



StyleShoots

Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu

eren
morhipo.com

ebebek
trendyol

Civil
Babello

COLIN'S
Özdilek

SARAR
sıkmakas
CROSS JEANS

SAFRAN
TEXTILE
LC WAIKIKI



Styleshoots Horizontal'i Instagram'da
keşfedin! @astasjuki

ASTAS JUKI

Astas Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Koçman Cad. No: 57 34212 Güneşi/Istanbul 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

İÇİNDEKİLER

KONULAR

54

Anadolu'da Yatırım

Şeref Fayat
"Kırkırelı'nden
sonra Erzıncan'da da
tamamen yeşil bir fabrika
kuruyoruz"

76

Fark Yaratanlar

Ahmet Hayri Diler
"Tasarım odaklı, inovatif,
katma değeri yüksek
hahlar üretiyoruz"



İÇİNDEKİLER



BÖLÜMLER

08

Kısa Haberler

Türkiye Lojistik Portalı faaliyete başladı

44

Kapak

Türk hazır giyim sektörünün gerçeğe dönüşen hayali; IFCO Fuarı

58

Sürdürülebilirlik

Enerji krizinde tek çözüm, yeşil dönüşüm

62

Etkinlik

Kiev Fashion Show, Türk hazır giyim sektörü açısından başarılı geçti

88



74

Brüksel Mektubu

M. Haluk Özelçi

Avrupa Birliği, Mısır'ın ithalat kısıtlamalarını Dünya Ticaret Örgütü'ne taşıdı

80

Bakış

Kadın istihdamının lokomotifini tekstil ve hazır giyim

84

Ekonomi Köşesi

Behzat Yıldırım

İlkbahara girerken enflasyon ve döviz kurları

86

Teknoloji

Akıllı fabrikalar üretime hız ve kalite kazandırıyor

88

Moda Tasarımcısı

Neslişah Yılmaz

Dünya pazarında kabul gören bir Türk markası

90

Hukuk Köşesi

Av. H. Ozan Ögüt

Konkordato ve sonuçları nedir?

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

HAZİR GIYIM

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

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

ÖZLEM MATBAA

Maltepe, Litros Yolu Sok. 2. Matbaacılar
Sitesi D: 2BB4, 34010 Zeytinburnu / İstanbul

Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflarınızın izinsiz kullanılmaması.
Dergimizde yer alan ilan, yazı ve fotoğrafların sorumluluğu sahiplerine aittir.



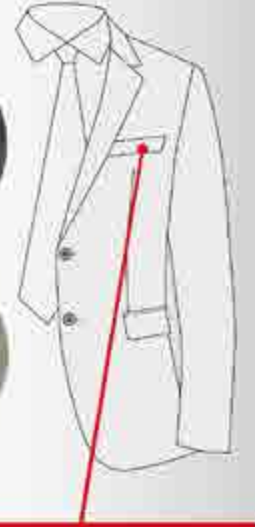
Yüksek çalışma hızı
8 saatte 1200 cebe kadar



Basit ve Hızlı
Öğrenme Süreci



Yüksek Teknoloji
Otomasyon



Spor Ceket veya Blazer
Dikişli Göğüs Cep Fleto Otomati

25 Yılı aşkın Dikiş Otomasyon Tecrübesi, Müşteri Gereksinimleri Konusunda Uzman Teknik Alt Yapısı İle A.S.S AG Dikiş Otomasyon Teknolojileri Şimdi **"Dünya Markalarının Türkiye Distribütörü Uğur Tekstil Makinaları A.Ş."** Güvencesi ile **TÜRKİYE'DE**



www.ugurbrother.com



uguras@brothertr.com



info@ugurbrother.com

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ

UĞUR
TEKSTİL MAKİNELERİ


444 0 915



Uğur Tekstil Makinaları San. ve Tic. A.Ş.
Halkalı Merkez Mah. Basın Ekspres Cad.
No:5 Uğur Plaza 34303
Küçükçekmece/İSTANBUL

KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!



UNICERT
ISO 50001



ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 45001



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 14001



ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM

UNICERT
ISO 9001



QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

+90 212 481 22 17



kmt@kometmetal.com.tr



@kometmetal



www.kometmetal.com.tr

KMT

1994

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!

ONE
STEP
AHEAD
WITH
KOMET



www.kometmetal.com.tr

KOBİ'lerden e-ihracat atağı



E-İHRACAT hacmi Türkiye'de geçen yıl yüzde 200 büyüdü. E-ihracatta KOBİ ve küçük ölçekli işletmelerin payının yüzde 35 seviyesine ulaştığını ifade eden TOBB E-ticaret Meclis Üyesi, Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli; artık her ölcekten firma ve bireysel satıcının, e-ihracat üzerinden dünyaya satış yaparak kur farkını avantaja çevirebildiğini söyledi.

Çiğdemli: "Sınır ötesi ticarete Türk ürünlerinin kalite algısı çok yüksek. Avrupa, Amerika ve Asya başta olmak üzere tüm kıtalara Türk ürünleri e-ihracat yoluyla ulaştırılıyor. Firmalarda e-ihracat ile ürünlerini Türkiye'de satabileceklerinden çok daha yüksek fiyatlara satabilecekleri konusunda bir bilinc oluşt. Ödeme sistemlerinin çeşitlenmesi ve kargo operasyonlarının büyümesi de bu hacme katkı sağladı. E-ihracatta KOBİ'lerin payı yüzde 35 seviyesinde. 2022'de bu oranın da yukarı doğru bir grafik çizeceğini öngörüyoruz. Yurt dışına en çok satılan ürünler tesettür giyim, giyim, moda ürünleri, el işçiliği ürünleri, çanta, ayakkabı, oyuncak, av-kamp malzemeleri ve kısmi olarak da gıda ürünleri oldu." dedi.



Türkiye Lojistik Portalı faaliyete başladı

TÜRKİYE İhracatçılar Meclisi ve sektör paydaşlarının destekleriyle ihracatçı firmalar ile lojistik sektörünü bir araya getirmek üzere hayata geçirilen Türkiye Lojistik Portalı, faaliyete başladı. İhracatçılar ile lojistik firmalarının birbirleri ile iletişime geçebilecekleri portal; kara, hava, deniz ve tren yollarında en uygun yükün, en uygun sürede, en uygun araçla ve en uygun maliyetle taşınmasını sağlamak ve bu çerçevede küresel lojistik sorununa ulusal bir çözüm getirmek amacını taşıyor.

Lojistik hatlarında yaşanan konteyner krizinin ve navlun fiyatlarındaki yükselişlerin ihracatçı firmalara etkilerini hafifletmeyi hedefleyen portala, ihracatçı birlikleri ve e-birlik sistemi üzerinden doğrulanmış ihracatçılar üye olabiliyor. Lojistik sektörü firmaları ise yetki belgelerini ibraz etmek suretiyle üyelik

işlemlerini tamamlayabiliyor. Türkiye Lojistik Portalı'na üye olan ihracatçılar, ihracatın yanı sıra ithalat, transit ticaret ve yurt içi yüklerine ait bilgileri sisteme girerek bir yük ilanı oluşturuyor. Yüklerine ait gönderim tarihi, ağırlık, ebat, tercih edilen gönderim türü, varış noktası bilgileri gibi detaylı tanımlar ile taşımacılık sektörü temsilcilerinin soruları baştan cevaplanıyor. Lojistik firması yetkilileri bu ilanlar arasında filtreleme yaparak kendi hat ve programlarına uygun yükü buluyor, taşımacılık istediği yük için ilan sahipleri ile irtibat kurma talebinde bulunuyor. Yük sahibi ihracatçılar e-posta yolu ile bilgilendiriliyor veya portalda kendisine yapılan iletişim taleplerini görüntüleyebiliyor. Portala www.turkiyelojistikportali.com adresinden ulaşılabilirken öneriler de sitedeki form üzerinden paylaşılabilir.



TÜRK PAMUK TOHUMU AB'DE TESCİLLENDİ

Türkiye'nin pamuk tohumu ıslahçı ve üreticilerinden MAY Tohum, 2008-2013 yılları arasında Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) ile hayata geçirdiği "Pamukta Melezleme İslahı ile Çeşit Geliştirme ve Adaptasyon Araştırmaları" projesi sonucunda portföyüne dâhil ettiği MAY455 ve MAY344 çeşitlerinin AB ülkelerindeki çeşit tescil süreçlerini tamamladı. Tescil edilen pamuk çeşitleri, 2022 yılında, İspanya başta olmak üzere pamuk ekimi yapılan AB ülkelerinde pamuk

üreticileriyle buluşacak. Pamuk çeşitleri ve ihracat faaliyetleri ile ilgili detaylı bilgiler veren MAY Tohum Yönetim Kurulu Es Başkanı Hamdi Ciftçiler: "TAGEM iş birliği ile geliştirdiğimiz pamuk çeşitlerimiz MAY455, MAY505 ve MAY344, Türkiye pazarındaki başarısının ardından ABD'de ve AB ülkelerinde de tarla performansı ve lif kalitesiyle beğeni kazandı. 2022 Şubat ayı itibarıyla da MAY455 ve MAY344 çeşitlerimizin AB ülkelerinde tescili tamamlandı, ilgili ülkelerde pazarlama ve satış faaliyetlerimizi hızlandıracaktır." dedi.

lonati[®]
Macchine circolari per calzifici

TECNOPEA

Dünem
SINCE 1871 FOR YOUR FUTURE

PRIVATE SHOW

Saygıdeğer Müşterilerimiz,
Hadımköy binamızda
düzenleyeceğimiz,
Lonati Çorap Örgü Makinemizin
Private Show'unda
sizleri aramızda görmekten
onur duyarız.

Tarih : 29 Mart - 1 Nisan 2022

Saat : 10:00 - 17:00

Yer : Tetaş Showroom



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



Lonati Türkiye



lonatiturkiye



Tetaş AŞ

www.tetas.com.tr



Lonati Türkiye
DİSTRİBÜTÖRÜ

www.lonatiturkiye.com.tr

Perakende cirolarına kâr ve enflasyon freni

PANDEMİNİN yaralarını 2021'in ikinci yarısında kısmen de olsa saran perakende sektörü, 2022'nin ilk ayını sıkıntılı tamamladı. Perakende markalarının ciroları Ocak'ta, Aralık ayına göre ortalama yüzde 20 azaldı. Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) üyeleri arasında yaptığı Ocak 2022 Anketi, Ocak ayında perakende markalarının cirolarında öngörülenin üzerinde bir kayıp olduğunu ortaya koydu. Ocak cirolarının hemen her yıl aralık ayına göre ortalama yüzde 10 daha düşük kaldığını hatırlatan BMD Başkanı Sinan Öncel, Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerinde de benzer bir sonuç gördüklerini bildirdi. Bu yıl normalin iki katı bir kayıpla karşı karşıya kaldıklarını anlatan Öncel, söyle devam etti: "Üyelerimizin yüzde 80'i AVM ve caddelerdeki mağazalarında Ocak ayını, Aralık ayına göre daha düşük ciro ile kapattı. Ortalamada yüzde 20'lik bir ciro kaybı ile karşı karşıyayız. Mağazalara göre daha az olmakla birlikte e-ticaret cirolarında da gerileme var. Ham madde ve navlun maliyetlerindeki yüksek artışa çözüm bulamamışken yılbaşından itibaren enerji maliyetlerinde iki katın üzerinde orantısız bir artışla karşı karşıya kaldık. Markalarımızın mevcut cirolarla bu yükü taşıyabilmesi çok zor görünüyor. Acilen, enerji bosta olmak üzere maliyetlerdeki artışa çözüm bulmamız gerekiyor. Mart'tan sonra turizmle birlikte alisverişlerdeki canlanmanın, markalarımızın cirolarına pozitif yansımaları bekliyoruz."



Pazar yeri yönetiminde altın kurallar

TÜRKİYE, 84 milyonluk genç ve dinamik nüfusu ile pandemi döneminde dünyanın en hızlı dijitalleşen ülkelerinden biri oldu. 2020 yılına kadar internet kullanımı, 18-45 yaş aralığı tarafından iş ve eğlence amacıyla gerçekleşirken 2020-2022 arasında toplumun tümüne yayıldı ve kişi başı kullanım günlük sekiz saat ortalamasını aştı. Büyük kısmı son iki yılda olmak üzere 60 milyon kişi de Facebook, Instagram, Twitter, YouTube gibi sosyal mecraların üyesi oldu ve influencer marketing ile tanıştı. Türkiye'de bir ürün ve hizmetten yararlanılmadan önce influencer marketing çalışmalarını inceleyerek karar verme oranı yüzde 80'lere dayandı. Bu yükseliş beraberinde online alışverişin canlanmasını getirirken 2021 yılı verilerine göre Türkiye'deki e-ticaret ve e-ihracat sitelerinin sayısı 320 bin bandını aştı. E-ticaret ve e-ihracat şirketlerinin influencer marketing ile pazar yeri çalışmalarını yöneten Digital Exchange ekibi, e-ticaret

ve e-ihracat markalarına doğru pazar yeri kullanımının önemini anlattı.

Markaların Türkiye'de ve uluslararası arenada faaliyet gösteren e-ticaret sitelerinde birden fazla pazar yeri olduğunu ifade eden ekip: "Pazar yerlerini yönetmek, esasında markaların görevi ve işlevi değildir. Bu alan bir uzmanlık ister. Hem Türkiye'de hem de yurt dışında faaliyette bulunan bir e-ticaret ve e-ihracat sitesindeki pazar yerinde tüketiciyi tanımak, ihtiyaçlarını belirlemek, hangi ürün ve hizmete ilgi duyduğunu anlamak, bütçe ortalamasını bilmek, hangi kampanyaları dikkate aldığını öğrenmek en önemli koşulların başında gelir. Tüm markalar belli bir bedel ödeyerek bir pazar yeri açabilir, fakat mühim olanı pazar yeri açmak değil onu en iyi şekilde ayakta tutmak, markaya faydalı, ciro getiren, bilinirlik sağlayan ve tüketicinin olumlu referansını alacak şekilde yönetmektir." açıklamasını yaptı.

TÜRK MODA EVİ HALEİA, NEW YORK MODA HAFTASI'NDA



Türk moda evi Haleia, The Unbreakable ismini verdiği koleksiyonuyla New York Moda Haftası'na katıldı. 11-16 Şubat'ta gerçekleşen moda haftasında Haleia, tüm kuralları yıkmak için yola çıkarak kendi marka mirasını yeniden yarattığını açıkladı. Çarpıcı kumaşların vahşi desenler ve asimetrik duruşlarla birleştiği özgün koleksiyon, 13 Şubat'ta New York Moda Haftası kapsamında sunuldu. The Unbreakable, içinde hem

gündüz hem de gece için sık ve modern bir görünüm barındıran, ready-to-wear ve haute-couture olmak üzere iki moda disiplininin birlikte işlendiği çok yönlü bir koleksiyon olarak ortaya çıktı. Özenle seçilmiş dantel kumaşlar, ipek kadifeler, zırh görünümlü özel örgüler kıyafetlere üç boyutlu bir duruş kazandırırken beklenmedik kesimlerle hareketlenen kalıplar, koleksiyon içinde oyuncu bir tavrın işaretçisi olarak görüldü.

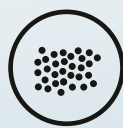
Welcome to Greener World



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



Hazır giyim sektörü dijital teknolojilere yatırım yapıyor

INCISIV tarafından hazırlanan ve hazır giyim perakendecilerinin pandemi etkilerinin üstesinden geldiğini vurgulayan 2021 Giyim, Ayakkabı ve Aksesuar Dijital Olgunluk Endeksi'ne göre hazır giyim sektörü gücünü yeniden kazanmaya çalışıyor. Pandemi öncesinde dijital teknolojilere yatırım yapan perakendecilerin finansal olarak çok daha iyi durumda olduğu belirtilirken büyümek isteyen markaların da dijital yeteneklerini geliştirmesi gerektiğine vurgu yapılıyor.

2025'E KADAR GELİRLERİN YÜZDE %70'İ DİJİTAL KANALLARDAN GELECEK
Endekse göre 2025 yılına kadar sektörün gelirlerinin yüzde 70'e yakın, dijital

kanallardan elde edilecek. Satın alma yolculuğunun değiştiğinin ve dijitalleştiğinin ifade edildiği endekste, hazır giyim perakendecilerinin web sitelerine gelen trafiğin ve yapılan satışların yüzde 70'inin mobil cihazlardan sağlandığı açıklandı. Çevrim içi siparişte "şimdi satın al, sonra öde" eğilimi, perakendecilerin yaklaşık yüzde 60'ı tarafından benimseniyor. Perakendecilerin yüzde 88'i, dijital inovasyonu önümüzdeki iki, üç yıl içinde en yüksek yatırım önceliği olarak görüyor.

Sektörde çok kanallı deneyim sunan en iyi perakende markalarını inceleyen Incisiv; Abercrombie&Fitch, Belk, DSW, Macy's, Pacsun, Ralph Lauren ve Target dâhil 21 perakendeciyi lider olarak kabul ediyor.

Tedarik zincirindeki aksamalar küresel pamuk ticaretini etkilemeye devam edecek

ULUSAL Pamuk Konseyi (NCC) ekonomistleri, tedarik zinciri aksamalarının ABD'yi ve küresel pamuk pazarını etkilemeye devam ettiğini, Omicron varyantının dünyanın çeşitli yerlerinde aksamalar yarattığını açıkladı. 2021 yılında COVID-19 kısıtlamalarının gevşetilmesi ve dünya ekonomilerinin yeniden açılmasıyla birlikte pamuk talebi beklenenden çok daha hızlı arttı. Bu durum, son 10 yılın en yüksek pamuk fiyatlarına ulaşılmasına neden oldu. NCC, pandeminin küresel ticaret üzerindeki kalıcı etkilerinin, nakliye maliyetlerinden iş gücü mevcudiyetine kadar tüm tedarik zinciri üzerinde benzeri görülmemiş bir stres ve aksama yarattığını söyledi.

NCC Ekonomi ve Politika Analizinden Sorumlu Başkan Yardımcısı Dr. Jody Campiche, girdi fiyatlarındaki artış ve tedarik zincirindeki aksaklıkların 2022 yılı üretim maliyetlerinde önemli artışlara neden olduğunu belirtti. Asyalı tedarikçilerin artan tekstil ithalatı karşısında, ABD tekstil endüstrisinin rekabetçi kalabilmesi adına yeni yatırımlara ve teknolojiyi benimsemeye odaklandığı ifade edildi. Pandemi ile ilgili ek kısıtlamaların, dünya ekonomik faaliyetindeki yavaşlamanın ve düşük suni elyaf fiyatlarının 2022'de pamuk fiyatları üzerinde aşağı yönlü baskı oluşturabileceği düşünülüyor.



MISIR, TEKSTİL ENDÜSTRİSİ İÇİN ÖZEL KONSEY KURDU



Mısır hükümetinin Ticaret ve Sanayi Bakanlığı, ülkedeki tekstil endüstrisini canlandırmak adına Tekstil Endüstrileri Konseyi kurdu. Bakan Nevine Gamea, kurulan özel konseyin sektördeki zorlukları belirleyeceğini, bakanlığın Mısır'daki tekstil sektörünü büyüme stratejisini uygulamak ve takip etmek için bir eylem planı oluşturacağını söyledi. Tekstil Endüstrileri Konseyi, sektördeki üretimin arkasındaki maliyetleri araştırmakla ve azaltmakla görevlendirildi. Ayrıca ülkedeki tekstil endüstrisinin büyüme potansiyelinin

araştırılması, tamamlayıcı endüstrilerin en iyi üreticilerle ilişkilendirilmesi, yerel ve uluslararası pazarlar için girişimci ticari markalar tasarlanması ve Mısır'ın tekstil endüstrisinde nitelikli iş gücü için profesyonel eğitim programlarının hazırlanması da konseyin görevleri arasında. Mısır'ın tekstil ihracatında rekabet gücünün artırılması için çalışmalar yapmayı hedefleyen konseyde, tekstil ve hazır giyim holdinglerinden isimler, tekstil sanayi odası temsilcileri ve ihracat konsey başkanları yer alıyor.

BUZMAVI



Deniz Yolu Taşımacılığı

FCL Konteyner İthalat/İhracat Taşımaları
LCL Konteyner İthalat/İhracat Taşımaları
Kapıdan Kapıya Servis
Çapraz Ticaret Yüklemleri
Proje Taşımacılığı (Taşmalı ve break bulk)
Antrepo ve Depolama Hizmetleri
Gümrükleme Hizmetleri



Hava Yolu Taşımacılığı

İthalat ve İhracat Taşımaları
Sođuk Zincir Gerektiren Yüklemler
Kapıdan Kapıya Servis
Proje Taşımacılığı
Gümrükleme Hizmetleri

BMI
BUZMAVI INTERNATIONAL

SHANGHAI-NINGBO-SHENZHEN-LONDON-NEWYORK



BUZMAVI DENİZ VE HAVA TAřIMACILIđI ile tanışın!

REZERVASYON İÇİN

0216 658 74 67

www.buzmavi.com



Zalando'nun sürdürülebilirlik ödülünün sahibi belli oldu

AVRUPA'NIN önde gelen çevrim içi moda platformu Zalando'nun, Kopenhag Moda Haftası ile iş birliğinde düzenlediği Zalando Sürdürülebilirlik Ödülü'nün sahibi ISO.Poetism By Tobias Birk Nielsen oldu. Zalando ve Kopenhag Moda Haftası tarafından düzenlenen ve üç sezondur devam eden Zalando Sürdürülebilirlik Ödülü, moda markalarını daha sürdürülebilir bir sektöre katkıda bulunmak için tasarım ve üretime yönelik alternatif yaklaşımlar keşfetmeye teşvik ediyor. Genç bir Danimarka markası olan ISO.Poetism By Tobias Birk Nielsen'in yenilikçi boyama teknikleri kullanması ve prensip olarak mümkün olduğunda geri dönüştürülen ürünler üretmesi dikkat çekiyor.

Markanın Kopenhag Moda Haftası'nda sergilenen koleksiyonunun da geri dönüşüme yönelik tutum sergilediği değerlendirildi. ISO.Poetism Tobias Birk Nielsen, 20 bin euro değerinde bir ödül ve Zalando ile malzemeler, üretim süreçleri, teknolojik çözümler, izlenebilirlik konularında daha sürdürülebilir tasarım çözümlerini güçlendirecek özel bir koleksiyon geliştirmek üzere ortaklık şansını yakaladı. Zalando Kadın ve Özel Markalar Kategorisi Başkan Yardımcısı Sara Diez: "Bir platform olarak müşterilerimiz için daha sürdürülebilir seçenekler geliştirmek için etkimizi kullanmak istiyoruz. Şeffaflığa odaklanarak ve kullanılan kumaşların etkileri hakkında bilgi paylaşarak alışveriş yapanların daha sürdürülebilir bir seçim yapmasını kolaylaştırmayı umuyoruz." dedi.



Vietnam deri sektörü 25 milyar dolar ihracat hedefliyor

VIETNAM DERİ, Ayakkabı ve Çanta Derneği (LEFASO), ülkenin deri, ayakkabı ve çanta ihracatının 2022 yılında yüzde 10-15 artarak 23-25 milyar dolara çıkmasını hedeflediklerini belirtti. Söz konusu ürünler için Vietnam'ın ticareti, pandemi etkisinden sonra bir miktar toparlandı. Geçen yıl, bu ürünlerin ihracatı yüzde 4,6'lık artışla 20,78 milyar dolara ulaştı. Ayakkabı ihracatındaki artış yüzde 6,1' çıkarken ihracat hacmi 17,7 milyar dolar olarak görüldü. Bavul ve çanta ürünleri ihracatı ise yüzde 3,2 azalarak 3 milyar dolara düştü. Vietnam deri ve deri mamulleri ürün grubunda en güçlü ihracat artışını 19,6 ile Kuzey Amerika'ya gerçekleştirdi. Kuzey Amerika'yı yüzde 10,8'lik artışla Avrupa izledi. Amerika Birleşik Devletleri, yıllık yüzde 15,8 artışla 8,76 milyar dolar

hacimle Vietnam'ın en büyük deri, ayakkabı ve çanta ürünleri ithalatçısı olmaya devam etti. Çin, yüzde 22,3 düşüşle yaklaşık 1,72 milyar dolar ile ikinci, Japonya yüzde 10,1 düşüşle 1 milyar dolar ile üçüncü sırada yer aldı.

LEFASO, deri ve ayakkabı işletmelerinin 2021 yılında pandemi nedeniyle üretimi durdurmak veya azaltmak zorunda kaldıklarını, siparişlerin müşteriler tarafından iptal edilmesi sebebiyle ağır kayıplara uğradıklarını söyledi. Konteyner kıtlığı, hızla artan nakliye maliyetleri, artan yakıt ve ham madde fiyatlarının da ihracatı zora soktuğu açıklandı. Vietnam deri sektörü, 2030'a kadar küresel standartlara uygun modern teknolojiler ve yönetim sistemleri aracılığıyla sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmayı hedefliyor.

SEKTÖRDE DÖNGÜSELLİK, ÇEVRE ZARARLARINI AZALTIYOR



Avrupa Ekonomik Alanı (EEA), 2020 yılında diğer tüketim kategorileriyle kıyaslandığında tekstil sektörünün su ve arazi kullanımında üçüncü, ham madde kullanımı ve sera gazı salımında ise besin baskıcı sektör olduğunu açıkladı. Yapılan açıklamada AB'de ortalama kişi başına tekstil tüketiminin dokuz metreküp su, 400 metrekare arazi, 391 kilogram ham madde ve yaklaşık 270 kilogram karbon ayak izine neden olduğu belirtildi. Kaynak kullanımının ve emisyonların büyük çoğunluğunun ise Avrupa dışında gerçekleştiği ifade edildi.

EEA tarafından açıklanan bildiriye göre döngüsel iş modelleri ve tekstillerin değerini

koruyan tasarımlar, yaşam döngüleri uzatılmış ürünler ve geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımının artırılması sektörün üretim ve tüketiminden kaynaklanan olumsuz etkilerini azaltabiliyor. Tekstil ürünlerinin döngüselliklerini artırmanın önemli bir yönünün tasarımlar olduğunu söyleyen EEA; dikkatli malzeme seçimi, zamansız ürünler ve işlevselliğin önemine dikkat çekti. Üretim aşamasında kaynak kullanımının optimize edilmesi ve emisyonların azaltılması, atık tekstillerin daha iyi toplanması, yeniden kullanılması ve geri dönüştürülmesi gibi çalışmaların da sektörün olumsuz etkilerini azaltacağı vurgulanıyor.



*See our recycle
Fabric collection*



Visit us at Texhibition



 **KÜÇÜKÇALIK**

Türkiye'den Dubai'ye ihracat çıkarması

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), sektörel ve genel ticaret heyetleriyle ihracatçıları dünyanın dört bir köşesindeki alıcılarla bir araya getirmeye devam ediyor. Bu kapsamda 2022'nin ilk ticaret heyeti, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile 13-15 Şubat'ta Dubai'de gerçekleştirildi.

TİM, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile 2022 yılının ilk fiziki heyetini Birleşik Arap Emirlikleri'nin (BAE) Dubai şehrinde gerçekleştirdi. 22 sektörden 39 birlik temsilcisi ve 50 firma temsilcinin bulunduğu Dubai Ticaret Heyeti'ne İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de katıldı. Programda açılış konuşması yapan TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu: "Türkiye ve BAE, son dönemde ekonomi başta olmak üzere ikili ilişkilerde önemli gelişmeler kaydetti. İlişkilerin gelişmesi ihracat ailesi olarak bizler adına da oldukça memnuniyet verici." dedi.



CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN VE BAKANLAR DUBAİ'DE TEMASLARDA BULUNDU

15 Şubat'ta Dubai Expo kapsamında BAE'ye iki günlük resmî ziyarette bulunan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan için Dubai'de bulunan dünyanın en yüksek binası Burj Khalifa'ya İstiklal Marşı eşliğinde Türk bayrağı ve Türkçe "Hoş geldiniz" yazısı yansıtıldı. Erdoğan, BAE'de gerçekleştirdiği resmî temasların ardından Dubai Expo'nun açılışını yaparak Türkiye Milli Günü'nde, Türkiye'nin sergi alanını gezdi. Erdoğan'ın temaslarına Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, İçişleri Bakanı Süleyman Soylu, Maliye Bakanı Nureddin Nebati, Ticaret Bakanı Mehmet Muş, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli,



**2021 YILINDA
BAE'YE EN
ÇOK İHRACAT
GERÇEKLEŞTİREN
SEKTÖRLER**

**1,2
milyar
dolar
Mücevher**

**201
milyon
dolar
Kimyevi
Maddeler**

**185
milyon
dolar
Hazır Giyim**

AKP Genel Başkan Yardımcısı Ömer Çelik, Savunma Sanayi Bakanı İsmail Demir, Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü İbrahim Kalın ve TİM Başkanı İsmail Gülle eşlik etti.

50 TÜRK FİRMASI, 300 BAE FİRMASI İLE GÖRÜŞME GERÇEKLEŞTİRDİ

Dubai'de yapılan Türkiye Birleşik Arap Emirlikleri Ticaret Heyeti, 50 Türk şirketi ile 300'ü aşkın BAE firması arasında gerçekleştirildi. Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Yönetim Kurulu, ihracatçı birlik başkanları ile BAE Ticaret ve Sanayi Odaları Federasyonu Genel Sekreteri Humaid Mohamed Ben Salem, Dubai Ticaret Odası Başkanı Hamad Buamim, Dubai Başkonsolosu Mustafa İlker Kılıç'ın katıldığı açılış merasiminin ardından heyette bulunan Türk ve BAE şirketleri arasında ikili ve yuvarlak masa görüşmeleri gerçekleştirildi.

BAE'YE İHRACAT 5,5 MİLYAR DOLARA ULAŞTI

BAE; ticaret, turizm, eğitim ve hizmet sektörlerinde yapılan yatırımlarla çok güçlü bir yapıya kavuşmuş durumda. Bölgenin iki önemli aktörü olarak Türkiye ve BAE, son dönemde ekonomi başta olmak üzere ikili ilişkilerde önemli gelişmeler kaydetti. 2021 Kasım ayında Türkiye ile BAE arasında 10 ayrı anlaşma imzalandı. Bu bağlamda iki ülke enerji, petrokimya, teknoloji, ulaşım, altyapı, sağlık, finansal hizmetler, gıda ve tarım gibi çeşitli alanlarda iş birliklerini geliştirebilecekleri çok değerli bir fırsat zeminine kavuşmuş oldu. 2021 yılında, Türkiye'nin BAE'ye ihracatı yüzde 94 artışla 5,5 milyar dolara ulaştı.

Ekoteks, 2021 yılında sosyal, çevresel ve ticari faaliyetlere imza attı

Her geçen gün test kapsamını ve hizmet alanlarını genişleten Ekoteks, sektöre verdiği desteği 2021 yılında da sürdürdü. Ekoteks, standart ve sertifikalarıyla başta tekstil ve hazır giyim olmak üzere birçok sektörün faaliyetlerine katkıda bulundu.

EKOTEKS, 2020 yılında kuruluşunu ilan ettiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Bölümü ile test hizmetlerinin yanında üretim sahası değerlendirme standartları uygulamalarına da başladı. İHKİB'in desteği ile gönüllü işletmelerde pandemi rehberlik programı uygulamasını başlatan Ekoteks, 2022 yılında da devam eden bu hizmeti ile iş hayatında alınan tedbirlerin etkisini ve sürdürülebilirliğini tespit ederken üretici ve ihracatçılara sertifika sundu.

Çalışmalarında Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ni gözeterek Ekoteks, EKS315-Salgın Hastalıklarla Mücadele Sertifikası kapsamında işletmelerde yönetim kapasiteleri, mühendislik çözümleri, sosyal, psikolojik ve fiziksel koruma yöntemleri felsefesiyle yedi ayrı kategoride inceleme yaparak rapor hazırlıyor. İşletmeler, rapora istinaden gönüllük esasına dayalı, düzeltici eylemlerini hayata geçirebiliyor. Ekoteks EKS308-KOBİ'lerin Yönetmelik Kapasitesini Ölçme, Değerlendirme ve Geliştirme Standardı ile EKS309-Profesyonel Çamaşırhaneler İçin Kalite Güvence Gereksinimleri Sertifikası programını da yürütüyor.

EKS309; ev ve ticari alan, hastane ve tıbbi hizmet merkezleri ile endüstriyel tekstil çamaşırhaneleri gibi çeşitli sektörleri kapsayacak şekilde geliştirildi. Bu sektörlerle hizmet veren çamaşırhaneler, hijyen ve kalite açısından sahada ziyaret edilerek değerlendiriliyor, numune alınıyor ve laboratuvar ortamında çeşitli testler yapılıyor. Standarda uygunluk raporlanarak işletme altı aylık bir dönem için sertifikalandırılıyor. Denetim yorgunluğu, standartlara uyum sağlamak için harcanan fiziki ve ekonomik enerji, eğitim süreci ve uygulamalar sırasında yabancı dil bariyeri gibi çeşitli sorunlar, Türk tekstil sektörü için EKS308 gibi tüm bu sorunların çözümünü kapsayan bir standardın gerekli olduğunu ortaya koyuyor. Ekoteks söz konusu standart kapsamında 2021 yılında yoğun bir program sürdürdü. EKS308, İHKİB'in desteği ve Ekoteks altyapısı ile hazırlanan yerli bir sertifikalandırma sistemi olarak biliniyor. Standart, Türkiye'nin ilk sektör bazlı kalite standardı olma özelliğini taşıırken başta tekstil ve hazır giyim olmak üzere KOBİ'lerin sürdürülebilir şekilde büyümesine ve gelişmesine ivme kazandırmayı amaçlıyor.

ORGANİK TÜRK PAMUĞU STANDARDI'NIN TEST SÜRECİ TAMAMLANDI

Ekoteks, geçen Haziran ayında EKS310-Organik Türk Pamuğu Standardı'nın test prosedürlerini büyük oranda tamamladı. Organik Türk pamuğunun tanımını yapan ve sertifikalandırma için kabul kriterlerini belirleyen sertifikanın marka patenti de İHKİB iş birliğiyle alındı. Ekoteks, 24 Haziran 2021 tarihinden



itibaren ZDHC onaylı laboratuvar olarak atık su numune alınımı gerçekleştiriyor ve tüm testlerini akredite olarak raporluyor.

2019 yılı için hazırladığı kurumsal karbon ayak izi raporunda kurumsal karbon salımının yüzde 88'inin elektrik tüketiminden kaynaklandığını tespit eden Ekoteks, 2021 itibarıyla I-REC sertifikalı sürdürülebilir enerji kullanmaya başladı. Böylece elektrik tüketiminden kaynaklı karbon salımını nötralize etti.

IPA II PROJE UYGULAMASINA HIZLA DEVAM EDİLİYOR
İHKİB'in iştirakleri ile sürdürdüğü Tasarımdan Üretime: Türk Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi kapsamında 2021 yılında cihaz kurulum eğitimleri Ekoteks'te tamamlandı. Projenin çıktısı olacak yeşil tekstil uygulamalarına dair test hizmetleri için hedeflenen test portföyü yönünde çalışmalar devam ediyor. Proje kapsamında laboratuvara Sanayi Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve AB Türkiye Delegasyonu tarafından beş kez ziyaret gerçekleştirildi.

Salgının ilk yılında maske ve koruyucu giysi güvenlik testlerinde akredite olarak ihracat kapasitesinin artırılmasında ciddi katkıları olan Ekoteks, beyaz eşya ve makine sektörüne desteklerini 2021 yılında da sürdürdü. Biyosidal ürün grupları ile tasarlanmış hava temizleyici/dezenfekte edici cihazlarda, buzdolabı, çamaşır ve bulaşık makinelerinde mikroorganizmalara karşı testler gerçekleştirildi. Ekoteks, bu tür ekipmanlardaki bakterisidal ve fungusidal etkinliğine ilişkin testleri onaylı bir kuruluş olarak yaptı. Biyosidal ürün testlerine dair TÜRKAK denetimi geçiren Ekoteks, yaklaşık 18 fiziksel, kimyasal ve biyolojik testi kapsamına ekledi. Ayrıca virüs etkinliğinin ölçümüne dair testler üzerine çalışmalarına devam eden Ekoteks, akreditasyonu için başvuruda bulundu.

