilgilendiren projelerdi. Malzeme kullanımı ve konseptte daha kontrollü ilerledik. Belirli dönemlerde LCF’den bize katılan değerli eğitmenlerce zorlandık. “Yurt dışında bu eğitim nasıl ilerliyor acaba?” sorusu bende kalmadı. Geçirdiğim son dönemimde bir koleksiyona çıkan tüm aşamalar ile ilgili taşlar yerine oturdu.

En beğendiğiniz yerli-yabancı moda tasarımcıları kimler? Hangi açılardan bu isimleri başarılı buluyorsunuz?

Desen ve renk kullanımlarıyla Dries Van Noten, asimetrik kesim ve drapeleryyle Prabal Gurung, kompleks kalıplarıyla Chitose Abe bana ilham, istek ve cesaret veren tasarımcılardan. Kendisini de tanımamla beraber Bora Aksu’ya hayranlığım artıyor. Başarı stresi altında ezilmeden, mutlu çalıştığına



Renk skalasında geniş yer alan gri ve füme, kuvars taşının temsiliyken, kontrast olarak seçilen açık mavi, yeşil ve beyaz; su ve havayı temsil ediyor.

bizi inandırdı. Özel bir yerde tutuyorum. Aslı Filinta; lokal pazarla yetinmeyen, kültürümüzü yaratıcı bir şekilde dışarı taşıyan örnek tasarımcılarımızdan.

İMA’da aldığınız eğitim süreci nasıl başladı? Eğitim öncesi ve sonrası süreçte ne tür değişimler yaşadınız?

Okulun son dönemi Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması’nda 10 finalist arasındaydım. Diğer dönemlerimden farklı bir sürece girdim. Mezuniyetimden hemen sonra Aslı Filinta’nın yanında staj dönemim başladı. Bununla beraber, okulun mezuniyet defilesine hazırlanıyordum. Şu an İMA’da İTKİB’in Koza finalistlerine burs sağladığı Moda Tasarımı ve Yönetimi Lisansüstü Programı’na başladık. Koleksiyon geliştirirken; bir yandan iş planı oluşturuyoruz. Ayaklarım yere daha sağlam basıyor ve bu işin salt tasarım olmadığını anlamış durumdayım. Bu programdan da başarılı çıkarsam yakın sezonlarda üç karma defileye katılmış olacağım. Meslekte yeni biri için çok büyük bir tecrübe.

Şu anda nerede çalışıyorsunuz, profesyonel hayatınıza nasıl devam ediyorsunuz?

Aslı Filinta’nın yanında çalışmaya devam ediyorum.



Bu sezon 'deri'nize işleyecek

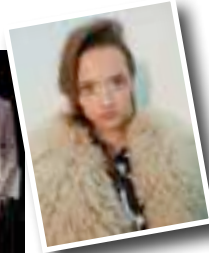
"Sonbahar-Kış 2015-16 Deri Konfeksiyon, Ayakkabı, Saracıye ve Deri Aksesuarları Trend Semineri", 27 Kasım Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi. İDMİB ve Fransız Trend Ajansı Nelly Rodi'nin iş birliği ile düzenlenen seminer, Nelly Rodi trend tahmin ajansı Tiphaine Beurpere'in sunumu ile gerçekleşti. Deri firmalarının katılım sağladığı seminerin açılış konuşmasını yapan İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Güven Karaca, İDMİB olarak belirledikleri ihracat rakamlarına ulaşmak için trend seminerlerinin önemli olduğunu söyledi. Tasarımın ve inovasyonun önemine vurgu yapan Karaca, "İnovasyonun olmadığı bir ihracatın artık hiçbir kıymeti yok" dedi. MTD Başkan Yardımcısı Niyazi Erdoğan da Nelly Rodi'nin sektörde önemli kuruluşlardan biri olduğunu söyleyerek, firmalara böyle bir imkân sağladığı için İDMİB'e teşekkür etti. Seminerde dört tema ele alındı. Bunlar; Cyber Tribal, Composite, Glitterati, Stupendo. Sonbahar-Kış 2015-16 sezonlarında hem kadınlarda hem erkeklerde "fethetme" olgusu Samuray karakteri ile öne çıkıyor. Renk paletinde, sonbaharın ve kışın temel renkleri olarak siyahı ve beyazı görüyoruz. Kadınların ürünlerinde zirha benzeyen izlenimler varken erkeklerde de metalik ve soğuk bir görüntü mevcut. Ayakkabılarda spor konsepti görülürken, özellikle sneakers, tenis ayakkabıları ve basketbol ayakkabıları ön plana çıkıyor.



Cyber Tribal

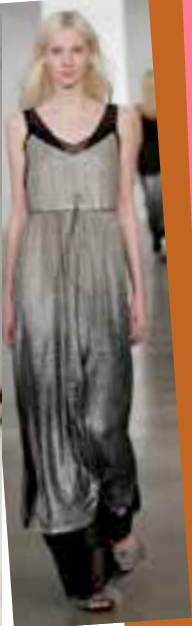
Bu temada Asyalı bazı kültürlerden etkilendiği görülüyor. Özellikle Samuray savaşçılarından etkileri hakim. Sanki "miras kalmış" olgular söz konusu. Cyber ile teknolojik, tribal ile kabile etkileri olan bir moda eğilimini görüyoruz. Bu temanın anahtar kelimesi 'etnik dijital' olarak karşımıza çıkıyor. Sonbahar ve kış sezonlarının temel renkleri siyah ve beyaz, bu temada da öncelikli renkler olarak öne çıkıyor. Çikolata kahverengisi, teknik mavi, güneş ışınları rengi, canlı yeşil ve kahverenginin kırmızı tonları yer alıyor. Kadınların ürünlerinde zırha benzeyen izlenimler varken erkeklerde de metalik ve soğuk bir görüntü mevcut. Ayakkabılarda spor konsepti görülürken, özellikle sneakers, tenis ayakkabıları ve basketbol ayakkabıları ön plana çıkıyor. Örgü özelliği kullanılmış ayakkabılar görüyoruz. Zebra, kaplan gibi kamuflaj temaları bütün sezon boyunca oldukça revaçta olacağı belirtiliyor. Ürünlerde eskitilmiş, yıpratılmış, rüstik, tribal bir hava var. Kahverenginin kırmızı tonlarına kadar kullanıldığını görülüyor. Piton siyahı göze çarpan renkler arasında. Samuray zırhı ön planda olmakla beraber, Afrika temalarından da faydalandığı görülüyor. Farklı materyaller kullanılarak kabuk görüntüsü verildiğini görüyoruz. 'Fethetme' tandansı hakim ve fil derisine benzer bazı materyallerin kullanıldığını da görülüyor. Çantaların oldukça basit tasarımlar olduğunu görüyoruz.





Composite

Bu temada İskandinav eğilimler ağırlık gösterirken, tasarımların oldukça sade ve pastel tonlarda olduğu görülüyor. Malzemelerin geri dönüşümü bu tandansta öne çıkıyor. Kış sezonuna mizahi ve tazelik yaklaşımı söz konusu. Pastel renkler de bu mizahi destekliyor. Renk paletinde maviler oldukça çocuksu, pembeler şeker tonlarında kullanılıyor. Renklerde eğlence konsepti hakim. Kademeli renk değişimleri mevcut. Örneğin; pudralı pembeden beyaza bir kaçış var. Nokta oyunları bazı renk farklılaştırmaları da görüyoruz. Aynı zamanda Anglosakson bir eğilim de söz konusu. Ayakkabılarda bejlerin ve pembelerin birbiriyle eşleştirildiği görülürken, metalik detaylar da dikkat çekiyor. Neredeyse sadece spor ayakkabılar söz konusu. Burada materyalin daha çok öne çıktığı derinin geri planda kaldığı bir tandans görülüyor. Ters çevrilmiş koyun yününe benzeyen materyaller dikkat çekerken, koyun önemli bir tandans olarak karşımıza çıkıyor. Karıştır ve eşleştir konsepti yine bu temada da var. Kürk artı deri, kürk artı koyun yünlü gibi karma malzemeler görüyoruz.





Glitterati

Bu tema biraz retro çizgilere hakim. Renkler 70'li 80'li yıllardan hatıra. Denizci mavisi ve beyaz önemli renkler arasında yer alırken, kırmızıyı kozmetik tonlarında kıpkırmızı bir ruj gibi görüyoruz. Kırmızı bu temada oldukça önemli bir yere sahip. Elmas yeşili, altın rengi, ufak bir vintage havası ile bej ve turuncu da renk paletinde yer alıyor. Kabuk ve zırh etkilerini burada da görüyoruz. Verniklenmiş derileri bu temada çok göreceğiz. Erkek için odaklanılan deri timsah olurken, oldukça lüks bir havaya sahip. Kadınlarda büyük botlar, yüksek topuklar görüyoruz. Karıştır eşleştir tekniğini yine görüyoruz. 60'ların önemli renklerinden piton yeşili göze çarpıyor. Koleksiyonlarda vahşi tandanslar var. Ayakkabıların adeta spor arabalardan ilham alındığı görülüyor. Çantalarda da araba gövdesi şekillerinin kullanıldığı dikkat çekiyor. Aksesuarlarda yine geometrik şekiller hakim. Kış sporlarından etkilenildiği görünen temada öne çıkan tandans cesur ruh. Leopar desenlerinde büyüteç etkisi görülürken, hayvan derilerinin tekrar tasarlanıp renklendirildiğini görebiliyoruz.



