

Dergimizin  
dijital versiyonuna  
ulaşmak için  
QR kodu  
kullanabilirsiniz.



**DÖRT  
SEKTÖRÜMÜZ  
2021 YILINI  
TARİHİ İHRACAT  
REKORUYLA  
KAPATTI**

**20,3**  
milyar dolar  
**%18,3 artış**  
Hazır giyim  
ve konfeksiyon  
sektörü

**12,9**  
milyar dolar  
**%33,2 artış**  
Tekstil ve ham  
maddeleri  
sektörü

**1,7**  
milyar dolar  
**%29,6 artış**  
Deri ve deri  
mamulleri  
sektörü

**3,1**  
milyar dolar  
**%22,1 artış**  
Halı sektörü



*Tekstil ve hazır giyim  
sektörleri, İstanbul  
fuurları ile ihracatı  
artıracak*



# StyleShoots

## Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu

eren  
morhipo.com

ebebek  
trendyol.com

Civil  
Bebello  
İngilizce mekânlık

COLIN'S  
Özdelek

SARAR  
sıkmakas  
CROSS JEANS

SAFRAN  
TEXTILE  
LC WAIKIKI



Styleshoots Horizontal'i Instagram'da  
keşfedin! @astasjuki

### ASTAS JUKI

Ataş Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Koçman Cad. No: 57 34212 Güneşli/İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) Faks: (0212) 630 89 27 Web: www.astasjuki.com - E-mail: cadcam2@astasjuki.com

f t i p y /astasjuki

ITKIB HEDEF

# İÇİNDEKİLER

## KONULAR

72

### **Fark Yaratanlar**

Özgecan Üstgöl  
“Hazır giyim  
sektöründe dijital  
bir devrim hedefliyoruz”

80

### **Anadolu'da Yatırım**

Levent Sıpak  
“Girişimciliği desteklemek  
adına Şanlıurfa'ya  
yatırım yapıyoruz”

# İÇİNDEKİLER



## BÖLÜMLER

08

### Kısa Haberler

*Daha fazla ihracat için ek istihdam*

54

### Kapak

*Dört sektörümüz 2021 yılını tarihi ihracat rekoruyla kapattı*

60

### Ekonomi

*Dr. Can Fuat Gürlesel*

*2022 yılı ihracat öngörülleri*

78



62

### Dosya

*Tekstil ve hazır giyim, milyarlarca dolarlık hedefle İstanbul fuarlarına hazırlanıyor*

76

### Etkinlik

*Mapic Fransa Ticaret Heyeti tamamlandı*

78

### Teknoloji

*Modada kripto rüzgârı*

84

### Sektörel Buluşmalar

*İTHİB, Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği ile buluştu*

88

### Mevzuat

*Erdoğan Karahan*

*Vergiye uyumlu mükelleflerde indirimden faydalanma şartları kolaylaştırıldı (II)*

90

### Hukuk

*Av. H. Ozan Öğüt*

*Türk Borçlar Kanunu uyarınca kira artışı ve kira bedelinin tespiti davası*

## İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.  
Mustafa BEKTAŞ

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Hikmet ÜNAL

### YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan TEPE

Bekir Burak UYGUNER

İbrahim GEYİKOĞLU

### YAYIN KURULU

#### HAZIR GIYİM

İlker KARATAŞ  
Mithat SAMSAMA

#### TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ  
Ali Sami AYDIN  
Orhan AYDIN  
Fatma UÇURUM

#### DERİ

İlhan KUŞELİ  
Serkan CEVAHİRCİOĞLU

#### HALI

Bülent METİN  
Haşim GÜRELİ

### YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.  
Dış Ticaret Kompleksi B Blok  
34530 Yenibosna - İSTANBUL

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

### AJANS BAŞKANI

Selda YEŞİLTAS

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

### GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ

### EDİTÖR

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

### MUHABİR

Melis ALPAY

### FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Fatih YALÇIN

### REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY  
ilknur@viyamedya.com

### REKLAM SORUMLUSU

Sırma SAMAY YABANCI

### REDAKSİYON

KURŞUN KALEM KURUMSAL YAYINCILIK  
VE TANITIM HİZMETLERİ

### İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİSANTASI - SISLI / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

### ÖZGÜN OFSET

Seyrantepe, Aytekin Sok. No:21, 34418  
Kâğıthane/İstanbul

Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflar izinsiz kullanılamaz.  
Dergimizde yer alan ilan, yazı ve fotoğrafların sorumluluğu sahiplerine aittir.

brother

# DİJİTAL BASKILI GIYSİ ÜRETİMİNDE YÜKSEK HIZ VE ESNEKLİK



**YENİ BROTHER GTX 600**  
ENDÜSTRİYEL SERİ ÜRETİMDE  
HIZ İÇİN TASARLANDI

Dijital tekstil baskı makinelerindeki üstün kalitesini tüm dünyaya, üstün koyu ve açık zemin baskı kalitesi, yüksek makine dayanımı ve en uygun çalışma maliyetleri ile kanıtlayan Brother, endüstriyel adetlerde yüksek hız için GTX 600 modelini sunuyor...



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



[uguras@brothertr.com](mailto:uguras@brothertr.com)



[info@ugurbrother.com](mailto:info@ugurbrother.com)

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ  
**UGUR**  
M A K İ N A

  
444 0 915



# KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

*We Care! We Commit! We Lead!*



[www.kometmetal.com.tr](http://www.kometmetal.com.tr)

# ONE STEP AHEAD WITH KOMET

## Inditex, Türkiye'den ayakkabı alım miktarını artıracak



**TÜRKİYE** hazır giyim sektöründen önemli miktarda alım gerçekleştiren İspanyol Inditex Grubu, ayakkabı için de Türkiye'den alım miktarını artıracığını açıkladı. 2019'da 3,1, 2020'de ise 4,5 milyon çift ayakkabı alımı gerçekleştiren Inditex, ayakkabı alım miktarını 2025'te 20 milyon cifte çıkaracağını açıkladı. Dünya gazetesinden Yener Karadeniz'in haberine göre ayakkabı sektörünün önde gelen isimleri, markanın Türkiye'de belli başlı üreticilerle çalıştığını ifade etti. Inditex'in, Türkiye'den üretici firmalara ihtiyaç duyduğu, ayakkabı, canta ve tabakhane alanında faaliyet gösteren firmalardan beklentileri belirtildi. Türk ayakkabı sektörü açısından önemli bir gelişme olarak değerlendirilen bu açıklamanın ardından sektörün, uluslararası kriterlere uyum noktasındaki eksiklikleri değerlendirildi. Uluslararası uygunluk sertifikalarına sahip olan tabakhanelerin de artan alımlara hazırlıklı olduğu değerlendirildi.



## Daha fazla ihracat için ek istihdam

**ÜRETİM** ve istihdam odaklı çalışan ihracatçı sektörler, iş gücüne katılımın daha fazla olması gerektiğini düşünüyor. İş gücü sıkıntısının hemen her sektörde yaşandığını söyleyen TİGSAD Başkanı Nazım Kanpolat, sektörde İstanbul başta olmak üzere çeşitli illerden konuyla ilgili şikâyetler geldiğini belirtti. Yabancı uyruklu iş gücünün dahi üretime yetmediğini ifade eden Kanpolat: "Çalışan kesim, asgari ücretin düşük olmasından ötürü üretim odaklı sektörlerdence hizmet sektörünü tercih ediyor. İşsizliğin bir diğer nedeni ise iş arayanlar işverenlerin doğru zamanda, doğru yerde buluşamamaları. İstanbul'da işletme ve imalathane sayısı fazla. Üretim ve iş gücünün bir kısmının Anadolu'ya kayması gerektiği kanaatindeyim. Bu durumun da devletimiz tarafından planlanması gerektiğini

düşünüyorum. 200 bin kişinin istihdam edildiği iç giyim sektörüne 20-30 bin kişi ek istihdam yaratmamız gerekiyor." dedi.

### "YABANCI ÜLKE VATANDAŞLARININ ÜRETİME KATILABİLMESİ İÇİN OLANAK SAĞLAMALIYIZ"

TDKD Başkanı Gürkan Gözmen ise Türkiye'de yaşayan göçmenlerin üretime ve istihdama dâhil edilmesi gerektiğini savundu. Gözmen: "Göçmen olarak ülkemizde yaşayan yabancı ülke vatandaşlarının gelişmiş ülkelerde olduğu gibi üretime katılabilmesi için olanak sağlamalıyız. Üretime katılacak kadınlarımız için yerel yönetimler ve hükümetimiz acil olarak mevcut kreşlerin kapasitelerini artırmalı. Bu düzenlemeyi hayata geçirebilirsek bütün sektörlerde yüzde 20-30 oranında ek üretim gücü sağlanır." ifadelerini kullandı.



## HAM MADDE MALİYETLERİNDEKİ ARTIŞ, PERAKENDE CİROLARINA FARK ATIYOR

Organize perakende sektöründe Ekim ayında geçen yılın aynı dönemine göre ortalama yüzde 60-70 artan ciroların, ham madde maliyetlerinin hızına yetişemediğini ifade eden Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, mevcut tablonun sürdürülebilir olmadığını söyledi. Öncel, ham madde krizine çözüm üretilememesi durumunda, raflardaki ürün fiyatlarının artmaya devam edeceğine ve mağazaların ayakta kalma şansının azalacağına dikkat çekti. Ham madde fiyatlarının uluslararası piyasalarda da arttığının ancak bu durumun

Türkiye'ye yansımalarının çok daha yüksek olduğunun altını çizen BMD Başkanı Sinan Öncel, "İmalatta en çok kullanılan ham madde ve ara mallardan pamuk ipliğinin kilosu son bir yılda 2,9 dolardan 5,75 dolara yükseldi. Cirolarda yüzde 60 - 70 yukarıda olmamız kimseyi yanıltmamalı. Çünkü Ekim 2020'de pandemi etkisi ile markalarımızın önemli bir bölümünün 2019 cirolarının yüzde 80'ini bile yapamadığını unutmamamız gerekiyor. Öte yandan, son bir yıldaki fiyat artışlarının da hesaba kattığımızda daha gerçekçi bir sonuca ulaşabiliriz." diye konuştu.



# Welcome to Greener World



RECYCLED BOTTLE



FLAKE



CHIP



RECYCLED YARN

POLY - eco is an eco - friendly yarn, reducing raw material consumption by recycling used pet bottle and minimizing necessary energy and greenhouse gases in the manufacturing process

## Coats'tan yeşil teknolojiye ve inovasyona 10 milyon dolar yatırım



**GLOBAL İPLİK** üreticisi Coats; ABD, Çin ve Bursa'da bulunan üç inovasyon merkezinde sektör için inovatif çözümler geliştirerek sürdürülebilirlik yolunda önemli çalışmalara imza atıyor. 10 yıl içinde emisyonlarını yarı yarıya azaltmayı ve 2050 yılına kadar net sıfır emisyon hedefine ulaşmayı taahhüt eden şirket, hedeflerine ulaşmayı hızlandırmak için gelecek beş yıl içinde yeşil teknolojiye ve ürünlerin geliştirilmesine 10 milyon dolar yatırım yapacak. İskoçya'nın Glasgow şehrinde düzenlenen Birleşmiş Milletler (BM) İklim Değişikliği Zirvesi (COP26) toplantıları kapsamında düzenlenen iki panele katılan Coats Grup CEO'su Rajiv Sharma yaptığı konuşmalarda Coats'un sürdürülebilirlik vizyonunu tekstil, telekomünikasyon, enerji ve kişisel koruyucu donanım gibi farklı sektörler için geliştirdikleri inovatif çözümleri anlattı. Sharma: "Tekstil ve giyim endüstrisinin yeni ve daha sürdürülebilir bir yolda ilerlemesi için inovasyon desteklenmeli ve sektör oyuncularında daha fazla iş birliği yapılmalı." dedi.



## Moda endüstrisi 2022'de toparlanacak

**THE STATE of Fashion 2022 Raporu'na** göre küresel moda endüstrisi 2022 yılında toparlanmaya hazırlanıyor. 2022 yılında moda satışlarının, 2019'a kıyasla yüzde 3-8 arasında artması bekleniyor. Toparlanmanın, Çin ve Amerika Birleşik Devletleri'nde daha kuvvetli olacağı düşünülüyor. 2022 yılında işletmelerin yüzde 67'sinin fiyatlarını artırması beklenirken yıl genelinde yaşanması muhtemel ana zorluk tedarik zinciri baskıları olarak açıklandı. Araştırmaya katılan moda sektörü yöneticilerinin yüzde 87'si tedarik zincirindeki aksamaların, 2022 yılı marjlarını etkileyeceğini düşünüyor. Malzeme kıtlığı, nakliye darboğazları ve artan nakliye maliyetlerinin bir araya gelmesinin, girdi maliyetlerini daha

da artıracığı ve arz ile talep arasındaki dengesizlikleri zorlayacağı öngörülüyor.

McKinsey&Company ve The Business of Fashion (BoF) tarafından yayımlanan raporda sürdürülebilirliğin, moda gündeminin üst sıralarında yer almaya devam edeceği ve işletmelerin yüzde 60'ının çevresel etkiyi azaltmak için geri dönüşüm çözümlerine yatırım yapacağı bilgisi de yer aldı. Sektör yöneticilerinin yüzde 32'si dijitali, yüzde 12'si ise sürdürülebilirliği büyüme için en büyük fırsat olarak tanımladı. Metaverse evreninin dijital ürünlerinden para kazanabilen moda markaları için NFT'ler yardımıyla gelir elde etme fırsatları sunduğuna dikkat çekilen raporda, markaların yüzde 37'sinin e-ticareti, 2022'de işlerini etkileyecek ilk üç temadan biri olarak gördüğü açıklandı.



## CAMPER'DAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA YENİ HAREKET

Camper, sürdürülebilirliğe odaklanan "A little better, never perfect" söylemi ile yepyeni bir ayakkabı ve aksesuar koleksiyonu geliştirdi. Marka, farklı tasarım ve malzeme seçimi yaklaşımından yola çıkarak her ürünün daha döngüsel olmasını ve çevresel etkinin en aza indirilmesini hedefliyor. Geleneksel deri ve pamuğun yanı sıra ahşap, kahve, kenevir ve şeker kamışından yapılan yenilikçi tekstillerle doğal ve yenilenebilir malzemelere öncelik veren Camper, malzeme ve bileşenlerinin arkasındaki izlenebilirlik

ve sertifikalara vurgu yapıyor. Marka, kullandığı malzemeleri ve bileşenleri yeniden değerlendirmek ve geliştirmek için üretilen her ayakkabının çevresel etkisini ölçümlüyor. Doğrudan ve dolaylı emisyonları azaltmaya yönelik iddialı hedefler sunan Camper, 2030 yılına kadar yüzde 100 karbon nötr olmayı taahhüt ediyor. İspanya ve Almanya'daki tüm mağazalarında yüzde 100 yeşil enerji kullanan marka, enerji kullanımını azaltmak için tüm binalarındaki teknolojiyi de yükseltiyor.

# lonati®

Macchine circolari per calzifici



Geleceğimizi,  
Birlikte Güvenle Birleştiriyoruz



LONATI TÜRKİYE  
DİSTRİBÜTÖRÜ

1982'den Beri Sizlerle...

Akçaburgaz Mah. 3047.Sk. No:2 Esenyurt / İSTANBUL- Türkiye Tel: (0212) 866 91 00

[www.tetas.com.tr](http://www.tetas.com.tr)



LonatiTurkiye



lonatiturkiye



Tetaş AŞ

[www.lonatiturkiye.com.tr](http://www.lonatiturkiye.com.tr)

# Design Week Türkiye'de 85 bini aşkın kişi tasarımla buluştu

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından Ticaret Bakanlığı koordinasyonuyla 17-18 Aralık tarihlerinde Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen Design Week Türkiye 2021, 85 bin 715 ziyaretçi ile bugüne kadarki en yüksek katılımcı sayısına ulaştı.



**TİM TARAFINDAN** Ticaret Bakanlığı koordinasyonuyla tasarım kültürü oluşturmak ve Türkiye'deki tasarımcıları dünyaya tanıtmak amacıyla, Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen Design Week Türkiye 2021 (Türkiye Tasarım Haftası) sona erdi. Dünyaca ünlü tasarımcıları İstanbul'da konuşmacı olarak ağırlayan etkinliğe ilgi büyük oldu.

Design Week Türkiye'de pek çok konuyu kapsayan oturumlarla sıra dışı bir program gerçekleştirdiklerini söyleyen TİM Başkanı İsmail Güllü: "Her geçen yıl daha fazla insanı ağırlayarak büyümemiz, organizasyonel anlamda dünyanın önde gelen metropollerinden olan İstanbul'umuzu bir tasarım başkenti yapmak adına çok önemli. Bugüne kadar 180 binden fazla ziyaretçiyi ağırlayan Design Week Türkiye'nin her geçen sene daha fazla insana ulaşması, bizler açısından da en büyük motivasyon kaynağı oluyor. Design Week Türkiye'de bu yıl 85 bin 715 ziyaretçi ile rekor katılıma ulaştık. Özellikle gençlerimizin yoğun ilgisi ile karşılaşmak bizleri ayrıca mutlu etti. İhracatta sağladığımız başarıyı sürdürülebilir kılmak için tasarımın gücüne inanıyoruz. Yıl boyunca tasarım ve modanın konuşulacağı bu proje ile İstanbul'u uluslararası düzeyde küresel tasarım merkezine dönüştürmek istiyoruz." dedi.

## "DESIGN WEEK'İN İHRACATIMIZA ÖNEMLİ KATKILARI OLACAK"

Design Week Türkiye 2021 etkinliğinde birbirinden kıymetli katılımcının yer aldığını ve tasarımda başarı gösteren firmaların ve kişilerin ödüllendirildiğini kaydeden Güllü, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu yıl Design Week Türkiye'ye ilgi o kadar yoğundu ki firmalarımızın, tasarımcılarımızın ve gençlerimizin dört

gözle beklediği bu önemli projeye hazırlanırken bizler de oldukça heyecanlıydık. Birbirinden kıymetli yerli ve yabancı isimler, sektörümüzün duayenleri bu tasarım ekosistemine destek olmak için bir araya geldi. 'Marifet iltifata tabidir' diyerek, Design Türkiye Endüstriyel Tasarım Ödül törenini gerçekleştirdik. 37 tasarımcımız iyi tasarım, sekiz tasarımcımız da üstün tasarım ödülü aldı. Bunun yanı sıra İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri 2020 ve 2021 Endüstriyel Tasarım Yarışması ile İstanbul Maden İhracatçıları Birliği'nin 10. Endüstriyel Mimari Doğaltaş Tasarım Yarışması törenlerini gerçekleştirdik. Ödül alan tasarımlarımız, hâlihazırda önemli ihracat kalemlerimiz arasında yer alıyor. En kısa sürede diğer başarılı tasarımlar da ticarileşerek ihracatımıza değer katacak. İnanıyorum ki iki gün boyunca gerçekleştirdiğimiz tüm bu etkinliklerin, ülkemize ve ihracatımıza gelecek dönemde önemli katkıları olacak."

## TASARIMIN DOKUNDUĞU HER ALAN GENÇLERLE BULUŞTU

Design Week Türkiye 2021 etkinliğinde; 12 panel ve konferans, 60'tan fazla konuşmacı, 20'yi aşkın sergi, enstalasyon ve atölye çalışmaları katılımcılarla buluştu. Bu yıl keynote konuşmacıları arasında World Design Organization (WDO) Başkanı Srinivasan, WDO Yönetim Kurulu Üyesi Thomas Garvey, Mimar ve Tasarımcı Alessandro Colombo, dünyaca ünlü tasarımcılarımız Hakan Akkaya, Ash Filinta ve tasarım camiasının pek çok duayeni yer aldı.

AR-GE ve Teknolojide Endüstriyel Tasarım panelinde katma değerli ihracatla ilgili önemli konular işlendi. Tasarımda Çevre ve Sürdürülebilirlik panelinde



iklim kriziyle mücadele eden dünyada farkındalığı artıracak olan insanın, doğayla uyumunda tasarımın etkisi gibi konular ele alındı. Markalaşmada Tasarımın İzleri ve Stratejik Tasarımın Kurumsal Dünyadaki Yeri panellerinde tasarımın sadece ürünlerde değil, kurumsallık ve markalaşma anlamında da çok önemli olduğu vurgusu yapıldı. Tasarım haftasında şehir planlamasına ve mimarlığa da özel bir yer ayrıldı. Kentlerde Mimari Tasarımın İzleri panelinde tasarımın, kullandığımız ürünlerin yanı sıra yaşadığımız alanların da belirleyici olduğu belirtildi. Türkiye'den dünyaya Moda Tasarımı panelinde modada tasarımın nabızı tutuldu. Tasarımın Dünyadaki Gücü ve Etkileri panelinde ise geniş bir perspektiften tasarım ele alındı. Hizmet ihracatına ve "Made in Türkiye" markasına son dönemlerde ciddi katkılar yapan oyun sektörü de bu sene tasarım haftasında derinlemesine işlendi. Oyun Kurucular panelinde sanal dünyanın ticarileşebilmesi için en önemli gerçek olan tasarım konusu ele alındı.

### TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRLERİ DESIGN WEEK TÜRKİYE'YE DAMGASINI VURDU

Tasarım ve endüstriyi bir araya getiren Türkiye'nin en geniş kapsamlı etkinliği olan Design Week Türkiye 2021, tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinin tasarım odaklı çalışmalarını da bir araya getirdi.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) uzun yıllardır başarıyla sürdürdüğü Fashion Week İstanbul ve Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın stantları da Design Week Türkiye'de yer aldı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin de ziyaret ettiği stantlarda 2020 ve 2021 yılı Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması finalistlerinin koleksiyonları sergilendi. Fashion Week İstanbul 2021'in ikinci dönem tasarımcılarının koleksiyonları da ziyaretçilerle buluştu. Bu yıl İHKİB tarafından üniversitelerin üçüncü ve dördüncü sınıflarında eğitim alan gençlerin katılımıyla düzenlenecek olan Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'na (GIY) ilişkin bilgilerin yer aldığı stant da Design Week Türkiye'de yer aldı. Standı ziyaret eden öğrencilerin soruları cevaplandırıldı. Broşürler dağıtılarak yarışmaya nasıl katılım sağlanacağına ve kazananları bekleyen ödüllere ilişkin bilgiler paylaşıldı.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından düzenlenen 15. İstanbul İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nın 11 finalistinin tasarımları da Design Week Türkiye 2021 kapsamında sergilendi. Yoğun ilgi gören tasarımlar, birçok kişi tarafından ziyaret edildi. Etkinliğe, yarışmanın finalistleri de katılım sağladı. Aynı zamanda finalistler, sektör yetkilileri ile görüşme fırsatı buldu ve düzenlenen etkinlik kapsamındaki panellere katılım gösterdi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) de Design Week Türkiye'de bir standı yer aldı. 2019 yılında İDMİB tarafından gerçekleştirilen 5. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nda deri konfeksiyon ve saraciye kategorilerinde ilk üçe giren yarışmacıların tasarımları, stantta sergilendi.

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) de 14. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nın sekiz finalistinin tasarımlarıyla Design Week Türkiye'de yer aldı. Yarışmada finale kalan halı tasarımlarının sergilendiği stant, büyük ilgi gördü.

# Pamuk ipliği sorunu Ticaret Bakanlığı'nın gündeminde

Tekstil ve hazır giyim sektörleri ortak İstişare Toplantısı; Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un başkanlığında, TİM Başkanı İsmail Güllü'nün katılımıyla 2 Aralık 2021 tarihinde gerçekleştirildi. Toplantıda İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve ihracat ailesinin sektör temsilcileri yer aldı.



**TİCARET** Bakanı Mehmet Muş'un başkanlığında gerçekleştirilen tekstil ve hazır giyim sektörleri ortak İstişare Toplantısı'nda, pamuk ipliğinde yurt içi ve yurt dışı fiyatları arasında açılan fark nedeniyle yaşanan soruna dikkat çekildi. Bakan Muş, toplantıda pamuk ipliği ticaretinin bir ay süreyle incelenmesi talimatı verdi ve fiyatlarla aynı seyrin devam etmesi durumunda gereken önlemlerin alınacağını belirtti. Hazır giyim sektörü temsilcileri, uzun süredir pamuk ipliğinin Türkiye'de yurt dışından yüzde 20'ye yakın daha pahalı olduğunu, terimde sıkıntı yaşadıklarını ve bunun tam da talebin Türkiye'ye kaydığı dönemde rekabeti engellediğini ifade etti. Sektör temsilcileri, pamuk fiyatlarının dünyada yüzde 57, Türkiye'de ise yüzde 86,6 artış gösterdiğini belirtiyor. İTHİB tarafından açıklanan Kasım ayı rakamlarına göre ise pamuk ipliği ihracatı, Ocak-Kasım döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 107 artarak 819 milyon dolar değerinde gerçekleşti. Pamuk elyafı ihracatı ise aynı dönemde yüzde 95,8 artarak 353 milyon dolara yükseldi. Hazır giyim sektörü, söz konusu ürünlerin hazır giyime dönüştürülmesi hâlinde ihracatın daha katma değerli olduğunu ifade etti.

## "BEKLENTİMİZ İLAVE VERGİLERİN DÜŞÜRÜLMESİ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, toplantı sonrasında Dünya gazetesine yaptığı açıklamalarda konuyla ilgili rapor sunduklarını, savunmalarını yaptıklarını, Ticaret Bakanlığı'nın da fiyatların aşağı çekilmesini istediğini belirtti. Birlik başkanları ve diğer temsilcilerin ellerinden geleni yapacağını söyleyen Gültepe: "Bizim beklentimiz, ilave vergilerin düşürülmesi ya da geçici olarak askıya alınması yönünde karar verilmesi. Her ne kadar uluslararası piyasada pamuk

fiyatları şu an biraz olsun gerilese de yüzde 20 gibi fiyat farkı olmaması lazım. Bakan Mehmet Muş da fiyatların aşağı çekilmesini, bizim de kendi aramızda anlayabileceğimizi söyledi. Söz konusu ürünlerin ihracatının ve iç piyasa hareketinin de bir ay boyunca incelenmesini istedi. Önümüzdeki ay hareketlerin sonuçlarına göre karar verilecek." diye konuştu.

**"TÜRKİYE'DEKİ İPLİK FİYATLARI DÜNYA İLE PARALEL"**  
İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Türkiye'nin daha ucuza iplik ihraç etmediğini ve bu durumu toplantıda faturalarla, anlaşmalarla sunduklarını dile getirdi. Global piyasalardaki pamuk fiyatlarının artışı nedeniyle Türkiye'deki pamuk fiyatlarında artış yaşandığını ifade eden Öksüz: "Boya, kimyevi maddeler, enerji maliyetleri arttı. Yeni yılda işçilik ücretleri de yükseliyor. Ciddi bir maliyet artışı söz konusu. Bu da ister istemez ürün fiyatına yansıyor. Biz de bunu arzu etmiyoruz elbette." dedi. Pamuk ipliğinin global piyasalara göre yüzde 20 daha pahalı olduğu bilgisinin yanlış olduğunu belirten Öksüz, sözlerine şöyle devam etti: "Öyle olsa, Türkiye yurt dışına ihracat yapamaz. Dünya piyasaları bunu kabul etmez. Türkiye'deki iplik fiyatları ile Hindistan ipliğini kıyaslamak doğru değil. Türkiye'deki iplik fiyatları şu an dünya ile paralel."

**Bakan Muş, toplantıda pamuk ipliği ticaretinin bir ay süreyle incelenmesi talimatı verdi.**

*Y* YÜNSA  
CREATION OF FABRICS

**We export  
to more than**

**50**

*countries*

# Tekstil ve hazır giyim Ortak Sektör Kurulu düzenlendi



**Tekstil ve ham maddeleri ile hazır giyim ve konfeksiyon Ortak Sektör Kurulu Toplantısı, 9 Aralık 2021 tarihinde Bursa'da gerçekleşti. Toplantıda her iki sektörün de gündeminde yer alan konulara değinilirken mevcut sorunlara yönelik çözüm önerileri dile getirildi.**

**BURSA'DA** gerçekleştirilen tekstil ve ham maddeleri ile hazır giyim ve konfeksiyon Ortak Sektör Kurulu Toplantısı, Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin (UİB) ev sahipliğinde düzenlendi. Toplantı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle'nin başkanlığında, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ve Sektör Kurulu temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti.

Güncel dış ticaret verilerinin değerlendirildiği toplantıda, Ocak-Kasım döneminde Türkiye'nin genel ihracatının bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 33,8 oranında artarak 203 milyar 141 milyon dolara ulaştığı bilgisi paylaşıldı. Bu dönemde tekstil ve hazır giyim sektörleri ihracatının ise 27 milyar dolar değeriyle, en fazla ihracat gerçekleştiren sektörler konumunda olduğu bilgisinin altı çizildi. Sektörel istihdam, kapasite ve yatırım konularının da değerlendirildiği toplantıda, tekstil ve hazır giyim sektörleri istihdamının salgına rağmen artış eğiliminde olduğu ve yaklaşık 1,2 milyon seviyesine ulaştığı ifade edildi. Ayrıca sektörlerin kapasite kullanım oranlarının yüzde 80'in üzerinde gerçekleştiği bilgileri paylaşıldı.

## ÖNCELİKLİ GÜNDEM MADDELERİ DEĞERLENDİRİLDİ

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin öncelikli gündem maddelerinin değerlendirildiği toplantıda; Avrupa Akdeniz Menşe Kümülasyonu Sistemi Revize Bölgesel Konvansiyon'a ilişkin hususlar, pamuk ve organik pamuk üretimine ilişkin gündem maddeleri ve sektörlerin uluslararası tanıtımında ön plana çıkabilecek proje imkânları değerlendirildi.

## TASARIM KÜLTÜRÜNÜN OLUŞMASINDA TEKSTİL VE HAZIR GIYIM ÖNCÜ SEKTÖR

Tekstil ve hazır giyim ihracatçı birlikleri tarafından organize edilen tasarım yarışmalarının değerlendirildiği toplantıda, Türkiye'de tasarım kültürünün oluşmasında tekstil ve hazır giyim sektörlerinin üstlendiği role ilişkin bilgiler paylaşıldı. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin katma değerli ihracat artışı hedefleri doğrultusunda nitelikli tasarımcıların desteklenmesi, uluslararası bir perspektif kazanmaları ve sektörle bir araya getirilmelerinin orta ve uzun vadede tekstil ve hazır giyim sektörlerine yarattığı değere ilişkin görüşler paylaşıldı.

## TECHXTILE START-UP CHALLENGE'DE FİNAL HEYECANI

Aynı tarihte Sektör Kurulu üyeleri, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) organizasyonunda gerçekleşen TechXtile İnovasyon Ligi Ödül Töreni ve TechXtile Start-Up Challenge Finali'ne de katılım sağladı.







- Oeko-tex 100 Class 1 Reach Standartlarında Üretim
- Yüksek Hasırlıklı Boyalarla Üretim
- BCI - GOTS - OCS - RCS - GRS - DISNEY FAMA Sertifikaları ile İsteğe Göre Üretim
- Kumaş Çeşitlerinde 58 Ayrı Renk Seçeneği ve Sürdürülebilir Kalite Standartı
- Satışa Hazır Yüzlerce Kumaş Çeşidi

OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
STANDARD 100



BCI Better Cotton Initiative



**arı tekstil®**  
Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi

#### Merkez / Head Office

📍 Telsiz Mah. Seyitnizam Cad.  
No: 206/A 34020 Zeytinburnu / İstanbul  
☎ +90 212 546 50 57 📠 +90 212 546 50 78

#### Fabrika / Factory

📍 Çerkezköy Org. San. Böl. G.O.Paşa Mah.  
2. Cad. No:10 59500 Çerkezköy / Tekirdağ  
☎ +90 282 725 39 18 📠 +90 282 726 60 63

#### Şube / Branch

📍 Telsiz Mah. İmdat Toraman Cad.  
No: 5 34020 Zeytinburnu / İstanbul  
☎ +90 212 547 65 65 📠 +90 212 679 53 99

🌐 [www.aritekstil.com.tr](http://www.aritekstil.com.tr)  
✉ [info@aritekstil.com.tr](mailto:info@aritekstil.com.tr)

📱 [ari.tekstil](https://www.instagram.com/ari.tekstil)  
📘 [ari.tekstil](https://www.facebook.com/ari.tekstil)

# Moda Tasarımcısı Bahar Korçan anıldı

Yayın hayatına başlayan Türkiye'de İş Dünyası dergisi, yeni sayısını geçen aylarda hayatını kaybeden Moda Tasarımcısı Bahar Korçan'a adadı. Bu kapsamda Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen anma etkinliğine TİM Başkanı İsmail Gülle, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz katıldı.



**"KOZA YARIŞMASI'NIN BİRİNCİSİ OLAN BAHAR KORÇAN, GÜNÜMÜZ MODA TASARIMCILARININ SİMGE İSMİ"**

1992 yılındaki Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın birincisi olan Bahar Korçan'ın hem İHKİB'in hem de sektörün gururu olduğunu belirten İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe: "Günümüz moda tasarımcılarının simge ismi olan Bahar Korçan'ı ne yazık ki çok erken kaybettik. Kendisine bir kez daha Allah'tan rahmet diliyorum. Sevgili Bahar mücadelesiyle, tasarım

**TÜRKİYE'DE** İş Dünyası dergisi tarafından düzenlenen ve hayatını kaybeden Bahar Korçan'a adanan anma töreninde TİM Başkanı İsmail Gülle, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz konuşma gerçekleştirdi. Törene derginin Genel Yayın Yönetmeni Celal Toprak, Türkiye Gazetesi Yayın Koordinatörü Yücel Koç, Türkiye Gazetesi Ekonomi Haberleri Müdürü Canan Eraslan da katıldı.

## "BAHAR KORÇAN'I YAPTIĞI GÜZEL İŞLERLE HATIRLAYACAĞIZ"

Anma töreninin açılış konuşmasını yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, Bahar Korçan'ı kaybetmenin üzüntüsünü yaşadıklarını söyledi. Gülle: "Bahar Korçan'ı yaptığı güzel işlerle hatırlayacağız. Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak tasarım kültürünü yaygınlaştırmak amacıyla pek çok yarışma başlattık. Bahar Korçan gibi bu yarışmalardan çıkan bütün birinciler, başarılı markalarıyla Türkiye'nin gururu oldu. Onlar kazandıkça sektör kazandı ve sektörümüze olan ilgi arttı. Bahar Korçan'ın başarılarını, sektörümüz asla unutmayacak. 30 yıllık süreçte bugün geldiğimiz noktada hazır giyim sektörü, ülkenin en önemli sektörlerinden birine dönüştü." dedi.

Türkiye ekonomisinin büyümesinde üretim ve ihracatın öneminden bahseden Gülle: "Bu ülkeden aldıklarımızı, bu ülkeye vermenin gururu içindeyiz. Dış ticaret fazlası veren bir Türkiye olmaya çok yaklaştık. Türkiye'de İş Dünyası da bizimle bu yolda yürüyecek başarılı ekonomi mecralarından biri. İş dünyası, iklim, sürdürülebilirlik, tasarım, moda, marka gibi başlıkların altını dolduracak ihracat ailesi olarak bu dergiye, kendi dergimiz gibi bakıyoruz." şeklinde konuştu.

felsefesiyle gençlerimize ışık tutmaya, ilham vermeye devam edecek. Türkiye'de İş Dünyası dergisinin yeni sayısının Bahar Korçan anısına, tasarıma ayrılmasını çok anlamlı buluyorum. Bahar'ı kaybettiğimiz ay yayın hayatına başlayan Türkiye'de İş Dünyası dergisine uzun bir ömür diliyorum." şeklinde konuştu.

Gültepe; sürdürülebilir bir dünya noktasında karbon ayak izi, yeşil mutabakat ve dijitalleşme konularını ele alarak okuyucusuna farklı bir bakış açısı sunan Türkiye'de İş Dünyası dergisinin, sektöre bir rehber olacağı inancında olduklarını da ifade etti.

## "KATMA DEĞER YARATMA KONUSUNDA TASARIM, VAZGEÇİLMEZ BİR UNSUR"

İTHİB olarak tasarıma verdikleri önemle 15 yıldır İstanbul İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nı düzenlediklerini belirterek sözlerine başlayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: "Bahar Korçan'ı burada rahmetle anıyoruz. Tasarımın önemini gençlerimizin de fark edebilmesi amacıyla gerçekleştirdiğimiz bu yarışma kapsamında eğitime de destek veriyoruz. İhracatta rekorların devam ettiği bir yıl yaşıyoruz. Bu noktada hazır giyim kadar tekstil sektöründe de önem taşıyan tasarımın altını özellikle çizmemiz gerekiyor. Katma değer yaratma konusunda tasarım, vazgeçilmez bir unsur. Tasarımı geliştirmemiz gerekiyor ki katma değeri daha yüksek ürünler üretilim ve dünyada tercih edilebilir bir ülke olalım. Bu bir ekip işi. Bizler makinelerimizle üreterek buna destek oluyoruz. Bunun yanı sıra ekonomi basını da önemli bir iş yapıyor. Bizlere desteklerini esirgemiyor. Bu güzel birlik ve beraberliğin sürmesini temenni ediyorum. Türkiye'de İş Dünyası dergisi, sektörümüze hayırlı olsun." dedi.



## MÜSİAD'a ziyaret

**TÜRKİYE** İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinasyonunda Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği'ne (MÜSİAD) bir ziyaret gerçekleştirildi. 11 Aralık 2021 tarihinde düzenlenen ziyarete TİM Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Gültepe ile

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Şenocak da katıldı. İş dünyasının ve sektörlerin gündemindeki konulara ilişkin değerlendirmelerin yapıldığı ziyarette MÜSİAD Başkanı Mahmut Asmalı ve Yönetim Kurulu Üyelerine yeni görevlerinde başarı dilekleri iletildi.

## Birlikler, Avrupa Beceri Pakti'nı imzaladı

**AVRUPA** Komisyonu tarafından başlatılan ve EURATEX tarafından koordine edilen bir girişim olan TCLF Beceri Pakti, 118 firma tarafından imzalandı. Pakti imzalayan firmalar, tekstil ve hazır giyim ekosistemindeki beceri sorununu kabul ederek çalışanların yeniden vasıflandırılması, becerilerinin artırılması, yeşil ve dijital becerilere entegre edilmesi, sektörün çekiciliğinin artırılması konularında yatırım yapmayı taahhüt etti. Pakt üyeleri, anlaşmada önerilen hedefleri uygulamak için rehberlik hizmetinden ve kaynaklardan yararlanacak. EURATEX, konuyla ilgili yaptığı basın açıklamasında Beceri Pakti'nın tekstil ve hazır giyim dâhil 14 kritik ekosistemin rekabet gücünü ele alan AB Endüstriyel Stratejisi'nin bir parçası olduğunu söyledi.

Paktın temel amacı, tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışanların mevcut becerilerin geliştirilmesi ve yeni becerilere yönelik eğitim yatırımlarının etkisinin en üst düzeye çıkarılması olarak biliniyor. Bu iddialı hedefe ulaşmak için sanayi, işverenler, sosyal ortaklar, ulusal ve bölgesel yetkililer, eğitim ve öğretim sağlayıcıları iş birliği yapıyor.

Sektörel iş gücünü eğitim yoluyla güçlendirerek rekabetçiliği artırmayı hedefleyen Avrupa Beceri Pakti'nın destekçi statüsünde İHKİB ve İTHİB de yer aldı. Birlikler bu sayede sektörlerinin beşerî sermayelerine daha fazla yatırım yapmaya devam edeceklerinin altını çizdi.

## Karbon Ayak İzi Projesi, İSTKA'nın başarılı projeler listesine girdi

**İSTANBUL** Kalkınma Ajansı (İSTKA) 2021 Yılı Mali Destek Programı çerçevesinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından hayata geçirilen Karbon Ayak izi temalı proje, başarılı projeler listesinde yer almaya hak kazandı. Birlikler, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların, karbon ayak izinin azaltılmasını hedefleyen projeyi Türkiye'ye kazandırmaktan dolayı mutlu ve gururlu olduklarını açıkladı. Projenin hazırlık aşamasına Yıldız Teknik Üniversitesi de katkı sağlarken proje sayesinde firmaların Avrupa Yeşil Mutabakatı'na uyum hedefiyle rekabetçiliğinin artırılması hedefleniyor.

### İHKİB'İN İŞ'TE YENİ YETKİNLİKLER MERKEZİ PROJESİ, BAŞARILI PROJE SEÇİLDİ

İHKİB'in İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi temalı projesi de İstanbul Kalkınma Ajansı 2021 Yılı Mali Destek Programı çerçevesinde başarılı projeler listesinde yer almaya hak kazandı. Sektörün dijitalleşmesine yönelik gerçekleştirilen proje, İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü ortaklığında hayata geçirildi. İş'te Yetkinlikler Merkezi, dijital dönüşümün etkisiyle meslek liseleri öğrencilerinin yeni yetkinlikler kazanması için İHKİB Eğitim Vakfı önderliğinde oluşturuldu.