Genç Türk tasarımcılar Dubai Expo'da sürdürülebilir moda rüzgârı estirdi



Dubai Expo'da gerçekleştirilen Türkiye Millî Günü'ne özel defilede, genç Türk moda tasarımcılarının sürdürülebilir malzemelerden tasarladıkları 42 parçalık bir koleksiyon sergilendi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe: "Dubai'de hem moda endüstrimizle hem de genç tasarımcılarımızla gurur duydum." dedi.

TÜRK hazır giyim endüstrisi, dünyanın en büyük ticari ve kültürel buluşmalarından biri kabul edilen Dubai Expo'da sürdürülebilir moda konusundaki iddiasını tüm dünyaya gösterdi. 192 ülkenin katılımıyla düzenlenen Dubai Expo'da, genç Türk moda tasarımcılarının sürdürülebilir malzemelerden tasarladıkları ürünlerin sergilendiği defile, izleyenlerden tam not aldı.

Pandemi nedeniyle bir yıl gecikmeli düzenlenen Dubai Expo'da, Türkiye Millî Günü'nün açılışı Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından yapıldı. Türkiye Millî Günü'nde en büyük ilgiyi çeken etkinlik ise Sustainable Fashion Show adı altında düzenlenen defile oldu. Defilede, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın 2020 ve 2021 yılı finalistlerinin sürdürülebilir malzemelerden tasarladıkları 42 parçalık koleksiyon, davetlilerin ve moda yazarlarının beğenisine sunuldu. Genç yeteneklerin tasarımları, izleyenlerden tam not alırken Türkiye, sürdürülebilir modadaki iddiasını bir kez daha dünyaya göstermiş oldu.

"TASARIMA YAPTIĞIMIZ YATIRIMIN MEYVELERİNİ TOPLUYORUZ"

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, hazır giyim üretiminde marka olan Türkiye'nin tasarımda ve sürdürülebilir üretimde de büyük bir potansiyeli bulunduğunu söyledi. 1992'den bu yana düzenledikleri Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile yetenekli gençleri sektöre kazandırdıklarını hatırlatan Gültepe, şöyle devam etti:

"Tasarımlı ürünlerin yanı sıra moda endüstrisinde sürdürülebilir kıyafetlere talep her geçen yıl artıyor. Küresel rekabette gücümüzü koruyabilmemiz için sürdürülebilir üretim altyapımızı ve dönüştürülebilir malzemelerden tasarımları hızla çoğaltmak durumundayız. İHKİB olarak genç tasarımcılarımızı bu konuda teşvik ediyoruz. Türkiye Millî Günü'nde sergilenen 42 parçalık koleksiyon, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışmamızın son iki finali için tasarlanan kıyafetlerden seçildi. Moda yazarları ve tüm davetlilerin koleksiyonu büyük bir beğeni ile izlediklerine bizzat tanık oldum. Dubai'de hem moda endüstrimizle hem de genç tasarımcılarımızla bir kez daha gurur duydum. Tasarıma ve sürdürülebilir üretime yaptığımız yatırımın boşa gitmediğini görmekten de ayrıca mutluyum. Şimdi bu yatırımlarımızın meyvelerini topluyoruz."



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!



Maximiles TİM İhracatçı Kart'a Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) üyeleri başvurabilir. 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 MaxiMiller, 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 MaxiMiller geri alınacaktır. Maximiles TİM İhracatçı Kart haricindeki İş Bankası bireysel ve ticari kredi kartları ile Bankamatik Kartlar kampanyaya dahil değildir. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye hakkına 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 ve şubelerimizde.

İHKİB Yönetim Kurulu, ASKON'u ziyaret etti

İSTANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu, 7 Şubat'ta İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, Yönetim Kurulu Üyeleri Nazım Kanpolat ve Mithat Samsama'nın katılımıyla Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği'ne (ASKON) ziyaret gerçekleştirdi. Ziyarete, derneğin 31 Aralık 2021 tarihinde gerçekleştirilen 12. Olağan Genel Kurulu'nda seçilen yeni yönetim kurulu tebrik edildi.



Karşılıklı iş birliği olanaklarının değerlendirildiği toplantıda, sektörü ilgilendiren enerji kısıtlamaları gibi güncel sorunlar da görüşülerek bazı bölgelerde yenilenebilir enerji kaynakları ile ilgili yapılması

planlanan teşvik paketleri konusu da ele alındı. Jale Tunçel, sektörün gündeminde ilk sıralarda yer alan sürdürülebilirlik ve dijitalleşme konularında İHKİB tarafından yürütülen Avrupa Birliği IPA II: Tasarımdan Üretime Dijital Dönüşüm Projesi ve IPA III: Sektörde Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi ile ilgili toplantı katılımcılarını bilgilendirdi.

Ziyaretin sonunda, 9-11 Şubat'ta İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilecek olan ve uluslararası pek çok

alıcının yerli üreticilerle bir araya getirileceği İstanbul Fashion Connection (IFCO) Fuarı'na ASKON Yönetim Kurulu Üyeleri de davet edilerek yeni yönetim döneminde de iki kuruluş arasındaki iş birliği ve dayanışmanın sürdürülmesi temenni edildi.

İHKİB ile ÇSD, çorap sektörünün 2021 yılı ihracatını değerlendirdi

İHKİB ile Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) 16 Şubat'ta gerçekleştirilen toplantıda bir araya geldi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve ÇSD Başkanı Ender Doğan'ın katılımında düzenlenen toplantıda, çorap sektöründe faaliyet gösteren İHKİB ve ÇSD üyesi firma temsilcileri de yer aldı. Toplantıda güncel çorap ihracat rakamları ile birlikte çorap sektörünün mevcut durumu değerlendirildi. Ayrıca özellikle çorap sektörünün temel ham maddelerinden olan naylon ve polyamid ipliklerin ithalatında, 2019 yılından beri uygulanan koruma önleminin uzatılması için Ticaret Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğü tarafından 26 Ocak 2022 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan 2022/1 sayılı tebliğ ile başlatılan soruşturmaya yönelik değerlendirmelerde bulunuldu. Bu kapsamda söz konusu soruşturmanın ilk açıldığı dönemde olduğu gibi İHKİB ve ÇSD tarafından soruşturma ile ilgili ortak bir çalışma yürütülmesi ve ilgili taraf başvurusunda bulunularak sektörün çıkarlarının korunması adına ortak hareket edilmesine karar verildi.

Çorap sanayisinin Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün önde gelen alt sektörlerinden biri olduğunu belirten İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, sektörün 2021 yılı ihracatını değerlendirdi. Gültepe: "2021 Ocak-Aralık döneminde Türkiye'den 1,3 milyar dolarlık çorap ihraç edildi. Sektörün ihracatı 2020 yılının aynı dönemine göre yüzde 24,1 oranında arttı. Söz konusu dönemde Türkiye'den en fazla çorap ihraç edilen ülkeler Almanya, İngiltere, Fransa, Hollanda ve İspanya olarak sıralandı. İlk sırada yer alan Almanya'ya



ihracat, 2020 Ocak-Aralık dönemine kıyasla yüzde 24,5 oranında artarak 269,7 milyon dolara çıktı. Bu değer ile Almanya'ya yapılan çorap ihracatının, Türkiye toplam çorap ihracatı içinde payı yüzde 20,7 oldu. 2021 yılında en fazla çorap ihraç edilen ilk yirmi ülkeden hepsine ihracat yüzde 3,5 ile yüzde 106,5 arasında değişen oranlarda arttı." şeklinde konuştu.

Gültepe, hazır giyim sektörünün 2021 yılı toplam ihracatı hakkında da bilgiler paylaşırken İHKİB'in sektör adına gerçekleştirdiği çalışmalar ve projeler ile ilgili bir sunum gerçekleştirdi. Toplantıda devam eden Çorap UR-GE projeleri ve 2021 yılındaki çorap ticaret heyetleri hakkında da görüşmeler yapıldı.



Dijital Kumaşlar

Bütün koleksiyonumuzun
Browzwear ve CLO3D uyumlu
dijital versiyonları vardır.

 **HiFabrik**™
by ünlü transfer

kumaştan gelen ilham

ZARA

ASOS


COMME des GARÇONS

.loupiés

El Corte Inglés

CACHE
CACHE.

LC Waikiki

KOTON

örme • dokuma • raşel • dantel • tül • dijital pigment baskı • metraj süblime baskı • flok baskı
varak baskı • glitter baskı • yüksek baskı • emboss • gofre • lake • kaplama • laminasyon • kraş • plise

+90-212-576-5250

www.unlutransfer.com

www.hifabrik.com

MESİAD İhracatçı Üye Buluşmaları İHKİB'in katılımıyla düzenlendi

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD) Başkanı Ekrem Kap'ın ev sahipliğinde yapılan organizasyona katıldı. Türk hazır giyim sektörü ile ilgili ihracatçı firmalara bilgiler veren Gültepe, bölgedeki firmaları sahada ziyaret etti.

MESİAD tarafından düzenlenen MESİAD İhracatçı Üye Buluşmaları, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla gerçekleşti. 17 Şubat'ta MESİAD Başkanı Ekrem Kap'ın ev sahipliğinde yoğun katılımı ile düzenlenen etkinlikte Gültepe, Merter bölgesinde faaliyet gösteren ihracatçı firmalara hem sektör hem de İHKİB tarafından yapılan faaliyetlerle ilgili bilgiler verdi.

Hazır giyim sektörünün 2021 yılında 20,3 milyar dolarlık rekor bir ihracata imza attığını belirten Gültepe: "Sektörümüz, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştiren dördüncü sektörü konumuna geldi. Bu süreçte kilogram başına 16,2 dolarlık ihracatımızla da Türkiye'nin katma değerli ihracat yapan üçüncü sektörü olduk. Dünyada sektörümüzün konumuna baktığımızda en büyük beşinci hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçısı olduğumuz görülüyor. Aynı zamanda AB'nin üçüncü büyük ihracatçısıyız. En fazla ihracat yaptığımız ülkeler ise sırasıyla Almanya, İspanya, İngiltere, Hollanda, Fransa, ABD, İtalya, Irak, İsrail ve Danimarka oldu." dedi.

İHKİB'in 10 binden fazla aktif üyesiyle bir birlikten daha fazlası olduğunu vurgulayan Gültepe: "Türkiye hazır giyim ihracatındaki payımız yüzde 70. İHKİB olarak kurum ve kuruluşlarımız, markalarımızla birlikte sektörümüze katkı sağlıyoruz. Pandemi ile gündeme gelen konuları biz 2017 yılında Vizyon Belgesi ve 2018 yılında Dört Dörtlük Çalışma Planı ile somutlaştırmış ve temel hedeflerimiz olarak belirlemiştik. Adımlarımızı bu hedeflerimiz doğrultusunda atmaya devam ediyoruz. Dünyadaki



rekabet ortamının değiştiğini hep birlikte görüyoruz. Firmalarımızın yeni dönüşüm alanları çerçevesinde ortaya çıkan ihtiyaçlarını karşılamak adına projelerimizi hayata geçiriyoruz. 3D ismini verdiğimiz stratejimizle şık bir gelecek için tüm üyelerimize dokunmayı, rekabet ortamlarını büyütürken firmalarımızı geliştirmeyi hedefliyoruz. Yeni nesil destekler ve projelerle firmalarımızı desteklemeyi ve tüm sektörü dönüştürerek dönüşüme liderlik etmeyi amaç edindik. Bununla birlikte Fashion Week Istanbul, Koza Genç Moda Tasarımcıları gibi etkinliklerimizle sektörümüzün rekabetçi gücünü artırıyoruz. Geçen günlerde 25 binden fazla ziyaretçi ile IFCO Fuarımızı gerçekleştirdik." şeklinde konuştu.

"AĞUSTOS AYINDA YAPILACAK OLAN IFCO FUARI'NA DAVETLİSİNİZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Merter bölgesinde faaliyet gösteren hazır giyim ihracatçısı firmalara yönelik konuşmasında IFCO Fuarı'nın başarılı sonuçlarına dair açıklamalarda bulundu. Ağustos ayında fuarın ikinci sezonunun gerçekleştirileceğini belirten Gültepe, tüm firmaların fuara davetli olduğunu sözlerine ekledi.

Gültepe, MESİAD Başkanı Ekrem Kap ile birlikte Merter'de faaliyet gösteren hazır giyim ihracatçısı firmaları sahada ziyaret ederek firmalarla birebir görüşmeler gerçekleştirdi.



İHKİB Akademi, Bilgisayarlı Kalıp Eğitimi'ne devam ediyor

İHKİB AKADEMİ'NİN düzenlediği Bilgisayarlı Kalıp Eğitimi'nin ikincisi başlatıldı. Sektörün nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak üzere çalışmalar yapan İHKİB Akademi, Bilgisayarlı Kalıp Eğitimi için mesleki teknik Anadolu liseleri ile meslek yüksekokullarının ilgili bölümlerinden mezun olup iş arayışında olan gençlerin katıldığı bir sınav düzenledi. 10 Şubat'ta temel düzeyde elde kalıp sınavına tabi tutularak başarılı olan 18 genç, İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nde ve İMA eğitmenlerinin vereceği 60 saatlik Bilgisayarlı Kalıp Eğitimi'ne (GERBER) katılmaya hak kazandı.

İHKİB Akademi tarafından düzenlenen birinci Bilgisayarlı Kalıp Eğitimi'ni başarı ile tamamlayıp sertifikalarını alan gençler, kısa sürede sektörde istihdam edildi. Aynı eğitimin ikincisi, 21 Şubat'ta 18 adayın katılımı ile yine İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nde ve İMA eğitmenleri tarafından verilen eğitimle başladı. Eğitim programının açılışında adaylarla bir araya gelen İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu, 70 saatlik eğitimi başarı ile tamamlayan gençlerin sektörde istihdam edilmeleri konusunda İHKİB Akademi olarak destek sağlayacaklarını dile getirdi. Sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacı ile ilgili bilgiler paylaşan Çakıroğlu; Türkiye'nin en dijital merkezinde, önemli eğitim kurumlarından İMA iş birliğiyle gerçekleşen eğitimi fırsata çevirmeleri gerektiği konusunda öğrencilere tavsiyelerde bulundu.

Hazır giyim sektörünün bilgisayarlı kalıp bilenlere kapılarının ardına kadar açık olduğu söyleyen



Çakıroğlu: “Yeni teknolojileri kullanma becerilerini fırsata çevirmek için bu eğitimi motive edici bir güç olarak kullanabilirsiniz. Eğitim programını tamamlayan gençlere, sektörümüzün ihtiyacı oldukça yüksek. Bu alanda kendini geliştirmeyi başaranların sektörde arzu ettikleri kariyere hızla ulaşacaklarını düşünüyorum.” dedi.

İHKİB Akademi tarafından iş garantili olarak düzenlenen ve 4 Mart'ta sona ermesi planlanan eğitimi başarı ile tamamlayıp sertifikalarını alan gençlerin istihdamı, İHKİB Kariyer Akademi tarafından hızlıca gerçekleştirilecek.

Türk firmalar Momad Fuarı'ndan memnun ayrıldı



MADRID Ticaret Fuar Kurumu olan ve 30 yılı aşkın tecrübesi ile dünya genelinde 26 farklı ülkede temsilcilikleri bulunan IFEMA MADRID tarafından düzenlenen Momad Fuarı, 4-6 Şubat'ta İspanya'nın Madrid kentinde gerçekleştirildi. İHKİB tarafından millî katılım organizasyonu düzenlenen fuara katılan Türk firmalar, başarılı sonuçlar elde etti. Avrupa'daki kadın erkek ve çocuk modasına yönelik başta Latin dünyası olmak üzere uluslararası arenada son yılların en prestijli fuarlarından biri olan Momad'a 12 ülkeden, 330 katılımcı dâhil oldu. 6 bin profesyonel alıcı tarafından ziyaret edilen fuar; Portekiz, İtalya, Latin Amerika, Fransa, İrlanda, İngiltere, Yunanistan ve dünyanın diğer noktalarından alıcıları ağırladı.

Kış koleksiyonlarının sunulduğu fuarın bu yılki ikinci sezonunun Eylül ayında yapılacağı belirtildi. Türkiye'den fuara katılan firmalar, gerçekleştirdikleri görüşmelerin siparişe dönüşme olasılığını yüzde 35 olarak belirtti. Fuara katılan Türk ihracatçıların tamamı, Eylül ayındaki Momad Fuarı'na da katılmak istediklerini ifade etti.

Dijital Dönüşüm Merkezi, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından ziyaret edildi

AVRUPA Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti mali iş birliği çerçevesinde finanse edilen, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında İHKİB, Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi'ni yürütüyor. Proje kapsamında makine ekipman teslimleri ve altyapı çalışmaları tamamlanan İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'ne, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Verimlilik Uygulamaları Daire Başkanı Gül Taşkırın Battal ve ekibi saha ziyareti gerçekleştirdi. Hazır giyim sektörünün dijital dönüşümünde prototip deneyimleme merkezi konumu ile firmaların teknik danışmanlık ve eğitim hizmetlerinden yararlanmayı hedeflediği merkezin sahip olduğu teknolojik altyapı, saha ziyaretinde yerinde incelendi. Ayrıca makine ekipmanların örnek deneme test çalışmaları gerçekleştirildi.

Verimlilik Uygulamaları Dairesi tarafından yürütülen model fabrika çalışmaları kapsamında değerlendirilmesi hedeflenen merkezin, dijital dönüşüm ve yalın üretim anlayışını entegre ederek



sektörde firmalara sunması ve sağlanacak danışmanlık faaliyetlerinin devlet destekleri fonları ile firmalarda maliyet azaltıcı unsur olarak desteklenmesi hedefleniyor. Model fabrika çalışmaları kapsamında Bakanlık Daire Başkanlığı'ndan ziyaret ile genel görüş alındı. Merkezin sektörde hâlihazırda gerçekleştirdiği faaliyetler hakkında bilgi sunuldu ve ziyaret tamamlandı.

Euratex İnovasyon Çalışma Grubu Toplantısı yapıldı

AVRUPA Hazır Giyim ve Tekstil Konfederasyonu Euratex'in İnovasyon Komitesi Toplantısı, 3 Şubat'ta çevrim içi olarak ilgili komite üyelerinin katılımıyla düzenlendi. İnovasyonun tekstil ile konfeksiyon sektörü için anlamı ve önemi konusunda üye kurum ve kuruluşların temsilcilerinden alınan görüşler sonrasında, özellikle son dönemdeki dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odaklı dönüşüm sürecinde yenilikçi çözümlerin sektörlere adaptasyonu konusu ön plana çıktı.

Mart ayı sonunda Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanacak olan Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi Eylem Planı ve Sanayi Stratejisi'ndeki öngörülen değişikliklere sektörün rekabetçilik gücünü koruyarak uyum sağlayabilmesi için inovasyonun önemini vurgulandığı toplantıda, firmaların yeni teknolojilere erişimi için gerekli finansman

olanaklarına ulaşması konusu da değerlendirildi. Euratex İnovasyon Stratejisi tanıtılırken üyelerin katkılarıyla taslak bir metin oluşturularak Euratex İnovasyon Vizyonu ve Yol Haritası'nın oluşturulacağı bilgisi aktarıldı. Avrupa Komisyonu tarafından başlatılan ve yürütülen inovasyon odaklı proje ve girişimlerin tanıtıldığı toplantıda, "New European Bauhaus", "Worth Project" ve "EIC Greenhouse Gas Project Proposal" özelinde de bilgi verildi. Üye kurum ve kuruluşların, kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri inovasyon odaklı proje ve faaliyetlerini de aktardığı toplantıda İHKİB tarafından yürütülmekte olan IPA II: Tasarımdan Üretime Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi ile Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması konusunda katılımcılarla bilgi paylaşıldı.

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

Tel: 0530 203 49 99

www.creora.com

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


creora®
it's in our every fiber

İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi Projesi, hazır giyim sektörünün iş gücüne önemli katkılar sağlayacak

İHKİB, kurduğu İHKİB Eğitim Vakfı ile nitelikli iş gücünü eğiterek sektöre kazandırmak için çalışmalarına devam ediyor. İHKİB Eğitim Vakfı, İstanbul Kalkınma Ajansı'na (İSTKA) sunduğu İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi Projesi'ni hayata geçiriyor. Proje, İSTKA 2021 yılı Çocuklar ve Gençlere Mali Destek Programı kapsamında destekleniyor.

İHKİB Eğitim Vakfı'nın İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi Projesi başvurusu, İSTKA'nın 2021 yılı Çocuklar ve Gençler Mali Destek Programı'na kabul edildi. Proje ile İstanbul'da hazır giyim eğitimi veren 54 mesleki ve teknik Anadolu lisesinin 11. ve 12. sınıfta öğrenim gören 2 bin 871 öğrencisinin, dijitalleşen hazır giyim sektörünün ihtiyaçlarına cevap veren eğitimler ile yeni yetkinlikler kazanmaları hedeflendi.

Hazır giyim meslek liselerinde eğitim alan gençlerin, sektörün dijital dönüşümüne paralel olarak alacakları eğitimler ile yetkinlikler kazanması amaçlanıyor. Ayrıca gençlerin girişimci ve yenilikçi potansiyellerinin açığa çıkarılması, mesleki eğitim alacak gençlerin geleceğin teknolojilerine adaptasyon becerileri kazandırılmasına yönelik sürekli eğitim programlarının fiziksel ve dijital alt yapısının oluşturulması da projenin amaçları arasında. Proje kapsamında gençlerin dijital teknolojilerin geldiği aşamaya iş fikirlerinin ve girişimlerinin hazır giyim sektörü tarafından desteklenmesine, fonlanmasına yönelik mekanizmanın kurulması hedefleniyor. Sektörün ihtiyaç duyacağı yeni yetkinliklerle donatılmış geleceğin stratejik iş gücü yetiştirilmesine yönelik farkındalık yaratılırken kamu otoritesine sunularak politikalar oluşturulacak.



İSTANBUL İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ, PROJENİN ORTAKLARINDAN

İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü, projenin ortağı olarak konumlanıyor. Müdürlüğün, hazır giyim sektörü içinde ara eleman olarak eğitilen öğrencilerin sektörün orta ve uzun vadede ihtiyacı olan öncelikler ve vizyon kapsamında eğitim müfredatına eklenmesi gereken ders içeriklerinin tespitinde görev alması planlanıyor. Yurt dışıyla entegre çalışan ve dijital dönüşümün doğrudan uygulandığı İHKİB üyesi 10 ihracatçı firma, projede eğitim alacak meslek liseli gençliğin istihdam sahaları olarak projenin iştirakçileri arasında yer alıyor. Söz konusu firmalar, sürdürülebilir rekabet güçlerini koruyabilmek için stratejik iş gücü planlaması yapan, yetenek dönüşümü ile ilgili yol haritalarını hazırlayan, çalışanlarının mevcut yetkinliklerini geliştirme ve yeni yetkinlikler kazandırma odaklı özel yatırımlar yapan firmalar arasından seçildi. Ayrıca firmaların

katma değerli işler yaratmaya yönelik uzun vadeli bir stratejilerinin parçası olarak, organizasyonlarında en yeni teknolojilerle otomasyon sağlamaya dönük hedeflerinin olduğu da biliniyor. Proje, bu ihtiyaçların tamamını karşılayacak çıktılar ürettiğinden söz konusu firmalar, hedef grup olarak seçildi.

PROJE 18 AY SÜRECEK

18 ay sürecek İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi Projesi ile toplam 11 faaliyet sonucunda hedefler belirlendi. Dijitalleşme ve otomasyon sonucu sektörlerin ihtiyaç duyacağı yeni yetkinliklerle donatılmış, geleceğin stratejik iş gücünün yetiştirilmesi için sektörel yetkinlik haritalarının hazırlanması ve kamu otoritesine sunularak politikalar oluşturulmasına yönelik Geleceğin İş'leri Komitesi ekosistemi oluşturulacak. Hazır giyim meslek liselerinde okuyan gençlerin

sosyal, bilişsel ve teknik yetenekler kazanacakları dijital, yüz yüze ve uygulamalı eğitimlerin verildiği İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi kurulacak. 2 bin 651 kız, 220 erkek olmak üzere toplam 2 bin 871 genç; sosyal, bilişsel, girişimcilik, inovasyon ve teknik alanlarda yetkinlik geliştirme konularında dijital eğitimler alacak. Dijital meslekler eğitimi alan 341 genç, projede yer alan 10 firmada tasarımcı, mühendis ve dijital dönüşüm sorumlularının

mentorluğünde uygulamalı derslerden faydalanacak. İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nin de projede gençler tarafından aktif olarak kullanılması sağlanarak dijital dünyanın tüm araçlarını yakından görme ve uygulama yapma imkânı yaratılacak.

Hazır giyim sektörüne yönelik yenilikçi iş fikirlerinin geliştirilmesini sağlayan girişimci ekosistemi oluşturularak en az 50 gencin Girişimcilik Atölyesi eğitimleri alması ve yenilikçi projeler geliştirmeleri sağlanacak. Girişim Eşleştirme Programı geliştirilerek gençler sektör ile bir araya getirilecek ve yenilikçi projelerin desteklenmesine olanak tanınacak.

"İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi Projesi kapsamında hazırlanan bu yayın içeriği, İstanbul Kalkınma Ajansı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamakta olup içerik ile ilgili tek sorumluluk İHKİB Eğitim Vakfı'na aittir."



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 info@mpanda-kids.com [panda medvjnk](https://www.facebook.com/panda.medvjnk) [mpandakidsshoes](https://www.instagram.com/mpandakidsshoes)

İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması başlıyor

İHKİB mesleki ve teknik eğitime verdiği desteği daha ileri taşıyarak yeni bir eğitim projesine imza atıyor. Sektörün eğitilmiş iş gücü ihtiyacının karşılanması ile farklı disiplinlerde eğitim alan üniversite gençlerini sektöre yakınlaştırmayı amaçlayan Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması (GİY) başlıyor.



İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması

İHKİB Eğitim Vakfı koordinasyonunda yürütülen İHKİB GİY Projesi, inovasyona dayalı moda ve tasarım içeren ürünlerin ihracattaki payını artırmak için Türkiye'de 14 fakültede bulunan tekstil mühendisliği bölümü öğrencileri başta olmak üzere diğer disiplinlerde öğrenim gören öğrencileri, sektöre kazandırmayı amaçlıyor. Projede öğrenciler, gruplar hâlinde YÖK ve girişim ekosisteminde yer alan paydaşların da iş birliğinde sektöre yenilikçi fikirler kazandırmak için yarışacak.

Uzun soluklu bir yarışma olan GİY'de amaç, sektörde yüksek katma değerli ihracatın artırılması ve inovasyona dayalı yeni nesil girişim fikirlerinin çoğalması. Sektörde inovasyon kültürünü benimsemiş, yenilikçi ve yaratıcı düşünme becerileri gelişmiş insan gücünü desteklemekle bu amaçlara ulaşılacağı düşünülüyor. Söz konusu yeteneklerin artması ve girişimcilik kültürünün yaygınlaşması hedefiyle başlatılan yarışmanın, sektörün en önemli nitelikli iş gücü kaynağı olan üniversitelerinin tekstil mühendisliği bölümlerindeki öğrencilerin bu kültürü benimsemesinde etkili olacağı bekleniyor. Ayrıca daha çok yenilikçi alanda var olmalarının teşvik edilmesi ve uygulanabilir fikirler gelişmesini sağlayarak üniversite-sanayi iş birliğinin artırılması, öğrenci, akademi ve özel sektör iş birliği ile yenilikçi girişimlerin desteklenmesi hedefleniyor.

YARIŞMACILAR BİRCOK EĞİTİMDEN GEÇİYOR

Üniversitelerin üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri arasında düzenlenen yarışma, yenilikçi girişim fikirlerinin projelendirilmesini sağlayacak ortam yaratıyor. 31 Aralık 2021 tarihinde 520'ye yakın öğrencinin katılımı ile başlayan GİY'de, katılımcı sayısı öğrencilerin yetkinlik haritalaması yöntemiyle 150 kişiye düşürüldü. Üç öğrenciden oluşan takımlar kurularak her bir takımda en az bir tekstil mühendisi adayı öğrenci olacak şekilde kurgu yapıldı.

Yarışmacılara süreç boyunca; Cerebrum Technologies Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Erdem Erkul, Yemek Sepeti Kurucusu Nevzat

Aydın, Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Ayül Erçil, Penn State Üniversitesi Öğretim Görevlisi Prof. Dr. Melik C. Demirel, Indigo Friend'den Didem Altop, Ebru Debağ ve Dr. Sedef Uncu girişimcilik hakkında ilham verecek. Yarışmacılara Selçuk Karaata'dan inovasyon eğitimi, Spring Global'den Müjde Çetin'den takım çalışması eğitimi, Design Thinking Türkiye'den Gültekin Güldür'den tasarımcı düşünme eğitimi, Moda Danışmanı Dr. Yeşim Bağrıışen ve LCW Trend Analisti Umut Tahmaz'dan tekstilde yeni teknolojiler eğitimi verildi. Bu sayede yenilikçi girişim projelerinin başarı şansını artırmak üzere destekler sunuldu. Sorunların belirlenmesi için keşif çalıştay, çözümlerin belirlenmesi için ise tasarım çalıştay yapıldı. Bu çalıştaylarda kullanılan yöntem, tasarım düşüncesi olarak belirlendi. Mentorluk desteğiyle 6 Mart'a kadar proje fikirlerinin pekişmesi ve bu fikirlerin bir öneri formatına dönüşümü için çalışmalar devam ediyor. Ardından gruplar, toplam 30 öğrenciden oluşacak şekilde daraltılacak. Eleme süreci, sektörün önde gelen isimlerinden oluşan bir değerlendirme kurulu ile yapılacak. 10 grup, yine yoğun bir destek sistemiyle projelerini nihai hâle getirecek ve 17 Mayıs'ta jüri karşısına çıkacak.

GİY'İN TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ VE SEKTÖR İÇİN FAYDALARI

- Tekstil mühendisliği bölümlerinin algısına olumlu katkı yapacak.
- Üniversite öğrencilerine inovasyona dayalı iş fikri olgunlaştırma ve ticari bakış açısı kazandırılacak.
- Sektörde yenilikçi uygulamaların artmasını teşvik edecek.
- Disiplinler arası iş birliği sektöre yenilikçi fikirler kazandırırken diğer disiplinlerdeki başarılı öğrencilerin sektöre irtibatı sağlanacak.
- Sektörün ihtiyaçlarına ve sorunlarına yönelik geliştirilecek projelerle üniversite-sanayi iş birliği güçlendirilecek.
- Tekstil ve hazır giyim endüstrisinin paydaşlarının besleneceği bir platform oluşturulacak.
- Tekstil ve hazır giyim sektöründe eğitilmiş iş gücünün gelişmesi teşvik edilecek.
- Yeni girişimlerin kurulması ve uygulanması ile ihracatın artmasının yanı sıra işsizlik sorununa önemli bir çözüm olacak.
- Öğrencilerin, diğer disiplinlerdeki öğrencilerle bir küme içinde ortak hedef doğrultusunda çalışma kültürü gelişecek.
- İhracatçıların, öğrencilerin oluşturacağı girişimlere destek olması ile akademisyen-öğrenci-sanayi dayanışması sağlanacak.
- Başarılı projelerin geliştirilerek farklı platformlarda yarışması ile üniversite, meslek ve ülke temsili artacak.

OECD Due Diligence Forumu'nun yan oturumlarında İHKİB yer aldı

OECD tarafından düzenlenen Due Diligence in the Garment and Footwear Sector isimli etkinlikte İHKİB, "Hazır giyim sektöründe tedarik zinciri ve denetim yorgunluğu" isimli oturumu gerçekleştirdi.



2014 YILINDAN itibaren her yıl düzenlenen "OECD Forum on Due Diligence in the Garment and Footwear Sector" isimli etkinlik, bu yıl 24-25 Şubat'ta gerçekleştirildi. Forum kapsamında yapılan yan oturumlarda, sektörel paydaşlara da oturum düzenlenmesi imkânı tanınıyor.

Bu kapsamda İHKİB, 22 Şubat'ta "Hazır giyim sektöründe tedarik zinciri ve denetim yorgunluğu" konulu oturumu düzenledi. Oturumda İHKİB'in kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki çalışmaları, sorumlu tedarik zinciri açısından Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün konumu, sürdürülebilirlik alanında Türkiye tarafından hazırlanan eylem planları ve faaliyetler ile İHKİB'in bu alandaki projeleri ve faaliyetleri, İHKİB Uluslararası İlişkiler/Temsiller ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışma Grubu Üyesi ve Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir tarafından anlatıldı.

Yapılan sunumda İHKİB'in tanıtımının arkasından, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün küresel tedarik zincirindeki yeri ve rekabetçi özellikleri ile ihracat potansiyeli hakkında bilgi verildi. Dünyanın önde gelen hazır giyim ve konfeksiyon sanayileri arasında yer alan Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, sürdürülebilirlik alanındaki yetkinliği ve standartlara uygun üretim altyapısı sayesinde küresel çapta rakiplerinden farklılaşıyor.

PANDEMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK TEDARİK ZİNCİRİNDE YENİ TANIMA EVRİLİYOR

Küresel tedarik zincirinde iklim değişikliği penceresinden pandemi ile başlayan ve AB'nin Avrupa Yeşil Mutabakatı'nı açıklamasıyla olgunlaşan yeni sürdürülebilirlik yaklaşımı, kurumsal sosyal sorumluluk prensiplerinin yanı sıra döngüsel ekonomi, geri dönüşüm, izlenebilirlik, tedarik zinciri boyunca

dijitalleşme, güçlü bir alıcı-üretici iş birliğine dayanan tedarik zinciri modeli, yakından tedarik ve sorumlu tedarik zincirine dayalı yeni bir tanıma evriliyor.

Nilgün Özdemir, yaptığı sunumda bu durumdan hareketle üreticilerin denetim yorgunluğu adı verilen, farklı alıcıların ve markaların çok çeşitli denetimlerine maruz kalmasının yarattığı yükün yanı sıra evrilen yeni ve çok daha geniş sürdürülebilirlik tanımının getirdiği ilave yük ve sorumlulukları tek başına kaldıramayacağını vurguladı. Dolayısıyla sorumlu tedarik zincirinde, ham madde sağlayıcısından hazır giyim ve konfeksiyon üreticisine, alıcı ve marka sahibinden tüketicisine kadar tedarik zincirinin her halkasında yaratılan sorumluluk bilincinin paylaşılması gerektiğini ifade etti.

İHKİB, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YOL HARİTASINI YÜRÜTÜYOR

Cumhurbaşkanlığı tarafından açıklanan Türkiye Yeşil Mutabakat Eylem Planı ve bu plan çerçevesinde Ticaret Bakanlığı tarafından kurulan Çalışma Grubu ile yürütülen faaliyetlerle Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) çatısı altında oluşturulan Sürdürülebilirlik Eylem Planı, ülkemiz hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün sorumlu tedarik zinciri oluşturmasına katkıda bulunuyor. İHKİB ise sürdürülebilirlik alanında bir taraftan sektörel yol haritası çalışması yürütürken diğer tarafından IPA ve yerel kaynakların eş finansmanı ile yürüttüğü projeler sayesinde sektörün en kısa yoldan, en üst seviyeye ulaşmasını hedefliyor.

İHKİB'in gerçekleştirdiği oturumu alıcılar ve markalar, uluslararası sektörel paydaşlar, denetim firmaları temsilcilerinden oluşan çok sayıda katılımcı izledi.

İHKİB, sürdürülebilirlik alanında sektörel yol haritası çalışması yürütürken IPA ve yerel kaynakların eş finansmanı ile yürüttüğü projeler sayesinde sektörün kısa yoldan, en üst seviyeye ulaşmasını hedefliyor.