Stupendo

İspanyolca "harikulade" anlamına gelen temada öne çıkan tandans; 'fazla ve bol olsun'. Oldukça natüromort ve barok bir anlayış hakim. Zengin materyallerin kullanıldığı temada, koyu ve esrarengiz renk tonlarıyla karşı karşıyayız. Altın rengi yine karşımıza çıkarken, bal rengi, bordo, Scraße Böceği renklerini oldukça bol kullandığını görüyoruz. Zencefil rengi, yeşil, mavi renkleri de görüyoruz. Natüromort eserlerden ilham alındığını görüyoruz. Kullanılan işlemler motifler oldukça ilgi çekici. Eski halı motifleri, kadife işlemler, mikro rölyefler var. Yılan derileri, balık pullarını görüyoruz. Erkeklerde cilalı ayakkabılar görüyoruz. Rüstik ve yağlı yansımalar hakim. Degrade geçişlerin olduğu temada derilerin oldukça kalın kullanıldığı göze çarpıyor. Deriler kadife ile karıştırılıyor. Çantalarda kırmızı, yeşil üzerine altın rengi işlemler var. Topuklardaki detaylar da göze çarpıyor.





DOĞA METAL

AKSESUAR VE ELCİK İMALATI

Doğa'nın gücü!..



FABRİKA: Sancaktepe Sanayi Mah. Samsun Sok. No: 3/1
Güngören / İstanbul / Türkiye

Tel: +90.212.637 11 73-87 **Fax:** +90.212.637 11 87

ŞİŞE 1: Mesrutiyet Mah. Kodaman Sok. No: 75/1
Osmanbey / İstanbul / Türkiye

Tel: +90.212 233 18 01 **Fax:** +90.212 233 18 03

ŞİŞE 2: Keresteciler Sit. Fatih Cad. Serdar Han
No: 36 Merter - Güngören / İstanbul / Türkiye

Tel: +90.212.637 48 58 pbx **Fax:** +90.212.637 18 58

www.dogametal.com - info@dogametal.com



NERMİN SOYDAN
Ereks Konfeksiyon
YK Başkan Yardımcısı



EKONOMİ BAKANLIĞI'NIN
2010/8 TEBLİĞ
DESTEĞİYLE İHKİB
TARAFINDAN KOORDİNE
EDİLEN KOLEKSİYON
DANIŞMANLIĞI FAALİYETİNİ
ALAN HAZIRGIYIM VE
TASARIM KÜMESİ DENİM
FİRMALARI DENEYİMLERİNİ
PAYLAŞTILAR. EREKS
KONFEKSİYON VE
ERBA TEKSTİL İLE
DANIŞMANLIĞIN DETAYLARI
HAKKINDA KONUŞTUK.

DENİM FİRMALARI İLE KOLEKSİYON YAPILANDIRMASI

Ekonomi Bakanlığının desteği ve İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından koordine edilen ve kümelenme modelini benimseyen "Hazırgiyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi Projesi", küme firmaları ile çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Daha önce, Moda Trend Eğitimleri ve çeşitli danışmanlıklar ile ürünlerine farklı dokunuşlar getiren firmalar, aldıkları danışmanlık hizmetleri ile başarılı sonuçlara imza atıyor. Koleksiyon danışmanlığı faaliyeti kapsamında, İtalyan Job firmasından danışmanlık hizmeti alan Ereks Konfeksiyon, çalışanlarını İtalya'da workshopa gönderirken Erba Tekstil, markası Fingerprint üzerine yoğunlaşarak çalışmalar yaptı. Ereks Konfeksiyon Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nermin Soydan ve Erba Tekstil Firma Sahibi Erdal Lafçı ile konuştuk.



Şirket olarak kendimizi analiz ettik
Ereks Konfeksiyon olarak daha önce benzer bir projenin içinde bulunmadıklarını belirten Ereks Konfeksiyon Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nermin Soydan, ekip çalışmasının kendilerine ve çalışanlarına olumlu geri dönüşleri olacağına inandıkları için kümelenme yaklaşımını benimseyen bu projede yer aldıklarını söyledi. Soydan, danışmanlık faaliyetine dahil olmaya karar verdikten sonra, Italian Job ile hangi alanda iş birliği yapılabileceğini müzakere ettiklerini aktardı.
"Ereks Konfeksiyon olarak Italian Job ile iletişime geçmeden önce, kendi şirketlerini detaylı analiz ettiklerini ifade eden Soydan, şunları söyledi: "Şirket olarak 'Nerede ekimiz ve hangi konularda desteğe ihtiyacımız var?' sorularını detaylı bir şekilde ele aldık ve yıkama konusunda destek alma fikrimiz ön plana çıktı." Soydan, Italian Job ile iletişim



ağının kurulmasının, bu faaliyetin kendileri için önemli bir kazanımı olarak gördüklerini dile getirerek, "Türkiye'de hazırladığımız pantolonları ve yetkilileri yıkama için İtalya'ya götürdük" diye konuştu. Ereks Konfeksiyon olarak, Türkiye'deki çalışmalarını denim konusunda önemli tecrübelerine sahip olduklarına dikkat çeken Soydan, şöyle devam etti: "Bu proje kapsamında İtalya'da bulunduğumuzda danışmanlık günleri boyunca Ereks Konfeksiyon olarak bizden de birçok şey öğrendiklerini söyleyebilirim. İtalya'da bulunmadan önce firma olarak zaten işin içindeydik. Sadece enerjimizi daha bilinçli kullanarak, tasarıma ve yeniliğe yatırım yapmak adına bu faaliyette bulunmak istedik. Çünkü daha fazla öğrenmek istiyoruz."

"Yıkamada fark yaratmak istiyoruz"

Koleksiyon danışmanlığı faaliyetinde yeniliği hedeflediklerini belirten Nermin Soydan, Ereks olarak özellikle yıkamada fark yaratmak istediklerini kaydetti. İtalian Job'un birikimine güvendiklerini dile getiren Soydan, "İnsan kaynağı ve kullanılan kimyasal ile fark yaratıyorlar. Türkiye'deki problem; ucuzu tercih edip, ürünün süreçte daha pahalıya mal olması. Yani kaliteye ikna olmuyoruz. Türkiye'de yıkamacıları ikna etmek o kadar kolay değil" diye konuştu. İtalya dönüşü sonrası tüm ekip olarak hemen toplantı yaptıklarını vurgulayan Soydan, "İtalya'da danışmanlık için bulunan arkadaşlarımız, orada nasıl bir çalışma yaptıklarını hem görsel olarak hem de yazılı olarak anlattılar. Sonrasında bazı kararlar aldık. 'Bizim bir de parça boya bölümümüz var ve İtalya'da yapılan çalışmaları parça boya departmanında olan arkadaşlarımıza da anlatmalıyız' diye düşündük. Şimdiki hedeflerinin kimyasalların firmalar tarafından temin edilip, numunelerinin ise Ereks tarafından yapılmasının olduğunu söyleyen Soydan, "Bunları aldıktan sonra doğru kumaşa, yerinde uygulamak da çok önem arz ediyor" dedi. Denimde

Türkiye'nin lider ülkeler arasında olduğunun altını çizen Nermin, "Denimde Türkiye'nin çok iyi işler çıkarmasına karşın, ortak bir platformun yokluğu hissediliyor. Sadece işletme sahiplerinin ait olduğu dünya, kumaş ve üretim firmalarının ait olduğu kadar gelişime açık bir dünya değil. büyük hacimli firmalar da olmalı, daha ufak hacime sahip firmalar da bulunmalı. Böylece birbirimizde büyük deneyimler elde edebiliriz" diyerek sözlerini tamamladı.

İlk önce ihtiyaç listesi belirlendi

Hazırgiyim ve Tasarım Kümesi'nin bir diğer denim firması Erba Tekstil, proje kapsamında katıldıkları koleksiyon danışmanlığı faaliyetinde, markalaşma alanında yaptıkları çalışmalar ile, kendi markaları olan Fingerprint markasına yeni bir soluk kazandırdı. Danışmanlık hizmeti aldıkları firmanın, H&M, Zara, Prada, Jack&Jones gibi büyük markaların koleksiyonlarının tüm aksesuar tasarımlarını, ürünlerin teknik çizimlerini, modellerinin kalıplarını dahil hazırlayan 15 yıllık bir firma olduğunu söyleyen Erdal Lafçı "Danışman, bize ilk olarak aksesuar tasarımı ve uygulama alanında yardımcı oldu. Daha sonra koleksiyon kalıpları ve genel tasarım sunumu ile ilgili çalışmalar yapıldı" dedi. Danışmanlık hizmetine dahil olma kararı alırken, öncelikle koleksiyonlarının tüm kalemlerini belirlediklerini söyleyen Erdal Lafçı, ilk olarak, denim firması olmalarından dolayı yurt dışındaki belli markaların iki yıllık koleksiyonlarını incelediklerini kaydetti. Sonrasında, bir ihtiyaç listesi çıkararak danışmanlık almaya karar verdiklerini belirten Lafçı, "Danışmanlık sayesinde tüm ürünlerimizin fitleri ve aksesuar tasarımlarının çalışmalarını tamamladık" dedi.