# 13. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Zirvesi'nde ödüller sahiplerini buldu

Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği'nin (TKSSD) TİM ve İHKİB iş birliğinde bu yıl 13'üncüsünü düzenlediği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Zirvesi, "Yeni Dünya, Yeni Ufuklar" temasıyla 7 Aralık'ta Akatlar Kültür Merkezi'nde gerçekleşti.



**SÜRDÜRÜLEBİLİR** Kalkınma Amaçlarına değer katan uygulamaları, farklı sektörlerden paydaşlarıyla buluşturan ve iş birliklerine zemin hazırlayan 13. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Zirvesi, "Yeni Dünya, Yeni Ufuklar" temasıyla İHKİB iş birliğinde gerçekleşti. TKSSD Başkanı Serdar Dinler, TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, AB Başkanlığı Mali İş Birliği ve Proje Uygulama Genel Müdürü Bülent Özcan, Esas Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Emine Sabancı Kamışlı ve Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Hasan Süel'in açılış konuşmalarını yaptığı etkinlikte; sürdürülebilir kalkınma amaçları ödülleri sahiplerini buldu. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin Sürdürülebilirlik Özel Ödülü, TİM'i temsilen Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu ve TİM Kadın Konseyi KSS ve Sürdürülebilirlik Komitesi Başkan Yardımcısı Nilgün Özdemir'e takdim edildi. İHKİB'in İhracatta Sürdürülebilirlik ve AB Standartlarına Uyum Özel Ödülü ise İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye sunuldu.

## "HIZLI MODADAN SÜRDÜRÜLEBİLİR MODAYA DÖNÜŞÜM SAĞLAYACAĞIZ"

Etkinliğin açılış konuşmasını yapan Mustafa Gültepe, artık yeni bir dünyanın eşliğinde olduğunu ve her geçen gün yeni deneyimlerle tanıştıklarını ifade etti. Yeni dünyada da rekabet etmenin mümkün olduğunu söyleyen Gültepe: "Yeni dünyadan umutlu olmak lazım. 1980'li yıllarda dünya ticaretinde üretim devrimi yaşandı. Çok ve çeşitli üretmek esastı. Bugün ise sürdürülebilirlik önem kazandı. Artık dünya kaynaklarını verimli kullanmak, çevreyi ve insanı koruyacak şekilde üretim

ve ticaret yapmak temel sorumluluğumuz. Bundan sonra daha verimli, katma değerli ve sorumlu üretim yapacağız. Hazır giyimde hızlı modadan sürdürülebilir ya da sorumlu moda dönüşüm sağlayacağız. TKSSD'nin düzenlediği bu zirveyi, farkındalığımızın ve bakış açımızın gelişmesi için bir fırsat olarak görüyorum. İHKİB olarak bizler de bu farkındalığın gelişmesi ve sektörde sürdürülebilirlik ekseninde dönüşümün sağlanması için büyük gayret içindeyiz. Bu amaçla birçok çalışma ve proje yürütüyoruz." dedi.

Sürdürülebilirlikte Örnek Eylem Planı Özel Ödülleri'ne, Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nın hayata geçirilmesi ve Sürdürülebilirlik Platformu'nun kurulması noktasında örnek adımlar atan TİM Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulu adına İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, Orbit Consulting

İcra Kurulu Üyesi Bikem Kınık ve Kipaş Mensucat Sürdürülebilirlik Müdürü Halil İbrahim Cülfük layık bulundu. Etkinlikte ayrıca Birleşmiş Milletler tarafından tanımlanan 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amacı'nın gerçekleşmesine katkı sunan 19 şirkete çeşitli ödüller verildi.

## "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSU EN ÖNEMLİ GÜNDEM MADDEMİZ"

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe gerçekleştirdiği konuşmada: "Sürdürülebilirlik konusu en önemli gündem maddemiz. Bu alanda çok çalışıyoruz ve çalışmaya devam edeceğiz. Bizi motive eden bu ödül için çok emek verdik. Ama bu bir başlangıç, bu alanda çok daha güzel işler başaracağız." şeklinde konuştu.



# 5. İstanbul Ekonomi Zirvesi gerçekleştirildi

Bu yıl beşincisi düzenlenen İstanbul Ekonomi Zirvesi, yeşil ekonomi ana temasıyla 10 Aralık 2021 tarihinde gerçekleşti. Devlet Eski Bakanı, İstanbul Ekonomi Zirvesi Yönetim Kurulu Başkanı Kürşad Tüzmen ve İstanbul Ekonomi Zirvesi İcra Kurulu Başkanı Abdullah Değer'in ev sahipliğinde yapılan zirvede tekstil ve hazır giyim oturumu düzenlendi.

**ZİRVENİN,** Sürdürülebilirlik Odaklı İhracat Uygulamaları konulu oturumunun moderatörlüğünü Emre Alkin üstlendi. Oturuma TİM Başkan Vekili ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi Sektör Temsilcisi, TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe ile Ekoteks Laboratuvarı Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir de katıldı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, etkinliğin açılış konuşmasında İstanbul'un, ürettiği katma değerle ekonomi ve ticaretin başkenti konumunda olduğunu söyledi. Yeşil Ekonomi'nin her geçen gün daha da önem kazandığının altını çizdi.

## "BU DÖNÜŞÜMDEN GÜÇLENEREK ÇIKACAĞIZ"

Panel sırasında konuşma yapan TİM Başkan Vekili ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, yeşil ekonominin bir zorunluluk olduğunu vurguladı. Bir an önce eyleme geçilmesi gerektiğini belirten Gültepe: "Yeşil Mutabakat, 2050'ye kadar AB coğrafyasında karbon emisyonunu sıfırlamayı hedefliyor. AB, ticarete Türkiye'nin stratejik ortağı. Birçok marka 2025'ten itibaren tedariklerini sürdürülebilir ürünlerden yapmaya başlayacak. Dolayısı ile Yeşil Mutabakat'a uyum dışında bir seçeneğimiz yok. Sektör için sınırda karbon düzenlemesi, büyük olasılıkla 2026'da devreye girecek. Hazır giyim sektörümüz yıllık 130-190 milyon euro'luk bir maliyetle karşı karşıya kalacak. İHKİB olarak bu büyük değişimin ve dönüşümün farkındayız. Dönüşümü kolaylaştırmaya ve sağlıklı yönetmeye çalışıyoruz. Sürdürülebilir üretime dönüşümde rakiplerimize göre daha avantajlıyız. İHKİB olarak Türkiye'yi hazır giyimde en dijital tedarik zinciri yapmayı, sektörümüzün sürdürülebilir, çevreci üretim yetkinliğini geliştirmeyi hedefliyoruz. IPA II kapsamında AB'nin 10 milyon euro hibe desteği ile dijital dönüşüm projemizi yakın gelecekte tamamlayacağız. IPA III kapsamında sektörün karbon ayak izini azaltacak projemizde AB tarafının onay sürecini bekliyoruz. Bu projeyi TİM ile birlikte kimya ve lojistik sektörlerimizle yapıyoruz. Beşi tamamlanmış, 10'un üzerinde küme projemiz var. Türkiye Hazır Giyim Sürdürülebilirlik Strateji Belgesi'ni hazırlıyoruz. 2022'nin ilk çeyreğinde çalışmayı tamamlayıp hem bakanlıklarımıza hem de AB'ye sunacağız. Ben bu dönüşümden de güçlenerek çıkacağımıza inanıyorum. Hem TİM hem de İHKİB olarak bu büyük değişim ve dönüşümün farkındayız. Dönüşümü kolaylaştırmak ve sağlıklı yönetmeye çalışıyoruz. Yıllardır yürüttüğümüz çalışmalarla epey mesafe aldık. Sürdürülebilir üretime dönüşümde rakiplerimize göre daha avantajlıyız. Mevcut avantajımızı devam ettirmek için yeni projeleri



uygulamaya geçiriyoruz. TİM olarak "Dünyayı Tüketmeden Dünya için Üretiyoruz" başlığı ile eylem planımızı açıkladık. Sürdürülebilirlik eylem planımızın 12 ana hedefi bulunuyor. Bu konudaki çalışmalarımızı yönlendirecek bir İklim Komitemiz ve Bilim Kurulumuz var." şeklinde konuştu.

## "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EYLEM PLANINI AÇIKLAYAN İLK SEKTÖR, TEKSTİL"

Tekstil sektöründe sürdürülebilirlik kapsamında yapılan çalışmalara ilişkin bilgi veren Sultan Tepe, sürdürülebilirlik odaklı ihracat uygulamalarına ilişkin veriler paylaştı. Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) Değerlendirme Raporu'na göre atmosferdeki CO2 konsantrasyonunun son 2 milyon yılın en üst değerine yükseldiğine dikkat çeken Tepe, Türkiye'nin son yıllarda artan karbon emisyon oranlarında daha küçük pay sahibi olmasına karşın değişen tedarik süreçlerinden etkilendiğinin altını çizdi. Tepe konuşmasında: "Türkiye'nin 270 yıldaki toplam emisyonu Çin'in hâlihazırda sadece bir yıldaki emisyonu kadar. Her ne kadar Türkiye olarak oluşan emisyonunda diğer ülkelere göre dünyaya verdiğimiz zarar çok çok az olsa da değişen tedarik zinciri sürecinde, diğer ülkelerin kararları Türkiye'yi de etkileyebiliyor. Önceden ihracatta aranan belli başlı kriterler varken artık birçok sürdürülebilirlik sertifikasından ve denetim süreçlerinden geçmek zorundasınız." dedi. Sürdürülebilir ürünlere olan talebin günden güne arttığını ifade eden Tepe, yakın gelecekte ürünün kalitesinin artık ne kadar sürdürülebilir olduğu ile ölçüleceğini belirtti. Tepe, tekstil sektörünün tüm strateji ve hedeflerini bu doğrultuda kurgulamak üzere çalışmalar yürüttüklerini TİM öncülüğünde Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı açıklayan ilk sektörün tekstil sektörü olduğunu ifade ederek eylem planının alt başlıklarında çalışmaların hızla devam ettiğini belirtti.

# EGD'nin Geleneksel Yeni Yıl Buluşması gerçekleştirildi



**EKONOMİ** Gazetecileri Derneği'nin (EGD) 16. Geleneksel Yeni Yıl Buluşması, 27 Aralık 2021 tarihinde Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) ev sahipliğinde, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. EGD üyelerinin katıldığı etkinlikte siyaset ve iş dünyasından isimler de yer aldı. TİM Başkanı İsmail Güllü, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak'ın da katıldığı etkinlikte medya ve iş dünyası bir araya geldi. Etkinlikte başarılı kişi ve kurumlar ödüllendirildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ile İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak düzenlenen etkinlikte Yılın Başarılı İş İnsanları Ödülü'ne layık görüldü.

## Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Tekstil Teknik Komitesi Toplantısı yapıldı

**SANAYİ** ve Teknoloji Bakanlığı Tekstil Teknik Komite Toplantısı, 15 Aralık 2021 tarihinde gerçekleştirildi. Sektör temsilcilerinin yoğun katılımıyla gerçekleşen toplantıda İHKİB, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü temsilen Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası istişare süreçlerine aktif katılım sağlayarak sektörün rekabet gücünü korumaya ve artırmaya çalıştığını aktardı. Bununla birlikte KOBİ ağırlıklı yapıya sahip olan sektörün, yeşil ve dijital dönüşümü için gerekli finansman olanaklarına erişimin en önemli konulardan biri olduğunun altı çizildi. Ayrıca toplantıda sektörün yeşil dönüşüm sürecinde bir yol haritası niteliği de taşıyacak olan ve İHKİB tarafından hazırlanan Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Sürdürülebilirlik Stratejisi Raporu'nun tamamlanması sonrası tüm paydaşlarla paylaşılacağı bilgisi aktarıldı. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat, sektörde su tüketimi ve atık yönetimine ilişkin değerlendirmelerini paylaştı.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdür Yardımcısı Dr. Ali Murat Sürekli ile Tekstil ve Ağaç Ürünleri Sanayi Daire Başkanı Ziyet Berna Orhan'ın katıldığı toplantıda, Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın tekstil sektörüne etkisi, su tüketimi ve atık su kullanımı ile diğer sektörel hususlar gündeme alındı. Ticaret Bakanlığı yetkililerinin de katılım sağladığı toplantıda, Ticaret Bakanlığı bürokratları tarafından tekstil ve hazır giyim sektöründe Yeşil Mutabakat'ın etkilerine yönelik bir sunum yapıldı.

**SU TÜKETİM ORANLARI DAHA FAZLA DÜŞECEK**  
Toplantıda söz alan Vehbi Canpolat, tekstil terbiye sektöründe su kullanımına ilişkin bilgi vererek sektörün su tüketimine ilişkin vizyonunu paylaştı.



Sektörde 1 kilogram kumaş üretimi için 100 litre su tüketildiğini belirten Canpolat; şu an bu rakamın 60-80 litreler düştüğünü ifade etti. Vehbi Canpolat konuşmasında daha az su kullanımı ile boyama yapılmasına ilişkin sektörde önemli AR-GE çalışmaları yapıldığını ve ileride su tüketim oranlarının kilogram başına 30-40 litre seviyelerine düşürülebileceğinin altını çizdi. Mevcut duruma yönelik bir değerlendirme raporu hazırlandığını belirten Canpolat, güneş enerjisi sistemine yönelik devlet teşviki sisteminin oluşturulmasına ve arıtma suyunun geri dönüştürülmesine yönelik kamu politikasının da gerekli olduğunu vurguladı.

Toplantıda söz alan Suni ve Sentetik İplik Üreticileri Birliği (SUSEB) Genel Sekreteri Eray Sanver, sentetik sektörüne ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Son yıllarda geri kazanımdan iplik üretiminin de arttığını belirten Sanver, önümüzdeki dönemde geri kazanılmış tekstil ürünlerinin üretilmesine yönelik yeni düzenlemeler yapılması gerektiğinin altını çizdi.

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN  
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

# MAXİMİLES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; rezervasyon, yurtdışı çıkış harcı ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.

Üstelik 31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve kartıyla toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere **200 MaxiMil** hediye!



31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve Maximiles TİM İhracatçı Kart'ıyla 30 Nisan 2022 tarihine kadar toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere, 200 MaxiMil hediye edilecektir. Hediye MaxiMiler, 30 Mayıs 2022 tarihine kadar kullanıma açık Maximiles TİM İhracatçı Kart'a yüklenecektir. Kampanya, kart bazında değil müşteri bazındadır. Bir müşteri, kampanyadan bir kere yararlanabilir ve en fazla 200 MaxiMil kazanabilir. Kampanya dönemi içerisinde gerçekleştirilen alışverişlerin iptal edilmesi veya satın alınan ürünlerin iade edilmesi durumunda yüklenen MaxiMiler geri alınacaktır. Maximiles TİM İhracatçı Kart ve Maximiles TİM İhracatçı Kart Premium haricindeki İş Bankası Ticari Kredi Kartları, İş Bankası Maximum Business Aidatsız Kart, İş Bankası Vergi Kart, Bayi Kartlar, İmece Kartlar, İş Bankası Maximum özellikli Bireysel Kredi Kartları, İş'te Üniversiteli Aidatsız Kredi Kartı, İş Bankası Bireysel Bankamatik Kartları, İş Bankası Ticari Bankamatik Kartları, ürün iptal ve iade işlemleri kampanyaya dahil değildir. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye haklarına sahiptir. Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir. Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi [maximiles.com.tr](http://maximiles.com.tr) ve şubelerimizde.

# Ekoteks, antiviral test faaliyetleri ile Türk tekstil ve yan sanayinin yanında



**Ekoteks, uzun yıllardır uygulama ve faaliyet alanı olan antimikrobiyal test kapsamının yanı sıra tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisi sürecinde gelen yoğun talep sebebiyle 2021 yılında Hücre Kültürü Laboratuvarı'nı kendi öz sermayesi ile kurdu.**

**UZUN YILLARDIR** antimikrobiyal testleri ile tekstil ve hazır giyim başta olmak üzere birçok sektöre hizmet sağlayan Ekoteks Laboratuvarı, pandemi sürecinde test kapsamını genişletti. Antiviral olarak üretilen ürünlerin analiz sonuçları ile belgelendirilmesi ihtiyacının artması sonrasında Hücre Kültürü Laboratuvarı'nı kuran Ekoteks, tekstil ve dezenfektan numunelerinin antiviral etkinlik testlerini de gerçekleştirmeye başladı. Kurum, TURKAK akreditasyonu için müracaatını yaptı.

Ekoteks, 2019 yılında gerçekleştirdiği maske ve koruyucu giysi testleri ile Türk tekstil ihracatına belgelendirme sürecinde çok büyük destek sağladı. EA onaylı ilk akredite Türk test laboratuvarı olan Ekoteks, Avrupa bölgesinden de test talebi almaya devam ediyor. 2022 yılında akredite olarak aynı destek ve hizmet kalitesine antiviral test uygulamaları ile devam edecek olan laboratuvar, bu konuda yetkin ve eğitilmiş personel ile çalışıyor. Süreç, konusunda uzman akademisyenler tarafından da izleniyor.

## HÜCRE KÜLTÜRÜ ANALİZLERİNDE KULLANILAN VİRÜSLER:

*Adenovirüs Type 5* (strain Adenoid 75, ATCC VR-5),  
*Murine norovirüs suş strain S99* Berlin,  
*Modified Vaccinia virus Ankara* (ATCC VR-1508/  
*vaccinia virus strain Elstree/ATCC VR-1549*), Rodent  
 protoparvovirus (minute virus of mice/strain  
 Crawford/ATCC VR-1346),  
*Human coronavirus* (VR-740),  
*Influenza H1N1/PR/8/34:TC* (adapted ATCC VR-1469,

*Influenza A virus (H3N2)* ATCC VR-1679  
*Poliovirus Type 1 LSc-2ab*

## TEST UYGULAMALARINDA ÇEŞİTLİ ULUSLARARASI STANDART METOTLARI İZLEYEN LABORATUVARIN UYGULADIĞI STANDARTLAR İŞE SUNULMADIR:

BS EN 14476 metodu, kimyasal dezenfektanlar ve antiseptiklerin belirli virüslere karşı antiviral aktivitesinin belirlenmesi için test yöntemini kapsamaktadır. Virüs enfektivitesinin azalması, ürünle muameleden önce (virüs kontrolü) ve sonra logaritma virüs titrelerinin farklılıklarından hesaplanır.

Metot; virüslere karşı dezenfekte etme özelliğine sahip ürünler, el, yüzey, cihaz ve tekstil dezenfektanları, halka açık alanlar, iş yeri ve hastane gibi ortamların dezenfekte edilmesinde kullanılan dezenfektan ve antiseptiklere uygulanabilir.

ISO 18184 metodu, tekstil ürünlerinin belirli virüslere karşı in vitro ortamda antiviral aktivitesinin belirlenmesi için test yöntemini kapsamaktadır. Testin uygulanmasında numune virüslerle muamele edilir. Spesifik temas süresinden sonra kalan bulaşıcı virüsler sayılır ve antiviral ürün test numunesi ile kontrol numunesi arasında logaritmik karşılaştırma yapılarak antiviral aktivite değeri hesaplanır.

Konu ile ilgili her türlü teknik destek için Teknik Müdür Sevim A. Razak ve Pazarlamadan Sorumlu Teknik Müdür Yardımcısı Nagehan Gencay ile iletişime geçebilirsiniz. (sevim\_atmaca@ekoteks.com, nagehan\_gencay@ekoteks.com, info@ekoteks.com)





# KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S || i || HEARTBEAT

► **Almanya ekonomisinin güç merkezi Kuzey Ren-Vestfalya'yı (NRW) keşfedin!**  
Endüstri 4.0, akıllı şehirler, biyoteknoloji ve yeni mobilite gibi gelişen teknolojilerde  
çığır açanları kucaklıyoruz. NRW'ye hoş geldiniz! [www.nrwglobalbusiness.com](http://www.nrwglobalbusiness.com)

# İMA'dan CLO 3D ile entegre edilmiş profesyonel gelişim programları

**MODA** endüstrisinde teknolojinin yaygın kullanımıyla birlikte bilgisayar destekli dijital tasarımlar, müşteri ve üretici arasındaki bağlantıyı kolaylaştırıyor. Moda sektöründe yeni ve önemli bir iş kolu yaratacak olan CLO 3D eğitimlerini İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) tamamlayan katılımcılar, sektöre yön verenler arasında olma fırsatı elde edebiliyor.

## CLO 3D İLE ÇANTA TASARIMI - 7 ŞUBAT 2022

Moda endüstrisinde hazır giyimden deri sektörüne kadar tüm kategorilerin tasarım tarafında yaşanan büyük inovasyon ile gelişen dijital 3D tasarım, CLO 3D tasarım programı ile yaygınlaşarak moda tasarımında yeni bir çağ araladı. Çanta tasarımının CLO 3D programı üzerinden öğretilmesini amaçlayan bu programda, çanta tasarımında en yeni teknikler ile dijital çağ çanta tasarımı eğitimi veriliyor. Temel tasarım, kalıp, çanta üretimi ve ileri seviye deri bilgisi eğitimleri ile başlayan eğitim süreci; CLO 3D programının derinlemesine olarak eş zamanlı öğretildiği, çanta tasarımının dijital ortamda ileri seviyede eğitimleri ile devam ederek yeni nesil dijital teknik tasarım föyleri ve realist 3D çanta modelleri tasarımı yapılması ile sürüyor. Eğitim sonunda belirlenen bir konsept üzerinden 3D çanta koleksiyonları tasarlanıyor. Yeni nesil moda tasarımında son tekniklerin öğretildiği bu eğitim süreci sonunda, çanta tasarımında global ölçekte fark yaratabilecek tasarım eğitimi tamamlanmış oluyor.



## CLO 3D TASARIM PROGRAMI - 11 NİSAN 2022

Moda tasarımında CLO 3D programının etkin şekilde kullanılmasını amaçlayan bu eğitimde artistik ve teknik çizimler; tercihe göre kalıp veya bedende dijital ortamda hazırlanıyor. Dijital teknik çizim föyleri oluşturulurken program sonunda seçilen bir tema doğrultusunda proje geliştirilerek bir koleksiyon üretilebilir.

# İMA'da sürdürülebilirlik webinarları serisi sürüyor

**YENİ YILDA İMA'nın sürdürülebilirlik webinarlarına kayıt oluşturarak** tasarımda ileri dönüşüm hareketleri ve tekstil sektörü üretim standartları hakkında bilgi sahibi olunabilir.

## TASARIMDA İLERİ DÖNÜŞÜM HİKAYELERİ

Konuşmacı: Aşlı Filinta Demir

Tarih: 18 Ocak 2022

Sosyal sürdürülebilirlik, kolektif çalışma ile lokale dönüş ve ileri dönüşüm hikâyeleri tasarım konusu çerçevesinde ele alınacaktır.

## PAMUK ÜRETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE İYİ PAMUK STANDART SİSTEMİ

Konuşmacılar: Şükran Bayçura, Şeyma Karaçay Lokmacı

Tarih: 17 Şubat 2022

Türkiye'de pamuğun tarlada üretim süreçlerinde sürdürülebilirliğe konu olan uygulamaları ele alınacak. Tarla seviyesindeki üretimde aktörler, karşılaşılan zorluklar, çözüm yolları üzerine konuşulacaktır. İş birliği ve projelerin üreticilere faydaları değerlendirilecek



Webinar kaydınızı oluşturmak ve detaylı bilgi almak için İMA'ya ulaşabilirsiniz.

ve aynı zamanda tarla seviyesinde sürdürülebilirlik trendleri, kimlikli pamuklar (Örnek Standart: Better Cotton) öğretilmektedir. Takip mekanizmaları, güvenilirlik sistemleri, tedarik zinciri takibi (fiziki ayırım-kütleli ayırım) konuları üzerinde durulacaktır.

## PAMUK TEDARİK ZİNCİRİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Konuşmacı: Leon Piçon

Tarih: 24 Şubat 2022

Ticari emtia olarak pamuk ve sürdürülebilir pamuğun tanımıyla başlanılacak oturumda sürdürülebilirlik çerçevesinde pamuk ve yan ürünlerinin kullanım alanları sıralanacak. Pamuk elyafının diğer elyaflarla karşılaştırıldığında sürdürülebilirlik açısından yeri değerlendirilecek. Sürdürülebilir, kimlikli pamuklarda dünya arz ve talep dengesi konuşulacak. Konvansiyonel ve sürdürülebilir pamuk piyasalarına kısa bir bakışın ardından konvansiyonel ve sürdürülebilir pamukta tedarik güvenliği ve fiyat riskleri gösterilerek sonlanacaktır.

# Öğrenciler İMA ve Dijital Dönüşüm Merkezi'ni ziyaret etti

ULUDAĞ İhracatçı Birlikleri (UİB) yetkilileri ve Bursa Uludağ Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu moda tasarımı öğrencileri İstanbul Moda Akademisi ve Dijital Dönüşüm Merkezi'ne ziyarette bulundu.

Uludağ İhracatçı Birlikleri yetkilileri ve Bursa Uludağ Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Moda Tasarımı öğrencilerine Dijital Dönüşüm Merkezi'nde 3D tasarım eğitimleri üzerine bilgi verildi. Sürece ilişkin olarak Body Scanner ve Vizoo kumaş tarama cihazlarının sektörde ve 3D tasarım programlarında kullanım esaslarına ilişkin güncel bilgiler paylaşıldı. Öncesinde İstanbul Moda Akademisi'ni ziyaret eden öğrenciler, okulu ve okul içinde bulunan halka açık İMA Kütüphanesi'ni ziyaret ederek eğitimler hakkında detaylı bilgi edindi ve kaynakları inceledi.



21-24/2/2022

CPM

International  
Fashion Trade Show  
Moscow

[cpm-moscow.com](http://cpm-moscow.com)

# İHKİB, sektörün geleceğini Üye Buluşmaları'nda değerlendirdi

İHKİB tarafından organize edilen Sürdürülebilir Rekabet, Değişim ve Dönüşüm Üye Buluşmaları etkinliği, 16 Aralık 2021 tarihinde düzenlendi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin evsahipliğinde düzenlenen etkinlik, Ekonomist Prof. Dr. Emre Alkin'in katılımı ve sunumu ile gerçekleştirildi.



**HAZIR GIYİM** sektörünün gelecek stratejilerini şekillendirmek ve her geçen gün büyüyen hazır giyim ihracat ailesinin gelişimine katkı sağlamak amacıyla düzenlenen Sürdürülebilir Rekabet, Değişim ve Dönüşüm Üye Buluşmaları etkinliği, geniş bir katılımı ile gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Gültepe'nin hazır giyim sektörünü ve İHKİB'in faaliyetlerini değerlendirdiği toplantıda, Ekonomist Prof. Dr. Emre Alkin gündemi ve ekonomiyi ele aldı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, birlik ve güçlü bir beraberlik için üyeleri ile bir araya geldiklerinin altını çizdi. Sürdürülebilir rekabet ve sektörün değişimi, dönüşümü için birlikte olduklarını kaydeden Gültepe: "Ülkemiz ve sektörümüz bugüne kadar pek çok dönüşüm dönemlerinden geçti. Güçlü dayanışmamız sayesinde hepsini başarıyla atlattık. Şimdi sürdürülebilir üretim, dijital

dönüşüm ve otomasyon konusunda zorlu bir sınavla karşı karşıyayız. İnaniyorum ki dayanışmamızla bu süreci de fırsata çevireceğiz. İHKİB olarak tüm bu alanlarda yaptığımız çalışmaları, değişim ve dönüşüme sağladığımız katkıları, devam eden ve gelecekte hayata geçireceğimiz projelerimizi sizlerle paylaşacağız. Sunumumda bugüne

kadar neleri yaptığımızı, neleri hedeflediğimizi, nelere ihtiyacımız olduğunu paylaşacağım. Sizin de değerlendirmeniz ışığında projelerimize yön vereceğiz, Kendimizi yeniden şekillendireceğiz." dedi.

**"HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ İHRACATTA Kİ VE İSTİHDAMDAKİ ÖNCÜLÜK MESALESİNİ TAŞIMAYA DEVAM ETMELİ"**

İHKİB üyelerinin geniş katılımıyla gerçekleştirilen etkinlik, Emre Alkin'in güncel ekonomi trendleri üzerine gerçekleştirdiği sunum ile başladı. Türkiye'nin içinde bulunduğu mevcut



ekonomik konjonktürden, yüksek katma değerli üretim gerçekleştiren ihracatçılar sayesinde başarıyla çıkabileceğinin altını çizen Alkin: “Dünya ticareti 2000 yılından bu yana altı kez bir önceki yıldan daha düşük seviyede gerçekleşti. Dolayısıyla pandemi döneminde yaşanan küresel ticaret daralması bir ilk değil. Küresel ticaretin ana belirleyici unsuru arz ve tedarik. Türkiye, pandemi döneminde tedarik zincirinde öne çıkan ülkelerden biri oldu. G7 ülkelerinin en büyük problemlerinden birinin kamu borcu olduğunu görüyoruz. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından küresel olarak en büyük borçluluk oranına ulaşmış durumdayız. Hazır giyim ve konfeksiyon, dünyanın en önemli sektörlerinden biri. İhracatta yüksek bir atılım yapmazsak rakiplerimiz bizi geçebilir. Hazır giyim sektörü üretimde, ihracatta, AR-GE’de, tasarımda ve daha birçok alanda öncü bir sektör. Bu meşaleyi taşımaya devam etmelisiniz diye düşünüyorum.” dedi.

#### “HAZIR GIYIM, TÜRKİYE’NİN FARK YARATAN SEKTÖRLERİNDEN BİRİ”

Alkin’in sunumunun ardından hazır giyim sektörünün güncel durumu ve İHKİB’in faaliyetleri ile ilgili bilgiler içeren bir sunum gerçekleştiren İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, sektöre ve Türkiye’ye güvendiğinin altını çizerek sözlerine başladı. İki yıldır pandemi nedeniyle üyeleri ile fiziki ortamlarda bir araya gelemediklerini hatırlatan Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: “Hazır giyim, Türkiye’nin fark yaratan sektörlerinden biri. Sektör olarak ihracata katkı sağlamaya devam ediyoruz. Sektörün lider kuruluşu İHKİB, toplam hazır giyim ihracatının yüzde 65’ini gerçekleştiriyor.”

Ekoteks Laboratuvarı, İHKİB Eğitim Vakfı, İstanbul Moda Akademisi, Dijital Dönüşüm Merkezi, Fashion Week İstanbul, IFCO ve Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması başta olmak üzere İHKİB’in iştirak kuruluş ve markaları hakkında bilgiler paylaşan Gültepe, tüm bu başlıkların sektörü geleceğe taşıdığına işaret etti. Gültepe: “IFCO Sanal Fuarı’nın ardından fiziki fuarımızı da hayata



Toplantının videosunu izlemek için QR kodu kullanabilirsiniz.

geçireceğiz. Toplam 30 bin metrekarelik alanda, bin 500 kişilik alım gruplarıyla gerçekleşecek olan fuarımızı, 2023 yılında 100 bin metrekarelik alanda hayata geçirmeyi planlıyoruz. Sürdürülebilirlik ve Yeşil Mutabakat konusunda çalışmalarımıza devam ediyoruz. Amacımız, katma değerli ihracatımızı artırmak. 2021 yılının sonunda ilk kez 20 milyar dolar ihracatı geçeceğiz. Firmalarımızla devlet destekleri arasında bir köprü vazifesi görüyoruz. Sektörü tanıtmak üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Ortak akılla hareket etmemizin önemli olduğunu düşünüyoruz.” dedi.

**İHKİB üyelerinin geniş katılımıyla gerçekleştirilen etkinlik, Emre Alkin’in güncel ekonomi trendleri üzerine gerçekleştirdiği sunum ile başladı.**



# İHKİB, 12. Boğaziçi Zirvesi'ne katıldı

Uluslararası İş Birliği Platformu (UIP) tarafından bu yıl "Daha iyi bir dünya için çalışmak" temasıyla İstanbul'da düzenlenen 12. Boğaziçi Zirvesi, 6 Aralık'ta başladı. Zirvenin ikinci gününde gerçekleştirilen "Türk hazır giyim sektörünün değişim ve dönüşüm süreci" isimli oturumun açılış konuşmasını, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe Yaptı.

**HAZIR GIYIM** sektörünün son zamanlarda baş döndüren bir değişim ve dönüşüm süreci yaşadığına dikkat çekerek sözlerine başlayan Gültepe; daha önce de benzer süreçlerden geçtiklerini belirtti. Gültepe: "Makineleşme ve sentetik liflerin keşfinin devrim niteliğinde sonuçları oldu. 1980'li yıllarda üretimin merkezi, gelişmekte olan ülkelere kaydı ve kotalı ticaret dönemi başladı. 2000'lerde ise Çin'in hâkimiyeti artarken katma değerli ihracat, tasarım ve markalaşma öne çıktı. Sektörümüz bu değişim dönemlerini başarıyla geçti. 2021'e geldiğimizde 20 milyar dolarlık ihracata ulaştık. Hazır giyim ihracatında dünyada beşinci sıradayız. AB'nin en çok hazır giyim ithalatı yaptığı üç ülkeden biriyiz. Rakiplerimizden ayrılarak hazır giyimde marka ülke hâline geldik." dedi.

## "ÜRETİM ALTYAPIMIZLA VE GİRİŞİMCİLİĞİMİZLE ÖNEMLİ AVANTAJLARA SAHİBİZ"

Bir süredir sektörün yeni bir değişim dönüşüm sürecinde olduğunu söyleyen Gültepe: "Pandemi ile hızlanan sürecin dijitalleşme ve sürdürülebilir, çevre dostu üretim olmak üzere iki temel dinamiği var. Önceki dönemlerde istenen özellikte üretmek yeterliydi. Şimdi üretmenin yanı sıra komple bir servis sunmak gerekiyor. Üretimde kullandığımız elyafın niteliği, sürdürülebilir ve dönüştürülebilir olup olmadığı, enerjimizin kaynağı, tükettiğimiz suyun miktarı, kullandığımız kimyasallar, atık yönetimi gibi tüm sürecin sorumluluğunu üstlenmek durumundayız. Pandemi ile tedarik zinciri değişti. Markalar, az sayıda tedarikçi ile uzun dönemli ilişki kurmayı tercih edecekler. Sürdürülebilirlik kriterlerine uygun, uzun süreli kullanılacak ürünler üretebilmeliyiz. Dijital yeteneklerimizi geliştirmek, üretimde ve tedarik zinciri yönetiminde otomasyona ağırlık vermek durumundayız. Bu süreçte üretim altyapımız ve girişimciliklerimizle önemli avantajlara sahibiz. Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme kriterlerine hızla ayak uydurmamız gerekiyor. İHKİB olarak bu dönüşümü kolaylaştırmak ve sağlıklı yönetmek için çalışıyoruz. AB'nin 10 milyon euro hibe desteği ile dijital dönüşüm projesini yürütüyoruz. Yine AB'nin hibe desteği ile sektörün karbon ayak izini azaltacak projemiz onay sürecinde. Yeşil Mutabakat'a uyum çerçevesinde Türkiye Hazır Giyim Sürdürülebilirlik Strateji Belgesi'ni hazırlıyoruz. Değişim ve dönüşüm için donanımlı iş gücü gerekiyor. Özellikle lise ve üniversite



aşamasında çeşitli projelerle eğitimi destekliyoruz" şeklinde konuştu.

## "DİJİTALLEŞME VE YEŞİL DÖNÜŞÜM KONUSUNDA FİRMALARI DESTEKLEMELİYİZ"

"Türk hazır giyim sektörünün değişim ve dönüşüm süreci" isimli oturumun konuşmacıları arasında yer alan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Hayrettin Gümüşkaya, nitelikli iş gücünün üretime katılmasının önemine değindi. Sektör olarak dünyanın en katma değerli ürünlerini ürettiklerini ifade eden Gümüşkaya: "Katma değeri birim başına en yüksek ihracatı gerçekleştiren sektörlerden biriyiz. Bu birikimlerimizin kıymetini çok iyi bilmemiz gerekiyor. Temelde her şey üretime dayanıyor. Üretimde rekabet gücümüzü sürdürmek noktasındaki arayışlarımız devam ediyor. Bu konuda dijitalleşme çok önemli. Dijitalleşme sayesinde müşteri her şeye en az bizim kadar hâkim. Böylece sektöre olan güven arttı ve süreç çok hızlandı. Dijitalleşme noktasında firmalarımızın neye ihtiyaçları olduğunu belirleyerek bunu sektörlerimize kazandırmamız lazım. Üretim alanlarımızda yeşil dönüşüme uygun koşulları yakalamalıyız. Ancak firmaların bunu kendi başına yapmalarını beklemek iyimserlik olur. Sektörümüzdeki firmaların yüzde 95'i KOBİ statüsünde. Destekleri ülke olarak sağlamak zorundayız. Ülkeye bu değeri kazandıran sektöre, yaptığı ihracatın yüzde 2'sini ayırsak dijitalleşme ve yeşil dönüşüm noktasında tüm ihtiyaçlarını karşılayabiliriz." dedi.

# GÖMLEK ÜTÜLEME OTOMATLARI



**Head Office:** Şenlikköy Mah.  
Şehit İlhan Yalçın Sok. Neptün Sitesi  
A Blok D2 Florya 34153 Bakırköy - İstanbul  
**Factory:** Yenidoğan Mah. Cicoz Yolu Polat Sok.  
31-33/35 Bayrampaşa - İstanbul

+90 212 567 62 12  
[www.ustun-makina.com](http://www.ustun-makina.com)

# Hazır giyim sektörü istihdam yaratmaya devam ediyor



istihdam kaybı yaşarken biz 100 bin yeni istihdam yarattık. İstihdamımızın yüzde 80'i kadınlardan oluşuyor. Katma değerli ihracat yapan bir sektörüz. Türkiye'de kilogram başına ihracatta üçüncü sırada geliyoruz. Kilogram fiyatımız 16,5 doların üzerinde. Türkiye'nin genel ortalaması ise 1 dolar. Toplamda 18-19 milyar dolar seviyelerinde net ihracat değerimiz var. Diğer sektörlerde girdi maliyetlerinin yüzde 80'e yakını ithalata dayanıyor. Biz bu noktada ayrışıyoruz." dedi. Üretim altyapısının iyileştirilmesi gerektiğini söyleyen Gültepe: "Biz planlı büyümenin taraftarıyız. Öngörülebilirlik, en büyük dileğimiz. Döviz kurularının aniden çıkıp aniden düşmesi hem ihracatçıyı hem ithalatçıyı zora sokar. Enflasyon çerçevesinde stabil bir artışın olması, tüm paydaşlar için daha öngörülebilir bir süreç olur." ifadelerini kullandı.

## "EMEK VE BEYİN GÜCÜNE İHTİYACIMIZ VAR"

Sektörün 33 milyar dolar hedefine ulaşması için emek ve beyin gücüne ihtiyaç duyduklarını ve bu noktada İHKİB olarak üniversite-sanayi iş birliklerine önem verdiklerini söyleyen Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: "Üniversitelerde tekstil mühendisliği bölümünü tercih eden başarılı gençlerimize asgari ücret tutarında burs verdik ve her türlü staj imkânını sağladık. Gençlerimiz mezuniyet sonrası beş yıl sektörde çalışarak bu yatırımımızı dönüştürecek. Kontenjanların yüzde 90'dan fazlası doldu. Taban puan 100 puan yukarı çıktı. Sektörün geleceği olan gençlerimize yatırım yapmazsak geleceğimizi garanti altına alamayız. Yaptığımız tasarım yarışmasında ilk üçe giren gençlerimizi İtalya'ya gönderiyoruz. Orada aldıkları eğitim ile tasarım noktasında bizleri daha ileri taşıyacaklar."

**İHKİB BASKANI** Mustafa Gültepe, Anadolu Ajansı'na sektörle ilgili değerlendirmelerde bulundu. Türkiye'nin hazır giyim ve tekstil ülkesi olduğunu vurgulayan ve dünyanın en büyük beşinci, Avrupa'nın ise üçüncü üretim üssü olduklarını söyleyen Gültepe, Türkiye'nin, hazır giyim üretimi noktasında bir marka olduğunu belirtti.

## "100 BİN YENİ İSTİHDAM YARATTIK"

Dünyada isim yapmış markaların çoğunun, Türkiye'de üretim yaptığını dikkat çeken Gültepe: "Sektör olarak Türkiye'nin 81 ilinde, ara vermeden üretime devam ediyoruz. Anadolu'yu üretim üssü hâline getirdik. Pandemi döneminde çoğu sektör

## Koza finalistinin tasarımı, global Coca Cola reklamında kullanılacak



**KOZA GENÇ MODA** Tasarımcıları Yarışması'nın 29'uncu sezonunda ikincilik ödülünü kazanan Yiğit Kemal Aydemir'i başarıya ulaştıran "Vinegar Valentines" isimli koleksiyonundaki yağmurluk, global Coca Cola reklamında kullanılmak üzere seçildi.