İTHİB, Yetenekli Göçmenler/Yüksek Nitelikler ve Ekonomik Kalkınma Programı'na katıldı



İstanbul Üniversitesi ile International Migration and Refugee Association (IMRA) iş birliğinde düzenlenen Yetenekli Göçmenler/Yüksek Nitelikler ve Ekonomik Kalkınma Programı, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün katılımı ile gerçekleştirildi.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İstanbul Üniversitesi ve IMRA Derneği tarafından 21 Şubat'ta düzenlenen programa katıldı. İçişleri Bakan Yardımcısı İsmail Çataklı, İstanbul Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mahmut Ak ve IMRA Derneği Başkanı Doç. Dr. Sare Aydın'ın katılımıyla düzenlenen program, gün boyu devam etti. Programda, Nitelikli Göçmenlerin Desteklenmesine Yönelik Kamu Politikaları, Yeteneklilerin Kariyerlerinin Desteklenmesi ve Ekonomik Kalkınma, Kalkınma Sürecinde İstihdam Yaratmak: İşveren Göçmenler, Göçmen İstihdam Eden İşverenler isimli üç farklı oturum gerçekleştirildi.

Moderatörlüğünü Prof. Dr. Ayşegül Komsuoğlu'nun yaptığı Nitelikli Göçmenlerin

Desteklenmesine Yönelik Kamu Politikaları oturumunda konuşmacı olarak yer alan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Türkiye'nin genel istihdam görünümüne ilişkin bilgiler verdi. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde istihdamın 1,2 milyona ulaştığına dikkat çekerek Türkiye'ye göçün mevcut durumunu değerlendiren Öksüz; yaş ortalaması 23 olan Suriyeli mülteci nüfusun İstanbul, Gaziantep ve Şanlıurfa gibi illerde yoğunlaştığını belirtti. Nüfusun yüzde 37'sinin 19-40 yaş aralığında aktif çalışabilir durumda olduğunun altını çizen Öksüz, Suriyeli mültecilerin yüzde 79,1'inin imalat sanayi, ticaret ve inşaat sektörlerinde çalışmakta olduğunu dile getirdi.

İTHİB'İN MÜLTECİLERİN İSTİHDAMINA YÖNELİK PROJELERİ ANLATILDI

ILO raporuna göre her üç Suriyeli'den birinin tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinde çalıştığını söyleyen Öksüz: "Suriyelilerin, Türkiye'de tüm çalışanlar içindeki oranı yüzde 2,9'dur. Bir iş yerinde çalıştırılan geçici korumadan faydalanan Suriyeli sayısı, iş yerindeki toplam çalışan sayısının yüzde 10'unu geçemez. Çalışan sayısı 10'dan azsa bir geçici korumadan faydalanan Suriyeli istihdam edilebilir." dedi.

Söz konusu oturum Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Gücü Genel Müdürü Saadettin Akyl, Göç İdaresi Başkanı Dr. Savaş Ünlü, Birleşmiş Milletler Mülteci Örgütü Türkiye Temsilcisi Philippe Leclerc ve Uluslararası Çalışma Örgütü Türkiye Misyon Şefi Gerard Karl Waite'nin katılımıyla gerçekleşti.



NEC

FERMUAR



📍 Malkoçoğlu Mahallesi Eski Edirne Asfaltı No: 855/1 Sultangazi / İstanbul
☎ Tel: 0212 475 35 27 - 0212 618 52 28 - 0212 618 52 29(Fax)
✉ info@necfermuar.com 🌐 www.necfermuar.com



Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Danışma Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

MARMARA Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Danışma Kurulu Toplantısı, 3 Şubat'ta gerçekleştirildi. Marmara Üniversitesi Recep Tayyip Erdoğan Külliyesi'nde gerçekleşen toplantıda, Teknoloji Fakültesi'nin eğitim ve öğretim faaliyetleri, projeleri ve gelecek dönem yol haritaları değerlendirildi.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Teknoloji Fakültesi Dekanı Hasan

Erdal, Danışma Kurulu üyeleri ve fakülte öğretim görevlilerinin katıldığı toplantıda üniversite-sanayi iş birliğinin artırılmasına yönelik görüşler paylaşıldı. Ahmet Öksüz, gerçekleştirilen toplantıda tekstil sektörünün AR-GE çalışmalarındaki mevcut durum, atılacak adımlar ve somut hedeflere ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Öksüz, yapmış olduğu konuşmada Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Programı'na ilişkin bilgi vererek uygulamalı eğitimin tekstil sektörü açısından önemine değindi. Üç yıl önce başlayan ve tekstil mühendislerinin niteliğini artırmayı hedefleyen burs projesinin en önemli sac ayaklarından birinin uygulamalı eğitim olduğunun altını çizdi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, işletme içi eğitimin öğrencilerin



tekstil endüstrisine entegrasyonunda büyük öneme sahip olduğunu ve bu çerçevede üniversitelerden gelecek her türlü talebi tekstil sektörünün memnuniyetle karşılayacağını belirtti.

Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hasan Erdal, yedi dönemi okulda, bir dönemi işletmede geçirilecek şekilde organize edilen "İşletmede Mesleki Eğitim" uygulamasının ilk olarak Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi'nde başladığını ifade etti. Erdal, öğrencilerin mezuniyet sonrasında süreci adaptasyonlarının sağlandığını belirtti. Toplantı sonrasında Teknoloji Fakültesi sınıfları ve laboratuvarları ziyaret edilerek Recep Tayyip Erdoğan Külliyesi'ne taşınan fakülteye ilişkin bilgiler alındı.

Uluslararası Kitap Bağış Günü'nde Türkiye Dokuma Atlası kataloğu kütüphanelere bağışlandı

ULUSLARARASI Kitap Bağış Günü çerçevesinde İTHİB, yaklaşık 100 lise ve üniversiteye kitap bağışında bulundu. İTHİB'in sosyal sorumluluk projesi kapsamında 100'ü aşkın Türkiye Dokuma Atlası kataloğu lise ve üniversite kütüphanelerinde yerini aldı.

Türkiye'nin Dokuma Atlası Sergisi kapsamında Anadolu'nun farklı bölgelerinden derlenen 150'yi aşkın yerel dokuma, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde sergilenmişti. İTHİB'in, sergilenen dokumaların ayrıntılı olarak incelendiği Türkiye Dokuma Atlası kataloğunun üniversite ve lise kütüphanelerinde yer almasını sağladığı sosyal sorumluluk projesi ile gelenek ile gelecek arasında bir bağ kurulması amaçlandı.

Uluslararası Kitap Bağış Günü'ne ilişkin değerlendirmelerde bulunan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: "T.C. Cumhurbaşkanlığı himayelerinde, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğimiz (İTHİB) ve Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu



Öğrenme Genel Müdürlüğü bünyesindeki Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü tarafından Türkiye Dokuma Atlası Projesi yürütülüyor. Kaybolmaya yüz tutan geleneksel dokuma kültürünün korunması ve zengin kültürel birikimin gelecek kuşaklara aktarılması amaçlanan projemiz kapsamında hazırlanan Türkiye Dokuma Atlası kataloğunu okullarımızla paylaşmaktan büyük mutluluk duyuyorum. İnanıyorum ki özünü kaybetmeden yeniden hayat bulan tarihi dokumalarımız, yakın gelecekte küresel ölçekte ilgi odağı olacak ve Türkiye'nin katma değerli tekstil ihracatına en önemli desteklerinden birini verecektir. 2021 yılında 12,9 milyar dolar değerinde ihracatla Cumhuriyet tarihinin en yüksek tekstil ihracatını gerçekleştiren sektörümüz, 2022 yılında belirlediği 15 milyar dolar değerinde ihracat hedefine, yine tüm paydaşlarından aldığı güçle ulaşacaktır. Bu vesile ile 14 Şubat Uluslararası Kitap Bağış Günümüzü kutluyorum." dedi.



TEKSPA

KONFEKSİYON TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.



keçe dünyası.com

- > Kırtasiye Keçesi
- > Tekstil Keçesi
- > Kalıp Keçesi 10 mm
- > Yazı Tahtası Silgi Keçesi (Yün)
- > Otomotiv Keçesi
- > Mobilya Keçesi
- > Halı Altı Keçesi
- > DOT'lu Keçe
- > Yaka Altı Keçesi
- > Terlik, Ayakkabı Keçesi
- > Hobi Keçesi
- > Aplike Keçesi
- > Nakış Keçesi



Sanayi Mahallesi Çavuşoğlu Sokak No:2 Güngören / İstanbul

Tel: 0212 637 49 04 0544 637 49 04

www.tekspa.com.tr - info@tekspa.com.tr - www.kecedunyasi.com - info@kecedunyasi.com

İTHİB, Texhibition İstanbul Fuarı öncesi sektörel derneklerle buluştu

Tekstil ve ham maddeleri sektörü 16-18 Mart'ta düzenlenecek olan Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı için hazırlıklarını sürdürüyor. Bu kapsamda sektörel derneklerle bir araya gelen İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz derneklerle yapılabilecek iş birliklerini değerlendirdi.



İSTANBUL Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ile İstanbul Ticaret Odası iş birliğinde düzenlenecek olan ve hazır giyimle yönelik kumaş ile tekstil aksesuarları firmalarının yer alacağı Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı kapsamında dernek temsilcileri ile bir araya gelindi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün katılımında gerçekleştirilen toplantı, 2 Şubat'ta Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Toplantı Salonu'nda düzenlendi.

Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği (LASİAD), Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD), Osmanbey Tekstil İş İnsanları Derneği (OTİAD), Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş İnsanları Derneği (BATİAD), Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD), Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD), Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD), Sektörel ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Derneği (DIŞDER), Zeytinburnu Tekstil Sanayici İş Adamları Derneği (ZETSİAD), Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD), Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği (MÜSİAD) temsilcilerine 16-18 Mart'ta İstanbul Fuar Merkezi'nde



gerçekleşecek fuar ile alakalı bilgiler verildi. Etkinliğin daha verimli olabilmesi için derneklerle fikir alışverişinde bulunuldu.

DERNEKLER ZİYARET EDİLDİ

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri, 18 Şubat'ta MESİAD ile bir toplantı gerçekleştirilerek MESİAD Başkanı Ekrem Kap ile Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı'na ilişkin değerlendirmelerde bulundular. Kurulabilecek iş birliklerine ilişkin görüşmelerin yapıldığı toplantı sonrasında Öksüz, Merter bölgesinde faaliyet gösteren ihracatçı firmaları sahada ziyaret etti.

Başkan Ahmet Öksüz ve İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri, OTİAD ve TİGSAD yönetimlerini de ziyaret etti. OTİAD Başkanı Eda Arpacı ve Yönetim Kurulu üyelerinin ev sahipliğinde düzenlenen toplantıda fuar kapsamında gerçekleştirilebilecek projeler üzerine görüşülürken TİGSAD Başkanı Nazım Kanpolat ve Yönetim Kurulu üyeleri ev sahipliğinde gerçekleşen toplantıda da fuara ilişkin bilgiler paylaşıldı.





İTHİB, Yönetim Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

İTHİB, Şubat ayı Yönetim Kurulu Toplantısı'nı, Başkan Ahmet Öksüz Yönetim Kurulu üyelerinin katılımıyla gerçekleştirdi. 22 Şubat'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan toplantıda Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı'na ve yurt dışı fuarlara ilişkin hususlar görüşüldü. Yarışma ve etkinliklerle ilgili konulara da değinilen toplantıda, 6. Ulusal Pamuk Zirvesi ve GMO Free Turkish Cotton Danışma

Kurulu Toplantısı'nın çıktıları değerlendirildi. İTHİB tarafından faaliyetlerine devam edilen UR-GE projeleri, Resmî Gazete'de yayımlanan tebliğler de toplantının konuları arasında yer aldı.

Amerika kıtasında yer alan ülkelerin tekstil sektörü dış ticaretine ilişkin bilgilerin paylaşıldığı toplantıda, Türk tekstil ve ham maddeleri sektörünün güncel istatistikleri de değerlendirildi.

Texhibition Fuarı kapsamında Komite Toplantısı yapıldı

İTHİB ile İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliğinde gerçekleşecek olan Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı kapsamında, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün de katılım gösterdiği Komite Toplantısı gerçekleştirildi. 18 Şubat'ta yapılan toplantıya İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri Kahraman Öztürk, Osman Ege, Mahmut Vıvız ve İTO Yönetim Kurulu üyeleri Ahmet Altınöz ile Burhan Polat katıldı. Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı ile ilgili genel konuların ve süreçlerin değerlendirildiği toplantıda, katılımcı ve ziyaretçi firma başvurularının yüksek seviyede olması komite tarafından memnuniyetle karşılandı. Ahmet Öksüz, Komite Üyeleri ile süreci istişare ederek fuarın daha verimli sonuçlanabilmesi amacıyla karşılıklı fikir alışverişinde bulundu.



İTHİB'den 8 Mart Dünya Kadınlar Günü filmi

İTHİB, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne özel bir film çekimi gerçekleştirdi. Sektörün kadın istihdamındaki öncülüğüne dikkat çekilen filmde, sektörel dernek başkanlarından tasarımcılara kadar birçok başarılı isim yer aldı.

İTHİB, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne yönelik olarak yayımlanmak üzere kısa film çekimi gerçekleştirdi. 25 Şubat'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde çekimleri tamamlanan filmde, sektörün önde gelen kadın temsilcileri yer aldı.

Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri, Türkiye'nin kadın istihdamında en önemli sektörlerin başında yer alıyor. 1 milyon 166 bini aşkın istihdamı ile Türkiye'nin istihdam lokomotifini olarak bilinen tekstil ve hazır giyim sektörlerinde kadın çalışan oranı yüzde 42. 488 bine yakın kadına istihdam olanağı sağlayan sektörler, kadınların iş hayatında yer alabilmesine önemli katkılar sunuyor. İTHİB, sektörün bu alandaki konumuna dikkat çeken kısa film çalışmasını, sosyal medya kanalları üzerinden yayımlamayı planlıyor. Filmde yer alan isimler arasında Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) Başkanı Eda Arpacı, Tasarımcı Özlem Süer, Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi Öğrencisi Begüm Gıdık, Küratör Güneş Güner, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Müşterek Başkanı Sanem Dikmen, Moda ve Tasarım Derneği Başkanı Betül Eren Işık, Yüksek Tekstil Mühendisi Gizem Sönmez, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Öğretim Görevlisi Prof. Dr. Emel Önder Karaoğlu ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe bulundu.

SEKTÖRÜN ÖNEMLİ İSİMLERİ KADINLAR GÜNÜ MESAJLARINI PAYLAŞTI

OTİAD Başkanı Eda Arpacı: "Kadın; emektir, sevgidir,ilmek ilmek hayatı örendir. Kadın, ailenin temelini oluşturur." mesajıyla videoda yer aldı. Tasarımcı Özlem Süer: "Kadın, yaşamdır. Yaratıcı güçleriyle toplumun estetiğini, çağdaşlığını, değerini artırandır." derken Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi Öğrencisi Begüm Gıdık: "Kadın, gelecektir. Aydınlık yarınlarımızın en güçlü teminatıdır." ifadelerini kullandı. Küratör Güneş Güner'in mesajı: "Kadın, içinde yatan güçlü ruhu üretimine yansıtandır." oldu. TGSD Müşterek Başkanı Sanem Dikmen: "Kadın, güçtür. Toplumun temelini oluşturan da yolunu çizen kadınlardır." dedi. MOTAD Başkanı Betül Eren Işık: "Kadın, güçlü dokunuşlarıyla hayata değer katandır." ifadesini kullandı. Yüksek Tekstil Mühendisi Gizem Sönmez: "Kadın, toplumsal yaşamın her alanında emeğinin görünmez kılınmasına



karşı var olandır." mesajını paylaşırken İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi Öğretim Görevlisi Prof. Dr. Emel Önder Karaoğlu: "Kadın değerlidir ve eğitim güçlü kadının en güçlü anahtarıdır." dedi. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe'nin mesajı ise "Çizilmiş kalıplara sığmayan, gelişmeyi ve üretmeyi hayatının her anında merkezine alan, üretimin temsili olan biz kadınlarla daha güçlü Türkiye." oldu.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, kısa filmde kadınlara: "Üreten güçlü Türkiye'nin güçlü kadınları, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nüz kutlu olsun!" mesajını verdi.

**İPLİK ALMANIN
EN HIZLI VE EN KOLAY
YOLU İLE TANIŞMANIZA
ÇOK AZ BİR SÜRE KALDI...**

MERAK ETTİĞİNİZİ BİLİYORUZ.



**AZ KALDI,
ÇOK YAKINDA
GELİYORUZ!**



İTHİB, Texworld Paris Fuarı'nın açılışına katıldı



KUMAS sektörünün önde gelen fuarlarından biri olan Texworld Paris Fuarı, 7-9 Şubat'ta Fransa'nın Paris kentinde gerçekleştirildi. Yılda iki kez düzenlenen ve kumaş, hazır giyim, denim, deri, aksesuar gibi ürünlerin sergilendiği fuar, 50. kez kapılarını açtı. İstanbul Ticaret Odası (İTO) tarafından millî katılım

sağlanan fuarda, millî katılım organizasyonu ile 36, toplamda ise 72 Türk firması yer aldı. Çin ve diğer Asya ülkelerinde devam eden seyahat kısıtlamaları sebebiyle fuar, Türk firmaları açısından büyük fırsat yarattı.

Fuarın açılışına İTO yönetimi ile birlikte İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz de katıldı. Katılımcı Türk firmaların stantlarını ziyaret ederek başarı dileklerini paylaşan Öksüz, Türk tekstil sektörünün dünyaya tanıtımı konusunda Texworld Fuarı'nın önemine vurgu yaptı. 16 ülkeden 201

firmanın katılımcı olarak yer aldığı fuarda 2 bin 900'ün üzerinde ziyaretçi ağırlandı. Türkiye'nin pazardaki prestijini ve hâkimiyetini artırmak açısından önem taşıyan Texworld Paris Fuarı'nın gelecek sezonlarına da Türk firmalarının katılımının avantaj yaratacağı düşünülüyor.

TİM ve Sektörler Konseyi, Hazine ve Maliye Bakanı'nı ziyaret etti

TÜRKİYE İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, TİM Yönetim Kurulu ve Sektörler Konseyi üyeleri, Maliye Bakanı Nureddin Nebati'yi ziyaret etti. İstanbul'da gerçekleşen görüşmede gündemdeki son gelişmeler ele alındı.

Görüşmeyi değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle: "Bakanımız ve Türkiye'nin güçlü üretim yapısının mimarı olan ihracatçıların buluşması son derece önemli. Dünya ekonomisinin oldukça kırılğan bir seyir izlediği bir dönemde Türk ihracatçısının hedeflerini tutturması için bu iş birliği çok değerli. El birliğiyle, çalışmayla, ortak akılla bu süreci optimum fayda ile tamamlayabiliriz. Son olarak açıkladığımız Kredi Garanti Fonu kapsamında, Yatırım Destek Paketi için 25 milyar TL, İhracat Destek Paketi için 25 milyar TL, İşletme Harcamaları Destek Paketi için 10 milyar TL olmak üzere üç paket devreye alındı. Toplamda 60 milyar TL kefalet hacmi oluşturan bu paket, yeni ekonomi modelimizin başarıya ulaşmasında son derece önemli bir adım oldu. İhracatçıların iş hacminin arttığı ve yeni yatırımlara ihtiyaç duyduğu bir dönemde, KGF kapsamında 6 ay



ödemesiz dönem ve 18 ay vade uygulaması hayati önem taşıyor." diye konuştu.

Toplantıya katılan İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici: "Görüşmede ülkemizin daha güçlü yarınlara taşınması adına ihracatımızın artırılmasına yönelik istihdam ve yatırım önerilerimizi içeren detaylı bir dosya sunduk. Birlikte daha iyiye, daha güçlü bir geleceğe yürüyeceğimize inanıyorum." dedi.

İDMİB Şubat ayı Yönetim Kurulu Toplantısı yapıldı



İSTANBUL Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) 2018-2022 dönemine ilişkin Yönetim Kurulu toplantılarından 50.sini 10 Şubat'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. Yönetim Kurulu üyelerinin geniş katılımıyla fiziki ortamda bir araya gelinerek yapılan toplantıda ana gündem maddeleri olarak 2022 yılında millî katılım organizasyonu yapılacak fuarlar ile 4. Ayakkabı Tasarım Yarışması organizasyonu ve alım heyetleri hususları görüşüldü. Ayrıca, sektörün güncel dış ticaret verileri, sektörel yazılar ve sorunlar değerlendirildi. İDMİB tarafından yürütülmesi planlanan sektörel iş birlikleri ve projeler hususlarında fikir alışverişinde bulunuldu.

İDMİB, Euro Shoes Fuarı'na katılan Türk firmaları ziyaret etti

ULUSLARARASI ayakkabı fuarı olan Euro Shoes Premiere Collection, 21-24 Şubat'ta Rusya'nın Moskova kentinde düzenlendi. Türk deri ve deri mamulleri sektörü açısından önemli hedef ülkelerden Rusya pazarına yönelik fuarlardan biri olan Euro Shoes Premiere Collection'a 22 Türk firması katıldı. Ayakkabı ihracatçısı olan firmalar, Rus alıcılara sundukları ürünleriyle büyük beğeni topladı.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak ve İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca, fuara katılan Türk firmaların stantlarını ziyaret ederek başarılı bir fuar geçirmelerini temenni etti.





11. Geleneksel Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare Toplantısı gerçekleşti

İSTANBUL Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), her sene geleneksel olarak gerçekleştirdiği Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare Toplantısı'nın 11.sini, 9 Şubat'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal'ın yönettiği toplantıda, ihracatçıların sorunları konuşuldu. Toplantıda ayrıca 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. Söz konusu durumun fiyatlara yansıtılabilmesi için nasıl bir yol izlenebileceği konusunda fikir alışverişinde bulunuldu. Ayrıca kadife halı ve seccade ihracatçılarının imalatlarının bir kısmını farklı bir ürüne çevirip mevcut pazarlarını çeşitlendirmeleri gerektiği konusunda fikir birliğine varıldı. Toplantıda, ürün kalitesini artırıp pazarı çeşitlendirmenin önemine de vurgu yapıldı.

İHİB, dekoratif halı ihracatçıları ile istişare toplantısı yaptı



İSTANBUL Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), 14 Şubat'ta dekoratif halı ihracatçıları ile bir araya geldi. Yeni bir alt sektör olan dekoratif halı üzerine gerçekleşen toplantıda, birlikte hareket etmenin ve birlik olmanın önemine vurgu yapıldı.

Toplantıda, firmalara ihracata yönelik devlet yardımları ile ilgili bilgi de verildi. Katma değerli ürün üretmenin ve tasarımın önemine de vurgu yapılan toplantıda, farklı pazarlara yönelmenin firmalara avantaj sağlayacağına değinildi.

TEKS TECH

B U R S A 2 0 2 2

Teks – Tech Bursa İplik, Brode, Tekstil Aksesuarları,
Nakış İşleme ve Kumaş Baskı Teknolojileri Fuarı

09-11 Haziran 2022

Modanın Bileşenleri Bursa'da Buluşuyor...



İplik



Kumaş



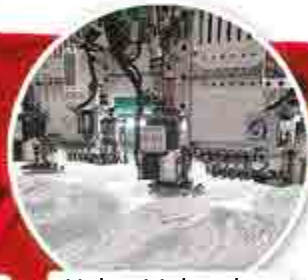
Brode



Aksesuar



Kumaş ve Aksesuar Baskı Makineleri



Nakış Makineleri



Örme Teknolojileri

Platinyum Sponsor

FUFANK
KNITTING MACHINERY



Sürdürülebilir
Tekstil Ürünleri
Özel Bölümü

Organizatör

Termin
Fuarcilik Ltd. Şti.
Trade Fairs



ORSAD
ÖZEL SANAYİCİLER ODASI

AKSESUAR
ÜNİVERSİTESİ

Çobançeşme Mah. Kandilli Sk. No:8/A Bahçelievler / İSTANBUL

Tel: +90 212 424 25 69 - Gsm: +90 532 799 78 18

www.teks-tech.com - www.terminfuarcilik.com

e-mail: info@terminfuarcilik.com - levent.kayikci@terminfuarcilik.com

Bu Fuar 5174 Sayılı Kanun Gereğince TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) İzni İle Düzenlenmektedir.

FIND MORE ON OUR
ONLINE PUBLICATION
SCAN the CODE



Chemical
-99%

Water
-91%

Electricity
-28%

Waste
-93%

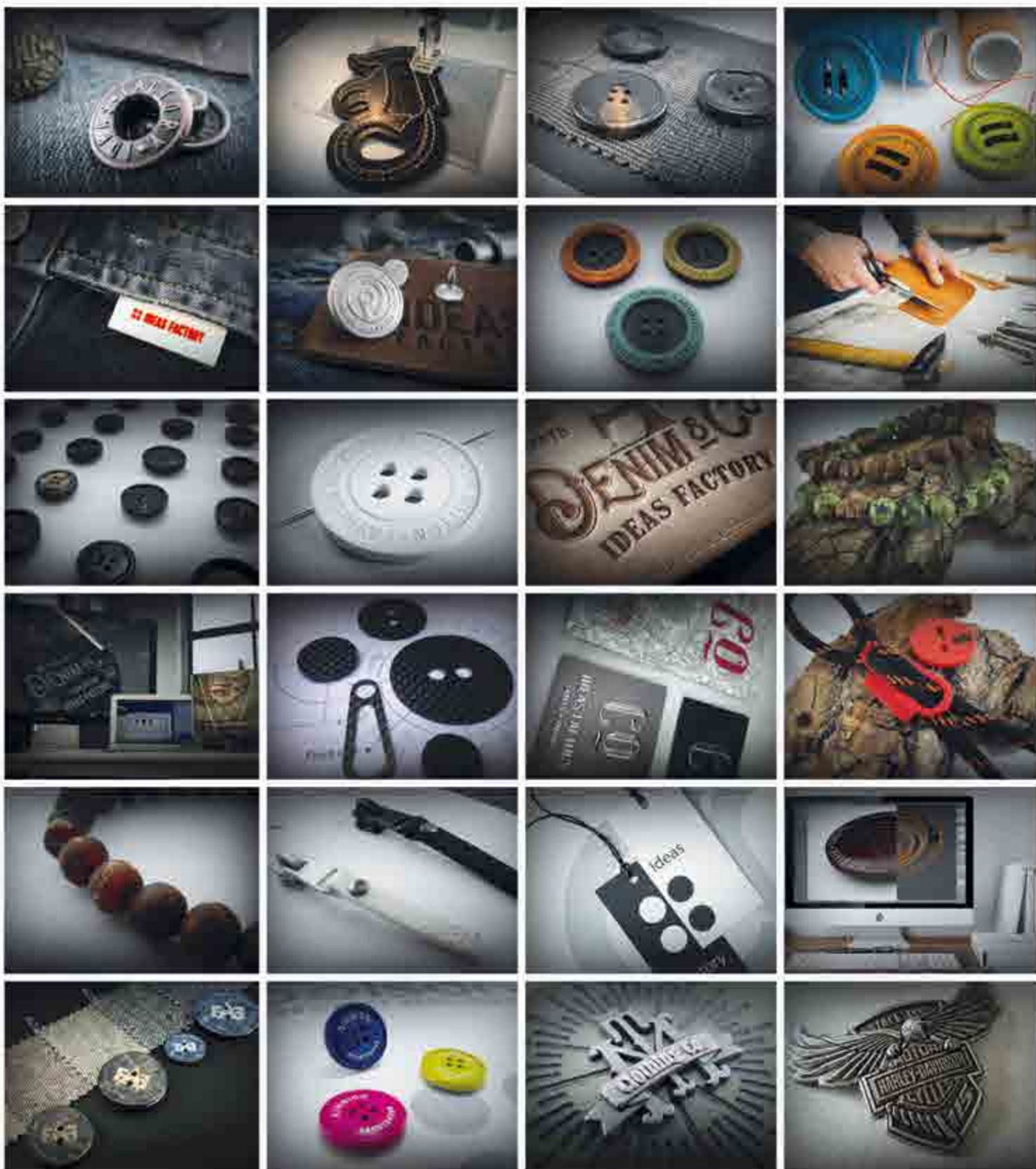
MAKING THE ENVIRONMENT COUNT

With a view to a modern ethics of environmental sustainability, Polsan researches and develops innovative production techniques that reduce the waste of water and energy to the maximum, thanks to the abolition of chemical products.

www.polsanbutton.com.tr

polsan
fashion accessories™





Since 1950 we produce with passion and quality a wide range of Fashion accessories, for garment, shoe and leather industries.

Thanks to the combination of technical skills and creative design, together with constant investment in research and development, Polsan Button is the ideal partner for the most successful garment manufacturers and fashion designers all over the world.

www.polsanbutton.com.tr

polsan
fashion accessories™

TÜRK HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN GERÇEĞE DÖNÜŞEN HAYALI IFCO FUARI

Türk moda endüstrisinin amiral gemisi konumundaki İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) iş birliğinde sektörün bir hayalini daha gerçeğe dönüştürdü. İHKİB'in Türkiye'den 600'den fazla hazır giyim firmasını dünyanın dört bir yanından binlerce alıcı ile buluşturduğu IFCO-Istanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı 9-11 Şubat'ta gerçekleştirildi.

IFCO İSTANBUL
FASHION
CONNECTION

HAZIR GIYİM VE MODA FUARI 9-11 ŞUBAT 2022



IHKİB ve İTO iş birliğinde gerçekleştirilen IFCO Fuarı'nın ilki, 9-11 Şubat'ta başarıyla hayata geçirildi. Sektörün küresel buluşma noktası olarak İstanbul Fuar Merkezi'nde ziyaretçilerini ağırlayan fuarın açılışını Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdağç ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe yaptı. Gülle, Avdağç ve Gültepe fuara katılan firmaların stantlarını ziyaret ederek başarı dileklerini ilettiler. Fuar süresince düzenlenen moda öncülük eden tasarımların sergilendiği defileler ve birbirinden önemli isimlerin konuşmacı olarak katıldığı seminerler sayesinde en güncel trendler ve teknolojik yenilikler katılımcılar ile paylaşıldı. Fuarın ilk gününün akşamında düzenlenen gala gecesinde birçok farklı ülkeden fuarı ziyaret eden alıcılar, eğlenceli gösteriler eşliğinde Türk kültürüne yakından bakma şansını yakaladı.

Fuara İstanbul, Bursa, İzmir, Denizli ve Gaziantep başta olmak üzere Türkiye'nin dört bir yanından 600'ün üzerinde firma katıldı. Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Belçika, Avustralya, İsviçre, Hollanda, Danimarka gibi Avrupa ülkelerinin yanı sıra ABD, Balkanlar, Rusya ve BDT ülkeleri, Afrika, Orta Doğu ve Körfez ülkelerinden profesyonel alıcıların katılım gösterdiği fuarın sektörün ihracatına 1 milyar doların üzerinde katkı sağlaması hedefleniyor. 12 bini yabancı olmak üzere 25 binden fazla ziyaretçinin katıldığı fuarın ikinci sezonunun ise 24-26 Ağustos'ta gerçekleştirilmesi planlanıyor.

"IFCO, İHRACATTA YENİ BİR SİNERJİ YARATACAK"
İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, fuarın açılışında yaptığı konuşmada küresel ölçekte bir moda merkezi yapmak istedikleri İstanbul'da uluslararası bir hazır giyim fuarı düzenlemenin, sektörün ortak hayali olduğunu hatırlattı. Tüm sektörel paydaşların kenetlenmesi ve İTO'nun iş birliği ile hayali gerçeğe dönüştürmenin gururunu yaşadıklarını anlatan Gültepe, şöyle devam etti: "Hazırlık sürecinden itibaren alım heyetlerinin yoğun ilgisiyle karşılaştık. Özellikle Türkiye ile daha önce hiç çalışmamış markaların fuara gelmesi bizi heyecanlandırıyor. Fuarımızı 100'den fazla ülkeden 4 binin üzerinde nitelikli alıcının ve 10 binden fazla sektör ilgisinin ziyaret etmesini bekliyoruz. Kadın, erkek, çocuk giyimden iç giyime, gelinlik ve abiyeden deri, kürk konfeksiyona tüm ürün gruplarını tek çatı altında topladığımız fuarımızın ihracatta yeni bir sinerji yaratacağına inanıyorum. Bu sinerjinin elbette pozitif yansımaları olacak. 2021'de 20,3 milyar dolar ihracatla rekor kırmıştık. 2022'ye de yine artış trendi ile başladık. Ocak ayını yüzde 5,5 artışla 1,6 milyar dolarlık ihracat ile kapattık. En büyük pazarımız AB'ye ve dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı olan ABD'ye ihracatımız artmaya devam ediyor. Eğer bir aksilikle karşılaşmazsak bu yıl 23 milyar doların üzerinde tamamlayacağız. IFCO Fuarı, 23 milyar dolarlık ihracat hedefimizin itici güçlerinden biri olacak."

IFCO Fuarı'nın ilkinin 35 bin metrekarelik alanda düzenlendiğini bildiren Mustafa Gültepe, Cumhuriyetin kuruluşunun 100. yıl dönümünün



25.000+
Toplam ziyaretçi sayısı



100+
Fuara katılan alıcı ülke sayısı



4.000+
Fuara katılan alıcı sayısı



35.000
metrekare
Fuar alanı



600
Katılımcı firma sayısı



Özellikle Türkiye ile daha önce hiç çalışmamış markaların fuara gelmesi bizi heyecanlandırıyor.

kutlanacağı 2023'te 100 bin metrekarelik alanda çok daha geniş katılımlı bir fuar planladıklarını sözlerine ekledi.

"HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ 25 MİLYAR DOLAR İHRACAT YAPABİLİR"

İTO Başkanı Şekib Avdağç; yedi holde, 35 bin metrekarelik alanda, 600'den fazla katılımcı ile düzenlenen fuarın gelecek yıllarda Avrupa'nın en büyük sektörel fuarı olarak öne çıkmasını arzu ettiğini söyledi. İTO olarak birlik ve derneklere her türlü kolaylığı gösterip, Türkiye'nin ihracat gücüne güç kattıklarını vurgulayan Avdağç, şöyle devam etti: "İHKİB tarafından eksiksiz bir şekilde organize edilen IFCO Fuarı için İTO yönetimi olarak elimizden gelen desteği verdik. Bir İHKİB gönüllüsü, ihracat gönüllüsü gibi çalışarak sektörde yeni bir üretim ve ihracat rüzgârı esmesi için her türlü fedakârlığı gösterdik. Türkiye, son 20 yıldır hazır giyim ve konfeksiyonda büyük güç elde etti. Son açıklanan rakamlar bu gücümüzü açık seçik ortaya koyuyor. Türkiye'nin genel ihracatı içindeki yüzde 9'luk payı ile hazır giyim, ihracatın lokomotif dört sektöründen biri olduğunun altını çiziyor. 2022 için konan 23 milyar dolarlık hedef, bu büyüklükteki bir sektöre yetmez. Ben bu yıl 25 milyar doları yakalayacağımıza inanıyorum. Elde ettiğimiz tedarik üssü olma avantajını kullanarak hem üretim kapasitemizi hem de ihracatımızı daha da yukarıya çıkarmalıyız. Sektörümüzde bu potansiyel ve beceri var."



“250 MİLYAR DOLARLIK HEDEFİN 25 MİLYAR DOLARINI HAZIR GİYİM YAPABİLİR”

TİM Başkanı İsmail Güllü konuşmasında, İHKİB’in İTO iş birliğinde düzenlediği hazır giyim ve moda fuarı ile gurur verici bir projeyi ülkeye kazandırdığını söyledi. Türkiye’nin 2021’de 225 milyar dolarlık ihracat ile büyük bir başarıya imza attığını hatırlatan Güllü: “2022 için 250 milyar dolarlık bir hedef koyduk. 250 milyar dolarlık hedefin 25 milyar dolarını, yani yüzde 10’unu hazır giyim ve konfeksiyon sektörü yapabilir. Sektörde bu kapasite var. Pandemi döneminde birçok marka, siparişlerini Türkiye’ye kaydırды. İlk kez bizimle çalışmak için gelenler oldu. Geçen yıl birçok firmamız siparişlere yetişmekte zorlandı. Ülkemize olan ilgiyi önümüzdeki bir fırsat olarak değerlendirmeliyiz. Pandemi, dünyada pek çok şeyi kökünden değiştirdi. Alışkanlıklarımız ve ticaret büyük bir değişim ve dönüşümden geçiyor. Biz de bu dönüşümü çok iyi okuyarak önümüze çıkan fırsatı çok iyi değerlendirmek durumundayız. Bütün sektörlerimizde büyük bir dinamizm var. Ben bu dinamizmin yansımalarını 2022’de göreceğimiz inanıyorum.” dedi.

