



HAZIR GİYİM VİTES YÜKSELTİ

İHKİB'İN YENİ BAŞKANI
MUSTAFA GÜLTEPE:

HEDEF

33

MİLYAR DOLAR

İstanbul'da

*Fashion
Week*
vakti

THE CORE İSTANBUL
KÜRESEL ALICILARIN
MERKEZİ OLDU

TEŞVİK,
TEKSTİLDE YÜZDE 20
İHRACAT ARTIŞI
SAĞLAYACAK



StyleShoots Live'ı Instagram'da keşfedin! @astasjuki



ASTAS JUKI

Teknoloji ve Çözümler Dünyası

 StyleShoots



ron

TEXTILE AUXILIARIES



Deliklikaya Mah. No:43 34867 Hadımköy - Arnavutköy / İstanbul

Tel: +90 212 775 23 50 - 51 - 52 **Fax:** +90 212 775 23 56 **Email:** info@ronkimya.com.tr

www.ronkimya.com.tr

içindekiler

6 AVRUPA

MAY: AB İLE GÜMRÜK BİRLİĞİ SÖZ KONUSU DEĞİL



6

MAKALE

Haluk ÖZELÇİ

BREXIT
MUZAKERELERİNDE
UZLAŞMA
RAHATLATTI



8 PORTRELER

TGSD YK Başkan Yardımcısı
Esra ERCAN

ZETSIAD YK Başkanı
Mustafa SARTIK

Moda Tasarımcısı
Erdem MORALIOĞLU

Moda Tasarımcısı
Önder ÖZKAN



18 İHKİB

İHKİB'İN YENİ BAŞKANI:
MUSTAFA GÜLTEPE



22 KAPAK

33 MİLYAR DOLARA KOŞAN HAZIR GİYİMİN YENİ KAPTANI MUSTAFA GÜLTEPE: "DÖRT DÖRTLÜK PLANIMIZ VAR"



HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ DENİZLİ'DE BULUŞTU

28 HAZIR GİYİMİN BAŞKANLARI DENİZLİ'DE BULUŞTU
TEKSTİL SEKTÖR KURULU DENİZLİ'DE

34



AKBARKOD®

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



BAY. **ENTEGRE PRO**
veri nesil. çözümün



Italora



EPSON



ISO 9001:2008
LL-C
Certification
Belge No: 901328

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



50 TEŞVİK MÜJDESİNE TEKSTİLCİLERDEN REKOR İHRACAT SÖZÜ



60 HAZIR GİYİMDEKİ BECERİLERİNİ YARIŞMADA SERGİLEDİLER

62 ZİRVE

HAZIR GİYİMİN
KAPTANLARI
GLOBAL TANITIM
İÇİN OMUZ OMUZA



64 SEMİNER

TÜRKİYE
İHRACATINI
NELER BEKLİYOR?

66 FUAR

PURE LONDON'DA
İLGİNİN ODAĞI
TÜRKLER OLDU

68 FUAR

MOSKOVA'DA
TÜRKLER SAHNEDE

70 FUAR

İLM OFFENBACH İLE
ALMANYA PAZARI
YAKIN PLANDA

74 SEKTÖR

D'S DAMAT, ERKEKLERİN
İÇ DÜNYASINA DA
GİRİYOR



82 RÖPORTAJ

MODANIN ARTIK
PSİKOLOJİSİ VAR

84 ETKİNLİK

İHKİB ARAMA
KONFERANSLARI
İLE MESLEKİ
EĞİTİMİN VE
SEKTÖRÜN
İHTİYAÇLARINI
BELİRLİYOR

SAHİBİ

İTKİB adına Erol TUNA

YAYIN KURULU

Hikmet TANRIVERDİ
İsmail GÜLLE
Mustafa ŞENOCAK
Uğur UYSAL

YÖNETİM YERİ

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

YAPIM


küçük mucizeler
yayıncılık ve iletişim

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Meral GÜLER
meralguler@kucukmucizeler.com

EDİTÖR

Cenk SARIOĞLU
cenk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Muhammed AKDENİZ
muhammed@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF

Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

PAZARLAMA İLETİŞİM REKLAM GRUPOĞRETİMİ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

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

İLETİŞİM

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

BASKI-CİLT

KARAKIŞ BASIM
Maltepe Mahallesi Litros Yolu Cad.
2. Matbaacılar sitesi No: 1BF1
Zeytinburnu/İSTANBUL

DAĞITIM

PTT

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

TEKNOTEKS TEKSTİL İMALAT TAKİP YAZILIMI İLE TANIŞIN...



Modüller

- Ön Maliyet
- Numune Takip
- Model
- Sipariş
- Süreç Planı
- Kapasite Planı
- Tedarik ve Stok Takibi
- Barkotlu/Barkodsuz Stok Takibi
- Barkotlu/Barkodsuz Üretim Takibi
- Paketleme Ve Sevkiyat
- İhracat
- Finans / Muhasebe
- E-Fatura
- E- Defter
- Özel Belge Tasarımları
- Kodlama Sihirbazları
- Hızlı Giriş Şablonları
- Dahili ve Otomatik Bilgilendirme Sistemi
- Özel Rapor Tasarımı
- Standart Raporları

- Dokuma Konfeksiyon
- Örme Konfeksiyon
- Triko Konfeksiyon
- Çorap

Merkez Ofis: Bahçelievler mah.
Fevzi Çakmak Cad. No:32/6
Bahçelievler / İstanbul / Türkiye
Tel: +90 212 441 80 18
Şube: İnönü Üniversitesi
Teknopark-Malatya
info@keybilgi.com

ALMANYA'DA İŞSİZLİK, REKOR SEVİYEYE GERİLEDİ

Almanya Federal Çalışma Ofisi'nin mevsimsel etkilerden arındırılmış verilerine göre Mart ayında işsiz sayısı 19 bin azalarak 2 milyon 373 bin oldu. Ülkede toplam işsiz sayısı Mart ayında beklentilerin üzerinde düştü ve işsizlik oranı rekor seviyeye geriledi. Mart ayında işsiz sayısının 15 bin gerilemesi bekleniyordu. Aynı ayda işsizlik oranı da yüzde 5,4'ten 5,3'e geriledi. Bu, Doğu ve Batı Almanya'nın birleştikleri 1990 yılından bu yana görülen en düşük işsizlik oranı olarak kayıtlara geçti.



MAY: AB İLE GÜMRÜK BİRLİĞİ SÖZ KONUSU DEĞİL

Avrupa Birliği (AB), üye ülkeler arasında savunma alanında iş birliğini daimi hale getirmeyi öngören Yapılandırılmış Daimi İşbirliği'nin (PESCO) uygulanması için bir yol haritası belirledi. AB Konseyi'nden yapılan yazılı açıklamada, Konsey tarafından da onaylanan yol haritasının savunma alanındaki iş birliğine hem süreç ve yönetim açısından yön vermeyi amaçladığı hem de gerekli sorumlulukların yerine getirilmesini sağlayacağı kaydedildi. Yeni yol haritasında üye ülkelerin ulusal taahhütlerini nasıl yerine getirmeyi planladığına dair bir denetleme sürecinin de belirlendiği aktarılan açıklamada, gelecekte yapılması planlanan projeler için de zaman çizelgesi oluşturulduğu ifade edildi. Açıklamada, geçen yıl PESCO üyelerinin mutabık kaldığı 17 projenin de AB Konseyi tarafından onaylandığı belirtildi. Projelerin savunma alanında eğitim, kabiliyet gelişimi ve harekate hazırlık durumu gibi farklı konuları ele aldığı duyuruldu.



BREXIT MUZAKERELERİNDE UZLAŞMA RAHATLATTI

Haluk ÖZELÇİ

İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

Müzakereciler arasında varılan görüş birliğinin Avrupa Birliği, Birleşim Krallık ve bunlarla ticari ve ekonomik ilişki içinde olan tüm ülkelerdeki sanayi ve ticaretle uğraşanlar açısından şimdilik bir rahatlama yarattığına şüphe yok.

AB müzakerecisi Barnier ile Birleşik Krallığı (BK) temsil eden Davis bir süre önce, BK'nın yasal olarak AB dışında kalacağı 30 Mart 2019 tarihinden itibaren başlayan 21 ay süreli bir geçiş dönemi üzerinde görüş birliğine vardıklarını açıklamışlardı. Uzun süreden beri hiçbir ilerleme sağlanamayan müzakerelerin ardından bu kararın alınmasını zorlayan koşulların başında, belirsizlikten bunalan tüm iş çevrelerinden gelen yoğun baskıların etkili olduğuna şüphe yok.

Nedeni ne olursa olsun müzakereciler, 23 Mart'ta yapılan Avrupa Konsey Toplantısı öncesinde Brexit konusunda olumlu bir ilerleme sağladıklarını, nihai anlaşmanın bu çerçevede müzakere edilebileceğini göstermiş oldular. Basına yansıyan haberlerden Konseyin bu anlaşmadan memnun olduğu anlaşılıyor. Ayrıca, Başbakan May'in, İrlanda Cumhuriyeti / K.İrlanda sınırı konusunda verdiği yazılı güvencenin iyimser bir hava yarattığını söylemek mümkün.

Ancak, toplantının ardından yayımlanan Konsey belgesinde, İrlanda Cumhuriyeti / Kuzey İrlanda arasındaki sınır ve BK'nın, Cebelitank'tan çekilmesi konuları tümüyle açıklığa kavuşturulmadan bu işin tamamlanmış sayılamayacağı yer almakta. Başka bir deyişle Konsey, "Her konu üzerinde anlaşılmadan hiçbir konuda anlaşma sağlanmış sayılmaz" diyor. BK ile yapılacak bir anlaşmanın haklar ve yükümlülükler dengesi gözetilerek düzenleneceğine bu durumda, AB'ne üye olmadığı için onun üyelik yükümlülüklerini üstlenmeyen tarafın, üyelere sağlanan hak ve imkânlardan da yararlanamayacağı gayet açık bir şekilde ortaya konmuş durumda.

Konsey belgesinde 21 aylık geçiş dönemi süresince BK'nın, Tek Pazar ve Gümrük Birliği içinde kalarak süreç içinde AB'nin alacağı bütün kararlara uymak zorunda olacağına fakat karar alma mekanizmasında yer alamayacağına dikkat çekilmekte. Ayrıca AB'nin, geçiş dönemi sona erdikten sonra dengeli ve geniş alanları kapsayan bir STA'ya hazır olduğu-

na ve bu anlaşmanın BK'nın üye ülke konumu sona erdiğinde tamamlanabileceğine işaret ediyor. Böyle bir STA'da, bütün sektörlerde tarifeler sıfır olurken, hiçbir miktar kısıtlaması bulunmayacak. Müzakereciler arasında varılan görüş birliğinden sonra Konseydeki olumlu gelişmelerin, AB, BK ve bunlarla ticari ve ekonomik ilişki içinde olan tüm 3. ülkelerdeki sanayi ve ticaretle uğraşanlar açısından şimdilik bir rahatlama yarattığına şüphe yok. Avrupa Konseyinin önümüzdeki Haziran Zirvesinde konuyu yeniden değerlendirmesi bekleniyor.

- AB Komisyonu Fikri Mülkiyet Hakları (IPR) İhlallerini İzleme Birimi, "Üçüncü Ülkelerde Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması ve Uygulanması" konusunda bir araştırma yapmıştı. Daha sonra bu araştırma, bir rapor haline dönüştürülüp Komisyondaki görevliler için çalışma belgesi haline getirildi. Burada amaç, üçüncü ülkelerde IPR'in nasıl korunduğunun ve bunlara yönelik önlemleri ve uygulamaların hangi düzeyde olduğunun belirlenmesi ve bu konuda "öncelikli ülkeler" listesi hazırlanması olarak açıklanıyor. Böylece KOBİ'lere, üçüncü ülkelerle ticari ilişkiye girerken potansiyel risklerin neler olduğu, hangi hususlara dikkat etmeleri ve nasıl bir iş planlaması yapmaları yönünde detaylı bilgi sağlanmış olacak. Rapor, son dönemlerde taklit malların en çok e-ticaret yoluyla yapıldığını gündeme taşıyor. Küçük partiler halinde posta ve express servisler kanalıyla yerine getirilen siparişlerin izlenmesi ve yakalanmasının yarattığı zorluklara işaret ediyor.

Taklit ve korsan malların izlediği ticari yolların karmaşık bir hâl almasını ve Hong Kong Singapur gibi uluslararası transit noktalarının tercih edilme-ye başlamasını tesadüflerle açıklamak olası değil. Geride iz bırakmamak amacıyla başvuru yolları bunlarla sınırlı kalmıyor. Yeniden ambalajlama ve etiketleme için serbest ticaret bölgelerine olan ilgi önemli düzeyde artmış bulunuyor.

Raporda yer alan bir başka önemli bilginin, IPR haklarının korunması ve uygulamasının son iki yılda gerilediği veya kabul edilmeyecek düzeyde zayıf olduğu üçüncü ülkelerin listesi olduğunu söylemek mümkün. Bu ülkeler en sorunlu olanlardan başlayarak, Çin, Arjantin, Hindistan, Rusya, Türkiye, Ukrayna, Brezilya, Ekvator, Malezya, Meksika, Filipinler, Tayland ve ABD olarak sıralanmakta. Fikri mülkiyetle ilgili problemlere yönelik uygulamaların önündeki en büyük engellerin, yeterli altyapı ve kaynak eksikliğinin yanı sıra, fikri mülkiyete konu olan malın değeri hakkındaki bilgi eksikliği olduğu görülüyor.

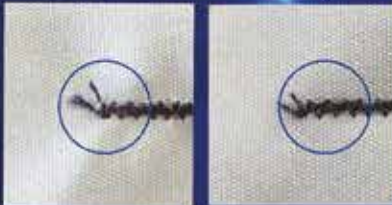
brother
at your side

NEXIO KE-430HX/HS

Endüstrinin En Hızlı Punteriz Makinesi



- Dikiş bitiminde minimum iplik kalmasını sağlayan "Kısa İplik Teknolojisi"



- İplik tansiyonunu dijital olarak ayarlayabilme
- Kullanıcı dostu, renkli LCD dokunmatik panel
- İplik kopmasını önleyici soğutucu sistem
- Yağ lekesiz temiz dikiş ve dahası...

Türkiye Distribütörü

UĞUR
M A K İ N A L A R

0212 495 00 00
www.brothertr.com



Esra ERCAN

TGSD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Kadın isterse başarılı olur

Hazır giyim sektöründe 28 yıldır uluslararası firmalar için çalıştığını söyleyen TGSD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Esra Ercan, "Bugüne kadar açıp yönettiğim uluslararası satın alma ofislerinin tamamının en az yüzde 80'i kadınlardan oluşuyordu. Şu anda ortağı olduğum Spring Near East satın alma ofisinde, 100 kişilik ekibin 90'ı kadın. Kadınların çok fonksiyonlu, detaycı, meraklı ve ısrarcı olması bizim yaptığımız işte çok faydalı oluyor" diyor. Kadınların iş dünyasındaki önemini detaylandıran Esra Ercan, "İstisnalar dışında, kadınların duygusal zekâsı erkeklere göre daha gelişmiş, kadın aynı anda birkaç şeyi yapabiliyor, daha pratik, dil öğrenimine daha yatkın, daha detaycı ve sabırlı. Kadın; istemesi durumunda iş dünyasında çok başarılı olabilir. Burada hedef ve niyet çok önemli. Tecrübe ile sabit ki "Çocuk da yapıyor kariyer de" diye ifade ediyor.

Nebim V3 ERP'yi tercih eden önde gelen 150 marka

ADILIŞIK	adventurepublic alternativesportshop	AKER	ALFA ROMEO	ALTYILDIZ CLASSICS	ALVINA	APPARIVA	ARC	ARMİNE	OS spor
atlas	AVVA	AZİZ bebe	B&G store	batik	BIRKENSTOCK	BEYEMEN BUSINESS	bilinceo	BİLSAR	BIRKENSTOCK
BREEZE Girls & Boys	Brooks Brothers	CAMP SPORTS	Cashmere	MORSA DI CENTONE	Chakra	chicco	CHIMA OUTDOOR LIFE	Civil	Columbia
Coquet	CRISPINO	DAFFARI	DAGI	DAMAT TWEEN	darren	DESAN	dinatoka	DOĞAN CANTRA	DOLCEVITA HALLI
D'S damat	DUFY	ECCO Shoes for Life	EFOR	EKOL	EMERSONPREMIUM	ender	ERAKI	faik sönmez	FASHION FRIENDS Moda Sanayi
FOREVER NEW	GoDe "soft windows"	Giovane Gente	GIZIA	GÖN Good Good Good!	GSSTORE	GUCCI	GUSTO	hanım	HASIRCILAR
HATEMOĞLU	HERRY	HOGAN	Home Sweet Home	hummel	idilbaby	İKS	imza	INTERSPORT	IPEKYOL
JOURNEY	KANZ	KARACA	KAYRA	KEEP OUT	tanca KIRIL YANCA	KIFIDIS	KIRILAR	KIKI RAKI	KIP
KOMPEDAN	KOTON	Lee Cooper	lescon	Levi's	loya	Lufian	MACHKA	MADAME COCO	mapa
MARATON	marka park	matilla	MCS SHOES & BAGS	MENDO'S	merinos ITALY	MODALGI	morven	MUSTANG	NaraMaxx
NU	OLEG CASSINI	ÖZKAN FOODS	PANÇO	PERSPECTIVE	PICASSU	POLOGARAGE	RAMSEY	ROMAN	
ROMANO BOTTA	ROYAL HALLI	SABRA	SARMAÇ carsi	shumix	SARI ETİKET	SHOWFONO	Soteen	Sementa	SETRE
SILK & CASHMERE	SKECHERS	SW sport works	Sportime	SPX SPORT FOOTWEAR	STEFANEL	SUWEN	SÜVARI	TALU TENİSTİL	TANA TENİSTİL
TERGAN	TERGAN	THEORIE	tiffany	Timberland	MİSİRLİ	TÜZÜN	TWIGY	TWIST	UNDER ARMOUR
VENA	VAKAM	VETRINA	WHITE STONE	YDS	yalıspor	YARGICI	YK YEŞİL KURDUĞA	ZAA	ZUHRE

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 alma, 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/basarihikayeleri>
<http://www.nebim.com.tr/nebimV3>

[f](#) /NebimYazilim [in](#) /NebimYazilim [yt](#) /NebimYazilim

NEBİM

NEBİM

V3



Mustafa SARTIK

ZETSIAD Yönetim Kurulu Başkanı

Katma değer için yerli yatırım artırılmalı

ZETSIAD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Sartık, Türkiye'nin tasarımda hedeflediği noktaya gelebilmesi için öncelikle yerli üretimin desteklenmesi gerektiğini belirtiyor. Üretimde katma değer sağlayabilmenin yolunun sektör olarak bilinçlenmeden geçtiğine inanan Sartık, "Ülkemizde hem pamuğu, hem kimyasalımızı, hem makinemizi ithal aldığımız için ne yazık ki katma değer yaratamıyoruz. Tüm bunları kendi ülkemizde üretmeliyiz. İnsanları da bu yönde bilinçlendirmeliyiz. Bu konuda sektör bilinçli bir şekilde çalışanını yönlendirmiyor. Biz sadece fasonculuk yapıyoruz ve katma değer yaratamıyoruz. Katma değeri artırmak için öncelikle sanayi altyapısını oluşturmamız gerekiyor. Bunları oluşturarak katma değere ulaşacağız. Yeterli ve bilinçli bir Ar-Ge oluşturulmuyor. Sanayileşme için devlet bu durumun önünü açarsa ve sanayiciler de 'Biz nasıl yatırım yapabiliriz?' üzerine çalışırsa iyi bir noktaya geliriz" diyor.

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 Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail : info@ozbilim.com
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com



Erdem MORALIOĞLU

Moda Tasarımcısı

Moda dünyasının zirvesinde bir Türk

"Çiçeklerin Efendisi" olarak dünya modasında nam salan Türk modacı Erdem Moralioğlu, hayatını kariyerine başladığı yer İngiltere'de devam ediyor. Dünyanın en çok takip edilen ve konuşulan isimlerinden Cambridge Düşesi Kate Middleton, giysilerinde Erdem Moralioğlu imzasını tercih eden kraliyet mensuplarından sadece biri... Michelle Obama, Sarah Jessica Parker, Sienna Miller, Kate Winslet, Lara Stone, Marion Cottillard, Michelle Williams, Julianne Moore, Anne Hathaway, Keira Knightley ve Emma Stone da Erdem fanatikleri arasında.



günlükotokirala

aradığın araç burada

Sağa Sola
Bakma



Aradığın araç
ÇOK YAKINDA
burada

www.gunlukotokirala.com



Önder ÖZKAN / Moda Tasarımcısı

Önemli olan: sürdürülebilirlik

Anadolu medeniyetleri ve arkeolojiden beslenen ve mimari formları, triko dokular ile birleştirerek uyguladığı tasarım yaklaşımı ile 18 yıldır hazır giyim sektörünün içerisinde yer alan Moda Tasarımcısı Önder Özkan'a göre ekip çalışması çok önemli. Özkan; "Sürekli ve çok üretmek değil veya en büyük binaları yaparak değil, fikir oluşturarak ortaya çıkartıp bunu yeni ve benzersiz pazarlama taktikleriyle sürdürülebilir hale getirmek önemli olan. Tamamen ekip çalışması." 2003 yılında Deri Tasarım Yarışması'nda üçüncülük ödülü alan Önder Özkan, "Mesleğime hocalık gibi önemli bir titri de koymuş, uluslararası ödüller almış bir tasarımcı ve girişimciyim. İhracat ve iç piyasaya yönelik çalışmalar yapmaya devam ediyorum" diyor.

BOSS
HUGO BOSS

lotto

LC Waikiki

Doğaya ve
insana

kinetix

MILLET

O'NEILL

dost

GUESS

FLAIR

DIESEL

arena

**JACK & JONES®
TECH**



USPA

Penti

SPORT



İبیلیتیا

hummel

2004 yılında kurulan firmamız,
Transfer etiket, Reflektör transfer,
Yüksek transfer, Reflektör yüksek
transfer, Kot etiketi, Ayakkabı
etiketi, Transfer presi, Teknik
tekstil ve kimyasalları üzerine
faaliyetini sürdürmektedir.

www.teknikatekstil.com.tr

İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Saraçlar Sitesi 1. Blok No:8 İkitelli / İstanbul

Tel: +90 212 485 52 73 - 486 02 09 - 486 02 10 Faks: +90 212 485 52 74 E-mail: teknikatekstil@gmail.com

Dünyayı ilikliyoruz

60 yıllık tecrübemiz, aylık 300 milyonu aşan üretim kapasitemizle dünyanın önde gelen giyim markalarının düğmedeki tercihi biziz.



www.polsanbutton.com.tr

[/polsanbuttonco](https://www.facebook.com/polsanbuttonco)

[/company/polsan-button](https://www.linkedin.com/company/polsan-button)

[/polsanbutton](https://www.instagram.com/polsanbutton)

POLSAN 
BUTTON MANUFACTURING & TRADE CO. INC.

MODANIN ÇEKİM GÜCÜ



**- Koroza - Boynuz - Kemik - Sedef - Tahta - Kokonat -
- Polyester - Metal - Çubuk - Urea - Kumaş Kaplı**

www.polsanbutton.com.tr

444 1 POL

0216 488 87 87

Fabrika - Genel Merkez:

Topselvi Mah. Kubilay Cad.
No:77 Kartal / İstanbul

Metal Fabrika - Showroom:

İkitelli OSB Atatürk Bulvarı Haseyad 2. Kısım
Kunt Holding Ap. No:110 /Z4 Başakşehir /İST

POLSAN 
BUTTON MANUFACTURING & TRADE CO. INC.



İHKİB'DE YENİ DÖNEMİN ADI: MUSTAFA GÜLTEPE

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının dörtte üçünü tek başına gerçekleştiren İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) başkanlığına, son üç dönemin başkan yardımcısı olan, Mustafa Gültepe seçildi.