1998 yılında Sakarya'da dünyaya gelen Aydemir, lise eğitimini grafik ve tasarım alanında tamamladıktan sonra tekstil ve moda tasarım bölümünde okumaya karar verdi. Lise yıllarından beri kapsül

koleksiyonlar hazırlayan Aydemir, 2017 yılında başladığı Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi'ndeki lisans eğitimine devam ediyor. Kendisini renklerle yarattığı yeni bir dünya ile ifade etmeyi tercih eden genç tasarımcı, yarışmaya katıldığı koleksiyonunda da 1840'lardaki Viktorya dönemi Sirke Sevgilileri (Vinegar Valentines) kartlarından ilham aldı. Coca Cola'nın, Yiğit Kemal Aydemir'in koleksiyonundaki yağmurluğu kullanacağı reklam çekimlerinin başladığı belirtildi.



**HIZLA DEĞİŞEN  
GÜNÜMÜZ DÜNYASINDA  
HALA ESKİ USULLERLE  
YAPILAN İPLİK TİCARETİNİ  
DİJİTALE TAŐIYORUZ.**

**ÇOK YAKINDA  
TÜM PİYASA  
AVUCUNUZDA!**



# İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, MOTAD Trend Semineri'ne katıldı

**MODA** ve Tasarım Derneği (MOTAD), üniversitelerle iş birliği kapsamında moda tasarım bölümü öğrencileriyle sektörü bir araya getirdi. 19 üniversiteden öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirilen SS22/23 Women's Fashion Trend Semineri, 1 Aralık'ta çevrim içi olarak yapıldı. Trend Semineri'nin açılış konuşmasını MOTAD Başkanı Betül Eren Işık ile İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe gerçekleştirdi.

500'ün üzerinde izleyicinin takip ettiği etkinlikte, Türk tekstil sektörünün her koşulda ayakta kaldığını vurgulayan Betül Eren Işık: "MOTAD olarak tasarım farkındalığının ve rekabet gücünün artırılması için tüm sektör paydaşlarımızla bir araya geliyoruz. Gücümüze güç katan gençlerimize yönelik projeler yapıyoruz. Bugün büyük bir iş gücünün, sanayinin ve ekonominin temsilcisi olan Türk tekstil ve hazır giyim sektörü; gelecekte de Türkiye ihracatına damga vurmaya devam edecek." şeklinde konuştu.

## "KATMA DEĞERLİ ÜRETİMİMİZİ ARTIRACAK TASARIMCILAR YETİŞTİRMEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Türkiye için stratejik bir sektör olduğunun altını çizerek konuşmasına



başlayan Mustafa Gültepe; bilgi birikimi, hız, uyum kapasitesi, tasarım gücü, dijital altyapı ve AB standartlarında üretim ile rakiplerinden ayrıştıklarını belirtti. Gültepe: "Gençlerimizin gözlerinde geleceği görüyorum. Pandemi ile birlikte sektör büyük bir değişim ve dönüşüm sürecine girdi. Dijitalleşme, sürdürülebilir, çevreci üretim ve tasarım yeni dönemin temel dinamiklerini oluşturuyor. Katma değerli üretimimizi

artıracak tasarımcılar yetiştirmek için çalışıyoruz. Bu hedef doğrultusunda yıllardır eğitime ve tasarıma yatırım yapıyoruz. Meslek liselerimizden sekiz bini aşkın gencimizi mezun ettik. Lise düzeyinde başlattığımız İnovatif Fikir Maratonu Yarışması'nı genişletip üniversite düzeyinde de inovasyon ve girişimcilik yarışması şeklinde düzenliyoruz. Sektör paydaşlarımızla tekstil mühendisliğinin algısını yükseltmek için örnek bir burs projesi yürütüyoruz. İstanbul Moda Akademisi'nde sektöre genç ve yetenekli tasarımcılar yetiştiriyoruz. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışmamızla onlarca gencimizi sektöre kazandırdık. Tasarım gücümüzün gelişmesi için özel sektör-üniversite iş birliği önemli. Bu süreçte MOTAD'ın projesini de çok önemsiyorum. Sizin başarınız, sektörümüzün gücüne güç katacak." dedi.

## "OTİAD olarak üyelerimizi IFCO ve FASHIONIST fuarlarımıza katılıma teşvik ediyoruz"

**OSMANBEY** Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) Başkanı Eda Arpacı, İHKİB ile gerçekleştirdikleri iş birlikleri ve 6-9 Aralık günleri arasında düzenlenen IFCO sanal fuarı hakkında açıklamalarda bulundu. Değişen ve dönüşen koşullara ayak uydurmaya çalışarak ve yeni normalin şartlarını dikkate alarak iş yapma şekillerini gözden geçirdiklerini belirten Eda Arpacı: "Bu dönemde dijital altyapı ve yetkinliklerin ne kadar stratejik öneme sahip olduğunu bir kere daha fark ettik ve 22-27 Şubat 2021 tarihlerinde Fashionist Online Fuarımızı gerçekleştirdik. Dijital dönüşümü benimseyen, teknolojik altyapısını ve donanımını güçlendirmiş şirketler değişime daha hızlı uyum sağlayabildi. Hazır giyim sektörünün önde gelen ülkelerinden biri olan Türkiye'nin, tasarım ve üretimdeki gücünü tüm dünyaya tanıtmaya imkân verecek olan IFCO platformu ile mevcut pazarlarımıza satışlarımızı artıracak ve aynı zamanda yeni pazarlara ulaşabileceğiz. 'Dijitalleşerek Güçleniyoruz' sloganıyla yola çıktığımız bu dönemde, OTİAD olarak üyelerimizin dijital



dönüşüm süreçlerini destekleyerek dünyanın dört bir yanından alıcılarla buluşma avantajı yaratan IFCO sanal fuarına katılmalarını teşvik ediyoruz." dedi.

9-11 Şubat günleri arasında gerçekleşecek olan fiziki IFCO Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nda ve Fashionist Moda Fuarı'nda da üyelerinin yer alacağını belirten Arpacı; İHKİB ile fuarlar haricinde alım heyetleri, milli katılım sağlanan yurt dışı fuarları gibi iş birlikleri de yaptıklarını ifade etti. Eğitim ve seminerlerin yanı sıra İHKİB önderliğinde, üyeleri için yapılan bütün çalışmalarda güçlü bir iş birliği yaptıklarını söyleyen Arpacı: "Gerçekleştirdiğimiz projeler ile bu çalışmaların ilk adımını atıp İHKİB'e daha kapsamlı projeler yapabileceği altyapıyı ve olanakları sağlamaktayız." şeklinde konuştu.

OTİAD olarak İHKİB'den beklentilerini de ifade eden Başkan Eda Arpacı: "Bölgemizin ve ülkemizin ihracatına katkı sağlamak üzere OTİAD tarafından belirlenen ülkelerden alım heyeti getirilmesi ve bu ülkelere ticaret heyetleri düzenlenmesi için destek bekliyoruz." dedi.



Showroom

Fabrika

Mithatpaşa Cad. Küçük Haydarefendi Sk. No: 3/1  
Laleli / Fatih / İstanbul - Turkey  
Tel: +90 212 518 65 82

Aymakop San. Sit. C-1 Blok No: 153  
İkitelli - İstanbul - Turkey  
Tel: +90 212 671 21 33



[www.mpanda-kids.com](http://www.mpanda-kids.com)



[info@mpanda-kids.com](mailto:info@mpanda-kids.com)



[panda medvjnk](https://www.facebook.com/panda-medvjnk)



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

# Osmanbeyliler Buluşuyor Toplantısı'nda sektör bir araya geldi



**Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) tarafından organize edilen Osmanbeyliler Buluşuyor Toplantısı'nda hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün gündemine ilişkin konulara değinildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katıldığı toplantıda İHKİB'in sektör ihracatına katkı sağlamak üzere düzenlediği faaliyetlere ilişkin bilgilendirmeler yapıldı.**

**OSMANBEY** Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) tarafından organize edilen Osmanbeyliler Buluşuyor Toplantısı, 23 Aralık 2021 tarihinde gerçekleştirildi. OTİAD Başkanı Eda Arpacı'nın ev sahipliğinde düzenlenen organizasyona İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de katıldı. OTİAD üyelerinin yoğun katılımıyla düzenlenen toplantıya, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri de dâhil oldu.

Toplantıda yaptığı konuşmada İHKİB'in faaliyetlerine yönelik bir sunum gerçekleştiren Gültepe, sektörün heyecanla beklediği İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı ile ilgili bilgiler paylaştı. 18 binin üzerinde üye sayısı ile sektörün lider kuruluşu olduklarının altını çizen Gültepe: "İHKİB olarak Türkiye'nin toplam hazır giyim ihracatındaki payımız yüzde 65'in üzerinde. Yaptığımız işler ve gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerle bir birlikten çok daha fazlasıyız. Ekoteks, Eğitim Vakfı, İstanbul Moda Akademisi, Dijital Dönüşüm Merkezi gibi kurumlarımızla sektörde fark yaratan çalışmalara imza atıyoruz. Fashion Week İstanbul, IFCO ve Koza gibi markalarımızla sektörümüze katkı sağlamaya, ihracatımızı artırmaya devam ediyoruz." dedi.

Faaliyetlerini stratejilere dayalı olarak oluşturduklarını ifade eden Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: "Pandemi ile gündeme gelen konuları biz, 2017 yılında Vizyon Belgesi ve 2018 yılında Dört Dörtlük Çalışma Planı ile somutlaştırmıştık. Temel hedeflerimiz olarak belirlediğimiz bu konular doğrultusunda adımlarımızı atmaya devam ediyoruz. Türkiye'nin en prestijli moda etkinliği olan Fashion Week İstanbul'u 16 sezondur gerçekleştiriyoruz.

**Toplantıda yaptığı konuşmada İHKİB'in faaliyetlerine yönelik bir sunum gerçekleştiren Gültepe, sektörün heyecanla beklediği İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı ile ilgili bilgiler paylaştı.**



Etkinlikte bugüne kadar 160'tan fazla marka ve tasarımcı yer alırken 450'den fazla defile ve sunum yapıldı; 250 binin üzerinde davetli yer aldı. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile 1992 yılından bu yana sektöre tasarımcı kazandırıyoruz. Alım ve ticaret heyetlerini hem fiziki hem de dijital olarak gerçekleştiriyoruz. Sadece 2021 yılında bin 173 Türk firmamızı, bin 51 görüşme ile 341 alıcı firma ile buluşturduk. Aynı yıl sekiz farklı ülkede 10 uluslararası fiziksel ve iki sanal fuarla sektörümüzü küresel pazara açtık. 2022 yılında firmalarımızla birlikte 11 yurt dışı fuara millî katılım organizasyonu düzenlemeyi planlıyoruz. Tüm bunları yaparken firmalarımızın devlet destekleri ile aralarındaki köprü vazifesini de üstleniyoruz. İHKİB olarak İhracat Odaklı Yeni Nesil Yatırım Teşvik Önerileri'ni hazırladık. Diğer taraftan Tasarımdan Üretim Dijital Dönüşüm Projesi ile sektörümüzün dönüşümüne destek olmaya da devam ediyoruz. Dijital Dönüşüm Merkezi'ni sektörün hizmetine sunduk. Küme projelerimizle sektörün rekabet gücünü artırıyoruz. Tüm dünyanın gündeminde olan sürdürülebilirlik ve karbon ayak izi konusunda da çalışmalar gerçekleştiriyor ve firmalarımızı yeni dünya düzenine adapte etmeye çalışıyoruz. İnsan kaynakları ve eğitimde öncü projeler yürütüyoruz. Sektörün global tanıtımı adına iş birlikleri yaparken sektöre yön veren yayınlarımızla da hizmetlerimizi sürdürüyoruz.”

**“FASHIONIST ABİYE, GELİNLİK VE DAMATLIK FUARIMIZI IFCO İLE EŞ ZAMANLI AÇACAĞIZ”**

OTIAD Başkanı Eda Arpacı, COVID-19'un tüm dünyada yarattığı tahribata rağmen

konuşmasına başladı. Arpacı, göreve geldikleri günden bu yana bölgenin ve sektörün ihtiyaçlarını değerlendirerek Fuar Komitesi, Etkinlik Komitesi, Sosyal Sorumluluk&Eğitim Komitesi, Kurumsal İletişim Komitesi, Kurumlar&Çatı Kuruluşları Komitesi, OTIAD Kart&Satın Alma Komitesi, Dış Ticaret&Pazarlama, Kumaş&Aksesuar olmak üzere sekiz komite oluşturduklarını söyledi. İş yapma şekillerinin gözden geçirildiği bu dönemde dijital dönüşüm süreçlerini destekleyerek Osmanbey'in tasarım ve üretimdeki gücünü tüm dünyaya tanıtmaya imkânı bulduklarını ifade eden Arpacı: “Osmanbeyli meslektaşlarımızı buluşturduğumuz, en önemli yeni satış kanallarından olan FASHIONIST365 B2B platformunda yerinizi almalısınız. Bu uzun ve sabır isteyen çalışmamızda, altyapımızı ve pazarlama süreçlerimizi güçlendirerek ilerleyeceğiz. Dijitalleşerek güçlenmenin, göreve geldiğimizde hedeflerimizden biri olduğunu belirtmiştik. İBB, Şişli Kaymakamı, Şişli Belediyesi ve OTIAD koordinasyonunda Osmanbey'in altyapısı, kaldırımları, çevre ve trafik düzenlemeleri konusunda kapsamlı bir çalışmayı komite arkadaşlarımız yürütüyor. İTKİB'in İTO ile birlikte organize ettiği, 16-18 Mart 2022 tarihli Texhibition Fuarı'nın bölgemize ve ülkemize hayırlı olmasını diliyorum.

OTIAD olarak Türkiye'nin dünyaya açılan tarihi kültürü, ekonomisi, sanat merkezi ile kalbi olan güzel şehrimiz İstanbul'da bir moda fuarı gerçekleştirmeyi her yerde gündeme getiriyorduk. Şehrimizin iki büyük kurumu olan İHKİB ve İTO bir araya gelerek IFCO Moda Fuarımızı, 9-11 Şubat 2022 tarihinde açıyoruz. Bu konuda her platformda bizi destekleyen, yanımızda olan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye teşekkürlerimizi sunuyoruz. FASHIONIST abiye, gelinlik ve damatlık fuarımızı da 100'e yakın firmalarımızla IFCO ile eş zamanlı açacağız. Defilelerle rekor alım heyeti ve nitelikli ziyaretçilerle buluşacağız.” dedi.



# İHKİB Eğitim Vakfı, sektörü geliştirmeye yönelik faaliyetlerine devam ediyor



**Eğitime büyük önem veren İHKİB'in iş birliği ile faaliyetlerine devam eden İHKİB Eğitim Vakfı; sektörün ihtiyacına yönelik eğitim programları ile istihdama ve nitelikli iş gücü yaratılmasına katkı sağlarken düzenlediği etkinlikler de hazır giyim sektörünün gelişimine destek oluyor.**

**HAZIR GIYIM** ve konfeksiyon sektöründe ilkleri başaran, üye sayısı, üyelerinin yarattığı istihdam ile ön plana çıkan ve net ihracat fazlası veren bir sektörün temsilciliğini yürüten İHKİB; bu yıl 29'uncusu gerçekleştirilen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, Fashion Week İstanbul, İstanbul Moda Akademisi (İMA), İHKİB Eğitim Vakfı, İHKİB İnovatif Fikir Maratonu gibi kurum ve etkinlikleri de sektöre kazandırdı. Sürdürülebilir ve katma değerli ihracat artışının eğitim, istihdam, tasarım, üretim ilişkisinin güçlendirilerek gerçekleşmesi gerektiğine inanan İHKİB bu anlamda sektöre kazandırdığı tasarımcılar, yurt dışı ve yurt içinde yaptığı etkinlikler, mesleki ve teknik eğitime verdiği destek, hazırladığı raporlar ve vizyonuyla uzun yıllardır Türkiye'nin önemli kuruluşlarından biri olmayı sürdürüyor.

1998 yılında kurulan İHKİB Eğitim Vakfı; sektörün ihtiyacı olan nitelikli ve eğitilmiş iş gücünün karşılanmasına, eğitilmesine ve mesleki eğitimi destekleyerek geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına katkı sağlamayı hedefliyor. Kuruluşundan itibaren ihtiyaç sahibi öğrencilere burs vererek eğitime katkıda bulunan İHKİB Eğitim Vakfı, eğitim alan öğrencilerin sektörde istihdam edilmesine de öncülük ediyor. Vakıf, 1999 yılından itibaren sektörün ihtiyacına yönelik çeşitli eğitim ve bilgilendirme seminerleri de düzenliyor.

## İHKİB KARIYER AKADEMİ SEKTÖRE ÖZEL HİZMET VERİYOR

Hazır giyim sektörünün eğitim ihtiyacını belirleyerek belirli bir disiplin içinde ele alıp hizmet sunabilmek gayesi ile İHKİB Eğitim Vakfı bünyesinde bir eğitim platformu olarak 2016 yılında kurulan İHKİB Kariyer Akademi ise üye firmaların ve sektörün ihtiyaçları doğrultusunda uzman eğitmenler ve danışmanlarıyla

birlikte sektöre özel hizmet vermeye devam ediyor. Eğitimler, kişisel ve kurumsal gelişim, yönetsel eğitimler, satış pazarlama, teknik eğitimler, insan kaynakları, moda, trend ve sosyal medya başlıkları altında sıralanıyor. Akademi ayrıca İŞKUR destekli, MEB sertifikalı ve iş garantili mesleki eğitim programları da düzenliyor. Böylece sektörün ihtiyaç duyduğu iş gücü eğitimi karşılırken ülkemizin önemli sorunlarından olan işsizliğe de çare üretmeye çalışılıyor.

İHKİB Kariyer Akademi hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü; yetiştirdiği duayenler, alanında uzman danışmanlar, sektörün çeşitli katmanlarındaki yöneticiler, üniversite öğretim üyeleri, yerli/yabancı uzmanlar, trend belirleyiciler ve modacıardan oluşan geniş bir eğitimci kadrosuyla, bilgi toplumunun gerektirdiği değişime, teknolojik gelişmelere ve küresel rekabete hazırlıyor. eğitim.ihkibev.org.tr ile www.ihkib.org.tr web sitesinden ve İHKİB sosyal medya kanalları üzerinden duyurulan eğitimler, sekiz temel başlık altında kurgulanıyor.

- Kurumsal Gelişim Eğitimleri
- Kişisel Gelişim Eğitimleri
- Yönetsel Gelişim Eğitimleri
- Pazarlama - Satış - Müşteri İlişkileri Gelişim Eğitimleri
- Finans - Muhasebe Yönetimi ve Uygulamaları Eğitimleri
- Teknik Yetkinlik Gelişim Eğitimleri
- İnsan Kaynakları Yönetimi Eğitimleri
- Trend Eğitimleri

## SERTİFİKALI MESLEK EĞİTİMLERİ SEKTÖRE KATKI SAĞLIYOR

Uzun soluklu sertifikalı meslek edindirme eğitimleri ile

de kurumsal dünyanın nabzını tutan İHKİB; sektörün yetişmiş, nitelikli insan kaynağı ihtiyacını göz önüne alarak projeler geliştiriyor. İHKİB Kariyer Akademi Uzaktan Eğitim Merkezi üzerinden sektörün ihtiyacı olan ve ürüne üç boyut kazandıran modelhane şeflerinin günün ihtiyaçlarına göre güncel bilgiyle donatılması için dijital ortamda yedi modülden oluşan Modelhane Şefi Yetiştirme Programı'nı hazırlayıp sektör istifadesine sunuldu. İhracata önemli katkı sağlayan bir diğer meslek olan ve sektörde istihdamına ihtiyaç duyulan müşteri temsilcilerinin eğitilmesi için dijital ortamda sertifikalı Müşteri Temsilciliği Yetiştirme Programı hazırlandı.

İHKİB Kariyer Akademi; alanında bir ilk olarak çorap sektöründe İŞKUR'un ve Halk Eğitim Müdürlüğü'nün desteği ile kursiyer ve eğitmenlere sertifikalı eğitim düzenledi. İş başı eğitim programı ile kursiyerlerin sektörde istihdamı sağlandı. Bu program, tüm kamu kurumlarının eş güdümlü çalışmasına önemli bir örnek oldu. İstanbul Anadolu Yakası Denetimli Serbestlik Müdürlüğü ile de proje gerçekleştiren İHKİB Kariyer Akademi; yükümlülere yönelik psikolojik destek sağlayarak eğitsel, sosyal, kültürel ve sanatsal etkinlikler yoluyla iyileştirme ve topluma kazandırılma süreçlerine destek oldu. Sektörün ihtiyaçları doğrultusunda yükümlülerin yetiştirilmesi ve onlara iş imkânı sağlanması için İŞKUR ve Halk Eğitim Müdürlüğü destekli sertifikalı eğitim programı düzenlendi.

#### YENİ EĞİTİMLER YOLDA

İHKİB Kariyer Akademi tarafından yapılan, sektörün işçi tedarikinde sorun yaşadığı bilgisayarlı kalıp mesleğine ilişkin çalışma son aşamaya geldi. Yakın zamanda eğitimleri başlayacak olan bu projeye ek olarak dış ticaret uzmanı eğitim programına ilişkin çalışma da yapılıyor. Hazır giyim ve tekstil sektöründeki şirketlerde istihdam edilen personelin eğitim yükünü sembolik ücretlerle ihracatçıların üzerinden almaya çalışan kurum; global rekabet ortamında fark yaratmanın eğitimden geçtiğine inanıyor. İHKİB Kariyer Akademi eğitimleri ile şirketlerde istihdam edilen çalışanların, kişisel gelişimlerine katkı sunuluyor ve teknolojinin geldiği aşama dikkate alınarak mesleki gelişimlerine katkı sunuluyor.

İnovasyona ve tasarıma dayalı katma değerli ürün, dijital teknolojilere hâkim ve girişimci bireylerin



sektörümüze kazandırılmasına yönelik eğitimler sunan kurum; şirketlerin insan kaynakları birimlerinin özel eğitim çözümlerini takip ederek çalışanlarının bu eğitimleri almaları hâlinde işlerinin günün şartlarına göre daha az maliyetli olacağına inanmalarını bekliyor. İHKİB Kariyer Akademi; dijital ortama aktarılan eğitimlerin takibi, raporlanması ve izlenmesi imkânlarını da üyelerine sunuyor.

#### İHKİB EĞİTİM VAKFI BİRCOK ETKİNLİĞE İMZA ATIYOR

İHKİB, İHKİB Eğitim Vakfı koordinasyonunda mesleki eğitimle olan iş birliği ve ilişki çerçevesinde Nisan 2019'da, İstanbul genelinde moda tasarım teknolojileri alanında eğitim veren 55 mesleki ve teknik Anadolu lisesinin, kadın giyim modelistliği dalında eğitim gören 220 öğrencinin becerilerini sergilediği Moda Tasarım Teknolojileri Beceri Yarışması'nı düzenledi.

Yine İHKİB ve İHKİB Eğitim Vakfı koordinasyonunda, salgın hastalık sonrası oluşan şartlar dikkate alınarak bir ilke imza atıldı. Mesleki ve teknik eğitim algısına pozitif katkı sunması planlanan ve tamamen dijital ortamda düzenlenen İHKİB İnovatif Fikir Maratonu, MEB iş birliğinde gerçekleştirildi. Yarışmaya, İstanbul'da hazır giyim bölümü olan 54 mesleki ve teknik Anadolu lisesinden 500'ün üzerinde öğrenci katıldı. Son derece başarılı olan yarışmanın finalistlerinden iki takım, Teknofest 2021'de finale kadar yoluna devam etti. Bu yıl Mart 2022'de finali yapılması beklenen ve tamamen dijital ortamda düzenlenen önemli bir girişimcilik ve inovasyon yarışması olan İHKİB İnovatif Fikir Maratonu devam ediyor.



# Sektör-Öğrenci Buluşmaları devam ediyor

İHKİB Kariyer tarafından organize edilen ve öğrenciler ile hazır giyim sektörünü bir araya getirerek sektörü tanıtmayı amaçlayan, Sektör-Öğrenci Buluşmaları'nın üçüncüsü, 16 Aralık 2021 tarihinde gerçekleşti. Eğitim Çalışma Grubu ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Müge Hepyüksel Keçik'in sunumu ile gerçekleşen etkinlikte; İstanbul genelinde, moda tasarım bölümü olan mesleki ve teknik Anadolu liseleri öğrencilerinden oluşan 412 katılımcı yer aldı.

Müge Hepyüksel Keçik, konuşmasında sektörün en çok personel istihdam edilen ve personele ihtiyaç duyulan sektörlerden birisi olduğunu vurguladı. Bu alanda alınacak eğitimin sıkı bir çalışma ve kişisel gelişim ile desteklenmesi hâlinde sektörde mesleki anlamda karşılığının olacağını ifade eden Hepyüksel Keçik, çoğunluğu kız öğrencilerden oluşan mesleki ve teknik Anadolu lisesi öğrencisi katılımcılara en yüksek kadın istihdam oranının tekstil ve hazır giyim sektöründe olduğu bilgisini verdi.

Müge Hepyüksel Keçik, sektörün başlıca personel ihtiyaçlarının modelistlik, modelist yardımcılığı, planlama ve fason takip gibi pozisyonlarda olduğunu dile getirerek öğrencilere bu alanlara yönelebilecekleri hususunda öneride bulundu. Özellikle ihracat yapan firmalar açısından mesleki



İngilizcenin öneminden bahseden Hepyüksel Keçik, sektördeki gelişmeleri ve iş akışının daha verimli bir şekilde takip edilmesi açısından oldukça faydalı olduğu yönündeki düşüncesini aktardı. Öğrencilerin şimdiden bu anlamda kendilerini geliştirmeleri hususunda öneride bulundu. İHKİB Eğitim Vakfı; sektörden değerli iş insanlarını, öğrencilerle buluşturarak mesleki eğitim anlamında desteğini sürdürmeye devam edecek.

## Moda tasarım bölümü öğrencileri Design Week'i ziyaret etti

TÜRKİYE ihracatında tasarımın önemine dikkat çekmek ve ülkenin tasarım alanındaki katma değerli gücünü sergilemek amacıyla 17-18 Aralık 2021 tarihleri arasında gerçekleşen Design Week Türkiye etkinliğine İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi moda tasarım bölümü öğrencileri katılım sağladı. Öğrenciler, etkinlik kapsamında düzenlenen seminerlere ve çalışmaya atölyelerine katıldı.

İHKİB Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ve İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması stantlarını da ziyaret eden öğrencilere, moda tasarım bölümü alan şefleri eşlik etti. Alan şefleri, bu tip etkinliklerin öğrencilerin yaratıcılığını geliştirme konusundaki önemine vurgu yaptı.





# İHKİB Eğitim Vakfı Mütevelli Heyet Üyeleri bir araya geldi



**İHKİB EĞİTİM** Vakfı Mütevelli Heyet Üyeleri, yıllar sonra bir araya geldi. 21 Aralık 2021 tarihinde gerçekleşen toplantıya, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe ev sahipliği yaptı. İHKİB Eğitim Vakfı'nın kurulması ve faaliyetlerini sürdürmesine destek olan İHKİB Yönetim Kurulu eski başkanlarından Nuri Akın, Sezer Mavituncalılar, Okan Oğuz, Nuri Artok, Süleyman Orakçioğlu ve Hikmet Tanrıverdi ile eski TİM Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık da katıldı. İHKİB Yönetim Kurulu Üyelerinin de katıldığı toplantıda vakfın kurulması ve çalışmalarına öncülük eden mütevelli heyet üyeleri tek tek söz alarak vakfın geldiği aşamayı görmekten son derece mutlu olduklarını, sektörün

ihtiyacı olan nitelikli iş gücünün eğitimi için önemli hizmetler ve organizasyonlar gerçekleştirdiğini görmekten memnun olduklarını vurguladı. Kısıtlı imkânlarla önemli işleri birlikte başardıklarını belirten üyeler, İHKİB'in geleneğinde ilkleri yapmak olduğunu vurguladı. Son derece duygusal geçen toplantıda İHKİB Eğitim Vakfı'na katkılarından dolayı mütevelli heyet üyelerine Mustafa Gültepe tarafından plaket takdim edildi. Gültepe, son dönemde İHKİB ve vakıf tarafından hayata geçirilen önemli projelere ve faaliyetlere yönelik bilgileri paylaşarak bu tür toplantılara devam edilmesi gerektiğini belirtti ve "İHKİB ailesi olarak geçmişten aldığımız güçle geleceği şekillendirirken ilkleri gerçekleştirmeye devam edeceğiz." diye konuştu.

## MÜSİAD heyeti, İHKİB'i ziyaret etti

**MÜSTAKİL** Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) heyeti, 22 Aralık 2021 tarihinde İHKİB'i ziyaret etti. MÜSİAD Tekstil, Deri ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Başkanı Fatih Canpolat başkanlığındaki heyet, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile bir araya geldi.

MÜSİAD heyeti ile İHKİB heyeti arasındaki görüşmede, mevcut ve gelecekteki olası iş birliği olanak ve fırsatları ele alınarak karşılıklı görüş alışverişi yapıldı. Görüşmede ayrıca hazır giyim ve tekstil sektörlerinin döviz kuru, ham madde maliyetleri ve pazarlardaki son durumlar gibi güncel konular ve sorunlar da ele alınarak karşılıklı istişarelerde bulunuldu.

Ziyaret esnasında yapılan görüşmede, ihracatçı sektörler için döviz kuru seviyesinin rekabetçi olması kadar öngörülebilir



olmasının da önemli olduğu konuşuldu. Son dönemde artan ham madde ve ara mala erişim sıkıntısı ile ham madde ve ara mal maliyetlerinin sektörde yol açtığı problemler değerlendirildi. MÜSİAD Tekstil, Deri ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Başkanı Fatih Canpolat, İHKİB ile iş birliklerinin daha da gelişmesini ve İHKİB'in iş birliği ağına dâhil olmak istediklerini belirtti. Bu kapsamda her iki kurum, karşılıklı diyalog ve ikili iş birliğinin nasıl daha da geliştirilebileceği konusunda görüş alışverişinde bulundu.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, ziyaretten son derece memnun kaldıklarını ifade ederek karşılıklı iş birliğini daha da artırmayı hedeflediklerini belirtti. Görüşmede sektörün güncel konularına ek olarak

ekonominin genel gidişatı da ele alındı. Ziyaret, karşılıklı iyi dilek ve temennilerle sona erdi.

# İTHİB, AR-GE ve İnovasyon Projelerine Hazırlık Çalıştayı'nı gerçekleştirdi

İTHİB tarafından firmaların AR-GE merkezi programına ve AB projelerine ilişkin teknik düzeylerinin artırılması amacıyla gerçekleştirilen AR-GE ve İnovasyon Projelerine Hazırlık Çalıştayı, 13-14 ve 21-22 Aralık 2021 tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi.



**ÇALIŞTAYIN** ilk eğitimi olan AR-GE merkezi programı hazırlık eğitimi, Bahtile Tokdemir tarafından gerçekleştirildi. Eğitimde, AR-GE merkezi olmak için gerekli koşullara ve yeterlilik kriterlerine ilişkin bilgi verildi. Firmaların sorularını cevaplayan Bahtile Tokdemir, firmaların başvuru sürecinde hazırlaması gereken içeriklere ilişkin detaylı bilgi aktardı. Tokdemir, gerçekleşen eğitimde, firmaların mevcut durumu ve vizyonları çerçevesinde bir planlama yaparak güncel gelişmelere entegre olmaya yönelik çalışmalarını hızla tamamlamaları gerektiğini ifade etti. Firmaların üniversiteler ile farklı iş birliği modellerini deneyimlemelerinin fayda sağlayacağını vurguladı. Eğitimin ikinci kısmında ise Önder Kızıl, AR-GE merkezlerinin mali boyutlarına ilişkin bilgi verirken Enes Ceylan, fikri mülkiyet hakları ve patent konularını işleyerek patentlerin koruma kapsamı ve geçerlilik sürelerine ilişkin bilgi paylaştı.

## "AR-GE VE TASARIM MERKEZİNE SAHİP FİRMALAR, SEKTÖR ORTALAMASINDAN İKİ KAT DAHA KATMA DEĞERLİ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİYOR"

Eğitimin kapanış konuşmasını gerçekleştiren İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil sektöründe 81 adet AR-GE merkezi bulunduğunu ve bu sayının artması için İTHİB olarak AR-GE ve İnovasyon Destek Programı'nın başlatıldığını belirtti. AR-GE ve tasarım merkezine sahip firmaların, sektör ortalamasından yaklaşık iki kat daha katma değerli ihracat gerçekleştirdiğini belirten Öksüz, AB tarafından Ufuk Avrupa Programı bütçesinin 2021-2027 yılları için 95,5 milyar euro değerinde belirlendiğinin ve bu bütçe kaynaklarının nitelikli projeler ile Türkiye'ye yönlendirilmesi gerektiğinin altını çizdi.

İTHİB tarafından başlatılan ve iki kategoriden oluşan hibe programı için bilgi paylaşan Ahmet Öksüz, birinci kategoride AR-GE merkezi kurmak isteyen firmalar için verilen danışmanlık hizmeti sayesinde yenilikçilik, verimlilik, dijitalleşme ve çevre gibi alanlarda firmaların güçlendirilmesinin hedeflendiğini belirtti. İkinci kategoriden faydalanacak firmaların ise uluslararası fon kaynaklı projeler gerçekleştirmeleri için alacakları danışmanlık hizmeti ile uluslararası fonlara erişiminin kolaylaştırılmasının hedeflendiğini ifade etti.

## KATILIMCILAR EĞİTİMLERDEN MEMNUN AYRILDI

Çalıştayı eğitmenlerinden Enes Ceylan; marka, tasarım, patent konusunda firmalara danışmanlık hizmeti verdiklerini belirterek, "Firmalara patent başvurusu sırasında nelere dikkat etmeleri gerektiğini anlatıyoruz. Başvuru sırasında gerçekleşen itirazlara geri bildirim yaparak süreçlerin takibini sağlıyoruz. Bu eğitim sonunda katılımcılar; AR-GE merkezi olma hususunda nasıl bir



oluşuma sahip olunması gerektiği, hazırlık süreçleri ve AR-GE merkezi olduktan sonra ne gibi koşullarda faaliyet göstermeleri gerektiğini daha net görebiliyor.” dedi.

Yünsa Yünlü Sanayi AR-GE Uzmanı Emel Ünal ise eğitimin çok verimli geçtiğini belirterek, “Teşvikler konusunda eksik olduğum noktaları bu eğitim sayesinde tamamlama fırsatı buldum. Ayrıca AR-GE merkezlerinin yapısı hakkında daha ayrıntılı bilgi sahibi oluyoruz. Proje yönetimlerinin fikri mülkiyet platformunda yer aldığım için AR-GE merkezlerinin genel yapısına daha çok hâkim olmam bekleniyor. Eksik bilgi sahibi olduğum noktalarda özellikle teşvikler konusunda eğitimin içeriği çok tamamlayıcı oldu benim için. Tekstil ve teknolojiyi birleştiren çeşitli projeler yürütüyoruz. Sürdürülebilirlik departmanımız doğal boya, yeşil üretim, atık giderimi gibi konulara eğiliyor. Üniversiteler ile de iş birliği içindeyiz. Onların da desteği ile çalışmalarımızı daha da ilerleteceğiz.” dedi.

Eğitime katılan firmalar arasında yer alan Feyza Aktulga Ürün Geliştirme ve Tasarım Merkezi Kurucusu Feyza Aktulga, sektördeki firmalara tasarım ve tasarım teşvikleri konusunda hizmet verdiğini belirtti. Keten, kenevir ve ısırgan otuyla ilgili AR-GE çalışmaları olduğunu söyleyen Aktulga: “Geleceğe yönelik çalışmalarında yol gösterici olması açısından bu eğitime katıldım. Burada bir AR-GE merkeziyle tasarımcıların ortak çalışabileceği konusunda bazı bilgiler edindim. Projenin verimi sebebiyle bu eğitime katılmış olmaktan mutluyum. Önümüzdeki dönemde hayata geçireceğim çalışmalarında bu bilgilerden faydalanacağıma eminim. AR-GE merkezleriyle çalışarak projelerimi gerçekleştirebileceğime ikna oldum.” şeklinde konuştu.

#### AB PROJELERİNE HAZIRLIK EĞİTİMİ YOĞUN İLGİYLE TAMAMLANDI

AR-GE ve İnovasyon Çalıştayı, 21-22 Aralık'ta gerçekleşen AB Projelerine Hazırlık Eğitimi ile tamamlandı. Eğitimlere 60 firma katıldı. 21 Aralık'ta Leyla Arsan tarafından gerçekleştirilen eğitimde, AB projelerindeki temel yaklaşım ve çalışma kültürü anlatıldı. Arsan, Horizon Europe kapsamında 2021-2027 yılı bütçesinin 95,5 milyar euro olduğunu belirterek programın alt kırılımlarına ilişkin bilgi verdi. Türkiye'nin Ufuk Avrupa öncesi UFUK 2020 performansının da değerlendiren Arsan, son yıllarda artan başvuru sayısı ve başarı oranına dikkat çekti. Önümüzdeki 10 yıl için ana temaların teknoloji ve sürdürülebilirlik olduğunu belirterek projelerin farklı uzmanlıklar gerektirdiğini ve tek başına yürütülemeyecek bir süreç içerdiğini ifade etti.

22 Aralık'ta gerçekleşen eğitimde TAGES'ten Aslı Kağnıcı, AB Proje deneyimlerini anlatarak iyi uygulamalara dair bilgi verdi. Proje konsorsiyumu oluşturmak için yenilikçi fikirlerin yanı sıra farklı uzmanlıklardan, farklı kurumların bir araya gelmesinin gerektiğini ifade etti. Farklı iş paketlerinden oluşan proje oluşturma sürecinin işleyişini ve her bir paydaşın alacağı sorumlulukları da belirtti.

#### “AB FON KAYNAKLI PROJELERE İLGİYİ ARTIRMAYI HEDEFLİYORUZ”

Eğitimde konuşan Ahmet Öksüz, tekstil sektörünün daha ileriye taşınmasında önem teşkil eden katma değerli üretimin AR-GE ve inovasyonda kaydedilen ilerleme ile orantılı olacağını ifade etti. Öksüz, gerçekleştirilen eğitimler ile AB fon kaynaklı projelere ilgiyi artırmayı hedeflediklerinin altını çizerek, İTHİB Hibe Programı ile firmalara AR-GE merkezi kurma ve uluslararası fon kaynaklarına erişim konusunda danışmanlık hizmeti sağlanacağını belirtti. Öksüz ayrıca eğitime katılan Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi'nden faydalanan öğrenciler ile İTHİB-İTÜ iş birliğinde gerçekleştirilen tekstil mühendisliği alanında yüksek lisans yapan öğrencilere de ilgileri için teşekkür etti.

Eğitime katılan Kadifetek Mensucat Sanayi AR-GE Şefi Mahir Torsun, bu tür eğitimleri çok önemstediklerini belirtti. Sanayi Bakanlığı onaylı iki AR-GE merkezi olduğunu söyleyen Torsun: “Bir tasarım merkezimiz var. Sistematik ve bilimsel temeller özelinde AR-GE çalışmaları yürütüyoruz. TÜBİTAK ile yaptığımız 12



AR-GE merkezleri hakkında detaylı bilgi için

projemiz var. Artık AB projelerine yönelmek ve orada da var olmak istiyoruz.” dedi. YKK Metal ve Plastik Ürünleri AR-GE Mühendisi Alper Tombak ise şöyle konuştu: “Daha büyük projelere imza atabilmek, işimizi doğru yapabilmek adına bu eğitim sürecine dâhil olmak istedik. Eğitimden sonra bir AB projesi yapabilmek kapasitemizin oluşmasını istiyoruz. Artık özellikle sürdürülebilirlik alanındaki projelere odaklanıyoruz.”

Anadolu Kenevir AR-GE Uzman Yardımcısı Naz Kadıncık, tasarım ve AR-GE merkezlerinde doğru projeler yapabilmek amacıyla bu eğitime katıldıklarını belirtti. Çalıştıkları ham maddenin şu anda dünyanın en sürdürülebilir elyaflarından biri olmasına yoğunlaştıklarını söyleyen Kadıncık, kenevirin farklı tekniklerle sektöre kazandırılmasını sağlamaya çalıştıklarını ifade etti. Marmara Üniversitesi Tekstil Mühendisliği öğrencisi Selin Gençay da iki TÜBİTAK projesi olması sebebiyle eğitimde verilen bilgilerden yararlanmak istediğini söyledi. Gençay: “Projelerimden biri giyilebilir sensörlerle diğeri ise atık tekstil liflerinin geri dönüştürülmesiyle alakalı. Aldığımız eğitim, çalışmalarım için ufuk açıcı oldu. Aldığım bilgilerin projelerimin ilerlemesinde ve sonuçlandırılmasında yararlı olacağını düşünüyorum.” dedi.

# Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu ile İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz bir araya geldi



**İTHİB** Başkanı Ahmet Öksüz ve Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu'yu ziyaret etti. 2 Aralık 2021 tarihinde gerçekleşen ziyarette Ahmet Öksüz, tekstil sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki konumuna ve tekstil sektörünün Pan Avrupa Akdeniz Menşe Kümülasyonu sistemine ilişkin görüşlerini paylaştı. Tekstil sektöründe önemli maliyet unsuru olan

sosyal uygunluk denetimleri ve sürdürülebilirlik çalışmalarının ilave bir teşvik mekanizması ile desteklenmesine yönelik görüşlerin de değerlendirildiği toplantıda; sektörün tekstil üretiminde kullanılmak üzere kullanılmış giyim eşyasının ithalatının kolaylaştırılması talebi görüşüldü. İç pazardaki üretim dengesini bozmayacak şekilde gümrük kontrolünde kullanılmış giyim eşyası ithalatı gerçekleştirilebilmesinin, Türkiye'nin her geçen gün artan pamuk ihtiyacını da bir miktar dengeleyebileceği değerlendirildi. Ayrıca AB pazarında sektörün payının artırılması için haksız rekabete karşı sektörlerin korunmasının önemini ifade eden Ahmet Öksüz, Pan-Avrupa-Akdeniz Menşe Kümülasyonu sisteminin sektöre yaratacağı olumsuz etkilerine ilişkin değerlendirmelerini paylaştı. Öksüz, gerçekleştirilen toplantıda Türkiye'nin imzaladığı ve müzakere sürecinde olan STA'ların sektörlerin beklentileri doğrultusunda yeniden değerlendirilmesi gerektiğini ifade etti. Öksüz, mevcut STA'larla, Uzak Doğu Asya ülke menşeli ürünlerin ticaret sapması yolu ile gümrük vergilerinden muaf bir şekilde kullanılmasının önüne geçilmesi gerektiğini vurguladı.

Toplantı sonunda Öksüz, Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu'ya günün anısına geleneksel dokuma kahve puşidesi takdim etti.

## Endüstri 4.0 danışmanlık faaliyetinde yeni firma ziyareti

**TÜRK TEKSTİL** sektöründe dönüşümü sağlayacak teknoloji tabanlı yeni üretim anlayışının benimsenmesini amaçlayan Teknik Tekstillerde Dönüşüm ve İnovasyon UR-GE Projesi, Endüstri 4.0 danışmanlık faaliyeti ile devam ediyor. Danışmanlık faaliyeti kapsamında 15 Aralık 2021 tarihinde gerçekleştirilen firma ziyareti ile firmanın otomasyona ilişkin kontrolleri yapılarak danışman ile gün boyu çalışmalar yürütüldü.

Kümelene anlaşıyor içinde gerçekleştirilen UR-GE Projesi kapsamında teknik tekstil küme firmalarının küresel ihracatta rekabet kabiliyetlerinin artırılması hedefiyle üretim sistemlerinin dijitalleştirilmesi yönünde çalışmalar yürütülüyor. Firma bazlı gerçekleştirilen ihtiyaç analizi ile belirlenen yol haritası kapsamında firmaların ihtiyaç duyduğu üretim teknolojileri fabrikalara yerleştirilmeye başlandı. Gerçekleştirilen saha ziyaretinde, firmanın güncel talepleri ve



ihtiyaçları doğrultusunda üretim sistemlerine yerleştirilen yapay zekâ uygulamalarında gerekli düzenlemeler yapılarak firmanın otomasyon sistemlerine dair soruları yanıtlandı.

# 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

**Deniz Başbuğ**  
Teknik Pazarlama ve Geliştirme Müdürü

[dgurel@hyosung.com](mailto:dgurel@hyosung.com)

Tel: 0530 203 49 99

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

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

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

# İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz MÜSİAD'ı ağırladı

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, 22 Aralık 2021 tarihinde Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Tekstil, Deri ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Başkanı Fatih Canpolat'ı ve Yönetim Kurulu Üyelerini ağırladı. İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ali Sami Aydın, Fikri Kurt, M. Zekeriya Tanrıverdi ve Mahmut Vızvız'ın katılımları ile gerçekleştirilen toplantıda güncel gelişmelerin yanı sıra eğitim ve istihdam

konularında birlikte atılabilecek adımlar değerlendirildi.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliğinde düzenlenecek ve uluslararası nitelikli alıcıları İstanbul'a getirecek olan Texhibition İstanbul Fuarı hakkında bilgi verirken sektörün beklentileri doğrultusunda fuarın hızla hayata geçirileceğini vurguladı. Öksüz, gerçekleştirilen toplantıda sektörün nitelikli istihdam gücü ihtiyacını karşılamak üzere hayata geçirilen ve başarısıyla diğer sektörlerle örnek ve öncü olan Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi'nden de bilgiler paylaşarak, "Tercihim Tekstil Mühendisliği kapsamında öğrencilerimize sağladığımız burs, projemizin sadece bir parçası. Projemiz



kapsamında öğrencilerimizin öğrenim hayatında teori ve pratiği birleştirmelerine imkân sağlayacak uygulamalı eğitim programını hayata geçirmeyi planlıyoruz. Bu çerçevede sektör olarak üzerimize düşen tüm görevleri yapmaya hazırız. Üniversitelerimizin de uygulamalı eğitim noktasında pozitif adım atmalarını bekliyoruz." dedi. İTHİB üyelerinin olgunluk seviyelerini baz alarak firma bünyesinde AR-GE odaklı kurumsal kapasitenin oluşturulması ve firmaların katma

değeri daha yüksek ürünlerinin sektöre kazandırılması hedeflenen İTHİB AR-GE&İnovasyon Kapasite Geliştirme Programı'na ilişkin değerlendirmelerini paylaşan Öksüz, hibe programı öncesinde firmalarla gerçekleştirilen eğitim programı hakkında bilgi verdi.

MÜSİAD Tekstil, Deri ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Başkanı Fatih Canpolat ise İTHİB'in hayata geçireceği projelerden duyduğu memnuniyeti ifade ederek ortaklaşa atılacak adımlar ile sektörün bir adım ileriye taşınabileceğini belirtti. Toplantı sonunda Fatih Canpolat tarafından İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'e plaket takdim edilirken kurumlar arası iş birliğinin artırılması yönünde ortak görüşler paylaşıldı.



## İTHİB, Yönetim Kurulu Toplantısı'nı gerçekleştirdi

İSTANBUL Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (İTHİB) Yönetim Kurulu Toplantısı, 20 Aralık 2021 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü'nün katılımıyla düzenlenen toplantı, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün ev sahipliğinde ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyelerinin geniş iştiraki ile yapıldı. Toplantıda İTHİB tarafından organize edilen Texhibition İstanbul Fuarı'na ilişkin

bilgiler paylaşıldı. Sektörün güncel istatistiklerinin değerlendirildiği toplantıda, tanıtım ve etkinliklere ilişkin bilgiler paylaşıldı. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yayımlanan Bitkisel Üretim Destekleme Ödemesi Yapılmasına Dair Tebliğ'e ilişkin bilgiler paylaştı. Ayrıca Avrupa Komisyonu'nun desteğiyle Euratex tarafından koordine edilen TCLF Pact for Skills hakkında görüşmeler kaydedildi.

# Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü'nden İTHİB'e ziyaret



İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: “Proje kapsamında tespit edilen ve coğrafyamızın zengin kültürel mirasının bir göstergesi olan 150’yi aşkın kumaş, Anadolu’nun köklü geçmişini gözler önüne seriyor. Bu tarihi mirasın gün yüzüne çıkarılarak korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması noktasında bir köprü ve kilometre taşı görevi üstlenen Türkiye Dokuma Atlası Projesi, köklü Türk tekstil tarihimizin tasarım ve üretim gücünün tanıtımı için önemli bir sorumluluk üstleniyor. Geleneksel dokumaların uluslararası mecrada tanınırlığının artması, katma değerli ürün ihracatına katkı sağlayacağı için birliğimiz ve sektörümüz adına paha biçilemez bir öneme sahip.” ifadelerini kullandı.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, 22 Aralık 2021 tarihinde Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü Müdürü Ömer Faruk Üçer ve Türkiye Dokuma Atlası Projesi Koordinatörü Ayşe Dizman’ı ağırladı. İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ali Sami Aydın ve Mahmut Vıvız’ın katılımlarıyla gerçekleştirilen toplantıda, 15 Ocak 2022 tarihine kadar uzatılan Türkiye Dokuma Atlası Projesi’ne ilişkin güncel hususlar görüşüldü.

Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü Müdürü Ömer Faruk Üçer ve Türkiye Dokuma Atlası Projesi Koordinatörü Ayşe Dizman ise serginin İstanbul’a taşınması konusunda çalışmaların sürdüğünü belirtti. Ahmet Öksüz, Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü ile her alanda iş birliğine açık olduklarını ifade ederek, Ömer Faruk Üçer’e yeni görevinde başarılar diledi.

## İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Levent Yazıcı ile bir araya gelindi

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Şişman, İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Levent Yazıcı’yı ziyaret ederek tekstil sektöründe nitelikli istihdamın artırılmasına ilişkin görüş alışverişinde bulundu.

22 Aralık 2021 tarihinde gerçekleşen ziyarette Ahmet Öksüz: “İhracatçı birliklerimiz ve Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikamız iş birliği ile Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi’ni hayata geçirdik. Bu çerçevede hem algı problemi ile karşı karşıya olan sektörümüzün marka değerini yükselttik hem de nitelikli tekstil mühendisliği adaylarını sektörümüze kazandırmaya başladık. Türkiye’nin dış ticarete en fazla döviz girdisi sağlayan sektörleri olarak nitelikli gençlerimizin de aramıza katılmasıyla var olan katma değerimizi artıracacağız. Ayrıca meslek liselerinde eğitimlerini sürdüren öğrencilerin sektördeki istihdamının artırılabilmesi için teorik bilgilerini pratiğe dönüştürebileceği uygulamalı eğitiminin daha fazla ön plana çıkması gerekiyor. Bu kapsamda hem sektör hem de İTHİB olarak üzerimize düşen tüm görevleri yapmaya hazırız.” ifadelerini kullandı.





## Dijital UR-GE üyeleri Dijital Dönüşüm Merkezi'nde bir araya geldi

**DİJİTAL** Dönüşüm ve E-İhracat UR-GE küme üyeleri, 16 Aralık 2021 tarihinde İMA Dijital Dönüşüm Merkezi'nde pandemi sonrası ilk kez fiziki olarak bir araya geldi. İDMİB Başkan Yardımcısı Güven Karaca, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi İlhan Kuşeli ve TDKD Başkanı Gürkan Gözmen'in katılımları ile gerçekleştirilen toplantıda projede şimdiye kadar gerçekleştirilen faaliyetler, projenin gelecek vizyonu, Dijital Dönüşüm Merkezi'ndeki üç boyutlu tasarım hizmetleri, 360 derece fotoğraf ve video çekimleri başta olmak üzere dijital pazarlamada kullanılacak tüm dijital araçlar değerlendirildi.

Toplantıda ayrıca proje kapsamında planlanan yeni eğitim, danışmanlık ve yeni yurt dışı pazarlama faaliyetleri gündeme alındı. Toplantının devamında İMA Dijital Dönüşüm Merkezi Direktörü Gülin Girişmen tarafından merkez hakkında kapsamlı bir sunum yapıldı. Merkez bünyesindeki Shoemaster ve CLO3D konfeksiyon ve saracive çizim programları başta olmak üzere, deri ve kumaş tarayıcıları, 3D yazıcılar, 360 derece ürün fotoğrafı alabilen eclipse, live ve horizontal cihazların kullanımı ve ürünlere göre çekim teknikleri gibi birçok konu küme üyesi firmalara aktarıldı.

## B2B'de Dijital Pazarlama Eğitimi düzenlendi

İDMİB tarafından hayata geçirilen Dijitalleşme UR-GE Projesi kapsamında yapılan B2B'de Dijital Pazarlama Eğitimi, 30 Kasım 2021 tarihinde çevrim içi olarak gerçekleştirildi. UR-GE Projesi'ne dâhil olan üye firmalarının yoğun katılımı ile düzenlenen eğitim; dijital dönüşüm ve dijital pazarlama, markalaşma, B2B pazarlama alanlarında uzmanlığı bulunan Atıl Ünal'dı tarafından verildi.

B2B'de alıcılara yönelik üretim ve ihracat yapan İDMİB üyelerinin B2B alanında dijital olarak markalaşmasının ve B2B pazarlamanın öneminin anlatıldığı eğitimde; dijital alanda kurumsal kimliğin dijital dönüşümü, B2B pazarlama stratejileri oluşturma gibi önemli konularda da firmaların bilgi sahibi olmaları hedeflendi. Kurumsal kimliğin dijital dönüşümü, etkili B2B pazarlama stratejileri ve B2B mecraların kullanımını gibi konular da eğitim içeriğinde katılımcılara aktarıldı.





# İDMİB, deri ve kürk konfeksiyon sektörü ile buluştu



İDMİB ev sahipliğinde, Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) ve Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD) iş birliğiyle deri ve kürk konfeksiyon sektörünün sorunlarının ve çözüm önerilerinin değerlendirildiği Deri ve Kürk Konfeksiyon Sektör Buluşması, Zeytinburnu Belediye Başkan Yardımcısı Sertaç Güleç'in teşrifleri ve sektör temsilcilerinin yoğun katılımları ile 9 Aralık 2021 tarihinde, Novotel Zeytinburnu'nda gerçekleştirildi.

## MUSTAFA ŞENOCAK, İDMİB'İN FAALİYETLERİNİ ANLATTI

Toplantıda İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, sektörün genel dış ticaret değerlendirmesini yaparak Trakya veya Güney Marmara bölgelerinde kurulması planlanan sektörel OSB için çalışmaları, yurt dışı millî katılım fuarları ve yurt içinde gerçekleştirilecek İstanbul Fashion Connection Fuarı'na dair bilgiler aktardı.

Şenocak; ayrıca turkishleather.com ve dijitalleşme çalışmaları, yeni dönemde yurt içinde planlanan alım heyetleri ve özellikle ABD'ye yönelik sektörel ticaret heyetleri, finansmana erişimde İhracatı Geliştirme Fonu ile KOBİ'lere sağlanacak teminat mektupsuz kredi imkânları, nitelikli işçi istihdamı ve mesleki eğitime ilişkin bilgiler paylaşarak gündeme dair konularda somut çözüm önerilerini dile getirmelerini talep etti.

Toplantıda söz alan Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği Başkanı Gürkan Gözmen, bu yıl da başarıyla gerçekleştirilen Antalya Leather&Fur Fuarı'ndan bahsederek sektörü bir araya getiren bu organizasyondan ötürü İDMİB'e teşekkürlerini ilettiler. KSİAD Başkanı Ali Yavuz Boynukısa ise dernek faaliyetlerine ve kürk kullanımıyla ilgili güncel kısıtların aşılması gerekliliğine değindi.

## NİTELİKLİ İŞÇİ BULMA PROBLEMİ GÜNDEME GELDİ

Sektör buluşmasında gündemi ağırlıklı olarak nitelikli işçi bulma problemi ve mesleki eğitime dair yaşanan problemler oluşturdu. Yabancı işçilerin istihdamı, göçmen işçilere geçici kimlik kartı ile çalışma izni sağlanması hususunda resmi girişimlerin artırılması yönünde sektörün genel talepleri dile getirildi.

Mesleki eğitime yönelik olarak ise istihdamda daha genç yaşta kadınlara imkânlar sağlanması, genç kişilerin eğitime önem verilmesi, kreşli iş yerleri ve kursların cazip hâle getirilmesi, aynı zamanda kadınlara iş garantisi verilmesi gibi öneriler sunuldu. Azalan çıraklık kavramının yeniden canlandırılması ve meslek liselerinde stajların lise birinci sınıf gibi erken yaşlarda başlatılması gerekliliği de toplantıda vurgulanan konular arasında yer aldı.

## İDMİB, İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nü ziyaret etti

İSTANBUL Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak ve Başkan Yardımcısı Güven Karaca, 13 Aralık 2021 tarihinde İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü'ne bir ziyaret gerçekleştirdi.

Yapılan ziyarette İstanbul

İl Millî Eğitim Müdürü Levent Yazıcı ile bir araya gelindi. Toplantıda Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi başta olmak üzere mesleki eğitimin geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilebilecek iş birlikleri hakkında görüş alışverişinde bulunuldu.



# Ayakkabı ve Yan Sanayi Sektör Buluşması gerçekleşti

İDMİB ev sahipliğinde 23 Aralık 2021 tarihinde düzenlenen Sektör Buluşması, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) ve Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD) iş birliğiyle gerçekleştirildi. Toplantıda ayakkabı ve yan sanayi sektörünün dış ticaret performansı, hedef pazarları, sektörel fuarları ve hem yurt içinde hem de yurt dışında gerçekleştirilebilecek uluslararası nitelikteki B2B organizasyonları ile gelecek dönem projeler değerlendirildi. Toplantıya aralarında İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB Başkan Yardımcıları Güven Karaca ve İslam Şeker, TASD Başkanı Berke İçten, AYSAD Başkanı Sait Vakkas Salıcı, Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Başkanı Burak Uyguner, TOBB Deri ve Deri Ürünleri Sanayi Meclisi Başkanı Muhittin Savranoglu ve Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) Başkanı Hüseyin Çetin ile İDMİB ve sektörel derneklerin yönetim kurulu üyeleri ve sektör temsilcilerin de olduğu yoğun bir katılım sağlandı.



Şenocak ayrıca, sektör özelinde kurulması planlanan organize sanayi bölgeleri, sürdürülebilirlik ve sosyal uygunluk çalışmaları, dijitalleşme ve turkishshoes.com B2B portalı başta olmak üzere birçok alanda bilgiyi katılımcılar ile paylaştı.

## SAYA ÜRETİMİ KONUSUNDAKİ SORUN VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ PAYLAŞILDI

TASD Başkanı Berke İçten, ülkemizde üretime başlayan uluslararası markalar, yıllar içinde artan pazar çeşitliliği ve AYMOD Fuarı hakkında bilgiler vererek özellikle saya üretimi konusundaki sorun ve çözüm önerilerine değindi.

AYSAD Başkanı Sait Vakkas Salıcı ise sektörü bir araya getiren bu organizasyondan ötürü İDMİB'e teşekkürlerini iletirken Uzak Doğu ile yaşanan lojistik sıkıntılar nedeniyle ülkemizin yan sanayide tercih edilebilir bir pazar hâline geldiğini ancak kurlar nedeniyle fiyatlama ve üretimde yaşanan zorluklara değindi.

Sektör buluşmasında; katma değerli ihracat, sürdürülebilirlik, sosyal uygunluk kriterlerine uyum, deri ve deri mamulleri kullanımına ilişkin dünyada başlatılan olumsuz algı kampanyalarına karşı alınabilecek önlemler ve oluşturulan olumsuz algıya karşı çalışmaları sürdürülen kampanya çalışmaları önemli gündem maddelerini oluşturdu.

## AYAKKABI İHRACATI REKORA KOSUYOR

Toplantıda İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, Türkiye ayakkabı ve aksesuarları sektörünün 1 milyar dolara yaklaşan tarihi bir rekora doğru ilerlediğini, ayakkabı ihracatının deri ve deri mamulleri sektörü toplamı içindeki payının yüzde 60'lara yaklaştığını ifade etti. Şenocak, özellikle pandemi sonrası dönemde ülkemize yönelik talepte büyük bir artış olduğunu, dünya ithalatından yeterince pay alabilmek için sektörün ölçek probleminin ve sosyal uygunluk kriterlerine uyum sorunlarının öncelikle giderilmesi gerektiğinin altını çizdi.

## Ekonomi Ticaret Derneği 6. Sezon Açılış Toplantısı gerçekleşti

Ekonomi Ticaret Derneği (ETD) 6. Sezon Açılış Toplantısı, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak, İstanbul Mobilya Ağaç ve Kâğıt Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç ve MÜSİAD Genel Başkan Yardımcısı Davut Altunbaş'ın katılımı ile 10 Aralık 2021 günü İstanbul WOW Hotel Convention Center'da gerçekleşti.

Açılış toplantısına protokolün yanı sıra ETD üyesi ve davetlisi olan 100'den fazla iş insanı katılım sağladı. Türkiye'nin özellikle

batıdan gelen yoğun bir taleple karşı karşıya olduğunu belirten İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak: "Ayakkabı sektöründe altı, sekiz ay doluluk var. Ayakkabı sektöründe önceki yıllarda bazı firmalar iflas etmişti. Şu anda dolu dolu gidiyorlar. Bunların kalıcı hâle gelmesi için de yatırımın ve kapasitenin artırılması gerekiyor." dedi. Şenocak; sürdürülebilirlik, çevre, enerji verimliliği ve karbon ayak izi gibi konuların önümüzdeki yıllarda en çok sorunla karşılaşılacak alanlar olduğunu da vurguladı ve işletmelerin gereken önlemleri almaları gerektiğinin altını çizdi.



# İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak Leather&Fur Fuarı açılışına katıldı

**TÜRKİYE** Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) tarafından Antalya'da düzenlenen Leather&Fur Fuarı, 2-5 Aralık 2021 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Yedincisi düzenlenen fuara, 700'ü Rus olmak üzere 14 ülkeden bin 200 alıcı katıldı. 61 Türk firmasının yer aldığı fuarda önemli bir potansiyele ulaşıldı.

Fuarın açılışına katılan İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, deri ve deri mamulleri sektörünün salgın döneminde ihracatını artıran sektörler arasında yer aldığını söyledi.

Salgının başlangıcında çeşitli sıkıntılar yaşandığını ancak hızlı bir şekilde toparlanmaya geçildiğini aktaran Şenocak; önce ayakkabı sektöründe siparişlerin arttığını, ardından da saraciye, yarı mamul, deri konfeksiyon ve kürk giyimde ciddi hareketlenmelerin yaşandığını dile getirdi. Ayakkabı ve saraciye malzemelerinin siparişlerinde altı aylık bir doluluk olduğunu, konfeksiyonda da iki aydır



hızlı artışlar yaşandığını belirten Şenocak: "Sektör ihracatımız 2020'ye göre yüzde 30 civarında arttı. Deri ve deri mamulleri ihracatının yaklaşık yüzde 60'lık kısmını ayakkabı sektörü oluşturuyor. 2022 yılı için daha umutluyuz. Ön sipariş rakamları da bunu gösteriyor. Uzak Doğu ülkelerinin tedarikinde sıkıntılar yaşanması, Türkiye'nin ihracatının artmasına pozitif katkı sağlıyor." şeklinde konuştu.

## İDMİB organizasyonu ile İngiliz Boohoo Group PLC ayakkabı alım heyeti gerçekleşti



İDMİB koordinasyonunda 28 Aralık 2021 tarihinde İngiltere'nin en önemli perakende gruplarından Boohoo Group PLC firmasına yönelik alım heyeti kapsamında ikili iş görüşmeleri Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti.

Boohoo Group Türkiye temsilcileri, SEDEX ve BSCI gibi sosyal uygunluk sertifikalarına sahip ayakkabı üreticileri ile bir araya geldiler. Alım heyeti kapsamında birebir görüşmeler ile katalog ve ürünlerini sergileme imkânı bulan üreticilerimiz verimli görüşmeler gerçekleştirdi.

# Halı belgeseli çekimlerinde sona yaklaşıldı

**İSTANBUL** Halı İhracatçıları Birliği (İHİB); Türkiye'nin en büyük miraslarından olan dokumacılığın, gelecek nesillere aktarılmasında büyük rol oynayacak halı belgeseli için uzun süredir çalışmalarına devam ediyor. Usta belgeselci Coşkun Aral tarafından çekilen ve Türk halısının dünyaya en iyi şekilde tanıtılmasını amaçlayan proje kapsamında keşif gezileri tamamlandı. Türkiye'nin birçok bölgesinden halı ve kilim dokumacılığı alanındaki birbirinden güzel görüntülerin sergilendiği belgeselde çekim süreci sona yaklaşıyor. Ticaret Bakanlığı tarafından onaylı bir proje olarak İHİB bütçesi ile yürütülen belgeselde, kaybolmaya yüz tutan meslekler arasında yer alan dokumacılığın gelecek nesillere aktarılabilmesi hedefleniyor.

Türk halısının dünyaya en iyi şekilde



tanıtılması için birçok çalışmayı hayata geçiren İHİB, çekimlerin tamamlanmasının ardından belgeselin uluslararası çeşitli festivallerde yayımlanmasını da sağlayacak. Tüm dünyaya Türk halısını tanıttacak nitelikte bir çalışma olması beklenen belgesel, altı dilde hazırlanıyor. Türk halısı belgeselinin 2022 yılının Mart ayında yayına alınması bekleniyor.

## 10. Geleneksel İHİB-Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare Toplantısı gerçekleştirildi



**İSTANBUL** Halı İhracatçıları Birliği, her sene geleneksel olarak gerçekleştirdiği Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları Toplantısı'nın 10'uncusunu 21 Aralık 2021 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal'ın yönettiği toplantıda, ihracatçıların sorunları konuşuldu. İHİB Başkan Yardımcısı Ahmet Diler'in de katıldığı toplantıda sorunlara yönelik çözüm önerileri ve ortak hareket etme planları dile getirildi.

Özellikle son dönemde imalatta

kullanılan ham maddelerin fiyatlarının çok arttığı ve bunların nihai mamullerin satış fiyatlarına yansıtılmadığı değerlendirildi. Yansıtılabilmesi için nasıl bir yol izlenebileceği konusunda fikir alışverişinde bulunuldu. Ayrıca, kadife halı ve seccade ihracatçılarının imalatlarının bir kısmını farklı bir ürüne çevirip pazarlarını çeşitlendirmeleri gerektiği konusunda fikir birliğine varıldı. Toplantıda ürün kalitesini artırıp pazarı çeşitlendirmenin önemine vurgu yapıldı.

## Halı Sektör Kurulu Toplantısı yapıldı

**HALI SEKTÖR** Kurulu Toplantısı, 21 Aralık 2021 tarihinde çevrim içi olarak düzenlendi. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ve Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin (GAİB) katılımıyla gerçekleştirilen toplantıya, İHİB Başkanı Uğur Uysal da katılım sağladı.

Halı sektörünün gündeminde yer alan konuların istişare edildiği toplantıda, sektörün pandemi döneminde artış gösteren ihracat başarısı da gündeme alındı. Halı sektörünün ihracatının her yıl düzenli bir şekilde arttığına vurgu yapılan toplantıda, pandemi etkisinde geçen 2020 yılında bile artış gösteren halı ihracatının 2021'de de hız kesmeden artmaya devam ettiği belirtildi. Sektörün 2022 yılını 4 milyar dolar ihracat ile kapatmayı hedeflediğine değinildi. Türkiye'nin, dünya halı ihracatında lider olduğu makine halısı ürün kategorisinin, sektörün lokomotifini konumunda olduğu da ifade edildi. Toplantı, sektörün gündemindeki sorunlara yönelik çözüm önerilerinin sunulması ile son buldu.

# KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

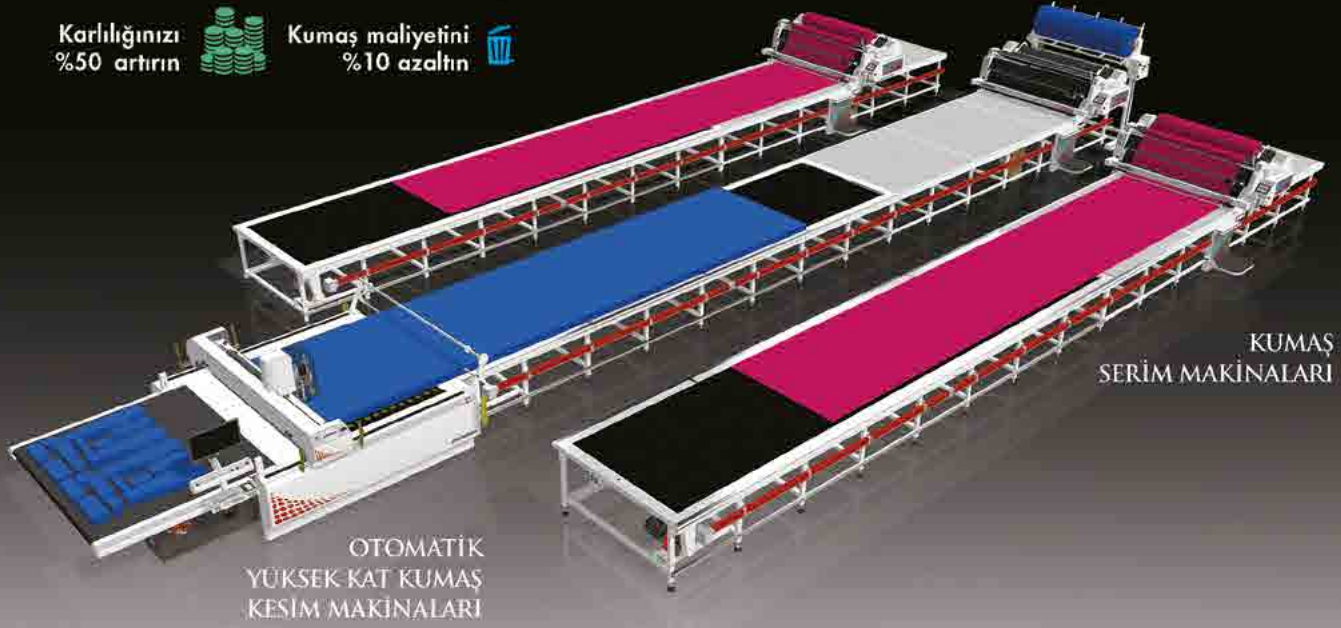
intelloCut



Karlılığınızı  
%50 artırın



Kumaş maliyetini  
%10 azaltın



KUMAŞ  
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK  
YÜKSEK-KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

OTOMATİK  
TEK KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

SADECE 500W İLE  
9 DAKİKADA  
BİR TAKIM ELBİSE



**bierrebi**  
Italian cutting technologies

TÜP KUMAŞ  
KESİM MAKİNASI  
1 KİŞİ İLE 1 SAATTE  
4.400 T-SHIRT



**bierrebi**  
Italian cutting technologies

OTOMATİK  
DANTEL  
KESİM  
MAKİNASI



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

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi A-5-2 Blok 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

2021 YILI  
DIŞ TİCARET RAKAMLARI  
AÇIKLAMASI

# Dört sektörümüz 2021 yılını tarihî ihracat rekoruyla kapattı

Türkiye, ihracatta 2021 yılını yeni bir rekorla kapattı. 2021 yılı ihracatı geçen yıla kıyasla yüzde 32,9 artışla 225,4 milyar dolara yükseldi. İhracat rakamları; Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Ticaret Bakanı Mehmet Muş ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla düzenlenen toplantıda açıklandı.

**T**ÜRKİYE İHRACATI 2021 yılında rekor bir büyümeye imza attı. Yıl sonu ihracat rakamları Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Ticaret Bakanı Mehmet Muş, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve ihracatçı birliklerin başkanlarının katılımıyla 3 Ocak'ta açıklandı. Türkiye ihracatı, Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 24,9 artışla 22,3 milyar dolar olurken 2021 yılı genelinde geçen yıla kıyasla yüzde 32,9 artışla 225,4 milyar dolara yükseldi. Böylece, 12 ayın 11'inde ihracat rekorları kırılmış oldu. 2020 yılında 1,10 olan ortalama ihracat birim değeri ise 2021 yılında yüzde 17'lik artışla 1,29'a ulaştı.

## "BU BİR REKORDUR"

Erdoğan programda yaptığı konuşmasında, "İnsanlık olarak iki yıldır son asrın en büyük sağlık krizi olarak nitelenen koronavirüs salgınıyla mücadele ediyoruz. Her ne kadar salgın bir sağlık krizi olarak başlasa da



Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

ekonomiden turizme, eğitimden beşerî ilişkilerimize kadar hayatın her alanını olumsuz etkiledi. Böylesi devasa bir krize hazırlıksız yakalanan ülkeler; salgın karşısında korumacı, rekabetçi, uluslararası ticareti kısıtlayıcı politikalara başvurdu. Türkiye olarak güçlü sağlık altyapımızın sağladığı avantajları en etkin ve verimli şekilde kullanarak salgın sürecini alnımızın akıyla yönettik. Küresel ölçekte meydana gelen sarsıntılara rağmen Türkiye ekonomisinin ayakta kalması, üretimin aralıksız sürmesi, istihdamın korunması için toplumumuzun tüm kesimlerine yönelik tedbirleri devreye aldık. İş dünyamıza, ticaret erbabımıza, KOBİ'lere, çiftçimize, esnafımıza, çalışanlarımıza sunduğumuz destek ve teşviklerle onların yanında olduk. Türk ekonomisine asla kontak kapattırmadık. Türkiye ilk defa krizlerin altında ezilen değil, krizleri yöneten, hatta krizleri fırsata çeviren bir ülke konumuna geldi. Salgın nedeniyle ortaya çıkan alternatif



tedarikçi arama ve bölgeselleşme eğilimleri, ülkemizin küresel tedarik zincirlerindeki coğrafi avantajını öne çıkarmış ve ihracatımızın önünü daha da açmıştır.” dedi.

Geçen yılın üçüncü çeyreği itibarıyla ülkemizin küresel ihracattan aldığı payın ilk kez yüzde 1’in üzerine çıktığını vurgulayan Erdoğan: “İhracatımız, tarihimizde ilk defa 200 milyar doları aşarak Orta Vadeli Program hedeflerinin de ötesine geçti. 2021 ihracatımız geçen yıla göre yüzde 32,9 oranında artışla 225 milyar 368 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Hamdolsun, bu bir rekordur. 2002’de sadece 87,6 milyar dolar olan dış ticaret hacmimizi 2021 yılında 496,7 milyar dolara ulaştırdık. Dış ticaret açığımız ise önceki yıla göre yüzde 7,8 azalışla 45,9 milyar dolara gerilerken ihracatın ithalatı karşılama oranı 5,8 puan artışla yüzde 83,1’e yükseldi. Bu oranın 2000 yılında sadece yüzde 51 olduğu dikkate alındığında Türkiye ekonomisinin kaydettiği ilerleme çok daha iyi anlaşılacaktır.” ifadelerini kullandı.

#### “İHRACATTA LİG ATLADIK”

Yaptığı konuşma sırasında küresel tedarik zincirlerindeki kırılmalara rağmen tedariki ayakta tuttuklarına dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Güllü: “Artık yeni bir ligdeyiz. Çıktığımız bu yeni ligde kalıcı olmak için ölçek ekonomisine ulaşmalıyız. Büyük siparişlere, büyük ölçekte işlere yetiştirebilmek adına yeni yatırımları süratle hayata geçirmeliyiz. Bu yatırımları gerçekleştiren sektörlerimiz var. Aynı atılımı tüm sektörlerimizden bekliyoruz. Yapılacak yeni yatırımlarla birlikte ihracatımızı daha yukarılara çıkaracağız. Küresel tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmayı lehimize çevirmeyi bildik. Böylece ihracat hanemize 25 milyar dolar artı değer kattık. Büyümenin lokomotifimiz olduk, yılın ilk dokuz ayında büyümenin yarısı ihracatla geldi. İstihdam artışının üçte birini ihracat öncülüğündeki sanayi sektörleri sağladı. Gururluyuz çünkü, tüm hedeflerimizi gerçekleştirdik ve geçtik. 12 ayın 11’inde ihracat rekorları kırdık. Uzun süredir hedeflediğimiz aylık 20 milyar dolar, yıllık 200 milyar dolar ihracatı bu yıl aştık. Miktar bazında ihracatta da Cumhuriyet tarihi rekoru kırdık, 174 milyon ton ihracat gerçekleştirdik. Hedefimiz birim ihracat değerimizi iki dolara çıkarmak.” dedi.

#### EN FAZLA İHRACAT ALMANYA’YA, EN YÜKSEK ARTIŞ ABD’YE

2021 yılında ihracatçılar, Türkiye bayrağını 229 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başarırken 184 ülkeye ihracatı artırma başarısı gösterdi. Aralarında Almanya, ABD, Birleşik Krallık, İtalya, İspanya’nın da bulunduğu 112 ülkede ise yıllık ihracat rekoruna imza atıldı. 2021 yılında ihracatçıların en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk üç ülke; 19,33 milyar dolarla Almanya, 14,73 milyar dolarla ABD, 13,71 milyar dolarla Birleşik Krallık oldu. İhracatın tutar bazında en çok artırıldığı ülkeler; 4,54 milyar dolarlık artışla ABD, 3,40 milyar dolarlık artışla İtalya, 3,35 milyar dolarlık artışla Almanya sıralamasıyla gerçekleşti.

#### Hazır giyim ve konfeksiyon

**%18,3**  
artış  
**20,3**  
milyar  
dolar  
ihracat

#### Tekstil ve ham maddeleri

**%33,2**  
artış  
**12,9**  
milyar  
dolar  
ihracat

#### Deri ve deri mamulleri

**%29,6**  
artış  
**1,7**  
milyar  
dolar  
ihracat

#### Halı

**%22,1**  
artış  
**3,1**  
milyar  
dolar  
ihracat



#### TEKSTİL, HAZIR GİYİM, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNDEN BÜYÜK ATILIM

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2021 yılı ihracatı, bir önceki yıla kıyasla yüzde 18,3 artarak 20 milyar 250 milyon dolara yükseldi. Sektörün AB ülkelerine ihracatı bu dönemde yüzde 20 artarken en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler arasında Almanya, İspanya, İngiltere, Hollanda ve Fransa yer aldı. Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke yüzde 104,3 ile Çekya olurken Ürdün’e ihracat yüzde 85,6, Tunus’a ise yüzde 79,7 arttı.

Tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2021 yılı ihracatı, bir önceki yıla kıyasla yüzde 33,2 artarak 12 milyar 878 milyon dolara yükseldi. Sektörün AB ülkelerine ihracatı bu dönemde yüzde 33,8 artarken en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler arasında İtalya, Almanya, ABD, İngiltere ve İspanya yer aldı. Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke yüzde 119,4 ile Portekiz olurken Kazakistan’a ihracat yüzde 79,5, Belarus’a ise yüzde 75 arttı.

Deri ve deri mamulleri sektörünün 2021 yılı ihracatı, bir önceki yıla kıyasla yüzde 29,6 artarak 1 milyar 726 milyon dolara yükseldi. Sektörün AB ülkelerine ihracatı bu dönemde yüzde 21,3 artarken en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler arasında Almanya, Rusya, İtalya, İspanya ve Irak yer aldı. Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde deri ve deri mamulleri ihracatının en çok arttığı ülke yüzde 260 ile Tacikistan olurken Tunus’a ihracat yüzde 121, Kazakistan’a ise yüzde 114 arttı.

Halı sektörünün 2021 yılı ihracatı, bir önceki yıla kıyasla yüzde 22,1 artarak 3 milyar 179 milyon dolara yükseldi. Sektörün AB ülkelerine ihracatı bu dönemde yüzde 42,8 artarken en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler arasında ABD, Irak, İngiltere, Almanya ve Birleşik Arap Emirlikleri yer aldı. Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde halı ihracatının en çok arttığı ülke yüzde 640 ile Bulgaristan olurken Dubai’ye ihracat yüzde 283,5 arttı.

## “2022’DE İHRACATIMIZI 23 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNE TAŞIMAYI HEDEFLİYORUZ”

**KATMA** değerli üretimi, istihdama katkısı, ülke ekonomisine kazandırdığı net döviz getirisi ile Türkiye'nin stratejik sektörleri arasında yer alan hazır giyim ve konfeksiyon endüstrimiz, 2021'i üç rekor ile kapattı. Yıllık ihracatımızı 3 milyar dolardan fazla artırarak ilk kez 20 milyar doların üzerine taşıdık. Cari açığın kapatılmasına 18 milyar dolardan fazla katkı verdik. Sektörümüz, üçüncü rekora ise istihdamda imza attı. 2021'de yaklaşık 51 bin kişi için yeni istihdam yaratarak sadece üretimde çalışan kişi sayısını 659 binin üzerine çıkardık. Sektör olarak 2021'de başarılı bir performans ortaya koyduk. Yıl boyu devam eden ham madde krizine rağmen hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, yüzde 18,3 artışla 20 milyar 250 milyon dolara ulaştı.