LINEXPO VE FASHIONIST IFCO’DA BULUŞTU

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) ve Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) tarafından organize edilen Linexpo İç Giyim ve Çorap Fuarı ile Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) tarafından organize edilen FashionIST Fuarı, bu sezon IFCO Fuarı ile eş zamanlı olarak gerçekleştirildi.

Bu yıl altıncısı düzenlenen Linexpo Fuarı ile ilgili açıklamalarda bulunan TİGSAD Başkanı Nazım Kanpolat: “Fuarımızın stratejisini beş yıllık planlamalar dâhilinde yapıyoruz. İlk beş yıllık hedefimizi tutturduk. Alım heyetleri, B2B görüşmeler, yabancı ziyaretçi sayımızda geldiğimiz nokta ve katılımcı sayımızdaki artış istikrarlı büyümeyi beraberinde getirdi. 2016’da “Moda Günleri” olarak başladığımız yolun sonunda uluslararası fuar statüsüne layık görüldük. Linexpo’nun en büyük özelliklerinden biri de tüm satış alanlarının fuar tarihinden bir yıl önce doluyor olması. Katılımcı firmalarımızın faaliyet alanları iç giyim, pijama, mayo,



korse, çeyiz grubu, sütyen, çocuk pijaması, çocuk çamaşır, saten grubu, tayt, ev giysisi ve eşofman grubu. Firmalarımızın pandemi sonrası dönemde özellikle yurt dışı alım heyetleri ile kuracağı ilişkiler, sektör ihracatımız açısından çok önemli. TİGSAD olarak Linexpo aracılığı ile üretimle, ihracatla ve istihdamla büyümek isteyen ülkemize her geçen yıl daha fazla döviz girdisi sağlamayı hedefliyoruz.” ifadelerini kullandı.

OTİAD Başkanı Eda Arpacı ise bir kültür başkenti olan İstanbul’un aynı zamanda bir moda başkenti olması için IFCO Fuarı’nın çok önemli bir adım olduğunu vurguladı. Arpacı: “Türkiye genelde fason işçilikle anılıyor fakat bizim çok kaliteli bir üretim ve tasarım gücümüz var. Bunları ortaya çıkarmak için de fuarlar çok önemli bir yer tutuyor. Çatı birliklerimizden olan İHKİB ve İTO’nun destekleriyle bu fuarın düzenlenmiş olması, Türk markaları ve tasarımlarının dünyada tanıtılmasına büyük katkı sağlayacak. Daha ilk günden çok kalabalık olan fuarımıza nitelikli alıcılar geliyor. Stantlardan ve katılımcılardan aldığımız izlenimler de çok iyi. Fuarın senede iki kez yapılacak olması son derece yerinde bir karar. Fuarda gelinlik damatlık, abiye ve hazır giyim ürünleri yer alıyor. Hazır giyim açısından fuarın ikinci sezonunun Ağustos ayında gerçekleşecek olmasının doğru bir karar olduğunu düşünüyorum. Umuyorum IFCO, dünyada adından saygıyla söz edilecek bir fuar olacaktır.” dedi.



DOĞA OLAYLARINA DİKKAT ÇEKEN TASARIMLAR DEFİLELERE DAMGA VURDU

Fuarın açılışında Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın son finalistlerinin eşsiz koleksiyonları, New Gen defilesi ile sergilendi. Ayrıca son zamanlarda yaşanan olumsuz doğa olaylarından ilham alarak konuya dikkat çekmek amacıyla hazırlanan tasarımlar, fuarda gerçekleştirilen defilelerde yer aldı. Yoğun tasarım sürecinden sonra doğanın ilham kaynağına sahip tasarımlar, fuarda ilk defa sergilendi. Çuval, palmye ağacı, çam kozalağı ve keçi boynuzundan yapılan özel tasarımlar fuara katılan ziyaretçilere görsel şölen yaşattı. Fuar sürecinde sergilenen doğaya dost ürünlerin ve tasarımların moda sektöründe daha fazla ön plana çıkarılmasıyla hem tüketicilerin hem de firmaların bilinçlenmesi noktasında örnek teşkil edilmesi amaçlandı. Kanserojen madde içermeyen ve geri dönüştürülmüş kumaşlara sahip ürünler, katılımcılar tarafından yoğun ilgi gördü. Çevreci ve sürdürülebilirlik yaklaşımı ile üretilen kumaşların tüm ürünlerde kullanılması dikkat çekti.

"AVRUPA'NIN EN BÜYÜK FUARINI GERÇEKLEŞTİRMİŞ OLDUK"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, fuar sonrasında yaptığı değerlendirmelerde IFCO'nun sektör ihracatına 1 milyar doların üzerinde katkı sağlamasını beklediklerini ifade etti. Gültepe: "İTO, İHKİB ve sektör derneklerinin katkısı ile büyük bir fuara imza attık. Pandemi nedeni ile üç yıldır ertelediğimiz bu organizasyona karşı herkesin bir özlemi vardı. Üç fuarı bir çatı altında topladığımız IFCO sayesinde artık hazır giyim sektörünün tek fuarı var. 600'den fazla ulusal ve uluslararası firma, 35 bin metrekare alanda 12 bini yabancı olmak üzere 25 bin ziyaretçi ağırladı. Avrupa'nın en büyük fuarını gerçekleştirmiş olduk. Üç günde 150 firma ile görüştük. Firmaların hepsi mutluydu. İlk kez insanların yüzlerinin bu kadar güldüğü, gözlerinin parladığı bir fuar oldu." diye konuştu.



ERCAN HARDAL

İTKİB FUARCILIK AŞ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

"SEKTÖRDE BÖYLESİNE BİR İZ BIRAKTIĞIMIZ İÇİN ÇOK GURURLUYUZ"

35 BİN metrekarelik alanda gerçekleştirdiğimiz fuarımızla ihracatı artırmayı hedefliyoruz. Amacımız, İstanbul'da yapılan IFCO Fuarı'nı uluslararası fuar takvimine sokmak. Katılımcılarımız gayet memnun ve mutlu. Gelen alım heyetleri de son derece nitelikli. 24-26 Ağustos'ta ikinci fuarımızı yapacağız. Sektör olarak bu yılı 23 milyar doların üzerinde ihracatla kapatacağımıza inanıyorum. IFCO Fuarı'nın 2023'te İTO iş birliğinde 100 bin metrekareye çıkacağını öngörüyoruz. İTO ile yapılan iş birliğinin çok önemli olduğunu düşünüyorum.

IFCO, adeta yeni doğan çocuğumuz gibi. Çok başarılı ve sağlıklı ilerledi. Herkes fuarımızı sahiplendi, ekip olarak üzerinde çok fazla çalıştık. Fuar bitmesine rağmen hâlâ teşekkür ve takdir telefonları alıyoruz. Bu bizi gururlandırıyor, yapmak istediğimiz de buydu. İnsanların katılmak için sırada beklediği bir fuar oldu. Yerimiz kalmadığı için 50 firmayı fuara dâhil edemedik. Katılımcı firmalar alanlarını büyümek istiyorlar. Katılmayan firmalar da fuarda yer almak istiyor. Amacımız sektörümüzü canlandırmak. Gelen alım heyetleri çok efektifti. Gayet güzel sonuçlar aldık. Fuar katılımcısı olarak ben de çok mutluyum. Su an Ağustos ayında gerçekleştireceğimiz fuar için inanılmaz yoğun bir talep var. Çünkü sektör adına 20 yıl sonra bir ilki başardık. Mustafa Gültepe başkanımız da bu konuda çok büyük destekler verdi. Gönüllülük esasıyla çalışan bir ekip olarak sektörde böylesine bir iz bıraktığımız için çok gururluyuz. IFCO Fuarı'nın hazır giyim sektörünün ihracatına 1 milyar doları aşan bir katkısı olacağını düşünüyorum. İnsanların böyle bir fuara ihtiyacı olduğunu gördük. Sektörün dünyaya tanıtılması açısından bu fuar, çok önemli bir konuma eristi.

SEMİNERLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAŞLIKLARI DİKKAT ÇEKİTİ

Fuar katılımcıları ve ziyaretçileri, ikili iş görüşmeleri gerçekleştirmelerinin yanı sıra İHKİB iştraklerinden Ekoteks'in öncülüğünde seminerlere katılma fırsatı yakaladı. Ekoteks tarafından düzenlenen "Tekstil dünyasında çevresel ayak izleri: Su ve karbon" isimli seminerde İTÜ Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Bülent Özipek moderatörlük görevini üstlendi. Seminerin konuşmacılarından İTÜ Çevre Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Seval Sözen; çevresel ayak izi tanımı, bu izlerin neler olduğu, neden gerekli olduğu ve temel felsefesi hakkında bilgi verdi. İstanbul Üniversitesi Çevre Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Ülkü Alver ise çevresel ayak izlerini oluşturan bileşenler, iklim değişikliği ve iklimsel değişikliklerin ülkemiz ve dünyadaki negatif etkilerinden bahsetti.

"Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi" başlıklı Ekoteks seminerinde Sustainable Work Station Kurucu Ortağı Olgun Aydın; işletmelerde geri kazanım, yeniden kullanım, enerji verimliliği, net sıfır karbon çalışmaları, sosyal uygunluk ve sürdürülebilirlik faaliyetlerinin önemine değinerek gelecekte önemi artacak olan sürdürülebilirlik faaliyetlerinin özellikle ihracatçı firmalar için bir tercih değil gereklilik olduğunu belirtti. Fair Labor Association Küresel Operasyonlar Müdürü Alpay Çelikel; küresel perspektiften sosyal uygunluk değerlendirme programlarının önemi, işletmelerde markaların ve bağımsız değerlendirme kuruluşlarının yatırım ve dönüştürülebilirlik güçlerinden iyi uygulama örnekleri paylaşarak dinleyicileri bilgilendirdi. Ekoteks Kurumsal Sürdürülebilirlik Yöneticisi Esmâ Demirkaya Turan ise Ekoteks tarafından yürütülen EKS308 ve EKS315 değerlendirme programları hakkında bilgilendirme yaptı. 2018 yılında tekstil sektörünün yönetsel kapasitelerinin değerlendirilmesi ve geliştirilmesi amacı ile EKS programlarının temellerinin oluşturulduğunu ifade eden Demirkaya Turan, 2020 ve 2021 yıllarında yoğun bir şekilde sürdürülen programların içerikleri, uygulama adımları ve değerlendirme kriterleriyle ilgili ayrıntılı bilgiler paylaştı.

"ZDHC uygulamaları ile su kaynaklarının geri kazanım teknolojileri ve finansman kaynağı" isimli Ekoteks seminerinin moderatörlüğünü Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir yaptı. Özdemir, günümüzde yaşanan iklim krizi ve krizle bağlantılı olarak maruz kaldığımız su ve su kirliliği konularından bahsetti. Bireyler ve kurumlar olarak üzerimize düşen görev ve sorumluluklarla ilgili bilgi veren Özdemir, ne gibi önlemler almamız



gerektiğinden, Avrupa Yeşil Mutabakatı ve ZDHC uygulamalarından da söz etti. İTÜ MEM-TEK Araştırma Merkezi'nden Dr. Mehmet Emin Paşaoğlu, MEM-TEK hakkında ayrıntılı bilgiler paylaşarak merkezin ulusal membran teknolojileri araştırma, geliştirme ve yeni teknolojiler üretme vizyonundan, sanayide verilen teknik bilgi ve altyapı destekleri ile geri kazanım sistemlerinin öneminden ve araştırmacılar ile bilim insanlarının yetişmesi için bir bilim ve uygulama merkezi olduğundan bahsetti. Garanti Bankası Sürdürülebilir Finans Danışmanı İrmak Gül ise Garanti BBVA olarak 10 yıla yakındır proje finansmanı yatırımlarında toplam tutarın tamamının sürdürülebilir finansman yatırımlarından oluştuğundan, işletmelerin sürdürülebilir finansman kaynaklarına erişebilmesi için bağımsız değerlendirme kuruluşlarınca projelerini onaylatmaları gerektiğinden bahsetti.

TREND SEMİNERLERİ KATILIMCILARDAN YOĞUN İLGİ GÖRDÜ

"Doğal kürkler için global sertifikasyon sistemi - Kalite güvencesi ve tüketici güveninin sağlanması" isimli seminer, Uluslararası Kürk Federasyonu Standartlar ve Sürdürülebilirlik Direktörü Paul Stockall tarafından verildi. WGSN Türkiye temsilcisi Müjde Abdiş Güçlü tarafından aktarılan trend seminerinde 2022/2023 ilkbahar-yaz kadın ve erkek hazır giyim trendleri ele alınırken katılımcıların seminere yoğun ilgi gösterdiği dikkat çekti.

Design-Wise, Soul Space ve Full Spectrum temaları ile ilgili sunumlar gerçekleştiren Abdiş Güçlü; Design-Wise trendinin basit, çözüm odaklı kadın giyim parçalarını ve teknolojiyi zanaatla bir araya getirdiğini vurguladı. Bu trendin, tüketicilerin beklentilerini karşılayacak şekilde daha akıllı ve daha sürdürülebilir ürünleri harmanladığını belirten Abdiş Güçlü: "Soul Space, rahat silüetler, mütevazı malzemeler ve rahatlatıcı renkler, desenler anlamına geliyor. Bu süreçte sağlıklı yaşam, kişisel bakım ve iyileştirme ritüellerini destekleyen ürünler, doğal içerik maddeleri daha çok ilgi çekiyor. Full Spektrum trendinde sıra dışı tasarımlar, cesur desenler ve fütürist kumaşlar öne çıkıyor. Outdoor ürünlerin yüksek işlevselliği burada moda ile birleşiyor." dedi.

ULUSLARARASI HAZIR GIYİM FEDERASYONU (IAF) BASKANI M. CEM ALTAN

İHKİB ve İTO'nun katkılarıyla uzun yıllar sonra İstanbul'da çok güzel bir fuar düzenlendi. Uluslararası fuarları aratmayacak bir düzen sağlandığını görüyoruz. Umuyorum bu düzen uzun yıllarca devam edecektir. Bundan sonraki hedefimiz fuara daha fazla alıcı getirebilmek. Seyahat kısıtlamaları da kalkınca IFCO'nun başarısı artacaktır. Mustafa Gültepe başkanımızla dört yıl önce yönetime geldiğimizde dünya markaları yaratmayı hedeflemiştik. O günden beri bu fuarı hazırlamak için çalışıyoruz. Ancak bu fuarlarla markalarımızı tanıtabilir, firmalarımıza destek olabiliriz. Önümüzdeki yıllarda dünya çapında daha fazla markamız olacağına inanıyorum.

LASİAD BASKANI GIYASETTİN EYYÜPKOCA

IFCO Fuarı'nın beklentilerimizin üzerinde olduğunu ifade etmek isterim. Stantları dolayarak insanların ilk gün ve ilk saatlerden memnuniyet durumlarını sordum. İnanılmaz derecede mutlu ve memnunar, sabırsızlıkla bir sonraki fuarı bekliyorlar. Yıllardır istediğimiz, beklediğimiz ve bu konuda defalarca bir araya gelmemize rağmen başaramadığımız bir fuarı gerçekleştiriyoruz. Bu acıdan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye teşekkür ediyorum. İrade ve inanılmaz bir caba göstererek fuarı gerçekleştirmek adına çalışmalar yaptılar. Tüm sektörün beklediği, katılımcı sayısı ve alan olarak bu kadar büyük bir fuarı yapmak kolay değil. Fuarın bu dönemde düzenlenmesi bizim için ayrıca mutluluk verici.

ZETSİAD BASKANI MUSTAFA SARTIK

IFCO, bizim açımızdan çok güzel bir fuar oldu. Sektörümüzdeki fuarlar bölünüyordu. Tüm sektör birleşerek bu fuarı gerçekleştirmemizin mükemmel bir başarı olduğunu düşünüyorum. Altyapısını özenle hazırladığımız bu fuarın, diğer ülkelerdeki fuarlardan çok daha öne çıkacağını düşünüyorum. IFCO'nun dünyanın en büyük fuarı olmasını arzu ediyorum. Sektör olarak bir aradığımızı devam ettirsek bunu başarabiliriz.



BMD BASKANI SİNAN ÖNCEL

İstanbul çok önemli bir fuar alanına kavuştu. Katılımcıların ve yabancı satın almaçıların sayısına baktığımızda koridorların ve stantların çok hareketli olduğunu, ürünlere bakanların sayısının çok fazla olduğunu gözlemledim. İlk etkinlikte böylesi bir hareket sağlayan İHKİB'i tebrik ediyorum. Fuara katılan firmalar da çok güzel hazırlanmış. IFCO'nun tüm sektörler adına bir örnek teşkil edeceğini düşünüyorum.

MESİAD BASKANI EKREM KAP

Üretim mekanizmalarına ve tasarıma haiz bir ülkenin, uluslararası fuar organizasyonunun olmaması büyük eksikliğimizdi. Çeşitli bölgelerde fuarlar yapılıyordu ama bu bizim gücümüzü dağıtıyordu. Bunu bir merkezde toplamak gerekiyordu. Bu anlamda IFCO, çok doğru zamanda kurgulandı. İHKİB ve İTO güç birliğiyle yapılan fuar organizasyonunun sektör adına çok önemli olduğunu düşünüyorum. Fuara bölgemizden ciddi katılım oldu. Stantları ziyaret ederek fikirlerini aldığımız firmalar, fuardan oldukça memnunar. Hem private label hem de hazır ürün anlamında ciddi siparişler alındı. MESİAD olarak 10 binin üzerinde üyemizle bu fuarın arkasında duracağız. Alıcılar, fuar takvimi yaparken mutlaka IFCO Fuarı'nı dikkate alacakları diye düşünüyorum.

KYSD BASKANI MURAT ÖZPEHLİVAN

IFCO, ülkemizde uzun yıllardır özlemini çektiğimiz ve hazır giyim sektörünü temsil eden önemli bir organizasyon olarak hayata geçti. Bu başarıyı ortaya koyan, fuarın gerçekleşmesini sağlayan İHKİB ve İTO'ya şükranlarımızı sunuyoruz. Ziyaretçi sayısı ve katılımcıların memnuniyetiyle de ortaya konan bu başarının, ülkemizin ihracat hedeflerini gerçekleştirmesinde büyük rol oynayacağına inanıyoruz.



İMA TARAFINDAN TASARLANAN "TREND AREA" ZİYARETÇİLERİ KARŞILADI

IFCO Fuarı'nın hemen girişinde yer alan 200 metrekarelik alan "Trend Area" için ayrıldı. Fuarın çekim ve karşılama noktası olması hedeflenen alan için tasarımın tamamı, düzenleme ve styling çalışmaları İstanbul Moda Akademisi (İMA) tarafından gerçekleştirildi. Alandaki ürünler ise fuara katılan firmalar tarafından sağlandı.

Trend Area, 2022/2023 sonbahar-kış trendlerine uygun olarak dört makro temada kurgulandı. Simply Future, Joyful Expression, Glamour Sportswear ve Arty Country olarak belirlenen temaların sunumu ile vurgusu için renk paletleri ve styling örneklerine yer verildi.

TREND AREA'DA DÖRT TEMA SERGİLENDİ

Simply Future temasında sadelik ve teknik donanımla oluşturulan tasarımların geleceği temsil ettiği vurgulanırken Joyful Expression temasında gençliğin, özgürlüğün ve milenyum kuşağının getirdiği yenilik ve çizgilerin etkileri sunuldu. Glamour Sportswear, günümüzde yaşam algısının değişmesiyle günlük giyimimize de yansıyan ve spor giyim daha fazla ön plana çıktığı moda ve stil anlayışını tanımladı. Dört

makro trendden sonuncusu olan Arty Country'de ise geri dönüşümün malzeme ile ifadesi ortaya konuldu.

İMA tarafından tasarlanan ve detaylandırılan Trend Area'da 43 farklı look'a, farklı dokulara, trendler kapsamında görsel öğelere ve renk paletlerine yer verildi. Ortaya konan moda kılavuzunun ürünleri ise firmaların koleksiyonları ile zenginleştirildi. Alanda malzeme seçimlerinin trendlerin yapısına uygun olarak oluşturulması ziyaretçi, tasarımcı ve diğer tüm ilgililere ilham kaynağı oldu.

Renklerin, dokuların ve desenlerin 2022/2023 sonbahar-kış trendlerine uygun olarak bir araya getirilip oluşturulduğu dördü çocuk olmak üzere 43 look, dört makro temaya vurgu yapan görsel alanlar, tamamlayıcı mimari dokunuşlar ve dinlenme alanları sayesinde ziyaretçiler, ürünleri yakından ve keyifle inceleme fırsatı buldu. Fuara katılanlar Trend Area'da ayrıca güncel tasarım trendleri hakkında bilgi ve deneyim sahibi oldu.



BRANGO TEKSTİL GENEL MÜDÜRÜ **RAMAZAN GÖNÜL**

“BEKLENTİMİZİN ÇOK ÜZERİNDE BİR ORGANİZASYON OLDU”

BİZ YURT içinde ve yurt dışında 40 perakende mağazası olan ve bin 200 müşterisi bulunan bir firmayız. Dünyanın pek çok yerine ihracat yapıyoruz. Fuara yaz koleksiyonumuzla katıldık. İTKİB'in düzenlediği her fuara katılıyoruz. İlk kez yapılan IFCO Fuarı'nda büyük

bir ilgi ve yoğun bir kalabalık vardı. Pandemi nedeniyle uzun süredir fiziki fuarların yapılamaması ve İTKİB'in nitelikli alıcı heyetleri sayesinde geniş bir müşteri portföyü vardı. Beklentimizin çok üzerinde bir organizasyon oldu. Hedefimiz Avrupa, Orta Doğu, Kafkasya

ve Güney Afrika bölgelerinden gelen misafirler ile iş birlikleri yapmaktı. Güzel geri dönüşler aldık. Fuar esnasında da fuar sonrasında da siparişler aldık. Hedef kitemize ulaştığımızı söyleyebilirim. Ağustos ayında düzenlenecek olan fuara da katılmayı planlıyoruz.

SERA BELLA FİRMA SAHİBİ
SAFA TENEKEÇİ

“IFCO, İSTANBUL'DA OLMASI GEREKEN BİR FUARDI”

FUARIN bizim açımızdan beklentileri karşıladığını söyleyebilirim. Zaman içinde üzerine çalışıldıkça fuarın daha iyi oturacağını düşünüyorum. Yıllardır sektörün tamamını kapsayan bir moda fuarının başarılı olabileceğini düşünüyordum. Sonuç olarak bu gerçekleştirildi. IFCO, İstanbul'da olması gereken bir fuardı.

Firma olarak bu sene çok özel ürünler ortaya koyduk. Fuarda da bu özel ürünleri müşterilerimiz ile buluşturduk. Eskiden daha ağır işlemler ön plandayken bu sezon kumaş ağırlıklı bir koleksiyon hazırladık. Fuar oldukça kalabalıktı. Balkan ülkelerinden güzel dönüşler aldık. Amerika'dan gelen müşterilerimiz var. Fuar esnasında görüşmeler yaptık, siparişler aldık. Fuarın geleceğe yatırım olduğunu, marka değerini artırdığını düşünüyoruz.

VİVENTO PAZARLAMA MÜDÜRÜ
BERNA ÇETİNKAYA

“FUAR SAYESİNDE ERİŞEMEDİĞİMİZ PAZARLARA ULAŞTIK”

HER FUARDA olduğu gibi IFCO Fuarı'nda da yeni müşterilerle tanışma fırsatı edindik. Kendi mağazamızda erişemediğimiz pazarlara ulaşabildik. Bu bizim açımızdan çok büyük bir avantaj oldu. Hâlihazırda Rusya ve Ukrayna pazarlarına ulaşabiliyoruz fakat fuarda başka ülkelerden gelen alıcılarla tanışma fırsatı bulduk. Gelecek dönemde yeni müşterilerle çalışma imkânına sahip olduk ve bu iletişim ağına fuar sayesinde ulaştık. Fuarda bire bir sipariş almasak da sonrasında geri dönüşler ve siparişler oldu. Ağustos ayında düzenlenecek olan IFCO Fuarı'na da katılmayı planlıyoruz.

Müşteriler yaz sezonundan yeni ürünler bekliyorlar. Biz de sunabileceğimiz bütün ürünlerimizi hazırlayarak stoklu ürünlerimizle fuara katıldık.



LEBENİ LEATHER&FUR YÖNETİCİSİ **TAHSİN SELÇUK**

“AĞUSTOS AYINDAKİ FUARA DA KATILMAYI PLANLIYORUZ”

DAHA çok deri ve kürk üzerine çalışan bir firma olarak IFCO Fuarı'na kumaş, deri ve kürkün bir arada kullanıldığı bir koleksiyon ile geldik. Müşterilerin değişen beklentilerini

karşılacak nitelikte ürünler sunuyoruz. Özellikle Rusya, Kazakistan, Gürcistan, Özbekistan gibi ülkelerden ziyaretçiler bekliyorduk. İlk kez düzenleniyor olmasına rağmen iyi

bir fuar olduğunu söyleyebilirim. Standımızı ziyaret eden alıcılar çoğunlukla Rusya, Beyrut, Mısır ve Arap ülkelerinden oldu. Ağustos ayındaki fuara da katılmayı planlıyoruz.

“IFCO, küresel bir markaya dönüşecektir”

IFCO FUARI'NIN destekçilerinden olan İTO'nun Başkanı Şekib Avdagıç, yerli üretimin küresel rekabette var olabilmesi için fuarların gerekliliğine inandıklarını ve bu nedenle İHKİB'e verecekleri desteği sürdüreceklerini açıkladı.

İTO olarak Türkiye'nin hazır giyim alanındaki gücünü ve konumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Özellikle 1980 sonrası Türkiye'nin güçlü sektörleri arasında yer alan hazır giyim, ülkemizin önde gelen ihracatçı sektörlerinden biridir. Bunun somut göstergeleri arasında, ihracatçı birliklerimizin verileri bulunuyor. Bu verilere göre 2021'de Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2020 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 18,3 oranında artarak 20,3 milyar dolar oldu. Aynı dönemde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı da yüzde 9 olarak gerçekleşti. Böylece hazır giyim, pandemiye rağmen genel ihracatımız içindeki yüzde 10 civarındaki payını koruyarak ilk dört sektör arasında yer aldı. Bu rakamlar, hazır giyim sektörünün yerini ve gücünü göstermesi bakımından önemlidir.

Özellikle pandemi ile değişen dünya düzeninde Türk hazır giyim sektörü, küresel pazarda hangi avantajlarıyla ön plana çıkıyor?

Pandemi ile birlikte tedarik zincirinde yaşanan sıkıntılar, gelişmiş ülkeler için yakın çevrelerinde tedarik üslerine sahip olmayı zorunlu kıldı. Türkiye, üretim imkânlarını, coğrafi avantajlarla bütünleştirerek ciddi bir tedarik üssü olarak sıvırmayı başardı. Bunu hazır giyim sektöründe de gözlemliyoruz. 2021 itibarıyla AB ülkeleri pazarından aldığımız payda kayda değer yükselişler görünüyor. Bu üstünlüklerimizin en önemlisi nitelikli insan gücümüz, moda ve tasarımda katettiğimiz mesafedir. Bu alandaki yüksek teknoloji ile makine altyapımızın sağladığı büyük potansiyeli de zikredebiliriz. Yeni gelişen trendlerle uyumlu ve hızlı şekilde mağazaya ulaşabilen ürünlere yönelik talebin karşılanmasında Türk ve tekstil hazır giyim sektörü, vazgeçilmez bir imkân sunuyor. Bu da sektörü güçlü bir merkez ve tedarik üssü yapıyor. Salgında tedarik zincirinin kırılması, lojistik maliyetlerin artması ve küresel markaların yakın coğrafyalardan alımı tercih etmesi sayesinde Türkiye'nin üstünlükleri ikiye katlanmış durumda.

Stratejik ortaklarından biri olarak IFCO Fuarı'nın sektör adına nasıl bir önemi olduğunu düşünüyorsunuz?

İTO olarak gerçekleşmesi için her türlü desteği verdiğimiz IFCO Fuarı, Orta Asya'dan Anadolu'ya uzanan tekstil ve hazır giyim gücümüzün ortaya konulduğu en önemli platformlardan biri. Bu fuar, üretim gücümüzü, markalaşma potansiyelimizi ve tasarım yeteneğimizi göstermekle kalmıyor daha da geliştiriyor. Sektörün tamamını kucaklaması, sektörün birikimiyle bir

gelecek vizyonu oluşturmaları bakımından bu fuarla elde edilen sonuçlar, gelecekte daha iyi anlaşılacaktır. Pandemi dikkate alınarak fiziksel ortamın yanı sıra dijital ortamı da aktif şekilde kullanması, hazır giyim sektörünün her an etikette olduğunu ve yeni gelişmelere uyum sağladığını gösteriyor. IFCO, bir İHKİB markası olmayı çoktan aşarak bir Türkiye markasına dönüşmüştür. İnanıyorum ki küresel bir markaya da dönüşecektir.

Fuarın gelecek sezonlarında İHKİB ile gerçekleştirdiğiniz iş birliği devam edecek mi?

Bu yıl İTO, kuruluşunun 140. yılını kutluyor. 1882'de faaliyete başladığımızda üç öncelikli hedefimiz vardı: Yerli bir müteşebbis ve üretici kitle oluşturmak, yerli ve millî üretimi geliştirmek ve ihracat yapmayı üreticilerin gündemine sokmak. Bu amaçla Türk üreticiler için ulusal fuarlar düzenleyip uluslararası fuarlara katılmalarını çok önemsedik. 1893'ten beri de bu tür fuarlara katılımı bizzat organize

ettik, üreticilerimizi teşvik ettik. 140 yıldır siyasal ve ekonomik şartlar değişse de hedeflerimizden hiç kopmadık. Bugün de aynı hedefler için çalışıyoruz.

Yerli üretimin küresel rekabette varabilmesi için fuarların gerekliliğine inanıyoruz. Bu nedenle İHKİB'e ve sektöre vereceğimiz destek aynen devam edecektir. Çünkü biz bu destekle sadece hazır giyimcilerle ya da İHKİB'e katkı sunmuyoruz, aynı zamanda Türkiye ekonomisini de desteklemiş oluyoruz. Türkiye ekonomisinin öncü sektörlerinden birinin ihracatı ve yerli üretim kabiliyetini artırıyoruz. Bu sebeple desteğimizi sürdüreceğiz. Bizim bu fuarla ilgili büyük beklentilerimiz var. Sektörü ayakta tutmanın ötesinde sektörün küresel yeteneklerini arttıracak, Türk markalarını dünyaya taşıyacak nitelikte görüyoruz. IFCO, kıtaların kesişme noktası İstanbul'da düzenlenerek onlarca ülkeye erişebilme gücünü ortaya koyuyor. Biliyoruz ki

tasarımda, üretimde, marka bazında, fiyat-kalite dengesinde, hizmet hızı, kalite, uygun fiyat ve lojistik avantaj olarak erişilebilirlik çok önemli bir avantajdır ve IFCO bu avantajı ülkemiz ve sektör lehine çok iyi şekilde kullanacaktır.

2021'de İstanbul'dan tüm dünya ülkelerine 13,9 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı gerçekleştirildi. Salgın şartları hazır giyim sektörümüze potansiyelini keşfetme imkânı verdi. Bu tespitten yola çıkarak, “Bu rakamlar iyi, ama yetmez.” diyorum. Çünkü daha fazla ihracat yapabilecek imkânlarla sahip olduğumuzu yakından müşahade ediyorum. Bunu sağlayacak olan da İHKİB'in bu fuarla birlikte estireceği güçlü ihracat rüzgârı olacaktır. Son dönemde Türkiye'ye yönelik artan ilgiyi olumlu yönde değerlendirip yeni markalar çıkartacağımıza, mevcut markalarımızı ise daha da güçlendireceğimize inanıyorum.



ŞEKİB AVDAĞIÇ
İSTANBUL TİCARET ODASI (İTO) BAŞKANI

DOMOTEX TURKEY

14 - 17 Mayıs 2022
Gaziantep / Ortadoğu Fuar Merkezi

Online Kayıt: domotexturkey.com

#domotexturkey



Deutsche Messe

Halı ve Zemin Kaplamalarının Türkiye ve Orta Doğu'daki Merkezi

DOMOTEX
Turkey

Organizatör

Hannover Fairs Turkey Fuarçılık A.Ş.
Tel. +90 212 334 69 00
info@hf-turkey.com
www.hfturkey.com



T.C. TİCARET BAKANLIĞI



Türkiye
Gücünü ve
Potansiyelini Keşfet



GAZİANTEP
HALIÇILAR ODASI



Üyesi

Destekleyenler

Resmi
Havayolu



Fuar Alanı



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

ŞEREF FAYAT
SYSTEM DENİM
YÖNETİM KURULU
BAŞKANI



“Kırklareli’nden sonra
Erzincan’da da tamamen
yeşil bir fabrika kuruyoruz”



System Denim Yönetim Kurulu Başkanı Şeref Fayat ile hazır giyim sektörünün pandemi sonrası gelişiminden yatırım iştahına, sürdürülebilir üretimden Türkiye'nin denimdeki gücüne kadar birçok alanda konuştuk. Hayata geçirdikleri ve planladıkları yatırımlarla ilgili bilgiler paylaşan Fayat, sürdürülebilir üretime odaklandıklarını vurguladı.

SEKTÖRDEKİ sosyal görevleri ile de sürdürülebilir üretimin takipçisi olan System Denim Yönetim Kurulu Başkanı Şeref Fayat, Kırklareli'nde tamamen yeşil ve entegre bir fabrikayı hayata geçirdiklerini belirtti. Fayat, ikinci yatırım adresinin Erzincan olduğunu ve orada da sürdürülebilir üretim yapmayı hedeflediklerini anlattı.

Şeref Bey, sektörlle tanışmanızdan ve System Denim'i kurma sürecinizden bahsedebilir misiniz?

Hazır giyim sektörü ile 1989 yılında, perakende alanında çalışmaya başladığımda tanıştım. Asıl şirketimiz olan System Tekstil, 1994 yılında faaliyete başladı. İç piyasa ağırlıklı ürün yapan bir firmayken 1996 yılında Avrupa'da da ürün satmaya karar verdik. Big Blue isimli markamızla yurt dışı satış kanalı oluşturduk. 2010'a kadar yurt dışındaki operasyonumuz devam etti ancak satış şekillerinin değişmesiyle private label, yani diğer markalara ürün yapmaya karar verdik ve tamamen ihracat yapan bir firma konumuna geldik. System Tekstil üretim, System Denim ise pazarlama yapan firmamız. Asıl ihtisas konumuz denim pantolon. Denim ağırlıklı, dokuma pantolon üreticisi olduğumuzu söyleyebiliriz. Sadece denim değil; parça boya, gabardin, poliviskon gibi hem erkek hem kadın koleksiyonları olan, birçok yaş grubuna hitap eden pantolonlar yapıyoruz.