Birliklerdeki seçim maratonu hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının amiral gemisi İHKİB ile başladı. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) başkanlığına Mustafa Gültepe seçildi. Sonuçların açıklanmasının ardından teşekkür konuşması yapan Gültepe, seçime tek aday olarak katılmıştı. 4 yıl boyunca İHKİB Başkanlık görevini yürütecek olan Mustafa Gültepe, sonuçların açıklanmasının ardından yaptığı konuşmada, başkanlık bayrağını devraldığı Hikmet Tanrıverdi'ye hazır giyim endüstrisine katkılarından dolayı teşekkür etti.

İhracatımız yüzde 11,4 arttı
İHKİB'in tıpkı ihracattaki liderliği gibi demokratik olgunlukta da örnek bir kurum olduğunun

altını çizen Gültepe, şöyle devam etti: "Bugün bu olgunluğumuzu bir kez daha herkese gösterdik. Bayrağı baharın ilk günlerinde devralıyoruz. Bahar, doğanın yeniden canlanışının, yeni başlangıçların, umudun mevsimidir. Sektörümüzde de bir bahar havası var. Böylesi bir ortamda bize güvenen ve destek veren tüm hazır giyim ihracat ailesine teşekkür ediyorum. Konjonktürel olarak şanslı bir döneme girmiş bulunuyoruz. Zorlu üç yılın ardından 2018'e çok iyi bir başlangıç yaptık. İlk çeyrekte geçen yıla göre yüzde 11,4 artıdayız. Hızımıza hız katıp bu oranı çok daha yukarılara çekmek için çalışacağız." Sektörün ihtiyaçlarını bildiklerini ifade eden Gültepe, yakın gelecekte projelerini ihracatçılarla ve kamuoyu ile paylaşacaklarını sözlerine ekledi.



Hızımıza hız **KATACAĞIZ**

İHKİB başkanlık görevini devralan Mustafa Gültepe; "Zorlu üç yılın ardından 2018'e çok iyi bir başlangıç yaptık. İlk çeyrekte geçen yıla göre yüzde 11,4 artıdayız. Hızımıza hız katıp bu oranı çok daha yukarılara çekmek için çalışacağız" diye konuştu.

İHKİB'İN YENİ BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE'Yİ TANIYALIM

Talu Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı olan Mustafa Gültepe, 1968 Trabzon Tonya doğumlu. Yükseköğrenimini 9 Eylül Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünde tamamladı. Son üç dönem boyunca İHKİB'de Başkan Yardımcılığı görevini yürüten Gültepe, evli ve 3 çocuk babası.





iHKiB
İSTANBUL HAZIR GIYİM VE
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Yönetim Kurulu



Başkan

Mustafa Gültepe

Talu Tekstil San. ve Tic. A.Ş.

Yönetim Kurulu Asil Üyeler

<u>Hikmet Tanrıverdi</u>	Texmart Tekstil Ür. San. ve Dış Tic. A.Ş.
<u>Özkan Karaca</u>	Ultra Çorap Teks. San. ve Tic. A.Ş.
<u>Urfi Akbalık</u>	Özak Teks. Konf. San. ve Tic. A.Ş.
<u>Jale Tunçel</u>	Bilkont Dış Tic. ve Teks. San. A.Ş.
<u>Sabri Sami Yılmaz</u>	Sabra Teks. San. ve Tic. A.Ş.
<u>İsmail Kolunsağ</u>	Cross Teks. San. ve Tic. A.Ş.
<u>Nazım Kanpolat</u>	Buse Teks. Paz. Dış Tic. Ltd. Şti.
<u>Mustafa Paşahan</u>	Zevigas Teks. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.
<u>Cem Altan</u>	Aycem Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.
<u>Nejdet Ayaydın</u>	İpekyol Giy. San. Paz. Ve Tic. A.Ş.

Yönetim Kurulu Yedek Üyeler

<u>Serdar Bekmezci</u>	Gelal Çorap San. ve Tic. A.Ş.
<u>Ayhan Onat</u>	Onat Teks. Konf. San. ve Tic. A.Ş.
<u>Mehmet Kaya</u>	TYH Uls. Teks. Paz. San. ve Tic. A.Ş.
<u>Müge Hepyüksel Keçik</u>	GMT Teks. Gıda ve Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.
<u>Mithat Samsama</u>	Cüno Teks. Konf. San. ve Tic. Ltd. Şti.
<u>Haldun Boz</u>	Teksim Giyim San. ve Tic. Ltd. Şti.
<u>Hayrettin Gümüşkaya</u>	Giteks Konf. San. ve Tic. A.Ş.
<u>Hayrettin Nuri Yüksel</u>	Yüksel Teks. ve Nakış San. ve Tic. Ltd. Şti.
<u>Barış Eraslan</u>	Dosso Dossi Teks. San. Turizm ve Org. A.Ş.
<u>Timur Bozdemir</u>	DF Dış Tic. Ltd. Şti.

Denetim Kurulu Asil Üyeleri

<u>Birol Sezer</u>	İleri Giyim San. ve Dış Tic. A.Ş.
<u>Erdinç Tercan</u>	Kübra Teks. San. ve Dış Tic. A.Ş.
<u>Aydın Erten</u>	Erten Teks. ve Örmeye San. Tic. Ltd. A.Ş.

Denetim Kurulu Yedek Üyeleri

<u>Hikmet Ünal</u>	Setre Giyim Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.
<u>Ercan Hardal</u>	Tugi Çocuk Giy. ve Teks. San. Tic. Ltd. Şti.
<u>İlker Karataş</u>	İnvivia Moda Teks. San. ve Tic. A.Ş.

Stretching Beyond

Black

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

eco-soft

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

PowerFit

creora® Power Fit spandex yüksek düzeyde kuvvet ve sıkılaştırma için tasarlanmış spandex

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr.Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

www.creora.com

creora® is registered trade mark of the Hyosung Corporation for its brand of premium spandex.


creora®
it's in our every fiber



33 MİLYAR DOLARA KOŞAN HAZIR GİYİMİN YENİ KAPTANI MUSTAFA GÜLTEPE: "DÖRT DÖRTLÜK PLANIMIZ VAR"

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı olarak ilk basın toplantısını düzenleyen Mustafa Gültepe, 4 yıllık yol haritasını oluşturan eylemleri gerçekleştirmek için kolları sıvadıklarını söyledi.

Gültepe, plandaki hedeflerin tutturulması halinde 17 milyar dolar olan hazır giyim ihracatının 33 milyar dolara çıkacağını bildirdi.

Hazır giyim ihracatının amiral gemisi İHKİB'te 3 Nisan'da yapılan seçimle başkanlık koltuğuna oturan Mustafa Gültepe, işe hızlı başladı. Mustafa Gültepe ve ekibi, halen 17 milyar dolar olan hazır giyim ihracatını ikiye katlayacak 'Dört Dörtlük Plan' için kolları sıvadı. 16 Nisan tarihinde Çırağan Sarayı'nda basın toplantısı düzenleyen İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'de hazır giyim ihracatının dörtte üçünü gerçekleştiren Birlik olarak 4 yıllık yol haritasını ve hedeflerini anlattı.

Şimdi iş zamanı

Halen 17 milyar dolar olan hazır giyim ihracatını orta vadede 60 milyar dolara çıkarabilmek için oyun planında değişikliğe gittiklerini hatırlatan Mustafa Gültepe, "Yeni bir oyun kurgulamak ve iş modelimizi değiştirmek zorundaydık. Hazır Giyim Sektörü Vizyon Belgesi ile stratejimizi yeniden belirledik. Başkanlık görevini üstlenir üstlenmez arkadaşlarımla birlikte yeni strateji çerçevesinde 4 yıllık yol haritamızı oluşturan 'Dört Dörtlük Plan'ı hazırladık.



Mustafa GÜLTEPE / İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

Başkanlık görevini üstlenir üstlenmez arkadaşlarımla birlikte yeni strateji çerçevesinde 4 yıllık yol haritamızı oluşturan 'Dört Dörtlük Plan'ı hazırladık. Şimdi stratejiyi eyleme dökme, yani iş zamanı...

Şimdi stratejiyi eyleme dökme, yani iş zamanı... Hedeflerimizi gerçekleştirmek için kolları sıvadık" ifadelerini kullandı.

Tasarım ekosistemi!

Dört Dörtlük Plan'ın birinci başlığını 'üretim'de dönüşümün oluşturduğunu vur-

güleyen Mustafa Gültepe, önceliği hazır giyimde güçlü bir ekosistem tasarımına vereceklerini vurguladı. Üretimde verimliliği temel alacaklarının altını çizen Mustafa Gültepe, lojistik merkez modelini ve dijital tedarik zinciri yönetimini hayata geçirerek değer zincirinin tüm

aşamalarını birbirine entegre edeceklerini söyledi. Mustafa Gültepe, Dört Dörtlük Plan'ın diğer başlıklarını da şöyle sıraladı:

İlk çeyrekte yüzde 11,4'lük artış

"Ekosistemi geliştirecek ve ileriye taşıyacak kaldıraçlar



ikinci başlığımız olacak. Değer zincirinin her halkasında global oyuncular yaratacağız. Toplu ihracat ve hazır giyim ekosistem koordinasyon merkezi oluşturacağız. Üçüncü adımda tasarımcı-sanayici kazan-kazan iş birliği modelini geliştireceğiz. Bu modeli Türk Moda Konseyi ve Uluslararası Tasarım Merkezi müfredatı üzerine kurgulayacağız. Tasarımcının yarattığı katma değeri sektöre kazandırarak ihracat değerini büyüteceğiz. Dördüncü başlığımızı sektörün küresel arenadaki algısı oluşturacak. Hazır giyim endüstrimiz için yeni hikâye yazacağız. Markalaşma stratejik programını, konsept fuar modelini, global algı yönetimi geliştireceğiz. Bütün bu çalışmalarla ülkemizden küresel ölçekte 5 büyük hazır giyim markasının alt yapısını oluşturacağız.” 3 yıllık durgunluğun ardından hazır giyim ihracatında 2018’e iyi bir başlangıç yaptıklarını hatırlatan Mustafa Gültepe, ilk çeyrekte elde edilen yüzde 11,4’lük artışın geleceğe dair umutlarını artırdığını söyledi.

Hedef; 16 milyar dolar artış

Türkiye’de ve dünyada olağanüstü bir durum yaşanması durumunda, olumlu trendin devam edeceğini ve 4 yılın sonunda hazır giyim ihracatında ciddi bir sıçrama yakalayacaklarını anlatan Mustafa Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: “Dört Dörtlük Plan’ımızın her adımı, hazır giyim ihracatımıza artı yazacak. Örneğin, üretimde yeniden yapılanmayı tamamladığımızda ihracatımız 6 milyar artacak. Değer zincirine

katacağımız büyük oyuncularla 3 milyar, tasarımcı-sanayici işbirliği ile 2 milyar, global ölçekli markalarımızla 5 milyar olmak üzere toplamda 16 milyar dolarlık bir ihracat artışı sağlayacağız. Böylece 2017’de 17 milyar dolar olan ihracatımızı 33 milyar dolara çıkaracağız. Halen 20 dolar olan kilogram birim fiyatımız 30 dolara yükselecek. Markalı ihracatımız yüzde 10’dan yüzde 25’e, yüzde 1’in altında olan yüksek tasarımlı ürün ihracatımız ise yüzde 5’e ulaşacak.”

İHKİB’in projeleri...

İHKİB’te ‘sürdürülebilirlik’in temel prensiplerden biri olduğunun altını çizen Mustafa Gültepe, yeni dönemde mevcut kurumları bir üst aşamaya evirecek projelerinin de hazır olduğunu söyledi. Mustafa Gültepe, söz konusu projelerini şöyle sıraladı: “Alanında ülkemizin en seçkin akademisi olan İstanbul Moda Akademisi’ni (İMA) üniversiteye dönüştüreceğiz. İHKİB’in iştiraki olan ve uluslararası akreditasyonu bulunan Ekoteks’i dünya çapında bir laboratuvar haline getireceğiz. Konsept fuarlar, butik ticaret/alım heyetleri ile yeni tanıtım modeli oluşturacağız. Yetkin insan kaynaklarının çekilmesi için iş garantili eğitim sistemi geliştireceğiz. Dış ilişkiler ve global tanıtım çalışmalarını artıracacağız.” Mustafa Gültepe, hazır giyim tasarım ve deneyim merkezi oluşturacaklarını, akredite ihracat atılımını gerçekleştireceklerini, üretimde dijitalleşme ve dijital tedarik zinciri yönetimi sistemini kurgulayacaklarını ve sektöre özel think tank çalışmaları yapacaklarını da sözlerine ekledi.

Hedef; 16 milyar dolarlık ARTIŞ

Mustafa Gültepe: “Üretimde yeniden yapılanmayı tamamladığımızda ihracatımız 6 milyar artacak. Değer zincirine katacağımız büyük oyuncularla 3 milyar, tasarımcı-sanayici işbirliği ile 2 milyar, global ölçekli markalarımızla 5 milyar olmak üzere toplamda 16 milyar dolarlık bir ihracat artışı sağlayacağız.”





Sektörün ihracatını 60 milyar dolara çıkarabilmek için oyun planında değişikliğe gittiklerini hatırlatan Mustafa Gültepe, "Yeni bir oyun kurgulamak ve iş modelimizi değiştirmek zorundaydık. Hazır Giyim Sektörü Vizyon Belgesi ile stratejimizi yeniden belirledik" dedi.





HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜ DENİZLİ'DE BULUŞTU

Türkiye'nin hazır giyim ve tekstil sektörlerinin önde gelen Birlik ve kurum başkanları Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin de katılımıyla bir araya geldi.

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörleri İstişare Toplantısı, 24 Şubat tarihinde Denizli'de düzenlendi. Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıya; Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ile Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin önde gelen birlik ve kurumlarının başkanları ve temsilcileri katılım sağladı.

Açılış konuşmalarıyla başlayan ve ardından Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin başkanlığında devam eden Tekstil ve Hazır Giyim Sektörleri İstişare Toplantısı'nda, 2017 yılında artış trendi

yakalayan ve performansını 2018 yılında da güçlü bir şekilde devam ettiren tekstil ve hazır giyim sektörlerinde yaşanan gelişmeler ele alındı.

Tekstil'de Denizli'nin yeri

Dünya piyasalarında yaşanan olumlu havanın da etkisiyle, rüzgârı arkalarına aldıklarını belirten TİM Başkan Vekili ve DENİB Başkanı Süleyman Kocasert, Denizli'nin ihracatta en önemli sektörünün tekstil ve konfeksiyon olduğunu belirterek, yıllık yaklaşık 1,4 milyar dolarlık tekstil ve konfeksiyon ihracatıyla ülke ekonomisine sundukları katkının altını çizdi. Süley-



Toplantının sonunda Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye, TİM Başkan Vekili ve DENİB Başkanı Süleyman Kocasert, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle tarafından hediye takdim edildi.



man Kocasert, sözlerini şöyle sürdürdü: "Tekstil ve konfeksiyon sektörleri her ne kadar ayrı sektörler gibi görünse de, aslında bir bütünün önemli ve adeta ayrılmaz iki parçası. İlimiz ihracatında da tekstil ve konfeksiyon önemli bir pay alıyor. Hem ihracat pazarlarımız genişliyor hem de ihracatçı sayımız hızlı bir şekilde artıyor. 2014 yılında 129 olan ihracat pazarımızı, 2017 yılında 157'ye çıkardık. Benzer şekilde, 2014 yılında 504 olan ihracatçı sayımız, bugün 622'ye ulaşmış durumda. Değınmek istediğim önemli noktalardan biri de, tekstil ve konfeksiyonun en önemli alt sektörlerinden birinin ev tekstili olduğu. Bilindiği gibi; ülkemiz dün-

ya ticaretinden binde dokuz dolaylarında pay alırken; ev tekstili sektörümüz, dünya ev tekstili sektöründen yaklaşık yüzde 3,5 pay alıyor. Ülkemizin gerçekleştirdiği yaklaşık 3 milyar dolarlık ev tekstili ihracatının hemen hemen yarısı ilimizden yapılıyor."

Sektöre teşekkür

Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Üyeleri, toplantının hemen ardından yoğun ve coşkulu bir katılımıla düzenlenen Ev ve Plaj Giyimi Tasarım Yarışması'na da konuk oldu. 10 finalistin kıyasıya yarıştığı final gecesinde,

üç boyutlu tasarımlar sergilendi. Final gecesinin açılış konuşmasını gerçekleştiren DENİB Başkanı Süleyman Kocasert, final gecesinde kendilerini yalnız bırakmayan tüm konuklara teşekkür etti ve şunları söyledi: "Bugün bizim için ayrıca önemli. 6'cısını gerçekleştirdiğimiz tasarım yarışmamızda tekstil ve hazır giyim sektörlerinin çok değerli başkanları ve temsilcileri de bizimle birlikte. 1,5 dolar olan kg başına ortalama ülke ihracatımız tekstil sektöründe neredeyse 8 dolar seviyelerinde. Birlik ve beraberlik içinde; Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya daha çok odaklanarak bu rakamı çok daha üst noktalara taşıma hedefindeyiz."

Ülke ekonomisine DEV KATKI
TİM Başkan Vekili Süleyman Kocasert, Denizli'nin ihracatta en önemli sektörünün tekstil ve konfeksiyon olduğunu belirterek, yıllık yaklaşık 1,4 milyar dolarlık tekstil ve konfeksiyon ihracatıyla ülke ekonomisine sundukları katkının altını çizdi.



■ Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Üyeleri, toplantının hemen ardından yoğun ve coşkulu bir katılımıla düzenlenen Ev ve Plaj Giyimi Tasarım Yarışması'na da konuk oldu.

HAZIR GIYİMİN BAŞKANLARI DENİZLİ'DE BULUŞTU

Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu, Denizli İhracatçılar Birliği ev sahipliğinde Denizli'de yapıldı. Birlik ve Dernek başkanlarının tam kadro katılım sağladığı toplantıda güncel gelişmeler değerlendirildi.

Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu ile Hazır Giyim ve Tekstil Sektörlerinde İstişare Toplantısı, 24 Şubat 2018 tarihinde Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ev sahipliğinde Denizli'de yapıldı. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi başkanlığında Pamukkale Colossae Termal Otel'de yapılan Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kuruluna; İHKİB YK üyeleri ile Denizli İhracatçılar Birliği Başkanı ve TİM Başkan Vekili Süleyman Kocacert, Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Emre Kızılgüneşler, Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Şenol Şankaya ile Akdeniz Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur ile Sektör Kurulu'nun diğer üye-



leri ile Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Hadi Karasu da katıldı.

Sektörel gelişmeler masaya yatırıldı

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne ilişkin güncel gelişmelerin ve ihracat performansının değerlendirildiği ve sektörün ihracatına etki eden faktörler ile sektörel sorunların

ele alındığı toplantıda, ekonomist ve finans uzmanı Ali Ağa-oğlu tarafından dünya ve Türkiye ekonomisindeki gelişmeler ile ilgili sunum da yapıldı. Hazır Giyim Sektör Kurulu'nun ardından yine Pamukkale Colossae Termal Otel'de Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin başkanlığında Hazır Giyim ve Tekstil Sektörleri İstişare Toplantısı düzenlendi.

Başkanlar taleplerini ilettiler

Hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil ve hammaddeleri Sektörlerinin ihracat ve yatırım performansının iyileştirilmesi için alınması gereken tedbirlerin masaya yatırıldığı toplantıda, yatırım teşvikleri ve cazibe merkezleri programı, ihracatta Devlet Yardımları, Eximbank kredileri ve daha birçok başlık dile getirildi.



TEKSTİL SEKTÖR KURULU DENİZLİ'DE

Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulu, sektörel gelişmeleri değerlendirmek üzere Denizli'de bir araya geldi.

Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulu, 24 Şubat 2018 tarihinde Denizli'de İstanbul, Güneydoğu Anadolu, Uludağ, Akdeniz ve Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birliklerinin yönetim kuru-

lu üyeleri ve tekstil sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.

Tekstil İhracatçı Birlikleri bir arada

Yoğun bir katılımında gerçekleşen tekstil sektör kurulunda; Türkiye geneli ve tekstil

sektörünün güncel ihracat performansları, sektör projeleri, mevcut sorunlar ve çözüm önerileri masaya yatırıldı. Türkiye Tekstil İhracatçı Birlikleri'nin işbirlikleriyle ve Alman RWTH Aachen Üniversitesi Tekstil Teknoloji Enstitüsü işbirliği ile kurulan

ve İTA Ar-Ge Merkezi'nin daha aktif kullanılması için sektör temsilcilerinin görüş ve önerilerinin alındığı Sektör Kurulu Toplantısının ardından Tekstil ve Hazır Giyim Ortak İstişare Toplantısı'na geçildi.

Sektörel talepler iletildi

Ekonomi Bakanı Sayın Nihat Zeybekci'nin teşekkürleri ile gerçekleştirilen Tekstil ve Hazır Giyim Ortak İstişare Toplantısı'nda, Türkiye geneli tekstil ve hazır giyim sektörlerine ilişkin güncel gelişmeler değerlendirilerek sektör talepleri Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye iletildi. Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ise konuşmasında, Türk tekstil ve hazır giyim sektörlerinin dünyada küresel bir güç olduğunu ifade ederek bu başarının sürdürülebilir kılınması için yeni yatırım teşvik sisteminin hayata geçirileceğini belirtti.



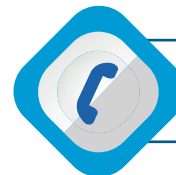
SERKON
Bilgi Teknolojileri

İSTER ÜRETİCİ OLUN, İSTER TOPTANCI, İSTER PERAKENDE SATICI;
SMARTuys İLE TÜM SİSTEMİNİZİ TEK PLATFORMDA YÖNETİN

TÜM İHTİYAÇLARINIZA TEK ÇÖZÜM

- Üretim
- Satış
- Ön Muhasebe
- Mobil Raporlama
- E-ticaret

Smartuys
ÜRETİM YÖNETİM SİSTEMLERİ



0850 302 1 329

www.serkonbilisim.com

İHRACAT DESTEKLERİNE ULAŞIM ARTIK DAHA "KOLAY"

Ekonomi Bakanlığı tarafından ihracat desteklerine ilişkin mevzuatın kolay anlaşılması ve evraklara erişimde yaşanan sıkıntıların giderilmesi için "www.kolaydestek.gov.tr" sitesi hizmete sunuldu.

Ekonomi Bakanlığı tarafından ihracat desteklerine ilişkin mevzuatın kolay anlaşılması ve evraklara erişimde yaşanan sıkıntıların giderilmesi için "www.kolaydestek.gov.tr" sitesi hizmete sunuldu.

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin talimatıyla sahaya inen uzmanların yüzlerce firmayla mülakat gerçekleştirilmesiyle "www.kolaydestek.gov.tr"nin kurulmasına uzanan süreç başladı. Bakanlıkça sunulan desteklerin kullanım süreçlerindeki sorunların tespit edilmesi ve buna yönelik çözümler üretilmesi için yapılan mülakatlar sonucu, şirketlerin mevzuata erişme, anlama ve yorumlamada zorluklar yaşadığı, başvuru yapmada güçlük çektikleri, bazı firmaların başvuru yapsalar bile desteklerden faydalanamayacaklarını düşündükleri hatta "Devlet Destekleri Danışmanlığı" adı altında bir meslek grubunun oluştuğu tespit edildi. Bu sorunların çözümü için kapsamlı bir strateji geliştiren Bakanlık bünyesindeki Türkiye'nin ilk davranışsal kamu politikaları ünitesi Nudge Turkey'nin, ilk etapta henüz desteklerden haberdar olmayan firmalara doğrudan ulaşması kararlaştırıldı. Bakan Zeybekci tarafından bizzat kaleme alınan mektupla firmalar destekler hakkında bilgilendirilecek ve bunlara başvurmaya davet edilecek. Özellikle daha önce herhangi bir destekten faydalanmamış şirketlere Bakan Zeybekci özel bir mesaj verecek.