Denim ihracatta avantaj

Almış oldukları danışmanlık hizmetinden memnun olduklarını söyleyen Erdal Lafçı, "Hazırlamış olduğumuz koleksiyonumuz



alıcılar tarafından oldukça beğeni topladı. Almanya, İngiltere ve Hollanda acentalarımızla anlaşmalarda son noktaya geldik. Ur-Ge kapsamında dahil olduğumuz projenin koleksiyon danışmanlığı faaliyeti ile ürünlerimizin gerek fitleri gerekse aksesuarları anlamında çok başarılı bir çalışma yapıldı. Markanın adıyla, ürünlerin genel görüntüsü çok iyi bir şekilde birleştirilmiş oldu. Bu çalışma her koleksiyon için ayrı ayrı uygulanır ise sürdürülebilirlik açısından daha etkili olur. Ayrıca ortaya çıkan sonuç sayesinde markanın tanınabilirliği artarak, alıcıların zihninde yer alması açısından faydalı olduğunu düşünüyorum. Söylediğim gibi almış olduğumuz danışmanlık hizmetinden son derece memnunuz. Markanın satışı ve genel felsefesinde profesyonel anlamda bir sunum imkanı kavuştuk. Bu da yurt dışı satış ve dağıtım organizasyonu anlamında bize acenteler ile anlaşma imkanı sunuyor" ifadelerini kullandı. Denim firmalarının ihracat potansiyelinin yüksek olduğunu belirten Lafçı, "Bununla birlikte Denim kumaş imalatı yapan Isko, Bossa, Orta Anadolu gibi başarılı firmaların mamullerinin de büyük faydası oluyor. Dahil olduğumuz Ekonomi Bakanlığı destekli küme projesi ile bu tür profesyonel kurguyla tasarlanmış sektörel faaliyetlerinin artmasını arzu ediyoruz. Bakanlığımız ve işbirliği kuruluşumuza göstermiş oldukları emekten ötürü teşekkür ederiz" sözlerini ekledi.

LYCRA® ELYAF

İŞİNİZİ HAREKETE GEÇİRİR



ARNAUD TANDONNET
INVISTA Batı Bölgesi
Teknoloji Direktörü

YENİ MARKA STRATEJİSİ KAPSAMINDA GELİŞTİRİLEN "LYCRA® MOVES YOU™" KAMPANYASI, INVISTA'NIN MÜŞTERİLERİNİN DE İŞİNİ HAREKETE GEÇİRİYOR. LYCRA® MARKASININ, LYCRA® BEAUTY, LYCRA® SPORT, LYCRA® XTRA LIFE™, LYCRA® ENERGIZE ADLI 4 ALT MARKASINA İNOVASYONU KODLAYAN INVISTA, NİHAİ TÜKETİCİYE YÖNELİK KAMPANYASINI DUYURUYOR.

Özgürlük, rahatlık ve hareket... INVISTA, bu üç kavramın merkezinde yeni geliştirdiği marka stratejisi ile "Hareket Özgürlüğü" sunuyor. LYCRA® elyaf markasının sahibi ve aynı zamanda dünyanın en geniş entegre elyaf ve polimer üreticilerinden biri olan INVISTA, LYCRA® elyaf için yeni bir marka stratejisini hayata kazandırdı. Bu çalışma marka konumlandırma, marka mimarisi ve LYCRA® elyafa heyecan veren gelişimi içerisinde yer alan tüketici odaklı "LYCRA MOVES YOU™" mesajını kapsıyor. Yeni marka konumlandırma stratejisi, kampanya platformu olan "LYCRA MOVES YOU™" 3 önemli değişikliği kapsıyor; daha çekici marka konumlandırması, yeni tüketici odaklı marka mimarisi ve yeni ikna edici LYCRA® marka ve etiket görüntüsü. Bu yeni marka mimarisi, LYCRA® elyaf ile ilişkili 'özgürlük', 'rahatlık' ve 'hareket' olarak bilinen, tüketicilerin elde ettiği 3 temel faydayı

kısa ve öz bir şekilde yansıtıyor. INVISTA'nın mükemmellik, inovasyon ve değer katma konularına bağlılığının bir parçası olarak, şirket ayrıca müşterilerine "LYCRA MOVES YOUR BUSINESS/ LYCRA® İşinizi Harekete Geçirir" mesajını da veriyor. Yeni stratejinin kampanyası, dünya çapında ticari ve tüketici seviyesinde uygulanmaya başlayacak ve multimedya kampanyalarının yanı sıra ürün etiketleri aracılığıyla nihai tüketicilerle buluşacak. Kampanya hakkında daha fazla bilgiye ise www.lycramoves.com adresinden ulaşılabilir.

Tüketicilere yönelik inovasyon

LYCRA® elyafın, dünyanın önde gelen elastan elyaf markası olduğunu söyleyen Batı bölgesi Teknoloji Direktörü Arnaud Tandonnet, "Pamuk, viskoz, polyester veya naylon elyaflar, daha yüksek performans göstermeleri için pek çok farklı elyaf ile birleştirilebiliyor. LYCRA® elyaf ta kumaşa esneme ve daha da önemlisi geri toplama özelliği katan önemli bir elyaf. Örneğin; bir taytan isteyebileceğiniz her şeyi yani rahatlık, vücuda oturma ve hareket öz-





gürlüğünü, LYCRA® elyaf içeren bir taytta bulmanız mümkündür. En az miktardaki LYCRA® elyaf bile kıyafetlerin ve onları giyen kişilerin iyi hissetmesini sağlar” dedi. Arnaud Tandonnet, şu an piyasada en çok bilinen son tüketiciye yönelik inovasyonlardan bazılarının spor giyim alanında LYCRA® Sport; denim alanında LYCRA® dualFX; çorapta LYCRA® FUSION; iç giyimde LYCRA® Beauty, mayoda da LYCRA® XTRALIFE™ teknolojileri olduğu bilgisini verdi. Yeni marka mimarisini kapsa- mında, ana markanın yanı sıra 4 tüketici alt markasına geçildiğini söyleyen Arnaud Tandonnet, LYCRA® ana markası'nın özgürlük, hareket, rahatlık; LYCRA® Beauty markasının kontrol ve şekillendirme; LYCRA® Sport markasının, özellikle sporda fiziksel performans; LYCRA® XTRALIFE™ markasının üründe sağlamlık; LYCRA® Energize markasının ise kendini iyi hissetme, sağlık ve zindelik faydalarını sunduğunu ifade etti. Yeni marka konumlandırma ve mimarisinin tüketici odaklı bir araştırma sonucunda ortaya çıktığını söyleyen Arnaud Tandonnet, LYCRA® elyaf markasının tüketicilerin gözünde ne anlama geldiğinin ve tüketicilerin giyim kategorilerinde markaya dair fonksiyonel özellikleri

nasıl algıladıklarının anlaşılabilmesi amacıyla, dünya genelinde farklı pazarlarda kalitatif ve kantitatif araştırmaların yapıldığını söyledi. Bu çalışmaların yanı sıra sosyal fikir toplama çalışmalarının da gerçekleştirildiğini söyleyen Tandonnet, yüksek düzeyde tüketici farkındalığına sahip olduklarını da belirtti.

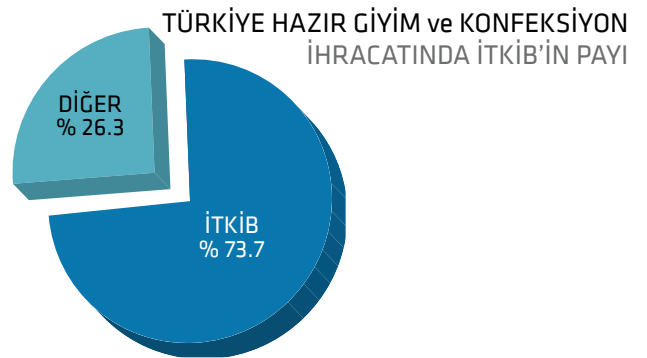
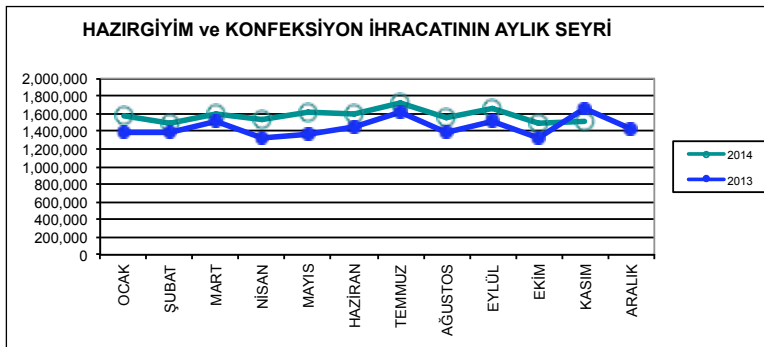
LYCRA® elyafın kattığı değer

Tandonnet, “Konfeksiyon üreticileri ile yapmış olduğumuz araştırmalarda araştırmalarda, hedeflenen kumaş eni ve gramajının yakalanması, sürekliliğin sağlanması, pastel verimliliği kumaşın potluk yaşamaması gibi özelliklerin, kumaşların ve giysilerin kalitesini, teslimat sürelerini ve müşteri memnuniyetini etkileyebileceğini gördük. LYCRA® elyaf kullanımı üretimin bu alanlarında yaşanan sorunların iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır. INVISTA olarak müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışıyoruz” diye konuştu. Tandonnet, “LYCRA® elyaf, denim segmentindeki kumaşlara da katılarak genel anlamda kumaşa esneklik ve geri toplama performansı, vücuda mükemmel uyum, konfor, hareket özgürlüğü gibi özellikler sağlıyor. Denimde potluğu ön- lüyor ve benzeri pek çok alanda faydalar sağ- lıyor” dedi. Tandonnet ayrıca, Kasım ayındaki Denim by Premiere Vision fuarında lansmanının yapıldığı LYCRA® Beauty teknolojisinin denimdeki kullanımına değindi, ve bu teknolojinin denime vücuda şekillendirme özelliği kattığını söyledi.