Güneşli'deki merkezimize ek olarak Kırklareli'nde bir fabrikanız bulunuyor. Bu fabrika ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Tüm üretimi, içinde bulunduğumuz binada gerçekleştiriyorduk. Fakat artık İstanbul'da iş gücüne çok rahat ulaşamaması ve ücretlerin yüksek olması, hazır giyim sektörünü Anadolu'da yatırıma yöneltti. Uzun yıllar fason üretimlerle işimizi yönetirken artık müşterilerin sürdürülebilir üretim tesisleri beklentisi nedeniyle entegre bir yatırım yapma kararını 2019 yılında aldık. Bunun akabinde Kırklareli OSB'de 14 bin metrekarelik bir kapalı alan tuttuk ve 2020'nin başında yatırıma başladık. 2020 yılının Mayıs ayında faaliyete başlamayı planlarken pandemi nedeniyle bu süreç biraz sektöye uğradı. 2020'nin Eylül ayında üretime geçebildik. Tam entegrasyon yeni başladı diyebiliriz. Amacımız tamamen sürdürülebilir üretim yapabileceğimiz bir fabrika kurmaktı ve bunu başardık. Geçen aylarda yaşanan enerji krizinde, güneş panelleriyle kendi enerjisini üreten bir firma olarak süreçten etkilenmedik. Aynı zamanda denim yıkaması yaptığımız hâlde kullandığı suyu arıtıp tekrar kullanabilen önemli bir arıtma tesisine sahibiz. Bütün denetimlerden geçmiş, tüm sertifikalara sahip tamamen doğa dostu, yeşil bir fabrika örneğini Kırklareli'nde hayata geçirdik. Fason üretim yaptığımız dönemde üreticileri birtakım denetimlere tabi tutsak da tüm süreci kontrol edemiyorduk. Tüm bunlardan arınmak, müşterilerimizin taleplerini yerine getirmek, kaliteyi artırmak, onay süreçlerini daha rahat tamamlamak için İstanbul fabrikamızda başlayan sürecimizi, Kırklareli'nde taçlandırdık. İstanbul'da artık küçük bir ütü paket, pazarlama ve model departmanımız var. Birkaç ay içinde tüm işlemlerin Kırklareli'nde tamamlandığı bir sürece geçeceğiz.



Kırklareli'ni seçmenizin sebepleri nelerdi?

Ulaşılabilir olsun istedik. 30 yıllık bir geçmişimiz olmasına rağmen sanayiciliği çok fazla bilmiyoruz. Bir fabrikayı uzaktan yönetmek, iş gücü ve insan kaynaklarını oluşturmak, yeri geldiğinde müdahale etmek kısmında zorlanmayalım diye direkt Anadolu'ya gitmek istemedik. Rakiplerimizin 20-30 yıl önce Trakya Bölgesi'nde yaptığını, biz iki yıl önce yaptık. Sanayiciliğe biraz geç başladık. Üretim konusunda dışarıdan destek aldık, aslında bu işin sanayicisi değil tüccarı olduk. Şimdi hem sanayiciliği öğreniyoruz hem de firmamızı büyütüyoruz. Kırklareli, teşvik anlamında üçüncü bölgede yer alıyor. OSB içinde olduğumuz için dördüncü bölge teşviklerden faydalanıyoruz.

Geçen yıl yeni bir yatırım kararı daha aldığınızı biliyoruz.

Bu sefer adres Erzincan olarak görülüyor. Nasıl bir yatırım planlıyorsunuz ve şu an hangi aşamadasınız?

Erzincan'da da tamamen yeşil bir fabrika inşa edeceğiz. Geçen yılın sonunda bu yatırımımız için 20 bin

metrekare yer tahsisi yaptık. 55 milyon TL'lik yatırım başvurusu gerçekleştirdik. Şu an proje çalışmaları yapılıyor. Yeni açılan KGF yatırım desteklerinden de faydalanarak uygun bir finansman bulduğumuz anda inşaata başlayıp gelecek yılın başında faaliyete geçmeyi hedefliyoruz. Erzincan, dördüncü teşvik bölgesinde yer alıyor ancak cazibe merkezi olması nedeniyle altıncı bölge teşviklerinden faydalanıyor. Yaptığımız incelemelerde Erzincan'da sanayinin bakir olduğunu, OSB'de çalışmak isteyen on binlerce insan olduğunu gördük. Yetiştirdiğimiz elemanların kolaylıkla başka firmaları tercih edip gitmeyeceği bir sanayileşme yapısı olması da tercih sebebizdi. Daha az rakip vardı. Şanlıurfa da hedef şehrimizdendi ancak oradaki OSB'nin bizim yatırım şartlarımıza uymaması Erzincan'ı seçmemizle sonuçlandı.

Kırklareli'ndeki yatırımlarımız hâlâ devam ediyor. 3 milyon euro'luk yatırım planının yaklaşık 2 milyon euro'su tamamlandı. Buradaki entegre tesis çalışmalarına devam ederken Erzincan yatırımımız dikime konsantre olacak. İstihdam yoğun kısmımız olan dikim alanında maliyetler oldukça yüksek. Anadolu'da yapacağımız yatırım, bize bu alanda yüzde 40-50 avantaj sağlıyor. İstanbul'da asgari ücret ya da sigorta prim desteği alamıyoruz.

Müşterilerin sürdürülebilir üretim tesisleri beklentisi nedeniyle entegre bir yatırım yapma kararını 2019 yılında aldık.

System Denim'in üretim kapasitesini merak ediyorsunuz. Erzincan'da faaliyete geçecek yeni yatırım, bu kapasiteye nasıl bir katkı sağlar?

150 bin/ay üretim kapasitesine sahipken Kırklareli fabrikamızın devreye girmesiyle 250 bin/ay üretim kapasitesine ulaştık. Bu kapasitenin yüzde 70'i içeride yaptığımız operasyonlardan, yüzde 30'u da fason üreticileri kullanarak yaptığımız üretimden kaynaklanıyor. Erzincan fabrikamız devreye girdiğinde amacımız buradaki rakamları birden bire ikiye katlamak değil. Rekabetçiliğimizi korumak istiyoruz.

Erzincan'da iş gücünün bize katılımındaki başarıya göre entegrasyonumuzu tamamlayacağız. 2023'te sadece kesim ve dikim operasyonları olacak. Ardından basit yıkamaların başlayıp paketlemelerin devreye girdiği bir entegrasyon olacak. Denim yıkamanın başlaması ise 2025 yılını bulacak. Öncelikle dikime konsantre olup maliyet avantajı sağlayacağız. Toplamda 16 bin metrekare civarında kapalı alanımız olacak. Ama ilk başta 5 bin 500 metrekarelik kısmı kapatıp kesim ve dikimi yani rekabetçi olmamız gereken kısmı oraya alacağız.

Türk hazır giyim sektörü pandemi sürecinde küresel pazarda ön plana çıkan ülkeler arasında yer aldı. Bu durum sektörün kapasite artırımını zorunlu hâle getiriyor mu? Aynı zamanda TOBB Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Meclisi Başkanı olarak sektörün son dönemde karşılaştığı en önemli problemlerin ve çözüm yollarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Pandemiyle birlikte bir dönem sıkıntı yaşayan sektör, 2020 Haziran'dan itibaren açılmaların başlamasıyla özellikle ana pazarımız AB'den çok yoğun talep aldı. Sektör öncelikle mevcut yatırımlarını destekleyerek talebi karşılamaya çalıştı ama tamamen karşılayamadı. Konteyner krizi, taşımacılıktaki maliyet artışları, tedarik süresinin uzaması gibi etkenler, AB'nin yakın coğrafyadan alışveriş yapmasını zorunlu kıldı. Türkiye'ye olan bu teveccüh hâlâ da devam ediyor. Hatta bu durum geçen sene ihracat rekorları kırmamızı sağladı.

Bir önceki dönem TGSD başkanıydım, şimdi de TOBB Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Meclisi Başkanı olarak görev yapmaya devam ediyorum. Sosyal bir görevle de sektörün içinde bulunuyorum. Bu yılın ikinci ayında müşterilerimizin tekrar eski alış yaptıkları yerleri sorgulamaya başladıkları, artık bizimle daha sıkı pazarlıklar yaptıkları ve para kazanmanın daha zor olduğu bir sürece girdik. Müşterilerimizle ham maddeye gelen dolar bazlı zamları ve enerji maliyetlerini yansıtmak için müzakereler yaparken onlar da TL'nin değer kaybettiğini belirtiyor. İyi ciroların yapılacağı ama kâr etmenin çok zorlaşacağı bir yıla girdik. Bu yılın en büyük tehlikesi kârsızlık olacak.

Maalesef Türkiye'de üretilen pamuk ipliğinin, başka ülkelerdeki pamuk ipliğinden yüzde 15 pahalı olmasının henüz çözülememesi, siparişleri kaçırmamıza sebep oldu. Yılın ikinci yarısında özellikle Avrupa'dan gelen siparişlerin fena olmayacağını düşünüyorum. 2022'de sektör adına 22 milyar dolar civarında ihracat bekliyorum.



**20
milyon
dolar**

Yıllık ihracat



**Fransa,
İtalya,
Danimarka**
**En çok ihracat
yapılan ülkeler**



330
İstihdam



700
**2025'te
hedeflenen
istihdam**



250.000/ay
**Üretim
kapasitesi**



**34.000
metrekare**
**Kırklareli ve
Erzincan toplam
yatırım alanı**

**İyi ciroların yapılacağı
ama kâr etmenin çok
zorlaşacağı bir yıla girdik.**

Sektörün bu yoğun talebi hızlı şekilde karşılayabilmesi için mevcut kapasitelerinin hızla yerinde desteklenmesi gerekiyor. Pandemi sebebiyle dengelerin tamamen değişmesi ve yakın coğrafyadan alışveriş yapmanın neredeyse şart olduğu dönemde, hızla eleman yetiştirip başka yere fabrikamızı götürmemiz mümkün değil. Hükümetimiz çok hızlı şekilde yerinde yatırım için teşvik vermeliydi diye düşünüyorum. Böylece hem istihdamda hem yatırımda çok daha önemli mesafe alırdık. Buna rağmen sektörümüzde finansman sorunu yaşamayanlar, krediye uygun şartlarda ulaşabilenler yatırım yaptı ancak bu yeterli olmadı. Sanayici yatırım için sinyal almasına rağmen uygun finansman ortamı oluşmadı.

Denim, Türkiye'nin güçlü olduğu ürün gruplarından ve son yıllarda ihracatı yükseliyor. Bu durumu neye bağlıyorsunuz?

Türkiye'de çok önemli kumaş fabrikaları var. Pamuk üreten ve onu katma değerli kumaşa dönüştüren bir ülkeyiz. Markalarımız, çok kaliteli ürünlerle dünyayı domine etmiş vaziyette. Türkiye, denim üretiminde çok kaliteli ham maddeye sahip olduğu için avantajlı konumda. Kuzey Afrika'dan Bangladeş'e, Çin'e kadar denim fabrikası yok denecek kadar az. Dolayısıyla kumaşı bizden almak durumundalar. Ürünün birçok kademesini üretebilen bir yetiye sahibiz. Ful paket üretiminin yüzde 90'ını içeride yapabilen bir sektörden bahsediyoruz. Denimde hem kumaş hem de konfeksiyon olarak çok büyük bir oyuncuyuz. Böyle olmaya da devam edeceğiz.

Sektörde sürdürülebilirlik başlığı oldukça gündemde. Sürdürülebilirliğin artık bir zorunluluk olduğu konuşuluyor. System Denim bu konuda nasıl çalışmalar yapıyor?

TOBB Hazır Giyim Sektör Meclisi'nde aynı zamanda Avrupa Yeşil Mutabakat birimi sorumlusuyum. Yaklaşık bir yıl boyunca tüm bakanlar ve ilgili bürokratlarla bir yol haritası hazırladık. Sonrasında Türkiye'nin Yeşil Mutabakat Eylem Planı açıklandı. Planda benim de önerilerimden olan Yeşil OSB hedefi yer aldı. Görevlerim nedeniyle içinde bulunduğum sosyal sorumluluk ve yaptığım işlerde sürdürülebilirliğe o kadar aşınayım ki kendi firmamızda bu süreçleri uygulamak çok kolay oldu. Fabrikalarımızda bir ekip, karbon ayak izimizi ölçüyor. Türkiye'deki hiçbir tekstil firmasında bulunmayan, karbon emisyonunu saatte 100 miligramın altında salan bir buhar kazanımız var. Bundan sonra tüm sanayicilerin hem doğaya saldırdığı karbon ayak izini hem de su izini kontrol altında tutması ve yenilenebilir enerjiye yatırım yapması çok önemli olacak. Yaşanan enerji krizi de bu konuda sektörü hızlandıracak gibi görünüyor. System Denim, bu bilince çok önceden erişmiş ve yatırımlarını ona göre planlamış bir firma.



ENERJİ KRİZİNDE TEK ÇÖZÜM, YEŞİL DÖNÜŞÜM

Ocak ayında yaşanan sanayide enerji krizi sonrasında yerli ve yeşil enerji konusundaki farkındalık yeniden gündeme geldi. Enerji alanında büyük oranda dışa bağımlı olan Türkiye, mevcut ithalatını azaltmak ve temiz enerji politikalarına uyum sağlamak amacıyla yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırımını sürdürüyor.

OCAK AYINDA yaşanan sanayide enerji kesintisi krizi, Türkiye ekonomisini ve imalat sektörünü olumsuz yönde etkiledi. İran, teknik bir arıza nedeniyle gaz akışını 10 gün süreyle durdurunca Türkiye'deki sanayi bölgelerinde kullanılan doğal gaz, yüzde 40 oranında kısıtlandı ve üç günlük elektrik kesintisi uygulandı. Bu durum nedeniyle birçok sanayi işletmesi geçici süreliğine fabrikalarındaki üretimi durdurma kararı aldı. Üretimin ülke genelinde durma noktasına geldiği bu sürecin, ihracata olumsuz yansımaları olacağına dikkat çekildi. Uzun zamandır ilk kez bu kadar kapsamlı bir enerji kesintisi ile karşı karşıya kalan sanayiciler ve ihracatçılar, enerji arz güvenliğinin sağlanmasının ülke ekonomisi adına yaratacağı önemi vurguladı. Toplamda 72 saat süren enerji kesintileri nedeniyle siparişlerini yetiştirme telaşı yaşayan ihracatçı firmalar, söz konusu kesintilerde sektörel önceliklendirme yapılması gerektiğini ve bu önceliklendirmelerde sektörlerin ihracat paylarının da hesaba katılması gerektiğini savundu.

ENERJİDE DİŞA BAĞIMLILIK ÜLKE EKONOMİSİNİ ETKİLİYOR

Türkiye İstatistik Kurumu ile Ticaret Bakanlığı tarafından oluşturulan geçici dış ticaret istatistiklerine göre Türkiye'nin toplam ithalatı 2021 yılının Aralık ayında yüzde 29,9 artarak 29 milyar 70 milyon dolara yükseldi. Bu tutarın 7 milyar 173 milyon dolarlık kısmını enerji ithalatı oluşturdu. Bir önceki yılın aynı ayında bu tutar, 2 milyar 754 milyon dolar olarak görüldü. Söz konusu dönemde sanayi üretimindeki artış, küresel piyasalarda enerji maliyetlerinin yükselmesi ve ekonomik canlanma enerji maliyetlerinin katlanmasına yol açtı.

Doğal gaz ihtiyacının tamamına yakını ithalata sağlayan Türkiye, doğal gazı ülke genelinde ısınma amaçlı kullanıyor. Diğer bir kullanım alanı ise doğal gaz çevrim santralleri. Söz konusu santrallerde elektriğe dönüştürülen doğal gaz, Türkiye'nin elektrik ihtiyacının üçte birini karşılıyor. Ocak ayında üretilen elektriğin yüzde 30 ile en büyük kısmı doğal gaz santrallerinden karşılandı. Dolayısıyla doğal gaz, Türkiye açısından kritik bir önem teşkil ediyor. Türkiye'de tüketilen doğal gazın yaklaşık yüzde 16'sının İran'dan karşılandığı biliniyor. Uzmanlar, İran'dan gaz tedarikinde yaşanan sorunun devam etmesi durumunda Türkiye genelindeki enerji kesintilerinin daha kapsamlı uygulanabileceği konusunda uyarıyor.

Hızlı üretim ve hızlı tedarik avantajları ile özellikle pandemi döneminde ön plana çıkan Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri de enerji krizinden etkilendi. Mevcut siparişlerin teslimatlarında sorun yaşamaktan endişelenen hazır giyim sektörü, kesintilerin sektör ihracatına haftalık maliyetinin 250 milyon doları bulabileceğini öngörüyor. Müşteri kaybetmek de sektörün karşı karşıya kaldığı bir diğer risk.

YAŞANAN SORUNLAR YEŞİL ENERJİYE TALEBİ ARTIRIYOR

Başta Avrupa olmak üzere dünya genelinde doğal gaz, petrol, kömür ve genel enerji fiyatları rekor seviyelerde yükseldi. Enerjide artan fiyatlar ve mevcut

krizler, dikkatleri yeşil enerji konusuna yöneltti. Pandemi sonrasında arz-talep dengesizliği yaşanması sonucunda rekor seviyelere ulaşan enerji maliyetleri, sanayideki en büyük gider kalemlerinden birini oluşturuyor. Artan tüketici taleplerini karşılamak amacıyla üretim hızını artıran sanayide, doğal gaz kullanımı hızla yükseliyor. Kış aylarında konutların ısıtılma ihtiyacını karşılayan doğal gaz, elektrik üretiminde de kullanılıyor. Olumsuz iklim şartları nedeniyle hidroelektrik santrallerinden ve rüzgâr santrallerinden elektrik üretiminin düşmesi, doğal gaz bağımlılığını artırıyor. Tüm bu durumlar doğal gaz kaynaklarının azalmasına, yerine konulamamasına ve doğal gazın mevcut önemini artırmasına neden oluyor.

2021 yılının ilk çeyreğinde Avrupa genelindeki doğal gaz tüketiminin bir önceki yıla kıyasla yüzde 7,6 oranında yükseldiği biliniyor. Yıl geneline bakıldığında ise AB ülkelerinde yenilenebilir enerjinin, doğal gazın yerini aldığı ve 2021 yılında ilk kez yenilenebilir kaynaklardan sağlanan üretimin, doğal gazın üzerinde gerçekleştiği belirtiliyor. 2021'de AB elektriğinin yüzde 37'si yenilenebilir, yüzde 26'sı nükleer ve yüzde 37'si fosil yakıtlardan üretildi.

Avrupa'nın enerji krizini atlatabilmesi için yeşil dönüşüm büyük bir önem taşıyor. Kömür tüketimini azaltarak sıfır emisyon konusunda harekete geçen AB ülkeleri, yenilenebilir enerji yatırımlarını da artırıyor. Fakat Dünya Enerji İstatistiksel Görünümü



Pandemi sonrasında arz-talep dengesizliği yaşanması sonucunda rekor seviyelere ulaşan enerji maliyetleri, sanayideki en büyük gider kalemlerinden birini oluşturuyor.



2020 Raporu'na göre Çin'in toplam enerji tüketiminin yüzde 57,6'sı kömürden, yüzde 19,7'si ise petrolden karşılanıyor. Ülkedeki yenilenebilir enerjinin payı ise yüzde 4,7. Almanya'da bu payın yüzde 16,1'e çıktığı biliniyor.

YENİLENEBİLİR ENERJİ, FOSİL YAKIT İHTİYACINI AZALTIYOR

Temiz ve yenilenebilir enerji kaynaklarının toplam tüketim içindeki payının artmasıyla fosil yakıtlara olan ihtiyacın azalacağı düşünülüyor. Bu durumun piyasalarda enerji fiyatlarının da daha istikrarlı hâle gelmesini sağlayacağı bekleniyor. Yeşil dönüşüm aynı zamanda gelecek kuşaklara daha yaşanabilir bir dünya bırakmanın önünü açıyor. Kendi yeşil enerjisini üretebilen ülkeler, ekonomik bağımsızlıklarına da kavuşabiliyor. Enerji krizi, tüm dünya ülkelerini etkileyen bir boyuta ulaşmışken kısa vadeli çözümlerin geçiciliğine vurgu yapılıyor. Sürdürülebilir bir enerji yapısı sağlanabilmesi adına tek çözüm, yeşil dönüşüm olarak görülüyor.

İstanbul Sanayi Odası (İSO), Türkiye'de yaşanan enerji kesintisinin öncesinde Yeşil Dönüşüm için Sanayide Enerji Verimliliği isimli webinar düzenledi. İSO Yönetim Kurulu Üyesi ve İSO Sürdürülebilirlik Platformu Başkanı Mustafa Tacir'in ev sahipliğinde yapılan webinar, sanayicilerin ve iş insanlarının yoğun katılımı ile gerçekleştirildi. Tacir, Türkiye'de 2011'den bu yana sanayideki enerji verimliliği projelerinin Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından verimlilik artırıcı proje destekleri kapsamında, yüzde 30 oranında finanse edildiğini söyledi. Birleşmiş

Enerji yoğunluğunun 2030'a kadar yüzde 35 azaltılması hedefine göre küresel ekonomi yüzde 40 büyürken enerji kullanımının yüzde 7 azalması öngörülüyor.

Milletler'in 2030 yılında yaklaşık 1 milyar insana daha enerji sağlanması gerektiğini açıkladığını hatırlatan Tacir, enerji arz güvenliği ve enerji politikalarında sürdürülebilirlik konularına dikkat çekti.

Enerji yoğunluğunun 2030'a kadar yüzde 35 azaltılması hedefine göre küresel ekonomi yüzde 40 büyürken enerji kullanımının yüzde 7 azalması öngörülüyor. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin nüfusun artması, refah seviyesinin yükselmesi, hizmet sektörünün güçlenmesi ve sanayileşme gibi nedenlerle enerji ihtiyacı artıyor.

Shura Enerji Dönüşümü Merkezi Enerji Analisti Ahmet Acar, webinar'da Türkiye'nin dünyanın 20. büyük ve en hızlı büyüyen sera gazı salıcısı olduğunu ve yenilenebilir enerji sektörünün 60-80 bin ek istihdam yaratabileceğini söyledi. Escon Enerji Sistemleri ve Cihazları Genel Müdürü Onur Ünlü, enerji fiyatlarındaki artışın enerji verimliliğine olan ilgiyi artırdığına değindi. İklim değişikliği ile mücadelede ilk adımın enerji verimliliği olduğunu vurgulayan Ünlü, yenilenebilir enerjinin hayatımıza girmesi gerektiğini belirtti.

TÜRKİYE'NİN YENİLENEBİLİR ENERJİ KURULU GÜCÜ ARTIYOR

Son yıllarda yenilenebilir enerji alanındaki çalışmalarını hızlandıran Türkiye, her geçen yıl enerji ithalatını en aza indirmeyi ve kaynak çeşitliliğini artırmayı sürdürüyor. Türkiye'deki güneş enerjisi kurulu gücü 2014 yılında yalnızca 40 megavat ile sınırlı kalırken yatırımların hızlanmasıyla bu rakam 2021 yılı sonunda 7 bin 816 megavata ulaştı. Geçen yıl güneş enerjisinde kurulu güç bin 148 megavat artış gösterdi. Türkiye'de güneş enerjisi alanında mevcut potansiyelin yalnızca yüzde 3'ünün kullanıldığı biliniyor. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, geçen aylarda 32 ildeki 59 araziye güneş enerjisine dayalı Yenilenebilir Enerji Kaynak Alanı (YEKA) ilan etti. Bakanlığın temiz enerji kaynaklarına yönelik çalışmalarıyla birlikte 2022 yılında Türkiye'nin güneş enerjisi kurulu gücünün 11 bin megavata aşması bekleniyor.

Rüzgâr enerjisi de enerjide dışa bağımlılığı azaltan önemli yapı taşlarından biri olarak biliniyor. 1,5 megavat ile İzmir Çeşme'de başlayan Türkiye'nin rüzgâr enerjisi yolculuğu incelendiğinde toplam kurulu gücün 10 bin 700 megavat civarına yükseldiği görülüyor. Ayrıca henüz yapım aşamasında olan yaklaşık 5 bin megavatlık rüzgâr enerjisi santrali bulunuyor. Türkiye, kurulu güç olarak rüzgâr enerjisinde Avrupa'da 7., dünyada 13. sırada yer alıyor.

ENERJİ ÜRETİM TESİSİ YATIRIMLARINDA DEĞİŞİKLİK

24 Şubat'ta Resmî Gazete'de yayımlanan Cumhurbaşkanı kararında, Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar'ın 6. maddesine 14 numaralı bir dipnot eklendi. Dipnotta şu ifadeler yer verildi: "Lisanssız faaliyet kapsamında ve bağlantı anlaşmasındaki sözleşme gücü ile sınırlı olmak kaydıyla, güneş enerjisine dayalı elektrik üretim tesisi yatırımları ile rüzgâr enerjisine dayalı elektrik üretim tesisi yatırımları faiz/kâr payı desteği sağlanmaksızın, birinci, ikinci ve üçüncü bölgelerde gerçekleştirmeleri hâlinde dördüncü bölgede uygulanan, dördüncü, beşinci ve altıncı bölgelerde gerçekleştirilmeleri hâlinde ise bulunduğu bölgede uygulanan bölgesel destekten yararlanır." Söz konusu değişikliklerle birlikte güneş ve rüzgâr üretim tesisi yatırımı gerçekleştirecek olan firmaların, yatırım teşviklerinden belirtildiği şekilde yararlanmasının önü açılmış oldu.



BAKANLAR, SANAYİCİLERLE VE İHRACATÇILARLA TOPLANTI YAPTI

ENERJİ VE TABİİ Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez, enerji kesintisi ile ilgili açıklamalarını sanayicilerle bir araya geldiği çevrim içi toplantı sırasında yaptı. Süreci en az hasarla atlattık üzere çalıştıklarının altını çizen Bakan Dönmez: "İran'ın kontratımızda yazılı olan basınçla ilgili şartları tutturamadığını görüyoruz. Geçmişte İran ile düşük sevkiyat sıkıntıları yaşamıştık ancak bunu vatandaşlarımıza ve sanayicilerimize hissettirmeden çözmüştük. Gelişen noktada iş dünyamızla bu süreci en az hasarla atlattık için çalışıyoruz. İlk etapta 10 günlük süreçte yüzde 40'lık kesintiyle sorunu atlatabileceğimizi düşündük ama sanayicilerimiz yarım kapasite çalışmak yerine birkaç gün tam kapanma önerisinde bulundu. Biz de buna göre planlamamızı yaptık. İran ile görüşmelerimiz sürüyor, en kısa sürede sorunu çözmeye çalışacağız." şeklinde konuştu.

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile koordineli şekilde çalıştıklarını belirterek İran gibi büyük bir tedarikcinin doğal gazı kesmesinin birtakım sorunlara yol açtığını belirtti. Bakan Varank: "Bu sorunları hep birlikte atlattık çalışacağız. Üretim kayıpları olacağını biliyoruz. Bu süreçte makine teçhizatları ya da ham maddeleri zarar görecektir olan sektörlerin sorunları konusunda teyakkuzda olmaya devam edeceğiz." dedi.



Kiev Fashion Show, Türk hazır giyim sektörü açısından başarılı geçti

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 2-4 Şubat'ta gerçekleştirilen ve sektörün en önemli fuarlarından biri olan Kiev Fashion Show'a 12 firma ile millî katılım organizasyonu düzenledi.



İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ ERCAN HARDAL "KATILIMCILARIMIZ FUAR SIRASINDA İSTANBUL'DAN SATIŞ ELEMANI TAKVİYESİ YAPTI"

KİEV FASHİON SHOW her zamankinden daha iyi geçti. Katılımcılarımız fuar sırasında İstanbul'dan satış elemanı takviyesi yaptılar, son derece başarılı görüşmelere imza attılar. Aslında 18



firma ile katılmayı planlıyorduk ama savaş gerilimi nedeniyle bazı firmalarımız katılmaktan vazgeçtiler ve 12 firma ile fuarda ülkemizi temsil

ettik. Fuara katılmaktan vazgeçen firmalarımız sonrasında pişman oldular. Kiev Fashion Fuarı artık oturmuş vaziyette ve katılımcılarımız da bu durumdan çok memnun. Fuarda devamlılık olduğu için pazarda belli bir müşteri kitlesine ulaştılar.

HAZIR giyim ve konfeksiyon sektörü açısından gelişim gösteren ülkelerden biri olan Ukrayna'nın başkenti Kiev'de gerçekleştirilen Kiev Fashion Show Fuarı, 2-4 Şubat'ta düzenlendi. Yılda iki kez düzenlenen fuarın 2022 yılı ilk sezonu başarılı şekilde tamamlandı. Nicelik ve nitelik anlamında gelişen Ukrayna pazarındaki Kiev Fashion Show, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli buluşma noktalarından biri olarak biliniyor. Öncü moda fuarlarından olan Kiev Fashion Show'da kadın-erkek hazır giyim ürünleri, aksesuar, deri giyim, deri mamulleri, iç giyim ve tekstil ham maddeleri sergileniyor.

Ukrayna hazır giyim ve konfeksiyon sektörü; kadın, erkek, çocuk giyim ve aksesuar firmaları ile ön plana çıkıyor. Kadın iç giyim ve mayo firmalarının yanı sıra kumaş üreticisi firmalar da fuarda

dikkat çekti. Firmalar fuarda 2022/2023 sonbahar-kış koleksiyonlarını sergiledi.

TÜRK FİRMALAR GELECEK SİPARİŞLERDEN UMUTLU

5 bin 300 metrekaarelik fuar alanında, üç gün boyunca toplam 6 bin 742 ziyaretçi ağırlandı. 260 firmanın katıldığı fuarda, 12 Türk firması yer aldı. Fuara Ukraynalı firmalar dışında Belarus, İtalya, Litvanya, Polonya, Özbekistan gibi ülkelerden firmalar da katılım sağladı. Fuar süresince 12 Türk firması toplamda 494 görüşme yaparken bu görüşmelerin yüzde 38'inden sipariş alınacağı öngörülüyor. Türk firmalar toplamda 371 metrekaare alana yayılırken İHKİB

tarafından açılan 30 metrekaarelik info standı dikkat çekti. Tüm katılımcıların iletişim bilgilerinin ve ürün gruplarına göre listelerinin yer aldığı, fuar idaresi tarafından hazırlanan katalogun yanı sıra hazırlanan QR kod çalışmasında da Türk firmaların bilgileri yayımlandı.

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **260**
Fuara katılan Türk firma sayısı: **12**
Türk firmaların yaptığı görüşme sayısı: **494**
Fuar alanı: **5.300 metrekaare**
Katılımcı ülkeler: **Ukrayna, Türkiye, Belarus, İtalya, Litvanya, Polonya, Özbekistan**

EUROFASHİON TASARIMCISI HASAN DERECİ

"GÜNCEL ŞARTLARA GÖRE GÜZEL BİR FUAR OLDU"

FUAR bizim acımızdan gayet güzel geçti. Bu sezon dördüncü kez Kiev Fashion Show'a katıldık. 2021 yılının son sezonuna kıyasla bu sezonun daha iyi geçtiğini söyleyebiliriz. Pandemi şartlarını ve Ukrayna'daki savaş gerilimini de göz önünde bulundurduğumuzda güncel şartlara göre güzel bir fuar oldu. Yalnızca yer açısından pek memnun kalmadık, yeni açılan bir holde tekstil makinecileriyle karşılıklı bir konumdaydık. Standımızda çoğunlukla Ukraynalı ve Özbekistanlı ziyaretçileri ağırladık. Fuar sırasında siparişler de aldık.

Kadın hazır giyim ürünleri bazında üretim yapan bir firma olarak yeni koleksiyonlarımızla fuara katıldık. Fuarlara sezonla alakalı ve alıcıların en fazla bir ay içinde hızla satabileceği ürünleri götürüyoruz. Müşteri beklentileri de ürünlerimizle uyumluydu.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

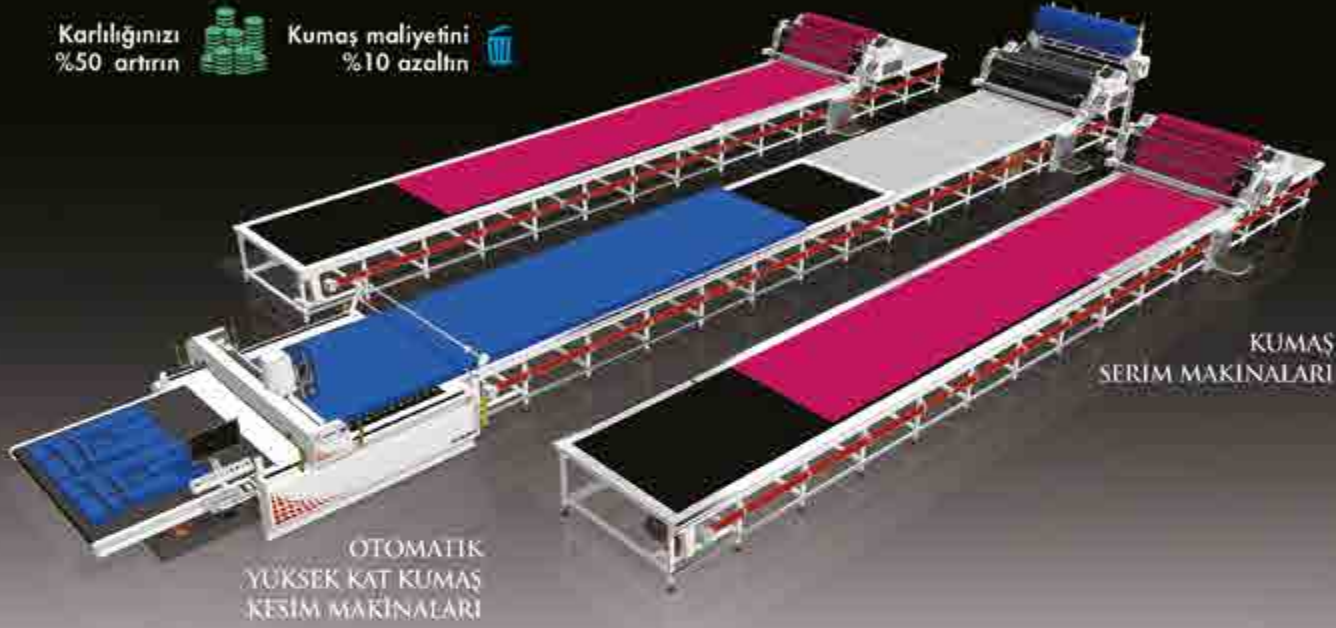
intelloCut



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
laser cutting technologies

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



bierrebi
laser 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 Beyliközü-İstanbul/TÜRKİYE
Tel: +90 (212) 855 47 43 - 855 48 78 - Fax: +90 (212) 855 36 38 - e-Mail: info@ozbilim.com
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

Türk hazır giyim markaları yoğun katılımıyla Magic Fuarı'nda

Türk hazır giyim sektörünün hedef pazarlarından biri olan ABD'de gerçekleştirilen Magic Las Vegas Fuarı'na 35 Türk firması katılım gösterdi. Türk firmalar, dünyanın birçok bölgesinden gelen alıcılara ürünlerini sunma fırsatı yakaladı.



ÜLKE RAPORU

Nüfus: **330,7 milyon**

2021 yılı ithalatı: **2.833 milyar dolar**

2021 yılı ihracatı: **1.754 milyar dolar**

Türkiye'nin ABD'ye hazır giyim ihracatı (2021):

950,5 milyon dolar

2020-2021 artış hızı: **%19,8**

ABD, Türk hazır giyim ihracatında **6. sırada**.

SERĞİLENEN ürün çeşitliliği, alan büyüklüğü, katılımcı ve ziyaretçi sayısı açısından ABD'nin ve dünyanın en önde gelen moda fuarlarından birisi olan Magic Fuarı, 14-16 Şubat'ta Las Vegas Convention Center'da düzenlendi. İTKİB'in millî katılım organizasyonu düzenlediği fuarda, Türk firmaların stantları dikkat çekti. Hazır giyimden deri kürk ürünlerine, aksesuardan ayakkabıya, tekstil, deri ve hazır giyim sektörüne ait tüm ürünlerin sergilendiği fuar, 50 bin metrekairelik alanda gerçekleştirildi.

FUARA 35 TÜRK FİRMASI KATILDI
ABD, Kanada, Meksika, Güney Amerika kıtası ve Avrupa'nın en önemli markalarının ve tasarımcılarının yer aldığı fuara, İTKİB önderliğinde

35 Türk firması katıldı. 648 metrekairelik alanda ürünlerini ziyaretçilerle buluşturan Türk firmalar, fuardan memnun ayrıldı. Türk firmalar fuarda Magic Mens, Magic Womens, Magic Womens Footwear, Project Footwear, Project Mens, Project Womens, Project Now ve Sourcing alanlarında yer aldı.