Küresel tedarik zincirindeki değişimin de etkisiyle özellikle yılın ikinci yarısından itibaren siparişlerde yoğun bir artışla karşı karşıya kaldık. Kapasite kullanımımız Aralık ayında yüzde 83,2'ye ulaştı. Talebe yetisebilmek için kapasite artıran firmalarımızın yeni yatırımları ile yaklaşık 51 bin kişilik yeni istihdam yarattık. Yoğun talep ve üretime paralel olarak ihracatta da yedi yıl aradan sonra büyük bir sıçrama yakaladık. 2021'de hazır giyim ve konfeksiyon ihracatımızı geçen yıla göre yüzde 18,3 artışla 20 milyar 250 milyon dolara taşıdık. Ülkemize net 18 milyar doların üzerinde döviz kazandırdık. Eğer ham maddeye erişim sorunları nedeniyle siparişleri geri çevirmek zorunda kalmasaydık daha yüksek oranlı bir ihracata ulaşabilirdik. 2021'de Almanya ve İspanya başta olmak üzere AB ülkelerine ihracatımızdaki yüzde 20'lik artışın altını özellikle çizmek istiyorum. Son yıllarda istikrarlı şekilde yükselen ABD'ye ihracatımızın da yüzde 19,8 artışla 1 milyar dolar sınırına yaklaşmış olmasını çok önemsiyorum. AB ve ABD'ye ihracatta yakaladığımız yükseliş trendinin devam edeceğini öngörüyorum.

### “TÜRKİYE’DE TOPLAM HAZIR GİYİM İHRACATININ YÜZDE 70’İNİ İHKİB ÜYELERİ GERÇEKLEŞTİRİYOR”

Olağanüstü sorunlarla karşılaşmazsak 2022 için koyduğumuz en az 23 milyar dolarlık ihracat hedefimizi rahatlıkla yakalayıp bu hedefi geçeceğimize inanıyorum. Türkiye son yıllardaki atılımlarıyla küresel alıcılar tarafından hazır giyim tedarikinde en önde gelen üç ülke arasında gösteriliyor. Uluslararası arenadaki bu avantajımız sayesinde orta vade için koyduğumuz 33 milyar dolarlık ihracat hedefimize de kısa zamanda ulaşacağız.



**MUSTAFA GÜLTEPE**  
İHKİB BAŞKANI

Türkiye’de toplam hazır giyim ihracatının yaklaşık yüzde 70’ini İHKİB üyeleri gerçekleştiriyor. Sektörün amiral gemisi olarak ihracatçı firmaları pandemi ile birlikte hızlanan değişim ve dönüşüme hazırlamak için çeşitli projeler yürütüyoruz. Moda endüstrisinde yeni dönem, iki temel dinamik üzerinde şekilleniyor. Birincisi dijitalleşme, ikincisi ise sürdürülebilir ve çevre dostu üretim. Biz bu iki konu üzerinde yıllardır çalışıyoruz. Firmalarımızın dijital dönüşümüne öncülük etmek üzere AB’nin 10 milyon euro’luk hibe desteği ile Tasarımdan Üretime Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşümü Projesi’nde sona yaklaşıyoruz. Proje çerçevesinde kurduğumuz Dijital Dönüşüm Merkezi’ni sektörümüzün hizmetine sunduk. Yine AB’nin hibe desteği ile sektörde karbon ayak izini azaltma hedefiyle hazırladığımız projemizle onay sürecinin tamamlanmasını bekliyoruz. Yeşil Mutabakat’a uyum için Türkiye Hazır Giyim Sürdürülebilirlik Stratejisi çalışmasını başlattık. Biz İstanbul’u moda merkezi, Anadolu’yu üretim üssü yapmak için çalışıyoruz. Yatırım teşviklerini fırsata dönüştürerek Anadolu’yu çevre dostu üretim kapasitesine sahip yeşil fabrikalara donatmaları yönünde firmalarımıza rehberlik ediyoruz. Ülkemize yönelen siparişleri karşılayabilmek için çok hızla kapasite artıracak yatırım yapmamız gerekiyor. Ancak özellikle ham madde maliyetlerindeki artış nedeniyle sektör bir süredir finansman sıkıntısı çekiyor. Uygun maliyetli krediye erişim konusunda önümüzde acılırsa yatırımları hızlandırıp bu yıl da en az 50 bin yeni istihdam imkânı yaratabiliriz.

### “İSTANBUL HAZIR GİYİM VE MODA FUARI İLE BİR HAYALİ GERÇEĞE DÖNÜŞTÜRÜYORUZ”

Sektör için yıllardır hayal olan İstanbul’da uluslararası hazır giyim fuarı projesini de Subat ayında gerçeğe dönüştüreceğiz.

İHKİB çatısı altında fiziki ve sanal fuarlar organize etmek üzere İstanbul Fashion Connection’i (IFCO) kurduk. Aralık ayında düzenlediğimiz sanal fuarımıza katılan firmalarımızı dünyanın dört bir yanından binlerce nitelikli alıcı ile buluşturduk. 9 - 11 Subat tarihleri arasında da fiziki olarak İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarımızı gerçekleştireceğiz. İstanbul Ticaret Odası’nın (İTO) iş birliğinde düzenleyeceğimiz fuarda 300’ü aşkın firmamızı dört kitadan alıcılarla buluşturacağız. İstanbul Fuar Merkezi’nde 20 bin metrekarelik alanda düzenleyeceğimiz organizasyonumuzu, Cumhuriyetimizin 100’üncü yılını kutlayacağımız gelecek yıl, 100 bin metrekarelik alanda gerçekleştirmeyi planlıyoruz.

**Türkiye son yıllardaki atılımlarıyla küresel alıcılar tarafından hazır giyim tedarikinde en önde gelen üç ülke arasında gösteriliyor.**



# “2022 YILINDA 15 MİLYAR DOLAR İHRACATLA YENİ BİR REKORA İMZA ATACAĞIZ”

**TEKSTİL** sektörü ihracatımız 2021 yılında 12,9 milyar dolar değerinde gerçekleşerek Cumhuriyet tarihi rekorunu kırdı. 2020 yılına göre yüzde 33,2 oranında artış yakalayan sektör ihracatımız, başarı çitasını bir basamak yukarı taşıdığını ortaya koydu. Sektörümüz, Aralık ayında ise 1,2 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirerek tüm zamanların aylık bazda ihracat rekoruna erişti. 2021 yılı hedefi olarak belirlediğimiz 12 milyar doları aşarak geçen sene yaşanan kayıpları telafi etmenin yanı sıra orta-uzun vadeli hedefimiz olan küreselde en büyük üç tedarikçi arasına girme yolunda da büyük bir adım atmış olduk. 2021 yılında ihracat gerçekleştirdiğimiz 200 ülke ve bölgenin yaklaşık yüzde 85'ine ihracatımızda artış gözlemleniyor. Bu dönemde en büyük ihracat pazarlarımız; İtalya, Almanya ve ABD oldu.

Pandemi döneminde sektörümüzün ana ham maddesi olan pamuk fiyatlarında yaşanan artışlar, tedarik süreçlerinin uzaması ve konteyner fiyatlarının birkaç katına çıkması, üretim sürecindeki en stratejik ürünün ham madde olduğunu bir kez daha ortaya koydu. Bu kapsamda başta en büyük ihracat pazarımız olan AB ülkeleri olmak üzere tüm ülkeler, tedarik sürecinde yaşanan riskleri minimize etmek ve pazar çeşitliliğini artırmak için alternatif pazar arayışlarına girdi. Sektörümüzün çok güçlü bir altyapısı bulunuyor. Sahip olduğumuz güçlü üretim kapasitemizle iç piyasadan gelen tüm talepleri karşılamanın yanında ihracatta da öncü rol oynuyoruz. Üretimde, istihdamda ve ihracatta yaptığı atılımla basamak atlayan tekstil sektörü olarak uluslararası tüm marka ve paydaşlarımıza, küresel ticaret ve tedarik zincirinde en güvenli limanın Türkiye olduğunu göstermiş olduk. AB'nin tekstil sektörü ithalatından aldığımız pazar payını yüzde 14'ten 17'ye yükselterek pandeminin olumsuz etkilerini lehimize çevirdik. 2022 yılında da AB'nin ithalatında Türkiye'nin pazar payını artıracığını öngörüyoruz. Ancak önemli olan zirveye ulaşmak değil, zirvede kalıcı olabilmek. Bunun için sektör olarak var gücümüzle yeni yatırımlarımızı devreye alıyor, tedarik zincirindeki payımızı artırmak için uluslararası ölçekte girişimlerde bulunuyoruz. Sektörümüz; coğrafi konumumuz sebebiyle lojistik problemlerden etkilenmemesi, değişime hızla adapte olması ve pamuktan konfeksiyona entegre üretime sahip olması sebepleriyle rakiplerinden ayrılmakta. Bu sayede küresel ölçekte yaşanan gelişmeleri fırsat olarak değerlendiriyoruz.

## “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EYLEM PLANI'NI AÇIKLAYAN İLK SEKTÖR OLDUK”

Tekstil sektörümüz; ihracatta, üretimde ve istihdamda Türkiye

ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alıyor. Salgın döneminde artan ihracat, istihdam ve yapılan yatırımlar sektörümüzün başarısını gözler önüne seriyor. Küresel tedarik zincirindeki payımızın artması için sektör olarak çalışmalarımıza topyekün devam ediyoruz. Bundan sonraki süreçte bu başarılı atağı sürdürülebilir kılmak için sektörümüze büyük sorumluluklar düşüyor. 2022 yılında 15 milyar dolar ihracatla yeni bir rekora imza atarak Türkiye ihracatından aldığımız payı yüzde 6'nın üzerine çıkarmayı ve AB'nin ithalatından aldığımız payı ise yüzde 18'e yükseltmeyi hedefliyoruz. 2022 yılının da sektörümüz için yeni bir rekorlar yılı olacağına inanıyoruz. Sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi, sıfır atık ve

geri dönüşüm konuları sektörümüzün en önemli gündem maddeleri arasında yer alıyor. Tekstil sektörü olarak sürdürülebilirlik konusunu bir tercih değil, zorunluluk ve sorumluluk olarak görüyoruz. Tekstil ve Ham Maddeleri Sektör Kurulu olarak TİM öncülüğünde Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı açıklayan ilk sektör olduk. Sektörümüzde kalıcı bir dönüşüm sağlayarak Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına en üst düzey uyumu ve küresel ihracattaki pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz. İTHİB olarak firmalarımızın AR-GE ve inovasyon alanında altyapı çalışmaları gerçekleştirmesi de en önemli çalışma alanlarımızdan birini oluşturuyor.

Bugün ABD, İtalya, Almanya gibi gelişmiş ekonomiler; tekstil üretimine, ihracat ve yatırımlarına devam ediyor. Özellikle teknik tekstil alanında, AR-GE ve inovasyon projeleri geliştiriyorlar. Türkiye'de de 80 tekstil firmamızın AR-GE merkezi bulunuyor. Üstelik AR-GE merkezi bulunan firmalarımızın ihracat birim fiyatı, sektör ortalamasından yaklaşık iki kat daha katma değerli.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın AR-GE ve Tasarım Merkezleri programlarından mutlaka yararlanmalıyız. İTHİB olarak ilk kez AR-GE ve İnovasyon Kapasite Geliştirme Programı'na hayata geçirdik. Gerçekleştirdiğimiz eğitim ve danışmanlık faaliyetleri ile firmalarımızın AR-GE merkezi sayısını artırmayı ve firmalarımızı AB fon kaynaklı projelere hazırlamayı öngörüyoruz. Bununla birlikte gerçekleştirdiğimiz fuarlar, ticaret ve alım heyetleri ile uluslararası alıcıları üyelerimizle buluşturmaya hızla devam ediyoruz. Premiere Vision Paris, Munich Fabric Start, London Textile Fair gibi dünyanın en prestijli tekstil fuarlarına milli katılım organizasyonları gerçekleştirmenin yanı sıra İTHİB olarak da fuarlar ve ticaret heyeti organizasyonları da yapıyoruz.



**AHMET ÖKSÜZ**  
İTHİB BAŞKANI

**AB'nin tekstil ithalatından aldığımız pazar payını yüzde 14'ten 17'ye yükselterek pandeminin olumsuz etkilerini lehimize çevirdik.**

## “2022 YILINDA DA SEKTÖR VE ÜLKE İHRACATIMIZIN ARTACAĞINI ÖNGÖRÜYÜRÜZ”

**PANDEMİ** birçok sektörü olduğu gibi deri ve deri mamulleri sektörümüzü de olumsuz yönde etkiledi. Ancak kısıtlamaların gevşetilmesi, hayatın normalleşmesi ile özellikle 2021 yılının ikinci yarısında deri ve deri mamullerinin tüm alt sektörlerinde toparlanma yaşanmaya başladı. Öte yandan, pandemi sürecinin etkileri yavaş yavaş bertaraf edilmiş olsa da sektör firmalarımızın ağırlıklı olarak KOBİ niteliğinde olması, sermaye yapılarının yeterince güçlü olmaması, finansmana erişimde yaşadıkları sorunlar ve maalesef kur dalgalanmaları bu toparlanmanın etkisini sınırlandırıyor.

Tüm bu olumsuz sürece rağmen deri ve deri mamulleri sektörümüzdeki toparlanma ve ülkemize kayan ithalat taleplerinin de etkisiyle ihracatımız sürekli yükselmeye devam etti. 2021 yılı Ocak-Aralık dönemi itibarıyla toplam deri ve deri mamulleri ihracatımız 1,7 milyar dolar değerinde oldu ve 2020 yılına kıyasla yüzde 30'luk bir artış yakaladık. 2021'in daha ilk 10 ayında 2020 yılında gerçekleştirilen toplam deri ve deri mamulleri ihracatımızı değer bazında geçmiş olduk. Bu süreçte en önemli ihracat pazarlarımız Rusya Federasyonu, Almanya ve İtalya oldu. Toplam ihracatımızın yaklaşık yüzde 21'ini bu üç ülkeye gerçekleştiriyoruz. Ülke grubu nezdinde ise en fazla ihracatı yüzde 37,6 pay ile AB ülke grubuna gerçekleştirdik. 2021 yılında alt ürün grubu bazında en fazla ihracatı yüzde 58,3 pay ve 1 milyar 6 milyon dolar ihracat değeri ile ayakkabı ürün grubundan gerçekleştirdik ve ayakkabı ihracatımızda anılan dönem itibarıyla karşılaştırma yapıldığında bugüne kadarki en yüksek ihracat değerine ulaştık. Böylece, ayakkabı ve aksesuarları ihracatımız için çok önemli bir değer olan 1 milyar dolarlık ihracat değeri aşılmış oldu.

### “TÜRKİYE’NİN İLK DİJİTAL UR-GE PROJESİNİ HAYATA GEÇİRDİK”

Pandemi, global ticarete kuralların kısmen de olsa yeniden yazılmasına neden oldu ve iş yapış şekillerini değiştirdi. Tedarik zincirindeki kırılmalar alternatif tedarikçi arayışlarına da hız kazandı. Özellikle lojistik maliyetlerinde kaydedilen yüksek artışlar, Uzak Doğu’da yaşanan üretim sıkıntılarının da etkisiyle yurt dışından ülkemize yönelik çok ciddi bir ilgi olduğunu gözlemliyoruz. Hızlı teslimat avantajımız, kaliteli üretim altyapımız, yetişmiş insan kaynağımız ve merkez olarak tanımlanabilecek coğrafi konumumuzla küresel ticarete ön plana çıktık. Dolayısıyla bu talebi değerlendirebilmek, ihracat artışımızı sürdürülebilir kılmak

ve ihracatımızı sürekli yükselen bir trende oturtmak istiyoruz. Özellikle Batı dünyasından birçok perakende devinin üretimde Türkiye’yi daha çok kullanmak istediğine şahit oluyoruz. Bu kapsamda birçok firma Birliğimizden üreticilerimizin, ihracatçılarımızın listesini talep ediyor, bunları hızla cevaplıyoruz. Ayrıca pandemi koşulları elverdiğince fiziksel B2B organizasyonları da hayata geçiriyoruz. 2021 yılının öne çıkan gelişmelerinden bir tanesi de elbette elektronik ticaretin artan önemi oldu. Son 10 yılda hem dünyada hem de ülkemizde e-ticaret hacminin geometrik olarak arttığına şahit olduk. Biz de bu kapsamda Türkiye’nin ilk dijital UR-GE projesini hayata geçirdik, firmalarımızın dijital dönüşümlerine destek olduk ve alanında çok önemli bir boşluğu dolduran www.turkishleather.com B2B platformumuzu hayata geçirdik. Bugün dünyanın neredeyse her yerinden 2 bine yakın alıcının kaydolduğu platformumuzda üyelerimizin uluslararası alıcılarla ticari ilişkilere yavaş yavaş başladıklarını görmekten de mutluluk duyuyoruz. Tüm bu çalışmalar ve gelişmeler ışığında 2022 yılında da sektör ve ülke ihracatımızın artacağını öngörüyoruz.

Küresel piyasalardaki alıcı taleplerine de bağlı olarak 2022 yılında sektörümüzün en önemli gündem maddelerinden biri yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik olacak. Diğer yandan biraz önce de ifade ettiğim gibi dijitalleşmenin son yıllarda yine pandeminin de tetiklemesiyle son derece önem kazandığını görüyoruz. İDMİB olarak hem sürdürülebilirlik hem de dijitalleşme alanındaki çalışmalarımızı yoğunlaştıracğız. Ayrıca pandemi nedeniyle ortaya çıkan kısıtlamalar gevsedikçe fiziksel faaliyetlerimizi de

artıracğız. İHKİB iş birliğinde hayata geçirdiğimiz IFCO Fuarı’nı çok önemsiyoruz. Sektörlerimiz özelinde alım heyeti ve ticaret heyeti organizasyonlarımıza devam edeceğiz. Özellikle ABD, Güney Kore, Japonya, İngiltere ve Afrika ülkelerine yönelik faaliyetlerimizi artırmak için hazırlıklarımızı durmaksızın sürdürüyoruz. Sektör olarak karbon ayak izimizin doğru şekilde ölçülmesi ve düşürülmesi için yoğun bir şekilde çalışmaya devam edeceğiz. Bu konuda eğitimlerle firmalarımızın farkındalık düzeyini artırmayı, bu dönüşümün bir parçası olmalarını sağlamayı hedefliyoruz. Sosyal uygunluk alanında özellikle tabakhane sektörümüz, belirli bir aşama kaydetmiş durumda. Bunu tüm sektöre yaymayı hedefliyoruz.



**MUSTAFA ŞENOCAK**  
İDMİB BAŞKANI

**Ayakkabı ihracatımızda bugüne kadarki en yüksek ihracat değerine ulaştık.**

# “2022 YILINI 4 MİLYAR DOLAR İHRACAT İLE KAPATMAYI HEDEFLİYORUZ”

**TÜRKİYE** halı sektörü olarak 2021 yılını 3,1 milyar dolar ihracatla kapattık. Her yıl düzenli bir şekilde artan, pandemi etkisinde geçen 2020 yılında bile artış gösteren halı ihracatı, 2021’de de hız kesmeden büyümeye devam etti. 2022 yılını ise 4 milyar dolar ihracat ile kapatmayı hedefliyoruz.

Halı ihracatımızın sanayi ürünleri ihracatı içindeki payı 2021 yılında yüzde 1,9 olarak gerçekleşti. Amerika ülkelerine halı ihracatımız 2021 yılı itibarıyla 1,2 milyar doları aşarken Avrupa Birliği ülkelerine ihracatımız 555 milyon dolara eristi. Sektör olarak Orta Doğu ülkelerine 548,5 milyon dolar, Afrika ülkelerine 325 milyon dolar ihracat gerçekleştireyoruz. En fazla ihracatı Amerika Birleşik Devletleri’ne (ABD) yapıyoruz. Toplam ihracatın yüzde 36’sı bu ülkeye gerçekleşiyor. ABD’yi yüzde 5,5 pay ile Irak, yüzde 5,1 pay ile İngiltere ve yüzde 5 pay ile Almanya izliyor. Geçtiğimiz yıllarda çok önemli tutarlarda ihracat gerçekleştirdiğimiz Suudi Arabistan’a ise engellemeler nedeniyle ihracatımız bulunmuyor. 2022 yılında Suudi Arabistan pazarının da açılması durumu olursa sektör olarak ihracat hedeflerimizi çok daha rahat gerçekleştirebileceğimizi düşünüyoruz.

2020 yılı ile karşılaştırıldığında halı sektörü ihracat artış oranı, Türkiye geneli ihracat artış oranının altında kalmış gibi görünüyor. Ama bunun nedeni halı sektörünün 2020 yılında etkisini gösteren pandemiden en az düzeyde etkilenen sektörlerden olması ve bu dönemde ihracatları çok düşen diğer sektörlerin yaşadığı baz etkisini hissetmemiş olmasıdır.

## “İHİB OLARAK EL HALISI İHRACATININ ESKİ GÜNLERİNE KAVUŞMASI İÇİN ÇALIŞMALAR YAPIYORUZ”

Dünya ihracatında lider olduğumuz makine halısı, sektörün lokomotifidir. 2021 yılında 2,7 milyar dolar tutarında makine halısı ihracatı gerçekleştirdik. Bunu 438 milyon dolar ile tüfte halı, 43 milyon dolar ile el halısı izliyor. 2021 yılında tüm halı ihracatı yüzde 22 artarken el halısı ihracatı ise geçen yıla göre yüzde 42 gibi önemli bir artış oranı yakaladı. Yine de el halısı sektörünün çok önemli sorunları devam ediyor ve ihracat rakamı hâlâ olması gerekenin çok altında. Biz de İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) olarak el halısı ihracat rakamlarının eski günlerine kavuşması için çeşitli çalışmalarda bulunuyoruz.

En fazla el halısı ihraç ettiğimiz ilk beş ülke ABD, İtalya, Almanya, Fransa ve Irak oldu. Söz konusu pazarların tamamına olan ihracatımızı 2020 yılına kıyasla yüzde 8 ile 93 arasında artırmış bulunuyoruz. El halısında ABD ihracatımız 19,3 milyon dolar, İtalya ihracatımız 2 milyon 45 bin dolar,

Almanya ihracatımız 1,9 milyon dolar, Fransa ihracatımız 1,4 milyon dolar ve Irak ihracatımız 1 milyon 13 bin dolara yükseldi. Makine halısı ihracatında ise ABD, Almanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Irak ve Mısır gibi ülkeler ön plana çıkıyor. Bu kategoride ihracatımızı en fazla artırdığımız ülkeler arasında yüzde 912 artışla Bulgaristan dikkat çekiyor. Makine halısında ABD ihracatımız 1 milyar 55 milyon dolar, Almanya ihracatımız 144 milyon dolar, Birleşik Arap Emirlikleri ihracatımız 134,8 milyon dolar, Irak ihracatımız 102,5 milyon dolar ve Mısır ihracatımız yaklaşık 82 milyon dolar olarak gerçekleşti. Tüfte halı ihracatında İngiltere, Irak, ABD, Libya ve Kuveyt, 2021 yılında en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler arasında yer aldı. İngiltere ihracatımız 87,2 milyon dolar, Irak ihracatımız 72,5 milyon dolar, ABD ihracatımız 72,3 milyon dolar, Libya ihracatımız 20,6 milyon dolar ve Kuveyt ihracatımız 15,1 milyon dolar seviyesine ulaştı.

## “MEVCUT İSTİHDAM, SEKTÖRDEKİ BÜYÜMEYİ KARŞILAYAMIYOR”

Sektörün en önemli sorunlarını ham madde tedarikinde yaşanan zorluklar, ham madde maliyetlerinin aşırı artması ve lojistik olarak sıralayabiliriz. Kurlardaki öngörülemezlik ve değişkenlik de önemli bir sorun olarak karşımıza çıkıyor. Makine halısı özelinde baktığımızda en önemli problem yetişmiş personel sorunu. Ciddi bir istihdam açığı var ve mevcut istihdam sektörteki büyümeyi karşılayamıyor. Ayrıca makine halısı sektöründe kullanılan dokuma tezgâhları ve iplik üretim makineleri çok maliyetli ve tamamı ithal ediliyor. Dünya genelinde iki üreticisi olan makine halısı tezgâhi, Almanya ve Belçika menşeli. El halısı sektörünün en önemli sorunu ise Türkiye’nin demografik ve

ekonomik yapısının değişmesi nedeniyle emek yoğun olan bu sektörde dokuyucu sayısının hızla azalması.

## “TASARIMA VE TASARIMCILARA DEĞER VERİYORUZ”

Tüm girdileri ithal olan makine halısı sektöründe Türkiye’de gerçek katma değeri yaratabilmenin yolu AR-GE, inovasyon ve tasarımdan geçiyor. Sektörümüzde artık üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinden mezun olmuş genç tasarımcılar çalışıyor. Bu değişimi yakalayan sektör temsilcileri, ülkemize gerçek katma değeri sağlamaya başlamıştır. Biz de gerek 15 yıldır yaptığımız Halı Tasarım Yarışmamız, gerek üniversitelere verdiğimiz diğer destekler ve yaptığımız iş birlikleri ile tasarıma ve tasarımcılara her zaman destek olmaya devam edeceğiz.



**UĞUR UYSAL**  
İHİB BAŞKANI

**Halı sektörü olarak en fazla ihracatı Amerika Birleşik Devletleri’ne yapıyoruz.**



## 2022 yılı ihracat öngörülleri

Türk hazır giyim ve tekstil sektörü 2021 yılını ihracatta yüksek bir performans ile kapatıyor. 2021 yılında ihracatta sağlanan artışlarda, pandemi sonrası yaşanan gelişmelerin ve ortaya çıkan yeni koşulların büyük etkisi olmuştur.

► **ÖZELLİKLE** küresel tedarik zincirlerindeki yeniden yapılanma eğiliminden hazır giyim ve tekstil sektörleri önemli ölçüde yararlanmış. Bu çerçevede 2022 yılında hazır giyim ve tekstil sektörü ihracatını etkileyecek unsurları değerlendirelim.

Küresel tedarik zincirlerinde 2021 yılında yaşanan değişim, ihracat artışında ana rolü oynamıştır. Pandemi sonrası yakından tedarik, tedarik güvenliği ve tedarikte çeşitlendirme gibi kuvvetlenen eğilimler Türkiye'ye, özellikle Avrupa'dan artan bir ilave tedarik talebi yaratmıştır. 2021 yılında hazır giyim ve tekstil sektörlerindeki ihracat artışının yarısına yakını, bu tedarik değişiminden kaynaklanmıştır. 2022 yılında Türkiye'ye yönelik ilave tedarik talebi giderek kalıcı olacaktır. Daha temel ve görece ucuz ürünlere yönelik alınan ilave taleplerin bir kısmı geri dönecektir. Ancak Türkiye'ye yönelen ilave tedarik talebi eğilimi kalıcı olarak devam edecektir.

Türkiye'ye yönelik ilave tedarik talebinde alıcıların, 2021 yılı satışlarındaki artışlar büyük etki yaratmıştır. Bir başka deyişle pandemi sonrası perakende ve moda pazarında tüketicilerin hızlı bir geri dönüşü yaşanmıştır. Hazır giyim ürünlerine oluşan yüksek talep, özellikle yılın ikinci yarısında daha kuvvetli olmuştur. Tüketim ve alışveriş eğilimleri 2022 yılında da belirleyici olacaktır. 2022 yılının ilk çeyreği görece durağan geçecektir. Salgın yeni varyantları ile kapatmalara neden olacaktır. Ancak aşılama ile yeni varyantlarla mücadelede mesafe alınması hâlinde ikinci çeyrekte itibaren talep yeniden hızlanacaktır. 2022 yılının ikinci yarısında ise tüketimi iki unsur belirleyecektir. Küresel ölçekte turizm sektörünün de büyüme göstermesi hâlinde hazır giyim satışları olumlu etkilenecektir. Yine gelişmiş ülkelerde hane halklarının pandemiye biriken 2,3 trilyon dolarlık tasarrufları tüketime dönebilecektir. Sonuç olarak 2022 yılında Türkiye'ye yönelen ilave tedarik talebini destekleyecek bir tüketim, özellikle yılın ikinci yarısında yaşanacaktır.

### EMTİA FİYATLARI 2022 YILININ ÜÇÜNCÜ ÇEYREĞİNE KADAR YÜKSEK GERÇEKLEŞMEYE DEVAM EDECEK

2022 yılında tüketicilerin tercihlerinde ve alıcıların tedarik kararlarında sürdürülebilirlik uyumu daha da belirleyici olacaktır. Bilinçlenen tüketiciler sonucu alıcılar giderek daha fazla sürdürülebilir ürünlere yönelmektedir. Bu nedenle alıcıların talepleri daha da sıklaşacaktır. Avrupa Birliği 2022 yılı başında bir yıllık süre için sınırda karbon düzenleme mekanizmasında pilot uygulamaya geçmektedir. Yine sektörlerde döngüsel sistemlerin kurulması hızlanacaktır. Bu nedenle Türkiye hazır giyim ve

tekstil sektörleri de yeşil dönüşümü hızlandıracaktır. Karbon ayak izi ve yenilenebilir enerjiye geçiş ile su tüketimi, atık yönetimi ve geri çevrim oranları kritik ölçütler olacaktır.

Hazır giyim ve tekstil sektörünü etkileyen ve 2022 yılında da etkili olacak üç önemli unsur daha bulunmaktadır. Bunlar: yüksek emtia, navlun ve enerji fiyatlarıdır. İlk olarak başta pamuk olmak üzere kullanılan emtia fiyatları 2022 yılının üçüncü çeyreğine kadar yüksek ve bugünkü seviyelerine yakın gerçekleşmeye devam edecektir. Yılın son çeyreğinde yüzde 10-15 arasında fiyat düşüşleri beklenmektedir. Yüksek navlun fiyatları ve konteyner sıkışıklıkları yılın genelinde azalarak devam edecektir. Yüksek enerji fiyatları ve maliyetleri ise kalıcı olacaktır.

### TÜRK HAZIR GIYIM VE TEKSTİL SEKTÖRÜNDE İHRACAT İÇİN 2022 KOŞULLARINDA OLUMLU OLANLAR AĞIR BASIYOR

2022 yılında öncelikle ABD merkez bankası parasal genişlemeyi sona erdirecek ve faiz oranlarında da artışa başlayacaktır. Bu adımlar küresel ekonomide normalleşme sağlayacağı için işlerde yavaşlatıcı bir etki yapmayacaktır. Tam tersine birçok alanda yükselen fiyatları dizginleyecektir. Tedarik, üretim ve taşımacılıktaki yüksek maliyet artışlarını sınırlayacaktır. 2022 yılında Avrupa Merkez Bankası ise genişleme politikasını devam ettirecektir. Bir faiz artışı ise beklenmemektedir. Buna bağlı olarak 2022 yılında euro-dolar paritesi, dolar lehine gelişecektir.

Türk hazır giyim ve tekstil sektöründe ihracat için 2022 yılı koşullarında olumlu olanlar ağır basmaktadır. Bu koşullar içinde ihracatta artış olması beklenmelidir. Ancak ihracat artışı önündeki en büyük engel kapasite sorunu ile Türk lirasının değeri olacaktır. Sektörler istikrarlı ve rekabetçi döviz kurları olması hâlinde ilave kapasiteler yaratacaktır. Ancak esas belirleyici, Türk lirasının değeri olacaktır. 2021 yılından sarkan çok yüksek maliyet artışları ve 2022 yılındaki ücret artışları sonrası Türk lirasındaki değerlenme sürerse ihracat yapabilme olanakları azalmaya başlayacaktır. Son bir yılın maliyet artışlarını karşılamayan bir Türk lirası seviyesi durumunda ihracat 2022 yılında gerileyecektir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

***Ihracat artışı önündeki en büyük engel kapasite sorunu ile Türk lirasının değeri olacaktır***

**18. ULUSLARARASI  
İSTANBUL**

**İPLİK  
FUARI**

**24 - 26 Şubat 2022**

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

**Davetiyenizi  
şimdi oluşturun!**



# Tekstil ve hazır giyim, milyarlarca dolarlık hedefle İstanbul fuarlarına hazırlanıyor

Türkiye ekonomisinin lokomotifleri olarak görülen tekstil ve hazır giyim sektörleri, ihracat hacimlerini artırmaya devam ediyor. Her iki sektörün de 2022 yılında İstanbul'da gerçekleştirilmeyi planladığı fuarlar sayesinde milyarlarca dolarlık ihracat hacmine ulaşacağı öngörülüyor.

**P**ANDEMİ sonrasında değişen küresel ticaret trendleri ve tedarik zincirinde yaşanan kırılmalar, Türkiye'yi başta Avrupa olmak üzere birçok bölgede ön plana çıkardı. Alıcıların yakın tedariki önceliklendiren yeni bakış açısında Türkiye, gerek üretim kalitesi gerek kapasitesi gerekse lojistik avantajları sayesinde gözde ülkelerden biri hâline geldi. Salgın nedeniyle küresel ticarete 2020 yılı, kayıp yıl olarak birçok sektör açısından tarihe geçerken tekstil ve hazır giyim sektörleri üretim ve ihracat kapasitelerini artırmaya devam etti.

2020 yılında gerçekleştirilmesi planlanan birçok ticaret etkinliği ertelenmek ya da iptal edilmek durumunda kaldı. Bu süreçte sektörel fuarlar sanal ve hibrit bir düzene geçiş yaptı. Tekstil ve hazır giyim sektörleri de firmaları sanal ortamlarda alıcı markalarla bir araya getirmeye devam etti. Fakat günümüzde pandeminin etkilerinin azalmasıyla hem Türkiye'de hem de dünya genelinde fuarlar yeniden düzenlenmeye başladı. Firmaların mevcut müşterileri ile bir araya gelmelerinde ve yeni müşteri edinmelerinde oldukça etkili olan fiziki fuarlar, ihracat hacminin artışına önemli katkı sağlamaları ile dikkat çekiyor. Tekstil ve hazır giyim sektörleri yurt içi ve milli katılım organizasyonu düzenlenen uluslararası fuarlar sayesinde geniş müşteri kitlelerine ulaşabiliyor. 2022 yılında tekstil ve hazır giyim sektörlerinde gerçekleştirilmesi planlanan iki önemli fuarın hazırlıkları devam ediyor.

# IFCO Hazır Giyim ve Moda Fuarı, 9-11 Şubat'ta

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliği ile uluslararası ölçekte ilk kez düzenlenen İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nın tanıtım toplantısı, 7 Aralık'ta gerçekleştirildi.

**T**ÜRK MODA endüstrisinin amiral gemisi İHKİB, sektörün bir hayalini daha gerçeğe dönüştürüyor. İHKİB'in, dünyanın en önemli moda merkezlerinden biri yapmayı planladığı İstanbul'da ilk kez düzenleyeceği uluslararası organizasyonda Türk hazır giyim firmaları dört kıtadan binlerce küresel alıcı ile buluşacak.

İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nın (IFCO) tanıtım toplantısı, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ile İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdağ'ın katılımıyla düzenlendi. Birçok sektörel dernek başkanının da yer aldığı toplantıda, fiziki olarak düzenlenecek olan fuara ilişkin bilgiler paylaşıldı.

## "2022 YILINDA 23 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFLİYORUZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün katma değerli üretimi, istihdama katkısı, ihracatı ve net döviz getirisi ile Türkiye'nin stratejik sektörlerinden biri olduğunu vurguladı. Toplam hazır giyim ihracatının yaklaşık yüzde 70'ine İHKİB üyelerinin imza attığını bildiren Gültepe: "Pandemide tedarik zincirinin kırılması ve küresel markaların yakın coğrafyalardan alımı tercih etmesi nedeniyle Türkiye'nin ve hazır giyim sektörümüzün önüne büyük bir fırsat çıktı. Yoğun bir sipariş talebiyle karşı karşıyayız. Ülkemize artan ilgi sayesinde yedi yıl aradan sonra ihracatta ilk kez büyük bir sıçrama yakaladık. 11 ayda 18,4 milyar dolara ulaştık. 2014'te 18,7 milyar dolarlık rekorumuzu, bu yıl 20 milyar doların üzerine çıkararak yenileyeceğiz. Ülkemizin cari açığının kapatılmasına 18 milyar dolar katkı sunacağız. Bu yıl yakaladığımız ivmeyi aynı hızla devam ettirmek istiyoruz. Şubat ayında İstanbul'a dört kıtadan gelecek





binlerce küresel alıcının yaratacağı sinerjinin de katkısıyla 2022’de yüzde 15’lik artış ile 23 milyar dolar ihracat hedefliyoruz. Ham maddeye ve yeni yatırım için finansmana erişimde yaşadığımız sorunların aşılması durumunda hedefi tutturmamızın önünde bir engel göremiyorum. Orta vadede ise 33 milyar dolarlık ihracatla ülkemizi küresel ligde en üst sıralara çıkarmak için var gücümüzle çalışıyoruz.” dedi.

#### “İSTANBUL’U KÜRESEL ÖLÇEKTE BİR MODA MERKEZİ YAPACAĞIZ”

Mustafa Gültepe, İHKİB olarak 33 milyar dolarlık hedefe ulaşmak için sektörün dijitalleşmesine, sürdürülebilir, tasarım odaklı, katma değeri yüksek, markalı üretimini artırmasına rehberlik ettiklerini vurguladı. Türk moda endüstrisinin hızı, kalitesi ve AB standartlarında kurumsal sosyal sorumluluk standartlarıyla rakiplerinden ayrıştığını anlatan Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: “Yıllardır çalıştığımız ortaklarımız bizi biliyor. Ancak kendimizi tüm dünyaya çok daha iyi tanıtmamız, İstanbul’un dünyanın en önemli moda merkezlerinden biri olduğu algısını iyice yerleştirmemiz gerekiyor. İHKİB’in bir markası olan Fashion Week İstanbul ile bu konuda çok önemli bir adım attık.

Hem sanal hem de fiziki ortamda gerçekleştireceğimiz fuarlar ile yeni bir hamle daha yapıyoruz. Firmalarımızı dijital platformda dünyanın dört bir yanından binlerce alıcı ile buluşturan sanal fuarımız, 6 Aralık’ta başladı. Sektörün yıllardır hayalini kurduğu fiziki ortamda gerçekleştireceğimiz İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı için de hazırlıklarımız bütün hızıyla devam ediyor. İstanbul Ticaret Odası’nın iş birliği ile hazırladığımız fuarın ilkinin 9-11 Şubat günleri arasında düzenleyeceğiz. Tedarik zincirinin kırılması, lojistik ve navlun maliyetlerinin dört, beş kat artması sayesinde özellikle Avrupalı markaların gözü Türkiye’de. Bu süreçte İstanbul’da uluslararası bir fuarın tam zamanı olduğunu düşünüyorum. Dolayısıyla lojistikte yaşanan krizi, bu fuarla avantaja dönüştüreceğiz. 300’ü aşkın firmamızın katılımını

beklediğimiz fuar için AB, Rusya, Orta Doğu ve Kuzey Afrika başta olmak üzere dünyanın dört bir yanından binlerce nitelikli alıcı İstanbul’a gelecek. İstanbul Fuar Merkezi’ndeki organizasyonumuzda ihracatçılarımız, yabancı alıcılar ile yeni iş birliklerine imza atarken akıllı giysiler, teknik tekstil, sürdürülebilir üretim ve tasarım gibi konularda deneyimlerini de paylaşma imkânı bulacaklar.”

Mustafa Gültepe, küresel ticaretteki mevcut koşulları fırsata çevirmek, küresel markalarla yeni iş birliklerine imza atmak isteyen firmaların, fuar alanında yerlerini almalarını beklediklerini sözlerine ekledi.

#### “IFCO, TÜRKİYE MARKASINA DÖNÜŞÜYOR”

İTO Başkanı Şekib Avdağ de konuşmasında İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı’nın, Türklerin modadaki öncü geleneğinin bugüne yansımaları olduğunu söyledi. Hazır giyim firmalarının İstanbul Dünya Ticaret Merkezi (İDTM) salonlarında ziyaretçilerini ağırlayacağını vurgulayan Avdağ: “Türkler 5 bin yıllık tarihleri boyunca zarif kıyafetleri ile insanlığa ilham kaynağı oldular. Modada 21. yüzyılda ulaştığımız son aşamayı, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği temsil ediyor. İHKİB’in düzenlediği İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı, Türk moda markalarını, tasarımcılarını ve tedarikçilerini biri araya getiriyor. Onların koleksiyonlarını alıcılarla buluşturuyor. Böylece IFCO hem dijital hem de fiziki ortamda bir İHKİB markası olmanın ötesine geçerek, Türkiye markasına dönüşüyor. Bu fuar, Türkiye’nin hazır giyim üretiminde olduğu gibi tasarımda da iddiasını ortaya koymasından önem taşıyor. Türk tasarımcılığı ve üretim kabiliyetini dijital ve fiziki ortamda inşa eden İHKİB takdir edilecek adımlar atıyor.” şeklinde konuştu.