- 2012 yılında Brezilya, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, İtalya, İspanya, Türkiye, İngiltere ve ABD’de yaşları 18 ila 49 arasında değişen 1.755 kadın ile yapılan anket çalışmasına göre;
 - Katılımcıların yaklaşık % 90’ı LYCRA® elyafı taytlarla ilişkilendirdi.
 - Katılımcıların yaklaşık % 70’i LYCRA® elyafı taytların çok daha cazip olduğunu düşündüğünü belirtti.
 - Katılımcıların yaklaşık % 90’ı elbiselerin veya paketlerin üzerinde LYCRA® elyaf etiketleri veya logolarını gördüğünde ürünlerin daha iyi bir kaliteye sahip olduğunu düşündüğünü belirtti.
- Kaynak: LYCRA® Elyaf için Global Marka Değeri Araştırması© Fiber Brand 2012, Strategic Insights, Inc.

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2013 KASIM 1000 \$	2014 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 - 2014 DEĞİŞİM %
ALMANYA	343,257	297,216	-13.4	3,397,526	21.3	3,634,365	20.9	7.0
İNGİLTERE	227,828	215,890	-5.2	1,976,527	12.4	2,299,557	13.2	16.3
İSPANYA	158,706	133,037	-16.2	1,382,241	8.7	1,532,354	8.8	10.9
FRANSA	103,784	77,964	-24.9	1,027,674	6.4	1,040,151	6.0	1.2
HOLLANDA	76,436	66,208	-13.4	817,728	5.1	873,900	5.0	6.9
İTALYA	64,400	56,104	-12.9	639,699	4.0	638,902	3.7	-0.1
IRAK	70,229	81,177	15.6	532,365	3.3	624,448	3.6	17.3
DANİMARKA	49,374	39,194	-20.6	452,615	2.8	467,526	2.7	3.3
ROMANYA	33,477	57,868	72.9	246,905	1.5	449,594	2.6	82.1
ABD	38,760	31,447	-18.9	411,850	2.6	427,038	2.5	3.7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,166,251	1,056,106	-9.4	10,885,129	68.3	11,987,834	69.0	10.1
POLONYA	32,087	34,144	6.4	307,276	1.9	414,916	2.4	35.0
BELÇİKA	39,793	30,445	-23.5	376,190	2.4	373,518	2.1	-0.7
RUSYA FEDERASYONU	29,461	19,570	-33.6	386,180	2.4	336,678	1.9	-12.8
UKRAYNA	32,758	40,181	22.7	313,242	2.0	295,708	1.7	-5.6
SUUDİ ARABİSTAN	15,907	19,092	20.0	242,967	1.5	272,685	1.6	12.2
İSVEÇ	22,450	19,896	-11.4	269,915	1.7	270,271	1.6	0.1
İSRAİL	19,566	17,196	-12.1	180,200	1.1	214,454	1.2	19.0
SLOVAK CUMHURİYETİ	15,553	5,896	-62.1	123,112	0.8	159,858	0.9	29.8
CEZAYİR	16,878	18,104	7.3	150,475	0.9	149,678	0.9	-0.5
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	12,579	11,765	-6.5	130,174	0.8	138,468	0.8	6.4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,403,283	1,272,395	-9.3	13,364,862	83.9	14,614,069	84.1	9.3
AB (28) TOPLAMI	1,240,746	1,096,179	-11.7	11,800,325	74.0	12,994,027	74.8	10.1
TOPLAM HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,657,168	1,509,039	-8.9	15,938,332	100.0	17,381,130	100.0	9.1

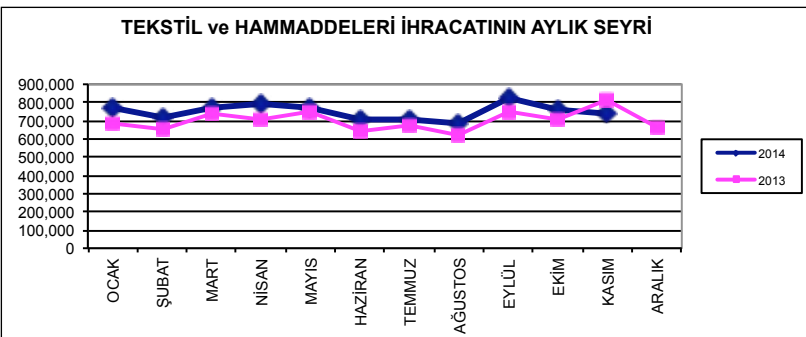
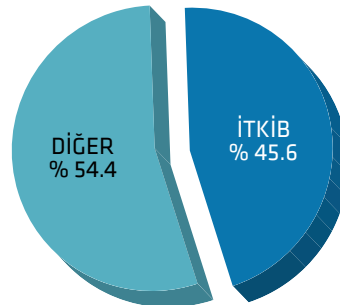


Hazır giyim ihracatında kasım ayında ilk 8 ülke yerini korurken, Romanya ve ABD yer değiştirdi. Geçen yılın Kasım ayı ile kıyaslandığında en fazla ihracatı yapan ülke yine Romanya oldu. Romanya yılın 11 ayındaki yükselişini sürdürüyor. Romanya'ya hazır giyim ihracatı Kasım ayında %72 artış kaydetti.

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2013 KASIM 1000 \$	2014 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 - 2014 DEĞİŞİM %
İTALYA	86,999	66,381	-23.7	782,334	10.1	830,882	10.1	6.2
RUSYA FEDERASYONU	74,852	55,400	-26.0	957,646	12.4	723,731	8.8	-24.4
ALMANYA	49,433	40,628	-17.8	410,580	5.3	418,971	5.1	2.0
İNGİLTERE	32,583	30,221	-7.3	295,842	3.8	339,192	4.1	14.7
ROMANYA	37,984	26,910	-29.2	304,959	3.9	313,339	3.8	2.7
UKRAYNA	42,408	24,910	-41.3	281,989	3.6	304,608	3.7	8.0
İRAN	23,875	27,926	17.0	212,861	2.8	302,633	3.7	42.2
ABD	27,329	30,382	11.2	283,111	3.7	295,255	3.6	4.3
BULGARİSTAN	30,253	25,059	-17.2	276,153	3.6	278,161	3.4	0.7
POLONYA	30,610	26,139	-14.6	255,496	3.3	267,965	3.3	4.9
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	436,326	353,955	-18.9	4,060,971	52.6	4,074,737	49.6	0.3
MISIR	25,911	24,452	-5.6	227,464	2.9	257,122	3.1	13.0
İSPANYA	21,133	19,200	-9.1	208,070	2.7	234,799	2.9	12.8
IRAK	6,842	20,879	205.2	56,096	0.7	199,059	2.4	254.9
FAS	19,164	15,126	-21.1	200,585	2.6	197,910	2.4	-1.3
TUNUS	17,238	14,401	-16.5	169,874	2.2	168,429	2.1	-0.9
HOLLANDA	16,493	11,934	-27.6	142,690	1.8	163,820	2.0	14.8
BELÇİKA	11,722	12,704	8.4	140,143	1.8	153,054	1.9	9.2
FRANSA	13,436	10,522	-21.7	137,628	1.8	137,135	1.7	-0.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	21,034	15,115	-28.1	179,512	2.3	136,452	1.7	-24.0
YUNANİSTAN	13,938	12,068	-13.4	123,021	1.6	129,579	1.6	5.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	603,236	510,356	-15.4	5,646,053	73.1	5,852,095	71.2	3.6
AB (28) TOPLAMI	398,886	330,296	-17.2	3,548,483	45.9	3,791,287	46.1	6.8
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	813,456	733,498	-9.8	7,726,086	100.0	8,216,034	100.0	6.3

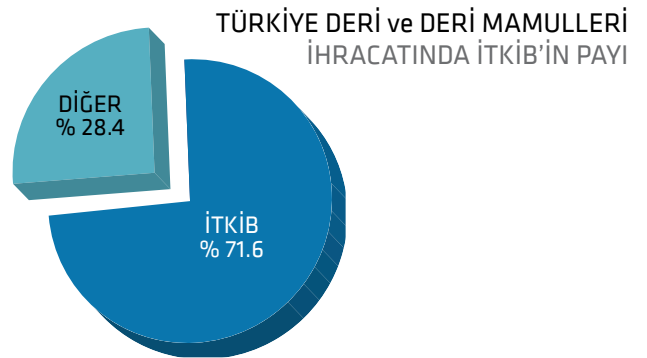
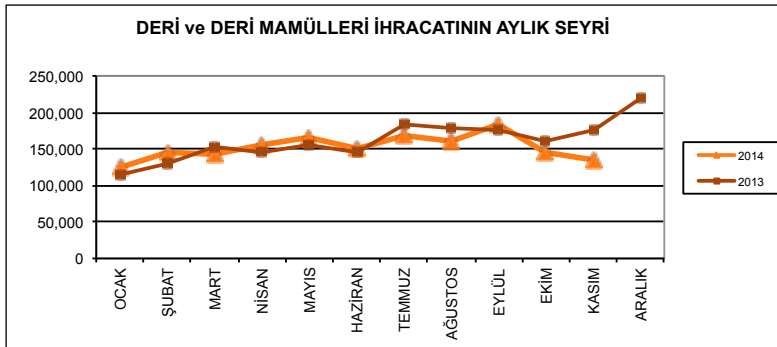
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI



Türkiye'nin Kasım ayı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %9,8 oranında düşüş kaydettiği görülüyor. İran, ABD, Irak ve Belçika pazarlarına ise tekstil sektörünün ihracatını arttırdığını görülüyor. Genel olarak ilk 11 aylık tekstil ihracatının yüzde 6,3 oranında artış yakaladığı dikkat çekiyor.