"SON YILLARDAKİ EN VERİMLİ FUARLARDAN BİRİYDİ"



AYHAN ONAT
İHKİB AB-ABD FUARLARI
ÇALIŞMA GRUBU BAŞKANI

MAGIC FUARI'NDAKİ izlenimim gayet olumluydu. Hatta son yıllarda gördüğüm en verimli fuarlardan biriydi. Katılımcılarla birebir görüştük, hepsinde ortak kanı fuarın çok verimli geçmiş olmasıydı. Aldığımız istatistikler de bunu gösteriyor. Pandemi ertelenmiş taleplerin tekrar yansımaları gördük. Uzak Doğu'dan özellikle navlunlardan kaynaklanan ithalat maliyetlerinin yükselmesi, ABD nezdinde Türkiye gibi fast fashion yapan, daha ufak adetlerde çalışabilen bir pazarı ön plana çıkardı. Katılımcılarımız çok ilgi gördü. İhracatçılarımızın önümüzdeki Magic Fuarı'na mutlaka katılmalarını tavsiye ediyorum. Amerika pazarı, normalleşme sürecine hızlı bir şekilde girmiş durumda. Çin ve Uzak Doğu'dan katılım az olduğu için Türk firmaları daha fazla öne çıktı. Bu fırsatı daha fazla katılım daha etkin tanıtımla değerlendirmemizi gerektiğini düşünüyorum.

BURAK ÖTÜK FAVOR FASHION KURUCUSU

“TÜRK FİRMALARA MAGIC FUARI’NA KATILMALARINI KESİNLİKLE TAVSİYE EDERİM”

GENEL olarak memnun kaldığımız bir fuar oldu. Magic Fuarı’na pandemi öncesinde de katılım sağlayan firmalardan biriyiz. Uzun zamandır katılmayı planladığımız bir fuardı. Pandemi öncesine kadar yurt dışı merkezli bir firmaydık. 40’ın üzerinde ülkeyle çalışıyoruz ama ABD bu ülkelerin içinde en önemlisi. Bu fuardan oldukça verim aldık. Fuarda ağırlıklı olarak toptancı alıcılar vardı. Kendi markasını oluşturmak isteyen

start-up firmalar, zincir mağazalar da ziyaretçilerimiz arasındaydı. Büyük çoğunlukla ABD’li alıcılarla temas kurduğumuz fuarda minimum siparişlerle iş yapmak isteyen ya da K-konteyner bazında sipariş vermek isteyen firmalar bulunuyordu. Önemli kontaklar edindik ve bunların büyük bir kısmından da sipariş almayı bekliyoruz. Türk firmalara Magic Fuarı’na katılmalarını kesinlikle tavsiye ederim.

ABD’li alıcıların Türk firmalara olan ilgisi, Çin ile yaşanan sorunlardan dolayı son dönemde artmış durumda. Özellikle ekstra vergilerin uygulanmasından sonra çoğu ABD’li firma ikinci tedarikçi ülke arayışındaydı. Biz de Türk firmalar olarak bu anlamda tecrübemiz ve vergi avantajlarımızdan dolayı tabiri caizse bulunmaz Hint kumasıyız. Ayrıca politik anlamda da ABD ile olan ilişkilerimiz nedeniyle tercih ediyoruz.

“FUARDA TÜRK ÜRÜNLERİNE KARŞI İNANILMAZ BİR İLGI OLDUĞUNU GÖZLEMLEDİK”



HİKMET ÜNAL
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

ÖZELLİKLE pandemi sonrasında ABD ile Çin arasındaki tedarik zincirinde yaşanan sorunlar, Türk hazır giyim sektörünün ön plana çıkmasına vesile oldu. Bu aksaklıklar nedeniyle ABD hazır giyim sektöründe oluşan pazar payı, ağırlıklı olarak ülkemize kaydı. Biz de Türk hazır giyim sektörü olarak bu fırsattan oldukça faydalandık. Su anda ABD pazarı, sektörde yıldızı parlayan hedef ülkelerden biri konumunda. Dolayısıyla Magic Las Vegas Fuarı, sektörümüz açısından oldukça önemliydi. 10 sourcing, 25 marka olmak üzere toplam 35 firma ile katıldığımız bu fuar, özellikle sourcing firmalarımız açısından çok başarılı geçti, çok güzel işlere imza atıldı. Markalarımız da fuara katıldıkları çeşitli hollerde eşit şekilde ürünlerini sergilediler ve onlar da oldukça memnun şekilde fuarı tamamladılar. Söz konusu pazarda faaliyet göstermek isteyen firmalarımız, bunun uzun soluklu bir yolculuk olduğunun bilincine vararak hareket etmeli diye düşünüyorum. Fuarda Türk ürünlerine karşı inanılmaz bir ilgi olduğunu gözlemledik. Türk ürünleri gerek fiyatları gerekse kalitesi ile çok beğenildi. Özellikle Amerikalı ziyaretçiler, Türk ürünlerine karşı ilgisini fuardaki siparişleriyle de belli ederek başarımızı taçlandırdı. ABD pazarında var olmak, ABD’ye ihracat yapmak isteyen firmaların, bu fuarda mutlaka yer almaları gerektiğini düşünüyorum.



İHKİB, 18 metrekarelik info standı ile fuar alanında yer alırken Türk hazır giyim sektörünü tanıtıcı faaliyetler gerçekleştirdi. Birlik faaliyetlerinin anlatıldığı info standında katılımcı Türk firmalara alıcı yönlendirmesi yapılırken PR ve danışmanlık anlamında da destek sağlandı.

Dünyanın her yerinden butik, zincir mağaza ve çevrim içi satış sitelerinin düzenli olarak katıldığı Magic Fuarı’na ABD, Kanada, Latin Amerika, İspanya, İtalya, Yunanistan, İngiltere, Fransa, İsrail, İrlanda, Almanya, Belçika,



Hollanda, Danimarka, gibi ülkelerden alıcılar geldi. Hiçbir basılı materyalin kullanılmadığı fuarda, alıcıları “Meet with Turkish Brands” sloganıyla katılımcı Türk firmalarının bulunduğu dijital kataloğa yönlendirecek bir çalışma hazırlandı.

FUAR KÜNYESİ

Fuar alanı: **50.000 metrekare**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **35**

Fuara katılan alıcı ülkeler: **ABD, Kanada, Latin Amerika ülkeleri, İspanya, İtalya, Yunanistan, İngiltere, Fransa, İsrail, İrlanda, Almanya, Belçika, Hollanda, Danimarka.**

Hazır giyim sektörü CPM Fuarı ile Rusya'da hedef büyüttü

Rusya'nın başkenti Moskova'da her yıl iki kez düzenlenen ve bölgenin en önemli hazır giyim fuarı olarak kabul edilen Collection Premiere Moscow (CPM) Fuarı, 21-24 Şubat'ta gerçekleştirildi. İHKİB tarafından millî katılım organizasyonu düzenlenen fuara, 100 Türk firma katıldı.



yer alıyor. Ancak biliyoruz ki yolcu beraberli ve markalar üzerinden gerçekleşen ihracat ile hâlihazırda bu ülkenin üçüncü büyük hazır giyim tedarikçisi konumundayız. Yıllık 8 milyar doları aşkın hazır giyim ithalatı gerçekleştiren Rusya pazarından daha fazla pay almaya çalışıyoruz.” dedi.

GÜLTEPE: “20 YILDIR CPM'E KATILYORUZ”

Rusya ihracatında markalı ürünlerin önemli bir payı olduğunun altını çizen Gültepe, şöyle devam etti: “Rusya'da 20'yi aşkın Türk markası faaliyet gösteriyor. Bu markaların 600'e yakın mağazası ve bini aşkın satış noktası bulunuyor. Dolayısıyla bölgede bilinen bir ülkeyiz. Her yıl iki kez düzenlenen CPM Fuarı'nda 50'nin üzerinde firmayı Rusya pazarı ile tanıştırmayı ihracat kervanına ekliyoruz. Küresel ölçekteki diğer sektörel fuarlar gibi CPM de Türk modasının tanıtımı açısından önemli bir etkinlik. Bin 300'ün üzerinde markayı buluşturan ve 23 bini aşkın alıcının ziyaret ettiği CPM'e İHKİB olarak 20 yıldır katılım düzenliyoruz. Türkiye olarak bu organizasyona büyük önem veriyoruz. Bu sezon fuarda,

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan Türk firma sayısı: **100**

Fuar alanı:

30.000 metrekare

Türk firmaların alanı:

3.000 metrekare

Türk firmalarının görüşme sayısı: **13.000**

CPM FUARI'NIN 2021 yılı, ilk sezonu 21-24 Şubat'ta gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katıldığı açılış töreninde Türkiye ve Rusya arasındaki güçlü iş birliğine vurgu yapıldı. Açılış törenine ayrıca İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve İDMİB Yönetim Kurulu üyeleri, Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar ve Türk ataşeleri katılım gösterdi.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe fuar açılışında gerçekleştirdiği konuşmada Türkiye'nin 2021 yılında hazır giyim sektörü olarak 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiğine vurgu yaptı. Orta vadede bu rakamın 33 milyar dolara yükseleceğini kaydeden Gültepe: “Türkiye'yi küresel moda liginde ilk üçe taşımayı hedefliyoruz. Rusya,

bizim için önemli pazarlardan biri. 2021 yılında Rusya'ya yaptığımız ihracat yüzde 25 artarak 287 milyon dolara yükseldi. Bu rakamı 1 milyar dolar seviyesine taşımak için elimizden gelen gayreti gösteriyoruz. Çin, 3,7 milyar dolar ve yüzde 44'lük pay ile Rusya'nın en büyük hazır giyim tedarikçisi konumunda. Ardından Bangladeş, yüzde 9,9 ile ikinci, İtalya yüzde 5,8 ile üçüncü Türkiye ise yüzde 5,7 pay ile dördüncü sırada



“RUS ALICILARIN TÜRK FİRMALARINA YÖNELİK OLUMLU BİR BAKIŞ AÇISINA SAHİP OLDUĞUNU GÖRÜYORUZ”



SABRİ SAMİ YILMAZ
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

FUAR katılımcı sayısının son derece yüksek olması ve önemli bir ziyaretçi sayısına ulaşması nedeniyle gayet güzel geçti diyebiliriz. Savaşın etkilerini kısmen de olsa hissettik. Fakat genel olarak CPM oldukça talep gören ve bizim de ihtiyaç duyduğumuz, uzun yıllardır katıldığımız bir fuar. Rezerv ettiğimiz metrekareden fazla talep alıyoruz ama potansiyeli göz önünde bulundurarak fuara 100 firma ile katılmayı tercih ettik. Rus alıcıların Türk firmalarına yönelik olumlu bir bakış açısına sahip olduğunu da görüyoruz. Türk firmalarının yer aldığı hollerin; İtalyanlar, Almanlar ve Fransızların karma şekilde yer aldığı hollerden eksik kalan bir yanı olmadığını gördük. Türk firmalarının standları oldukça göz doldurucuydu. Ziyaretçilerin yoğun ilgisini cecti. Ürün ve dekorasyon açısından da ön plana çıktık. Daha önceki yıllarda fuara katılan Çinli ve Uzak Doğulu firmaların, bu fuara katılmadığını gözlemledik. Pandemiyle ilgili olduğunu düşündüğümüz bu durum, Türk firmalara da olumlu yansıdı. Sektörümüzün Rusya ile ticaretinin hacminin artması gerektiğini düşünüyoruz. Umutsuzluğa kapılmadan bu hacmin artırılması konusunda gereken tüm çabayı gösteriyoruz.



3 bin metrekarelik alan bize ayrıldı. 66'sı kadın-erkek, 24'ü deri konfeksiyon, 10'u iç giyim olmak üzere 100 firmamızla buradayız. 19 çocuk giyim firmamız da Child&Junior Fashion Moscow Fuarı'nda yer alıyor. Özel tasarımlarıyla fuara katılan firmalarımız, Ruslar başta olmak üzere tüm ziyaretçilerden büyük ilgi gördü. Bu ilginin önümüzdeki dönemde ihracatımıza pozitif yansımalarının olacağına inanıyorum.”

TÜRK FİRMALAR FUARDA ÖNEMLİ BAŞARILAR ELDE ETTİ
Dünyanın en büyük moda fuarlarından biri olarak kabul edilen CPM'e millî katılım organizasyonu ile 100 Türk firma katıldı. 30 bin metrekarelik fuarın 3 bin metrekarelik bölümünde ürünlerini sergileyen Türk firmalar, alıcılardan büyük ilgi gördü. Fuarda 190 metrekarelik alanda Türkiye standı kuruldu. Kadın-erkek giyim, iç giyim ve aksesuar ürünlerinin sergilendiği fuarda

Türk hazır giyim sektörünün tanıtımına yönelik mailing, katalog, sponsorluk gibi birçok çalışma gerçekleştirildi. Sektörün dinamizmini ve modern yüzünü gösterecek şekilde tasarlanan trend alanı, ziyaretçilerin beğenisini kazandı.

2003 yılından bu yana Türk hazır giyim sektörünün millî katılım gösterdiği CPM Fuarı, Moskova hazır giyim piyasasında sahip olduğu kilit rol özelliğiyle bu pazar için etkin kanallardan biri olarak görülüyor. Fuara katılan Türk firmalar, toplamda 13 bine yakın görüşme gerçekleştirerek fuardan büyük bir verim elde etti.



ÜLKE RAPORU

Nüfus: **147 milyon**

2021 yılı ithalatı:

231,7 milyar dolar

2021 yılı ihracatı:

337,1 milyar dolar

Türkiye'nin Rusya'ya hazır giyim ihracatı (2021):

287 milyon dolar

Türkiye'nin Rusya hazır giyim ihracatında payı: **%5,7**

Rusya, Türk hazır giyim ihracatında **4. sırada.**

MACİT BALCI TIĞ TRIKO SAHİBİ

“DERİNLİĞİ OLAN CPM FUARI'NDA ÖNEMLİ BAŞARILAR ELDE ETTİK”

BİZİM açımızdan doğru bir pazar olan Rusya'da, verimli bir fuar geçirdik. Sektörümüz açısından Rusya'nın önemli bir potansiyeli bulunuyor. Materyal ve elyaf anlamında daha doğal ürünlere yönelik talep olduğunu

gözlemledik. Önümüzdeki dönemler de CPM Fuarı'na katılmayı düşünüyoruz. Derinliği olan bu fuara ilk kez katılıyor olmamıza rağmen önemli başarılar elde ettik. Rusya'da mağazalaşmış olan, zincir

mağazaları bulunan büyük firmalarla görüşmeler yaptık. Rusya'nın farklı bölgelerinden de müşterilerle görüşme şansımız oldu. Fuar süresince siparişler aldığımız için de memnunuz.

CJF Fuarı'na 19 Türk firma katıldı

Çocuk ve bebek giyim ile aksesuarları konusunda uluslararası öne sahip olan Child&Junior Fashion Moscow (CJF), 19 Türk firmanın katılımıyla düzenlendi. Türk firmalar, fuarda 2 bine yakın görüşme gerçekleştirdi.

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan Türk firma sayısı: **19**

Fuar alanı: **8.000 metrekare**

Türk firmaların alanı: **532 metrekare**

Türk firmaların görüşme sayısı: **2.000**



ülkeler, ana alım noktası olarak Moskova'yı görüyor.

TÜRK FİRMALAR FUARDA 2 BİN GÖRÜŞME GERÇEKLEŞTİRDİ
İHKİB, CJF Fuarı'na dördüncü kez millî katılım gerçekleştirdi. Fuardaki İHKİB standında Türkiye'nin ulusal katılımının tanıtıldığı, firmalara internet ve faks

hizmetinin sunulduğu, birliğe ve sektöre ait bilgi alınabilecek modern ve ferah bir ortam düzenlendi. Aynı zamanda fuara katılan Türk firmaların tanıtımına yönelik çalışmalar da yapıldı. Türk firmaların stantları dünyanın birçok ülkesinden gelen alıcılardan büyük ilgi topladı. Çocuk giyiminde, gelirlerine oranla ürün birim başına yüksek alımlar yaptığı bilinen Rus alıcı profili, Türk firmalarının stantları ile yakından ilgilendi. İHKİB, fuara katılan firmaların Türkiye ve dünya çapında kendini ispatlamış, mali yapıları güçlü, kaliteli üretim yapan markalar olmasına özen gösterdi.

Türk firmalar fuar süresince 2 bine yakın görüşme gerçekleştirdi.

ABDURRAHMAN KARADEMİR
PEMBEKELEBEK'S
FİRMA SAHİBİ

"MİLLÎ KATILIM ORGANİZASYONU BİZE ÖNEMLİ BİR AVANTAJ SAĞLADI"

FİRMA olarak fuara beşinci kez katılıyoruz. Bu yıl ilk kez İHKİB'in millî katılım organizasyonu ile fuara dâhil olduk. Millî katılım organizasyonu ile fuara katılmamız, konum açısından bize önemli bir avantaj sağladı. Fuardan gayet memnun kaldık, yeni müşterilerle tanıştık, yeni görüşmeler gerçekleştirdik. Siparişler de aldık. Rus müşterilerimiz için güven oldukça önemli. Örneğin bazı Rus müşterilerimizden yaklaşık beş fuarda gördükten sonra sipariş alabildik. Savaş ortamı sona ererse Rusya ile güzel işler yapabileceğimizi öngörüyoruz. Önümüzdeki günlerde daha da geniş bir ticaret hacmine ulaşacağımızı düşünüyoruz. Fuarın ikinci sezonuna da katılmayı planlıyoruz. Rusya, oldukça büyük bir pazar. Bircok bölgesinden alıcı firmaları, standımızda ağırladık.

ERCAN HARDAL İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

"FİRMALARIMIZ, ALDIKLARI SİPARİŞLERDEN SON DERECE MEMNUNDU"

CJF Fuarı oldukça güzel geçti. Türklerin artık Rusya pazarında söz sahibi olan bir konuma eriştiğini gözlemliyoruz. Fuara oldukça yoğun bir katılımı dâhil olduk. Uzak Doğu ve Çin'den katılan firma sayısının az olması da Türk firmalara olumlu yansıdı. Gelen müşteriler

de Türk firmalardan gayet memnun kaldıklarını ifade etti. Stantlar adeta doldu taşı. Fuarın üçüncü gününün aksamında Rusya'nın Ukrayna'ya girmesinden dolayı dördüncü gün hem katılımcı firmalarımızda hem de alıcılarda bir moral bozukluğu oluştu. Fakat bunun


dışında çok güzel ilerleyen ve Türk firmalarımız açısından oldukça verimli olan bir fuar geçirdik. Yaşanan olaylar, ticari süreçlere de belirsizlik olarak yansıdı. Ancak her şeye rağmen katılımcı firmalarımız, aldıkları siparişlerden son derece memnundu.


TEKNOLOJİNİN MODASI

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

 **Live ERP**
İş Çözümleri Platformu

 **Live e-Defter**
Sentez Live e-Defter

 **Live e-Fatura**
Sentez Live e-Fatura

 **Live e-Arşiv**
Sentez Live e-Arşiv

 **Live VOGUE**
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi

 **Live DYE**
Tekstil Terbiye Takip Sistemi

 **Live WEAVE**
Dokuma Üretim Takip Sistemi

 **Live KNIT**
Kumaş Üretim Takip Sistemi

 **Live YARN**
İplik Üretim Takip Sistemi


 **Live POSITIVE**
Satış Yönetim Sistemi

 **Live SHOP**
Satış Noktası Yönetimi



 www.sentez.com

 www.twitter.com/SentezYazilim

 www.facebook.com/SentezYazilim

 **sentez**
business solutions

Türk tekstili Paris'te küresel alıcılarla buluştu

FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı:
1.069

Fuara katılan Türk firma sayısı: **185**

Ziyaretçi sayısı: **21.300**

Tekstil sektörü, Fransa'da düzenlenen dünyanın en büyük tekstil fuarlarından Premiere Vision'a yaklaşık 200 Türk firması ile katılım gösterdi. 8-10 Şubat'ta gerçekleştirilen fuar, sektörün küresel prestiji açısından önemli bir avantaj yarattı.



GECEN yılı Cumhuriyet tarihi rekoruna ulaşarak 12,9 milyar dolar ihracatla kapatan, yılın ilk ayında ise 1 milyar dolar ihracat gerçekleştiren tekstil sektörü, 2022 yılında da ihracatını artırmaya yönelik çalışmalara odaklandı. Üretim ve istihdam odaklı çalışan tekstil sektörü, Fransa'da düzenlenen dünyanın en büyük tekstil fuarlarından Premiere Vision Paris'e yaklaşık 200 Türk firması ile katılım sağladı. İTKİB patronajıyla fuara katılan Türk firması sayısı 40 oldu. Dünyanın dört bir köşesinden hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticilerini, moda tasarımcıları ve alım gruplarını bir araya getiren ve moda otoritelerinin yakından takip ettiği en önemli etkinlikler arasında yer alan fuarda hazır giyim, iplik, deri, aksesuar ve

tasarım olmak üzere farklı alt gruplar da yer aldı.

Fuarın ziyaretçi sayısı 2021 Eylül dönemine göre yüzde 24 artarak 21 bin 300 kişiye ulaştı. Ziyaretçilerin yüzde 43'ü Fransa'dan, yüzde 57'si ise dünyanın çeşitli ülkelerinden geldi. Premiere Vision'un pandemi ile daha yaygın kullanılmaya başlanan Marketplace platformunun ziyaretçi sayısı ise 2021 Eylül dönemine göre yüzde 21 artarak 53 bin 300'e ulaştı. İTHİB tarafından 28. kez millî katılım düzenlenen fuarda İTHİB info standı ve trend alanı yoğun ilgi gördü. Türkiye Dokuma Atlası Projesi kapsamında üretilen kıyafetler de trend alanında sergilendi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, fuarın Türk tekstil sektörünün tanıtımı ve katma değerli ihracatı için büyük öneme sahip olduğunu söyledi.

GDO'SUZ TÜRK PAMUĞU PROJESİ PARIS'TE TANITILDI

Fuarda GDO'suz Pamuk Projesi'ni tanıttıklarını belirten Ahmet Öksüz şunları aktardı: "Türkiye'de üretilen pamuğun tamamı GDO'suz olarak üretiliyor ve Türkiye, dünyanın en büyük GDO'suz pamuk üreticisi konumunda. GDO'suz pamuk üretiminin markalaşmasını sağlamak adına sektör paydaşlarımızla birlikte küresel ölçekte bir tanıtım atağı başlattık. Türk tekstiline ayrıcalıklı bir marka yaratarak rekabet şansını artırmak ve dolayısıyla Türk pamuğu üretimine daha fazla tercih edilen bir statü sağlamak amacıyla projemizi sürdürüyoruz. Sektör olarak katılım gösterdiğimiz PV Paris Fuarı'nda GDO'suz Pamuk Projesimizi sergiledik. İzmir Ticaret Borsası ve Ulusal Pamuk Konseyi'nin girişimiyle

ÜLKE RAPORU

Nüfus: **65 milyon**
2020 yılı tekstil ithalatı: **12,5 milyar dolar**
2020 yılı tekstil ihracatı: **4,5 milyar dolar**
Türkiye'nin Fransa'ya tekstil ihracatı (2021): **345,6 milyon dolar**
2020-2021 artış hızı: **%31,7**
Fransa, Türk tekstil ihracatında **10. sırada.**



başlatılan “GMO Free Turkish Cotton” projemiz, 2022 yılında ivme kazanacak. Fuar’da projemizi tanıtarak daha geniş kitlelere ulaşmaya hedefledik ve olumlu geri dönüşler aldık.” dedi.

TEKSTİL SEKTÖRÜNDEN OCAK AYINDA 1 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Tekstil sektörünün ekonomik göstergelerine ilişkin değerlendirmelerini paylaşan Öksüz: “Premiere Vision Paris Fuarı’nda Ticaret Bakanlığımızın destekleriyle gerçekleştirdiğimiz milli katılım organizasyonu ile birçok küresel alıcı ile fuarda bir araya geldik. Sektörümüzün katma değerli ihracatını artırmak için gerçekleştirdiğimiz fuarlar büyük önem taşıyor. Sektör olarak 2022 yılının ilk ayında 1 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Geçen yıla göre yüzde 11 oranında artış yakaladık. Bu dönemde en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ilk üç ülke ise İtalya, ABD ve

Almanya oldu. Sektörümüzün Ocak ayı kapasite kullanım oranı yüzde 80,5 seviyesinde. Sektörümüzün sanayi üretim endeksi ise her geçen ay kendi rekorunu tazeliyor. Kasım ayı tekstil sektörü üretim endeksimiz yüzde 13 oranında artarak 151,1 seviyesine ulaştı. Tekstil sektörü olarak ülke ekonomimize katkı sunmaya devam edeceğiz. 2022 yılında gerçekleştireceğimiz projelerimizle sektörümüzü daha da ileriye taşıyacağız. Hedefimiz yıl sonunda 15 milyar dolar değerinde ihracatla yeni bir rekora imza atmak.” dedi.



İTHİB tarafından 28. kez milli katılım düzenlenen fuarda İTHİB info standı ve trend alanı yoğun ilgi gördü.

“FUAR SÜRESİNCE ÇOK YOĞUN ZİYARET ALDIK”

GENEL olarak fuardan çok memnun ve mutlu ayrıldık. Pandemi nedeniyle müşterilerimiz fuara gelemebilir şekilde bir endişemiz vardı. Fakat özellikle fuarın ilk iki günü çok yoğun ziyaret aldık ve görüşmeler yaptık. Bu görüşmelerin tamamı da yüksek kalitede müşteri segmentindeydi. Hedef müşterilerimize ve çalışmak istediğimiz segmente ulaşabildik. Fuar, çok verimli geçti. Normalde son gün durgun geçerdi fakat bizim son gün dâhi ciddi sayıda ve ciddi potansiyelde alıcılarımız geldi. Akın Tekstil olarak 20 yıllık Premiere Vision Fuarı tecrübesine sahibiz. Standınıza, koleksiyonunuza, müşterilerinize ne kadar yatırım yaparsanız o kadar çok dönüş alıyorsunuz. İTKİB de çok önemli destekler verdi ve çok iyi bir PR çalışması yaptı.

TİM Başkanımız ve İTHİB Başkanımız çok önemli çalışmalar yapıyor, biz de iyi hizmet vermeye çalışıyoruz.

Fuarda görüşme yaptığımız alıcılar yoğunluklu olarak Fransa

ve İspanya pazarındandı. Ayrıca Almanya, İtalya, İngiltere ve ABD’den de alıcılarla görüşmeler yaptık. Yaklaşık 12 yıldır İtalya kökenli bir ofisle yoğun mesai harcayarak tüm dünyaya hitap eden koleksiyonlar hazırlıyoruz. Bu fuara giderken de büyük bir çabayla ve konsantre bir şekilde çok yeni kumaşlar yaptık. Bu hazırlıkları yaparken müşterilerimizin beklentilerini de öğreniyoruz. Dolayısıyla fuardaki alıcıların aradıkları kumaşları sunduk diye düşünüyoruz. Yeni dönemde müşterilerimizin karar mekanizmaları biraz değişti. Eskisi kadar uzun dönemli kararlar verilmiyor ve stok mal ile çalışılmak istenmiyor. Satılma olasılığı yüksek, iyi fiyatlı ve hızlı terminli ürünlere yoğun bir talep olduğunu gördük.



ALPER BURGUN
AKIN TEKSTİL SATIŞ VE
PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

Türk deri sektöründen Lineapelle çıkarması

Deri ve deri mamulleri sektörünün önemli fuarlarından biri olarak bilinen Lineapelle, 22-24 Şubat'ta gerçekleştirildi. İtalya'nın Milano kentinde düzenlenen fuara İDMİB millî katılım organizasyonu ile 38 Türk firması katıldı.



FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **960**

İDMİB millî katılımı ile fuara katılan firma sayısı: **38**

Katılımcı ülke sayısı: **31**

Ziyaretçi sayısı: **13.000**

Dünya deri sektörünün önemli ve prestijli fuarları arasında yer alan Lineapelle deri fuarı, yılda iki kez düzenleniyor. Geçmiş senelerde İtalya'nın Bologna şehrinde düzenlenen fuar, Eylül 2014 dönemi itibarıyla Milano şehrinde, Fiera Milano Rho fuar alanında yapılmaya başladı. İlkbahar/yaz 2023 koleksiyonunun sergilendiği fuarda, 31 ülkeden toplam 960 üretici firma stant açtı. Fuar 13 bin ziyaretçiyi ağırladı.

Lineapelle Fuarı esnasında tanıtım faaliyetleri ile Türk deri sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedeflendi. Bu faaliyetler arasında çeşitli alanlara reklam verilmesi, gazete ve dergilerde ilanlar yayımlanması ve sosyal medyada tanıtım yapılması gibi çalışmalar yer aldı.

ÜLKE RAPORU

Nüfus: **62,3 milyon**

2020 yılı ithalatı: **486,3 milyar dolar**

2020 yılı ihracatı: **558,2 milyar dolar**

Türkiye'nin İtalya'ya deri ve deri mamulleri ihracatı (2021):

98,2 milyon dolar

2020-2021 artış hızı: **%32,4**

İtalya, Türk deri ve deri mamulleri ihracatında **3. sırada.**

İSTANBUL Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından millî katılım organizasyonu düzenlenen ve sektörün önemli buluşma noktalarından biri olarak görülen Lineapelle Fuarı, başarıyla tamamlandı. Lineapelle Fuarı, 48 bin 500 metrekarenin üzerinde büyüklüğe sahip olan bir alanda gerçekleştirildi. İDMİB'in millî katılım organizasyonu ile fuara katılan 38 Türk firması ise toplamda bin 68 metrekarelik bir alanda ürünlerini sergiledi. 20 Türk firması ise fuara bireysel katılım sağladı.

FUARDA TÜRK FİRMALARIN KATILIMCI OLARAK YOĞUNLUĞU DİKKAT ÇEKİCİYDİ



SERKAN CEVAHİRÇİOĞLU
CEVAHİR DERİ ORTAĞI

FUARIN ilk günü oldukça yoğun geçti. Genelde Avrupalı alıcıların fuara yoğun olarak katıldığını gözlemledik. Fransız, İtalyan, Alman, İsviçreli, Hollandalı alıcılar standımızı ziyaret etti. Ziyaretçilerimizin büyük çoğunluğu daha önce çalıştığımız müşterilerimizdi, ancak yeni müşteriler de edindik. Lineapelle

Fuarı'nda Türk firmaların katılımcı olarak yoğunluğu dikkat çekiciydi. Daha önceki yıllara kıyasla Türk deri ve deri mamulleri sektörünün Avrupa pazarına yönelmiş olmasının etkisiyle fuardaki katılımcı sayımız da yükseldi. Beklentimizin üzerinde bir fuar verimliliği ile karşılaştığımızı söyleyebiliriz.

"DERİ ALANINDA ALICILARIN RADARINDA OLAN BİR ÜLKEYİZ"



BURAK UYGUNER
UYGUNER DERİ YÖNETİM
KURULU BAŞKANI

FUAR oldukça güzel geçti. Normalde Lineapelle Fuarı'nın ilk günü, Micam Fuarı'nın son gününe denk gelirdi. Fakat bu sene tarihlerin değiştirilmesiyle böyle bir cakişma olmadı. Çok yoğun olmayan ama efektif bir katılım vardı. Katılımdan çok memnun kaldık, kurumsal alıcılar standımızı ziyaret etti. Türkiye'nin bitmiş deri alanında hedef ülke hâline geldiğini gözlemledik. Dünya genelinde derisini işleyip satan, bu işi global çapta yapabilen alıcıların radarında olan bir ülke konumdayız. Bunun birçok sebebi var, öncelikle pandemi sonrası değişen tedarik zincirinin önemli bir etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'de derinin diğer çıktılarının daha efektif değerlendirilmesiyle ilgili birçok yatırımın bulunması, tabakhane altyapımızın kuvvetli olması gibi etkenler de söz konusu.

Sürdürülebilir ürünler, küresel alıcılar açısından oldukça önemli. Tabakhane tarafı olarak 1980'li yılların sonundan beri bu konuda yeniden yapılanma sürecindeyiz. Sürdürülebilirlik, karbon ayak izi gibi kavramlar gittikçe daha fazla önem kazanacak. Uluslararası markaların önem verdiği sertifikaların firmalarımız tarafından alınması noktasında önemli bir yol katettik ama yapmamız gereken daha çok şey var. Sektör olarak yabancı olmadığımız bu alanda, bir yol haritası hazırlamamız gerekiyor.



TEXHIBITION

İSTANBUL

Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı

BEKLIYORUZ
BEKLIYORUZ
BEKLIYORUZ
BEKLIYORUZ
BEKLIYORUZ

16-18 MART 2022



**İSTANBUL
FUAR
MERKEZİ**



info@texhibitionist.com



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



www.texhibitionist.com



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI



İTHİB
TÜRKİYE İHRACATÇILAR VE İMPORTÖRLERİN
BİRLİĞİ



**İSTANBUL
TİCARET
ODASI**
— 1852 —



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Bu fuar İTKİB Fuarçılık A.Ş. tarafından düzenlenmektedir.



Avrupa Birliği, Mısır'ın ithalat kısıtlamalarını Dünya Ticaret Örgütü'ne taşıdı

Avrupa Birliği, Mısır'ın tarım ürünlerinden ev aletlerine kadar çok çeşitli mallara zorunlu ithalat kaydı mecburiyeti (compulsory import registration requirements) getirdiğini ileri sürerek uyumsuzluk çözümü müzakereleri için Dünya Ticaret Örgütü'ne başvuruda bulundu.

► **MISIR'A** belirli malları ithal etmek isteyen, bu ülkede yerleşik yabancı fabrikaların ve firmaların 2016 yılından itibaren Mısır'daki yetkili kurumlara kayıt yaptırmaları gerekiyor.

Hâlen kayıt mecburiyeti olan ürünler; tarım ve gıda ürünleri, kozmetik, oyuncak, tekstil ve hazır giyim, ev aletleri, mobilya ve seramik karolarının da aralarında yer aldığı 29 mal kategorisinden oluşmakta.

Avrupa Birliği'nin talep ettiği uyumsuzluk çözümü müzakereleri, Dünya Ticaret Örgütü'nün uygulama sürecindeki ilk adım. Bu müzakerelerde tatmin edici bir çözüme ulaşılamazsa Avrupa Birliği, Dünya Ticaret Örgütü'nden konuyla ilgili bir panel kurmasını talep edebilir.

Avrupa Birliği'nin 2020 yılında tüm dünya ile 3.646 trilyon euro olan toplam dış ticareti içinde, Mısır'ın payının (24,5 milyar euro) çok düşük olduğuna işaret etmekte yarar var. Topluluk ülkelerinin Mısır'a 2016 yılında 19.142 milyar euro düzeyinde olan ihracatının, 2020 yılında 18.145 milyar euro düzeyine gerilediği görülüyor. Öte yandan Mısır'ın, 2016 yılında Avrupa Birliği'ne 5.941 milyar euro seviyesinde olan ihracatı, 2020 yılında istatistiklere 6.391 milyar euro olarak yansımış durumda.

MISIR'IN AVRUPA BİRLİĞİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM PAZARINDAKİ PAYI OLDUKÇA DÜŞÜK

Bu ülkenin 2017 yılında topluluk ülkelerine 411 milyon euro olan tekstil dış satımı, 2020'de 326 milyar euro'ya, aynı

şekilde 2017 yılında 331 milyon euro düzeyindeki hazır giyim ihracatı ise 296 milyon euro'ya gerilemiş bulunuyor.

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN 2022 KIŞ DÖNEMİ EKONOMİK TAHMİNİ

Avrupa Birliği Komisyonu'nun 2022 Kış Dönemi Ekonomik Tahmin araştırması açıklandı.

Geçen yıl yaşanan yüzde 5,3 düzeyindeki genişlemenin ardından Avrupa Birliği ekonomisinin, 2022'de yüzde 4,0, 2023'te yüzde 2,8 büyüyeceği, ayrıca Euro Bölgesi'nde 2023 yılındaki büyümenin yüzde 2,7 olacağı öngörülüyor.