İhracat millî bir meseledir

Sitede her destek, bir görsel ile anlatılıyor. Belgeler firmalara hazır sunuluyor. Firmalara, gerekli belgeleri indirerek, sitenin yönlendirdiği yere başvurularını

yapmak ve destek ödemelerini almak kalıyor. İfadeler, simgeler ve tasarımın tamamen davranışsal prensipler gözetilerek oluşturulduğu sitede, Bakan Zeybekci'nin ihracatçı firmalara yönelik hitap ve çağrısı da yer alıyor. Zeybekci, çağrısında, yeni internet sitesi sayesinde Bakanlığının tüm destekleri hakkında kolayca bilgiye erişilebileceğini belirterek, burada nasıl başvuru yapılabileceğinin ve püf noktalarının adım adım anlatıldığını söylüyor. "Değerli ihracatçı meslektaşım, bu destekler sizin için bir lütf değil, bu ülkenin firmaları olarak sizin hakkınız" ifadesini kullanan Zeybekci, "Gelin, hiç vakit kaybetmeden desteklerimizden faydalanmaya başlayın. İhracat millî bir meseledir. Biz bu yolda tüm imkânlarımızla sizi desteklemeye varız" diyor.

Bakan Zeybekci'nin daveti

İhracatçılar ve Ekonomi Bakanlığının bir aile olduğunu vurgulayan Zeybekci, şunları kaydediyor: "Artık büyük-küçük tüm firmamızın bu desteklere daha kolay ulaşabilmesi için basit, yeni ve anlaşılır bir sisteme geçiyoruz. Tüm destekleri anlatan 'kolaydestek.gov.tr'yi sizin için hazırladık. Bu sayede artık ilk kez, gerekli belgeleri nereden alıyorduk, nereye başvuruyorduk diye düşünmenize gerek bile yok. Yeni internet sitemizde neleri destekliyoruz, örneklerle

nasıl başvuru yapılır, bilmeniz gereken püf noktaları nelerdir adım adım anlattık. Her bir destek için size yardımcı olacak uzmanlarımızın bilgileri de sitemizde yer alıyor."

Türkiye'de bir ilk!

Türkiye'nin ilk Türkiye'nin ilk davranışsal kamu politikaları ünitesi olan Nudge Turkey, 2017 Nobel Ekonomi Ödülü'nü alan Richard Thaler'in danışmanları arasında yer aldığı İngiltere devletine bağlı Behavioral Insights Team (BIT) ile çalışmalarına geçen yıl başladı. OECD tarafından yayımlanan "Institutions Applying BI to Public Policy" adlı çalışmayla bu alanda Türkiye'nin ilk ve tek resmi birimi olarak Ekonomi Bakanlığı bünyesinde tescillen ünitinin amacı, kanıt dayalı politikaları insan odaklı bir bakış açısıyla hayata geçirmek olarak belirlendi.

Başvuruda e-imza dönemi

1 Nisan'dan itibaren yapılacak ihracat destek müracaatları, firmaların kayıtlı elektronik posta adresleri üzerinden elektronik imzalı olarak elektronik ortamda alınmaya başlanacak. Bu tarihten itibaren kağıt ortamında yapılan başvurular kabul edilmeyecek. Ekonomi Bakanlığı, bu uygulamayla başvuru süreçlerinin hızlanmasını, devlet desteklerinde hizmet kalitesinin artırılmasını ve uygulamada etkinlik sağlanmasını hedefliyor.



STOLL

VERİMLİLİĞİNİZİ ARTIRIN



Şaşırtıcı şekilde hızlı: CMS makinelerinde örgü sistemleri arası mesafe 6 inçten 5.2 inçlik mesafeye düştükten sonra, aynı parçaların örgü süreleri arasında ciddi biçimde iyileşme sağlandı. Böylece E5 - E8 ve E2,5.2 - E5.2 inceliklerindeki makineler artık çok daha verimli hale gelmiştir.

Şimdi, daha da verimli hale gelen makinelerimizle daha güçlü rekabet şartları elde ederek, firma kârlılığınızı arttırın ve büyümenizi sürdürün.

ITM 2018 MAYER MÜMESSİLLİK
SALON 8 / STAND NO. 805A

WWW.STOLL.COM

WWW.MAYERMUMESSILLIK.COM.TR

HER BOY

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



Makina Parkuru

ADET	MARKA	PUS/FAYN	YEDEK KOVAN	SİSTEM	AÇIKLAMA
8	Pilotelli	26" 28 F	22" 26 F	78 Sistem	Açık en full elastanlı süprem, 2 iplik, lakost, krem
7	Pilotelli	30" 28 F	22-24-26-32 F	90 Sistem	Açık en full elastanlı süprem, 2 iplik, lakost, krem
12	Pilotelli	32" 28 F	10-12-24-26-32 F	96 Sistem	Açık en full elastanlı süprem, 2 iplik, lakost, krem
8	Pilotelli	34" 28 F	10-12-24-22-26 F	102 Sistem	Açık en full elastanlı süprem, 2 iplik, lakost, krem
2	Orizio	34" 22 F	28 F	102 Sistem	Full elastanlı, 4çelikli süprem, lakost, 2 iplik
1	Orizio	32" 22 F	28 F	96 Sistem	Vanize 3 iplik, elastanlı süprem dönüşümlü
1	Orizio	34" 18 F		72 Sistem	Full elastanlı, çelikli interlok, ribana, selanik
2	Orizio	36" 17 F		72 Sistem	Full elastanlı, çelikli interlok, ribana, selanik



Modal



TENCEL

özme kumaşa gönül verdik...



www.herboy.com.tr

Makina Parkuru

ADET	MARKA	PUS/FAYN	YEDEK KOVAN	SİSTEM	AÇIKLAMA
2	Orizio	34" 16 F		68 Sistem	Full elastanlı, çelikli interlok, ribana, selanik
1	Orizio	30" 18 F		64 Sistem	Full elastanlı, çelikli interlok, ribana, selanik
4	Orizio	36" 18 F		72 Sistem	Full elastanlı, çelikli interlok, ribana, selanik
2	Terrot	36" 18 F		64 Sistem	Full elastanlı, çelikli interlok, ribana, selanik
1	Mayer	34" 20 F	13 F	102 Sistem	Vanize 3 İplik + Diagonal
1	Mayer	32" 20 F		96 Sistem	Vanize 3 İplik + Diagonal
4	Pai Lung	32" 20 F	13 F	96 Sistem	Vanize 3 İplik + Diagonal
2	UNITEX	32" 20 F		96 Sistem	Vanize 3 İplik + Diagonal





istanbul'da moda zamanı

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un on birinci sezonu, 26-30 Mart 2018 tarihleri arasında Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde gerçekleşti. 1 hafta boyunca 20 binden fazla ziyaretçi defileleri takip etti.

Türkiye'nin en önemli moda etkinliği Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un on birinci sezonu, 26-30 Mart 2018 tarihleri arasında Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde gerçekleşti. Türkiye'nin en önemli moda

etkinliği Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un ilk sezonundan bugüne kesintisiz isim sponsoru olan Mercedes-Benz Türk, geride kalan 10 sezondan unutulmaz anları bir araya getiren çok özel bir koleksiyon kitabına imza attı. Bu sezon basın mensupları ve influencer'lar-

dan oluşan, aralarında Vogue Italia, vogue.com, GQ Spain, Forbes USA, Now Fashion, The Issue Magazine, Fashion Unfiltered, NOWFASHION gibi yayınların da bulunduğu 50 kişilik bir davetli topluluğu Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'u İstanbul'dan takip ettiler.



THE CORE İSTANBUL 150 ALICIYI AĞIRLADI

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI) ile eş zamanlı düzenlenen The Core İstanbul, 7'nci kez kapılarını açtı. Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile düzenlenen The Core İstanbul, Avrupa, Rusya ve Ortadoğu'dan gelen 150 global alıcıyı ağırladı.

nin olacağını belirtti. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI) ile eş zamanlı düzenlenen The Core İstanbul'un global alıcılarla buluşma platformu haline geldiğine dikkat çeken Tanrıverdi, şöyle devam etti:

Bölgenin yükselen moda etkinliği

"İHKİB'in Türk moda endüstrisine kazandırdığı MBFWI, sadece ülkemizin değil, bölgenin de en önemli uluslararası moda etkinliği oldu. MBFWI ve The Core İstanbul ile her yıl iki kez tasarımcılarımızı ve markalarımızı küresel moda endüstrisinin vitrinine taşıyoruz. Eş zamanlı aynı mekanda düzenlediğimiz The Core İstanbul'u da her geçen yıl daha ileriye taşımak için çalışıyoruz. Etkinliğin doların tarihi rekor kırdığı bir zamana denk gelmesi, fiyat tutturma bağlamında firmalarımıza ve tasarımcılarımıza önemli bir avantaj sağladığına inanıyorum. Dolar kurundaki artış kadar euro-dolar paritesi de hazır giyim ihracatçılarımız için avan-



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ve İstanbul Moda Akademisi tarafından (İMA) Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile düzenlenen The Core İstanbul, 7'nci kez kapılarını açtı. Avrupa, Rusya ve Ortadoğu'dan 150 global alıcının geldiği The Core İstanbul'un açılışında konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, dolar kurundaki artışın ihracata mutlaka pozitif etkileri-



tajlı bir noktaya geldi. Çünkü alımlarımızı dolarla yaparken, ihracatımızın yüzde 75'ini euro bölgesine gerçekleştiriyoruz. Bu nedenle pariteyi çok iyi takip etmek zorundayız. Bugünkü 1,25'lik parite hazır giyim ihracatımızda bize büyük avantaj sağlıyor. Paritenin bu şekilde devam etmesini arzuyoruz. Elbette kurlardaki aşırı oynaklık da bizim için tercih edilebilecek bir durum değil. Çünkü dövizdeki hızlı dalgalanma önümüzü görmemizi engelliyor." Hikmet Tanrıverdi, sektörü çok daha güçlü bir şekilde yarınlara taşıyabilmek için planlı hareket ettiklerini vurgulayarak, "Önümüzdeki ekonomik manzara Türkiye'nin tek hazır giyim fuarı konumundaki The Core İstanbul'un önemli ticari bağlantılara kapı açacağını gösteriyor. Marka ve tasarımcıların küresel alıcılarda buluşma noktası haline dönüşen The Core İstanbul sayesinde her yıl sektörel ihracatta ilave 500 milyon dolarlık artış hedefliyoruz" dedi.

Özel showroom

İHKİB Başkan Yardımcısı ve MBFWI – The Core İstanbul Danışma Kurulu Başkanı Volkan Atik ise bu yıl Zorlu Center'da Mercedes Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI) ile aynı alanda düzenlenen The Core İstanbul'da 13 marka ve 27 tasarımcının koleksiyonlarının özel showroom mantığında sergilendiğini söyledi. The Core İstanbul'un Türkiye'nin tek moda fuarı olduğuna dikkat çeken Volkan Atik, "Yüksek katma değerli üretimin olmazsa olmazı hiç şüphesiz güçlü tasarım. The Core İstanbul'da bu sezon Mehtap Elaidi, Aslı Filinta, Özlem Kaya, Gül Ağış'ın da aralarında bulunduğu Türkiye'nin önde gelen tasarımcıları yer alıyor. Organizasyonumuzda tasarımcılara ağırlık vererek onların dünya ile çok daha hızlı entegre olmalarını sağlamaya çalışıyoruz. Biliyoruz ki, bir üst segmente çıkacak bu mutlaka tasarımcılarımızla birlikte olacak" dedi.



İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Gültepe, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve MBFWI-The Core İstanbul Danışma Kurulu Başkanı Volkan Atik, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Hikmet Ünal, İstanbul Moda Akademisi (İMA) Direktörü Seda Lafçı ve Moda Tasarımcıları Derneği (MTM) Başkanı Mehtap Elaidi The Core İstanbul'a katılan markaları ziyaret etti.

ecereflect[®]

*Son teknoloji kullanılarak dizayn edilmiş yeni fermuar serimiz **ecereflect**[®] polyester dokuma üzerine su geçirmez ve florasan reflektör uygulama ile fermuar da yepyeni bir dönem açıyor.*





GÖKHAN YAVAŞ



ŞİYAR AKBOĞA



ŞİYAR AKBOĞA



ŞİYAR AKBOĞA

11'inci Gün

Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde gerçekleşen Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un 11'inci sezonunun ilk gününde; URUN, Gökhan Yavaş, Şiyar Akboğa, Raşit Bağzıbağlı ve Lug Von Siga Sonbahar/Kış 2018 koleksiyonlarını sergilerken, Türkiye'nin önde gelen moda markalarından NetWork de İlkbahar/Yaz 2018 koleksiyonunu Zorlu Center'da yer alan mağazasında sundu.



GÖKHAN YAVAŞ



GÖKHAN YAVAŞ



GÖKHAN YAVAŞ



LUG VON SIGA



RAŞİT BAĞZIBAĞLI



RAŞİT BAĞZIBAĞLI



LUG VON SIGA



LUG VON SIGA



NEW GEN

NEW GEN



ST NIAN



ST NIAN



ST NIAN

2^{'nci} gün

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul'un ikinci günü, yoğun bir programla marka ve tasarımcıların Sonbahar/Kış 2018 koleksiyonlarına ev sahipliği yaptı. Gün boyunca davetliler, sırasıyla MIIN by Kadir Kılıç, DB Berdan, Özlem Kaya, St.Nian, NEW GEN by IMA, Belma Özdemir, Mercedes-Benz presents Atelier Kikala, Mehtap Elaidi ve Brand Who'nun defile ve sunumlarını izleme şansı buldular.



MIIN BY KADIR KILIÇ



MIIN BY KADIR KILIÇ



MIIN BY KADIR KILIÇ



MEHTAP ELAİDİ



DB BERDAN



DB BERDAN



DB BERDAN



MEHTAP ELAİDİ



BRAND WHO



BRAND WHO



BRAND WHO



BELMA ÖZDEMİR



BELMA ÖZDEMİR



BELMA ÖZDEMİR

TUBA ERGİN



TUBA ERGİN



TUBA ERGİN



ASLI FİLİNTA



ASLI FİLİNTA



ASLI FİLİNTA



ÇİĞDEM AKIN



ÇİĞDEM AKIN



ÇİĞDEM AKIN



3'üncü gün

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un üçüncü günü, dünyanın önde gelen trend tahmin ajanslarından WGSN'nin ilkbahar/Yaz 2019 sezonuna dair öngörülerıyla başladı. The Core'da gerçekleşen DHL Talk ile birlikte davetliler sırasıyla Aslı Filinta, Cihan Nacar, Exquise, Çiğdem Akın, Niyazi Erdoğan, Mercedes-Benz presents SUDI ETUZ, Meltem Özбек, Tuvanam ve Tuba Ergin'in Sonbahar/Kış 2018 koleksiyonlarını keşfetme fırsatı buldular.



CİHAN NACAR



MELTEM ÖZBEK



MELTEM ÖZBEK

MELTEM ÖZBEK



TUVANAM



TUVANAM



CİHAN NACAR



CİHAN NACAR



TUVANAM



ZEYNEP TOSUN



ZEYNEP TOSUN



NİHAN PEKER



NİHAN PEKER

4^{üncü} gün

Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul'un son gününün yoğun programında davetliler sırasıyla Bahar Korçan, Mert Erkan, Murat Aytulum, İpek Arnas, Özlem Erkan, Mehmet Korkmaz, Emre Erdemoğlu, Nihan Peker ve Zeynep Tosun'un koleksiyonlarını keşfetme fırsatı buldular. Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul, 11'inci sezonunda toplam 33 marka ve tasarımcının defile ve sunumlarına ev sahipliği yaptı. Trend seminerleri, moda sohbetleri, sergi açılışları ve farklı etkinliklerle zenginleşen hafta Türkiye dışında dünyada da en prestijli yayınlar tarafından takip edildi.



ZEYNEP TOSUN



ZEYNEP TOSUN



ÖZLEM ERKAN



ÖZLEM ERKAN



NİHAN PEKER



MEHMET KORKMAZ



MEHMET KORKMAZ



MEHMET KORKMAZ



EMRE ERDEMOĞLU



EMRE ERDEMOĞLU



EMRE ERDEMOĞLU



EMRE ERDEMOĞLU



İHKİB tarafından WGSN iş birliğinde Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul ile eş zamanlı olarak gerçekleştirilen trend seminerlerine ilgi her sezon artıyor. Bu sezon da, düzenlenen trend semineri salonu tıklım tıklım dolduran konuklar tarafından takip edildi.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un (MBFWI) üçüncü günü, dünyanın önde gelen trend tahmin ajanslarından WGSN, İlkbahar/Yaz 2019 sezonuna dair öngörülerini paylaştı. İHKİB'in iş birliğinde gerçekleşen trend

semineri yoğun ilgi gördü. Konuklar salonu doldururken, İlkbahar/Yaz 2019 sezonuna dair trendleri ilgi ile takip ettiler. Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un her sezonunda trend seminerlerini düzenleyen İHKİB, bu tür etkinliklerle sektörün nabzını tutmaya devam ediyor.



TEKNOLOJİNİN MODASI

Tekstil ERP Çözümlerimiz ile , pamuktan ipliğe, iplikten kumaşa, kumaştan boya, terbiye ve konfeksiyona kadar tüm karmaşık iş süreçlerinizi kontrol edin.



Live ERP
İş Çözümleri Platformu



Live e-Defter
Sentez Live e-Defter



Live e-Fatura
Sentez Live e-Fatura



Live e-Arşiv
Sentez Live e-Arşiv



Live VOGUE
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



Live DYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



Live WEAVE
Dokuma Üretim Takip Sistemi



Live KNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



Live YARN
İplik Üretim Takip Sistemi



Live POSITIVE
Satış Yönetim Sistemi



Live SHOP
Satış Noktası Yönetimi



www.sentez.com



www.twitter.com/SentezYazilim



www.facebook.com/SentezYazilim



HURSAN

LOJİSTİK





**TEKSTİL ÜRÜNLERİNİZİ
GÜVENLE
DEPOLUYORUZ**

Konum, Saha, Farkımız...

Hursan Lojistik Olarak Ambarlı limanı içerisinde Tekstil yüklerinize kaliteli ve akılcı çözümler sunarak depolamaktayız. Hursan Lojistik Liman terminali 17.000 m2 lik alanda hizmet vermektedir.

Hursan Lojistik, Gümrüklü Geçici depolama faaliyetleri için 6.000 m2 kapalı 11.000 m2 açık alan olmak üzere ayırmıştır.

Adres: Ambarlı Liman Tesisleri, Marmara Mahallesi Liman Cad.
No:40 / 1 Beylikdüzü / Yakuplu / İstanbul

Tel: 0212 876 62 00

www.hursanlojistik.com.tr



TEŞVİK MÜJDESİNE TEKSTİLCİLERDEN REKOR İHRACAT SÖZÜ

İTHİB 2017 yılında en çok ihracat yapan üyelerini ödüllendirdi. İş dünyasının kanaat önderleri, dernek, sektör ve ihracatçı birlik başkanlarının katılarak destek verdikleri gecede, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin yatırım teşvik kapsamına alınacağı müjdesini verdi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle ise 2017 yılında 10 milyar dolar ihracat yaptıklarını hatırlatarak, salondaki sektör temsilcileri ile birlikte, 2018 yılında 12 milyar dolar ihracatı aşacaklarının sözünü verdi.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 2017 yılında en çok ihracat yapan üyelerini 23 Mart tarihinde Zorlu Center'da verilen bir törende ödüllendirdi. Geceye katılan Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, tekstilci-

lere önemli bir müjde verdi. Bakan Zeybekçi'nin tekstil ve hazır giyim sektörünün de yatırım teşvik kapsamına alınacağını açıklamasının ardından, İTHİB Başkanı İsmail Gülle'de salonda bulunan sektör temsilcileri ile birlikte 2018 yılında 12 milyar dolar

ihracat sözü verdi. Gecede 36 firmaya Platin Plaket, 58 firmaya Altın Plaket, 3 firma da Özel Ödül aldı. Sektörün yoğun ilgi gösterdiği gecede, ihracat performansını ilk sırayı AKSA Akrilik A.Ş. alırken, en fazla ülkeye ihracat yapan firma Kadifetek, en

çok katma değer üreten Roja Brode Sanayi ve ihracatını en fazla artıran S3 İplik Sanayi ise Özel Ödül aldılar. Gecede firmaların ödülleri Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi ve İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile birlikte, AK Parti Milletvekilleri Şaban Dışlı,



Nihat ZEYBEKÇİ / Ekonomi Bakanı

"2018 ve 2019'da 7-8 sektörde 20'nin üzerinde firma 125 milyar liralık yatırım yapacak. Bu yatırım, en çok cari açık verilen alanlarda yapılacak. Öte yandan sizlere bir müjde vereyim. Tekstil ve hazır giyim sektörü de yatırım teşvik kapsamına alınacak."

ve Osman Boyraz, İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan, DEİK Başkanı Nail Olpak, TÜMSİAD Genel Başkanı Yaşar Doğan, ASKON Başkanı Hasan Ali Cesur MÜSİAD Başkanı Abdurrahman Kaan, Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım, Türk Kızılay Genel Başkanı Kerem Kınık, ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, TOBB Tekstil Sektör Kurulu Başkanı Abdulkadir Konukoğlu, Çalık Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Çalık, ÇİB Başkanı Namık Ekinci ve İKMİB Başkanı Murat Akyüz verdiler.

İhracatçılara borçluyuz

Gecenin açılış konuşmasını yapan İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, başarılı olanları ödüllendirmenin istikrar için de önemli olduğuna dikkat çekerek, "İhracatçı Birlikleri olarak yani siz ihracatçıların sesi olarak, şunu çok büyük bir açık yüreklilikle söylemeliyim ki; iş dünyasının, siyasetin ve bürokrasinin bu kadar başarılı bir şekilde bir arada çalıştığı başka bir örnek yoktur. Bugün nasıl ki Afrin'de, Kuzey Irak'ta, Somali'de, Afganistan'da dünyanın dört bir yanında

Türkiye Cumhuriyeti'nin bekası için canı pahasına görev yapan kahraman Mehmetçiğe ve şanlı ordumuza ülkemizin bekasını borçluyuz, büyümeyi, istihdamı, katma değeri ve nihayetinde refahı da ihracata, ihracatçılara borçluyuz. Ekonomi Bakanımıza, ihracatçılarımıza sağladıkları Yeşil Pasaport, KGF Teminatları, Eximbank Kredileri, Sadeleştirilmiş Devlet Yardımları, Türkiye Tanıtım Grubu çalış-



İsmail GÜLLE / İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

"Hedefleri büyük koymazsak, attığımız adımlar küçük olur. Bizim küçük adımlarla devam etme lüksümüz yok. Sektörümüz, 2017 yılında 10 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Buradan söz veriyoruz. 2018 yılında ihracatımızı 12 milyar dolara çıkaracağız."

malanı ve ihracatçıya sağladığı diğer tüm destekler için bir kez daha şükranlarımızı sunuyoruz" ifadelerini kullandı.

Küçük adım atma lüksümüz yok

Dünya'nın en büyük 7'nci, AB'nin en büyük 2'nci tedarikçisi Türk tekstil sektörünü dünyanın dört bir yanında bekleyen çok büyük fırsatlar olduğuna da dikkat çeken İsmail Gülle, "Sayın Bakanımız

ve Sayın Cumhurbaşkanımız ile katıldığımız seyahatlerimizde bunu çok net gördüm. Hemen yanı başımızda Afrika gibi Türkiye'ye çok büyük sevgi ve muhabbet besleyen dev bir pazar var. Biz de bu pazarları size açmak, ihracat artışı yakalamak için anlaşmalar yapıyor, girişimlerde bulunuyoruz. Ancak ihracatçının işi bitmez, ihracata destek verenlerin de işi bitmez. Hükümetimizle birlikte gece



gündüz çalışarak geçmişte olduğu gibi her türlü engeli aştık. Birlikte aşmaya da devam edeceğiz. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan 2000'li yılların başında, TİM'i ziyarete geldiğinde 'Türkiye'yi yürüyerek, koşarak değil sıçraya sıçraya büyüteceğiz' demişti. Evet, hedefleri büyük koymazsak attığımız adımlar küçük olur. Bizim küçük adımlarla devam etme lüksümüz yok. Sektörümüz 2017 yılında 10 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Buradan söz veriyoruz. 2018 yılında ihracatımızı 12 milyar dolara çıkaracağız" diye konuştu.