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

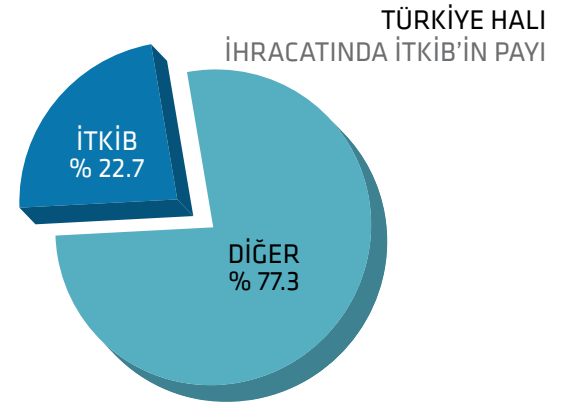
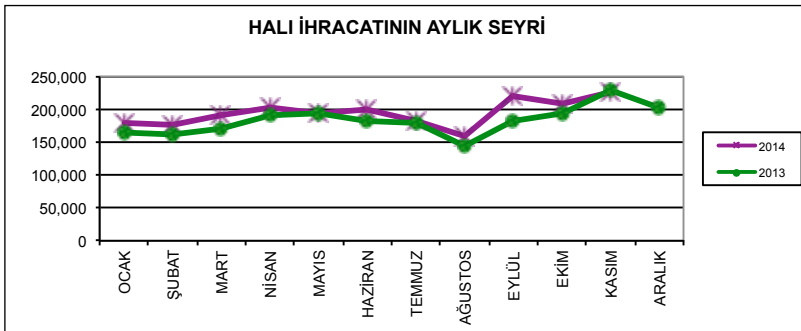
	2013 KASIM 1000 \$	2014 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 - 2014 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	36,114	29,191	-19.2	438,535	25.5	366,057	21.8	-16.5
İTALYA	11,536	12,371	7.2	120,708	7.0	142,674	8.5	18.2
ALMANYA	11,189	9,403	-16.0	105,554	6.1	118,227	7.1	12.0
IRAK	12,124	11,116	-8.3	105,600	6.1	113,478	6.8	7.5
BİRLEŞİK KRALLIK	7,159	7,027	-1.8	64,827	3.8	79,099	4.7	22.0
FRANSA	5,622	4,831	-14.1	65,971	3.8	66,643	4.0	1.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	7,870	5,174	-34.3	75,459	4.4	58,698	3.5	-22.2
UKRAYNA	5,550	4,287	-22.8	64,478	3.7	55,964	3.3	-13.2
SUUDİ ARABİSTAN	1,675	2,458	46.7	40,445	2.3	37,988	2.3	-6.1
HONG KONG	5,377	2,645	-50.8	53,322	3.1	36,631	2.2	-31.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	104,218	88,503	-15.1	1,134,901	65.9	1,075,461	64.2	-5.2
BİRLEŞİK DEVLETLER	3,428	2,786	-18.7	31,710	1.8	32,971	2.0	4.0
İSPANYA	3,153	2,417	-23.3	19,066	1.1	25,296	1.5	32.7
BULGARİSTAN	2,096	1,335	-36.3	20,619	1.2	20,817	1.2	1.0
GÜNEY KORE CUMHURİYE	1,927	978	-49.3	14,938	0.9	18,785	1.1	25.8
ROMANYA	997	1,047	5.0	17,758	1.0	18,089	1.1	1.9
CEZAYİR	951	2,392	151.4	10,326	0.6	17,567	1.0	70.1
HOLLANDA	812	1,256	54.7	17,441	1.0	16,905	1.0	-3.1
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	3,100	1,436	-53.7	21,829	1.3	15,931	1.0	-27.0
AVUSTURYA	1,464	1,212	-17.3	16,244	0.9	15,190	0.9	-6.5
LİBYA	1,475	1,246	-15.5	13,786	0.8	14,793	0.9	7.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	123,622	104,607	-15.4	1,318,618	76.6	1,271,807	75.9	-3.6
AB (28) TOPLAMI	72,387	48,497	-33.0	589,972	34.3	602,318	35.9	2.1
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	175,858	135,026	-23.2	1,721,400	100.0	1,675,505	100.0	-2.7



Kasım ayında % 23,2 ihracat düşüşün görüldüğü deri sektöründe 11 aylık düşüş ise yüzde 2,7 düzeyinde gerçekleştiği görülüyor. Deri ihracatında özellikle Rusya, Almanya, Çin, Ukrayna ve Hong Kong'a ciddi düşüşle dikkat çekiyor. Bu dönemde Suudi Arabistan'a yapılan deri ihracatında %46,7 oranında artış ilgi çekti.

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

	2013 KASIM 1000 \$	2014 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2013 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 OCAK KASIM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2013 - 2014 DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	18,610	20,433	9.8	299,700	15.0	337,043	15.7	12.5
ABD	21,186	26,892	26.9	199,001	10.0	245,473	11.5	23.4
IRAK	40,420	42,556	5.3	173,129	8.7	183,457	8.6	6.0
ALMANYA	12,658	13,971	10.4	96,685	4.9	115,469	5.4	19.4
LİBYA	18,648	11,166	-40.1	186,557	9.4	114,289	5.3	-38.7
İNGİLTERE	7,432	8,776	18.1	50,675	2.5	74,439	3.5	46.9
BAE	4,854	5,814	19.8	57,002	2.9	69,833	3.3	22.5
MISIR	4,311	4,323	0.3	36,146	1.8	60,096	2.8	66.3
RUSYA FEDERASYONU	9,296	5,830	-37.3	58,449	2.9	50,253	2.3	-14.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,492	2,663	-40.7	42,169	2.1	47,187	2.2	11.9
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	141,908	142,426	0.4	1,199,513	60.2	1,297,540	60.6	8.2
TÜRKMENİSTAN	3,244	4,216	30.0	31,419	1.6	34,865	1.6	11.0
POLONYA	3,530	2,673	-24.3	28,963	1.5	33,972	1.6	17.3
AZERBAYCAN-NAHÇİVAN	4,350	5,137	18.1	37,174	1.9	32,949	1.5	-11.4
İSRAİL	3,906	4,343	11.2	26,732	1.3	30,331	1.4	13.5
MACARİSTAN	5,631	4,207	-25.3	18,046	0.9	29,734	1.4	64.8
JAPONYA	1,553	2,170	39.7	28,817	1.4	27,724	1.3	-3.8
ROMANYA	3,595	3,554	-1.1	23,464	1.2	27,585	1.3	17.6
CEZAYİR	1,862	2,009	7.9	22,299	1.1	27,573	1.3	23.7
İTALYA	3,113	2,203	-29.2	20,904	1.0	25,570	1.2	22.3
BELÇİKA	3,030	1,822	-39.8	27,090	1.4	24,541	1.1	-9.4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	175,722	174,760	-0.5	1,464,421	73.5	1,592,384	74.4	8.7
AB (28) TOPLAMI	52,578	49,440	-6.0	373,060	18.7	450,667	21.1	20.8
TOPLAM	229,928	224,937	-2.2	1,992,834	100.0	2,140,186	100.0	7.4
HALI İHRACATI								

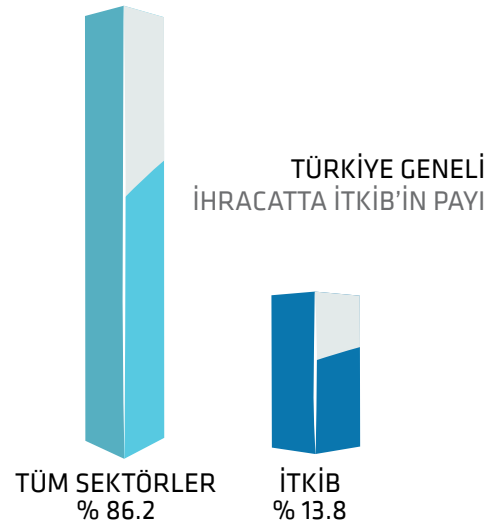
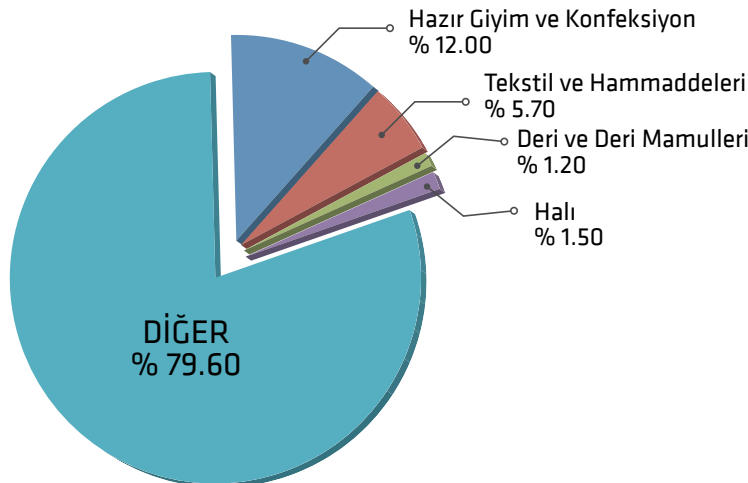


Halı ihracatının geleneksel pazarı S. Arabistan birinciliğini koruyor. Kasım ayında ABD'ye % 26,9 düzeyinde halı ihracatı dikkat çekerken, Libya, Çin ve Rusya'ya yapılan ihracatta ciddi düşüş kaydedildi.