#### “TÜRKİYE, TÜM DÜNYAYI GIYDIRIYOR”

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün pandemi döneminde büyümeye devam ettiğini vurgulayan Avdağ, sözlerini şöyle tamamladı: “Ocak-Kasım

döneminde hazır giyim ihracatımız, 2020'ye göre yüzde 19,3 artışla 18,4 milyar dolara yükseldi. 2019 ile karşılaştığımızda yüzde 12,7'lik bir artış görüyoruz. Türkiye, kalite ve tasarımdan ödün vermeden tüm dünyayı giydiriyor. Hedefimiz hazır giyim toplam ihracatta yüzde 9,1 olan payını daha yukarı çıkarmak olmalı. Bugün devletimiz, 'Turkey' yerine 'Türkiye' markasını kullanma kararı almışsa bu kararın arkasında hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüzün ortaya koyduğu büyük performans var. Sektörün isimsiz kahramanlarını huzurlarınızda bir kez daha tebrik etmek istiyorum."

### "BÖYLE BİR FUAR GEÇEKLEŞECEĞİ İÇİN ÇOK MUTLUYUZ"

Deri ve deri mamulleri sektörü olarak İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nı çok önemsediklerini ifade eden Alipaşa Kürk Deri Tekstil firması sahibi Ali Paşa, uzun yıllardır İstanbul'da böyle bir fuarın olmasını çok istediklerini belirtti. Paşa: "Deri ve tekstil alanında faaliyet gösteren bir firma olarak böyle bir fuar gerçekleşeceği için çok mutluyuz. İstanbul, moda merkezi olmak noktasında çok yüksek bir potansiyele sahip. Müşteri segmentinin Çin, Vietnam ve Hindistan gibi pazarlar yerine ülkemizi tercih edeceğini ve fuar sayesinde önemli sonuçlar alacağımızı düşünüyorum." şeklinde konuştu.

### "FUARA ÖZELLİKLE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDEN CİDDİ BİR MÜŞTERİ AKIŞI OLACAĞINI DÜŞÜNÜYORUM"

Fimka Grup Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Barış Köseliören: "Daha önce çalıştığımız ve iş birliği hâlinde olduğumuz müşterilerimizi de bu fuara davet ettik. Yıllardır İstanbul'da böyle bir fuar yapılmasını istiyorduk. Bu nedenle İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı bizim için oldukça önemli ve değerli. Fuara özellikle gelişmekte olan ülkelerden ciddi bir müşteri akışı olacağını düşünüyorum. Kanada, Avustralya, Norveç, ABD gibi ülkelerden de müşteri yoğunluğu bekliyoruz. Bu derece önemli bir fuarı başarılı bir şekilde kurgulayıp yönetirsek başarılı olabiliriz diye düşünüyorum." dedi.



Toplantının videosunu izlemek için QR kodu kullanabilirsiniz.



İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ ERCAN HARDAL

### "BUGÜNE KADAR TÜRKİYE'DE YAPILMIŞ OLAN EN BÜYÜK MODA FUARINI GERÇEKLEŞTİRECEĞİZ"

IFCO FUARI'NDA son hazırlıklarımız gayet başarılı şekilde ilerliyor. Beklediğimiz üzerinde satış gerçekleşti. Hedeflediğimiz alanın çok daha üzerine çıkarak toplamda 30 bin metrekareye ulaşmış durumdayız. Katılımcı firmaların büyük bir çeşitlilik gösterdiği fuarımızda kadın, erkek ve çocuk giyimin yanı sıra iç giyim, abiye, gelinlik, damatlık gibi birçok segmentten ürün sunulacak. Bugüne kadar Türkiye'de yapılmış olan en büyük moda fuarını gerçekleştireceğiz. Su anda alım heyetlerini netleştiriyoruz. Alım heyetlerini çok ince eleyip sık dokuyoruz. Gelecek olan heyetler, gerçekten ölçülebilir alımlar yapabiliyor mu diye bakıyoruz. Hatta hiç Türkiye ile çalışmayan markalar da var. Bunlar bizi heyecanlandırıyor. Yabancı alıcıları çok itinayla seçiyor, araştırıyoruz. Tüm katılımcıların tatmin olacağı, çok güzel bir fuar olacağına inanıyorum. IFCO, sektörümüze fayda sağlayacaktır. İlk fuarımız olması nedeniyle süreç çok hızlı ilerledi, bundan sonraki yıllarda IFCO'nun çok daha güzel olacağına inanıyorum. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de süreç boyunca desteğini esirgemedi. Katılımcı firmalar için oldukça azalan yerlerimizin Ocak ayında tükeneceğini öngörüyoruz.

Basta deri ve deri mamulleri olmak üzere birçok sektör paydaşı IFCO Fuarımıza çok rağbet gösteriyor. Bu, önemli bir güç birliğidir. Fuardaki en önemli unsur ise İTO ile yaptığımız iş birliği oldu. Lansmanımız büyük bir ses getirdi. İTO gibi bir gücü de arkamıza aldığımızda yapamayacağımız bir şey yoktur. IFCO, bizim için paha biçilmez bir fuar olacak. Bütçesinde sorun olmayan, kazanç kaygısı taşımayan ve tamamen sektörün gelirleriyle destek olunan bir fuarda kötü bir sonuç alınması mümkün değil.

İHKİB'in destekleriyle yaklaşık 2 bin alım heyetinin fuara gelmesini hedefliyoruz. Bunun yanı sıra yaptığımız tanıtımlar; Avrupa, BDT, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da büyük bir ses getirdi. Bu sayede alıcı sayısının artacağını düşünüyorum. 400'e yakın firmanın fuara katılacağını öngörüyoruz. Çok umutlu ve heyecanlıyız.



# IFCO



ISTANBUL  
FASHION  
CONNECTION

# BEK LIYO RUZ!



HAZIR GIYİM VE MODA FUARI

**9-11 ŞUBAT 2022**

İSTANBUL FUAR MERKEZİ



istanbulfashionconnection

www.ifco.com.tr



**TİM** TÜRKİYE  
İHRACATÇILAR  
MECLİSİ



**İMA** İSTANBUL  
MODA  
AKADEMİSİ  
İSTANBUL MODA AKADEMİSİ



Bu fuar İTKİB Fuarçılık A.Ş. tarafından düzenlenmektedir.

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR. / THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO. 5174.

# Türk hazır giyim ihracatçıları IFCO Sanal Fuarı'nda buluştu

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen İstanbul Fashion Connection (IFCO) Sanal Fuarı, 6-9 Aralık 2021 tarihleri arasında düzenlendi. Sanal fuara başta Amerika olmak üzere birçok bölgeden yüzlerce alıcı katıldı.



Aber Socks

● START CHAT



Adope Textile

● START CHAT



All in Black

● START CHAT

**H**AZIR GIYİM ve konfeksiyon sektörü için yenilikçi projelerine devam eden İHKİB, yurt dışındaki alıcılarla Türk firmaların buluşturmak hedefiyle kurduğu IFCO platformu üzerinden ilk sanal fuarını düzenledi. 6-9 Aralık 2021 tarihleri arasında yapılan fuarda, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün koleksiyonları küresel vitrine çıktı.

## “IFCO, SEKTÖRÜMÜZÜN TANITIMINA BÜYÜK KATKI SUNACAK”

IFCO Sanal Fuarı'nın açılış konuşmasını gerçekleştiren İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe; İHKİB'in yeni markası İstanbul Fashion Connection'ın (IFCO) ilk sanal fuarını açmak üzere bir arada olduklarını söyledi. Türkiye'nin moda endüstrisinde marka hâline gelmiş bir ülke olduğunu vurgulayan Gültepe: “Üretim kalitemizle, tasarım gücümüzle, hızımızla, uyum kapasitemizle rakiplerimizden ayrılıyoruz. Pandemi döneminde iş süreçleri çok değişti. Bu değişim rüzgârından fuarlar da payını aldı. Fiziki fuarların yanı sıra hibrit ve sanal fuarlar hayatımıza girdi. Sektörün amiral gemisi olarak bu konuda da öncülük yaptık. IFCO'yu kurduk. Çevrim içi bir platform olan IFCO'da, koleksiyonlarımızı küresel vitrine çıkarabileceğimiz bir sanal fuar düzenliyoruz. On binlerce alıcıyla firmalarımız arasında bir

### FUAR KÜNYESİ

Katılımcı firma sayısı

147

Alıcı firma sayısı

909

Fuar web sitesi tekil

ziyaretçi sayısı

411.000

Fuar süresince

yapılan toplantı sayısı

180

köprü olan bu fuar, ülkemizin ve sektörümüzün üretim kalitesini, tasarım gücümüzü ve moda anlayışımızı dünyaya tanıttacak. Fuarımız, Türk modası algısının dijital platformda güçlenmesinde, İstanbul'un küresel bir moda merkezi olarak tanınmasında önemli bir rol üstleniyor. Sektörün önde gelen markaları, tasarım ofisleri, üreticileri ve satın almacıları, gelecekteki iş ortaklarımız ve en iyi tasarımcılar burada. Dijital ortamda binlerce ziyaretçi fuara katılacak. Biz kaliteli üretim yapıyoruz ve özgün koleksiyonlar çıkarıyoruz. Küresel moda endüstrisinin her türlü beklentisini karşılayacak bilgi birikimine sahibiz. IFCO, sektörümüzün tanıtımına da büyük katkı sunacak. IFCO ile dijitalde çok daha güçlü bir etki yaratacağız. Dijitalin imkânlarını kullanırken fiziksel fuarları da unutmuyoruz. İstanbul'da çok iddialı bir fuar için yoğun bir hazırlık içindeyiz.” dedi.

## “İHRACAT ARTIŞINA KATKI SUNAN FUARLARIMIZ SON DERECE ÖNEMLİ”

Türk tekstil sektörünün 200 ülke ve bölgeye gerçekleştirdiği ihracatla tüm dünyada markalaştığını ifade eden TİM Başkanı İsmail Güllü: “Son 20 yılda küresel anlamda yaşanan pek çok krize rağmen tekstil sektörümüz her zaman yıl sonunu güçlü kapatabilmiş ve daha fazlasını hedeflemiştir. Bugün Türkiye, dünyanın en büyük

dördüncü tekstil ihracatçısı ve dünyanın en büyük yedinci pamuk üreticisi. Tekstil ve ham maddeleri sektöründe yıllık bazda 10 milyar dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe yıllık bazda 20 milyar dolar olmak üzere tekstil sektöründe toplam 30 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaştık. Önümüzde, dış ticaret fazlası veren Türkiye hedefimize oldukça yaklaştığımız bir dönem var. Bu dönemde her bir sektörümüz ve firmamız ayrı ayrı önem taşıyor. Ülkemizin ihracatında lokomotif sektör olan tekstilin bu dönemdeki performansı daha da kıymetli. Ülkemizi müreffeh yarınlara taşıma amacımız doğrultusunda bu yeni dönemde ihracat ailesi olarak bizlere düşen daha çok ihracat yapmaktır. Daha çok ihracat yapmak için ürün arzımızı genişletmeli, tasarım ve inovasyonla, katma değerli ihracatımızı, rekabet gücümüzü artırarak pazar çeşitliliğimizi zenginleştirmeliyiz. Tüm bu amaçlara hizmet eden fuarlarımız son derece önemli. Ürünlerimizi tanıtacağımız, yeni pazarlara yelken açacağımız, rekabet gücümüzü artıracığımız ve IFCO hazır giyim fiziki fuarına hazırlık teşkil eden IFCO Sanal Fuarı'mızın hayırlı olmasını diliyorum.” şeklinde konuştu.



#### “HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON, EN ÖNEMLİ SEKTÖRLERİMİZİN BAŞINDA GELİYOR”

Fuarın açılışına katılan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye ihracatının tüm hızıyla artmaya devam ettiğini belirtti. İhracat rakamlarının gurur verici olduğunu söyleyen Turagay: “İhracatımızın bu hızla ve bu ivmeyle artması ülke ekonomimiz için çok büyük bir kazanç. Bu sene ihracatımızdaki artış trendini gözle görülür şekilde hissediyoruz. 2020, zor bir yıldır. Pandeminin etkisiyle ihracatımızda düşüş meydana geldi. 2020 yılını 169 milyar dolar ihracatla kapattık. Şu anda 211 milyar dolarlık ihracat hedefine hızla ilerliyoruz. Türkiye, küresel tedarik zincirlerinde yaşanan sıkıntılar nedeniyle tüm sektörlerimiz için önemli bir hub hâline gelmeye başladı. Birçok alıcı gözünü Türkiye'ye dikmiş ve Türkiye'deki sektörlerimizden mal tedariki için talepte bulunmaya başlamış durumda. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüz bu açıdan bizim için en önemli sektörlerin başında geliyor. Toplam ihracatımızın yaklaşık yüz 10'unu hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri oluşturuyor. İhracattaki bu artışın gelecek dönemde daha da hızlanarak devam etmesini bekliyoruz. Tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinin toplam ihracatı 33 milyar dolara ulaştı. Bu açıdan fuarlar ve sanal ortamda gerçekleştirilen her etkinlik, ihracatımızın daha da artmasına yol açacaktır. Bugün 150'ye yakın firmamız, sanal fuara iştirak ediyor. Toplam yabancı katılımcı sayısının bin 500'lere ulaşması bekleniyor. Bunlar bize yeni kapılar açacak ve ihracatımızın artmasına imkân tanıyacak.” dedi.



Toplantının videosunu izlemek için QR kodu kullanabilirsiniz.



İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ HİKMET ÜNAL

#### “HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNDE EN BÜYÜK İŞLEM HACMİNE SAHİP SANAL FUARI GERÇEKLEŞTİRDİK”

IFCO Sanal Fuarı muhteşem geçti. İHKİB olarak bir ilke daha imza attık. Hazır giyim sektöründe şimdiye kadar yapılan sanal fuarlar içinde en büyük işlem hacmine sahip fuarı gerçekleştirdik. 411 bin tekil olmak üzere bir milyon ziyaretçi, 909 alıcı, 147 katılımcı firma ve 180 B2B toplantı ile bir rekor kırdık.

Fuara oldukça yüksek bir ilgi vardı. IFCO platformu için 250'den fazla toplantı gerçekleştirdik ve bunların meyvesini aldık. Tamamen yerli ve milli bir yazılım üzerine kurulan IFCO platformu, 7/24 hizmet verebilecek bir teknik altyapıya dönüştü. Sadece hazır giyim için değil diğer sektörler tarafından da kullanılacak mükemmel bir yapıya ulaştı. Sanal fuarın ardından IFCO'yu 7/24 yaşayan bir platform hâline getiriyoruz. Sektörde bir ilk olmasına rağmen yoğun ilgi gören sanal fuardan firmaların yüzde 90'ı memnun ayrıldı. Sanal fuar aynı zamanda Subat ayında yapılacak olan fiziki fuarımızın da bir müjdecisi oldu. Sanal fuardaki ziyaretçiler ve katılımcılar, fiziki fuara da katılacaklar. Fuarımızda gelişmesi gereken alanlar olduğunu da düşünüyoruz. IFCO platformunda firmalarımızın devamlılığını sağlayacağız, daha fazla ürün ekleyeceğiz ve daha çok alıcıyı firmalarımızla buluşturacağız. Platform üzerinden hazır giyim sektörü açısından hem moda hem sourcing hem de markalar için müthiş bir hub kurmuş olacağız.

IFCO sayesinde daha fazla müşteriye ulaşarak Türk hazır giyim ihracatını artıracaktır. Dijitalleşerek sektörümüzün geleceğini de kurgulamış olacağız. Emegi geçen tüm ekibe, tüm paydaşlara ve tüm katılımcılara çok teşekkür ediyorum.

ERBOS SOCKS YÖNETİM KURULU BAŞKANI SUAT ÖZTÜRK

## “GELECEK DÖNEMLERDE IFCO SANAL FUARI’NA YENİDEN KATILMAYI PLANLIYORUZ”

IFCO Sanal Fuarı’nda genel izlenimimizin çok iyi olduğunu söyleyebiliriz. Çok iyi düşünülmüş bir fuar organizasyonu oldu. Kuruluş aşamasında müşteri randevularının alınamaması ve fotoğraf yüklemelerinde zorluk yaşanması gibi teknik olarak bazı problemler yaşasak da bu problemler kısa süre içinde çözüme kavuşturuldu.

İHKİB, fuar süresince çok ilgiliydi. Yaşadığımız her aksilikte bizimle iletişime geçerek çözüm üretmeye çalıştılar. Fuar hazırlık sürecimizde güncel koleksiyonumuzun görsellerini ve firmamıza ilişkin bilgileri platforma yükledik. Fuar süresince 8-10 alıcı firma ile görüşme gerçekleştirdik. Yaptığımız kaliteli görüşmelere fuar sonrasında da devam ettik.

Genel anlamda verimli geçen fuardan çok memnun ayrıldık. Gelecek dönemlerde IFCO Sanal Fuarı’na yeniden katılmayı planlıyoruz. Fakat daha iyi hazırlık yapabilmek adına firma olarak bu alanda bir danışman ile fuara hazırlanmayı, sanal fuarda daha fazla ön plana çıkabilmek adına neler yapılabileceğine odaklanmayı hedefliyoruz.

CLIMBER B. C. YÖNETİM KURULU ÜYESİ MİTHAT SAMSAMA

## “FUAR, PRIVATE LABEL ÜRETİCİ FİRMALAR İÇİN ÇOK DAHA VERİMLİ OLDU”

İLK KEZ düzenlenmesine rağmen IFCO Sanal Fuarı gayet güzel geçti. Firma olarak private label çalışmasından ziyade kendi markamıza yoğunlaştığımız için beklentimiz sınırlıydı. Fuara katılan alıcı firmaların çok büyük kısmı, private label üretici arayan firmalardı. Fuarın, markalardan ziyade özellikle private label üretici olan firmalar için çok daha verimli olduğunu düşünüyorum. Daha sonraki fuarlarda marka ihracatı yapılabilecek alıcıların fuara katılımının bizim acımızdan da faydalı olabileceğini düşünüyorum. Diğer taraftan iyileştirmeye açık alanlardan biri de katılımcı veri girişlerinin tamamlanmasının ardından profilin son hâlinin ziyaretçi gözüyle görülebilmesi sağlanabilir. Private label üretici firmaların bu fuardan beklentilerinin son derece yüksek olabileceğini söyleyebiliriz. İlk fuarın ardından bazı alanların zaman içinde daha sağlıklı bir işleyişe kavuşacağını düşündüğümüz için çevremizdeki firmaları da gerek sanal gerekse fiziki IFCO Fuarı’na katılım noktasında teşvik etmeye çalışıyoruz.

### SANAL FUAR SÜRESİNCE 180 TOPLANTI ORGANİZE EDİLDİ

Türkiye’nin ve hazır giyim sektörünün üretim kalitesini, tasarım gücünü ve moda anlayışını dünyaya tanıtmayı hedefleyen IFCO Sanal Fuarı’na 147 Türk firma katıldı. Sanal fuara katılan toplam alıcı sayısı 909 oldu. ifco.com.tr ve fuar için hazırlanan diğer web sitelerine sanal fuar süresinde 411 bin tekil ziyaretçi geldi. Fuarın reklam sayfalarında 2 bin 606 kişi e-mail adresini bıraktı. Sanal fuar süresince yabancı alıcılar ve Türk firmalar arasında toplam 180 toplantı organize edildi. Türk firmalar, bin 759 alıcıya sanal kartvizit bıraktı.

Fuara katılan alıcıların bölgesel dağılımlarına bakıldığında yüzde 34’ünün Amerika, yüzde 19’unun Avrupa, yüzde 14’ünün Orta Doğu-Körfez ve yüzde 10’unun Birleşik Krallık-Kuzey Avrupa bölgelerinden geldiği görüldü. Afrikalı alıcıların oranı yüzde 8 olarak belirirken Rusya ve BDT ülkelerinden fuara katılan alıcı oranı yüzde 7, Balkanlar yüzde 6 ve Avustralya yüzde 2 olarak ortaya çıktı. Alıcıların 188’i kadın, 96’sı erkek ve 74’ü çocuk giyim üzerine faaliyet gösteren firmalardan oluştu.



**Fuara katılan alıcıların bölgesel dağılımlarına bakıldığında yüzde 34’ünün Amerika, yüzde 19’unun Avrupa bölgelerinden geldiği görüldü.**



MIMYA TEXTILE SOSYAL MEDYA VE İNTERNET SATIŞ SORUMLUSU İŞİL DEMİRBİLEK

## “İHKİB TARAFINDAN ONAYLANMIŞ ALICILARLA BİR ARAYA GELMEK BİZİ HEYECANLANDIRDI”

FUARIN başlangıcında karşılaştığımız teknik ve sistemsel sorunlar, süreç ilerlerken giderildi. Bu nedenle fuarın biraz daha uzatılmasını tercih ederdik. Fiziki olarak gerçekleştirilecek olan IFCO Fuarı’na da katılacağız. Sanal fuarda yer alan alıcılar, fiziki fuara da katılacaksa bu durum bizim

acımızdan önemli bir avantaj yaratacağı diye düşünüyoruz. Böylece alıcı firmalara fiziki fuar öncesinde markamızı tanıtmış olduk. Fuar öncesinde hangi koleksiyonlarımızı sergileyeceğimizin daha doğru olacağı yönünde bir strateji belirledik. Kendimizi tamamen fuara odakladık diyebiliriz. Fuar

süresince gerçekleştirdiğimiz görüşmelerimizin siparise dönüşmesini bekliyoruz. İHKİB tarafından onaylanmış alıcılarla bir araya gelmek bizi heyecanlandırdı. Süreç boyunca İHKİB Fuarlar Sube’siyle sürekli iletişim hâlindeydik. Bir kez daha yapılması hâlinde fuara katılmayı planlıyoruz.



**TEXHIBITION**

İSTANBUL

KUMAŞ VE TEKSTİL  
AKSESUARLARI FUARI

**TEKSTİL  
SEKTÖRÜ  
BU FUARDA  
BULUŞUYOR!**

**16-18 Mart 2022  
İstanbul Fuar Merkezi**

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



**ITHIB**  
İSTANBUL TEKSTİL VE HAM-MADDELERİ  
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ



**İSTANBUL  
TİCARET  
ODASI**  
— 1882 —

# Tekstil sektörü, Texhibition İstanbul Fuarı'na hazırlanıyor

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliğinde düzenlenecek olan Texhibition İstanbul Fuarı, uluslararası nitelikli alıcıları İstanbul'a getirecek ve sektör, 2022 yılı ihracat hedefi olan 15 milyar dolara emin adımlarla ilerleyecek.



**B**ASTA AB, ABD, Rusya, Ukrayna, Orta Doğu ve Kuzey Afrika olmak üzere 100'ü aşkın ülkeden binin üzerinde nitelikli alıcıyı İstanbul'a getirecek olan Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, 16-18 Mart 2022 tarihlerinde düzenlenecek. Trendlerin belirleneceği, modaya yön veren markaların tedarik yapacağı, tasarımın, renklerin tartışılacağı uluslararası nitelikli fuarda örme kumaş, dokuma kumaş, indigo ve tekstil aksesuarı üreten 100'ün üzerinde yerli firma yer alacak.

Texhibition İstanbul Fuarı'nda gerçekleştirilecek B2B faaliyetlerin yanı sıra başta dijital dönüşüm, teknik tekstil, sürdürülebilirlik başlıkları olmak üzere tasarım, etkileşim ve deneyimi bir araya getirecek trend alanları yer alırken seminerler de düzenlenecek.

## TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜ KÜRESEL TEDARİK ZİNCİRİNİN EN GÜVENLİ LİMANI

Türk tekstil sektörünün küresel markaların en güvenli limanı olduğunun altını çizen İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: "2021 yılını 12,7 milyar dolar değerinde ihracatla tamamlamayı öngörüyoruz. 2022 yılında ise hedefimiz 15 milyar dolar değerinde ihracatla küresel ticaretteki payımızı daha da artırmak. Bu çerçevede İTHİB olarak dünyanın en önde gelen fuarlarına millî katılım organizasyonu düzenliyor, sektörel ticaret ve alım heyetleriyle firmalarımızı küresel markalarla

buluşturuyoruz. Özellikle pandemi döneminde büyük bir sınavdan geçen birçok ülke sınıfta kaldı. Ancak Türk tekstil sektörü olarak lojistik kabiliyetimizi entegre üretim gücü ile birleştirebildiğimiz için bu zorlu sınavdan başarıyla çıktık ve Türkiye'nin en güvenli ticaret limanı olduğunu bir kez daha ispatladık." dedi.

## FUAR, SEKTÖR İHRACATINA 1 MİLYAR DOLARLIK KATKI SAĞLAYACAK

Texhibition İstanbul Fuarı'nın, tekstil sektörünü bir adım daha öteye taşıyacağını belirten Öksüz: "Fuarımız, küresel tedarik zincirinin Türkiye'ye yönelimini sürdürülebilir kılabilmek için kaçınılmaz bir öneme sahip. Bu çerçevede fuarın, 15 milyar dolar ihracat hedefimize 1 milyar dolar değerinde katkı sağlamasını hedefliyoruz. Fuar sadece firmalarımızı küresel markalarla bir araya getirmekle kalmayacak; aynı zamanda sektörümüzün sürdürülebilirlik yaklaşımını, AR-GE ve inovasyon projelerini, tasarım algısını tüm dünyaya duyurmak için bir fırsat sağlayacak. Sektörümüzün en fazla ihtiyaç duyduğu projelerden biri konumundaki fuarımızı el birliği ile hayata geçirdiğimiz için gurur duyuyoruz. Dünyanın en büyük beşinci tekstil ihracatçısıyız. Gerçekleştireceğimiz fuarın, orta-uzun vadeli hedefimiz olan dünyanın ilk üç tekstil ihracatçısı ülkesi arasına girme hedefine en önemli katkılardan birini sağlayacağımızı öngörüyoruz." şeklinde konuştu.

# Fuar, küresel tedarik zincirinin Türkiye'ye yönelimini sürdürülebilir kılabilmek için kaçınılmaz bir öneme sahip.

## “TEKSTİLİN KALBI İSTANBUL'DA ATACAK”

Türk tekstil sektörünün ülke ekonomisi için büyük önem taşıdığına vurgu yapan İTO Başkanı Şekib Avdağ: “Tekstil, pandeminin getirdiği olumsuzluklara rağmen en hızlı şekilde kendini salgın şartlarına adapte eden sektörlerimizden biridir. Eminim, pandeminin etkilerinin azaldığı süreçte de dijital etkinliklerin yanı sıra fiziksel etkinliklerle gücüne güç katacaktır. Texhibition İstanbul Fuarı'nın Odamız yönetimi ve sektör temsilcileri için ayrı bir önemi var. Dünyanın çeşitli ülkelerinden gelecek ziyaretçiler, Türkiye'nin kumaş ve aksesuar sektöründe de ne kadar iddialı olduğunu görme fırsatına sahip olacak. Böylece tekstilin kalbi İstanbul'da atacak, İstanbul'da yön bulacaktır. Ticaret Bakanlığımızın desteği ve İTHİB gibi lider bir kurumla birlikte böylesine önemli bir fuarın parçası olduğumuz için İTO olarak son derece mutluyuz.” dedi.

Türkiye'nin dünyanın her kıtasına tekstil ürünü üretme kabiliyetinin olduğunu belirten Avdağ: “Türkiye olarak İtalya'ya, İngiltere'ye, Mısır'a, Nahçıvan'a, Kanada'ya, Vietnam'a, Brezilya'ya, Çin'e de ihracat yapıyoruz. Ama hiç değişmeyen bir şekilde ihracatımızın yüzde 50'sini AB ülkelerine gerçekleştiriyoruz. Bu geniş yelpaze, bir gerçeğin altını çiziyor ve bize istikamet veriyor: Biz dünyanın her kıtasına, yeryüzünde yaşayan her insan topluluğuna yönelik tekstil ürünü üretme kabiliyetine sahibiz. Küresel üretirken yerel düşünmeyle, sunum farklılıklarıyla, hedef pazar odaklı küçük dokunuşlarla ihracatımızı daha da artırabiliriz.” diye konuştu.



## “TEXHIBITION İSTANBUL FUARI, İHRACATÇILARIMIZ İÇİN BÜYÜK BİR FIRSAT”

DÜNYAYI derinden sarsan pandemi döneminde fiziki fuarlar ve alım heyetleri gibi fiziki etkinliklerimiz sektöre ugramıştı. Fakat İTHİB olarak zorlu pandemi şartlarında da çalışmalarımızı dijital ortamda sürdürdük. Pandeminin etkilerini yavaş yavaş atlattığımız bu dönemde, fiziki etkinliklerimize milli katılım organizasyonları ve alım heyetlerinin yanı sıra “i of the World” fuarımız gibi büyük organizasyonlarla devam ettik. Türkiye'nin ihracatçı birlikleri arasında organize edilen tek sektörel ihracat ürünleri fuarımız i of the World, ABD'li nitelikli alıcılar tarafından yoğun ilgi ile takip edildi. Gelecek dönemde Premiere Vision Paris, Munich Fabric Start, London Textile Fair gibi yurt dışı fuar organizasyonlarımızın yanında yurt içi etkinliklerimize de ağırlık vereceğiz. Bu noktada, tekstil sektörümüze artan ilgiyi karşılayabilmek ve sürdürülebilir kılabilmek adına düzenlediğimiz Texhibition İstanbul Fuarımız, ihracatçılarımız için büyük bir fırsat niteliğinde.

Sektörümüzün katma değerli ihracat hedefi doğrultusunda düzenlediğimiz Texhibition İstanbul Fuarı, ihracat hedefimizin gerçekleştirilmesine en büyük katkılardan birini sağlayacak. Firmalarımızı uluslararası markalarla buluşturacağımız fuarda sadece B2B organizasyonlar yapmakla kalmayıp tüm nitelikli markaların Türk tekstilini daha yakından tanımasını sağlayacağız. Bu çerçevede sektör olarak 2022 yılı için belirlediğimiz 15 milyar dolar ihracat hedefimizin, 1 milyar dolarının gerçekleştireceğimiz fuardan gelmesini bekliyoruz.

İTO iş birliğiyle düzenlediğimiz fuarımızı 16-18 Mart 2022 tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştireceğiz. Hazır giyime yönelik örme kumaş, dokuma kumaş, denim kumaş ve tekstil aksesuarları ürün gruplarında imalat yapan 200 firmanın katılımını öngörüyoruz. Fuarımızın niteliğini korumak adına firma sayısını sınırlı tutmayı hedefliyoruz. Özellikle yerli üretici ve koleksiyon hazırlama kültürü olan firmalarımıza, fuarımızda yer vermeye özen göstereceğiz. Brüt alanı tek parça yaklaşık 5 bin metrekare olan salonumuzda, firmalarımıza ait stantları 25 metrekare ve katları olacak şekilde organize edeceğiz.

Texhibition İstanbul Fuarı başta AB ülkeleri, Birleşik Krallık, Rusya, Ukrayna ve ABD olmak üzere tüm dünyadan alıcı firmaları ihracat odaklı Türk tekstil firmalarıyla bir araya getirecek. Fuar kapsamında binin üzerinde nitelikli alıcıyı firmalarımızla buluşturmak istiyoruz. Firmalarımız, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik gibi konulara da odaklanacağımız fuar kapsamında birçok etkinlikten faydalanacak. Seminerler ile vizyonlarını geliştirecek olan firmalarımız, trend alanları ile ürünlerini en güzel şekilde sergileme imkânı bulacak. Tüm firmalarımızı Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarımıza katılmaya davet ediyoruz.



**FATİH BİLİCİ**  
İTHİB YÖNETİM  
KURULU BAŞKAN  
YARDIMCISI



**WOMEN&WOMEN İLE MYTH YAPAY ZEKÂ VE TEKSTİL KURUCU ORTAĞI ÖZGECAN ÜSTGÜL**



# “Hazır giyim sektöründe dijital bir devrim hedefliyoruz”

Kız kardeşi Gökçe Üstgöl ile birlikte Women&Women markasını kuran Özgecan Üstgöl, kısa süre önce desen tasarımı alanında önemli bir boşluğu dolduran MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil'i de hayata geçirdi. Şirket, teknoloji ve yapay zekâyı tekstil ve hazır giyim sektörü ile buluşturuyor.

# D

esen tasarımını kolaylaştıran yapay zekâ teknolojisi ile verimlilik ve sürdürülebilirlik elde ettiklerini belirten Women&Women ile MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil Kurucu Ortağı Özgecan Üstgöl: “Tekstil ve hazır giyim sektöründe dijital bir devrim yaratmak için harekete geçtik.” dedi.

**Sizi biraz tanımak ve Women&Women markasının kuruluşundan bahsetmek isteriz.**

Yaklaşık sekiz yıl boyunca dünyanın en büyük kurumsal şirketlerinde pazar geliştirme yöneticiliği, müşteri içgörü uzmanlığı, satış ve pazarlama yöneticiliği gibi görevler üstlendim. Çalıştığım sektörler gereği teknoloji, her zaman hayatımın içindeydi. Hem sanayi hem de satış aşamasında dijitalleşmenin önemini deneyimledim. Bu şirketlerden ayrılarak kendi işimi kurup bir girişimci olarak hayatıma devam etmek istedim. Annemin tekstilci, kız kardeşimin ise üç boyutlu tasarım teknolojilerinde uzman olması ve benim satış pazarlama ile marka yöneticiliğindeki uzmanlığımı bir araya getirerek bir tekstil markası oluşturduk. Women&Women markası, üç kadının güçlerini birleştirmesiyle

beş yıl önce kuruldu. Türkiye'nin en büyük ve en ünlü plajlarında satışa başladık. Alaçatı, Bodrum, Göcek, Alanya, Antalya, İstanbul, Ankara, Adana, Gaziantep derken Türkiye'de 50'ye yakın satış noktasına ulaştık. Her yıl 80 parçalık plaj giyim ve kimono koleksiyonu çıkarıyoruz. Ayrıca dış giyim koleksiyonlarımız da bulunuyor. Ürünlerimizin yüzde 80'i, desenli ürün grubundan oluşuyor. Bizim için öncelik tasarım. Bir süre sonra tasarım ve desen konularında zorlanmaya başladık. Bu noktada MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil firmamızı kurduk.

#### MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil firmasını kurmaya neden ihtiyaç duydunuz?

MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil'i, tekstil ve hazır giyim sektöründe dijital bir devrim yaratmak için 2020 yılında, TÜBİTAK ve KOSGEB destekleriyle kurduk. Sektörde üretimin Endüstri 4.0'dan uzak olduğunu ve tamamen insana bağlı olduğunu tespit ettik. Eski sistemlerin, şu anki hızlı moda akımında imkânsıza yakın bir üretim şekli olduğunu fark ettik. Üretim sürecinde herhangi bir tasarım yapmak, günümüzde eskiye göre daha zor. Büyük markalar bir şeyler lanse ediyor, küçük markalar ve büyük üreticiler de sürekli bunların benzerini üretmeye çalışıyor. Biz bunu değiştirmek istedik. Üretim şeklimizi değiştirmek için MYTH'yi kurduk. Vizyonumuz, dünyanın en iyi dijital tasarım şirketi olmak. Tekstil ve tasarım sadece hazır giyimden ibaret değil. Dokuma, kumaş, deri ve halı endüstrileri de var. Bu işi tekstilde geliştirdik ama UTİB tarafından organize edilen TechXtile Yarışması'ndan aldığımız ödülün sonra halı, kilim ve deri sektöründe desen konusunda ciddi sıkıntılar yaşadığımız öğrendik ve bununla ilgili talepler almaya başladık.

#### TechXtile Yarışması'nda nasıl bir başarı elde ettiniz?

TechXtile Yarışması'nda en iyi ikinci teknoloji seçildik. Yarışmanın kategorisi sürdürülebilirlikti. Sürdürülebilirliğin konu alındığı bir yarışmaya teknoloji alanında katıldık. Çünkü desenli üretim, atık üretiminin yüzde 35'ini oluşturuyor. Bir işin tamamen desenli kumaş üretmek olduğunu kabul edersek atık üretimini yüzde 100 azaltıyoruz. Sürdürülebilirlik; işin yapış şeklini iyileştirebilmek, işi optimize etmek, zamandan kazanmak ve insanı en verimli şekilde kullanmak anlamına da geliyor. MYTH sayesinde hem iyi iş çıkarmayı hem de atık oranını azaltmayı sağlıyoruz.

#### Tüketiciler markaya hangi kanallardan ulaşabiliyor?

Müşterilerimiz bize çevrim içi ve çevrim dışı kanallardan ulaşabiliyor. İhracat, işimizin neredeyse yüzde 70'ini oluşturuyor. İlk başta markayı konumlandırdığımızda bu oran yüzde 30 civarındaydı. Son iki yıldır ihracat bizim için en önemli iş alanı hâline geldi.

#### Yurt içi ve yurt dışında birçok satış noktanız bulunuyor, bununla birlikte çevrim içi platformlarda da yer alan bir markasınız. Satış pazarlamada, özellikle ihracatta nasıl bir strateji belirlediniz?

Marka olarak aslında tek parça giyinme stratejisini savunuyoruz. Bu yüzden de kimonolarımız, plaj giyim diye konumlandırdığımız ama aslında 12 ay satılan gömlekler, elbiseler, gömlek elbiseler, markamızın göz bebeği oldu. Çünkü dünya artık bu yöne gidiyor. İnsanlar minimal görünme, daha azla daha çok görünme



## Makrome ve nakış gibi alanlarda 20'ye yakın kadınla vakıf üzerinden, 10 kadınla da bireysel olarak çalışıyoruz.

yoluna gitmeye başladı. Bu, dünyanın gelmiş olduğu ekonomik ve sosyal kaos ile ilgili. Orta Doğu'da da Avrupa'da da ABD'de de tüketici davranışları bu yönde. Bir kimonoyu ev giyim olarak da plaj giyim olarak da kullanabiliyorsunuz. Sokakta bir gömlek elbise formuna çevirebiliyorsunuz. Aslında çok kültürel bir simge olan kimono; bir moda akımı, aynı zamanda sürdürülebilirliğin bir parçası olarak ortaya çıkıyor.

İhracat stratejimizde bir ülke kistası koymadık. Sosyal medya yönetimimiz o kadar iyi ki markalar ve butikler bizi keşfetmeye başladı. İlk talebi Mısır'dan aldık. Sonrasında Arnavutluk, Kanada, İngiltere ve ABD'den de müşterilerimiz oldu. Şu anda 11 ülkeye ihracat yapmanın adresi olan Zalando ile entegrasyon sürecimiz devam ediyor. Tamamlandığında Avrupalı müşterilerimize çevrim içi olarak ulaşabileceğiz. Kanada ve ABD'de de büyük çevrim içi ağlara girmek için yatırımlarımızı gerçekleştirdik.

#### Pandemi dönemi, çalışmalarınızı ve ihracatınızı nasıl etkiledi? Müşteri segmentinizde görülen bu çeşitliliği neye bağlıyorsunuz?

Pandemi döneminde çok etkilendik. Yurt içi ve yurt dışında toplam satış kaybımız yüzde 70'e ulaştı.

Ürünleri kültürel ya da global olarak nitelendirmek gelmiş olduğumuz çağda çok da mümkün değil. Z kuşağı, ürünleri ayrıştırmıyor. Bir gece elbisesini, yılda bir kez giyilecek bir parça olarak konumlandırmıyor. Giyinmenin şekli ve konumu değişti. Yaptığımız işin bu kadar farklı kültürlerde beğenilme sebebini, sunduğumuz ürünün sürdürülebilir fiyat politikası içermesine bağlıyorum. Bir tasarım markası olarak çıktık ancak tasarım fiyatlandırma politikası izlemiyoruz. Bir şey tasarımı pahalıdır algısı var. Biz bu algıyı yıkıyoruz ve o ürünü hem tatilde hem evde hem sokakta giyinme fırsatı sunuyoruz.