Bir önceki yıl ilkbaharda başlayan ve sonbahara kadar hız kesmeden devam eden ekonomideki güçlü toparlanmanın, 2021'in üçüncü çeyreğinde yüzde 2,2'ye ulaştıktan sonra son çeyrekte yüzde 0,4'e gerilediği hatırlatılıyor.

Birçok Avrupa Birliği ülkesinin sağlık sistemleri üzerindeki artan baskı, karantina uygulamaları ve personel kıtlığı ekonomideki büyümenin önündeki engellere katkı yapıyor. Ayrıca yarı iletkenlerin ve bazı metal ürünlerin kıtlığı da dâhil olmak üzere lojistik ve tedarik darboğazları da en azından yılın ilk yarısı boyunca üretim üzerinde baskı oluşturmaya devam edecek. Enerji fiyat tahminlerinin beklenenden daha yüksek seviyelere işaret etmesi, ekonomi üzerinde daha uzun süreli bir yavaşlama ve daha yüksek bir enflasyonist baskı yaratacak.

Daha sonra arz koşulları normalleşip enflasyonist baskılar azalırken gelişen iş gücü piyasası, yüksek hane halkı tasarrufları ve uygun finansman koşullarının tam olarak devreye girmesiyle ekonomik faaliyetin yeniden ivme kazanacağı öngörülüyor.

Komisyunun ekonomik tahmininde, enerji ve diğer mallardaki yüksek fiyat artışlarının enflasyonda yukarı yönlü bir hareket oluşturduğuna dikkat çekiliyor.

Nitekim geçen yılın dördüncü çeyreğinde yüzde 4,6 gibi rekor bir orana ulaşan Euro Bölgesi'ndeki enflasyonun, 2022'nin ilk çeyreğinde yüzde 4,8 ile zirve yapması ve yılın üçüncü çeyreğine kadar yüzde 3'ün üzerinde kalması öngörülüyor.

Diğer taraftan, yüksek enerji



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Komisyunun ekonomik tahmininde, enerji ve diğer mallardaki yüksek fiyat artışlarının enflasyonda yukarı yönlü bir hareket oluşturduğuna dikkat çekiliyor.



fiyatlarından kaynaklanan baskılar azaldıkça enflasyonun yılın son çeyreğinde yüzde 2,1'e düşebileceği tahmin ediliyor.

Genel olarak Euro Bölgesi'ndeki enflasyonun, 2021'de yüzde 2,6'dan (AB'de yüzde 2,9) 2022'de yüzde 3,5'e (AB'de yüzde 3,9) yükselmesi ve 2023'te yüzde 1,7'ye (AB'de yüzde 1,9) düşmesi bekleniyor.

Açıkçası, belirsizlik ve riskler yüksek olmaya devam edecek.

RUSYA'NIN, UKRAYNA'YA MÜDAHALESİ

Öte yandan bu ekonomik tahmin açıklandığında, Rusya ile Ukrayna arasında silahlı bir çatışma yoktu.

Bugün ise ortada, adı konmamış da olsa bir savaş hâli var.

Rusya, dünyanın en büyük doğal gaz rezervlerinden birine sahip ve başta Almanya olmak üzere birçok Avrupa Birliği ülkesi, gazda boru hatlarıyla önemli düzeyde Rusya'ya bağımlı.

ABD'nin, Rusya'ya karşı önlem alınması konusunda bir bakıma baskı

***Rusya'nın,
Ukrayna'ya
müdahale-
sinden önce
yapılan bütün
ekonomik tah-
minlerin, değer-
lendirmelerin
yeni baştan göz-
den geçirilmesi
kaçınılmaz
olacak.***

sayılabilecek düzeydeki çağrısıyla bazı ülkeler hemen Rusya'yı kınayıp tavırlarını belli etti. Ama Batılı ülkeler arasında çatışmada nasıl bir tutum alınacağı konusunda henüz tam görüş birliği yok. Nedeni de birçok Avrupa Birliği üyesi ülkenin, Rusya ile enerji konusunda iş birliği yapması. Daha da önemlisi bazı eski yüksek düzeyli Avrupa Birliği politikacılarının, Rus devlet kuruluşlarının yönetimlerinde yer alıyor olması.

Konumuz bu değil ama Almanya, Kuzey Akımı diye adlandırılan ve Rusya'nın Baltık üzerinden Almanya'ya gaz getirecek boru hattının devreye girmesini durdurduğunu açıkladı. Bazı Rus kuruluşlarının yönetim kurullarında yer alan İtalya'nın, Finlandiya'nın, Avusturya'nın eski başbakanları, Rusya'nın Ukrayna'ya müdahalesinin ardından görevlerinden istifa etti.

Ama Merkel'den önce Almanya'da başbakan olarak görev yapan Schröder, Rusya devlet kuruluşu olan Gazprom Yönetim Kurulu'ndaki görevinden bu satırların kaleme alındığı sırada istifa etmemişti. Schröder, yaptırımları desteklediğini ancak Avrupa ile Rusya arasındaki siyasi, ekonomik ve sivil toplum bağlantılarının kopmaması gerektiğini ileri sürüyor.

Sonuç olarak Rusya'nın, Ukrayna'ya müdahalesinden önce yapılan bütün ekonomik tahminlerin, değerlendirmelerin yeni baştan gözden geçirilmesi kaçınılmaz olacak.



KIRKİT RUGS SAHİBİ AHMET HAYRİ DİLER

“Tasarım odaklı, inovatif, katma değeri yüksek halılar üretiyoruz”

Uşak'ta hayata geçirdiği pilot atölyenin halı sektöründeki meslektaşlarına örnek teşkil etmesini amaçladığını söyleyen Kirkit Rugs Sahibi Ahmet Hayri Diler: “Tam teşekküllü, laboratuvarı bulunan, AR-GE çalışmalarının yapıldığı atölyede tamamının sosyal güvencesi olan, nizami çalışma saatleri kapsamında istihdam edilen 24 dokuyucuyla faaliyet gösteriyoruz.” dedi.

A

hmet Bey, öncelikle sizi tanımak ve halı sektörü ile tanışmanızın öyküsünü dinlemek istiyoruz. Nevşehir yöresinin halıcılık merkezi olan Avanos ilçesindeki dokumacı bir aileden geliyorum. Üniversite eğitim yıllarımı Erzurum ve Paris'te geçirmiş olsam da her zaman halı ve kilimlerin içinde yaşadım. Meslektaşlarımın arasında yaygın olan bir düşünceye göre bir kez halı tozu yuttuğunuzda bu mesleği bırakmanız

mümkün olmuyor. Yaşadığım süreç, bu düşünceyi destekler nitelikte. Halıcılığın çıraklığından başlayarak her kademesinde bulundum. Hayatımı bu sayede kazanarak hem eğitim masraflarımı karşıladım hem de şu anki yaşam koşullarıma eriştim.

Kirkit Rugs'u 1982 yılında Nevşehir'de kurduğunuz, sonrasında İstanbul Sultanahmet'te faaliyetlerinize devam ettiğinizi biliyoruz. Kirkit Rugs'un faaliyet alanlarını anlatabilir misiniz?

Lise yıllarımda Nevşehir bölgesinin bilge halıcısı Mustafa Su'nun halı dükkanında geçirdiğim çıraklık dönemini anmadan geçemeyeceğim. Kendisinden meslekle ilgili birçok şey öğrendim. Üniversite yıllarımda küçük bir kilim dükkânı açarak Nevşehir'in Avanos ilçesinde mesleğe atıldım. 1982 yılında daha kapsamlı bir halı/kilim dükkânı açarak Kirkit Rugs yolculuğunu başlatmış oldum. 1985 yılında İstanbul Sultanahmet'te de küçük bir mekânda halıcılık faaliyetlerine başladım. Ardından Paris'te, UNESCO'da Dokumacılık ve Kapadokya üzerine verdiğim bir konferansın ardından başarılı bir kilim sergisi gerçekleştirdim. Kilimin ilgi çektiğini idrak ettikten sonra Fransa ve Belçika'nın farklı bölgelerinde sergiler düzenledim. Bu sergiler, Paris merkezli Kilims ADA isimli bir şirket



Domotex Halı Tasarım Yarışması'nda Jüri Özel Ödülü'nü kazanan Full Moon ve Tasarımcısı Muhammed Türk

kurmama vesile oldu. Zaman içinde şirket, Kirkit Rugs'ın Avrupa'da toptana yönelik lojistik işlerini yapan bir konuma geldi. Hatta Paris'in merkezinde bir de perakende kilim ve halı iş yeri açmaya vesile oldu. Başlangıçta Anadolu'nun değişik bölgelerinde dokunan geleneksel halı ve kilim ticareti yaptım. Bu sayede Kirkit Rugs kademeli olarak büyümeye devam etti. Zaman içinde hemen hemen tamamen ihracat odaklı bir şirket hâline geldi. Son yıllarda geleneksel dokumalara ilginin azalmasını gözlemledikten sonra tasarım odaklı ürünler üzerine çalışmaya başladık.

Halı sektöründe tasarımın önemi son yıllarda daha belirgin hâle geldi. Bu konuda neler düşünüyorsunuz? Tasarım konusunda sizin yaptığınız çalışmalar nelerdir? 2020 yılında Domotex'te aldığınız tasarım ödülünden de bahsedebilir misiniz?
Geleneksel dokumalara ilginin azalması bizi tasarım odaklı, inovatif ürünler üzerinde yoğunlaşmaya yönlendirdi. Başlangıçta Hermes firmasına da tasarımcılık yapan Florence Bourel'le anlaşarak kendisine özgün, modern kilim desenleri çizdirdik. Bu yenilikçi ürünlerin dünya pazarlarında karşılık bulduğunu gözlemledik. Tarihî süreci incelediğimizde Selçuklu döneminde dokunan Anadolu halılarının, Osmanlı döneminin ilerleyen zamanlarında belirli aralıklarla değişime uğradığını gözlemliyoruz. Özellikle ABD ve Avrupa ülkelerinde iç mekân anlayışının değişmesi, renk trendlerinin farklılaşması halı konseptini değiştirdi. Kirkit Rugs olarak hızlı değişen trendlere ayak uydurmak için tasarımcılarla çalışmanın elzem olduğunu anladık. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB) 15 yıldır düzenlediği Genç Halı Tasarımcıları Yarışması'nın 2016 yılı birincisi Muhammed Türk'ü Kirkit Rugs bünyesinde tasarımcı olarak işe aldık. Tezhip, minyatür ve hat sanatlarında başarılı bir sanatçı olan Muhammed Türk, birikimi ve tecrübesiyle kendine özgü, minimalist tasarımlar gerçekleştirdi. Bu tasarımlar yün, kendir, tiftik, keçi kılı ve ipek ipliklerle halı ve kilim olarak dokundu. Dünya pazarlarında ilgi gören bu ürünler,



küresel açıdan en prestijli halı tasarım yarışması olan, Almanya'nın Hannover kentinde düzenlenen Domotex Halı Tasarım Yarışması'nda üç kategoride finale kaldı. Full Moon isimli tasarım halı, Jüri Özel Ödülü'nü firmamıza kazandırdı. Değişen trendleri ve renkleri takip ederek yeni tasarımlar üzerinde çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Sizce son yıllarda Türk halısı markasının dünyada nasıl bir algısı var? Türk halıcılığına zarar veren en önemli sorunlar nelerdir?

Diyarbakır yakınlarında bulunan Körtik Tepe höyüğü kazılarında, dokumacılığın M.Ö. 10.000'li yıllarda başladığını kanıtlayan desen izlerine rastlandı. Anadolu'nun değişik yörelerinde gerçekleştirilen arkeolojik kazılarda, bu topraklarda yaşayan kadim medeniyetlerde dokumacılık sanatının önemli bir yere sahip olduğunu, çok sayıda dokumacılık malzemelerinin bulunmasından anlıyoruz. Konya-Çatalhöyük kazılarında M.Ö. 6.500 yıllarına tarihlendirilen

karbonlaşmış bir düz dokuma parçası, yaşadığımız coğrafyada dokumacılığın ne kadar eskilere dayandığını kanıttır. Türkiye'nin en önemli sanatlarından biri dokumacılıktır. Bu zengin geçmiş, Türk halısının bir marka hâline gelmesini sağlıyor. Türk halıları, dünyanın en önemli müzelerinin, en iyi bölümlerinde sergileniyor. Şu anda makine halıcılığında kazanılan ivme, ihracatın yükselmesi, Türk halısının önemli bir marka olmasından kaynaklanıyor. Türk el dokuma halıcılığına zarar veren en önemli husus, ürünlerin özellikle ülkemizde gerçekleştirilen satışlarda, doğru bilgilerle satılmamasıdır. Bunun çözümü, halı ve kilimlerin içeriğinde gerekli bilgilerin bulunduğu etiket zorunluluğunun sağlanmasından

geçiyor. Böylece satılan ürünler doğru bilgilerle alıcıya ulaştırılmış olur, güvenli bir ortamda pazarlanır.

Kirkit Rugs olarak iklim değişikliklerinin yarattığı çevre sorunlarına ve sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalara yönelik bakış açınız nedir?

Gelecek yıllarda hem sürdürülebilir hem de geri dönüşüm ürünlerinin önem kazanacağı dünyamızda, ülkemizde el halısı üretiminin yeniden canlandırılması, Türkiye'nin onayladığı iklim değişikliğine karşı mücadele taahhüdü olan Paris Anlaşması ve Avrupa Yeşil Mutabakatı ile birebir örtüşüyor. İnsanların el emeği ve el sanatları ürünleri tüketme alışkanlığı kazanması, küresel ısınma ve beraberinde getirdiği iklim değişikliği sorunlarına çözüm yaklaşımlarından birini oluşturuyor. Örneğin, yıpranmış veya pazar değeri olmayan, orta eski müstamel kilimlerden sökülen iplerden düzgün ebatlı, aynı zamanda günümüzün moda renk kombinasyonlarına ve desenlerine uyumlu geleneksel motifler ihtiva eden kilimler üretiyoruz. Ayrıca özellikle Yozgat ve Tokat

yörelereinden toplattığımız, üzerinde meyve, sebze, bulgur kurutulmuş kendir dokumalardan elde ettiğimiz sökümlü ipliklerden ürettiğimiz halı ve kilimler, geri dönüşüm ve sürdürülebilirliğin canlı örnekleridir. Ülkemizde kuşaktan kuşağa aktarılan el dokuma halı geleneğinin, doğal ve sosyal çevrenin yönetimine sağladığı katkı ve yaratabileceği gelir göz önüne alındığında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlama potansiyelinden faydalanılabilmesi için kurumsal ve profesyonel bir yapının oluşturulmasının en uygun çözüm olacağını düşünüyorum. Üretimde yaşanan sorunların masaya yatırılarak giderilmesi, ülkemizin dünya pazarlarında eski ihtişamlı yıllarına dönmesini mümkün kılacaktır. Halı ve kilim üretiminde gerçekleştirilen olumlu çalışmalar ve geçmişte yapılan hatalar gözden geçirilerek, yeniden yerli el halısı üretimi canlandırılabilir. Hindistan, İran gibi rakip ülkelerdeki devletlerin de içinde olduğu kurumlar incelenerek ülkemize uygun, sektör temsilcileri, ilgili bakanlıklar ve İHİB'in de içinde olduğu yarı resmî bir çatı kuruluşun oluşturulması aciliyet arz etmektedir. Ülkemizin en önemli markası olan el halıcılığımızı kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyayız.

Üzerinde önemle durduğunuz bir diğer konu da adil ticaret uygulamaları. Kırkit Rugs olarak bu konuda yaptığınız yenilikleri bizimle paylaşır mısınız?

Türkiye'nin en önemli kurumlarından Sümer Halı'nın atölyeleri kapatıldıktan sonra üretim genellikle köylerde, ev ortamında geleneksel olarak devam etti. Bu tür bir üretim, dünya pazarında hızla gelişen tasarım odaklı halı siparişlerine cevap verecek nitelikte değil. En önemli rakip ülkeler olan Hindistan ve İran'da devlet desteği ve teşvikiyle atölye tipi, tasarımcı ve pazarlamacıların da içinde bulunduğu kuruluşlar oluşturuldu. Biz bu konuda sınıfta kaldık. Üretimi sürekli azalan elimizdeki geleneksel dokumalarla pazar bulmakta zorlandık. Yapılan saha araştırmaları, valilik ve kaymakamlıklara bağlı Halk Eğitim Merkezleri, belediyeler, kısmen özel girişimcilerin iyi niyetle gerçekleştirdikleri dokuma faaliyetlerinin ne kadar dünya pazarları gerçeklerinden uzak, sürdürülebilirlikten yoksun olduğunu ortaya çıkardı. Dokuyucu sayısının günden güne azalıyor olmasının en önemli nedeni dokuyucuların hak ettikleri ücretleri alamaması ve sosyal güvencelerinin olmamasıdır. Biz Kırkit Rugs olarak bu sorunlara vakıf olduktan sonra, dokuyucu ücretlerinin iyileştirilmesi ve sosyal güvencelerinin sağlanması yönünde çalışmalar yaptık; ardından bu sorunların tamamen ortadan kaldırıldığı uygulamaları başlattık.

Uşak'taki pilot atölyenizde uygulamaya geçirdiğiniz çalışmaların sonuçlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Uşak'ta kurduğumuz tam teşekküllü, laboratuvarı bulunan, AR-GE çalışmalarının yapıldığı atölyede tamamının sosyal güvencesi olan, nizami çalışma saatleri kapsamında istihdam edilen 24 dokuyucuyla faaliyet gösteriyoruz. Köylerde iş sıkıntısından ve piyasa gerçeklerinden uzak düşük ücretle çalıştırılan dokuyucuların mesleğini bırakarak daha adil gelir elde edebilmek amacıyla kentlere göçtüklerini biliyoruz. Atölyemizde ücret koşullarının düzgün olması, çalışanların sosyal güvencelerinin tam olarak sağlanması 300 civarında dokuyucunun iş müracaatıyla sonuçlandı.



**10.000
metrekare**

**Yıllık üretim
hacmi**



**En fazla ihracat
gerçekleştirilen
ülkeler**

**ABD, AB
ülkeleri, Birleşik
Krallık, Kanada,
Avustralya ve
İskandinav
ülkeleridir.**



40

Dokuyucular, 35-40 yaşın üstündeki kadınlardan oluşuyor. Dokuyucuların hemen hemen tamamı ilk defa sosyal güvencelerinin olduğu bir işte çalıştıklarını, atölyemiz sayesinde ekonomik bağımsızlıklarını elde ettiklerini beyan etti. Çalışma koşullarından, elde ettikleri gelirden memnuniyetlerini her konuşmada dile getiren dokumacı kadınlar, atölyenin yaşaması için ellerinden geleni yapıyor. Bu durum üretimin verimliliğine yansıyor. Modern pazarlama araçlarıyla stok yapmadan, sadece sipariş üzerine katma değeri yüksek ürünlerin üretimini gerçekleştiriyoruz. Kurduğumuz atölye; kadın emeğine saygılı, paylaşımcı, dokuyucuların emeklerinin karşılığını aldıkları bir pilot projedir. Amacımız bu projenin halı sektöründeki meslektaşlarımıza örnek teşkil etmesi, bu tür atölyelerin ülkemizin bütün bölgelerinde yaygınlaşmasıdır.

Pandemi döneminde rekor artışlara imza atan Türk halıcılığının ihracat potansiyelini genel olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yüzlerce yıldır altın çağını yaşayan ve dünya liderliğini kimseye kaptırmayan el halıcılığımızın ihracatında son yıllarda kayda değer düşüşler yaşadık. Fakat pandemi döneminde insanların evlerinde daha çok vakit geçirmeleri, evlerinin dekorasyonlarını yeniden düşünmelerine sebep oldu. Bu durum halı ihracatımıza genel anlamda olumlu yansıdı. Yurt dışından gelen taleplerin artması, tasarım odaklı, katma değeri yüksek halı ve kilimlerin üretilmeye başlanması, ihracattaki düşüşün durmasını ve uzun bir aradan sonra el halısı ihracatımızın kayda değer bir yükselişe geçmesini sağladı. İhracat rakamlarımızın yükselişe geçmesi, uluslararası el halısı ve kilimi ticaretinde beklentilerin yükselmesini sağladı. Bu durumun kadın istihdamına, kırsal kalkınmaya büyük katkıları olacağından hiç şüphe yok. Ayrıca hâlen canlı olan dokuyucu potansiyelini harekete geçireceğini, yıkama, boyama ve mamul ürün bitim işlemlerinde çok sayıda iş alanı sağlayacağını biliyoruz.

El halısı üretiminde boyar maddeler ve yıkamada kullanılan kimyasallar dışında gerekli ham madde, ülkemizden temin ediliyor. Ayrıca mikro ihracat yoluyla yurt dışına gönderilen halıların ihracat rakamlarına yansımadığını ve bu rakamın 400 milyon dolar civarında olduğunu tahmin ediyoruz. Makine halısı sektöründe kadife halı, dekoratif ve dijital baskı halılarda ham madde konusunda dışa bağımlı olmamız nedeniyle katma değeri düşük halılar üretiyoruz. Ham madde üretiminin yurt içinden sağlanmasına yönelik fabrikalar kurulması, ihracatçı firmalarımızın performansını artıracak ve halı ihracat rakamlarımızın yükselmesini sağlayacaktır.

Kırkit Rugs'un sektörde yarattığı en önemli farklılıkların neler olduğunu söylersiniz?

İstihdam sektöründe yarattığı en önemli farklılıklardan biri, el halısı alanında alışlagelenin dışında bünyesinde tasarımcı çalıştırmasıdır. Ayrıca dokumacılarımız bütün sosyal haklara sahip ve düzgün ücretle çalıştırılıyor. Tasarım odaklı, inovatif, katma değeri yüksek halılar üretiyoruz. Yurt dışı pazarlarına ulaşmaktaki başarımız, dünyada gelişen akımları yakından takip etmemiz, sürdürülebilirlik, geri dönüşüm, yeşil pazarlama konularındaki çalışmalarımızla fark yaratıyoruz.



KADIN İSTİHDAMININ LOKOMOTİFİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM

Türkiye’de ve dünya genelinde kadınların ortak problemlerinden biri istihdam. İş gücü piyasasında çeşitli sebeplerle kendilerine yer bulamayan kadınların, ekonomik açıdan yaşadıkları bağımlılık devam ediyor. Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri ise Türkiye’de kadınların en fazla istihdam edildiği alan olarak liderliğini koruyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR kalkınma için en önemli unsurlardan biri, toplumun tüm kesimlerinin üretim süreçlerine katılması ve ortaya çıkan refah artışından yararlanması olarak biliniyor. 1990'ların sonundan bu yana kalkınma kavramı, sadece ekonomik büyümeye değil sosyal ve bireysel refah ile de ilişkilendirilmeye başlandı. Bir ülkenin siyasi ve ekonomik potansiyelini gerçekleştirebilmesi için kadın ve erkeklerin, toplumsal hayatın her alanına aktif katılımı hayati bir önem taşıyor. Toplumların refahı, cinsiyet eşitliğinin sağlandığı ve temel hizmetlerin hak eksenli bir yaklaşımla sunulduğu ortamda mümkün olabiliyor.

KADINLARIN GÜÇLENMESİ, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMANIN TEMEL DAYANAKLARINDAN BİRİ

Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, kalkınmanın ekonomik boyutunun yanı sıra çevresel ve sosyal boyutlarına da dengeli şekilde odaklanıyor. Kalkınmayı desteklemek için kadınların güçlenmesi gerekliliği, küresel ölçekte toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmaların son yıllarda giderek daha fazla önem kazanmasını sağladı. Araştırmalar, kadınların güçlenmesinin ekonomik büyümeye katkı sağlamalarının yanında gelecek nesilleri yetiştirmede ve aile sağlığı üzerinde de olumlu etkileri olduğunu ortaya koyuyor. Dolayısıyla kadınların güçlenmesi, sürdürülebilir kalkınmanın temel dayanaklarından birini oluşturuyor. Kadınların toplumsal yapı içindeki konumlarının iyileştirilmesi, toplumun yer aldığı coğrafi bölge için de önem taşıyor. Ülke ekonomilerinin kadın gücü perspektifini göz ardı etmesi, sosyo-ekonomik birçok soruna yol açarken toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin daha da derinleşmesine neden oluyor.

2023 yılında dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasında yer almayı hedefleyen Türkiye, 2019-2023 yıllarını kapsayan 11. Kalkınma Planı'nda Kadının Kalkınmadaki Rolü Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nu yayımladı. Raporda Türkiye'nin dünyanın en büyük ekonomilerinden biri olması hedefinin, iş gücü potansiyelinin yarısını harekete geçirebilen bir ekonomik yapıyla başarılmasının mümkün olmadığına dikkat çekildi. Kadınların iş gücüne katılma oranındaki artışın, çalışma koşullarındaki iyileşmenin bu hedefin gerçekleştirilmesinde büyük rol oynayacağı belirtildi.

Tekstil, hazır giyim ve deri imalat sanayisinde çalışan kadın sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,25 artarak 506 bin 624'e ulaştı.



TÜRKİYE, KADIN-ERKEK EŞİTLİĞİNİN SAĞLANMASI AÇISINDAN HENÜZ İSTENİLEN SEVİYEDE DEĞİL

Kadınlar ve erkekler arasında var olan eşitsizliklerin giderilmesi, kadınların ekonomik, sosyal ve kültürel hayata aktif katılımlarının sağlanması, kalkınmanın getirdiği olanaklardan eşit şekilde faydalanabilmeleri için önlerindeki engellerin kaldırılması ve kadınların güçlenmesi için desteklenmelerinin sağlanması amacıyla birçok uluslararası kalkınma programı hazırlanıyor. Başta Dünya Bankası olmak üzere kalkınmanın öncü aktörleri, kadınların kalkınmanın bir parçası olmasını iş gücü ve piyasa verimliliğini artıran bir faktör olarak tanımlıyor.

Türkiye; taraf olduğu sözleşmeler, kadınların güçlenmesine yönelik yürütülen politika ve programlara rağmen kadın erkek eşitliğini sağlama konusunda istenilen düzeye henüz ulaşamadı. Türkiye'nin, uluslararası alanda toplumsal cinsiyet alanındaki durumuna bakıldığında üyesi olduğu OECD gibi oluşumlar içinde oldukça gerilerde olduğu görülüyor. Dünya Ekonomi Forumu (WEF) tarafından hazırlanan 2021 Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'nda Türkiye, 156 ülke arasında 133. sırada yer alıyor. Türkiye'nin sıralamada bu kadar gerilerde olmasının en önemli nedenleri kadınların istihdama, siyasete ve karar alma mekanizmalarına katılımlarının düşüklüğü olarak biliniyor.

20 MİLYON KADIN EKONOMİK AÇIDAN BAŞKA BİR BİREYE BAĞLI OLARAK YAŞIYOR

Doç. Dr. Ayşe Aylin Bayar tarafından hazırlanan İş Gücü Piyasasında Kadınların Yeri ve Politika Önerileri isimli çalışmada, Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranının benzer kültür ve gelişmişlik seviyesine sahip ülkelerle kıyaslandığında çok düşük seviyede değilmiş gibi gözüktüğüne ancak küresel açıdan bakıldığında oldukça düşük olduğuna dikkat çekildi. Dünya Bankası verilerine göre Türkiye, 2019 yılında kadınların iş gücüne katılımı bakımından 200 ülke arasında en düşük paya sahip olan 25 ülke içinde bulunuyor. OECD'ye üye ülkeler içinde Türkiye, kadınların istihdama katılım oranı sıralamasında en

Türkiye’de 15 yaş üstü yaklaşık 30 milyon kadın nüfusunun, yalnızca 10 milyonu iş gücüne katılabiliyor ve bunların 8 milyonu istihdam ediliyor.

sonda yer alıyor. Kadınların istihdama katılımında OECD ortalaması yüzde 59 düzeyindeyken Türkiye’de bu oran yüzde 26-29.

Kadınların iş gücüne katılım alanında yaşadığı sorunlar, tüm dünyada ortak. Bu alandaki başlıca problemler ise iş gücüne düşük katılım, kayıt dışı istihdam, ücret eşitsizliği. Türkiye’de kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 30-32 iken istihdam oranı yüzde 26-29 seviyesinde seyrediyor. 15 yaş üstü yaklaşık 30 milyon kadın nüfusunun, yalnızca 10 milyonu iş gücüne katılabiliyor ve bunların 8 milyonu istihdam ediliyor. Araştırmalara göre kadınların yaklaşık yüzde 70’ine tekabül eden 20 milyon kadın, herhangi bir gelire sahip olmadığı için hane içinde başka bir bireye bağımlı olarak hayatını sürdürüyor.

COVID-19 salgınının yol açtığı ekonomik zorlukların, kadınların iş gücü piyasasındaki dezavantajlı konumunu daha da olumsuz etkilediği biliniyor. Araştırmaya göre kadınların yüzde 50’sinden fazlası hizmet sektöründe, yüzde 25’i tarım sektöründe ve yüzde 15’ine yakını da sanayi sektöründe çalışıyor. Kadınların yaklaşık yüzde 20’si ise ücret kazanımı bakımından ayrımcılığa maruz kalıyor. Kadınların iş gücüne katılımlarının önündeki en büyük engel, ev işleri ve yüklenmiş oldukları evde bakım işleri olarak biliniyor. Yaklaşık 11 milyon kadın, ücretsiz hane içi emek olarak adlandırılan ev işleri ve bakım hizmetini gerçekleştiriyor.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE ÇALIŞAN KADIN SAYISI HER YIL ARTIYOR

Türkiye’de kadınların istihdam anlamında en yoğun şekilde yer aldığı sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim geliyor. Sektör, kadın emeği ile daha da güçlenirken son yıllarda sektör firmalarının bu alanda pozitif ayrımcılığa dikkat çektiği gözleniyor. Sosyal Güvenlik Kurumu’na (SGK) göre 2021 yılının Kasım ayında tekstil, hazır giyim ve deri imalat sanayinde çalışan kadın sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,25 artarak 506 bin 624’e ulaştı. Toplam istihdamı 1 milyon 207 bin 2 olan sektörlerin kadın çalışan oranı da bir önceki yıla kıyasla 2 puan artarak yüzde 42 oldu. Türkiye’de sigortalı olarak çalışan kadınların yaklaşık yüzde 10’u tekstil ve hazır giyim sektöründe istihdam ediliyor.

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN YÜZDE 52,2’Sİ KADIN

Rakamlara sektörler özelinde bakıldığında ise tekstil imalatı sektöründe kadın çalışan oranının yüzde 27,9, hazır giyim imalat sanayisinde kadın çalışan oranı yüzde 52,2 ve deri imalat sanayinde çalışan kadın oranı da yüzde 26,4 olarak dikkat çekiyor. Halı sektöründe çalışan kadın sayısına SGK verileri arasında yer verilmiyor olsa da Türkiye’nin kadim mesleği halıcılıkta, özellikle el halısı üretiminde Anadolu kadınlarının büyük emekleri olduğu biliniyor.

SEKTÖRDE KADIN LİDER SAYISI DA YÜKSEK

Dokuma sektörünün gelişmeye başlamasından itibaren kadınlar, tekstil ve hazır giyim endüstrisinin en önemli iş gücü olmaya devam ediyor. Sanayi devrimiyle birlikte gerçekleşen teknolojik ilerleme, fiziksel gücün önemini ortadan kaldırınca kadınlar istihdam piyasasında daha fazla yer bulmaya başladı. Erkek nüfusun büyük çoğunluğunun dünya savaşlarına katılması da kadınların iş hayatındaki yerini artırdı. Kadınların tekstil ve hazır giyim sektörlerindeki ağırlığı günümüzde de devam ediyor.

Araştırmalar; kadınların liderlik ettikleri işletmelerin, erkeklerin liderlik ettikleri işletmelere kıyasla daha yabancı sermaye ağırlıklı olduğunu, başka bir işletme ile ortaklığı bulunduğunu gösteriyor. Makine, elektronik, motorlu taşıt imalatı, inşaat ve ticaret dışı hizmetlerde daha az yoğunlaşan kadın liderlerin; tekstil, konfeksiyon ve kimyasal ürün imalatı gibi alanlarda yoğunlaştığı görülüyor. Tekstil ve hazır giyim sektörleri yalnızca kadın istihdamı ile değil, kadın lider sayısının yüksekliğiyle de dikkat çekiyor.

TÜRKİYE’DE KADINLARIN EN FAZLA İSTİHDAM EDİLDİĞİ SEKTÖRLER VE KADIN ÇALIŞAN SAYILARI

613.321
Perakende
ticaret

511.307
İnsan sağlığı
hizmetleri

452.161
Eğitim

349.558
Hazır giyim
imalatı

260.811
Yiyecek
ve içecek
hizmetleri

239.094
Toptan
ticaret

210.547
Büro
yönetimi

182.195
Gıda
imalatı

138.391
Tekstil
imalatı

18.675
Deri
imalatı

TEKSTİL SEKTÖRÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DÖNÜŞÜMÜ

SERTİFİKALI
EĞİTİM
PROGRAMI



4 AY / 72 SAAT
Not: Eğitim Ücretsizdir.

EĞİTİM İÇERİĞİ

- Sürdürülebilirlik
- Döngüsellik ve Sürdürülebilir İş Modelleri
- Sürdürülebilirliğin Finansmanı
- Gezegenin Sürdürülebilirliği
- İnsan Odaklı Sürdürülebilirlik
- İş Dünyasında Sürdürülebilirlik
- Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi
- Tekstilde Sürdürülebilirlik Sertifika, Standart ve Platformları
- Markalar ve Sürdürülebilirlik Hikayeleri
- Sorumlu Üretici Markaları Sürdürülebilirlik Uygulamaları



8 Mart 2022 ' den itibaren
her Salı ve Perşembe



10:00 - 12:30



Zoom



Ayrıntılı Bilgi ve Kayıt İçin;



www.ithib.org.tr



tekstilarge@itkib.org.tr



0212 454 02 06

İlkbahara girerken enflasyon ve döviz kurları

Mevsimlerin en güzeldir ilkbahar. Doğanın umut dolu enerjisi yayılır dört bir yana. Boşuna dememiş atalarımız "Nisan, mayıs ayları oynar gönül yayları" diye...

YENİ bir ilkbahara girerken ekonomimizin genel durumunu analiz etmeye çalışalım. Gelinek noktayı daha iyi kavrayabilmek için altı ay kadar geriye, Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın 5 Eylül 2021'de açıkladığı ve 2024 yılına kapsayan Orta Vadeli Program (OVP) ile ekonomi çevrelerinde çok tartışılan "faiz enflasyonun sebebidir" savından hareketle TCMB'nin politika faizini indirmeye başladığı 23 Eylül 2021 tarihlerine dönelim.

OVP'de 2021 ortalama dolar kuru 8,30 TL olarak öngörülmüştü, gerçekleşen ise yüzde yedilik bir sapmayla 8,89 TL oldu. 2022 için hedeflenen 9,27 TL'lik hedefe ulaşılabilmesi için yılın geri kalan 10 aylık kesiminde ortalama 8,40 TL civarında bir gerçekleşme olması gerekiyor. Objektif bir yaklaşımla bu durumun gerçekleşebilme olasılıklarını irdelemeye çalışalım.

Serbest piyasa ekonomilerinde fiyatı belirleyen temel unsur, malum olduğu üzere arz ve talep. Bunun üzerine elbette bir de güven faktörünü eklemek gerekir. İşin talep tarafına baktığımızda önümüze çıkan tabloyu, özet başlıklar hâlinde aşağıdaki şekilde belirtiyorum:

- Önümüzdeki 12 ay içinde ödememiz gereken dış borç miktarımız yüksek,
- İhracattaki olumlu gelişmelere rağmen son dönemdeki enerji fiyatlarındaki artış nedeniyle cari dengemiz eksiye döndü,
- Kur Korunmalı Mevduat (KKM) uygulamasına rağmen döviz tevdiat hesapları hâlâ yüksek düzeylerde seyrini sürdürüyor,
- SWAP, döviz tevdiat hesapları zorunlu karşılıkları ve ihracat dövizlerinin yüzde 25'inin devri ile arz tarafımız olumlu gelişirken net döviz rezervimizin eksi durumu devam ediyor,
- Yurt dışından sağladığımız kredilerde miktar azalışının yanı sıra vadelerin kısaldığını ve maliyetlerin aşırı yükseldiğini görüyoruz,
- Doğrudan yabancı yatırım girişi gayrimenkul dışında yok denecek kadar azaldı,
- Bu yıl büyük umut bağladığımız turizm gelirlerimiz Rusya-Ukrayna savaşı ile büyük tehdit altında,
- Daha önceden gelmiş olan sıcak paranın tamamına yakın kısmı da çıkmış durumda.