GÖSTERGELER SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$												
SEKTÖRLER	KASIM				OCAK-KASIM				SON 12 AYLIK			
	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)	2013	2014	Değişim (14/13)	Pay (14) (%)	2012/2013	2013 /2014	Değişim (14/13)	Pay(14) (%)
I. TARIM	2,251,275	2,198,386	-2.3	17.1	19,140,643	20,192,019	5.5	14.0	20,974,947	22,392,357	6.8	14.2
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,606,999	1,622,739	1.0	12.6	13,321,005	14,012,609	5.2	9.7	14,618,924	15,587,895	6.6	9.9
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	672,664	602,360	-10.5	4.7	5,912,530	6,067,129	2.6	4.2	6,429,733	6,739,241	4.8	4.3
Yaş Meyve ve Sebze	335,719	339,189	1.0	2.6	1,987,637	2,058,553	3.6	1.4	2,295,636	2,421,883	5.5	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	145,394	130,040	-10.6	1.0	1,210,155	1,299,145	7.4	0.9	1,309,929	1,418,982	8.3	0.9
Kuru Meyve ve Mamulleri	165,846	160,737	-3.1	1.2	1,307,939	1,325,453	1.3	0.9	1,418,777	1,455,767	2.6	0.9
Fındık ve Mamulleri	203,082	293,776	44.7	2.3	1,603,555	2,001,229	24.8	1.4	1,767,247	2,167,474	22.6	1.4
Zeytin ve Zeytinyağı	25,941	15,950	-38.5	0.1	412,688	203,907	-50.6	0.1	439,281	230,788	-47.5	0.1
Tütün ve Mamulleri	51,937	75,722	45.8	0.6	816,459	981,043	20.2	0.7	882,380	1,070,670	21.3	0.7
Süs Bitkileri	6,415	4,965	-22.6	0.0	70,042	76,151	8.7	0.1	76,000	83,092	9.3	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	193,389	195,692	1.2	1.5	1,802,991	2,070,134	14.8	1.4	1,980,058	2,255,296	13.9	1.4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	193,389	195,692	1.2	1.5	1,802,991	2,070,134	14.8	1.4	1,980,058	2,255,296	13.9	1.4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	450,888	379,955	-15.7	3.0	4,016,647	4,109,276	2.3	2.8	4,375,966	4,549,167	4.0	2.9
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	450,888	379,955	-15.7	3.0	4,016,647	4,109,276	2.3	2.8	4,375,966	4,549,167	4.0	2.9
II. SANAYİ	11,060,684	10,283,902	-7.0	79.9	108,640,242	113,766,063	4.7	78.9	118,247,875	124,144,464	5.0	78.9
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,219,794	1,094,089	-10.3	8.5	11,440,320	12,031,725	5.2	8.3	12,413,727	13,116,696	5.7	8.3
Tekstil ve Hammaddeleri	813,456	733,498	-9.8	5.7	7,726,086	8,216,034	6.3	5.7	8,348,386	8,877,686	6.3	5.6
Deri ve Deri Mamulleri	176,410	135,654	-23.1	1.1	1,721,400	1,675,505	-2.7	1.2	1,884,333	1,896,300	0.6	1.2
Halı	229,928	224,937	-2.2	1.7	1,992,834	2,140,186	7.4	1.5	2,181,008	2,342,729	7.4	1.5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,566,437	1,538,981	-1.8	12.0	15,832,528	16,435,992	3.8	11.4	17,238,455	18,034,609	4.6	11.5
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,566,437	1,538,981	-1.8	12.0	15,832,528	16,435,992	3.8	11.4	17,238,455	18,034,609	4.6	11.5
C. SANAYİ MAMULLERİ	8,274,453	7,650,832	-7.5	59.4	81,367,395	85,298,345	4.8	59.1	88,595,693	92,993,161	5.0	59.1
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1,657,168	1,509,039	-8.9	11.7	15,938,332	17,381,130	9.1	12.0	17,306,405	18,802,763	8.6	11.9
Otomotiv Endüstrisi	2,075,494	1,845,222	-11.1	14.3	19,538,857	20,486,258	4.8	14.2	21,175,781	22,250,571	5.1	14.1
Gemi ve Yat	58,767	63,882	8.7	0.5	1,067,918	1,116,816	4.6	0.8	1,167,497	1,212,488	3.9	0.8
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	1,128,313	1,007,010	-10.8	7.8	10,580,473	10,982,706	3.8	7.6	11,579,225	12,096,163	4.5	7.7
Makine ve Aksamları	533,238	473,277	-11.2	3.7	5,224,168	5,495,199	5.2	3.8	5,678,409	6,065,552	6.8	3.9
Demir ve Demir Dışı Metaller	651,407	568,115	-12.8	4.4	6,257,356	6,520,393	4.2	4.5	6,800,038	7,092,754	4.3	4.5
Çelik	1,131,232	906,468	-19.9	7.0	12,631,562	12,049,105	-4.6	8.4	13,872,402	13,236,233	-4.6	8.4
Çimento Camı Seramik ve Toprak	263,624	251,006	-4.8	1.9	2,904,710	2,903,845	0.0	2.0	3,142,568	3,151,679	0.3	2.0
Mücevher	239,853	520,776	117.1	4.0	2,064,314	2,721,034	31.8	1.9	2,228,523	2,910,224	30.6	1.8
Savunma Sanayii	109,259	147,785	35.3	1.1	1,225,393	1,472,731	20.2	1.0	1,397,675	1,636,140	17.1	1.0
İklimlendirme Sanayii	419,098	351,583	-16.1	2.7	3,838,132	4,067,161	6.0	2.8	4,143,179	4,428,157	6.9	2.8
Diğer Sanayi Ürünleri	7,001	6,668	-4.8	0.1	96,179	101,968	6.0	0.1	103,989	110,434	6.2	0.1
III. MADENCİLİK	439,724	393,151	-10.6	3.1	4,614,721	4,280,857	-7.2	3.0	5,011,946	4,700,988	-6.2	3.0
Madencilik Ürünleri	439,724	393,151	-10.6	3.1	4,614,721	4,280,857	-7.2	3.0	5,011,946	4,700,988	-6.2	3.0
TOPLAM (TİM)	13,751,683	12,875,439	-6.4	100.0	132,395,607	138,238,939	4.4	95.8	144,234,769	151,237,810	4.9	96.1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					5,782,697	6,028,077	4.2	4.2	6,549,011	6,204,063	-5.3	3.9
TOPLAM (TİM+TUİK)	13,751,683	12,875,439	-6.4	100.0	138,178,304	144,267,016	4.4	100.0	150,783,780	157,441,873	4.4	100.0

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



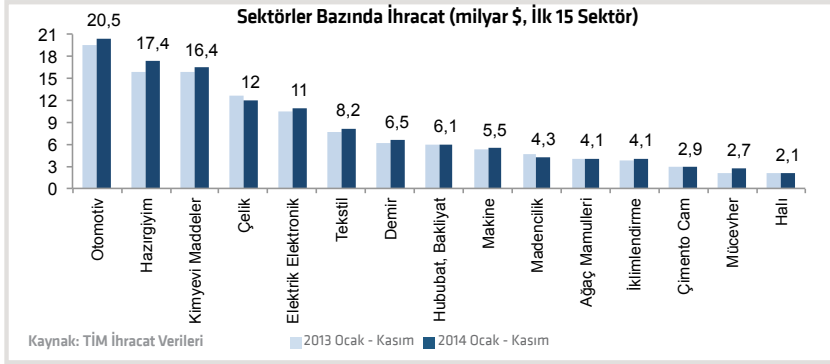
MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

IHRACATTAKİ GELİŞMELER

TİM verilerine göre, Kasım ayında ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre %6,4 oranında azalarak 12,9 milyar dolar oldu. Kasım ayında en çok ihracat yapan sektör 1,9 milyar dolarla otomotiv olurken, bunu her biri 1,5 milyar dolarlık ihracatla, kimyevi maddeler ve mamuller ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörleri takip etti. Bu dönemde otomotiv ihracatı %11,1 oranında yıllık düşüşle dikkat çekerken, kimya ve hazır giyim sektörleri ise sırasıyla %1,8 ve %8,9 daralma kaydetti. Öte yandan, Kasım ayı ihracat sıralamasında 4. sırada yer alan elektronik sektörü %10,8'lik bir düşüş sergilerken, 5.liğe

sahip olan çelik sektöründe ise daralma %19,9 oranında gerçekleşti. 6. sıradaki tekstil sektörünün ise, %9,8 seviyesinde bir ihracat daralmasına imza attığı gözlemlendi. Bu dönemde sektörler genelinde en güçlü performans, yıllık %117,1 artış ile mücevher sektöründe, en keskin düşüş ise, ihracatı %38,5 oranında gerileyen zeytin ve zeytinyağı sektöründe görüldü.

Bu doğrultuda, Kasım ayında yıllık ihracat gelişim hızına en olumlu katkıyı 2 yüzde puanla mücevher sektörü yaptı. Yıllık ihracat artışına, fındık sektörü de 0,7 puanlık bir destek verdi. İlgili dönemde toplam ihracat gelişim oranını aşağı yönlü etkileyen sektörlerin başında ise, otomotiv ve çelik geldi. Bu iki sektör, Kasım ayında Türkiye'nin yıllık ihracat hızını sırasıyla 1,7 ve 1,6 puan olmak üzere olumsuz etkiledi. Yılın ilk 11 aylık döneminde ise, altın hariç mal ihracatı geçen senenin aynı dönemine göre %4,4 oranında artarak 138,2 milyar dolar oldu.