Dakikada 74 bin dolar ihracat

Tekstil sektörünün Türkiye'de bitmeyeceğine işaret eden İTHİB Başkanı Gülle sözlerini şöyle tamamladı:

"Bu sektör, 2017 yılının her bir dakikasında 74 bin dolar ihracat yaptı. Türkiye, dakika başına 1 milyon 150 bin dolar ihracat yapmayı başarmış bir ülke. 7/24 kesintisiz ihracat yapabilen bir ülke olabilir, sanayi 4.0'ı uluslararası pazarlarda ihracat 4.0 ile geliştirebilirsek, en nihayetinde hepimizin gönlünde yatan aslan olan "dış ticaret fazlası veren Türkiye'ye" ulaşacağız. Bugün Afrin'de, Kuzey Irak'ta, Somali'de, Afganistan'da dünyanın dört bir yanında Türkiye Cumhuriyeti'nin bekası için canı pahasına görev yapan kahraman Mehmetçiğe ve nihayetinde varlık sebebimiz olan Türkiye Cumhuriyeti'ne ve milletine şükranlarımızı sunarız."

Bakandan teşvik müjdesi

Türkiye'nin kalkınması için ihracatın önemine dikkati



çeken Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, geçmişte ihracat seferberliği kapsamında ilk adımı atanın tekstil sektörü olduğunu hatırlatarak, "Türkiye'de tekstilin sonu asla ve asla gelmeyecek. Türkiye tekstilde farklı boyutlara geçerek devam edecek" dedi. Bakan Zeybekci, ticaret alışkanlıklarından ihracata kadar çok şeyin değiştiğini ifade ederek, hızlanarak gelen e-ticaret dalgasına dikkati çekti. "Her yıl elektronik ticaret, bir önceki yıla göre kendi içinde yüzde 15-16 oranında artıyor. Yaklaşık 5 sene sonra dünya ihracatının yaklaşık yüzde 40'ı e-ihracat haline dönüşecek" diyen Zeybekci, bu değişimi gösterebilen ihracatçılar içinde tekstilin ilk sıralarda geleceğini, önce değişimi başarılarının başarılı olacağını söyledi.

Türkiye'nin büyümesinin bu yıl da, 2017 yılı gibi güçlü olacağına işaret eden Bakan Zeybekci, 2018 yılında ihracatın iki haneli büyüyece-

ğini vurguladı. Kendilerine başvurmuş ve sonuçlanmış 125 milyar liranın üzerinde Yatırım Teşvik Belgesi'nin yatırımcılara verileceğini açıklayan Zeybekci, "2018 ve 2019'da 7-8 sektörde 20'nin üzerinde firma 125 milyar

liralık yatırım yapacak. Bu yatırım en çok cari açık verilen alanlarda yapılacak. Öte yandan sizlere bir müjde vereyim. Tekstil ve hazır giyim sektörü de yatırım teşvik kapsamına alınacak" diye konuştu.



Gülle'den İHRACAT SÖZÜ

İTHİB Başkanı İsmail Gülle, salonda bulunan sektör temsilcileri ile birlikte 2018 yılında 12 milyar dolar ihracat sözü verdi ve 2017 yılında 10 milyar dolar ihracat yapıldığını hatırlattı.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, günün anısına Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye hediye takdim etti.



PLATİN ÖDÜL ALMAYA HAK KAZANAN FİRMALAR

- 1 AKSA AKRİLİK KİMYA SANAYİ A.Ş.
- 2 AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZARLAMA A.Ş.
- 3 KORDSA TEKNİK TEKSTİL A.Ş.
- 4 ZORLU DIŞ TİCARET A.Ş.
- 5 ZORLUTEKS TEKSTİL TİCARET VE SAN. A.Ş.
- 6 GREİF EPS TURKEY AMBALAJ. SAN. VE TİC. A.Ş.
- 7 KİPAŞ PAZARLAMA VE TİC. A.Ş.
- 8 KİPAŞ MENSUCAT İŞLETMELERİ A.Ş.
- 9 KADİFETEK MENSUCAT SAN. A.Ş.
- 10 KETS TEKSTİL TURZ. TİC. A.Ş.
- 11 ORMO YÜN İPLİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
- 12 ORMO İTH. İHR. A.Ş.
- 13 YÜNİSA YÜNLÜ SAN. VE TİC. A.Ş.
- 14 KARBEL TEKSTİL DIŞ TİCARET A.Ş.
- 15 ERSUR TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 16 ÇALIK DENİM TEKSTİL SANAYİ TİC. A.Ş.
- 17 PELSAN TEKSTİL ÜRÜN. SAN. VE TİC. A.Ş.
- 18 TEKSİS TEKSTİL ÜRÜNLERİ PAZARLAMA A. Ş.
- 19 ÜNVER TEKSTİL KONF. IML. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 20 KASAR VE DUAL TEKS. SAN. A.Ş.
- 21 ERDEMOĞLU DIŞ TİC. A.Ş.
- 22 DİNARSU İMALAT VE TİCARET TÜRK. A.Ş.
- 23 CESUR AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.
- 24 TGS DIŞ TİCARET A.Ş.
- 25 NİTTO BENTO BANTÇILIK SAN. VE TİC. A.Ş.
- 26 TORAMAN TEKSTİL DERİ VE İNŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 27 SEPA MENSUCAT SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 28 AYDIN TEKSTİL TİCARET VE PAZ. A.Ş.
- 29 AYDIN MENSUCAT DÖŞE. KUMAŞ SAN. VE TİC. A.Ş.
- 30 TÜRKMEN GRUP İTH. İHR. DIŞ TİC. A.Ş.
- 31 HYOSUNG İSTANBUL TEKS. LTD. ŞTİ.
- 32 YÜNTEKS TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 33 ALİZE PAZARLAMA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 34 MİRAY TEKSTİL SAN. VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
- 35 EYMEK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 36 İPEK İDROFİL PAMUK SAN. VE TİC. A.Ş.
- 37 BAYDEMİRLER TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 38 ALMODO ALTUNLAR TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.

İTHİB İHRACAT ÖDÜL TÖRENİ





ALTIN ÖDÜL ALMAYA HAK KAZANAN FİRMALAR

- 1 ALMODO ALTUNLAR DIŞ TİC. A.Ş.
- 2 ASLANLI ULUSLARARASI TEKS. VE TARIM ÜRÜNL. DIŞ TİC. A.Ş
- 3 RİT EV TEKSTİL ÜRÜN PAZ. SAN. VE TİC.A.Ş.
- 4 TANRIVERDİ MENSUCAT SAN.A.Ş
- 5 DOĞAN TEKSTİL LTD. ŞTİ
- 6 ÖZDOKU TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 7 İŞİL TEKSTİL SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ
- 8 BOSSA TİCARET VE SANAYİ İŞL. TİC. A.Ş.
- 9 SÜPER TEKSTİL SANAYİ TİC. A.Ş
- 10 CAN TEKSTİL ENTEGRE TESİS.VE TARI ÜRÜNL. SAN. TİC. A.Ş.
- 11 ÖZYURT TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 12 GALATA İPLİK SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 13 İLERİ GİYİM SAN VE DIŞ TİC. A.Ş.
- 14 COATS (TÜRKİYE) İPLİK SAN. A.Ş
- 15 BTD TEKSTİL SANAYİ TİC. A.Ş.
- 16 FLOKSER TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 17 POLİMER PLASTİK SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 18 GÜLLE ENTEGRE TEKS. İŞLET. EMLK. DAN. SAN. VE TİC. A.Ş.
- 19 TOPKAPI İPLİK SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 20 ATT TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 21 YAKAR TEKSTİL SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ
- 22 TEKSTOP TEKS SANAYİ VE TİC.A.Ş.
- 23 ATK TEKSTİL SANAYİ TİC. A.Ş.
- 24 GARANTİ İPLİK SANAYİ TİC. A.Ş
- 25 BAHARİYE MENS. SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 26 BAHARİYE TEKTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 27 AKIN TEKSTİL A.Ş
- 28 ÖZDOKUR TEKSTİL VE AMB. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
- 29 TURAN TEKSTİL SAN. İTH. İHR. VE TİC. LTD.ŞTİ
- 30 SUNVISION TEKSTİL AMB. MALZ. SAN. VE TİC.A.Ş.

- 31 EKVATOR TEKSTİL KUMAŞ SAN. VE DIŞ TİC. LTD.Ş Tİ.
- 32 ORDU TEKS.BOYA APRE KASAR SAN. TİC. A.Ş.
- 33 VİSKOTEKS ÖRME KUMAŞ SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 34 SAKA KUMAŞ ÖRME TEKSTİL İNŞ. SAN. DIŞ TİC. A.Ş.
- 35 BYCEYLAN TEKSTİL SANAYİ DIŞ TİC LTD. ŞTİ.
- 36 SARTEKS BOYA APRE BASKI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 37 DENİMCO TEKSTİL PAZARLAMA A.Ş.
- 38 UĞURTEKS TEKSTİL ÜRÜN. TİC. VE SAN. A.Ş
- 39 AKTEK GİYİM SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 40 AYT KUMAŞÇILIK SANAYİ VE DIŞ TİC. LTD.ŞTİ.
- 41 TAHA KARGO DIŞ TİCARET A.Ş.
- 42 ARTA TEKSTİL SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.
- 43 ALTINYILDIZ TEKSTİL VE KONFEKSİYON A.Ş.
- 44 SARTEKS ÖRME KUMAŞ TEKSTİL SAN. TİC.LTD ŞTİ
- 45 DENİM KUMAŞÇILIK TİCARET VE SAN. A.Ş.
- 46 SÜEDSER TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 47 AYDIN ÖRME SANAYİ VE TİC.A.Ş
- 48 CONFETTİ HALI SANAYİ A.Ş.
- 49 AKKON İPLİK SANAYİ VE TİC.A.Ş
- 50 KISMET TEKSTİLÜRÜNL. SANAYİ VE TİC. LTD.ŞTİ
- 51 AYCAN TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 52 SAVE TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 53 İŞEV TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş.
- 54 TÜRKHAN TEKS. TURZ. NAK. DERİ İNŞ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
- 55 ÜNİVERSAL TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
- 56 KİSBU DOKUSUZ ÖRGÜSÜZ TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
- 57 ŞİTEKS DIŞ TİCARET VE TEKSTİL SANAYİ A.Ş.
- 58 ŞİTEKS ŞİŞMANLAR TEKSTİL SANAYİ VE TİC. A.Ş
- 59 TEKBOY TEKSTİL VE BOYAMA SAN. VE TİC. A.Ş
- 60 TAMTEX TEKSTİL KONF. İML. VE TİC. A.Ş.



İTHİB ÖZEL ÖDÜL

İHRACATINI EN FAZLA
ARTIRAN

S3 İPLİK SANAYİ

EN YÜKSEK KATMA
DEĞERLİ ÜRÜN İHRAÇ EDEN

ROJA BRODE SANAYİ

EN FAZLA ÜLKEYE
İHRACAT YAPAN

KADİFE TEKSTİL



İŞ DÜNYASI İTHİB'İN GECESİNE AKIN ETTİ

İş dünyasının kanaat önderleri, dernek, sektör ve ihracatçı birlik başkanlarının katılarak destek verdikleri geceye, tekstil sektör temsilcileri de yoğun ilgi gösterdi.







1974'TEN BUGÜNE, DEĞİŞEN ÇOK ŞEY OLDU.
DEĞİŞMEYEN TEK **HİZMET** VE **KALİTE** ANLAYIŞIMIZ
NESİLLER BOYU DEVAM EDECEK...

SEFA FERMUAR, bir dünya markası olan YKK Firması'nın üretmiş olduğu fermuar, düğme, çıt çıt, Cosmolon®, plastik aksesuarlar, kanca, rivet gibi oldukça çeşitli birleştirici ürünlerin satışını yapmaktadır.



SEFA FERMUAR
Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Merkez

Keresteciler Sitesi Fatih Cad.
Köknaar Sok. Gedik İş Merkezi
No: 45 / 1-3 Merter / İstanbul
Tel: +90 212 637 44 70 (3 hat)
Faks: +90 212 637 28 78

Şube

Mehmet Nesihi Özmen Mah.
Ardıç Sok. No: 4
Merter - Güngören / İstanbul
Tel: +90 212 637 65 66 (4 hat)
Faks: +90 212 637 00 86

www.sefafermuar.com.tr



HAZIR GİYİMDEKİ BECERİLERİNİ YARIŞMADA SERGİLEDİLER

Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği arasında imzalanan protokol kapsamında bu yıl ilk kez düzenlenen "Hazır Giyim Teknolojisi Beceri Yarışması"nda öğrenciler yeteneklerini sergiledi.

Mesleki ve teknik eğitimin geliştirilmesi, güçlendirilmesi ve sürdürülebilir olması için 2016 yılında, Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği (İHKİB) arasında imzalanan 'Mesleki ve Teknik Eğitimin Sürdürülebilir Gelişiminin Sağlanması İş Birliği Protokolü' kapsamında 24 Kasım 2017 tarihinde dördüncüsü gerçekleştirilen PİYK toplantısında alınan karar doğrultusunda; mesleki ve teknik eğitimin kalitesinin artırılması ve algının yükseltilmesi, adına 13-14-15 Mart 2018 tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksinde, okullarımız ve Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri arasında bir "İHKİB Hazır Giyim Teknolo-

jisi Beceri Yarışması" düzenlendi. Bu yıl ilk kez düzenlenen "Hazır Giyim Teknolojisi Beceri Yarışması"nda birinciliği İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Sarı Grup kazandı. İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Mavi Grup'un ikinci olduğu yarışmada üçüncülük ödülü Nişantaşı Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Sarı Grup'a verildi. Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Mavi Grup başarılı çalışmasıyla jüri özel ödülünün sahibi oldu.

6 öğrenci yarıştı

Yarışmaya katılan okullar; İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Nahit

Menteşe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Nişantaşı Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi oldu. Yarışmaya her okuldan 6 öğrenci katıldı ve 3'er öğrenci 2 grup şeklinde kümelendi. Ödül töreninde konuşan İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sektörün 2018'in ilk iki ayındaki ihracat performansını değerlendirdi. İki ayda yüzde 12,3'lük ihracat artışı yakaladıklarını açıklayan Hikmet Tanrıverdi, "Eğer büyük bir aksilik yaşamazsak, mevcut yükseliş trendinin devam edeceğini ve 2018'i 19 milyar dolar civarında bir ihracat ile kapatacağımızı öngörüyoruz. Sektör olarak en yüksek ihracat gelirini 18,7 milyar dolar ile 2014'te elde etmiştik. Büyük olasılıkla bu yıl daha iyi

bir performans gerçekleştirip, tüm zamanların en yüksek ihracatını gerçekleştirmiş olacağız" diye konuştu.

İHKİB, 27 yıldır eğitim, bilgi ve çağdaşlık ekliyor

Türk hazır giyim endüstrisinin hızlı hareket kabiliyeti, kısa termin ve kaliteli işçilikle rakiplerinden ayrıştığını ifade eden Hikmet Tanrıverdi, bu avantajı korumak için yetişmiş işgücünün çok önemli olduğunu altını çizdi. İHKİB'in eğitime büyük önem verdiğini ve bugüne kadar meslek liselerinden 6 bine yakın genci mezun ettiklerini bildiren Tanrıverdi, sözlerine şöyle devam etti: "Meslek liselerimizden mezun olan her gencimizi sektöre kazandırdığımız bir değer olarak görüyoruz. İHKİB okulları vasıtasıyla 27 yıldır eğitim, bilgi,



çağdaşlık ekliyor; gelir, refah ve toplumsal barış biçiyoruz. Okullarımızla ve öğrencilerimizle gurur duyuyoruz. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü her yıl ülkemize net 14 milyar dolar döviz kazandırıyor, mezunlarımızın da bunda payı olduğunu biliyoruz.”

Özgün tasarım şart

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi de konuşmasında ihracatı artırmanın yolunun katma değerli üretimden geçtiğinin altını çizdi. Katma değerli üretim için tasarım, inovasyon, Ar-Ge ve markalaşmanın çok önemli olduğunu vurgulayan Mehmet Büyükekşi, “Hedefimiz bu 4 kavramı 7’den 70’e toplumun tüm kesimlerine anlatmak” dedi. Büyükekşi, Türkiye’nin hazır giyim üretiminde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer aldığını hatırlatarak başarıyı sürdürmek için özgün tasarımlarla üretim yapmanın şart olduğunu sözlerine ekledi.

Liderliğimiz tesadüf değil

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Okyay Mızrak ise, hazır giyim sektörünün Türkiye ekonomisinin lokomotif olduğu dikkat çekti. İmalat sanayi özelinde bakıldığında üretimde, istihdamda, katma değerli ihracatta açık ara lider olduklarını vurgulayan Mızrak, “Elbette tesadüfen lider olunmuyor. Geçmişin deneyimini, birikimini bugüne aktardığımız, bugünden yarını kurguladığımız için lideriz. Sektöre çeyrek asırdan uzun zamandır donanımlı, birikimli işgücü yetiştirdiğimiz için hep öndeyiz. Eğitimi geleceğe yapılan bir yatırım olarak düşünüyoruz” dedi.



Bu yıl ilk kez düzenlenen “Hazır Giyim Teknolojisi Beceri Yarışması”nda birinciliği İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Sarı Grup kazandı. İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Mavi Grup’un ikinci olduğu yarışmada üçüncülük ödülü Nişantaşı Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Sarı Grup’a verildi. Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Mavi Grup başarılı çalışmasıyla jüri özel ödülünün sahibi oldu.

rahatlığı ile kendisine devre-
deceğim. Mustafa Gültepe'nin
bayrağı çok daha ileriye taşıya-
cağından şüphe duymuyorum.
İnanıyorum ki yeni dönemin
sinerjisiyle ilk iki ayda yakala-
dığımız artış trendi hızlanarak
devam edecek ve sektörel ih-
racatımızda geçen yıla göre en
az 2 milyar dolar artı yazarak
19 milyar dolarla yeni bir re-
kor kıracağız."

Türkiye artık farklı bir noktada

İHKİB Başkan Yardımcısı ve 3 Nisan'daki seçime tek baş-
kan adayı olarak katılmaya
hazırlanan Mustafa Gültepe
de, Türkiye'nin ve hazır giyim
endüstrisinin global arenadaki
prestijinin kritik bir öneme sa-
hip olduğunu vurguladı. Gül-
tepe, şöyle devam etti:
"Türkiye sadece dünya mar-
kalarına fason üretim yapan
ülke konumundan büyük
ölçüde sıyrıldı. Hazır giyim
üretiminden moda endüstri-
sine geçiş sürecinde büyük
mesafe kat ettik ve artık farklı
bir noktaya geldik. Küresel
arenada ülkemizin üretimle
ilgili algısını değiştirmek, ge-
çirdiğimiz dönüşüm sürecini,
rakiplerimizden bizi ayırtıran
avantajlarımızı küresel ölçekte
en iyi şekilde tanıtabilmek için
her türlü fırsatı değerlendirme-
miz gerektiğini düşünüyorum.
Bu çerçevede 30'a yakın ülke-
den cumhurbaşkanları, meclis
başkanları ve düşünce önder-
lerinin katılımıyla düzenlenen
Avrasya Ekonomi Zirvesi'ni
çok önemli buluyorum. Mar-

mara Grubu Vakfı ile önümüz-
deki yıllarda da çok önemli iş
birliklerine imza atacağımıza
inaniyorum." İHKİB'de mevcut
yapıları koruyup güçlendirir-
ken yenilerini de ülkeye ve
sektöre kazandırmak gibi bir
gelenek olduğunu hatırlatan
Mustafa Gültepe, "Dünü bugü-
ne taşıma ve bugünden yarını
kurgulama anlayışını daha da
güçlü bir şekilde devam ettire-
ceğiz" diye konuştu.

Lüksü ulaşabilir kılama stratejisi ile katma değer sağlanıyor

İHKİB'in önceki başkanların-
dan Orka Holding Yönetim
Kurulu Başkanı Süleyman
Orakçoğlu ise ülke ekono-
misine büyük katma değer
kazandıran Türk markalarının
büyüme stratejilerini artık glo-
balleşme üzerine kurgulaması
gerektiğini söyledi. Türkiye'nin
gerek üretim ve tasarım kalite-
si gerekse nitelikli işgücü ile
dünya hazır giyim sektörünün
en önemli oyuncularından
biri olduğuna dikkat çeken
Orakçoğlu sözlerini şöyle sür-
dü: "Günümüzde Avrupalı
markaların yorgun olduğunu

görüyoruz. Mevcut iklimi
avantaja dönüştürmek ve dün-
yada sektörün zirvesinde yer
almak pekâlâ mümkün. Bu
doğrultuda marka kimliğini
üretimden tasarıma, mağaza
dekorasyonundan istihdam
yapısına bir bütünlük içinde
değerlendirmek, uygun pazar-
larda yer almak, dünya stan-
dartlarında müşteri ilişkileri
yönetimini başarıyla uygula-
mak gerekiyor.

Biz "lüksü ulaşılabilir kılama"
stratejimizle ülkemize büyük
bir katma değer kazandırıyor-
uz. Markalı ihracatta 75 dol-
arlarla Türkiye ihracat ortala-
masının 60, hazır giyim ihracat
ortalamasının 5 kat üzerinde-
yiz. Hatta dünya moda devi
İtalya'ya ihracatta kilogram
birim fiyatımız 86 dolara ulaş-
tı. Bu yüksek katma değer
yüzde 100'ünü Türkiye'nin
üretim, tasarım ve inovasyon
altyapısına yaptığımız yatırım
sayesinde yaratıyoruz."

"Avrasya Ekonomi Zirvesi Türkiye'nin prestiji"

İHKİB'in önceki başkanla-
rından Nuri Artok da, Av-

rasya Ekonomi Zirvesi'nin
Türkiye'nin uluslararası arena-
da bilinen en önemli organi-
zasyonlarından biri olduğunu
söyledi. Terör olaylarının en
yoğun yaşandığı dönemde bile
Avrasya Ekonomi Zirvesi için
dünyanın dört bir yanından
onlarca katılımcının Türkiye'ye
geldiğini vurgulayan Artok,
"Elbette bu güvenin arkasında
Marmara Grubu Vakfı'nın ol-
duğunu unutmamız gereki-
yor. Marmara Grubu Vakfı ile
benim başkanlığım döneminde
başlayan iş birliğinin bugüne
kadar devam etmesinde katkısı
olan bütün arkadaşlarımıza
teşekkür ediyorum. Desteğin
yeni dönemde de süreceğine
inaniyorum" dedi.

Teknolojinin artan etkileri gündemde

Marmara Grubu Vakfı Başka-
nı Akkan Suver ise, 21'incisi
düzenlenen Avrasya Ekonomi
Zirvesi'nin dünya çapında
kabul gören sivil inisiyatifler
arasında yer aldığını söyledi.
Organizasyonun Türkiye'nin
aydınlık yüzü olduğunu vur-
gulayan Suver, sözlerini şöyle
sürdü: "Bu yıl barıştan
diyaloga, uluslararası anlaş-
mazlıklardan teröre bütün
konuları teknolojinin artan et-
kisiyle siyasetin durağan yapısı
açısından ele alacağız. Akıllı
şehirler yönelen teknolojik
bakışımızı ve duruşumuzu da
bu çerçevede gündeme ge-
tirmeye çalışacağız. Mütevazı
imkanlarla akıllı projelere imza
atan örnek belediyelerin başa-
rılarını paylaşmak ve gündeme
getirmek arzusundayız. Belki
de toplantıda bir 'akıllı şehir
manifestosu' ortaya çıkacak."

"Yatırımların dönüşlerini almaya başladık"

Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin
gala gecesinde Sonbahar /
Kış 2018 - 2019 hazır giyim
koleksiyonunu sergileyecek
olan modacı Dilek Hanif de
tasarımın katma değerli ihra-
catta çok önemli olduğunu
vurguladı. Türkiye'nin son
yıllarda tasarıma ciddi yatırım
yaptığına dikkat çeken Hanif,
"Çok şükür bu yatırımın
dönüşlerini almaya başladık"
diye konuştu.

212 ülkeye 17 milyar dolarlık İHRACAT

*Tanrıverdi, Türkiye hazır giyim endüstrisinin
212 ülkeye yüzde 75'i İHKİB üyeleri
tarafından olmak üzere 17 milyar dolar
ihracat yaptığını belirtti.*





TÜRKİYE İHRACATINI NELER BEKLIYOR?