**Women&Women markasını, "Yaşadığı coğrafyadaki kadınlara katma değer yaratmayı amaçlayan, sosyal bir kadın döngüsü olarak kurulan Türk tasarım markası." olarak tanımlıyorsunuz. Bu tanımlı ve kadınlarla yaptığınız iş birliğini okuyucularımız için biraz daha açabilir misiniz?**

Kadınların üretimde ve tüketimde çok önemli faydaları olduğunu hepimiz biliyoruz. Women&Women markasını üç kadın ortak kurduk. Markanın alt temasında bu işin bir kadın lokomotifini olduğunu her zaman dile getiriyoruz. "Üç kadının bir araya gelmesiyle bunlar oluyorsa yüzlercesinin bir araya gelmesiyle neler olur" diye düşündük. Sonrasında kadınların üretimdeki payının aslında düşük olduğunu fark ettik. Çünkü kadınların evdeki sorumlulukları çok yüksek. Biz kadınlara opsiyonel çalışma hakkı sunduk. Evde çocuğu olan, engelli çocuğu olan, evden çıkamayan veya çıkmasında engeli olan kadınları evden üretime teşvik ettik. Üretimimizin büyük bir kısmı fabrikada yapılıyor. Ancak Türk kadınının yaptığı çok güzel işler var. Ürünlerimizdeki dokuma, makrome, işleme, nakış gibi kısımların tamamını kadınların evden çalışarak üretebileceği hâle getirdik. Böylece çok önemli sonuçlar elde ettik. Vakıf ve dernekler aracılığıyla üreten kadınlarımıza kazanç sağladık ve ülke ekonomisine fayda sunduk. Bireysel olarak iş birliği yaptığımız kadınlarımız da var. Şu anda 20'ye yakın kadınla vakıf üzerinden, 10 kadınla da bireysel olarak çalışıyoruz. Kadınlarla çalıştığımız en büyük payda makrome ve nakış oldu. Makrome, ihracat pazarında oldukça ilgi gören bir alan. Biz de bu alanda kadınlarımızı hem eğitmeye hem yön göstermeye hem trendler dâhilinde satış bazlı üretime yönlendirmeye çalışıyoruz. Kemalpaşa, Ödemiş ve Tire bölgelerindeki kadınlarla çalışıyoruz. Evden çalışan kadınlarımız haricinde toplamda 30 kişilik bir üretim ekibimiz bulunuyor.

**Yapay zekâ ile desen üretmenin ne tür avantajları olduğunu düşünüyorsunuz?**

Desen teknolojisi, tamamen bir ihtiyaca cevap vermek için yarattığımız bir teknoloji. Desen yaratım sürecinde istenilen desenlere ulaşmak, iki ayı bulan çok uzun ve yorucu bir çalışma sürecini gerektiriyor. Var olan bir desenden alınan ilhamla desen üretmek bile bir haftayı buluyor. MYTH ile bu süreci kısaltıyoruz. Tasarımcının ilham aldığı öğeleri sisteme yüklemesinin ardından bir saniyede 20 desen çıktısına ulaşmayı başardık. Bu 20 desenin üzerinde renk, rotasyon ve birtakım değişiklikler yaparak 3 milyona yakın desen üretebiliyoruz. Tasarımcılara bu sonuçlardan ilham alarak kendi yenilerini yaratabilmeyi vad ediyoruz. Onların verimliliklerini yüzde 80 artırıyoruz. Böylelikle

## Bir saniyede 20 desen çıktısına ulaşmayı başardık. Bu 20 desenin üzerinde renk, rotasyon ve birtakım değişiklikler yaparak 3 milyona yakın desen üretebiliyoruz.

teknoloji ve yapay zekâyı, tekstil ve hazır giyim sektörüyle birleştiriyoruz.

Bunu önce Women&Women koleksiyonunda yapmaya başladık. Fakat sonrasında Türkiye'nin en büyük ihracatçılarına ve kumaş üreticilerine de ulaştırmayı hedefliyoruz. Bazı markalarla görüşmelerimize başladık. Sanayinin buna ne kadar ihtiyaç duyduğunu ve yaptığımız çalışmanın ne kadar doğru olduğunu fark ettik.

**Pandemi sürecinde değişen tüketici davranışları, moda endüstrisinde yeni akımları gündeme getirdi. Teknoloji kullanımının tekstil ve hazır giyim sektörünü nasıl dönüştüreceğini düşünüyorsunuz? Metaverse, NFT, sanal moda gibi kavramların sizce sektöre nasıl bir etkisi olacaktır?** İnsanların artık gerçek dünyada mutlu olmak için ellerinde çok az şey kaldığını düşünüyorum. Bu materyalist yapıda bir şeyler elde edebilmek ve kazanmak bu kadar zorken metaverse dünyası, insanların mutsuzluğuna çare oluyor. Bir gözlük taktığınızda artırılmış gerçeklikle veya bir oyunun parçası olarak istediğiniz evde oturabilir, istediğiniz arabaya binebilir, istediğiniz iş yerine gidebilir hatta arkadaşlarınızla kahve dahi içebilirsiniz. Bir şeyleri sanal paralarla alıp satabilir, olmayı var edebilirsiniz. İş böyle olunca tasarım da dijital eviriliyor. Dijital dünyadaki tasarımları hâlâ insanlar tasarlıyor ve eski usul devam ediyor. MYTH olarak metaverse dünyasında söz sahibi olmak istiyoruz. Sistemimiz buna oldukça müsait. Vizyonumuzla dünyanın gelmiş olduğu yön oldukça paralel. İleride dünyanın en iyi dijital tasarım teknoloji şirketi olmaya adayız.

**AR-GE ve inovasyona yaptığınız yatırımı, gelecek hedeflerinizi bizimle paylaşır mısınız?**

Harcamalarımızın yüzde 90'ını AR-GE oluşturuyor. Bu alanda yaptığımız yatırımlar altı ay sonra karşılık bulsa da pazarda ses getiriyor. Sektördeki AR-GE çalışmaları genellikle satış aşamasında kurgulanıyor. Ancak biz AR-GE'yi üretimde kullanmaya çalışıyoruz. Daha doğru ve en iyi şekilde üretmeyi amaçlıyoruz. Kaynaklarımız oldukça kıt ve gelecek günlerde daha da azalacak. Bu kaynakları en iyi şekilde kullanabilmenin yolu teknolojiden geçiyor. Teknolojiye yatırım yapıp üretim maliyetlerini azaltarak üretimi hızlandırır sak rakiplerimize kıyasla bir adım öne geçeriz. MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil, bir İTÜ Çekirdek firması. Ayrıca Silikon Vadisi'nde de bir girişimimiz bulunuyor. Dijital tasarım şirketi olarak tasarımın, desenin ve dokunun olduğu her yerde var olmak istiyoruz.

# Mapic Fransa Ticaret Heyeti tamamlandı



İHKİB'in perakendeci hazır giyim markalarına yönelik düzenlediği Mapic Ticaret Heyeti, 30 Kasım-2 Aralık 2021 tarihleri arasında Fransa'da gerçekleştirildi. Heyete katılan 9 Türk firma, toplamda 200'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.



FRANSA'DA 30 Kasım-2 Aralık 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen Mapic Ticaret Heyeti, dokuz Türk firmanın katılımıyla gerçekleştirildi. İHKİB'in perakendeci hazır giyim markalarına yönelik düzenlediği etkinlikte 80 farklı ülkenin temsilcileri yer aldı. Heyet kapsamında İHKİB tarafından detaylı profilleri alınan; altısı hazır giyim, üçü ev tekstili alanında faaliyet gösteren firmalar, kayıtlı katılımcılara tanıtıldı. Türk markalarının logolarının yer aldığı çalışma, Mapic dergisinde yayımlandı. Markaların tanıtımları, sosyal medyadan da gerçekleştirildi.

**FUARA TOPLAM 250 FİRMA KATILDI**  
Fuara toplamda 250 firma katılarak stant açtı. Katılımcı firmalar Fransa, İtalya, Almanya, İngiltere, Portekiz, İspanya, Finlandiya, Romanya, Avusturya, Macaristan, Hollanda, Ukrayna, Gürcistan ve Güney Afrika gibi ülkelerden geldi. Heyetin toplam ziyaretçi

**Heyete katılan Türk firmaların her biri ortalama 20 B2B görüşme yaptı.**



**250**  
Fuarda stant açan toplam firma sayısı

**9**  
Katılımcı Türk firma sayısı

**80**  
Heyete katılan ülke sayısı

**200**  
Türk firmaların gerçekleştirdiği B2B görüşme sayısı

sayısı ise 3 bin civarında gerçekleşti. Heyete katılan dokuz Türk firmasının her biri ortalama 20 B2B görüşme yaptı. Katılımcı Türk firmalar, 80 farklı ülkeden ziyaretçinin geldiği Mapic Fuarı'nda toplam 200'e yakın B2B görüşme gerçekleştirdi. Alıcıların profillerini uygun bulan katılımcı firmaların oranı yüzde 72 olurken firmalar, faaliyetlerin yeterliliğinden ve İHKİB ekibinin çalışmalarından memnuniyet duyduklarını ifade etti. Firmaların yüzde 88'i, heyete yeniden katılmayı düşündüğünü belirtti.

Pandemi sebebiyle Mapic heyetinin katılımcı sayısında düşüş yaşandığı gözlemlendi. Ülkelere uygulanan kısıtlamalar sebebiyle Rusya bölgesinden heyete katılım olmadı. Küçülmeye rağmen Turkish Brands standının, en yoğun stant olması da dikkat çekti.

# 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](http://www.sentez.com)



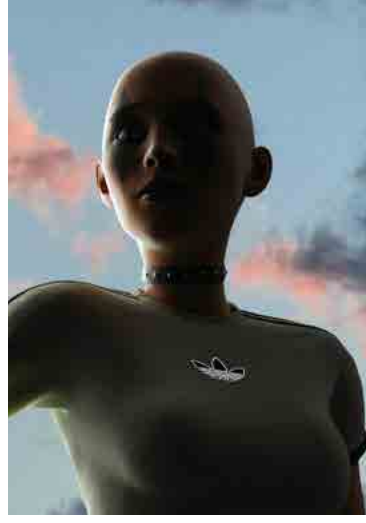
[www.twitter.com/SentezYazilim](https://www.twitter.com/SentezYazilim)



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



**sentez**  
business solutions



Dijital ve gerçek dünyanın iç içe geçtiği yeni düzende moda endüstrisi de kripto rüzgârına kapıldı. Avatar mankenler, metaverse, NFT, blok zinciri, kripto ödeme sistemleri gibi kavramlar moda dünyasında bilinirliğini artırırken aslında var olmayan, sanal kıyafetler binlerce dolar karşılığında alıcılarla buluşuyor. Peki “elle tutulamayan” bu moda akımı, tekstil ve hazır giyimin geleceğini nasıl etkiliyor?

# MODADA



**B**İR SÜRE önce dünyanın ilk “sanal couture” elbisesi, dijital bir modaevi tarafından tasarlandı ve blok zinciri firması tarafından satışa sunuldu. 9,5 bin dolarlık bu sanal elbise, teknoloji girişimcisi olan sahibinin üzerine artırılmış gerçeklik teknolojisi ile giydirildi. Bu durum moda dünyasının en çok konuşulan NFT satışlarından biri olarak tarihteki yerini aldı. Gelecekte belki de sanal kıyafetler nedeniyle bir gardıroba ihtiyaç duymayacağımız günlere yaklaşıyoruz. Evet, kulağa oldukça ilginç geliyor fakat moda endüstrisi, kripto dünyasında oldukça hızlı yol almaya devam ediyor.

Dünyada kripto paralara olan ilgi gün geçtikçe artıyor. Hızla büyüyen pazarda birçok sektörü etkileyen yeni girişimler ve iş fırsatları oluşuyor. 2021 yılında dünyada en hızlı büyüyen iş modelleri arasında ise NFT mağazaları ve kripto para büroları yer alıyor. Birçok şehirde döviz bürosu benzeri kripto para büroları açılıyor. Türkiye de değişime çabuk ayak uyduran ülkeler arasında ve sadece İstanbul’da 20’den fazla fiziksel kripto para ofisi bulunuyor.

Günümüz teknolojilerine en hızlı adapte olan sektörlerin başında gelen moda endüstrisi, kripto dünyası ile bambaşka bir boyuta geçiyor. Pandemi dönemi ile birlikte moda dünyasının teknoloji ile olan bağı daha da kuvvetlendi. NFT’lerden farklı ödeme çözümlerine, avatar kıyafetlerden sanal tasarımlara kadar birçok teknolojik fırsat, moda endüstrisine de

# KRİPTO RÜZGÂRI

uyarlanıyor. Son dönemlerde lüks moda markaları, müşterilerine özel deneyimler sunabilmek adına kripto paralarla ödeme yapılabilmesi konusundaki yatırımlarını artırıyor. Blok zinciri alanındaki yatırımlar yalnızca ödeme yöntemi olmakla kalmıyor, aynı zamanda markaların orijinal ürünlerinin taklitlerinin yapılmasını da önüne geçiyor. Uzmanlar, sektörün inovatif ve teknolojik yatırımlarına devam etmesinin gelecek yıllarda trilyon dolarlık bir hacme erişebileceğinin altını çiziyor.

## MODANIN GELECEĞİ BLOK ZİNCİRİ VE KRİPTO MU?

Lüks moda markaları birbiri ardına dijital yolculuklarına çıkarken Balenciaga’nın video oyunu şeklinde tanımlan defilesi, Gucci’nin dijital sneaker’ları lüks

modanın geleceğinin blok zinciri ve kripto üzerine kurgulandığının işaretleri olarak görüldü. Bununla birlikte moda dünyası, NFT'ye de yoğunlaştı. NFT etkisindeki dijital modada kıyafetler, örtünmek ya da giyinmek üzere tasarlanmıyor. Birer sanat eseri olarak varlıklarını sürdüren bu kıyafetler, biricikliği ile değer kazanıyor. Bireylerin sanal dünyada geçirdiği vakit arttıkça dijital kıyafetlere olan ilginin de artması bekleniyor. Metaverse deneyimleri aynı zamanda markaların genç nesille olan iletişimini artırmasına olanak tanıyor.

Sokak kültürü ve sokak modası üzerine araştırmalar yapan Highsnobiety, dijital kıyafet alanının oranının yüzde 60'ı bulunduğunu açıkladı. Bu durum, modanın geleceğinin dijital dünyada saklı olduğunu kanıtıyor. Fabricant, Tribute Brand, Leela ya da Carlings gibi henüz moda haftası defilelerine giremeyen markaların bu akımın belirleyicileri olacağı düşünülüyor. Dijital ortamda kıyafet üretimi gerçekleştiren bu markalar, pandemi döneminde bilinirliklerini ve çalışmalarını daha da kuvvetlendirdi.

2021 yılının Şubat ayında düzenlenen Kripto Moda Haftası da endüstride önemli bir gelişme olarak ortaya çıktı. Etkinlikte NFT'lere de yer verilmesiyle birlikte markaların bu alandaki çalışmaları hız kazandı. Söz konusu etkinlikte düzenlenen panellerde sanal moda ve NFT modasının bir akım hâline geleceğine yönelik konuşmalar gerçekleştirildi. Sanal tasarımların blok zincirinde tescillenecek biricik bir eser hâline dönüştürülmesi, fikri mülkiyetin korunmasına da destek oluyor. Böylece lüks markaların orijinalikleri de koruma altına alınıyor ve sahteciliğin önüne geçiliyor. İleriki süreçte özellikle koleksiyonerlerin peşinde olacağı, sınırlı sayıdaki NFT ürünlerin, hayatın bir parçası hâline geleceği düşünülüyor. Bu noktada markalar tarafından yaratılan sanal ürünlerin tüketiciler açısından farklı dijital platformlarda kullanılarak katma değer yaratabilmesi ön plana çıkıyor.

**DÜNYACA ÜNLÜ BİRCOK MARKA BU STRATEJİYİ İZLİYOR**  
2020 yılında dijital satışlarından 4 milyon doların üzerinde gelir elde eden RTFKT isimli marka da söz konusu akımın öncülerinden biri olarak biliniyor. Kendisini kripto moda markası olarak konumlandıran RTFKT, benzersiz dijital sneaker'larıyla ön plana çıkıyor. Overpriced, Havaianas, Supreme gibi markalar da NFT modasına ayak uyduranlar arasına girdi. Gelişen teknoloji, dijital kıyafetlerin avatar olarak insanlara da giydirilebileceği bir dönüşümü işaret ediyor.

Nike, geçen aylarda RTFKT'yi satın alarak metaverse deneyimleri için dijital dönüşümünü hızlandırdı. NIKELAND adını verdiği sanal evreniyle Roblox'ta bir deneyim alanı yaratan Nike, oyun karakterlerine giydirilmek üzere sanal bir koleksiyona sahip. Kendi koleksiyonlarına ek olarak farklı NFT koleksiyonu üreticileriyle de iş birliği yapan Nike, yenilikçi ve yaratıcı hizmetler sunarak



## Sanal kıyafetler, sıfır atık ve çevreci üretim ile tekstil ve hazır giyim endüstrisine yeni bir boyut kazandırıyor.

dijital ayak izini genişletmeyi amaçlıyor. Markanın sanal koleksiyonunda ayakkabı, giysi, şapka, gözlük, çanta, spor ekipmanları, sanat eserleri, oyuncaklar ve aksesuarlar olması bekleniyor.

Adidas, dijital ve fiziksel ürünlerinde ilk NFT yolculuğunu başlattı. Markanın NFT'sine sahip olanlar, özel deneyimlere de ulaşabiliyor. Blok zinciri tabanlı oyun dünyası The Sandbox için sanal giyilebilir cihazlara ve buna uygun fiziksel ürünlere erişim sağlayabiliyor. Tommy Hilfiger da Roblox topluluğundan dikkatle seçilen sekiz UGC (kullanıcı katkılı içerik) tasarımcısıyla iş birliği içinde geliştirdiği Tommy x Roblox Creators Koleksiyonu'nu tanıttı. Kullanıcılar, dünya çapında son derece popüler bir çevrim içi deneyim paylaşma platformu olan Roblox'ta sunulan koleksiyondaki otuz dijital moda stiliyle avatarlarını giyirebilecek.

### DİJİTAL MODA, SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR DÜNYAYI İŞARET EDİYOR

Sanal kıyafetler, sıfır atık ve çevreci üretim ile tekstil ve hazır giyim endüstrisine yeni bir boyut kazandırıyor. Dünyayı en çok kirleten sektörlerden biri olarak bilinen tekstil ve hazır giyimdeki sanal üretim, endüstrinin sürdürülebilirliğine işaret ediyor. Bu nedenle uzmanlar yeni dijital dünyanın getirilerinin bir fırsat olarak algılanması gerektiğini vurguluyor. Endüstrinin hem markalar hem de tüketiciler adına daha şeffaf bir yapıya kavuşmasını sağlayan blok zinciri de sürdürülebilirlik yolculuğunda gerçek bir izlenim elde edilmesini sağlıyor. Türkiye istihdamının büyük bir kısmını barındıran tekstil ve hazır giyim sektörlerinin iş gücüne de yansıtacak olan yeni teknolojik unsurların, iş gücü eğitimini zorunlu kılması bekleniyor.



Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.





**LEVENT  
SIPAK**  
PROLAB  
AYAKKABI  
KURUCU  
ORTAĞI



# “Girişimciliği desteklemek adına Şanlıurfa’ya yatırım yapıyoruz”

Amaçlarının nitelikli spor ayakkabı isteyen tüm markalara üretim yapmak olduğunu belirten ve dünyaca ünlü Skechers markasının Türkiye’deki üretimini gerçekleştiren Prolab Ayakkabı Kurucu Ortağı Levent Sıpak ile Şanlıurfa’ya yapacakları yatırımı konuştuk.

**T**ÜRKİYE’NİN ayakkabı sektöründe öne çıkan bir ülke olduğunu ifade eden Prolab Ayakkabı Kurucu Ortağı Levent Sıpak, sektörün sorunlarının altını çizdi. İstanbul’da yeterli iş gücüne ulaşamadıklarını belirten Sıpak, yan sanayinin ayakkabı sektörünü desteklemesi gerektiğini de söyledi.

**Prolab Ayakkabı’nın kuruluşunu ve faaliyet alanlarını bize anlatmanızı isteriz.**

Prolab firmasını bir yıl önce kurduk. Ana faaliyet alanımız, nitelikli spor ayakkabı yapmak. Türk ayakkabı sektöründe bugüne kadar herhangi bir uluslararası markaya çok fazla üretim yapılmamış. Biz sektörde buna öncülük edip global markaların üretiminin yapılabileceği bir fabrika hâline gelmeyi amaçladık. Şu anda Skechers markasına nitelikli spor ayakkabı üretiyoruz. Skechers’ın Türkiye distribütörü ve aynı zamanda bizim grup şirketimiz olan Olka ile birlikte bu projeyi yürütüyoruz. Markanın üretim lisansını geçen yıl aldık. Şu anda dünyada Skechers’ın lisansını alan sadece üç ülke var, Türkiye de bu ülkelerden biri oldu.

**Kuruluş amacınız yalnızca Skechers markasına üretim yapmak mıydı?**

Prolab, yalnızca Skechers’a üretim yapmak üzere kurulan bir firma değil. Tabii ki önceliğimiz bu, fakat gelecek yıllarda farklı global markaların üretimlerini de gerçekleştirebiliriz. Bu konuda birçok küresel firma ile görüşme hâlindeyiz ancak şu an yeterli kapasitemiz bulunmuyor. Amacımız, nitelikli spor ayakkabı isteyen tüm markalara üretim yapabilmek. Prolab ismi, profesyonel laboratuvarından geliyor. Burası bir ayakkabı laboratuvarı. Burayı bir laboratuvar gibi görüp daha iyisini nasıl yapabileceğimizi düşünüyoruz. Teknik şartları ve detayları çok fazla olan küresel markalar, genellikle Türkiye’deki üretimden farklı bir metotla çalışıyor. Türkiye’deki

ayakkabı fabrikaları entegre değil. Fabrika, bütün proseslerin aynı yerde tamamlanması demek. Fakat ülkemizde birçok süreci dışarıda tamamlayarak fabrikada yalnızca montaj yapan firmalar bulunuyor. Biz tüm üretim sürecini fabrikamızda yapıyoruz. Yalnızca tabanı dışarıdan alıyorduk şimdi taban bölümünü de kuruyoruz. Tam entegre bir ayakkabı fabrikası olmamız, en önemli farkımız.

**İç pazara markalı üretim yapmayı planlıyor musunuz?**

Asıl amacımız, gelecekte Skechers gibi standartlara ve kaliteye sahip olan kendi yerel Türk markamızı yapmak. Fakat bu, bir zaman gerektiriyor. Sektördeki 19 yıllık tecrübemle her ne kadar "Bu işi biliyoruz." desek de bilmediğimiz çok fazla teknik detay var. Onları da tam anlamıyla öğrenip bu işi kavradığımızda asıl hedefimiz olan yerel markamızı tüketiciyle buluşturacağız.

**Küresel bir markaya üretim gerçekleştirmenin ne tür zorlukları var?**

Markanın teknik proseslerinin yoğunluğu nedeniyle ilk başlarda zorluk yaşadık. Fakat sonrasında ilgili birimlerden tüm onaylarımızı aldık. Tek bantla başladığımız üretim alanımızı büyütürken Kasım ayı itibarıyla ikinci bandımızı kullanmaya başladık. Şu an yeni bant için işçi alımlarımızı gerçekleştiriyoruz.

**Türkiye için ayakkabı sektöründe daha önce açılmamış olan bir kapı açtık. “Türkler bunu yapabiliyor.” dedirtmek, bizim için çok önemliydi. O nedenle çok mücadele verdik, algıyı kırdık.**

## Amacımız, nitelikli spor ayakkabı isteyen tüm markalara üretim yapabilmek.

Her markanın kendi altyapısı ve çalışma sistemi var. O sistem bize çok yabancı ve Türkiye'deki iş yapış şekline uymuyor. Biz Türkiye olarak her şeye kendimiz karar vermek isteyen bir yapıdayız. Yabancı markalarda belirli prosesleri yerine getiremediğiniz sürece üretim gerçekleştiremiyorsunuz. İlk başta zorlansak da bunu uyguladığımızda gerçek başarının ve kalitenin geldiğini gördük. Bunu, tüm personelimize aşılama yapıyoruz. Dünyadaki küresel markalar, ürünlerini Çin'de ve Vietnam'da üretiyor. Avrupa ve ABD'de neredeyse üretim yok. Türkiye bu nedenle şanslı bir pozisyonda. Ülke olarak bu süreçlere uyum sağlarsak çok önemli bir başarı elde edeceğiz. Global markalarla çalışmak çok zor ama imkânsız değil. Bu, uzun vadeli bir yolculuk; bir yatırım. Bu nedenle çalışmaya devam ediyoruz.

**Türkiye, ayakkabı sektöründe öne çıkan pazarlardan biri. Pandemi sürecinde değişen tedarik zinciri yapısı, Türkiye'nin bu konumunu nasıl etkiledi?**

Ayakkabı sektörü pandemi döneminden ciddi zarar gördü. İnsanların evden çıkamaması ve mağazaların kapalı kalması satışları düşürdü. Ama şu anda ayakkabıya ciddi bir talep var. Pandemi süreci, tedarik zincirinde kırılmalara neden oldu. Hem ham madde fiyatları inanılmaz derecede yükseldi hem de navlun ve konteyner fiyatları aşırı arttı. İthalatla ilgili ciddi sıkıntılar yaşıyoruz. Global markaların hepsi bu sıkıntıyı yaşıyor. Navlun, en büyük maliyetlerden biri hâline geldi.

Türkiye, Avrupa'ya yakınlığı ile ön plana çıktı. Pandemi, aslında Türkiye için bir fırsata dönüştü. Bizim asıl amaçlarımızdan biri de ihracat yapmak ama küresel markalarla o sınavı geçmek kolay değil. Şu anda çalıştığımız marka Avrupa üretimi için de bizden kapasite istiyor. Kapasitemiz artarsa yurt dışına bu ürünleri ihraç edebileceğiz. Biz burada, Türkiye için ayakkabı sektöründe daha önce açılmamış olan bir kapı açtık. "Türkler bunu yapabiliyor." dedirtmek, bizim için çok önemliydi. O nedenle çok mücadele verdik, algıyı kırdık. Deri alanında çok iyi firmalarımız olsa da nitelikli spor ayakkabı alanında çok yeniyiz. Pandemi nedeniyle

Aralık 2019'dan bu yana Çin'e gidemiyoruz. Bazı teknik konularla ilgili orada araştırma yapmamız, ayakkabı üretim teknolojileri ile ilgili detayları görmemiz, fabrikaları gezmemiz gerekiyor. E-mail ve videolu görüşmeler ile çözmeye çalışıyoruz ama yeterince faydalı olmuyor.

**Prolab Ayakkabı olarak Şanlıurfa'da bir yatırım kararı aldığınızı biliyoruz. Bu yatırımdan ve İstanbul'daki üretim merkezinizden bahsedebilir misiniz?**

İstanbul'da 9 bin metrekarelik bir alanda üretim yapıyoruz. Binamızın toplam alanı 20 bin metrekare, üretim dışında depo alanlarımız da bulunuyor. Şu anda 290 çalışmamız var. Ancak taban ve ikinci bant üretim alanlarımızdaki personel alımlarımız sonrasında yıl sonuna kadar 440 çalışan sayısına ulaşacağız.

İstanbul'da ciddi manada işçi bulma sıkıntısı yaşıyoruz. Bu nedenle Anadolu'ya yatırım yapma kararı aldık. Şanlıurfa'da yedi yıldır ayakkabı sektörü özelinde, devlet tarafından yürütülen bir proje olduğunu öğrendik. Bölgeyi ziyaret ettik ve saya üretimimizi gerçekleştirmek adına orada bir yatırım kararı aldık. Şanlıurfa'da ürettiğimiz sayının, montajını İstanbul'da yapacağız. İstanbul'daki kapasitemizi ne kadar artırırsak artıralım saya bölümü olmadığı sürece üretim yapamıyoruz. Ayakkabının sayısıyla tabanını birleştirmek kolay. Fakat saya işi çok zor. Bu alanda nitelikli eleman yok. Şartların ağırlaşması nedeniyle insanlar artık İstanbul'da geçinmiyor. Tüm sosyal hakları sağlayan iyi bir firma olmamıza rağmen insanlar, cüzi farklar ödeyen iş kollarına geçiş yapabiliyor. İstanbul özelindeki işçi sorununun gelecek yıllarda daha da büyüyeceğini tahmin ediyoruz.

Şanlıurfa'daki altıncı bölge yatırım teşvikleri oldukça cazip. Katma değerli bir ürün yaptığımız için bu teşvikler elbette önemli ama bizim Şanlıurfa'ya yatırım yapmamızın sebebi teşvikler değil, iş gücü. Şanlıurfa'daki yatırımlarımızı uzun vadeli olarak değerlendiriyoruz. İlk etapta 150 kişilik bir istihdam sağlayacağız. Fakat sonrasında saya dışı üretim bantları da kurarak istihdamı artırmayı planlıyoruz.

**Söz konusu nitelikli işçi bulamama sorununu Şanlıurfa'da aşabileceğinizi düşünüyor musunuz?**

Şanlıurfa'da 2 milyon 100 bin nüfus var. Nüfusun yaş ortalaması ise 21. Gerek valilik gerek OSB gerekse İŞKUR ile yaptığımız görüşmelerde il özelinde personel sıkıntısının olmadığını, hatta işsizlik oranının çok yüksek olduğunu öğrendik. Şanlıurfa'daki diğer tekstil ve ayakkabı firmalarının tesislerini de gezdik. O tesislerde kalabalık bir çalışan grubu olduğunu gördük. Sektörümüzde insana yatırım yapmak gerekiyor. Biz burada insana yatırım yapıyoruz, eğitiyor ve öğretiyoruz. Yıllarca ayakkabı sektöründe çalışan ve bu işi çok iyi bilen işçileri bile sıfırdan, kendi proseslerimize göre eğitmek zorundayız.

**Anadolu'nun birçok kentinde yatırım teşvikleri ve iş gücü kapasitesi bulunuyor. Neden Şanlıurfa'yı tercih ettiğinizi de merak ediyoruz.**

Teşvik bölgelerinin hiçbirinde ayakkabı, özellikle bir proje yapılmamış. Fakat Şanlıurfa'da bu tarz bir proje yapılmış ve dolayısıyla bir insan kaynağı oluşturulmuş.





## İstanbul özelindeki işçi sorununun gelecek yıllarda daha da büyüyeceğini tahmin ediyoruz.

Şanlıurfa'yı tercih etmemizin ilk sebebi bu. Bir diğer sebep ise ulaşım kolaylığı ve iklim. 12 ay boyunca üretim yapmaya devam ettiğimiz için kış şartlarının ağır olmadığı bir ili tercih ettik.

**Türkiye'nin ayakkabı sektöründeki güçlü konumunu sürdürebilmesi ve rakiplerinin bir adım önüne geçebilmesi noktasında sizce sektöre ne tür görevler düşüyor?**  
Sektörümüzün en büyük problemlerinden biri yan sanayi. Yan sanayi, ayakkabı sektörünü desteklemediği sürece uluslararası arenada çok fazla şansımız yok, olmayacak. Şu anda çok büyük bir sipariş alsam, yan sanayi zayıf olduğu sürece bunu gerçekleştirmem mümkün değil. Yan sanayimiz çok zayıf ve fiyatlar çok yüksek. Çin ve Vietnam gibi ülkelerle rekabet edebilmemiz için ülke olarak yan sanayiye yatırım yapmamız gerekiyor. Türkiye ayakkabı üretiminde güçlü bir ülke olsa da nitelikli ayakkabı üretiminde güçlü değil. Özellikle Avrupalı tüketiciler, belli

standartların üstünde ayakkabı istiyor. Birtakım testler gerekiyor. Skechers'ın bizden istediği test standartlarını Türkiye'de yapabilecek bir test ofisi yok. Global işler yapabilmemiz için bu altyapıların oluşması lazım.

**Tasarım ve AR-GE alanına yatırım yapıyor musunuz?**  
Prolab Ayakkabı'nın bünyesinde bir AR-GE bölümü bulunuyor. Bu bölümde tasarım da yapıyoruz. Skechers'tan kendi modelimizi üretmek konusunda gerekli izinlerimizi de aldık. Ancak ilk etapta markanın en çok satan modellerini üretiyoruz. 2022 yılında tasarım ve AR-GE alanındaki yatırımlarımızı artırmayı planlıyoruz.

**Üretim süreçlerinizde kullandığınız ham maddelerin ne kadarı yerli? Tüm sektörleri etkileyen ham madde krizi ayakkabı sektörüne nasıl yansdı?**  
Biz ham madde konusunda biraz milliyetçi davranıyoruz. Yapılması çok zor olan ham maddeleri bile ülkemizde yapmaya çalıştık. Başardık da. Ama bizi çok zorladı. İthal ürünlere karşı yüzde 30 daha pahalı olmasına rağmen yerli ham madde tercih ettik. Sonuç olarak bir yılda çok yol kat ettiğimizi düşünüyorum. Sektörün gelişmesi için elimizden geleni yapacağız. Kendi markamızla da üretim ve ihracat gerçekleştireceğiz. Amacımız birkaç yabancı markaya daha Türkiye'de üretim yapabilmek. Sektörümüzdeki başka firmalar da bizden ilham alırsa başarabiliriz diye düşünüyoruz.

# İTKİB, Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği ile buluştu

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının 10'uncusu, Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği'nin (TTTSD) katılımıyla gerçekleştirildi. TTTSD Başkanı Vehbi Canpolat: "Tekstil terbiye sektörü, tekstilin dinamosu niteliğindedir." dedi.

**İTKİB** Hedef Dergisi Yayın Kurulu, sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere Sektörel Buluşmalar toplantılarının 10'uncusunu, TTTSD ile gerçekleştirdi. 2 Aralık'ta düzenlenen toplantıya Hedef Dergisi Yayın Kurulu Başkan Yardımcısı Sultan Tepe ile Yayın Kurulu Üyesi Fatma Uçurum katıldı. TTTSD Başkanı Vehbi Canpolat'ın da dâhil olduğu toplantıda TTTSD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kemal Oğuz ve Yönetim Kurulu Üyeleri Ahmet Temiroğlu ile Ali Osman Kilitçioğlu yer aldı.

Türkiye'nin en güçlü sektörlerinden olan tekstilde, tekstil terbiye alanının öneminden bahseden Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği Başkanı Vehbi Canpolat, Türk tekstil terbiye sektöründe faaliyet gösteren 600 fabrika olduğunu belirtti. Bu fabrikaların her birinin ortalama kapasitesinin 25 ton civarında olduğunu söyleyen Canpolat: "Tekstil terbiye sektörü, güçlü bir kapasiteye sahip. Her gün 15 bin ton civarında kesilebilir kumaş mamulünü, hazır giyimin işleyebileceği hâle getiriyoruz. İhraç edilen tekstil ham maddeleri, tekstil terbiye sektörünün kazanlarından geçerek ürün hâline geliyor. Dünyada kapasite anlamında Çin ve Hindistan'dan sonra en büyük üçüncü ülkeyiz. Ayrıca doğal elyaf olarak tabir ettiğimiz başta pamuk olmak üzere viskon, keten ve örme gruplarında dünyada en iyi terbiyeyi Türkiye yapıyor. Gelecekte gerek sürdürülebilirlik gerekse kalite anlamında daha iyi durumda olacağımızı öngörüyoruz. Tekstil terbiye sektörünün de gücüyle daha katma değerli ürünler yaparak dünyada beşinci olan Türk tekstil sektörünü, ilk üç içine taşıyacağımıza inanıyorum. Tekstil terbiye sektörü, tekstilin dinamosu niteliğindedir." şeklinde konuştu.

## "ÇEVREYE ZARAR VEREN ÜRÜNLERİN KULLANIMINI AZALTMAYI HEDEFLİYORUZ"

Tekstil terbiye sektörünün en büyük dezavantajının, fazla kimyasal madde kullanılması olduğunu belirten Canpolat: "Çevreyi en fazla kirleten maddelerden olan boya ve kimyasalları; enerjide ise kömür, doğal gaz ve elektrik kullanıyoruz. Yer altı suyu kullanımımız



da bulunuyor. Bu suların daha sonra doğaya atılması söz konusu. Bu nedenle çevreye zarar veren ürünlerin kullanımını azaltmayı hedefliyoruz. Ayrıca çevreyi kirletmeden, sanayiye sürdürülebilir için çalışmalar yapmalıyız. Tekstil sektöründe lider olabilmemiz için bu çok önemli. Daha az su, enerji ve kimyasal madde ile nasıl üretim yapabileceğimize odaklanmamız gerekiyor. Sektörün sürdürülebilir üretime bakış açısı, eskiye göre daha pozitif. Sektör olarak hedefimiz, daha az su tüketimi ile boyama gerçekleştirmek. Sektörü aydınlatıp bu anlayışı yaygınlaştırmayı amaçlıyoruz. Herkes kendi başına çözüm üretmek peşinde ancak birlikte hareket edilirse ülkenin ve sektörün çok daha hızlı yol alabileceğine inanıyorum." dedi.

## "SEKTÖRÜMÜZE ÖZGÜ TESVİK MEKANİZMALARININ GELİŞTİRİLMESİNİ İSTİYORUZ"

Toplu su arıtma tesislerinin sektör açısından oldukça önemli olduğuna değinen Canpolat: "Trakya'da dünyanın en büyük arıtma projesi yapılıyor. Bu proje hayata geçer ve su geri kazanım noktasında bir çalışma da eklenirse sorun, büyük oranda çözülür. Tespitleri doğru yaparsak çözümleri daha kolay üretiriz. Doğru yatırımların yapılması, boya kazanlarının değişmesi, farklı arıtma tesislerinin kurulması, bacalara ön yıkama yapılması gerekiyor. Belki de işletmelerin tamamının yeniden kurulması gerekir. İyileştirme için ciddi anlamda yatırım yapılmalı. Bunun için de

mutlaka sektörümüze özgü teşvik mekanizmalarının geliştirilmesini istiyoruz.” şeklinde konuştu.

### “TEKSTİL TERBİYE SEKTÖRÜNÜN GÜNDEMİNDE İYİLEŞTİRME VE KAPASİTE ARTIRIMI VAR”

Sektördeki işletmelerin büyüterek kapasitesini artırmaya çalıştığını vurgulayan ve sektörün gündeminde iyileştirme ve kapasite artırma olduğunu belirten Vehbi Canpolat, yeni fabrika kurulmasını çok doğru bulmadıklarını ifade etti. Atık su problemlerini çözmenin daha faydalı olacağını düşündüklerini söyleyen Canpolat: “Çevre, sürdürülebilirlik ve su tüketimiyle alakalı konular Anadolu’daki illerimizde de yaygınlaştırılmalı. Dernek olarak bu noktada çalışmalar yapıyor ve sorumluluk üstleniyoruz. Çerkezköy’de su ve enerji tüketimiyle alakalı bildiklerimizi aktarmaya ve danışmanlardan destek almaya başladık. Bursa ve Kahramanmaraş gibi tekstil yoğun illerimizde de bu çalışmaları yapmayı sürdürüyoruz.” dedi.

### “103 ÜYEMİZ BULUNUYOR”

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği Başkan Yardımcısı Kemal Oğuz, toplantıda dernekle ilgili bilgiler paylaştı. 103 üyeleri bulunduğunu söyleyen Oğuz: “Üyelerimizin büyük çoğunluğu Çorlu-Çerkezköy bölgesinde yer alan tekstil terbiyecilerinden ve yıkamacılardan oluşuyor. Kimyasal ve makine sektöründen de üyelerimiz bulunuyor. Onların fikirlerinde de faydalanmak istedik. Çevreyle ilgili her şeyi öğrendiğimiz ve kendimizi geliştirdiğimiz kadıyla yapmaya çalışıyoruz. Su geri kazanımına ilişkin bazı desteklerin şart olduğunu düşünüyorum. Emisyon ölçümleri konusundaki uygulamayı doğru bulmuyorum. Baca emisyonu ölçümleri, bakanlığın belirlediği bir şirket tarafından, belirli bir ücretle yapılmalı.” dedi.

### “TEKSTİL TERBİYE SEKTÖRÜ, SU GERİ KAZANIMI KONUSUNDA YÜZDE 95’LERİ GÖREBİLİYOR”

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Temiroğlu, istihdama önemli katkılar sunan tekstil sektörünün, Türkiye ihracatında lokomotif olduğunu söyledi. Sektörün önemini devlet tarafından anlaşılması gerektiğinin altını çizen Temiroğlu: “Bugün üretimde su kullanan bütün sektörlerde, suyun yüzde 95’inden fazlası geri kullanılabilir. Devlet, sektörde arıtma tesisi kurmak isteyen firmalara işleri kolaylaştıracak şekilde AR-GE imkânları tanımalı. Son 20-25 yıl içinde tekstil terbiye sektöründe çok ciddi gelişmeler yaşandı. Kullandığımız kimyasal maddelerin yapısı değişti. Tekstil terbiye sektörü, su geri kazanımı konusunda yüzde 95’leri görebiliyor. Geriye kalan kimyasallar ise bertaraf ediliyor. Sektörde çevre duyarlılığı konusunda eksikleri olan firmalar var. Çevreye etki konusunda devletin bizi desteklemesini istiyoruz. Türkiye, terbiye sektöründe know-how konusunda dünyada bir numara. Teknik bilginin yanında deneyim de çok önemli. Sektörümüz; değerli eleman, teknisyen ve mühendislerle sahip. Bizim mantalitemiz, Avrupalı müşterilerle uyuyor. Teknik ve çalışma biçimi olarak Avrupalı müşterilere olan yakınlığımız bize üstünlük sağlıyor.” dedi.