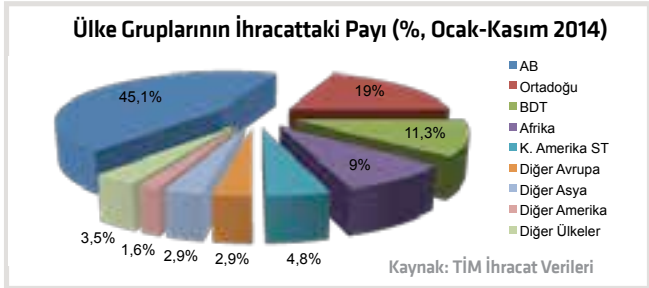
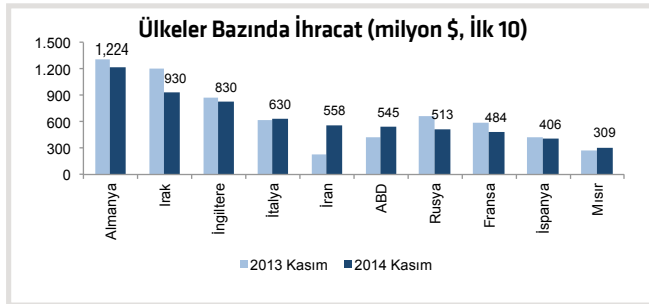


İhracat İlk 11 Ayda %4,4 Büyüdü

Kasım İhracatına En Büyük Katkı Mücevherden Geldi

Otomotiv ve Çelik İhracatı Düşüş Kaydetti

ÜLKELER VE İLLER BAZINDA İHRACAT



İran'a İhracat 3 Haneli Büyüdü

Irak ve Rusya Pazarları Daralıyor

AB ve Ortadoğu İhracattaki Payını Artırıyor



TİM verilerine göre, Kasım ayında en çok ihracat yapılan ilk 5 ülke, Almanya, Irak, İngiltere, İtalya ve İran oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan mal ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre %6,9 azalırken, İngiltere pazarında ise %4,4 oranında bir daralma kaydedildi. Yılın ikinci yarısında önemli ölçüde kan kaybeden Irak pazarında ise, düşüş Kasım ayında da %22,6 oranında devam etti. Aynı dönemde İtalya'ya yapılan ihracat %1,5 artarken, Fransa pazarı ise %17,9 gerileme yaşadı. Öte yandan, güçlü ihracat artışının sürdüğü İran pazarında, Kasım ayında %137,3 oranında bir büyüme gerçekleşti. Son dönemin öne çıkan pazarlarından ABD'de ve Mısır'da ise, ihracat bu dönemde sırasıyla %29,9 ve %13,6 arttı. Bununla birlikte, Ocak-Kasım döneminde, Türkiye'nin ihracat pastasında en büyük dilimlere sahip pazarlar, sırasıyla %9,9, %6,9 ve %6,4'lük paylarla Almanya, Irak ve İngiltere oldu.

Yılın ilk 11 aylık döneminde AB ülkeleri, geçen yılın aynı dönemine göre 2,3 puanlık artışla Türkiye'nin ihracatında %45,1'lik bir paya

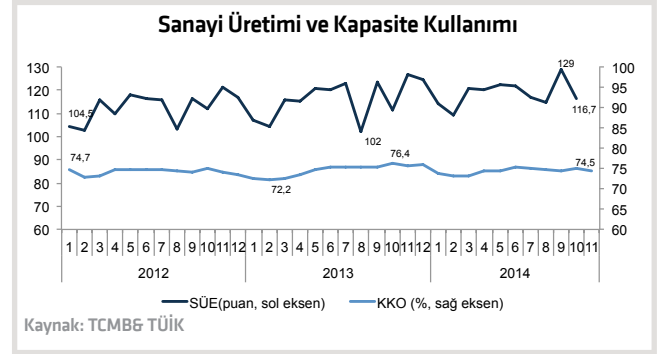
sahip oldu. Bu dönemde ülke grupları arasında 2. sırada gelen Ortadoğu da, payını yıllık bazda 0,3 puan artırarak %19'a yükseltti. Buna karşılık, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ve Afrika ülkelerinin pastadaki payları sırasıyla 1,2 ve 0,6 puan daralma kaydetti. Ocak-Kasım döneminde Kuzey Amerika ve diğer Avrupa ülkelerine yapılan ihracatın payı bir önceki yılın aynı dönemine göre sırasıyla 0,4 ve 0,1 puanlık artış kaydederken, diğer Amerika ve diğer Asya pazarlarındaki dilim daralmaları bu dönemde de devam etti.

En çok ihracat yapan iller arasında ise, Kasım ayında ilk sırayı yine İstanbul alırken, Kocaeli 2.liğini korudu. İstanbul ve Kocaeli bu dönemde sırasıyla 5,79 ve 1,12 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren, Bursa ise 1,06 milyar dolarla 3. sırada yer aldı. Sıralamada 4.lüğü 0,68 milyar dolarla İzmir, 5.liği ise 0,63 milyar dolarla Ankara aldı. 6. sıradaki Gaziantep ise, bu dönemde 0,61 milyar dolarlık ihracat kaydetti. Öte yandan, Kasım ayında önde gelen ilk 10 ihracatçı il arasında sadece Kocaeli'nin yıllık ihracat artışı kaydettiği gözlemlendi.

GÖSTERGELER MAKRO EKONOMİK VERİLER

SANAYİ SEKTÖRÜ

Sanayi Üretim Endeksi (SÜE), Ekim ayında yıllık bazda %4,5 artarak 116,7 puan olarak kaydedildi. SÜE, takvim etkilerinden arındırılmış serilere göre ise %2,4 yükseldi. Söz konusu performansa, %4,5 oranında artış kaydeden imalat sanayinin yanı sıra, sırasıyla %7,1 ve %2,9 artan madencilik ve elektrik, gaz, buhar üretimi alt endeksleri de destek verdi. Endekste, ana sanayi gruplarına göre ise, sermaye malı ve dayanıksız tüketim malı imalatı sırasıyla %7,8 ve %7,4 oranlarında artışlarla dikkat çekerken, diğer tüm kategorilerde de yukarı yönlü hareketler gözlemlendi. Öte yandan, İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (KKO) Kasım ayında 0,4 puan düşerek %74,5 oldu. KKO, bir önceki yılın aynı ayına göre ise 1,1 puan düşüş kaydetti. Oranın Kasım ayındaki yıllık düşüşüne, dayanıksız tüketim malları dışında tüm mal grupları katkıda bulunurken, aylık seyirde ise artış kaydeden kategoriler sadece yatırım malları ile gıda ve içecekler oldu.

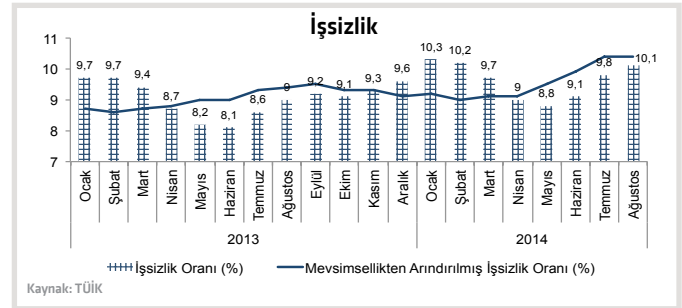


Sanayi Üretim Endeksi Ekim Ayında %4,5 Arttı

Kapasite Kullanım Oranı Kasım'da %74,5 Oldu

İŞGÜCÜ PİYASALARI

Temmuz ayında %9,8 olarak gerçekleşen işsizlik oranı, Ağustos'ta %10,1 seviyesine yükseldi. Oran önceki yılın aynı dönemine göre 0,5 puan artarken, erkeklerde %8,9, kadınlarda ise %12,7 olarak kaydedildi. Bununla birlikte, mevsimsellikten arındırılmış işsizlik oranında da, bu dönemde artış gözlemlendi. Öte yandan veriler Ağustos döneminde istihdam oranının %46,1'e gerilerken, işgücüne katılım oranının ise %51,2 seviyesinde gerçekleştiğini gösterdi. Bu bağlamda işgücüne katılım işsizlik oranındaki artışı tetiklemeye devam ederken, erkeklerde %72,1, kadınlarda ise %30,9 oranında gerçekleşti. Ağustos ayında, genç işsizlik oranının %18,9, tarım dışı işsizlik oranının ise, %12,3 düzeyine yükseldiği de gözlemlendi.



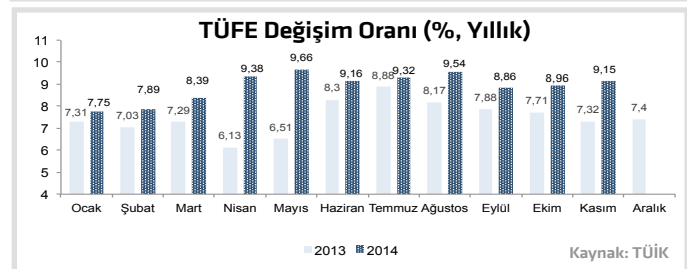
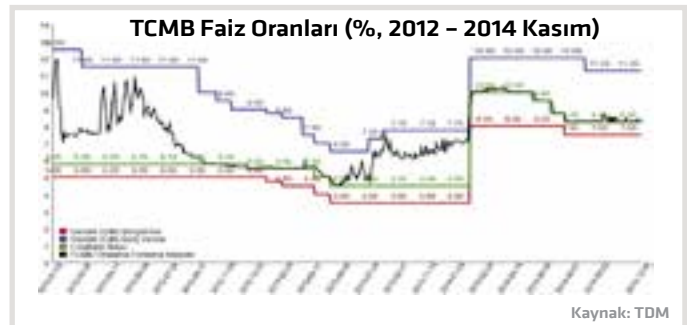
İşsizlik Oranı Yeniden Çift Haneli

Mevsimsel Faktörler İşsizlik Oranını Etkiledi

PARA POLİTİKASI ve ENFLASYON

Para Politikası Kurulu, 20 Kasım tarihli toplantısında, yılın başında alınan makroihtiyati önlemlerin ve para politikasındaki sıkı duruşun etkisiyle, kredi büyüme hızlarının makul düzeylerde seyrettiğini belirtirken, gıda fiyatlarındaki yüksek seyrin enflasyon görünümündeki iyileşmeyi geciktirdiğinin altını çizdi. Kurul, toplantıda tüm ilgili faiz oranlarını sabit tutma kararı alırken, enflasyon beklentileri, fiyatlama davranışları ve enflasyonu etkileyen diğer unsurların yakından izleneceğini ve enflasyon görünümünde belirgin bir iyileşme sağlanana kadar getiri eğrisini yataya yakın tutmak suretiyle, para politikasındaki sıkı duruşun sürdürüleceğini yineledi.