İTHİB'in ev sahipliğinde düzenlenen "Türkiye İhracatla Yükseliyor" seminerlerinin ikincisi, ihracatçı birliklerin temsilcileri tarafından yoğun katılım ile gerçekleşti. Seminerin gündeminde ise, yakın gelecekte ihracatçıları nelerin beklediği vardı.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB)'in ev sahipliğinde, Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATIAD), Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD), Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) ve Türkiye Triko

Sanayicileri Derneği (TRİSAD) işbirliği ile gerçekleştirilen "Türkiye İhracatla Yükseliyor" seminerlerinin ikincisi 20 Mart 2018 tarihinde ihracatçıların yoğun katılımcıları ile gerçekleşti. Sabah Gazetesi Ekonomi Müdürü Şeref Oğuz, Hürriyet Gazetesi Köşe Yazarı Vahap Munyar ve Dünya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ha-

kan Güladağ'ın "Yakın Gelecekte İhracatçılarımızı Neler Bekliyor?" sorusunun cevaplarının paylaşıldığı ve ihracatçıların sorularını cevapladıkları seminerde; markalaşma ve inovasyon, yurt dışına yatırım, sanayi 4.0, Dünya ekonomisindeki ağırlığın Atlantik'ten Pasifik'e yönelmesi başlıkları ön plana çıktı.





Bağımsız ve güçlü bir Türkiye için

İTHİB Başkanı İsmail Güllü, son yıllarda üretilen inovasyon gücü yüksek ve teknolojik kumaşların sektörün geldiği noktayı gösterdiğini ifade etti. İsmail Güllü, ihracatçıların yatırım yaparak, üretmek ve istihdam sağlayarak bu ülkeye hizmet ettiğine değinerek; kahraman askerler nasıl

cephede Türkiye için savaşıyorsa ihracatçıların da Türkiye ekonomisinin kalkınması ve şahlanması için mücadele ettiklerini dile getirdi. İTHİB Başkanı Güllü, konuşmasının devamında Türkiye'nin zenginleşmesi, bağımsızlığı ve güçlü olmasında en önemli rollerden birini ihracatın artırılması için ihracatçıların oynadığını ifade etti.



Kalkınmada ihracatçıların ROLÜ BÜYÜK

"İhracatçılarımız Türkiye ekonomisinin kalkınması ve şahlanması için mücadele ediyor" diyen Güllü, Türkiye'nin güçlü olmasında en önemli rollerden birinin ihracatın artırılması için ihracatçıların oynadığını söyledi.





PURE LONDON'DA

İLGİNİN ODAĞI TÜRKLER OLDU

Kadın ve erkek giyimin önde gelen fuarlarından Pure London, bu sezonunda 40 bini aşkın ziyaretçiyi ağırladı. İHKİB önderliğinde millî katılım gerçekleştiren 24 Türk firması bir kez daha İngilizlerin beğenisini toplamayı başardı.

İngiltere'nin Londra şehrinde düzenlenen ve prestijli fuarlardan olan Pure London, 11-13 Şubat tarihleri arasında ziyaretçilerini bir kez daha ağırladı. Kadın ve erkek giyim 2019 Sonbahar/Kış sezon trendlerinin sergilendiği fuara, İHKİB tarafından millî katılım gerçekleştirildi. 24 firma ile katılan İHKİB, İngilizlerin beğenisini topladı.

Türk markaları ilgi topladı

Katılımcılarının çoğunluğu Avrupa ve Orta Doğu ülkelerinden gelen Pure London Fuarı, bu sene de moda endüstrisindeki önemli konumunu korumaya devam etti. Fuarda, her ülkeden

çok sayıda butik ve zincir mağaza alıcısı bulunması nedeniyle Türk katılımcı firmalarının koleksiyonları kalite ve model olarak dikkat çekti. Türk firmaları, 573

alıcı ile görüşme gerçekleştiren, fuar alanında 180 sipariş aldı ve fuar sonrası siparişe dönüşebilecek bağlantılar kurdu. Fuara düzenli katılım gösteren



FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN FİRMALAR

- Acar Tekstil
- Adalı Tekstil
- ATG Gıda
- Bağıroğlu Tekstil
- Beyhan Konfeksiyon
- Carmen
- CHA Çiğdem Akın
- Dido Tekstil
- Era Denim
- Esmeralda
- Fonem
- Hazal Tekstil
- Inso Tekstil
- Maviyel Ambalaj
- Meridien
- Moderma Moda
- Paktaş Çorap
- Poltan Global Tekstil
- Setre Tekstil
- Simge Deri
- Sulhan Moda
- Tamara Tekstil
- Zambak Leather
- Zeynar Mensucat



İHKİB ve beraberindeki Türk firmaları, İngiltere pazarında kalıcı olmayı başardı.

Katılımcı sayısında artış

Avrupa'nın en önemli markalarının ve tasarımcılarının yer aldığı Pure London Fuarı'na yaklaşık 750 hazır giyim ve 750 aksesuar olmak üzere toplamda bin 500 civarında marka katıldı. 40'ın üzerinde ülkeden katılımcının yer aldığı fuarın bu döneminde ise 40 binin üzerinde ziyaretçisi oldu. Fuarın en dikkat çekici yanı dünyanın her yerinden butik, zincir mağaza ve online satış sitelerinin temsilcilerinin düzenli olarak katılıyor olması. Fuarı,

İtalya, Yunanistan, İngiltere, Fransa, Nijerya, Çin, Karayipler, Kanada, Suudi Arabistan, İrlanda, Danimarka gibi birçok ülkeden ziyaretçi takip etti. Fuar, markaların ziyaretçilere daha iyi sunulabilmesi ve ürünlerin daha iyi algılanabilmesi amacıyla başta hazır giyim ve aksesuar olmak üzere iki ana bölümden oluştu. Bu bölümler de yine kendi içinde alt kategorilere ayrıldı. Buna göre hazır giyim bölümünün alt kategorileri olan Aspire, Allure, Premium, Sipirit, Pure Man, Pure Origin, Athesisure bölümlerinde firmalar daha günlük, ticari koleksiyonların yanı sıra markalarının tasarımlarıyla da ağırlıklı kadın-

Mustafa GÜLTEPE

İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

"İHKİB olarak her sene milli katılım düzenlediğimiz Pure London Fuarı, hazır giyim sektörünün yakından takip ettiği bir organizasyon. Prestijli markalarımızla katılım sağladığımız bu fuar, ihracatımıza ivme kazandıracaktır. Her sezon katılımcı firma sayımız artıyor. Eminim ki, gelecek dönemlerde de bu sayı artış kaydedecektir."

erkek hazır giyimi ile yer aldı. Aksesuar bölümü ise; ayakkabı, çanta, kemer, şal, takı ile ilgilenen alıcılara hitap eden bir kısım oldu ve Türk firmaları bu alanda da koleksiyonlarını sergiledi.



İHKİB'İN PR ÇALIŞMALARI

- İHKİB patronajında katılan firmaların bilgilerini içeren özel bir katalog hazırlandı ve fuar boyunca ziyaretçilere dağıtıldı.
- Fuar idaresinin çıkardığı dergide iki sayfa tanıtım ilanı verildi.
- Fuar esnasında Türk firmalar için özel trendler defilesi yapıldı.
- İHKİB ve faaliyetlerini tanıtan özel olarak hazırlanmış bir doküman ziyaretçilere dağıtıldı.
- İHKİB logolu çanta (çanta içerisinde firmaların kendi bastırıldıkları koleksiyonlarını içeren tanıtım broşürleri), bloknot ve kalem gibi promosyon malzemeleri dağıtıldı.



MOSKOVA'DA TÜRKLER SAHNEDE

Firma ve ziyaretçi sayısını her sezon artıran CPM Fuarı'na İHKİB 78 Türk firması ile millî katılım gerçekleştirdi. Türk hazır giyim sektörü için önemli fuarlardan biri olan CPM'den Türk firmaları oldukça memnun ayrıldı.

Yılda iki kez düzenlenen Collection Premiere Moscow Fuarı (CPM), 2018'in ilk sezonunda 19-22 Şubat tarihleri arasında Rusya'nın Moskova kentinde ziyaretçilerini ağırladı. 30 ülkeden bin 350 firmanın katılım sağladığı CPM Fuarı'nı 25 binin üzerinde kişi ziyaret etti. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) millî katılımıyla 78 Türk firması katıldı.

İHKİB'ten millî katılım

CPM Fuarı bölgesinde son 15 yılda ziyaretçi ve katılımcı firma sayısını üç kat artırarak sektörün en önemli tanıtım ve satış mecralarından biri haline geldi. 2003 yılında ziyaretçi sayısı 8 bin, marka sayısı 350 iken, 2013 yılında

19 bin 800 ziyaretçi ve bin 600 markaya ulaşıldı. Bu dönem ise 25 bin ziyaretçinin ağırlandığı CPM Fuarı'na yaklaşık olarak bin 350 marka katıldı. Kadın giyimden erkek giyim ve çocuk giyime kadar geniş bir yelpazede ürünlerin sergilendiği fuara İHKİB kanadından da üst düzeyde katılım sağlandı. İHKİB'in değer verdiği fuarlardan biri olan CPM'e katılan İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Türk firmaların stantlarını gezerek fuara dair görüşleri dinledi. 78 firma ile millî katılım gerçekleştiren İHKİB, Dosso Dossi markası ile birlikte 14 firmayla satışları artırmaya ve Rusya pazarında etkin olmaya yönelik satış organizasyonu düzenledi.





Rusya'da Türk hâkimiyeti

Rusya'da perakende sektörü hızla gelişme gösteriyor. 2000 yılından itibaren yıllık ortalama büyüme oranının yüzde 10-15 olduğu belirtiliyor. Rusya'ya Türk hazır giyim ihracatı 500 milyon dolar, toplam tekstil ihracatı ise 1 milyar dolar civarında gerçekleşiyor. Bu veriler Türkiye'nin; hazır giyimde Rusya'nın üçüncü ithalatçısı, tekstil ürünlerinde ise ikinci büyük ithalatçısı konumunda olduğunu gösteriyor. Son yıllarda Türk markalarının en çok mağaza açtığı ülke olarak dikkat çeken Rusya'da 30'dan fazla Türk markasının 700'ün üzerinde mağazası bulunuyor. Rusya'daki mağazaların yüzde 75'ini ise hazır giyim markaları oluşturuyor. Moskova hazır giyim piyasasında kilit rol oynayan Collection Premiere Moscow Fuarı, Rusya'da etkin olmak isteyen Türk firmaları için önemli bir fırsat. Bu önemi gören İHKİB, fuara bu yüzden millî katılım gerçekleştirerek, Türk hazır giyim sektörü adına öncü rol üstleniyor.



İHKİB, Türk hazır giyim sektörü için çok önemli bir fuar olan CPM'e 78 Türk firması ile millî katılım gerçekleştirdi. Türk firmalarının stantlarını gezerek görüşleri dinleyen İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Türk firmalarının fuardan oldukça memnun olduklarını ifade etti.



Sabri Sami YILMAZ

Rusya, BDT ve Ortadoğu Ülkeleri Fuarlar Komite Başkanı

CPM Fuarı'na bu sezon İHKİB olarak 78 firma ile millî katılım düzenledik. Türk hazır giyim sektörümüz için çok önemli olan CPM Fuarı'nda İHKİB olarak etkin bir çalışma yürüttük. Her sezon katılım sağlayan firmalarımızda artış kaydediyoruz. Bu da CPM Fuarı'nın Rus pazarı için ne denli önemli olduğunu bir göstergesidir. İHKİB olarak bunun bilinci olduğumuz için bu fuara azami önemi gösteriyoruz.





ILM OFFENBACH İLE ALMANYA PAZARI YAKIN PLANDA

Saraciyeye sektörünün buluşma noktası olan toplayan ILM Offenbach'a İDMİB bünyesindeki 27 kişilik heyet ziyaret gerçekleştirdi. Almanya pazarı hakkında bilgi alan heyet, Türk ürünlerinin Almanya pazarındaki yeri ile ilgili detaylı değerlendirme fırsatı yakaladı.

Saraciyeye sektörünün bir araya getirerek, pazarın global aktörlerini tek çatı altında toplayan ILM Offenbach Winter Styles, 02-05 Mart 2018 tarihleri arasında Almanya'nın Frankfurt kentinde gerçekleşti. Fuara, 14 saraciyeye küme üyesi firmadan 21 kişi ziyaret gerçekleştirirken, Türk saraciyeye sektörünün yeni pazarlara açılma hedefiyle düzenlenen organizasyona, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, URGE'lerden Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi İslam Şeker, Yönetim Kurulu Üyesi Güven Karaca, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Mustafa Bektaş, TDH Ar-Ge Şube Müdürü Çağrı Öztürk ve Sa-

raciyeye URGE Proje Uzmanı Burcu Odabaş olmak üzere 27 kişilik bir heyet katıldı. Ayrıca heyete Frankfurt Ticaret Ataşesi Tansu Günendi eşlik ederek, Almanya pazarına giriş ve geniş kapsamlı

devlet destekleri hakkında heyeti bilgilendirdi.

Türkiye'nin Almanya pazarındaki yeri

Fuarın 2'nci gününde, ILM Offenbach GmbH Yöneticisi

Arnd Hinrich Kappe ile bir araya gelen İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye deri sektörü ve İDMİB hakkında Kappe'ye bilgilendirmelerde bulundu. Yapılan görüşmede, fuara İDMİB





üyelerinin katılım talepleri ve fuar yönetiminin kabul kriterleri, Türk ürünlerinin Almanya pazarındaki yeri, İDMİB ve ILM'nin iş birliği potansiyeli hakkında konular ele alındı. Görüşmenin detaylarında ise, fuara katılım talebi olan üyelerin detaylı profilleri, ürün ve konseptlerini içeren sunumlarının ILM'ye sunulması ve yılda sadece 10 üyenin değerlendirmeye alınması, ILM Offenbach tarafından Hindistan ve Çin için düzenlenen deri günleri konseptinin "Türkiye Deri Günleri" adıyla düzenlenmesi başlıkları yer aldı. Türkiye Deri Günleri adıyla düzenlenecek olan etkinliğe B2B ve B2C olmak üzere yaklaşık 500 davetlinin gelebileceği ve geniş kapsamlı fayda sağlayabileceği dile getirildi. Ayrıca, ILM'nin tüm PR faaliyetlerini hazırladığı yaklaşık 5 bin kişilik mailing listesine sahip olduğu ve özel basın bilgilendirmelerinin yapıldığı bilgisi paylaşarak, alan kirası ve katılım firma sayısına göre

URGE PROJESİ KAPSAMINDA, FUARI ZİYARET EDEN FİRMALAR

- Ece Kemer
- Grup Çanta
- Harun Özel
- Lmb Çanta
- Meriçler Deri
- Meşin Deri
- Nedus Deri
- Nurhan Çanta
- Süren Deri
- Tergan
- Metiş Deri
- Afm Cases
- Mekin Saraciyeye
- Rino Kemer



İDMİB heyeti fuar süresince pek çok saraciyeye ve ayakkabı sektörünün temsilcileri ile bir araya gelerek, görüşme gerçekleştirdi.

fiyatlandırma çalışmasının da ILM tarafından yapılacağı belirtildi.

Türk üreticilerine algı değişecek mi?

Yoğun geçen fuar ziyaretinin 3'üncü gününde, Ayakkabı, Deri Konfeksiyon ve Saraciyeye URGE Projeleri kapsamında Mayıs ayında Almanya'da düzenlenmesi planlanan ve B2B ikili iş görüşmeleri hakkında daha öncesinde de İDMİB'in tekliflerini ileten danışman firma yetkilileri ile bir görüşme gerçekleştirildi. Görüşmede İDMİB Yönetim Kurulu'nda yapılacak görüşme sonrasında Global Networkers'tan etkinlik taslağı ve fiyat teklifi isteneceği karara bağlandı. İDMİB'in fuar kapsamında görüşme gerçekleştirdiği bir diğer kuruluş ise, Golden Krone Deri Birliği oldu. Almanya'da faaliyet gösteren ve yaklaşık 2 bin 500 üyelik bir veri tabanına sahip bir kuruluş olan Golden Krone ile yapılan görüşmede, söz konusu birliğin, Almanya'da

faaliyet gösteren büyük markalarına üretici firma ve tedarikçi önerilerinde bulunarak çeşitli eşleştirmeler yaptığı öğrenildi. Golden Krone ile yaptığı görüşmede, İDMİB düzenlemeyi planladığı Almanya B2B etkinliklerinde kendilerinden hizmet alımı hususunda görüştüğü fakat Türk üreticilerine karşı sahip oldukları olumsuz bakış açısı nedeniyle söz konusu bir iş birliğine girmek istemedikleri bildirildi.

Fuar ziyareti kapsamında, URGE projeleri kapsamında planlanan "Tasarım Koçluk Programı" hakkında görüşme gerçekleştirildi. Fuar heyeti ile bir araya gelen İtalyan Arsutoria Yetkilisi Stefano Migliavacca, özellikle saraciyeye ve ayakkabı alanında çok uzman tasarımcılarla çalıştıklarını, deri konfeksiyon konusunda da yine moda tasarımı alanında tecrübeli isimlere sahip olduklarını ve program kapsamında her bir üye firma ile birer günlük çalışmalarını öngördüklerini belirtti.

DERİDE PRESTİJİN ADRESİ LINEAPELLE



FUARA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİREN FİRMALAR

- Akform Ayakkabı Ve Tekstil
- Algül Poliüretan
- Besa Ayakkabı
- Cevahir Deri
- Dabbagh Deri ve Tekstil
- Ensar Deri
- Göryakınlar Deri
- Kardeşler Deri
- Karizma Tekstil Ayakkabı
- Kord Endüstriyel İp ve İplik
- Mayderi
- Öz Emek Ayakkabı
- Özen İplik
- Pala İth. İhr. Suni Deri
- Pelle Deri Tekstil
- Rota Kimya
- Selina Kürk Deri
- Sepici Deri Ürünleri
- Soydan Deri
- Tek-Or Plastik
- Turgut Kardeşler Deri
- Ues Makina Tekstil
- Usta-San Ayakkabı
- Uyguner Deri
- Yeşiller Deri

Milano'da yılda iki kere düzenlenen Lineapelle Fuarı, katılımcı sayısında artış kaydetti. İDMİB tarafından Milli Katılım düzenlenen fuara, bireysel katılımlarla birlikte toplamda 47 Türk firması katılım sağladı.

Dünya deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle Fuarı, 20-22 Şubat tarihleri arasında İtalya'nın Milano kentinde düzenlendi. Yılda iki kere organize edilen fuara İDMİB tarafından Milli Katılım organize edildi. 16 deri ve 9 aksesuar-bileşen üreticisi

firma olmak üzere 25 firmanın Milli Katılım düzenlediği fuara, 22 Türk firması da bireysel katılım sağladı.

Türk firmalar 4 farklı salonda...

Katılımcı sayısında yüzde 5'lik bir artış yakalayan Lineapelle Fuarı'na 45 ülkeden 1254 firma stand açtı. 109 ülkeden 20 bi-

nin üzerinde ziyaretçi akınına uğrayan fuarda, yaz sezonuna yönelik ürünler ve trendler sergilendi. Firmalar 6 farklı salonda standlarını açarken, Milli Katılım gösteren Türk firmalar dört farklı salonda yer aldılar. Bunlar; Salon 9 Tabakhane, Salon 11 Tabakhane, Salon 22 Aksesuar-Bileşen, Salon 24 Aksesuar-Bileşen olarak belirlen-

di. Türk deri sektörünün kalite algısının yükseltilmesi adına İDMİB tarafından tanıtım faaliyetleri yürütüldü. Fuar alanında ve fuar alanı girişindeki metro istasyonunda çeşitli billboardlar yer aldı. Billboardlarda yer alan "Türk derisi, daha iyisi yok" sloganları ziyaretçilerin dikkatini çekti. Ayrıca, milli katılım içerisinde yer alan firmaların bilgilerinin yer aldığı "Milli Katılım Kataloğu" hazırlanmasının yanı sıra fuar ziyaretçi rehberi ve fuar resmi kataloğunda da birer sayfa ilan verildi.



Turkey
Discover
the potential

20 YILDIR KALİTE VE GÜVENE ATILAN İMZA



+90 212 565 30 16



+90 0530 666 24 54



cavusogluorme@hotmail.com



cavusogluorme



Yenidoğan Mah. Ferhatpaşa Cad.
Dalkıran İş Merkezi 1-B No:119
Bayrampaşa - İstanbul / TURKEY



**ÇAVUŞOĞLU**
ÖRME VE TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Makina Parkuru

Adet	Marka	Pus/Fein	Sistem	Açıklama
2	2015 Terrot	34" 10F	54	A.En Elk.Jakar Süprem,F.Elastan,Mesh Kitli
2	2015 Terrot	34" 7F	54	A.En Elk.Jakar Süprem,F.Elastan,Mesh Kitli
4	2011 Pilotelli	34" 10F	102	A.En Süprem,F.Elastan
4	2009 Pilotelli	34" 14F	102	A.En Süprem,F.Elastan
2	2007 Pilotelli	34" 18F	102	A.En Süprem,F.Elastan
3	2000 Pilotelli	36" 10F	60	Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
6	2000 Mayer	30" 12F	48	Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse



**KALIN FEIN FANTAZİ KUMAŞTA
YÜKSEK KALİTE, KUSURSUZ HİZMET**



www.cavusogluorme.com

D'S DAMAT, ERKEKLERİN İÇ DÜNYASINA DA GİRİYOR

Süleyman ORAKÇIOĞLU

Bizim smokinimizle evlenen bir erkek, güne de bizim pijamalarımızla başlayabilmeli. Ama o pijama bizim smokinimiz kadar değerli ve özel olmalı.

Nazım KANPOLAT

Biz cesur işler yapan bir firmayız ve D'S Damat yeniliklere açık bir marka. Bunun adı sinerjidir. Bu anlaşma ile 2+2'nin 5 edeceğine inanıyoruz.

Moda ve mağazacılık alanında Türkiye'nin yurtdışında en hızlı büyüyen markalarından biri olan D'S Damat, iç giyim sektörünün büyük üreticilerinden Kanpolat Tekstil ile yaptığı anlaşma ile bundan sonra erkeklerin iç giyim ve pijama gibi ihtiyaçlarını da karşılayacak. İki firma arasında yapılan lisans anlaşması sırasında İTKİB Hedef Dergisi de oradaydı ve Türk markalarına uluslararası pazarda güç katacak bir model olan bu lisans anlaşmasının detaylarını öğrendi.

D'S Damat ilk kez yapıyor

"Bugüne kadar markamızın değerini belirleyen ürünlerimizin tasarımı, üretimi gibi konularda hiçbir zaman yetki devri yapmamıştık. Ama D'S Damat markasının bir erkeğin bütün ihtiyaçlarını karşılaması gerektiği konusunda bir kararımız vardı. Bu yolda çok eskiden tanıdığımız ve güvendiğimiz bir üretici olarak Nazım Kanpolat'ı ve Kanpolat Tekstil'i seçtik" diyen ORKA Group Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu, bu anlaşmasının Türk markaları

için önemini şöyle anlattı: "Marka ürününün üzerindeki etiketten fazlasıdır. Kullanıcısıyla marka arasında bir sadakat ilişkisi vardır ve marka kullanıcılarına karşı sorumluluk taşır. D'S Damat markası kendisiyle ortak bir hikaye oluşturmuş bütün sadık kullanıcıları için yeni ürünler, yeni tasarımlar, yeni çözümler sunmalı. Bu, marka ile kullanıcı arasında hep canlı kalması gereken bir ilişki. Yeni, genç, taze ve enerjik olmalıyız. Bizim smokinimizle evlenen bir erkek, güne de bizim pijamalarımızla başlayabilmeli. Ama o pijama bizim smokinimiz kadar değerli ve özel olmalı. Markanın hikayesi böyle yazılır. Bunun için bütün bileşenlerin güçlü,

kaliteli ve istikrarlı olması gerekir."

Kanpolat Tekstil'in kendileri için nasıl ürünler üreteceğini ise Orakçioğlu şöyle açıkladı: Bizim temel felsefemiz bütün ürünlerimizde var, sade olacak ama sıradan olmayacak, farklı olacak ama acayip olmayacak. Yeni ürünlerimiz hem D'S Damat mağazalarında, hem de D'S Damat'a yakışır mağazalarda piyasaya sürülecek. Kars'dan Edirne'ye kadar bütün Türkiye'de olacak.