Pandemi ile Avrupalı müşterilerin tedarik alışkanlıklarında ciddi değişiklikler olduğunu söyleyen Temiroğlu: “Tekstil sektöründe Avrupalı müşterilere

karşı en büyük rakibimiz Çin’di. Bugünlerde Çin, iyi zamanlardan geçmiyor. Bu durum Türkiye’ye müthiş bir rekabet avantajı ve fırsat sağladı. Fırsatı iyi değerlendirmek gerekiyor. Avrupalı müşterilerin tedarik alışkanlıklarındaki değişikliklerin kalıcı olacağını düşünüyorum.” diyerek sözlerini tamamladı.

### “SEKTÖRÜ İLERİ BİR NOKTAYA GÖTÜRECEĞİZ”

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Ali Osman Kilitçioğlu ise tekstil sektörünün dünyayı kirleten ilk üç sektörden biri olmaktan kurtulacağını vurguladı. Kilitçioğlu: “Bununla ilgili çok güzel gelişmeler var. Makine imalatçıları, kimyasalcılar, çevreciler ve bizler bunun için çalışıyoruz. Hepimiz sektörü ileri bir noktaya götüreceğiz. Dünyada 100 milyon ton elyaf üretiliyor. Bunun 26 milyon tonu doğal, diğerleri ise sentetik ve suni elyaflardan oluşuyor. Doğal elyaflar içinde yünün payı yüzde 1. Dünya genelinde koyun sayısının azalmasına bağlı olarak yün üretimi azalıyor ve fiyatlar artıyor. Yünlü apre canlı bir elyaf olduğu için üretimi sırasında su tüketimi pamuğa, sentetığe göre daha fazla. Biz o fazlalığı yarı yarıya indirmeye çalışıyoruz. Kimi entegre kimi fason olmak üzere Türkiye’deki boyahane sayısının, kontrollü şekilde artırılması gerekiyor. Her konfeksiyoncu boyahane kursa 35 bin boyahane olur ve bunun altından kalkamayız. Suyu geri kazanmaya önem verecek bir yönetim biçimiyle sistemlerimizi yönetmemiz gerekiyor. Bu konuda hepimize görev düşüyor.” dedi.



**600**  
Türkiye’deki  
boyahane sayısı



**15.000**  
ton  
Tekstil terbiye  
sektörünün  
günlük  
kapasitesi



**103**  
Derneğin  
üye sayısı

### “TÜRKİYE’DE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EYLEM PLANINI AÇIKLAYAN İLK SEKTÖRÜZ”

Toplantıda söz alan İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, Sustainability Talks İstanbul etkinliğinde yabancı misafirlerin, Türkiye’de tekstilde çok büyük bir ülke olduğunu ve boya kalitesi ile servis anlamında çok ileride konumlandığını dile getirdiğini belirtti. Tepe: “Su kullanımını azaltırken kullanılan kimyasalların ham maddeleri değişmediği için az su içinde çok fazla kimyasal kullandığımızı söylediler. Sudaki kimyasal maddeler, çevre için çok büyük bir tehlike. Türkiye’de yaklaşık 600 boyahane varken böylesi önemli bir derneğin içinde yalnızca 103 üye olmasını yetersiz buluyorum. Üye sayısının bine çıkması gerektiğini düşünüyorum. Öncelikle bu sayıyı artırmamız gerekiyor. Çünkü Türk tekstil sektörünün geleceği, bu derneğimize bağlı. Normal kumaş boyamasının yanı sıra indigo boyada da büyük problemler var. Kimyasal arıtma için büyük bir finansal kaynağa ihtiyaç duyuluyor. Biz Türkiye’de sürdürülebilirlik eylem planını açıklayan ilk sektörüz. Sürdürülebilirlik Komitesi başkanlığında boya ve terbiye kısmını sizlerin üstlenmesi ve burada bir yol haritası oluşturulması gerektiğini düşünüyorum.” dedi.

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatma Uçurum ise tekstil sektörünün en önemli kısmı olan tekstil terbiye alanında su kullanımının, oldukça iyi bir noktaya geldiğini ifade etti. Bu durumun tekstil terbiye alanındaki know-how ve teknik gelişimle alakalı olduğunu söyleyen Uçurum, Türkiye’nin çok daha iyisini yapabilecek potansiyeli bulunduğunu fakat henüz yolun başında olduğunu ifade etti.

# MESİAD'ın yeni dönem hedefleri ve sorunları masaya yatırıldı

İTKİB Hedef Dergisi Yayın Kurulu tarafından sektörel derneklerin yaşadığı sorunları paylaşmak ve çözüm yolları hakkında istişarelerde bulunmak adına düzenlenen Sektörel Buluşmalar toplantılarının 11'incisi, Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği'nin (MESİAD) katılımıyla gerçekleştirildi. MESİAD Başkanı Ekrem Kap: "Vizyonumuz, ortak değerimiz olan Merter'i, tüm dünyada hak ettiği yere taşımak olacak. Bu gücü dünyaya tanıtmak ve ihracatımıza katkı sağlamak istiyoruz." dedi.



**İTKİB HEDEF** Dergisi Yayın Kurulu, sektörel derneklerin mevcut sorunlarını ve çözüm önerilerini istişare etmek üzere Sektörel Buluşmalar toplantılarının 11'incisini, MESİAD ile gerçekleştirdi. 14 Aralık'ta düzenlenen toplantıya Hedef Dergisi Yayın Kurulu Başkanı Hikmet Ünal ve MESİAD Başkanı Ekrem Kap katıldı.

MESİAD'ın en eski STK'lardan biri olduğunu belirterek sözlerine başlayan Ekrem Kap, derneğin 1994'te kurulduğunu söyledi. MESİAD'ın başta Hikmet Tanrıverdi olmak üzere Zorlu ve Çalık Holding dâhil olmak üzere dönemin en büyük ve öncü tekstil sanayicilerinin himayesinde kurulan bir dernek olduğunu ifade eden Kap: "Ben, derneğin 11'inci başkanıyım. Şu anda bin 100 üyemiz bulunuyor. Üye sayımızı güncelleme ve artırma üzerine çalışmalar yapıyoruz. Bu doğrultuda 700 üyemizin aktif durumda olduğunu gördük. Üyelerimizin yaklaşık yüzde 65'i hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteriyor. Tekstil sektöründe faaliyette olan

üye sayımız da oldukça fazla. Farklı sektörlerden de üye iş insanları olmasına rağmen konum ve misyon itibarıyla MESİAD, tekstil STK'sı olarak görünüyor. Merter, kümelenmiş bir bölge. Hazır giyim sektörü de kendi içinde Merter'de kümelenmiş durumda. Örneğin birkaç sokak aksesuar sokağıdır. Başka bir sokağa gittiğinizde kumaş sokağı olduğunu görürsünüz. Başka sokaklar da hazır giyim sokağıdır. Merter, yapısı itibarıyla genişlemeye müsait durumda. Bölgemizde yaklaşık 10 bin 200 işletme bulunuyor. Merter, yakın zaman önce bir değişim ve dönüşümden geçti. Eskiden bölgemizde imalatın da içinde olduğu, firma başına 700 metrekare gibi büyük organizasyonlar varken şimdi ofis ve yönetim alanları kaldı. Üretim, bölge dışına çıktı. Merter'den birçok firma, Anadolu'ya yatırım yaptı. Şu an bölgemizde ihracatta öncü olan firmalar da var. Diğer tekstil bölgelerimiz de son derece kıymetli fakat Merter'in, tüm sektörü birleşik olarak temsil etmesi anlamında kendine has bir durumu var." şeklinde konuştu.

## “VİZYONUMUZ; MERTER’İ TÜM DÜNYADA HAK ETTİĞİ YERE TAŞIMAK OLACAK”

Uzun yıllardır Merter’de olduğunu ve değişim dönemine şahitlik ettiğini belirten Ekrem Kap: “Merter çok büyük bir hareketlilik yaşıyor. Büyüklerimiz, kabına sığmayıp Merter’den gittiğinde yeni bir jenerasyon işleri devraldı. Üretim, moda, tasarım gibi alanlara yoğunlaşılmasıyla bir kafa karışıklığı yaşandı. Fakat geldiğimiz noktada firmalarımız oturmaya başladı. Tam burada dernek olarak bizim misyonumuz ortaya çıkıyor. Biz, kurumsallaşmanın önemli olduğunu düşünüyoruz. Çalışkan, kendi markasını geliştiren, ciddi ihracat yapan ama tam olarak ne yapacağını, gücünü, sınırını hesaplayamayan firmalarımıza TİM, İHKİB, İTHİB gibi kurumlardan ve dünyadan aldığımız bilgileri, gelişmeleri, know how’ları aktarmak ve onları geleceğe hazırlamak istiyoruz. Merter; Osmanbey, Laleli, Bayrampaşa ve Zeytinburnu gibi tüm bölgelerin merkezi diyebiliriz. Çünkü Merter, kendi markasını yaptığı gibi aynı zamanda bu bölgelere de üretim gerçekleştiriyor. Hem satışın hem de üretimin birleşik olduğu başka bir bölge, Türkiye’de ve yakın coğrafyada yok. Vizyonumuz; ortak değerimiz olan Merter’i, tüm dünyada hak ettiği yere taşımak olacak. Bu gücü dünyaya tanıtmak ve ihracatımıza katkı sağlamak istiyoruz.” şeklinde konuştu.

## “MERTER BİRÇOK SEKTÖR ACISINDAN CAZİBE NOKTASI”

Üyelerin karşılaştığı sorunlara da değinen Kap, firmaların kendini önemli hissetmek istediğini ifade ederek bu noktada gerçekleştirdikleri ziyaretlerin öneminden bahsetti. Üyelerinin kendilerini önemli hissetmelerine yönelik faaliyetlerde bulunacaklarının altını çizen Kap: “Firmalarımıza yaptıkları işin, ekonomi, istihdam ve tasarım anlamında değerli olduğunu anlatmamız gerekiyor. Karşılaştığımız en önemli sorunlardan bir diğeri, firmalarımızın ekonomik sisteme direkt olarak dâhil olmaları. Kargo firmaları çok güzel işler yapıyor ve üyelerimizin önünü açıyor. Fakat bu yeterli değil. Bu sorunu kargo firmalarımızla birlikte çözmemiz gerekiyor. Geçmişte bavul ticaretinin ihracata dönüşmesi noktasında projeler yapılmıştı fakat bu şansını iyi değerlendiremedik. Bu konunun yeniden gündeme gelmesini bekliyoruz. Merter’deki hızlı

“Üyelerimizle birebir temas sağlayarak genel sorunları göreceğiz. Ticaret odası, belediye, İHKİB ve İTHİB üzerinden firma güncelleme çalışması yapıyoruz. Böylece direkt ihracatçı firma sayımızı da tespit etmeyi planlıyoruz.”

büyüme, birçok sektör açısından bölgeyi cazibe noktası hâline getirdi. Hızlı büyüme sonrasında trafik ve altyapı gibi sorunlar ortaya çıktı. Bu noktada sokaklarımızın düzenlenmesi için İstanbul Büyükşehir Belediyesi başta olmak üzere çeşitli kurumlara iş birliği yapmamız gerekiyor. Bölgemiz açısından büyük önem taşıyan bu sorunun çözümü için görüşmelerimiz sürüyor. Kontrolsüz kargo sistemi, firmalarımızın işlerini tıkayabiliyor. Bunu daha organize şekilde, üst akılla, kargo firmalarımızı da mağdur etmeyecek şekilde çözmemiz lazım. Bazen bu karmaşa nedeniyle potansiyelimizi tam olarak ortaya koyamıyoruz.” dedi.

## “ÜYELERİMİZLE BİREBİR TEMAS SAĞLAYARAK GENEL SORUNLARI GÖRECEĞİZ”

Üyelerinin sorun ve ihtiyaçlarını belirlemek adına bir anket firmasıyla anlaşmak üzere olduklarını söyleyen Kap: “Üyelerimizle birebir temas sağlayarak genel sorunları göreceğiz. Ticaret odası, belediye, İHKİB ve İTHİB üzerinden firma güncelleme çalışması yapıyoruz. Böylece direkt ihracatçı firma sayımızı da tespit etmeyi planlıyoruz. Bu çalışmaları ortaya koyduktan sonra çözümleri çok daha kararlı şekilde belirleyeceğiz. Şu an sadece gördüğümüz sorunların üstüne gidiyoruz, fakat tespit edemediğimiz sorunlar da vardır diye düşünüyoruz.” ifadelerini kullandı.

MESİAD olarak bir aplikasyon üzerinde çalıştıklarını belirten Ekrem Kap, sözlerine şöyle devam etti: “Diji MESİAD adını verdiğimiz uygulama; yurt içinde ve yurt dışında Merter’i ziyaret etmek isteyenler, MESİAD üyeleri ve üye olmak isteyen firmalar için önemli bir avantaj sağlayacak. Yurt dışından Merter’e gelecek olan ziyaretçiler, aplikasyon sayesinde hava durumu, ulaşım, ürün grupları gibi birçok bilgiye erişebilecek. MESİAD üyeleri ise mevzuat değişiklikleri, güncel gelişmeler, uzman değerlendirmeleri, ilanlar gibi bilgilere aplikasyon üzerinden erişebilecek.”

## “İHKİB İLE YAKIN BİR TEMAS HÂLİNDEYİZ”

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ile yakın zamanda hazır giyim istişare toplantısı düzenlediklerini hatırlatan MESİAD Başkanı Ekrem Kap, İHKİB ile yakın temas hâlinde olduklarını söyledi. Merter bölgesine İHKİB’i ve faaliyetlerini daha iyi tanıtmak gerektiğini söyleyen Kap: “Merter, çok ciddi işlerin yapıldığı bir yer. İHKİB’in üyelerimize daha fazla fayda sağlayabileceğini düşünüyorum. Daha yakın ilişkiler geliştirdiğimizde bu durumun ihracatımıza da katkı sağlayacağını öngörüyoruz. İHKİB’in gerçekleştirdiği projelerden üyelerimizin daha fazla faydalanmasını istiyoruz. Dernek olarak hayata geçirmeyi planladığımız projeler için de İHKİB’den destek bekleyeceğiz. MESİAD olarak geleneksel hale getirdiğimiz çok önemli bir etkinliğimiz var. Modelhane eğitimimiz sayesinde sektörün en çok ihtiyaç duyduğu bu alanda sektörü fayda sağladık. Bu konuda İHKİB ve İMA ile çalışmak istiyoruz. Merter’e daha fazla zaman ayrılması gerektiğini düşünüyoruz. Yapılan her faydalı çalışma, büyük bir etkileşime yol açacaktır” dedi.



# Vergiye uyumlu mükelleflerde indirimden faydalanma şartları kolaylaştırıldı (II)

Vergi Usul Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile birçok vergi yasasında yeni düzenlemeler yapılmıştır. Birçoğu mükellef lehine olan bu düzenlemeler, bu ayki yazımızın konusunu oluşturacaktır.

**SÖZ KONUSU** düzenleme kapsamında bu kanunun 26'ncı maddesi ile VUK'un 261'inci maddesinin birinci fıkrasına, dokuzuncu değerlendirme ölçütü olarak "alış bedeli" eklenmiştir. "Alış bedeli, bir iktisadi kıymetin satın alma bedelidir. İktisadi bir kıymetin iktisap edilmesi ile ilgili diğer giderler alış bedeline dâhil değildir." ifadelerine yer verilmiştir.

Maliyet bedeline girmesi zorunlu olan ve olmayan unsurlar belirlenmiştir. Bu kanunun 27'nci maddesi ile VUK'un 262'nci maddesinde yapılan düzenlemeyle, maliyet bedeline girmesi zorunlu olan ve olmayan unsurlar, kapsamlı ve sistematik olarak sayılmak suretiyle kanuna eklenmektedir. Uygulamada tereddütlere neden olan, maliyet bedeline zorunlu veya ihtiyari olarak dâhil edilmesi öngörülen giderler sayılmak suretiyle, maliyet bedelinin nelerden oluştuğu açıklığa kavuşturulmaktadır.

### ELEKTRONİK ORTAMDA VERGİ DAİRESİNİN KURULMASI

Bu kanunun 12'nci maddesi ile VUK'un dördüncü maddesinin ikinci fıkrasının ikinci cümlesinde yapılması öngörülen değişiklikle, fiziki ortamdan bağımsız olarak elektronik ortamda vergi dairesinin kurulması; bu dairelerin diğer vergi dairelerinin şubesi olarak belirlenmesi suretiyle mükelleflere hızlı ve etkin hizmet verilebilmesinin sağlanması, vergi dairesince yapılan işlemlerin elektronik ortamda kurulan vergi daireleri tarafından da yerine getirilmesini temin edecek düzenlemeler yapma konusunda Hazine ve Maliye Bakanlığı'na yetki verilmiştir.

Vergi incelemenin uzaktan yapılabilmesine imkân getirilmiştir. Bu kanunun 17'nci maddesi ile VUK'un 139'uncu maddesinde yapılan değişiklikle vergi incelemelerinin, inceleme elemanının dairesinde, uzaktan yapılabilmesine imkân sağlanmaktadır.

### VERGİ İNCELEMESİNE YAZILI BİLDİRİM İLE BAŞLANMASI

Bu kanunun 18'inci maddesi ile VUK'un 14'üncü maddesinde yapılan değişiklikle, incelemeye tutanak düzenlenerek başlanılmayacak; bunun yerine mükellefe yapılacak yazılı bildirim ile incelemeye başlanacaktır.

Elektronik ortamda tutulan defterler için berat alınması veya defterlerin onaylanmasının tasdik yerine geçmesi düzenlenmiştir. Bu kanunun 20'nci maddesiyle VUK'a eklenen 226/A maddesiyle, fiziki ortamda tutulan defterlerde bulunan tasdik zorunluluğuna benzer şekilde, e-defterler için berat alınması veya defterlerin onaylanmasının tasdik hükmünde sayılması, berat alınması ve onay işlemlerinde belirlenen usul, esas ve sürelerle uyulmaması hâlinde ise defterlerin tasdik ettirilmemiş sayılması düzenlenmektedir.

YMM tasdik raporu gerektiren durumlar için 60 günlük ek süre verilmesi kararlaştırıldı. Bu kanunun 22'nci maddesi ile VUK'un mükerrer 227'nci maddesinde yapılan değişiklikle, yararlanılması yeminli mali müşavirlerce düzenlenmiş tasdik raporu ibraz şartına bağlanan muafiyet, istisna, zarar mahsubu ve benzeri konularda, tasdik raporunun süresi içinde ibraz edilmemesi durumunda, mükellefe tebliğ edilmek şartı ile 60 günlük bir mühlet verilmesi ve bu süre içinde tasdik raporunun zamanında verilmiş sayılması; belirlenen süre içinde ibraz edilmemesi hâlinde ise tasdike konu haktan yararlanamaması düzenlenmektedir.

### BASİT USULE TABİ OLANLARIN TİCARİ KAZANÇLARININ GELİR VERGİSİNDEN İSTİSNA TUTULMASI

Bu kanunun birinci maddesi ile GVK'ye eklenen mükerrer 20/A maddesiyle, GVK'nin 47 ve 48'inci maddelerinde

*Sosyal medyadan elde edilen kazançların belirli bir tutarına kadar istisna getirilmesi düzenlendi.*



yazılı şartları karşılayarak basit usulde vergilendirilen mükelleflerin ticari kazançları, gelir vergisinden istisna edilmektedir. İstisna kapsamındaki bu kazançlar için yıllık beyanname verilmeyecek ve diğer gelirler, dolayısıyla beyanname verilmesi hâlinde de bu kazançlar beyannameye dâhil edilmeyecektir.

Gider pusulasının düzenlenme zorunluluğunun bulunduğu durumlara açıklık getirilmesi düzenlendi. Bu kanunun 23'üncü maddesi ile VUK'un 234'üncü maddesinde yapılan düzenlemeyle, gider pusulasının düzenlenme zorunluluğunun bulunduğu durumlara açıklık getirilmekte ve belgenin düzenlenme süresinin de yedi gün olduğu açık bir şekilde ifade edilmektedir.

Sosyal medyadan elde edilen kazançların belirli bir tutarına kadar istisna getirilmesi düzenlendi. Bu kanunun ikinci maddesi ile GVK'ye eklenen mükerrer 20/B maddesiyle, sosyal medya üzerinden paylaşım yapan sosyal içerik üreticilerinin elde ettikleri kazançlar ile mobil cihazlarda uygulama geliştirenlerin; bu uygulamalardan elde ettikleri kazançları GVK'nin 103'üncü maddede yazılı tarifinin, dördüncü gelir



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

diliminde yer alan tutarı (2021 yılı için 650 bin TL) aşmamak kaydıyla istisna kapsamına alınmaktadır.

### TARIMSAL DESTEKLEME ÖDEMELERİNDE KAZANÇ İSTİSNASI GETİRİLMESİ

Bu kanunun üçüncü maddesi ile GVK'ye eklenen mükerrer 20/C madde ile kamu kurum ve kuruluşları tarafından çiftçilere yapılan destek ödemeleri, gelir vergisinden istisna edilmekte ve bu ödemelerden herhangi bir vergi kesintisi yapılmaması sağlanmaktadır.

### SONUÇ

Yapılan bu değişikliklerin çoğu, mükellef lehinedir. Uzun zamandır yasalardaki muğlaklık nedeniyle mali idare ile mükellef arasındaki uyumsuzlukların yargıya taşınmasına neden olan birçok husus netleştirilmiş ve yorum farklılıklarına son verilmiştir. Öncelikle bu düzenlemelerde emeği geçenleri tebrik etmek gerekir.

Yapılan bu düzenlemelere tek eleştirim; basit usulde vergilendirilen ticaret erbabının, vergi ve beyan dışı bırakılmış olması hususuna olacaktır. Ülkemiz; vergi bilinci, verginin tabana yayılması ve vergisel yükümlülüklerin yerine getirilmesi bakımından sıkıntıları olan bir ülkedir. Hâl böyleyken basit usulde vergilendirilen binlerce mükellefin, vergi sisteminin dışına çıkarılması doğrudan vergi ödemelerinin çok az olduğu ülkemizde vergi bilincinin oluşması bakımından hiç de iyi sonuçlar doğurmayacaktır. Bu istisnanın sadece ticari kazanç elde edenlere tanınması da vergide adalet ve eşitlik ilkelerine aykırı olacaktır ki bu da ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkacaktır.





## Türk Borçlar Kanunu uyarınca kira artışı ve kira bedelinin tespiti davası

Kira sözleşmesinin esaslı unsurlarından biri kira bedelidir. Kira sözleşmesinin tarafları, kural olarak kira bedelini özgür iradeleriyle belirleyebilir.

➤ **GÜNÜMÜZDE** kira sözleşmesi devam ederken kiraya veren; istediği zaman, istediği bedel üzerinden kira sözleşmesini devam ettirmek isteyebilmekte. Kiracı ise kendi düşündüğü bedel/oran üzerinden bir kira artırımını yapabilmektedir.

Makalemizde Türk Borçlar Kanunu uyarınca kira artışının hangi şartlarda nasıl olabileceğini ve kira tespit davasını siz değerli okurlarımız için ele alacağız.

### KİRA ARTIŞ MİKTARI, TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSİNDEN FAZLA OLAMAZ

Türk Borçlar Kanunu'nda kira artışı konusu düzenlenmiş olup kiraya verenin talep edebileceği en fazla kira artış sınırı bellidir. Kanuna göre taraflar, kira artış miktarını belirlemişlerse bu miktar bir önceki kira yılının 12 aylık TÜFE ortalamasından fazla olamaz. Tarafların kira sözleşmesinde kira artış miktarını belirlememiş olmaları durumunda kira artış oranı, bir önceki kira yılının 12 aylık TÜFE kira ortalamalarının değişim oranını geçmemek koşuluyla, hâkim tarafından hakkaniyete göre belirlenmektedir.

### KİRA TESPİT DAVASI AÇILABİLMESİ İÇİN ŞARTLARA UYULMASI GEREKİR

Kira tespit davası, kira bedelinin tekrar belirlenmesi üzerine talep edilen davadır. Hem kiracı hem de kiraya veren bu davayı açma hakkına sahiptir.

Türk Borçlar Kanunu'nun ilgili maddesi uyarınca, yeni kira döneminin başlangıcından en geç 30 gün önceki bir tarihte dava açılmışsa veya kiraya veren tarafından yeni kira döneminin başlangıcından en geç 30 gün önceki bir tarihte kadar kira bedelinin artırılacağına ilişkin olarak kiracıya yazılı bildirimde bulunulmuşsa dava; izleyen yeni kira dönemi sonuna kadar açıldığı takdirde, mahkemece belirlenecek kira bedeli, yeni kira döneminin başlangıcından itibaren kiracıyı bağlayacaktır.

Kira süresi beş yılı geçmemişse bu davayı açmak mümkün değildir.



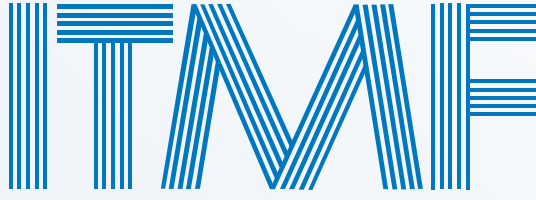
Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Kira tespit davasında kira bedeli; emsal kira bedelleri, kiralananın durumu, konumu, özellikleri, TÜFE artış oranına bakılarak tespit edilmekte. Bunun yanı sıra kiracının; kira sözleşmesinin kaç yıldır tarafı olduğu, düzenli ödemeler yapıp yapmadığı, yıllık artışların uygulanıp uygulanmadığı gibi hususlar da mahkemece incelenmektedir. Ayrıca mahallinde yapılacak keşif ve düzenlenecek olan bilirkişi raporu da hâkimin kararını vermesinde etkin rol almaktadır.

**Kira tespit davası, kira bedelinin tekrar belirlenmesi üzerine talep edilen davadır. Hem kiracı hem de kiraya veren bu davayı açma hakkına sahiptir.**

### YENİ MALİK DE DAVA AÇABİLİR

Kiralananın el değiştirmesi, yani kiraya verenin değişmesi, kiracının kira sözleşmesine bağlılığı açısından bir farklılık yaratmamaktadır. Zira yeni mal sahibi/malik de tıpkı eski kiraya veren gibi kira ilişkisi ile bağlıdır. Dolayısıyla eğer eski malik, kira tespit davası açabilmenin şartlarını taşıyorsa yeni malik de söz konusu davayı açabilir.



# ITMF TEKSTİL ÖDÜLLERİ

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nın ulusal üyesi bulunduğu Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu ITMF, bu yıl ilk kez ITMF Ödülleri yarışması düzenliyor. İki kategoride, tekstil endüstrisinde başarı elde etmiş kişi ya da kurumlara verilecek ödüllerin kazananları 10-12 Nisan 2022'de Davos, İsviçre'de gerçekleşecek ITMF Konferansı'na projelerini sunmak üzere davet edilecek.

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE İNOVASYON

Tekstil endüstrisinde yenilikçilik, tasarım, gelişim ve üretim odaklı; sürdürülebilirlik standartlarına ve çevreye saygılı başarılı çalışmalar ödüllendirilecektir.

## ULUSLARARASI İŞBİRLİĞİ

17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi değerlerine yönelik, başarılı uluslararası işbirliği çalışmaları ödüllendirilecektir.

Başvurular **29 Ocak 2022** tarihine kadar **secretariat@itmf.org** adresine e-posta aracılığı ile yapılabilecek.

Başvuru belgeleri için: [itmf.org/awards/itmf-awards-2022](http://itmf.org/awards/itmf-awards-2022)



**Türkiye  
Tekstil Sanayii İşverenleri  
Sendikası**

# Hazır giyim ihracatı

## 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

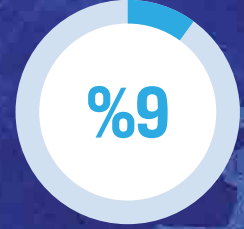


2021 yılı Ocak-Aralık dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %18,3 arttı.

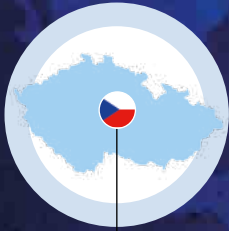


Ocak-Aralık döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %20 arttı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

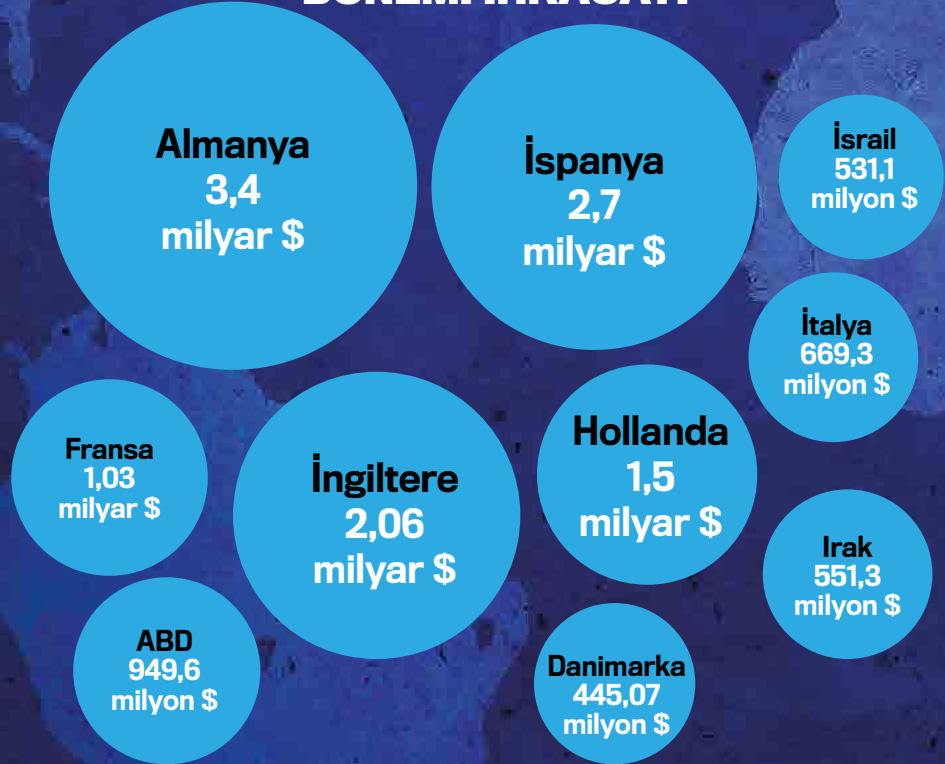


Çekya

**%104,3**

Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %104,3 ile Çekya olurken Ürdün'e ihracat %85,6, Tunus'a ise %79,7 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI



## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

### ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

**%25,4 10,4 milyar \$**

### DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

**%10,2 6,8 milyar \$**

### DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

**%14,6 2,7 milyar \$**

# Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

## 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

12,9  
milyar  
dolar



Sektörün Ocak-Aralık dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %33,2 arttı.

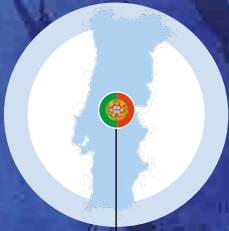


Aralık ayında tekstil ve ham maddeleri sektörünün ihracatı bir önceki yıla kıyasla %18,2 arttı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%5,7

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Portekiz  
%119,4

Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke %119,4 ile Portekiz olurken Kazakistan'a ihracat %79,5, Belarus'a ise %75 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

Bulgaristan  
472  
milyon \$

İtalya  
1,1  
milyar \$

İngiltere  
599  
milyon \$

İspanya  
498  
milyon \$

Almanya  
1,04  
milyar \$

Hollanda  
444  
milyon \$

ABD  
840  
milyon \$

Mısır  
420  
milyon \$

Belarus  
461  
milyon \$

Fransa  
346  
milyon \$

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%67,6 2,7 milyar \$

DOKUMA KUMAŞ

%25,8 2,4 milyar \$

TEKNİK TEKSTİL

%-14,5 2,3 milyar \$

EV TEKSTİLİ

%27 2,3 milyar \$

# Deri ve deri mamulleri ihracatı

## 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI



2021 Ocak-Aralık döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%30** arttı.



2021 yılı Aralık ayı ihracatı, bir önceki yılın aynı ayına göre **%38,9** yükseldi.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Tacikistan  
**%260**

Ocak-Aralık döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke **%260** ile Tacikistan olurken Tunus'a ihracat **%121**, Kazakistan'a ihracat ise **%114** arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

Rusya  
133,1 milyon \$

Almanya  
133,8 milyon \$

ABD  
67 milyon \$

Irak  
83,5 milyon \$

İtalya  
98,2 milyon \$

İspanya  
87,4 milyon \$

Romanya  
51,4 milyon \$

Fransa  
62,8 milyon \$

Hollanda  
47,4 milyon \$

İngiltere  
72,3 milyon \$

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

### AYAKKABI

**%22,9** 1,06 milyar \$

### YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

**%59,8** 266 milyon \$

### SARACİYE

**%35,8** 242,3 milyon \$

### DERİ VE KÜRKTEN GİYİM EŞYALARI

**%24,6** 207,4 milyon \$

# Halı ihracatı

## 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

3,1  
milyar  
dolar



Ocak-Aralık döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre **%22,1** arttı.



Ocak-Aralık döneminde bir önceki yıla kıyasla AB ülkelerine halı ihracatı **%42,8** oranında artış gösterdi.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

**%1,4**

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Bulgaristan  
**%640**

Ocak-Aralık döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, **%640** payla Bulgaristan oldu. Dubai ihracatı **%283,5** arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

ABD  
1,1  
milyar \$

Irak  
176,1  
milyon \$

Libya  
96,9  
milyon \$

İngiltere  
161,5  
milyon \$

Almanya  
160,3  
milyon \$

B.A.E.  
140,1  
milyon \$

Mısır  
89,5  
milyon \$

Bulgaristan  
70,4  
milyon \$

İsrail  
60,7  
milyon \$

Kanada  
53,3  
milyon \$

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2021 OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALILARI

**%20,9** 2,7 milyar \$

TÜFTE HALILARI

**%28,6** 438,7 milyon \$

EL HALISI

**%41,9** 43,4 milyon \$

## OCAK AYI ETKİNLİKLERİ

### İSTANBUL HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 13 Ocak** İHKİB Üye Buluşmaları  
**21-24 Ocak** Who's Next Fuarı – Fransa  
**22-24 Ocak** Interfiliere Fuarı – Fransa  
**2-4 Şubat** Kiev Fashion Fuarı – Ukrayna  
**4-6 Şubat** Momad Metropolis Fuarı – İspanya

### İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 11-12 Ocak** Türkiye'nin Dokuma Atlası Defilesi  
**20 Ocak** Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı  
Mümessiller Lansmanı  
**Şubat** Ay boyunca Türkiye'nin Dokuma Atlası Sergisi – İstanbul Tophane-i Amire

### İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 5 Ocak** Ayakkabı Tasarım Yarışması Birinci Jüri Değerlendirmesi  
**5 Ocak** İDMİB Yönetim Kurulu Toplantısı  
**10 Ocak** Ayakkabı Tasarım Yarışması İkinci Jüri Değerlendirmesi  
**20-22 Ocak** Leshow İstanbul Fuarı





# İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (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

## TİCARET BAKANLIĞI

Adres: Dumlupınar Bulvarı No: 151  
Eskişehir Yolu 9. Km 06800 Çankaya/ANKARA  
Bakanlık Santrali: + 90 312 449 10 00  
Bakanlık Genel Evrak Fax: +90 312 449 18 18  
Web: www.gtb.gov.tr



## TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii  
Sanayi Cad. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul  
Tel: 0 212 454 04 90 / 454 04 91  
Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83  
e-mail: tim@tim.org.tr  
Web: 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

### Batı Akdeniz İhracatçılar

**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

### Denizli İhracatçılar

**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

### Doğu Anadolu İhracatçılar

**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

### Doğu Karadeniz İhracatçılar

**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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### Ayakkabı Yan Sanayicileri

**Derneği (AYSAD)**  
Tel: 0 212 549 36 12  
Web: www.aysad.org

### Bayrampaşa Tekstilci ve

**Sanayici İş Adamları Derneği**  
**(BATİAD)**  
Tel: 0 212 613 97 23  
Web: www.batiad.org.tr

### Birleşmiş Markalar

**Derneği (BMD)**  
Tel: 0 212 320 82 00  
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

### Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08  
Web: www.csd.org.tr

### İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66  
Web: www.ihkibev.org.tr

### Kürk Sanayicileri ve İş Adamları

**Derneği (KSİAD)**  
Tel: 0 212 415 82 32  
Web: www.ksiad.com

### Konfeksiyon Yan Sanayicileri

**Derneği (KYSD)**  
Tel: 0 212 438 12 96 - 97  
Web: www.kysd.org.tr

### Laleli Sanayici ve İş Adamları

**Derneği (LASİAD)**  
Tel: 0 212 516 90 52 - 53  
Web: www.lasiad.org.tr

### Merter Sanayici ve İş Adamları

**Derneği (MESİAD)**  
Tel: 0 212 643 47 22  
Web: www.mesiad.org.tr

### Moda Tasarımcıları

**Derneği (MTD)**  
Tel: 0212 296 90 45  
Web: www.mtd.org.tr

### Osmanbey Tekstilci

**İş Adamları Derneği (OTİAD)**  
Tel: 0 212 231 92 85  
Web: www.otiad.org.tr

### Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

### Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

Tel: 0 212 543 39 07  
Web: www.saraciyeli.org.tr

### Sektörel ve Dış Ticaret Sermaye

**Şirketleri Derneği (DİŞDER)**  
Tel: 0 212 451 85 08  
Web: www.disder.com.tr

### Tescilli Markalar Derneği (TMD)

Tel: 0 212 245 69 29  
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

### Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri

**ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)**  
Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)  
Web: www.tetsiad.org

### Türkiye Denim Sanayici ve

**İş Adamları Derneği (DENİMDER)**  
Tel: 0 212 474 75 30  
Web: www.denimder.org.tr

### Tüm İç Giyim Sanayicileri

**Derneği (TİGSAD)**  
Tel: 0 212 438 65 15  
Web: www.tigsad.org

### Türkiye Ayakkabı Sanayicileri

**Derneği (TASD)**  
Tel: 0 212 549 71 71  
Web: www.tasd.com.tr

### Türk Deri Konfeksiyoncuları

**Derneği (TDKD)**  
Tel: 0 212 665 27 47  
Web: www.tdkd.org.tr

### Türkiye Tekstil, Hazır Giyim,

**Deri Sanayi Teknoloji**  
**ve Tasarım Araştırma**  
**Geliştirme Vakfı (TARGEV)**  
Tel: 0 232 488 61 23  
Web: www.targev.org.tr

### Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma

**Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)**  
Tel: 0 212 470 51 53  
Web: www.tasev.org.tr

### Türkiye Giyim Sanayicileri

**Derneği (TGSD)**  
Tel: 0 212 639 76 56  
Web: www.tgsd.org.tr

### Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02  
Web: www.turdev.org

### Türkiye Deri Sanayicileri

**Derneği (TDSD)**  
Tel: 0 216 394 07 40-41  
Web: www.tdsd.org.tr

### Türkiye Triko Sanayicileri

**Derneği (TRİSAD)**  
Tel: 0 212 438 06 60  
Web: www.trisad.org

### Türkiye Tekstil

**Terbiye Sanayicileri**  
**Derneği (TTTSD)**  
Tel: 0 282 758 35 64  
Web: www.ttttd.org.tr

### Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05  
Web: www.turktekstilvakfi.com

### Zeytinburnu

**Tekstil Sanayici ve**  
**İş Adamları Derneği (ZETSİAD)**  
Tel: 02124834000  
Web: www.zetsiad.org.tr

HIZLI - GÜVENLİ - UYGUN

# INTERMODAL & KARAYOLU Taşımacılığı

## INTERMODAL;

İngiltere, Almanya, İtalya  
Belçika, Hollanda, Avusturya  
Lüksemburg

## KARAYOLU;

Fransa, İspanya, İtalya  
Belçika, Hollanda, Portekiz

6. GÜNDE  
TESLİMAT



pricing@seraytrans.com

+90 212 451 51 01



**S'ERAY**  
Logistics & Transport

www.seraytrans.com

## Konfeksiyon ve tekstil endüstrisi için dünyanın en büyük B2B platformu



120.000+  
Kayıtlı şirket

300.000+  
Ürün görseli

120+  
Ülke

400M USD+  
İş hacmi

80.000+  
Ürün arama

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın 2021 Yılı Onaylı E-Ticaret  
Siteleri arasında ve %60 teşvik fırsatıyla



Ayrıntılı bilgi için [turkey@foursource.com](mailto:turkey@foursource.com)

# KMT

1996

## KOMET METAL ACCESSORIES

*We Care! We Commit! We Lead!*



 @kometmetal

 +90 212 481 22 17

 kmt@kometmetal.com.tr



www.kometmetal.com.tr