Enflasyon ise, Kasım ayında yükselişini sürdürdü. Bu dönemde bir önceki yılın aynı ayına göre %9,15 artan Tüketici Fiyatları Endeksi'nde (TÜFE), önceki aylarda olduğu gibi, yine gıda fiyatlarındaki artışın ağırlıklı etkisi görüldü. Yıllık bazda sırasıyla %14,37 ve %14,32 oranlarında yükselen gıda ve alkolsüz içecekler ile lokanta ve oteller fiyatları, söz konusu enflasyon oranının 4,5 puanlık bölümünü oluşturdu. Bununla birlikte, %7,64 oranında artan konut fiyatları da, yıllık enflasyonu yukarı yönlü etkileyen önemli bir kalem oldu. Öte yandan Ekim ayına göre %0,18 artan TÜFE'nin aylık yükselişinde, giyim ve ayakkabı %4,11'lik artışıyla en etkili grup oldu. Ulaştırma fiyatları ise, Kasım ayında aylık %1,79 oranında azalarak düşüş hızını artırdı.



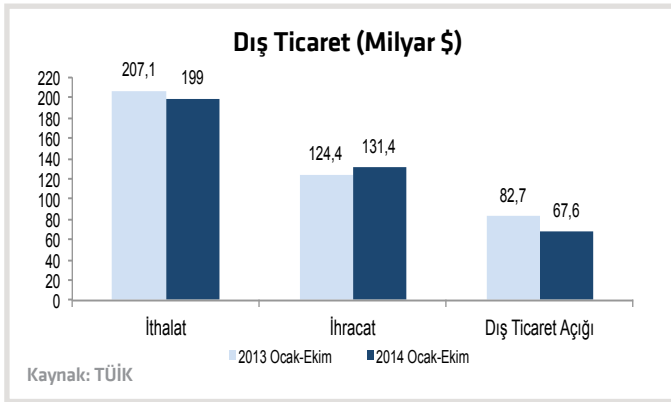
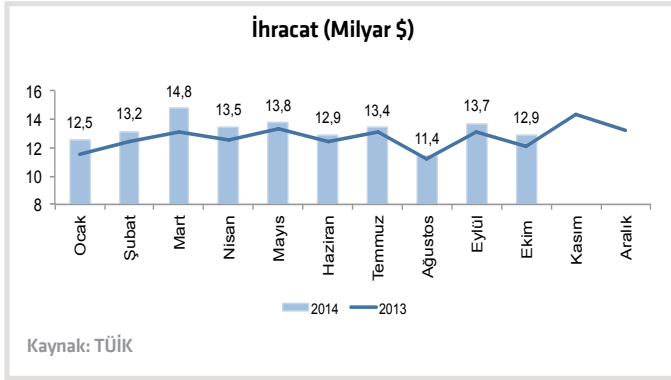
Merkez Bankası Faizlere Dokunmadı

Enflasyon Yükselmeye Devam Ediyor

TÜFE Artışında Giyim ve Ayakkabı Etkili Oldu

MAKRO EKONOMİK VERİLER GÖSTERGELER

DIŞ TİCARET DENGESİ



Dış Ticaret Açığı İlk 10 Ayda %18,2 Azaldı.

İhracat Artışında Gemi ve Mücevher Dikkat Çekiyor

İthalat Düşüşünü Ekim'de de Sürdürdü

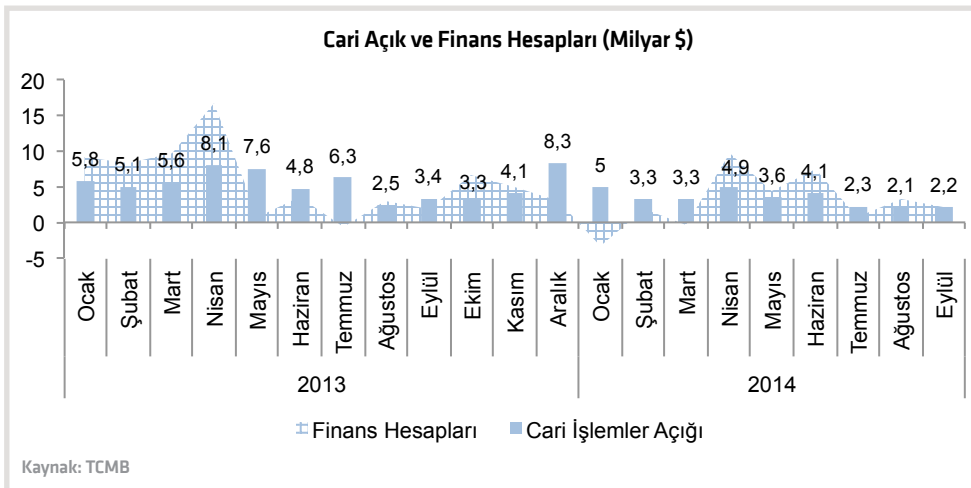
TÜİK verilerine göre, Ekim ayında ihracat geçen yılın aynı ayına göre %7,3 oranında artarak 12,9 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerde ihracat gerçekleştiren ilk iki fasıl, sırasıyla %3,3 ve %3,4 oranlarında yıllık artış kaydeden motorlu kara taşıtları ve makineler oldu. %1 ihracat daralması gerçekleştiren elektronik Ekim ayında 3. sırada yer alırken, 4.lüğü ise %15 bü-yüme kaydeden örme giyim aldı. Öte yandan, bu dönemde yıllık toplam ihracat büyümesine en büyük puan katkısı 1,1 puanla gemi ve suda yüzen taşıtlar yaparken, bunu 0,9'ar puanla kıymetli taşlar ve metaller ile örme giyim takip etti. Ekim ayında ulusal ihracat gelişim hızını en olumsuz etkileyen fasıl ise, %11,7 yıllık daralma kaydeden tuz, kükürt ve topraklar grubu oldu.

İthalat ise Ekim ayında yıllık bazda %1,5 oranında bir düşüş sergileyerek, 19,2 milyar dolar oldu. Bu dönemde en yüksek değerde ithalat yapılan fasıllar, sırasıyla mineral yakıtlar ve yağlar, makineler ve elektronik oldu. İthalat, söz konusu fasılların ilk ikisinde sırasıyla yıllık %3,8 ve %8,7 azalırken, elektronikte ise %5,2 oranında arttı. Ekim ayında ithalatın gelişim hızına en büyük katkı, kağıt ile yağlı tohum ve meyve fasıllarından gelirken, aşağı yönlü destek veren grupların başında ise kıymetli taşlar ve metaller ile makineler yer aldı. Bu veriler doğrultusunda, dış ticaret açığı Ekim ayında yıllık %15,8 oranında bir düşüşle 6,3 milyar dolar oldu. Söz konusu dönemde ihracatın ithalatı karşılama oranı da, 5,5 puan artarak %67,4 seviyesine yükseldi.

Öte yandan, yılın ilk 10 ayında ihracatın %5,6 artarken, ithalatın %3,9 azalması sonucu, dış ticaret açığı yıllık bazda %18,2 gerileyerek 67,6 milyar dolar oldu. Ocak-Ekim döneminde ihracatın ithalatı karşılama oranı ise, 2013 yılındaki %60,1 seviyesinden %66'ya yükseldi.

ÖDEMELER DENGESİ

Cari işlemler açığı Eylül ayında 2,2 milyar dolar olarak gerçekleşti. Eylül ayı cari işlemler hesabı, mal ve birincil yatırım kaynakları dengelerindeki sırasıyla 5 ve 0,8 milyar dolarlık açıklarla aşağı yönlü hareket ederken, hizmetler dengesindeki 3,4 milyar dolarlık fazladan olumlu etkilendi. Ocak-Eylül döneminde ise, cari açık bir önceki yılın aynı dönemine göre %37,2 gerileme kaydederek 30,9 milyar dolar oldu. Altın hariç cari açık da, bu dönemde %25,7 oranında bir daralma sergiledi. Öte yandan, altın ve enerji hariç yıllıklandırılmış cari dengenin, 3. çeyrekte fazla verdiği göze çarptı. Ödemeler dengesinin finansman kısmında ise, Eylül ayında bir miktar zayıflama gözlemlendi. Bu dönemde 2,1 milyar seviyesinde kaydedilen finans hesaplarına, borç senetleri ile diğer yatırımlar kalemindeki banka yükümlülüklerinin katkı verdiği görüldü. Eylül ayında net hata ve noksan kalemi -0,3 milyar dolar olarak gerçekleşirken, TCMB rezervlerinden 0,45 milyar dolar karşılandı.



Cari Açık Düşüşünü Sürdürüyor

Altın ve Enerji Hariç Açık Fazla Verdi



KINGDOM®

*Kingdom is dedicated in
the best linen yarn*



FİLOFİBRA PAZARLAMA A.Ş.

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

One of the biggest
suppliers of linen yarn
in the world



UNIVERSAL

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