Kanpolat D'S Damat'a güç katacak

D'S Damat lisansı ile iç giyim ve pijama gibi ürünler üretmek markaya yeni bir boyut getirecek olan Kanpo-

lat Tekstil'in Yönetim Kurulu Başkanı Nazım Kanpolat ise gururlu. D'S Damat markasını sevdiğini ve felsefesini iyi tanıdığını belirten Nazım Kanpolat, markanın yepyeni bir alanda büyüebilmesi için gerekli bütün özelliklere sahip oldukları görüşünde. "Biz cesur işler yapan bir firmayız ve D'S Damat yeniliklere açık bir marka. Bunun adı sinerjidir. Bu anlaşma ile 2+2'nin 5 edeceğine inanıyoruz. Bu ülkemiz için de büyük kazançtır. Çünkü D'S Damat kesinlikle uluslararası bir marka." Lisans anlaşmaları ile mevcut markaların sektörün büyümesine liderlik edeceğini belirten Nazım Kanpolat bu yönde gerçekleştirdiği en güçlü işbirliğini yaptığı için gururlu. "25 yıllık bir markayız ve büyük bir üreticiyiz. Bu işbirliği ile büyük sonuçlar doğuracağımıza eminiz. Süleyman Orakçioğlu ve Osman Arar gibi iki büyük isimle çok eskiye dayanan bir dostluğumuz var. O sebeple uyum dönemini çabuk atlatacağımızı biliyoruz" diye konuşan Kanpolat en yakın sürede D'S Damat markasının bir erkeğin boxer'dan pijamaya bütün iç dünyasını renklendireceğini belirtti.

Cesur, şık ve KALİTELİ
Erkek modasının öncü markalarından D'S Damat, Kanpolat Tekstil ile yaptığı lisans anlaşması ile artık erkekler için iç giyim ve pijama da üretecek. Modeller markaya uygun olarak cesur, şık ve kaliteli olacak.



ÖNCELİKLERİ HER ZAMAN KALİTELİ ÜRETİM

Kaliteden taviz vermemeyi kendine düstur edinen İno Fermuar'ın başarısını CEO'su İzzet Öz'den dinledik. Öz; sektörde başarılı olmak isteyen firmalara seslendi ve başarı için kaliteli üretimin önemine dikkat çekti.



İzzet Öz
İno Fermuar CEO'su

Türkiye'nin önde gelen fermuar ve tekstil aksesuarları üreticilerinden biri olan İno Fermuar'ı firmanın CEO'su İzzet Öz'den dinledik. Yılda 2 milyon 500 bin metre fermuar üretimi gerçekleştiren İno Fermuar, Bayrampaşa'da yaklaşık 3 bin metrekarelik tesisi ve 80'den fazla çalışanı ile yeni pazarlara açılma hedefinde. Kaliteden asla taviz vermeyen ve başarılarını da buna dayandıran İzzet Öz; "Başarılı olmanın temel kuralların-

dan biri, kaliteli üretimdir. Ucuz fiyata mal üretmek için kaliteden taviz veriliyor. Bu ülkemizin imajını yarıyor. Biz asla kaliteden taviz vermiyoruz ve sahip olduğumuz fiyat politikamızın dışına çıkmıyoruz" diye ifade ediyor.

İno Fermuar'ın kuruluş aşamasından günümüze geçirdiği süreçleri anlatır mısınız?

Biz, 2001 yılında önce Özel Fermuar olarak kurulduk. 2002 yılında Bayrampaşa'da

ki fabrika binasına taşınarak, fermuar imalatına başladık. Daha sonra 2006 yılında unvanımızı "İno Fermuar" olarak değiştirdik ve 2007 yılında metal bölümü kurarak aksesuar üretimine başladık. 2009'da zamak üretimine başladık. Kendi kürsör kalıbımızı kendimiz yapma konumuna geldik. Tesisimiz fermuar aksamının yanı sıra başka pazarlara da yönlendirdi bizi. Şu anda hem fermuar hem de aksesuar üretimini yöneten entegre bir tesisiz. Bayrampaşa'da

yaklaşık 3 bin metrekarelik bir tesisimiz ve 80'den fazla çalışanımız var. Boyahane, dokuma ünitesi, ileri teknoloji fermuar üretim makineleri ve CNS tezgah işleme merkezimiz ile yüzde 100 dikey entegre tesislerimiz sayesinde, elcik ve kürsör üretiminden, şerit üretimine ve kaplamaya kadar ürünün her şeyini kendi bünyemizde gerçekleştiriyoruz, imalatımız üzerinde kesin kontrole sahibiz. Bu sayede müşterilerimizden gelen ürün kişiselleştirme taleplerinin tamamına

yakınına cevap verebiliyor ve ürünlerimizin kalitesinin sürekliliğini sağlayabiliyoruz. Avrupa pazarına ihracat gerçekleştiriyoruz. En büyük hedefimiz bunu geliştirmek ve bulunduğumuz pazar sayısını artırmak. Bu hedefi gerçekleştirmek için İngiltere ve İtalya başta olmak üzere pek çok ülkede sürekli fuarlara katılıyoruz. Örneğin, önümüzdeki yıl Première Vision Paris Fuarı'na katılacağız. Yılda 2 milyon 500 bin metre fermuar üretebiliyoruz. 150 ton civarında ise zamak üretimi gerçekleştiriyoruz. 2018'in olumlu ve iyi geçeceğini tahmin ediyor ve 2019 ile 2020 yıllarında hedeflerimize ulaşacağımızı inanıyoruz.

Geçmişe göre Türk konfeksiyon yan sanayi sektörüne bakış açısının daha olumlu olduğunu söyleyebilir miyiz?

Türk ürünlerine, halen kötü bakış yaratabilecek insanlarımız var. Fakat değiştirebilmek bizim elimizde. Çoğu zaman fiyat konusunda kaliteden taviz veriyoruz. Bunu yapmamamız lazım. Bunu verdiğimiz takdirde hem imaj olarak yaralanmış hem de Türkiye'yi karalamış oluyoruz. Bizim bir fiyat politikamız ve belirli bir kalitemiz var. Kesinlikle bunların altında bir ürün üretmiyoruz ve o kalitede ürün isteyen de mal satmıyoruz. Avrupa ülkelerini ziyaret ettiğimiz zaman şunu gördük; çok ciddi bir potansiyel var ve ciddi



alımlar gerçekleştiriliyor. Ama Türkiye hep bu paydadan minimize bir şekilde faydalanabiliyor. Bunun nedeni de, uygun mal üretebilmek için kaliteden taviz verilmesi. Bunu yapmadığımız takdirde daha çok kazanacağımızı ve daha iyi mal üretilip daha iyi noktalara erişebileceğimizi düşünüyoruz. Sektördeki diğer arkadaşlarımızın da bu şekilde düşünmesi lazım. Yoksa ileride çok iyimser şeyler olmayacak. Kaliteden asla ödün verilmemeli. Biz İno Fermuar olarak kesinlikle kaliteden ödün vermiyoruz. Yaptığımız ürünlerin fiyat politikasında da geri adım atmıyoruz. Belirli bir fiyat politikamız var. Bizi tercih edenler ürün portföyümüzden ve kalitemizden dolayı tercih ediyorlar. Biz orta ve üst kalite mal yapıyoruz. Yaptı-

Yıllık üretim 2,5 MİLYON METRE'
İno Fermuar'ın CEO'su İzzet Öz: "Yılda 2 milyon 500 bin metre fermuar üretebiliyoruz. 150 ton civarında ise zamak üretimi gerçekleştiriyoruz."

ğımız ürünün bedelini maddi olarak da manevi olarak da her zaman alabiliyoruz.

"Ekibin iyiyse başarılı olursun"

Kalitenin yanı sıra sektörde başarılı olmanın bir diğer altın kuralı nedir?

Her iş için önemlidir ama bizim sektör için en önemli kurallardan biri; iyi bir ekip-tir. Eğer ekibin iyiyse başarılı

olursun. Çünkü bu iş tek bir insanın yapabileceği bir iş değil. Tabii ki; kadronun başarılı olabilmesi için çalıştığı firmayı benimsemesi lazım. Çalışan ancak bu şekilde, kendi yeri gibi benimserse iyi ve kaliteli şeyler ortaya çıkabilir. Biz de bunun için elimizden gelen bütün gayreti sarf ediyoruz. Ne gerekiyorsa, maddi manevi bütün desteklerimizi veriyoruz. En önem verdiğimiz şey kadromuzun çok iyi olması ve kalite bu işin sırrı.



■ Première Vision İstanbul Fuarı'na katılan İno Fermuar'ın standına ziyaretçiler büyük ilgi gösterdi.



BONY ÇORAP'TAN 35 MİLYON EURO'LUK YATIRIM

Bony Çorap, Sırbistan'da yaklaşık 35 milyon Euro'luk fabrika yatırımına hazırlanıyor. 2017 yılında yüzde 15'lik büyüme gerçekleştiren firma, bu başarısını 2018'de de devam ettirmeyi hedefliyor.

Dünyanın önde gelen birçok markasının yanı sıra kendi markası "Katia" için de üretim yapan Bony Çorap, Çerkezköy'deki fabrikasından sonra Sırbistan'da da yatırıma hazırlanıyor. Yaklaşık 35 milyon Euro'luk fabrika yatırımı yapacaklarını söyleyen Bony Çorap Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Gülkaya, müşterilerinden de yatırım ile ilgili olumlu dönüşler aldığını söyledi.

Fabrika otomasyon üzerine...

Kuracakları fabrikanın ağırlıklı olarak otomasyon üzerine olacağını ifade eden Hasan Gülkaya, Sırbistan'daki ya-

tırım kararı ile ilgili olarak bölgede çalışma yaptıklarını ve teşviklerle ilgili de araştırmalar yaptıklarını belirtti.

Hasan Gülkaya, "Araştırma sonuçlarında istenen şartlara ulaşırsak yatırımı hayata geçireceğiz" dedi.



Jedinstvena Srbija Partisi Başkanı ve Milletvekili Dragan Marković Palma ile beraberindeki heyet, Bony Çorap'ın fabrikasını gezdi.

Sırbistan'dan Çerkezköy'e ziyaret

İkili ilişkileri geliştirmek ve yatırım fırsatlarını değerlendirmek üzere Jedinstvena Srbija Partisi Başkanı ve Milletvekili Dragan Marković Palma, bazı siyasiler ve iş adamlarından oluşan Heyet, Bony Çorap'a fabrika ziyareti gerçekleştirdi. Dragan Marković Palma projenin hayata geçirilmesi için gerekli olan bütün desteği göstereceklerini söyledi. Heyet, Bony Çorap ziyareti sonrasında, Hema Endüstri A.Ş. fabrikasına da ziyarette bulundu. Heyet, ziyaretin devamında çeşitli siyasi parti yöneticileriyle görüşmek üzere Ankara'ya gitti.

2018'de büyümeye devam

Hasan Gülkaya, Sırbistan'da yapılacak yatırımın Türkiye operasyonları üzerinde etkisi olmayacağını ve Türkiye'de de büyümeye devam edeceklerini belirtti. 2017 yılında 2016 yılına göre yüzde 15 büyüme gerçekleştirdiklerini söyleyen Hasan Gülkaya, 2018 yılında da yatırımlara devam ederek, kapasitelerini artıracaklarını açıkladı.



ÇEKİRDEKTEN YETİŞTİK

www.ekzentekstil.com

KUMAŞ | ÜRETİM | ARGE | BASKI | SATIŞ



EN YAHŞI DOSSO DOSSI

Türkiye'nin en büyük moda organizasyonuna imza atan Dosso Dossi Fashion Show, yurt dışındaki ilk etkinliğini kardeş ülke Azerbaycan'da gerçekleştirdi. Azerbaycan'ın yanı sıra çevre ülkelerden ve Türkiye'den gelen konuklar defileyi büyük bir keyifle izledi.

Dünyaca ünlü top modellerin katılımıyla Türkiye'nin en büyük moda organizasyonuna imza atan Dosso Dossi Fashion Show, yurt dışındaki ilk etkinliğini kardeş ülke Azerbaycan'da 1-3 Mart tarihleri arasında gerçekleştirdi. Dosso Dossi çatısı altında 4 ayrı kategoride yüksek katma değerli üretim yapan 40 firma katıldı. Bu kez Türkiye'nin en ünlü mankenlerini kadrosuna dahil eden Dosso Dossi Fashion Show, Bakü'de adeta Türk rüzgarı

estirdi. Aralarında; Çağla Şıkel, Özge Ulusoy, Wilma Elles, Şebnem Schaefer, Günay Museyeva, Merve Büyüksaraç, Tuba Melis Türk ve Ege Begüm Yüccetan'ın da olduğu mankenler Azerbaycan'ın en büyük fuar merkezi olan EXPO Center'da podyuma çıktı. Koreografisini Öner Evez'in hazırladığı defilede Türk tasarımcıların 2018 ilkbahar/Yaz ürünleri sergilendi. Azerbaycan'ın yanı sıra çevre ülkelerden ve Türkiye'den gelen konuklar defileyi büyük bir keyifle izledi.

Kardeş ülke Azerbaycan

Defilenin ardından mankenlerle birlikte basın toplantısı düzenleyen Dosso Dossi Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan, ilk yurt dışı şovu kardeş ülke Azerbaycan'da yaptıkları için mutlu olduklarını söyledi. Hikmet Eraslan, "Dosso Dossi'ye özgü defile ve konserler ile Bakü'de festival havası estiriyoruz. Türk ve Azerbaycan halkları arasında pek çok ortak yan var. Kendimizi evimizde hissediyoruz. İki

devlet tek millet' anlayışıyla Türkiye ile güçlü bağları bulunan Azerbaycan'ın modayla da anılması için üzerimize düşeni yapıyoruz. 1-3 Mart tarihleri arasında Azerbaycan'ın uluslararası en büyük moda organizasyonunu yaptık. İlk şovumuzun ardından daha büyük etkinliklerle Azerbaycan'da olmayı çok arzu ediyoruz" diye konuştu.

Röya'lı final

Dosso Dossi Fashion Show'un Bakü finalinde ise Azerbaycan'ın en ünlü şarkı-

calarından olan ve ülkemizde de önemli bir hayran kitlesi bulunan Röya, konser verdi. Podyumdaki coşkuyu “after party” ile geceye taşıyan Dosso Dosso Dossi Fashion Show, konuklarına unutamayacakları bir gece düzenledi. Kırmızı kıyafetiyle ve enerjisiyle dikkatleri üzerine geçen Röya, Bakü'nün popüler eğlence merkezi Enerji Club'ta gerçekleştirilen konserinde Azerice söylediği şarkılarla konuklarını coşturdu. Röya'nın konserinden sonra sahneye gelen Gürcistan asıllı Soso Pavliashvili ile parti devam etti.

Yurt dışındaki ilk adres Bakü

Özgün iş modeli kimliği ile alkışları toplayan Dosso Dossi Fashion Show, kardeş ülke Azerbaycan ile küresel arenaya açıldı. Çeşitli nedenlerle Türkiye'ye gelmek istemeyen önemli sayıda bir alıcı grubunun bulunduğu dikkat çeken Dosso Dossi Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan, “Bu gruba ulaşmak için ilk adres olarak belirlediğimiz kardeş ülke Azerbaycan'ın başkenti Bakü'yü seçtik” dedi. Dosso Dossi Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eraslan, Antalya'da her yıl iki kez düzenledikleri organizasyonlarda nitelikli üreticilerle 30'u aşkın ülkeden 4-5 bin alıcıyı buluşturduklarını söyledi. Hemen hepsi dünya ölçeğinde ses getiren organizasyonlar sayesinde yılda 100 milyon doların üzerinde bir ciroya ulaştıkları

rını bildiren Eraslan, ‘ilklerin yılı’ ilan ettikleri 2018'de Dosso Dossi'nin yeni stratejisini hayata geçirmek için kolları sıvadıklarını hatırlattı. Hikmet Eraslan, Dosso Dossi'yi uluslararası arenaya taşıyan stratejinin temelini oluşturan iki hamleyi şöyle özetledi: “İlk hamlemizi ürün kategorimizi genişleterek yaptık. Bilindiği gibi Dosso Dossi yıllardır kadın giyime odaklanmıştı. Geçen yıl çocuk giyimi eklediğimiz ürün kategorimize yılbaşından itibaren erkek giyim ile birlikte ayakkabıyı da kattık. Yani artık Dosso Dossi bünyesinde dört kategoride nitelikli üretim yapan yaklaşık 200 üretici firmamızın ürünlerini 30'dan fazla ülkeden alıcılarla buluşturuyoruz. İkinci stratejik hamlemizi Antalya ile özdeşleşen Dosso Dossi Fashion Show'ü küresel arenaya taşıyarak yaptık. Biz Antalya'da çok geniş bir alıcı kitlesini ağırlıyoruz. Ancak, değişik nedenlerle Türkiye'ye gelme konusunda mesafeli duran bir alıcı grubu var. İşte onlara ulaşmak için Antalya'nın yanı sıra farklı adresler oluşturmaya karar verdik. O adreslerden ilki için de kardeş ülke Azerbaycan'ın başkenti Bakü'yü belirledik. Antalya ile aynı konseptte hazırladığımız Dosso Dossi Fashion Show-Bakü'nün ilkinin Bakü Expo-Center'da düzenledik.”

5 yılda 100 ayakkabı mağazası

“Dosso Dossi'yi küresel arenaya taşıyan organizasyona



Hikmet ERARSLAN
Dosso Dossi Fashion Show
Yönetim Kurulu Başkanı

Dosso Dossi olarak adeta Türkiye'nin tanıtım elçisi gibi çalışıyoruz. Türkiye'de bir ilki gerçekleştirip bir iş modelini ihraç etmiş olduk. Bakü bizim için bir ilk adım. Dosso Dossi Fashion Show'u önümüzdeki yıllarda Almatı ve Beyrut'a taşımak için şimdiden çalışmalara başladık.

kadın, erkek, çocuk giyim ve ayakkabı olmak üzere 4 farklı kategoride firmalarımız ilk kez bir arada katıldı” diyen Hikmet Eraslan, “Fuarda Rusya başta olmak üzere bölge ülkelerinden 1000'in üzerinde alıcıyı ağırladık. Öte yandan, 2017 sonunda Laleli'de İstanbul'un en büyük toptan ayakkabı satış merkezini faaliyete geçirdik ve Dosso Dossi Shoes adıyla kendi ayakkabı markamızı yarattık. Yurt dışı açılım stratejimizin bir parçası olarak Rusya ve çevre ülkelerde franchise yöntemiyle 5 yılda Dosso Dossi markalı 100 ayakkabı mağazası açaca-

ğız” açıklamasında bulundu. Bakü organizasyonu için yaklaşık 1 milyon dolar bütçe ayırdıklarını bildiren Hikmet Eraslan, Azerbaycan'ın yanı sıra Rusya, Gürcistan gibi ülkelerde televizyon ve açık hava mecralarını kullanarak yoğun bir tanıtım kampanyası yürüttüklerini vurguladı. Bu tür kampanyaların Türkiye'nin bölge ülkelerindeki algısını da yukarılara taşıdığının altını çizen Eraslan, şöyle devam etti: “Dosso Dossi olarak adeta Türkiye'nin tanıtım elçisi gibi çalışıyoruz. Dünya moda çevrelerinde ses getiren organizasyonlarımızla hem başta hazır giyim üreticileri olmak üzere firmalarımızın hem de ülkemizin prestijini yükseltiyoruz. Bu çalışmalarını ülkemize, girişimcisinden çalışanına kadar üretim süreçlerinde yer alan tüm insanlarımıza vefa borcumuzun bir gereği olarak görüyoruz. Dosso Dossi olarak bir üründen öteye belki de Türkiye'de bir ilki gerçekleştirip bir iş modelini ihraç etmiş olduk. Başarısı uluslararası ödüllere de tesicillenen bu modeli küresel arenaya taşıdığımız için mutluyuz. Bakü'deki organizasyonla hem dünyaya açılmak isteyen firmalara köprü olup ihracatımıza hem de kardeş ülke Azerbaycan'ın ticaretine katkı sunduk. Bakü bizim için bir ilk adım. Dosso Dossi Fashion Show'ü önümüzdeki yıllarda Almatı ve Beyrut'a taşımak için şimdiden çalışmalara başladık.”



Ülkemizde de önemli bir hayran kitlesi bulunan şarkıcı Röya, Azerice söylediği şarkılarla konuklarına keyifli bir gece yaşattı.



Dr. Alca Dokuzoğlu OTTOWEL
Moda Psikoloğu

■ Röportaj: Emre DALKILIÇ

Niye bazı markaları daha çok seviyor, neden alışveriş yapınca mutlu oluyoruz ya da neden sadece bir de file ya da bir tasarımcının yeni kreasyonu bile dünya basınında günlerce baş haber olarak kalabiliyor, hiç düşündünüz mü? İşte moda psikolojisi, tüm bunları ve moda ile ilgili daha birçok konuyu inceleyen bir bilim dalı. İlk olarak 2013 yılında London College of Fashion'da okutulmaya başlanan psikolojinin bu dalı, kısa bir süre olmasına rağmen birçok önemli marka tarafından kullanılmaya başlandı. Dr. Alca Dokuzoğlu Ottowel da uzun yıllardır İngiltere'de yaşayan, önce eğitim bilimleri konusunda doktora, ardından da London College of Fashion'da "Moda Psikolojisi" üzerine yüksek lisans yapmış, bu alanda çalışan nadir akademisyenlerden biri. Ottowel, bu alanda yapılan çalışmaların önumündeki dönemde daha çok artacağını ve moda psikolojisinin ABD'de de üniversite-

lerde okutulmaya başlandığını belirtiyor.

Moda psikolojisini açıklar mısınız?

En basit açıklaması, psikoloji biliminin modanın kavramsal aşamasında incelenmesidir, yani psikolojinin bu yan dalı sadece bilişsel anlamda veya insanın davranışlarıyla ilgilenmiyor. Aynı zamanda insan davranışlarının moda ve daha genel anlatımı ile kıyafet ile olan ilişkisini inceliyor.

Moda tamamen psikolojik bir olgudur mudur?

Birçok moda dergisinde ya da blogunda, kıyafetlerin kimliğini ve toplumdaki sosyal yerimizi belirlediğine dair makaleler okumuşuzdur. Onlara göre moda, insanların kimliğini, kişiliğini ve sosyal statüsünü konuşmadan ifade eden bir iletişim aracıdır. Yalnız, moda/bilim ilişkisinden fazla bahsedilmez. Hâlbuki moda insanı ilgilendirir, insanın bilişsel durumu ile alakalıdır, o yüzden insan psikolojisi moda

MODANIN ARTIK PSİKOLOJİSİ VAR

Her ne kadar yüz yıldan uzun süredir konuşulsa da "Moda Psikolojisi" sadece birkaç yıl önce bilim dalı olarak üniversitelerde yerini almaya başladı. Biz de bu alanda sayılı moda psikologlarından biri olan Dr. Alca Dokuzoğlu Ottowel ile moda psikolojisini ve moda markalarının bunu nasıl kullandıklarını konuştuk.

ile şekil bulur ya da moda insan psikolojisine şekil verir. Mesele, ilk kez karşılaştığımız birini birkaç saniye içinde kıyafetleriyle değerlendiriyoruz. Bu kısa sürede, beynimiz birçok işlem yapıyor. Bu bilişsel işlemi bilmek, üreticinin moda tüketimini ve piyasayı kontrol etmesini sağlıyor.

Bu moda çılgınlığının sebebi ne?

'Alışveriş' alışkanlığımızın iki temel gerekçesi vardır: ihtiyaç ve zevk. Moda endüstrisi bu yüzden tüketicisine ihtiyaçlarını karşılayabileceği ve zevklerine hitap edebileceği ürünü üretme sözünü verir ve bu sözü verirken geçmişte yaşanmış olumsuz duyguları da silmeyi hedefler. Bir çeşit psikolojik terapi denebilir. Tüketicuyu başka bir dünyaya götürmeyi amaçlar. O yüzden üretici, tüketicinin psikolojisini yakından takip etmelidir.

Moda psikolojisi yeni çıkmış bir kavram mı?

Kavramsal anlamda yeni denebilir, yalnız moda endüstrisinin en başından beri kullandığı bir bilim dalı. Neticede moda insan davranışlarıyla ve psikolojisiyle yakından ilgili. Kavramsal anlamda ve akademik disiplin olarak 'moda psikolojisi' ilk olarak Dr. Carolyn Mair tarafından psikoloji biliminin bir alt

dalı olarak London College of Fashion'da 2013'de kuruldu. Yalnız, William James 1841'de ilk kez bu kavramı derslerinde ve yazılarında kullanmış fakat akademik disiplin olarak üniversitelerde okutulmamış. Dr. Mair, psikoloji biliminin moda ile birlikte okutulmasından yana, moda üreticilerinin psikoloji bilimiyle ortak çalışmasının moda endüstrisine katkısı olacağını savunuyor. Dr. Mair aslında bilişsel psikoloji uzmanı ve amacı psikoloji biliminin moda uyarlanması. Sadece moda (kıyafet) ile ilgilenmiyor. Aynı zamanda insan davranışlarının modanın geniş çerçevesi içerisindeki ilişkisini de inceliyor. Bu modanın tasarımından, tüketimine ve hatta elden çıkarma aşamasına kadar geniş bir alanı kapsıyor. Moda insan ihtiyacına hizmet eder. O yüzden modanın insanı iyi tanıması gerekir. Modanın konusu insandır. İnsan davranışlarını temel almayan veya alamayan moda üreticisinin vizyonu da yoktur. O yüzden psikoloji bilimi modanın her aşamasında gereklidir. Neticede moda geleceği tasarımlar, çok hızlı değişir, trendleri belirler. Bunun için de tüketicinin ihtiyaçlarını ve beklenti-

lerini iyi bilmesi ve manipüle edebilmesi gerekir. İnsan davranışlarını, tüketici beklentisini anlamadan ya da araştırmadan moda tasarlamak ya da satmak çok da verimli değil. Modanın üretiminden elden çıkarma aşamasına kadar insan psikolojisini anlamak moda firmalarının ömrünü uzatır.

Bu psikoloji ülkelere göre değişiyor mu? Yoksa erkeklerin ya da kadınların giyime, markalara düşünce ve tepkileri evrensel mi?

Moda çok çabuk değişen küresel bir davranış. Teknolojinin hızıyla şekil değiştiriyor. Her ülkeye göre kültürel farklılık gösterebiliyor. Birçok marka kültürel ve dini değerleri düşünerek koleksiyonlarını hazırlamaya başladı. Ne tip ürünlerin, markanın kişiliğini sempatik gösterceğini öğreniyor.

Mesela 2016'da Dolce Gabbana Hijap koleksiyonuyla Müslüman ülkelerin dikkatini çekmeyi başardı, sonra geçen sene 'Nike Pro Hijap' koleksiyonu birçok tartışmaya sebep oldu. Demek istediğim, global markalar koleksiyonlarını geniş tutmaya, her kesime hitap etmeye çalışıyor. Hatta insan psikolojisiyle ve ihtiyaçlarıyla yakından ilgili. Ne tip ürünlerin satabileceğini değerlendiriyor ve evrensel çalışıyor.

Son zamanlarda büyük tasarımcılar, High Street markalarla ortak koleksiyon yaparak hem gündeme oturuyor, hem de sosyal ekonomik statüsü düşük olan tüketiciye hitap etmeye çalışıyor. Böylelikle geniş bir kesimin sempatisini kazanıyor. Sanırım bu pazarlama stratejisini en iyi H&M kullanıyor ve her sene farklı modacı-

larla çalışarak birçok ekonomik kesime hitap ediyor. Gene bu aralar, hem High-Street de hem de tasarım ürünlerde çokça rastlanan, stratejilerinden biri de ürünü kişiselleştirmek. Bu, tüketiciye oldukça hitap ediyor, tüketici ürünle kendini özdeşleştiriyor, sahipleniyor, o ürünü satın alması kolaylaşıyor. Kendine özel ürünü isteme (annemizin ördüğü hırka gibi sıcak) birçok üreticinin kullandığı taktik. Nike id, Adidas custom, vb. ürünü siz yaratınca sahipleniyorsunuz ya da üzerine adınız yazılı ürünü tercih ediyorsunuz. Coca Cola'nın da yaptığı gibi... Coca Cola şişelerine isim yazarak bu stratejiyi uyguladı.

Bu stratejinin sebebi ne?

Bu moda psikolojisi ile ortaya çıkan bir kavram. Bir ürünü alırken ne kadar çok duyu organımızı kullanırsak o ürüne o kadar sahip olmak isteriz. Dokunduğumuz kazağı alma ihtimalinin çok daha fazla olması gibi. Bu konuda en güzel örnek Apple mağazaları. Mutfak masası imajı verilmiş bütün masalarda, bütün ürünlere dokunabiliyoruz. Kendi mutfağınızda gibi kendinizi rahat hissediyorsunuz ve bu yüzden de ürünü alıyorsunuz. Çünkü harcadığımız para evin dışına çıkmıyor gibi hissediyoruz. Apple, kesinlikle psikoloji bilimini satışlarında en iyi kullanan markalardan biri.

"İlk kez karşılaştığımız birini birkaç saniye içinde kıyafetleriyle değerlendiriyoruz. Bu kısa süre zarfında, beynimiz birçok işlem yapıyor. Bu bilişsel işlemi bilmek, üreticinin moda tüketimini ve piyasayı kontrol etmesini sağlıyor."

"İnsan davranışlarını, tüketici beklentisini anlamadan ya da araştırmadan moda tasarlamak da satmak da çok verimli değil. Modanın üretiminden elden çıkarma aşamasına kadar insan psikolojisini anlamak moda firmalarının ömrünü uzatır."

"Tüketici, alışverişinden ötürü kendini kazançlı hissetmeli. Tüm bunlar psikoloji biliminin çıkarımları ve moda psikolojisi de bu tip çıkarımlarla moda endüstrisine hizmet veriyor."

Moda markaları psikolojinin bu dalından nasıl yararlanıyor?

Öncelikle pazarlama ve moda psikolojisini birbirinden ayırmak gerekir. Aslında psikoloji biliminin bu dalları da insan davranışlarını ve tüketimi etkilemeye çalışır, o yüzden birbiriyle örtüşür. Fakat pazarlama psikolojisi, kendi stratejilerini kullanarak tüketicileri etkilemeye, manipüle etmeye ve tüketimi kontrol etmeye çalışır. Moda psikolojisi ise sadece ürünün pazarlanmasıyla ilgilenmez aynı zamanda ürünün tasarım aşamasından tutun elden çıkarma aşamasına kadar inceler. Oxford Üniversitesi Psikoloji bölümünden bir obezite profesörünün teorisine göre, impulsif alışveriş ile aşırı yemek yemenin temel benzerlikleri var. Buna göre kaliteli yiyecekler yemek bu sorunun çözümü. Besin değeri yüksek yiyeceklerin kalorisinin az olması aşırı yemeye engel olur. Peki, alışveriş yapmaya bu teoriyi nasıl uyguluyoruz? Etik yöntemlerle üretilmiş tasarım ve seçkin olan ürünleri alarak, aldığımız ürünler hakkında düşünme fırsatımız oluyor. Bu da gereksiz alışverişini engelliyor. Yalnız üretici firmanın, tüketiciyi seçkin ürünü aldığına dair ikna etmesi gerekir. Bunu da psikolojik stratejilerle yapabiliyor. Satın aldığı ürün onu mutlu etmeli. Tüketici, alışverişinden ötürü kendini kazançlı hissetmeli.





İHKİB ARAMA KONFERANSLARI İLE MESLEKİ EĞİTİMİN VE SEKTÖRÜN İHTİYAÇLARINI BELİRLİYOR

Toplam Faktör Verimliliği projesi kapsamında pilot sektör seçilen hazır giyim sektöründe İHKİB, arama konferanslarına hız kesmeden devam ediyor.

Mesleki Eğitim Yüksek Okulları için, öğrencilerin ilgisini çekecek, eğitim aldıkları mesleği yapabilecekleri, devlet teşviklerinin de etkin şekilde kullanımını sağlayacak yeni bir eğitim modelini tüm paydaşlarla birlikte tasarlayan İHKİB, bu amaç doğrultusunda Arama Konferanslarını düzenliyor. Arama Konferansları ortak görüş yaratmayı, ortak sorunlara çözüm bulmayı, daha iyiye ulaşmak, gelişmek için neler yapılması gerektiğini belirlemeyi ve ortak hedefler seçmeyi sağlayan bir ça-

lışma düzeni. Buradaki amaç sektördeki tüm paydaşların stratejik öncelikleri paylaşması ve arzuladıkları gelecek tasarımını oluşturmalarına katkı sağlamak.

Bu çalışmaların ikincisi 23-25 Şubat 2018 tarihinde gerçekleştirildi. Arama Konferansı Mesleki Eğitim Yüksek Okulları için, öğrencilerin ilgisini çekecek, eğitim aldıkları mesleği yapabilecekleri, devlet teşviklerinin de etkin şekilde kullanımını sağlayacak yeni bir eğitim modelini tüm paydaşlarla birlikte tasarlamayı amaçlıyor. Arama Konferansı ile sektördeki tüm paydaşların

stratejik öncelikleri paylaşması ve arzuladıkları gelecek tasarımını oluşturmaları sağlanacak.

Sektöre ve mesleki okullara dair saptamalar

Doç. Dr. Oğuz Babüroğlu'nun moderatörlüğünde gerçekleşen konferansa İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, İTKİB genel sekreterlik ilgili personelleri ile Kalkınma Bakanlığı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Türkiye'nin projeleriyle ilgili temsilcilerinin yanı sıra Ekonomi ve Milli Eğitim

Bakanlığı'ndan yetkililer, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün önemli markalarının temsilcileri, üniversitelerden öğretim görevlileri, meslek okullarından öğretim görevlileri ve öğrenciler, bankacılık ve finans sektörlerinden çeşitli isimler katıldı. Konferansta gruplara ayrılan katılımcılardan, özellikle kısa ve orta vadede gerçekleştirilecek olasılıkları göz önünde bulundurarak hazır giyim sektörünün ve mesleki okulların avantajlarını ve dezavantajlarını saptamalarını ve bunlara yönelik bir ilkeler hazırlamaları istendi.



“
İHKİB, Mesleki Eğitim Yüksek Okulları için, öğrencilerin ilgisini çekecek, Arama Konferansları düzenliyor. Buradaki amaç sektördeki tüm paydaşların stratejik öncelikleri paylaşması ve arzuladıkları gelecek tasarımını oluşturmalarına katkı sağlamak.
”





ATHLEISURE AKIMI TÜRK İHRACATÇILARININ MARKAJINDA

Denim ve çorap kümelerinde yer alan ihracatçılar Athleisure akımı ve Seamless teknolojisi ile ilgili yeni uygulama alanlarını dinlemek için düzenlenen seminerde bir araya geldi.

Konuşmacılar:

Santoni: Patrick Silva, Levent Tepsi

Lenzing: Hale Saraçoğlu (Head of Business Development and Marketing), Bengi Ergon (Business Development and Marketing Assist.)

Unitin: Selçuk Colpan (Unitin Agent in TR)

Katılımcı Markalar:

Bestseller (Vero Moda, Noisy May)
Penti

Son zamanlarda moda dünyasında adının sıklıkla geçtiği Athleisure akımı ve Seamless teknolojisi ile ilgili yeni uygulama alanları 23Mart Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen bir seminer ile masaya yatırıldı. Denim ve çorap kümelerinde yer alan ihracatçıların yanı sıra marka ve hammadde üreticileri de seminere katılım gösterdi. Lonati Grubu şirketlerinden Seamless makine üreticisi Santoni, Avusturyalı elyaf üreticisi Lenzing ve İndigo iplik üreticisi Unitin firma temsilcilerinin de katılımlarıyla gerçekleştirilen seminerde, tarafların işbirliğiyle oluşturdukları "Athleisure Denim

Synergy" koleksiyon sunumu da katılımcılarla paylaşıldı. Athleisure akımı, firmaları yeni sektörel dinamiklerle birlikte yeni yatırımlar yapmaya ve ürün gamlarında değişikliğe yönlendiriyor. Athle-

isure terim olarak "atletik" ve "günlük-rahatsız" kelimelerinin birleşimini ifade ediyor ve günümüzün son trendi olarak tanımlanıyor. Genel hatları ile spor kıyafetlerinin lüks kıyafetlerle birleştirilmesi anlamı-

na geliyor. Amerika'da doğan bu güçlü akım kısa zamanda moda başkentlerine de yayıldı ve ünlü markalarda bu akımın üzerine eğildiklerini yeni sezon koleksiyonları ile gösterdiler.



**VAR ETTİNİZ,
VAR OLUN...**

Darüşşafaka varsa sayenizde var.
151 yıldır iyi ki varsınız.



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

www.darussafaka.org | 444 1863

Darüşşafaka
1863
CEMİYET



TÜRK FİRMALARI İSVEÇ PAZARINA HAZIRLANIYOR

Denim Kümesi içerisinde yer alan Türk firmaları, son yıllarda ciddi bir potansiyel barındıran İsveç pazarı için çalışmalara başladı. Bu çalışmalar kapsamında İsveçli yetkililer tarafından Türk firmalarının showroomları ziyaret edildi.

Denim sektörü açısından Kuzey Avrupa Ülkeleri büyük bir potansiyel teşkil ediyor. Özellikle son yıllarda düşük adetli butik üretim yapılarak "baby brands" olarak adlandırılan çok sayıda markanın oluşumu ile İsveç, denim konfeksiyon ihracatçıları için son derece önemli bir pazar. Denim Kümesi içerisinde yer alan Türk firmaları da İsveç pazarına hazırlık için kolları sıvadı. Geçtiğimiz günlerde İsveçli Ürün Geliştirme Uzmanı Nina Köhler tarafından Türk firmalarının showroomları ziyaret edildi. Ziyarette küme içerisinde yer alan firmaların ürünlerinin İsveç pazarına uygun olup olmadığına ilişkin değerlendirme yapıldı ve daha iyi bir hazırlık için neler yapılması gerektiğine ilişkin bir rapor sunuldu. Yapılan ziyaretler aynı zamanda hem pazara hazırlık hem de İsveçli alıcıların

tercihlerini anlama anlamında küme firmalarına önemli öngörüler kazandırdı.

Mayıs da büyük buluşma

Ziyaretin akabinde düzenlenen "Nordik Pazara Yönelik Pazar

Bilgilendirme Semineri"nde de Türk firmalarına İsveç pazarına ilişkin bilgiler aktarıldı. Seminerin ana başlıklarını; İskandinav müşterilerinin beklentileri, tüketicilerin alışkanlıkları, ürün fiyatları ve dikkat edilmesi gereken püf noktalar oluştur-

du. Nina Köhler, seminerde katılımcılara firma ziyaretleri sonucunda edindiği izlenimleri ve önerileri aktardı. Denim Konfeksiyon Kümesi, Mayıs ayının ilk haftasında Stockholm'da İskandinav markalar ile bir araya gelecek.



İHKİB' KARIYER

Hazırgiyim sektöründe iş ya da eleman arıyorsanız buluşma noktanız ***“ihkibkariyer.com”*** hizmetinizde.

İHKİB Kariyer, mavi yakadan beyaz yakaya iş arayan herkesi en uygun şirketlerde ve en uygun pozisyonlarda kariyer edinme imkanı sunuyor.

Eleman bulma,
İş bulma,
Eğitim.

Sahip olabileceğiniz staj imkanları ve daha fazlası için....

ihkibkariyer.com

NİSAN 2018

KISA EĞİTİMLER

Sektörle iç içe ilerleyen İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile profesyonel dünyaya güvenli adımlar atın!

İstanbul Moda Akademisi ve İHKİB Kariyer Akademi işbirliğiyle her ayın farklı günlerinde, modanın her alanında açılan **Kısa Eğitimler**'de her program **İTKİB** üyelerine

%50 İNDİRİMLİ!

<p>2 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Tedarik Esasları</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SEDEF TÖRE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>2 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Görsel Mağazacılıkta Satış Artırıcı Stratejiler</p> <p>Süre: 6 Saat (3 saat x 2 gün) Eğitmen: FİGEN YILMAZ AKKAN</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>2 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Koleksiyon Tasarım Süreçleri; Moodboard Oluşturma</p> <p>Süre: 15 Saat (3 saat x 5 gün) Eğitmen: GİRAY SEPİN</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>3 NİSAN SALI</p> <p>Görsel Mağazacılıkta Alan Yönetimi ve Örnek Senaryo Uygulaması</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: OĞUZHAN COŞKUN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>4 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Depo ve Stok Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: NESLİHAN ALBAYRAK</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>5 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>Başarı ve Sonuç Odaklılık</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: YEKTA ÖZÖZER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>6 NİSAN CUMA</p> <p>Etkin İnsan Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: TAMER DEMİRDELEN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>9 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Perakende Matematiği</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HAKAN OKAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>10 NİSAN SALI</p> <p>İnsan Kaynakları İçin Sosyal Medya Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: AYŞEGÜL ATALAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>10 NİSAN SALI</p> <p>Moda Çizim Teknikleri Başlangıç Düzey</p> <p>Süre: 18 Saat (3 saat x 6 gün) Eğitmen: BÜLENT GÜRCİHAN</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>11 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Egosu Yüksek İnsanlarla Başa Çıkmak</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: PINAR KONYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>12 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>Satış Odaklı Koleksiyon Stratejileri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: MUHİTTİN TÜREL</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>13 NİSAN CUMA</p> <p>Satış Becerileri Geliştirme ve Satışta Liderlik</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BÜLENT BAŞAR</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>16 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Endüstri 4.0</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: YEKTA ÖZÖZER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>16 NİSAN PAZARTESİ</p> <p>Stil Danışmanlığına Giriş</p> <p>Süre: 12 Saat (3 saat x 4 gün) Eğitmen: TÜLİN KERMEN</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>18 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Excel İle Perakende Matematiği Uygulamaları</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: CELAL BURAK BUDAK</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>18 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Satın Almada Maliyet Düşürme ve Müzakere Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HAKAN OKAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>19 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>İş Dünyasında Problem Çözme ve Karar Verme</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: KEREM TOKER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>20 NİSAN CUMA</p> <p>İplik Cinsi Tespiti İplik ve Dokuma Kumaş Kriterleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: KASIM UZUNÖZ</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>24 NİSAN SALI</p> <p>Moda Terminolojisi</p> <p>Süre: 6 Saat (3 saat x 2 gün) Eğitmen: BURÇIN ONUŞ</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>25 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>360 Derece Satış</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HAKAN OKAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>25 NİSAN ÇARŞAMBA</p> <p>Stresle Başa Çıkma ve İşyerinde Mutluluk</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: AKADEMİKA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>26 NİSAN PERŞEMBE</p> <p>Hazır Giyim Üretim Süreçleri ve İş Etüdları</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SELİN SARIKAYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	

MAYIS 2018

KISA EĞİTİMLER

Sektörle iç içe ilerleyen İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile profesyonel dünyaya güvenli adımlar atın!

İstanbul Moda Akademisi ve İHKİB Kariyer Akademi işbirliğiyle her ayın farklı günlerinde, modanın her alanında açılan **Kısa Eğitimler**'de her program **İTKİB** üyelerine

%50 İNDİRİMLİ!

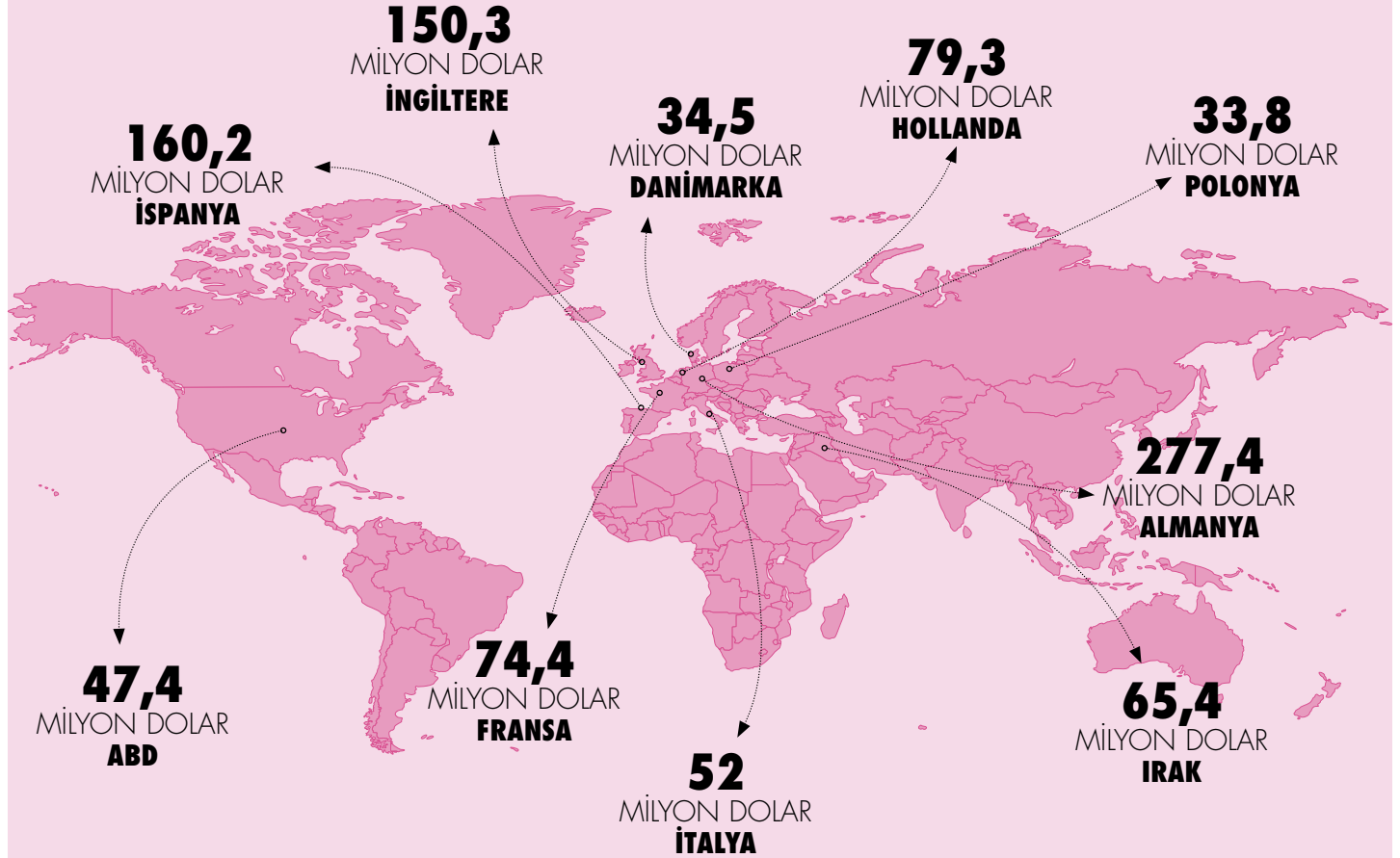
<p>4 MAYIS CUMA</p> <p>Müşteri Odaklı Koleksiyonun Doğru Yönetimi ve Sunum Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SEDEF TÖRE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>7 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Tasarım Odaklı Düşünme ve İnovasyon</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: YEKTA ÖZÖZER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>7 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Kombinleme Sanatı</p> <p>Süre: 12 Saat (3 saat x 4 gün) Eğitmen: ZEYNEP ERKAN</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>8 MAYIS SALI</p> <p>Tasarım Odaklı Düşünme ve İnovasyon</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: YEKTA ÖZÖZER</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>8 MAYIS SALI</p> <p>Modada Uluslararası Etkin Satış Yöntemleri</p> <p>Süre: 6 Saat (3 saat x 2 gün) Eğitmen: BURÇIN ONUŞ</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>9 MAYIS ÇARŞAMBA</p> <p>Etkin Takım Çalışması</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: TAMER DEMİRDELEN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>10 MAYIS PERŞEMBE</p> <p>Sahnedesiniz Etkili Sunum Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: PINAR KONYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>11 MAYIS CUMA</p> <p>Finansal Okuryazarlık</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SELDA EKE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>14 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Rekabet Analizi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HAKAN OKAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>14 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>Satış Odaklı Görsel Sunum Yöntemleri</p> <p>Süre: 6 Saat (3 saat x 2 gün) Eğitmen: FİGEN YILMAZ AKKAN</p> <p>İMA / NİŞANTAŞI</p>	<p>15 MAYIS SALI</p> <p>Çalışma Yönetimi ve Zor İnsanlarla Başa Çıkma</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: AKADEMİKA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>17 MAYIS PERŞEMBE</p> <p>Numune ve Üretim Aşamasında Takvim Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SELİN SARIKAYA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>18 MAYIS CUMA</p> <p>Finansal Tabloların Analizi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SELDA EKE</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>22 MAYIS SALI</p> <p>Hazır Giyim Tekstil Performans Testleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: SEVİM ATMACA</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>23 MAYIS ÇARŞAMBA</p> <p>Etkili Zaman Yönetimi</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: TAMER DEMİRDELEN</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>25 MAYIS CUMA</p> <p>Satışta Etkili Sunum ve İkna Teknikleri</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: BÜLENT BAŞAR</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>28 MAYIS PAZARTESİ</p> <p>İleri Düzey Satış</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: HAKAN OKAY</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>	<p>29 MAYIS SALI</p> <p>Moda Çizim Teknikleri Orta Düzey</p> <p>Süre: 18 Saat (3 saat x 6 gün) Eğitmen: VERONIQUE POLAT</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>
<p>29 MAYIS SALI</p> <p>Başarılı Bir E-Ticaret Sitesi Oluşturma ve Dijital Pazarlama</p> <p>Süre: 1 Gün (6 saat) Eğitmen: ENGIN AKÇAGÜN ABDURRAHİM YILMAZ OĞUZ AYLANÇ</p> <p>İTKİB / YENİBOSNA</p>					

HAZIR GIYİM İHRACATI

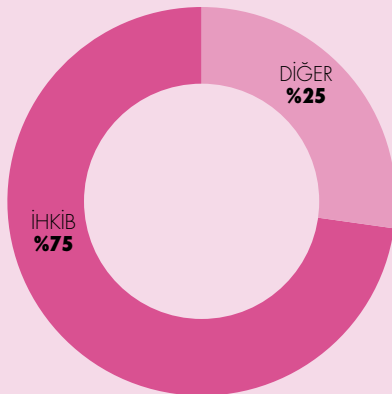
- Şubat 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 11,9 artışla 1 milyar dolar oldu.
- Şubat 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 710 milyon dolarla örme giyim eşyaları gerçekleştirdi.
- 2018 Şubat döneminde, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 10,9 oldu.

ŞUBAT AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 9,9 ARTIŞLA
1,4 MİLYAR DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

ÜLKELERE GÖRE 2018 ŞUBAT İHRACATI



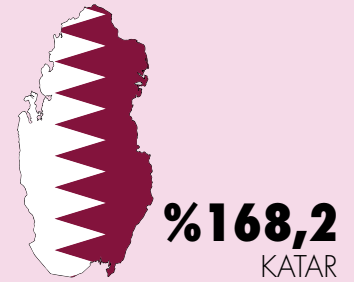
HAZIR GIYİM İHRACATINDA İHKİB'İN PAYI



ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 168,2 ile Katar olurken, bu ülkeyi yüzde 80 ile Avrupa Birliği Serbest Bölge, yüzde 67,2 ile Sırbistan izledi.

ŞUBAT AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 10,7 ARTIŞLA

866 MİLYON DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ



- Şubat 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 8,3 artışla 463 milyon dolar oldu.
- Şubat 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 209,1 milyon dolar dokuma kumaş ürünleri gerçekleştirdi.
- Şubat 2018 döneminde, tekstil ve hammaddeleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 6,7 oldu.

İHRACATIN EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE



%292,3
RUSYA FEDERASYONU

Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatını en fazla artıran ülke yüzde 292,3 ile Rusya olurken, bu ülkeyi yüzde 166,2 Hindistan, yüzde 127,7 ile Pakistan izledi.



ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI
İHRACATINDAN ALDIĞI PAY

209,1
MİLYON DOLAR



162,4
MİLYON DOLAR

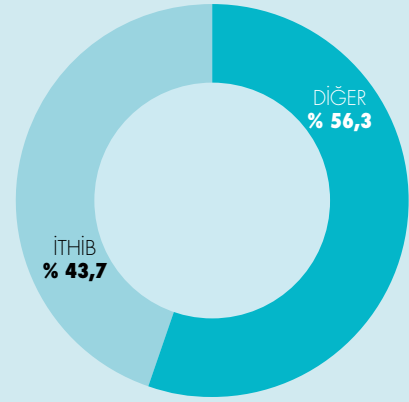
DOKUMA KUMAŞLAR



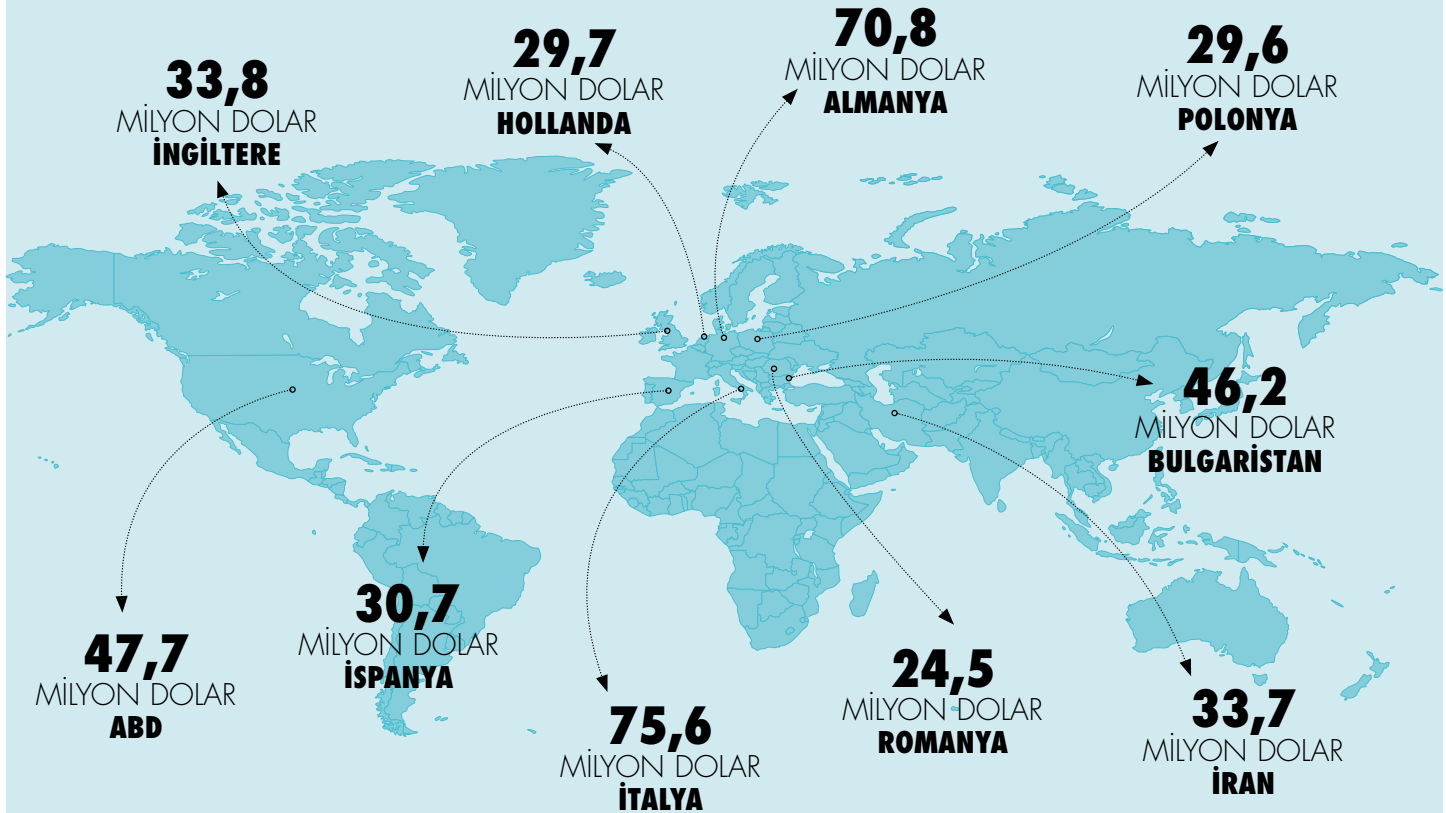
130,6
MİLYON DOLAR



TEKSTİL VE HAM MADDELERİ
İHRACATINDA İTHİB'İN PAYI



ÜLKELERE GÖRE 2018 ŞUBAT İHRACATI

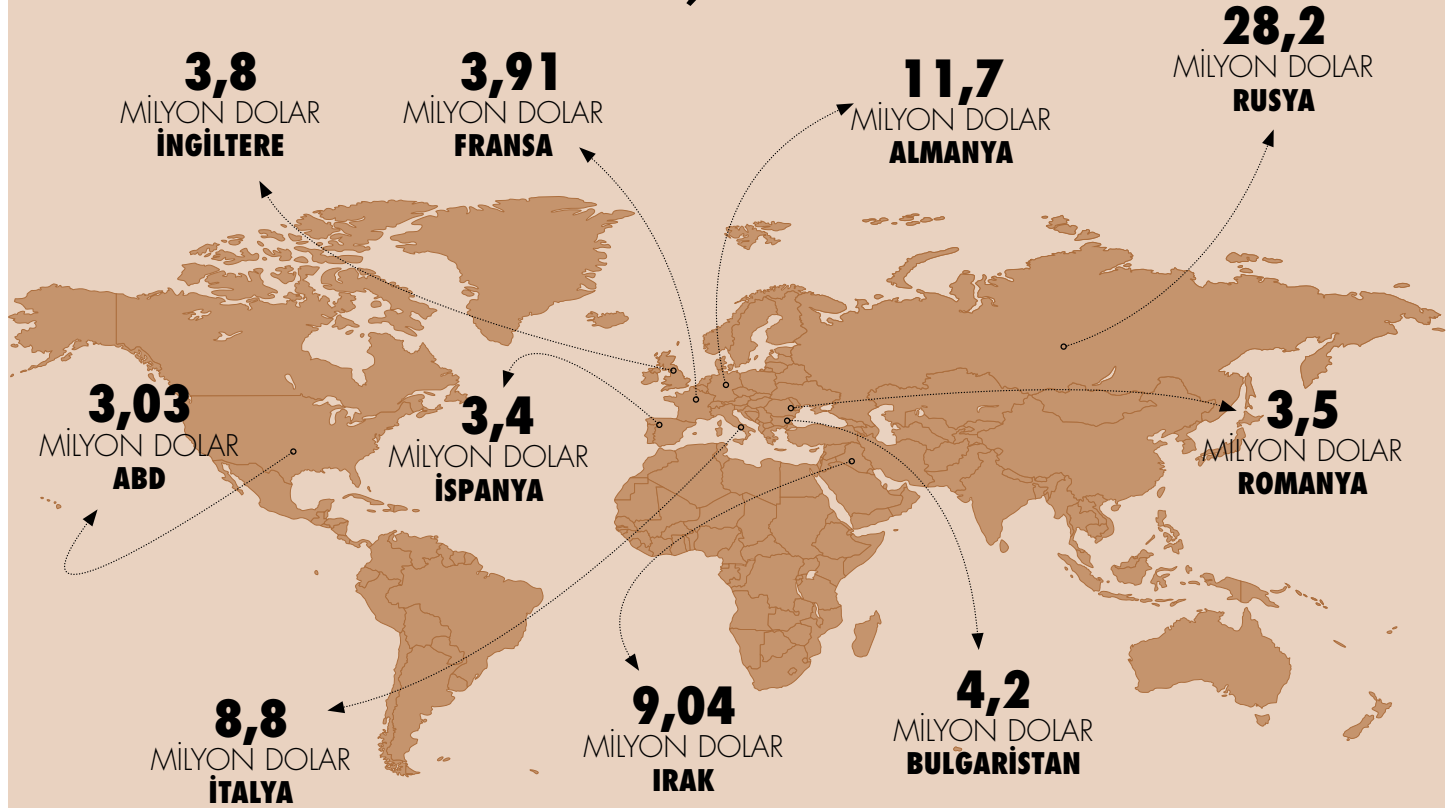


DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

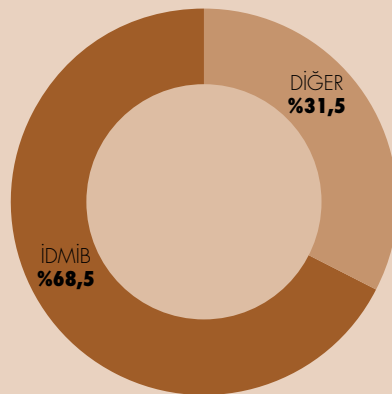
- > Şubat 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 8,9 artışla 54 milyon dolar oldu.
- > Şubat 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 95 milyon dolar ile ayakkabı yaptı.
- > Şubat 2018 döneminde, deri ve deri ürünleri ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1,1 oldu.

★ ŞUBAT AYINDA İHRACAT, YÜZDE 25,3 ARTIŞLA **145,2 MİLYON DOLAR** OLARAK GERÇEKLEŞTİ

ÜLKELERE GÖRE 2018 ŞUBAT İHRACATI



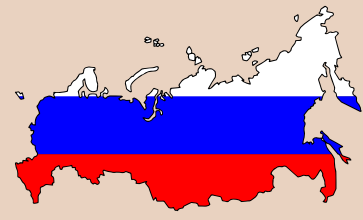
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATINDA İDMİB'İN PAYI



ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT AYI İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



%103,9
RUSYA FEDERASYONU

Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 103,9 ile Rusya olurken, bu ülkeyi yüzde 54,03 ile İtalya, yüzde 27,5 ile ABD izledi.

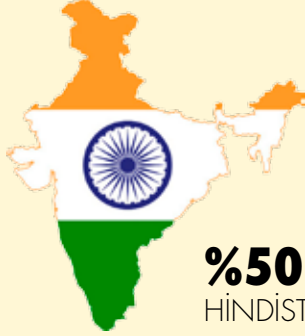
ŞUBAT AYINDA İHRACAT,
YÜZDE 11,8 ARTIŞLA
173,5 MİLYON DOLAR
OLARAK GERÇEKLEŞTİ



- Şubat 2018 döneminde AB28 ihracatı yüzde 4,1 artışla 37,3 milyon dolar oldu.
- Şubat 2018 döneminde, alt mal gruplarında en fazla ihracatı, 147,2 milyon dolar ile makine halıları gerçekleştirdi.
- Şubat 2018 döneminde, halı ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 1,6 oldu.



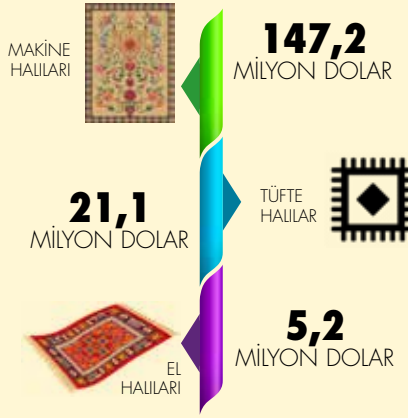
İHRACATIN EN FAZLA
ARTTIĞI ÜLKE



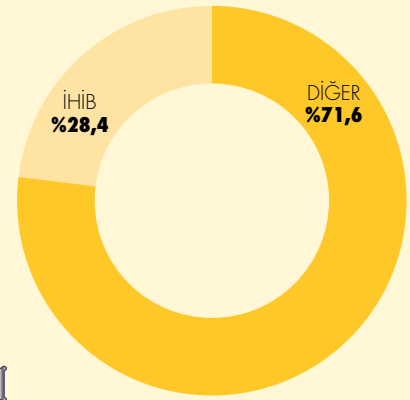
Şubat ayında ilk 50 ülke içinde ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 501,4 ile Hindistan olurken, bu ülkeyi yüzde 376,2 ile BAE, yüzde 292,7 ile Katar izledi.



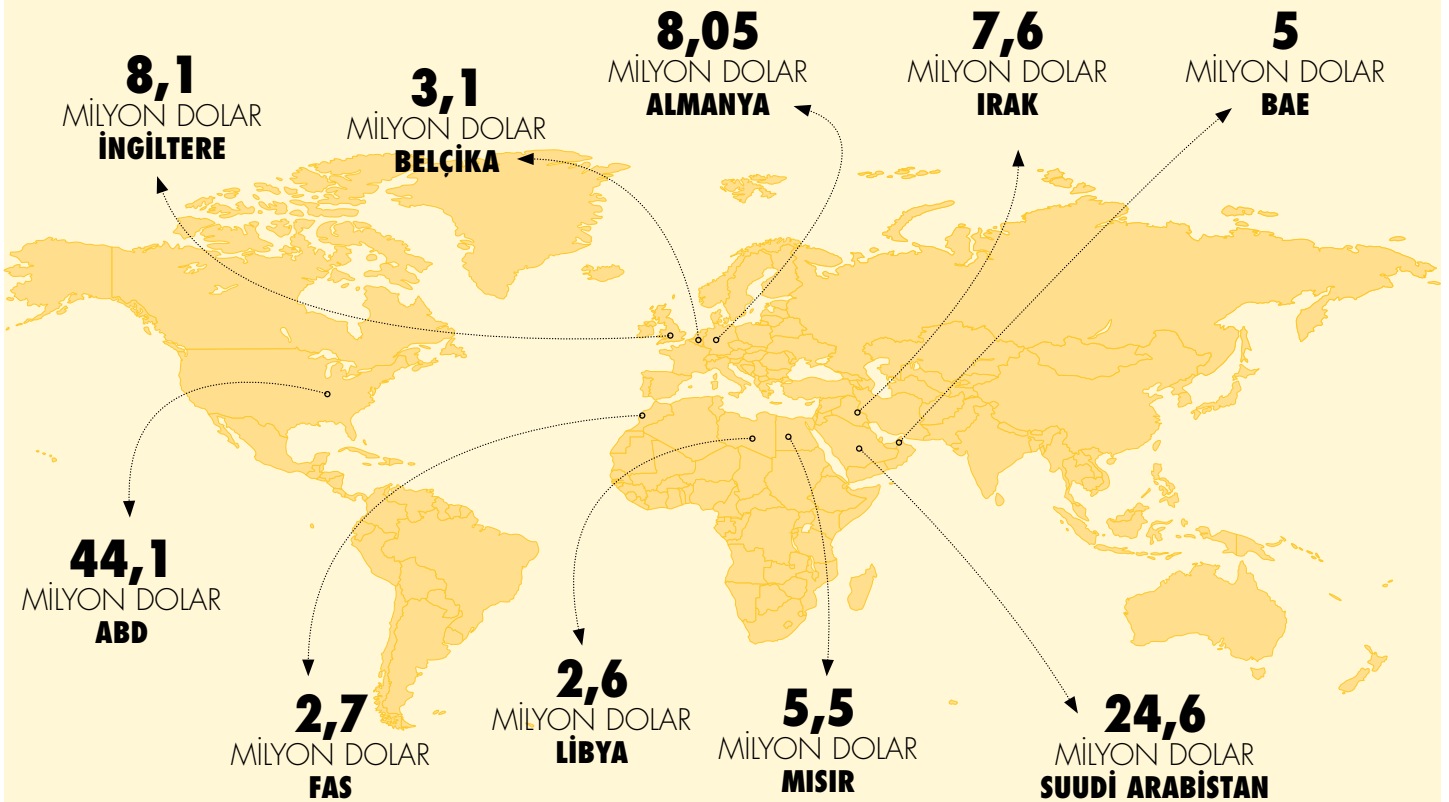
ALT MAL GRUPLARININ ŞUBAT
AYI İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



HALI İHRACATINDA
İHİB'İN PAYI



ÜLKELERE GÖRE 2018 ŞUBAT İHRACATI





İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi B-Blok Çobançeşme
Mevkii Sanayi Cad. Yenibosna / İstanbul
Telefon: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01
e-mail: info@itkib.org.tr
Web: www.itkib.org.tr

Ekonomi Bakanlığı

Adres: T.C.Ekonomi Bakanlığı İnönü Bulvarı
No:36 P.K 06510 Emek-ANKARA
Telefon: 0 312 204 75 00
e-mail: info@ekonomi.gov.tr
Web: www.ekonomi.gov.tr



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii
Sanayi Cd. B Blok Kat: 9 P.K.34196 Yenibosna-İstanbul
Tel: 0212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0212 454 04 13 / 454 04 83
e-mail: tim@tim.org.tr
İnternet: www.tim.org.tr



İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-posta: akib@akib.org.tr
Web: www.akib.org.tr

Doğu Anadolu İhracatçı Birliği (DAİB)

Tel: 0 442 214 11 85-86
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-posta: daibarge@daib.org.tr
Web: www.daib.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

Tel: 0 342 211 05 00
Faks: 0 342 211 05 09
e-posta: gaibevrak@gaib.org.tr
Web: www.gaib.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

Tel: 0 454 216 24 26
Faks: 0 454 216 48 42
e-posta: kib@kib.org.tr
Web: www.kib.org.tr

Batı Akdeniz İhracatçı Birliği (BAİB)

Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: baib@baib.gov.tr
Web: www.baib.gov.tr

Doğu Karadeniz İhracatçı Birliği (DKİB)

Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01 - 02
e-posta: dkib@dkib.org.tr
Web: www.dkib.org.tr

İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
e-posta: immib@immib.org.tr
Web: www.immib.org.tr

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05
e-posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web: www.oaib.org.tr

Denizli İhracatçı Birliği (DENİB)

Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 258 274 72 22-62
e-posta: denib@denib.gov.tr
Web: www.denib.gov.tr

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-posta: eib@egebirlik.org.tr
Web: www.egebirlik.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-posta: iib@iib.org.tr
Web: www.iib.org.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

Tel: 0 224 219 10 00
Faks: 0 224 219 10 90
e-posta: uludag@uib.org.tr
Web: www.uib.org.tr

İLGİLİ KURUMLAR

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

Tel: 0 212 470 51 53
Web: www.tasev.org.tr

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 549 36 12
e-posta: info@aysad.org
Web: www.aysad.org

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 - 53
e-posta: lasiad@lasiad.org.tr

Türkiye Denim Sanayici ve İşadamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30
e-posta: info@denimder.com
Web: www.denimder.org.tr

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56
e-posta: tgسد@tgسد.org.tr
Web: www.tgسد.org.tr

Bayrampaşa Tekstil ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD)

Tel: 0 212 613 97 23
Web: www.batiad.org.tr

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
Web: www.mesiad.org.tr

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15
e-posta: info@tigsad.org
Web: www.tigsad.org

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02
e-posta: info@turdev.org
Web: www.turdev.org

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

Tel: 0 212 320 82 00
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

Tel: 0212 296 90 45
Web: www.mtd.org.tr

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71
e-posta: info@tasd.com.tr
Web: www.tasd.com.tr

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60
e-posta: info@trisad.org
Web: www.trisad.org

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08
e-posta: csd@csd.org.tr
Web: www.csd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)

Tel: 0 212 231 92 85
Web: www.otiad.org.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47
e-posta: info@tdkd.org.tr
Web: www.tdkd.org.tr

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTSD)

Tel: 0 282 758 35 64
e-posta: info@tttsd.org.tr
Web: www.tttsd.org.tr

İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66
e-posta: vakif@itkib.org.tr
Web: www.ihkibev.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05
Web: www.orsad.org.tr

Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)

Tel: 0 232 488 61 23
e-posta: targdev@targev.org.tr
Web: www.targev.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05
e-posta: info@turktestilvakfi.com
Web: www.turktestilvakfi.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 - 97
e-posta: kysd@kysd.org.tr
Web: www.kysd.org.tr

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Web: www.tetsiad.org

Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İşadamları Derneği (ZETSİAD)

Tel: 02124834000
e-posta: info@zetsiad.org.tr
Web: www.zetsiad.org.tr

*Kingdom is dedicated in
the best linen yarn*



KINGDOM HOLDINGS LIMITED

+86-573-86781000

www.kingdom-china.com

kingdom@kingdom-china.com

FILOFİBRA PAZARLAMA A.S.

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

KINGDOM[®]

INO[®]

ZIPPERS/ACCESSORIES

#artoffinesse



www.inofermar.com