DÜNYA EKONOMİLERİ ENFLASYONU, YAKIN GELECEĞİN ÖNEMLİ TEHDİDİ OLARAK GÖRÜYOR

Genel resim böyle iken Fitch Ratings'in not indirimini ve CDS puanımızın 600 düzeylerine yaklaşmış olmasını da unutmamak gerekir.

22 Eylül 2021'de dolar kuru 8,63 TL iken faizi indirmeye başladığımız 23 Eylül'den bir hafta sonra yüzde 2,9 gibi yüksek bir artışla 8,88 TL düzeyini gördük.

Faiz indirimlerinin devam edeceği resmî otoritelerce de teyit edildikten sonra dövize olan talep yoğunlaştı ve dolarizasyon

hızla yükselmeye başladı. Bu politikanın adına Çin modeli dendi ve hızlı kur artışı sonucunda ihracat ve turizm gelirlerimizin artacağı, bağlı olarak cari dengemizin artıya geçeceği ve dolayısı ile dövize talep azalacağı için kurların da düşeceği ve böylece finalde enflasyonun belini kıracağımız anons edildi.

Ancak kurların önlenemeyen hızlı yükselişinin dengeleri daha da bozacağı görülünce 20 Aralık 2021'de KKM devreye sokuldu, beraberinde TCMB'nin döviz satışları ile kurlarda belirli ölçüde istikrar sağlandı.

Enflasyon cephesine baktığımızda; OVP'de 2022 enflasyonun yüzde 9,8 olarak hedeflendiğini görmekteyiz. Ekonomi bilimi, enflasyon sebeplerini maliyet enflasyonu, talep enflasyonu ve beklenti enflasyonu olarak üçe ayırır.

Pandemi nedeniyle basılan aşırı paranın yarattığı yüksek talep, dünya ekonomisinin büyümesini sağlarken enflasyonu son yarım asırda görülmedik derecede patlattı. Bunun üzerine tedarik zincirindeki kırılmayı da eklediğinizde enerji ve gıda olmak üzere tüm mal gruplarında fiyat yükselmeleri yaşandı ve yaşanmaya devam ediyor. Arzın azaldığı, talebin yükseldiği noktada güven de azalıyorsa yüksek enflasyon kaçınılmazdır.

Bunun önüne geçebilmek için dünya merkez bankaları bir süredir hem faiz artırıyor hem de sıkılaştırmaya gidiyor. Aynı durum önümüzdeki yakın dönemde FED ve ECB için de geçerli olacak. Dünya ekonomileri enflasyonu yakın geleceğin önemli tehdidi olarak gördüklerinden para politikası enstrümanlarını devreye sokuyor.

Bizim ülkemiz için ise OVP hedeflerine ulaşabilmek adına yapılması gereken temel konu global ve iç güveni artıracak politikaları devreye sokmak olmalıdır. Özellikle CDS puanımızı 300 düzeyinin altına çekebilmek için artık sadece doğru maliye ve para politikalarını devreye sokmak da yetmeyebilir, özellikle burnumuzun dibinde başlayan ve kısa sürmeyeceği anlaşılan savaş ortamında...

Aksi hâlde kurların ve bağlı olarak enflasyonun yükselmesi kaçınılmaz olacaktır.

Her şeye rağmen umarım dünya ve ülkemiz için umut verici bir ilkbahar geçiririz.

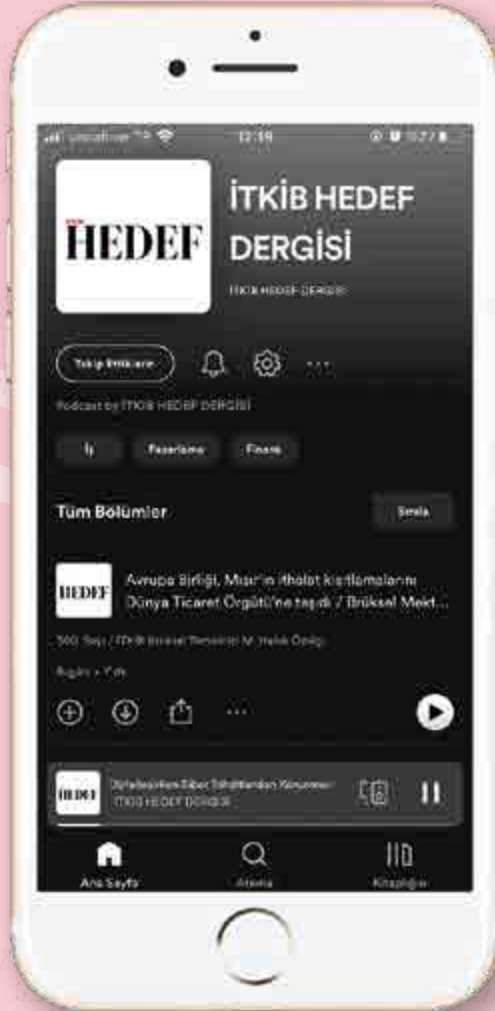


Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

Pandemi nedeniyle basılan aşırı paranın yarattığı yüksek talep, dünya ekonomisinin büyümesini sağlarken enflasyonu son yarım asırda görülmedik derecede patlattı.

İTKİB HEDEF DERGİSİ'NİN PODCAST YAYINLARI SPOTIFY'DA!

DERGİMİZDE YER ALAN MAKALE VE İÇERİKLERE,
SPOTIFY PLATFORMUNDAKİ İTKİB HEDEF DERGİSİ
HESABINDAN ULAŞABİLİRSİNİZ!



İTKİB
HEDEF



Akıllı fabrikalar üretime hız ve kalite kazandırıyor

Son yıllarda Türkiye’de ve dünyada akıllı üretim yapan fabrikaların sayısı hızla artıyor. Üretim süreçlerinde kullanılan teknolojiler verimliliği artırırken firmalara hız kazandırıyor, kaliteyi yükseltiyor ve hata oranını en aza indiriyor.

GELİŞEN teknolojiler, akıllı cihazlar ve otomasyon sistemlerinin hayatımıza girmesiyle birlikte akıllı fabrikaların sayısı da artmaya başladı. Klasik üretim yapılarının yavaş yavaş tarihe girmeye başladığı bu süreçte, sanayi devrimi bambaşka bir boyut kazanıyor.

Üretim sanayisinde endüstriyel otomasyon, son yıllarda büyük bir önem kazandı. Endüstri 4.0 kavramı ile birlikte akıllı fabrikaların ve yeni teknolojilerin üretim altyapılarına entegre edilmesi hızlandı. Akıllı fabrikalar, yalnızca üretimi kapsamakla kalmıyor. Üretim öncesi ve sonrası süreçlere de yansıyan yeni teknolojiler, üretimden önceki öngörülerini ve alınması gereken önlemlerin planlanmasını, üretim sonrasında müşteri ilişkileri faaliyetlerini, stok kontrolünü, geri bildirimleri, ürün üzerindeki iyileştirmeleri de konu alıyor. Günümüzde büyük veri kavramı sanayide oldukça büyük bir öneme sahip. Dolayısıyla üretim öncesi, üretim ve üretim sonrası faaliyetlerinden doğan verilerin toplanıp analiz edilerek yorumlanması gerekiyor. Büyük veri doğrultusunda ortaya konulan çıktılar, yeni yöntemler belirlemesini sağlayabiliyor. Sensörler yardımıyla üretim hatlarından toplanan her bir veri, fabrikaları farklı sonuçlara ya da eylemlere yönlendirebiliyor. Yol gösterici nitelikteki bu analizlerle öngörü oluşturmak kolaylaşırken iyileştirmeler, önlemler ve eylem kararını kendi kendine alabilen sistemler ortaya çıkıyor. Söz konusu sistemler, personelden bağımsız, kişilere bağlı hatalar yapmaktan uzak, tam otomatik ya da robotik sistemler bütünü oluşturuyor. Kendini kontrol edebilen, analiz yapabilen ve kendi ihtiyaçlarını karşılayan akıllı sistemler, uzaktan kontrol ve raporlama olanağı da sağlıyor.

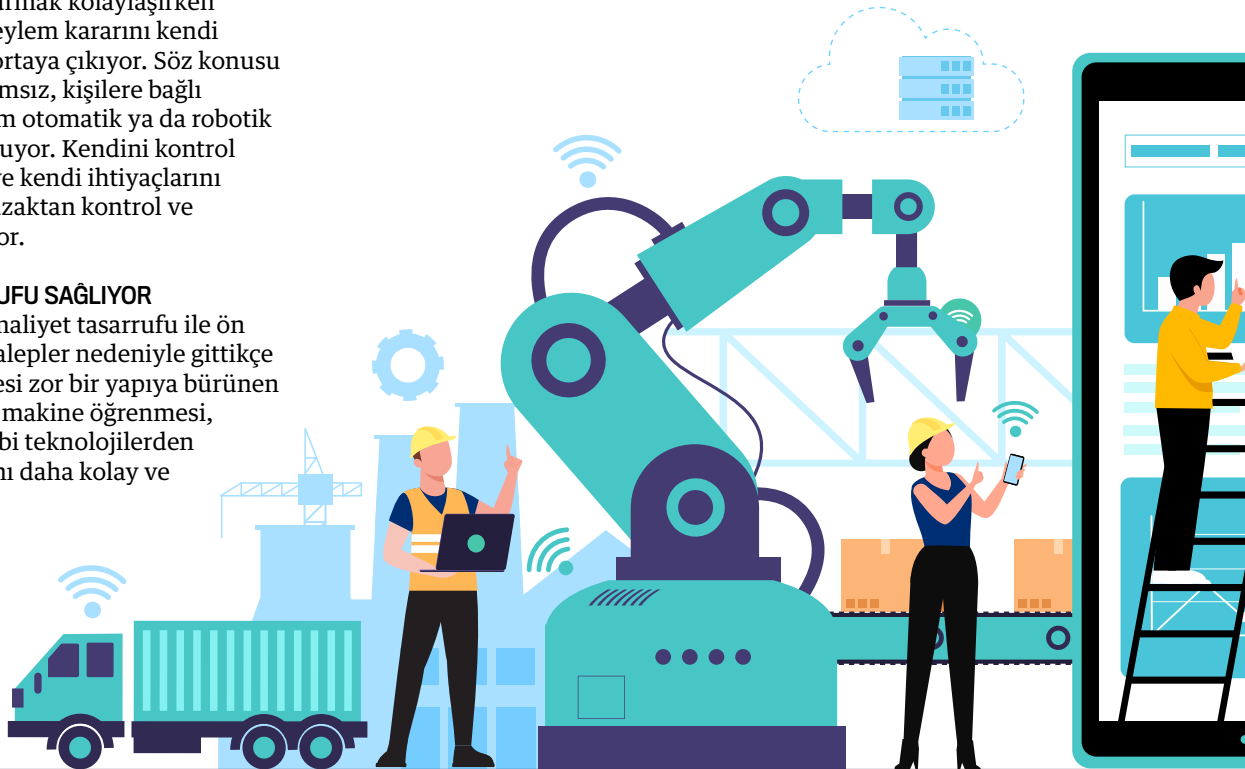
ZAMAN VE MALİYET TASARRUFU SAĞLIYOR

Akıllı fabrikalar, zaman ve maliyet tasarrufu ile ön plana çıkıyor. Kişiselleşen talepler nedeniyle gittikçe daha karmaşık ve yönetilmesi zor bir yapıya bürünen imalat sektörü; yapay zekâ, makine öğrenmesi, nesnelerin interneti (IoT) gibi teknolojilerden yararlanarak üretim hatlarını daha kolay ve hızlı yönetebilen sistemlere dönüştürüyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörleri de akıllı fabrika örneklerinin en fazla görüldüğü endüstrilerin başında geliyor.

Türkiye’de de örnekleri bulunan akıllı fabrikalarda dijitalleşme, işe alım süreçlerinden itibaren başlıyor. Örneğin İzmir’de bulunan dünya devi Hugo Boss’un fabrikasında işe alınan çalışanlar, öncelikle sanal ve artırılmış gerçeklik ile video derslerinden geçerek dikim konusunda uzmanlaşıyor. Operatörler, dikim esnasında tüm süreçleri tabletler üzerinden takip edebilirken performans ölçümlerini de görebiliyor. RFID tag olarak bilinen akıllı etiketler sayesinde hangi ürünün nerede olduğu takip edilebiliyor, akıllı tezgahlardaki barkovizyonlar sayesinde kesim alanlarının kumaş üzerine iz düşümleri ayarlanabiliyor, düğme dikimlerinin doğru ve eksiksiz yapılması robotlar tarafından sağlanıyor. Yapılan dikimlerden ve daha önceki hatalardan yola çıkan yapay zekâ uygulamaları, üretimde yaşanabilecek hataları ve parkurlardaki olası arızaları önceden tespit edebiliyor.

Tekstil ve hazır giyim sektöründeki akıllı fabrika örneklerinin teknolojik bileşenleri arasında kablosuz sensör ağı, siber ve fiziksel sistemler, nesnelerin interneti, RFID barkod teknolojisi, büyük veri, robot teknolojisi, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, bulut bilişim, üç boyut algılama teknolojisi, görüntü işleme, makine öğrenmesi ve siber güvenlik konuları bulunuyor.



ROBOTLAR İNSAN GÜCÜNDEN ÇOK DAHA FAZLA ÜRETİM GERÇEKLEŞTİREBİLİYOR

Uzmanlar, insan gücüne olan talebi azaltan bu süreçte beyin gücüne olan talebin artacağına dikkat çekiyor. Tekstil ve hazır giyim sektöründe üretim aşamalarının önemli kısmı, otomatik makineler tarafından yapılıyor olsa da ince işlerde hâlâ insan eli gerekiyor. Gelişen teknolojiler, sektördeki en ince ayrıntıları bile gözden kaçırmayacak noktaya doğru ilerliyor.

Seattle merkezli bir startup olan Sewbo'nun geliştirdiği robotik kollar, kendi kendine bir tişört dikebiliyor. 3D yazıcı teknolojilerden ilham alınarak geliştirilen endüstriyel robotik kol, doğru yazılımlarla programlandığında her türlü dikiş işlemini başarıyla gerçekleştiriyor. Adidas da Almanya'da kurduğu Speedfactory isimli girişimle tamamen robotlar tarafından üretilen ilk ayakkabılarını tanıttı. SoftWear, Sewbot isimli bir robot geliştirdi. Öncesinde kumaştaki iplikler tek tek izlemeye alındı. Saniyede bin kare yakalayabilen özel kamera sistemi ve kumaşı tutmak için parmakları kullanma biçimini taklit eden robotlar geliştirildi. Adidas, Sewbot'u kullanarak günde 800 bin tişört üreteceğini duyurdu. SoftWear söz konusu sistem sayesinde 21 robot üretim hattının tamamının çalışmaya başladığında her 22 saniyede bir tişört üretileceğini, üretimin yüzde 300 oranında artacağını açıkladı. Robot teknolojisi ile kumaşların kesim, dikiş ve nihai ürünün oluşma süresi dört dakika olarak hesaplandı. Bir insanın rehberliğinde çalışan robot, saatte 17 insan kadar tişört yapabilecek. Robot teknolojisi ile hata oranlarının düşürülmesi ve verimliliğin artırılması hedefleniyor. SoftWear, tişörtlerin ardından kot pantolon, elbise, gömlek



AKILLI FABRİKALARIN FAYDA VE ZORLUKLARI

Faydalar

- Artan verimlilik
- Azalan operasyon maliyeti
- Artan kalite
- Şeffaflık
- Azalan sipariş teslim süresi
- Artan müşteri memnuniyeti

Zorluklar

- İlk yatırım maliyeti
- Gizlilik ve güvenlik
- Teknik zorluklar
- Küresel standart eksikliği
- Sosyal zorluklar

ve üniforma gibi ürünlerin üzerine yoğunlaşacağını açıkladı.

COBOT'LAR SEKTÖRE REKABETTE AVANTAJ SAĞLIYOR

İnsan iş birliğine dayalı bir teknoloji olan ve cobot olarak isimlendirilen kolaboratif robot teknolojisi, birçok sektörde olduğu gibi ince işçiliğin büyük bir önem taşıdığı tekstil ve hazır giyim sektöründe de gelişmeye devam ediyor. Tekstil ve hazır giyim sektöründe robot teknolojisi kullanımına yönelik açıklamalarda bulunan Universal Robots Türkiye Satış Geliştirme Yöneticisi Kandan Özgür Gök, son yıllarda artan tekstil ve hazır giyim ihracatının kolaboratif robotlarla yapılan iş birliği sonrasında daha fazla artabileceğine dikkat çekti. İnsan dokunuşuna ihtiyaç duyulan sektörde cobot'ların hem kaliteli hem de düşük maliyetli bir üretim modeli sunduğuna dikkat çeken Gök: "Cobot'lar insan iş gücünün yerini almıyor, insanla beraber güvenli şekilde çalışıyor. Az alan kaplayan, periyodik bakım maliyeti bulunmayan, yatırım geri dönüşü yüksek, programlanması kolay, düşük enerji ve esnek kullanım gerektiren cobot'lar, rekabette önemli avantajlar sağlıyor." dedi.

DAR ALANDA BÜYÜK İŞLER COBOT'LAR SAYESİNDE MÜMKÜN

Tekstil ve hazır giyim endüstrisinin ana malzemelerinden olan kumaşlar, farklı ve esnek yapıları nedeniyle üretimde robot kullanımını zorlaştırabiliyor. Robot tutucular, kumaşları kavrama konusunda yetersiz kalabiliyor. Kumaşlardan rulolara ve makaralara kadar endüstride birçok farklı malzemenin aynı anda kullanımı da robot kullanımını zorlaştırabiliyor. Ancak dar üretim alanlarında bile çalışabilen kompakt yapıları cobot'lar, tüm bu zorlukları ortadan kaldırıyor. Cobot'lar sektörde taşıma, alma-bırakma, dikiş, kalite kontrol gibi alanlarda insanla iş birliği hâlinde. Üretimde kalite standardı sağlayan cobot'lar, sektördeki üretici KOBİ'lere büyük avantajlar sağlıyor. Kolay kullanımları sayesinde dışarıdan bir uzmana ihtiyaç duymadan, çalışanlar tarafından kullanılabilen cobot'lar, birden fazla görevde yer alıyor.

Almanya'daki Saxon Tekstil Araştırma Enstitüsü, cobot kullanarak tekstil sektöründeki hangi tür uygulamaların ideal olarak nasıl uygulanabileceğini araştırıyor. Enstitü, farklı uygulama senaryolarını inceliyor. Örneğin, iplik makaralarını RFID etiketleriyle donatmak için robotla çalışıyorlar. Bir başka test kurulumunda ise robotlara bir dokuma makinesi için bobin yüklemek öğretiliyor.



Dünya pazarında kabul gören bir Türk markası

Anadolu kültürünün ilhamından yola çıkan tasarımlarıyla dikkat çeken ve başta İngiltere olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde kabul gören bir marka yaratan Barrus Kurucu Ortağı ve Baş Tasarımcısı Neşlişah Yılmaz ile keyifli bir röportaj gerçekleştirdik.

Moda sektörü ile nasıl tanıştınız? Kariyerinizden ve kendi markanız olan Barrus'un kuruluş öyküsünden kısaca bahsedermisiniz?

Marmara Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü'nden 2011 yılında bölüm birinciliğiyle mezun oldum. Eğitim dönemim boyunca çeşitli yarışmalara katıldım ve dereceye girdim. Yüksek lisans eğitimimdeki konumu biraz daha çeşitlendirerek nanoteknoloji tasarımlara yöneldim ve "Karbon lifleriyle ısıtmalı ceket" tezimle onur öğrencisi olarak mezun oldum. Master eğitimim sırasında İTHİB-İTA tarafından düzenlenen Teknik Tekstil Yarışması'nda dereceye girdim. Yarışmaya katıldığım "Cilt kanserine karşı uyarıcı ve koruyucu kumaş" projemin patentini alarak TÜBİTAK tarafından bronz madalya ile ödüllendirildim, 2016 yılında ilk beş kadın girişimci arasında yer aldım. Aslında yaptığım meslek, kazara seçilmiş bir meslek ya da hobi olarak ortaya çıkmadı. Bu başarı için gerekli eğitimi planladım ve hayata geçirdim. Eğitim süresince birçok tekstil firmasında staj yaptım ve mezun olduktan sonra da gerekli deneyime sahip olmak için tasarım departmanlarında çalıştım. 2014 yılında Volkan Hidayetoğlu ile Barrus London markasını kurduk. Kendisi, uluslararası bir proje hukukçusu. Uzmanlığı ise markalaşma, lüks markaların finansmanı, birleşmeleri ve devralınmaları.

Barrus'un kuruluşundan bu yana "global marka" yolunda ilerleme hedefi taşıdığını

gözlemliyoruz. Bugün geldiğiniz noktada Barrus London ile tüm dünyaya açıldınız. Londra'nın en büyük AVM'lerinden birinde satışta olan tek Türk markası oldunuz, aynı zamanda küresel çevrim içi pazar yerlerinden de müşterilerinize ulaşıyorsunuz. Türkiye'de marka yaratmanın ve bunu küresel boyuta taşımamanın ne gibi zorlukları olduğunu düşünüyorsunuz? Bir sonraki hedefiniz nedir?

Markamızı kurduğumuz ilk andan beri hedefimiz dünya pazarıydı. 2016 yılında London Fashion Week için aldığımız teklifle bu süreç hızlı gelişti. Arka arkaya yaptığımız defileler, moda otoritelerinden tam not alarak güzel gelişmeler yaşamamızı sağladı. Ülkemizde ve dünyada oluşan krizlerle bu süreç yavaşlasa da önemli olanın doğru ve sağlam adımlarla ilerleyebilmek olduğunu



düşünüyorum. Pandemi, birçok planımızı değiştirmemize sebep oldu ancak uluslararası ekibimiz hızlı manevralarla planlarımızı revize etmek konusunda bizi yönlendirdi. Şu anda İngiltere ve Avrupa'nın önde gelen AVM'leri ile premium çevrim içi pazar yerlerinden oluşan hibrit bir büyüme planını uygulamaya koymuş durumdayız. Çapraz iş birlikleri, uluslararası perakende oyuncularını için özel koleksiyonlar, gelecek adımlarımız arasında olacak.

Anadolu'nun kültür mirası, Barrus'a ilham oldu. Bu ilhamı tasarımlarınıza nasıl yansıtıyorsunuz? Sizce Anadolu'nun kadim kültürü, günümüz moda endüstrisini ve moda tasarımcılarını nasıl besliyor?

London Fashion Week'te yaptığımız her defile, Anadolu'nun medeniyetler tarihinden ilham aldı. Ebru koleksiyonumuz, ebru ile Klimt'in eserlerinin bir araya geldiği çok özel kültür kesişmeleri temalı koleksiyon ve Babil elbisesinden esinlenen koleksiyon bunlara örnek olarak gösterilebilir. Dünyanın tüm kreatif kültürünün esin kaynağı olan Anadolu kadim kültürünün modern moda tasarımı yoluyla dünyaya tanıtılmasının çok değerli olduğunu düşünüyoruz. Önemli olan yerel projelerden ziyade, global satış kanallarında kendisine yer bulabilecek güçteki markalarımızın, dünyanın alışveriş yaptığı platformlarda ve dünya moda haftalarında kültür elçisi rolünü üstlenmeleri olacaktır.

Ebru sanatını deriyle buluşturarak ya da modada geri dönüşüme dikkat çekmek üzere bir couture koleksiyon hazırlayarak başta London Fashion Week olmak üzere bugüne kadar pek çok uluslararası moda haftasında tasarımlarınızı sergilediniz. En dikkat çeken koleksiyonlarınızdan, aldığınız geri dönüşlerden bahsedebilir misiniz?

Her defileden sonra gerçekleşen kırmızı halılarda birçok ünlü isim tarafından tercih edilerek ne kadar başarılı koleksiyonlar hazırladığımızı kanıtlamış olduk. Birçok köşe yazarının yazılarına konu olarak medyada geniş şekilde yer aldık. İngiltere'nin en popüler TV şovlarından Made in Chelsea'nin bir bölümü, London Fashion Week defilelerimizde çekildi. Tüm ülke, markamızı ve tasarımlarımızı izleme fırsatı buldu. BRITS ödülünde halk oyu ile Michelle Keegan, Barrus London tasarımı ile en şık ünlü seçildi. Birçok derginin kapak çekimlerinde tasarımlarımız yer aldı. Şu anda da birçok ünlü, PR ve satış ekiplerimizle düzenli olarak temas hâlinde. 2022 moda haftaları ve etkinlikleri ile ilgili planlamamız devam ediyor.

Yeni sezon için bir koleksiyon hazırlığında olduğunuzu biliyoruz. Bu koleksiyonun odağında neler olacak?

Yaklaşık iki senedir üretimimizin yönünü geri dönüştürülmüş malzemelere çevirdik. 2020 yılında, geri dönüştürülmüş kumaşlarla

yaptığımız defilelerimiz, büyük yankı uyandırdı. Günlük giyim ve dış giyimde tercih edilen geri dönüştürülmüş kumaşlardan haute couture elbiseleri, Türkiye ve dünyada ilk yapan Barrus London oldu. Şu anda hazırlanan koleksiyonlarımızın da odak noktasında geri dönüştürülmüş kumaşlar yer alıyor. Seçen Tekstil'in geri dönüştürülmüş kumaşlarıyla içimize sinen koleksiyonlar hazırlamanın heyecanı anlatılamaz. Şu anda ilkbahar-yaz koleksiyonlarımıza alınan siparişleri teslim ediyoruz. Sonbahar-kış koleksiyonumuz için hazırlıklarımız da devam ediyor. Gelecek sezon yaz olacağı için soft renklerin yanında canlı parlak renklerimizden hazırlanan parçalarımız var. Uzun süredir rahat kıyafetlere alıştığımız için rahatlıktan uzaklaşmayan ama şık tasarımlar üzerinde çalışıyoruz. Ara koleksiyonlarımız da olacak, Valentine's Day kapsül ve Resort koleksiyonlarımız şimdiden hazır.

Türkiye'den ve dünyadan birçok celebrity ismi giydirdiğiniz. Hatta bu isimler İngiltere Kraliyet Ailesi'ne kadar uzanıyor. Son olarak da Miss Turkey 2021'in birincisinin Miss World Yarışması'nda giyeceği kıyafeti hazırladığınızı biliyoruz. Tüm bu deneyimler, başarılar size bir Türk tasarımcı olarak neler hissettiriyor?

London Fashion Week, tüm dünyanın merakla beklediği moda haftalarının başında geliyor. Bu denli önemli bir platformda ürünlerinizi sergilemek çok önemli. Bir Türk



Günlük giyim ve dış giyimde tercih edilen geri dönüştürülmüş kumaşlardan haute couture elbiseleri, Türkiye ve dünyada ilk yapan Barrus London oldu.

olarak bu zorlu platformlarda sürdürülebilir başarı sergilemek, etkinliğe bir kez katılmaktan daha önemli diye düşünüyorum. Tayland Moda Haftası gibi farklı platformlarda yer almak ve dünya pazarında kabul görmek çok değerli. Bunu başaran çok az markadan biriyiz. Dünyadaki çok değerli moda merkezlerinde, çok değerli isimlerle çalışıyor olmak ve bunu sıfırdan bir değer hâline getirmek bir Türk olarak çok kıymetli. Özellikle dünyanın tüm markalarının yarıştığı platformlarda başarılı olmak gurur verici.

Moda dünyasının yeni gündemlerinden biri sürdürülebilirlik. Sektörün, bu alandaki çalışmalarını yeterli ve samimi buluyor musunuz? Siz bu konuda ne gibi faaliyetler gerçekleştiriyorsunuz?

Sürdürülebilirliği gerçekten benimseyen ve çalışmalarına bunu yansıtan markalar ve firmalar olduğu gibi bunu PR çalışması olarak gören birçok kişi, marka ve firma da bulunuyor. Hâl böyle olunca tüketicilerin ya da otorite sahibi olan figürlerin bunu ayırt edebiliyor olması gerektiğini düşünüyorum. Her konudaki sürdürülebilirlik bizim için çok değerli. Örneğin sürdürülebilir malzemelerin kullanılmasına ek olarak modanın bilinçli yüzü olan premium kiralama sektöründe İngiltere ve ABD'nin önde gelen platformlarında yoğun ilgi gören markalar arasında Barrus London da var ve bu bize büyük bir heyecan veriyor.



Konkordato ve sonuçları nedir?

Mali yönden sıkıntılar yaşayan şirketlerin son yıllarda sıklıkla başvurduğu konkordato uygulamasını bu ayki makalemiz ile siz değerli okuyucularımızın bilgisine sunmaktayız.

İCRA VE İFLAS Kanunu'nda (İİK), 7101 sayılı kanun ile yapılan değişiklik sonrasında "iflasın ertelenmesi" uygulamasına son verilerek yerine, konkordato uygulaması hayata geçirilmiştir. Günümüzde dünya uygulamasına baktığımızda tüm ülkelerde iflastan kaçış, şirketleri iflastan kurtarmak, iyileştirmek ve ticari hayata yeniden kazandırmak amacıyla birçok mekanizma ihdas edilmektedir. İşte konkordato da bu mekanizmalardan biridir.

Konkordato uygulaması, borçlarını vadesi geldiği hâlde ödeyemeyen veya vadesinde ödeyememe tehlikesi altında bulunan borçlular için vade verilmek veya tenzilat yapılmak suretiyle borçlarını ödeyebilme veya muhtemel bir iflastan kurtulmak için zaman kazanma imkânı vermektedir. Bir başka deyişle konkordato, elinde olmayan nedenlerle işleri iyi gitmeyen, mali durumu bozulmuş ve bu nedenle vadesi gelen borçlarını ödeyememe tehlikesiyle karşı karşıya kalan borçluların korumak için kabul edilmiş bir icra ve iflas hukuku kurumu ve iyileştirme aracıdır. Bu sayede borçlular, alacaklıları ile anlaşmak ve bu anlaşmanın mahkeme tarafından onaylanması suretiyle borçlarını belli bir vade ve/veya tutar üzerinden ödeyebilmek imkânı bulabilmektedir.

KONKORDATO YOLUNA BASVURMAK İSTEYEN BORÇLU NASIL BİR YOL İZLEMELİDİR?

Konkordato kurumundan yararlanmak isteyen borçlu, öncelikle Asliye Ticaret Mahkemesi'ne başvurmak suretiyle konkordato talep etmelidir ve İİK Madde 286'da sayılı belgeleri talebine eklemelidir. Gerekli belgeler şunlardır:

- Konkordato ön projesi; borçlu tarafından borcun hangi oran ve/veya vadede ödeneceğinin taahhüt edildiği ya da alacaklıların alacağından hangi oranda vazgeçtiği bilgileri ile borçlunun ödeme yapabilmek için kredi, mevcut satışı ve sair hangi yöntemlere başvuracağını detaylandıran projeler,
 - Borçlunun mal varlığının durumunu gösterir belgeler,
 - Alacaklı ve alacak listesi,
 - Karşılaştırma tablosu; konkordato ön projesinde yer verilen teklif uyarınca alacaklıların tahsil etmesi öngörülen alacak tutarı ile borçlu iflas ederse alacaklıların payına düşmesi muhtemel tutarların karşılaştırmalı tablosu,
 - Makul güvence veren denetim raporu,
- Konkordato sürecinde gerek duyulan bilgi ve belgelerin eksiksiz

olarak sunulduğu mahkemece tespit edilirse mahkeme derhal geçici mühlet kararı verir, borçlunun mal varlığını muhafaza için gerekli gördüğü tüm tedbirleri alır ve sürecin takibi amacıyla geçici konkordato komiseri atar.

Geçici mühlet ile ödeme güçlüğü içinde olan borçluya süratle geçici hukuki koruma sağlanması amaçlanmaktadır. Bu karar ile artık borçlu hakkında takip yapılamaz. Borçlunun yapacağı işlemler konkordato komiserinin denetimine tabi tutulur. Geçici mühlet kararı mahkeme tarafından ilgili gazetelerde ilan olunur ve ilgili resmî kurumlara bildirilir. Bu durumda alacaklılar, ilandan itibaren yedi günlük kesin süre içinde itiraz ederek konkordato mühleti verilmesini gerektiren bir hâl bulunmadığını delilleriyle birlikte ileri sürebilir ve mahkemeden konkordato talebinin reddini isteyebilirler.

Geçici mühlet, üç ay süre ile devam eder ve mahkeme bu süre içinde borçluyu davet ederek geçici komiser raporu doğrultusunda değerlendirmesini yapar, kesin mühlet hakkındaki kararını verir. Aslında kısaca ifade etmek gerekirse, geçici mühlet ve kesin mühletin sonuçları aynıdır. Ancak mahkemeler kesin mühlet kararını vermeden önce alacaklılara söz hakkı tanımak ve konkordato talep eden borçlunun durumunu değerlendirebilmek adına geçici mühlet kararı vermektedir.

KESİN MÜHLET ALACAKLILAR VE BORÇLULAR ÜZERİNDE ÖNEMLİ SONUÇLAR ÇIKARIR

Mahkemece yapılan değerlendirmede konkordatonun başarıya ulaşmasının mümkün olduğunun anlaşılması hâlinde borçluya bir yıllık kesin mühlet verilir. Kesin mühletin verilmesinin alacaklılar ve borçlu üzerinde çok önemli sonuçları ortaya çıkacaktır. Bu önemli sonuçlardan öz bir şekilde bahsetmekte büyük önem vardır. Zira gerek alacaklısı olduğunuz şirket bu kuruma başvurmuşsa nasıl bir yol izleyeceğiniz, hangi taleplerde bulunabileceğiniz veyahut borçlu konumunda konkordato kurumuna

Mahkemeler kesin mühlet kararını vermeden önce alacaklılara söz hakkı tanımak ve konkordato talep eden borçlunun durumunu değerlendirebilmek adına geçici mühlet kararı vermektedir.



başvurmaktaysanız ne tür hak ve yükümlülükleriniz olduğu önem arz eder.

Kesin mühletin sonuçlarını kısaca ifade etmek gerekirse:

- Mühlet içinde borçlu aleyhine takip başlatılamaz ve öncesinde başlamış olan takipler durur. Ancak burada rehinle temin edilmiş alacaklar istisnadır, rehinin paraya çevrilmesi yolu ile takip başlatılabilir.
- Mühlet içinde iflas davası dışında her dava açılabilir. Ancak iflas davası açılmaz. Aksi hâlde konkordato kurumunun amacı olan borçluyu iflasın eşiğinden kurtarma gerçekleşmeyecektir.
- Mühlet içinde ihtiyati haciz ve ihtiyati tedbir kararı alınabilir ancak uygulanamaz.
- Borçlunun taraf olduğu ve işletmesinin faaliyetinin devamı için önem arz eden sözleşmelerin devamı esastır. Sözleşme, borçlunun konkordatoya başvurduğu



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

gereğesiyle sona erdirilemez. Örneğin borçlu olarak hakkınızda konkordato ilan edilmişse, bunun öncesinde imza ettiğiniz sözleşmeler karşı tarafça konkordato sebep gösterilerek feshedilmeyecektir. Aksi hâlde borçlunun ticari hayatı büyük tehlikeye düşerdi ve projeye uygun olarak ödeme dâhi yapamayabilirdi.

- Borçlu, bu süreçte komiserin nezareti altında işlemlerine devam edebilecektir.
- Borçlu, mahkemenin izni dışında mühlet kararından itibaren rehin tesis edemez, kefil olamaz ve ivazsız tasarruflarda bulunamaz. Taşınmazını, işletmenin faaliyetinin devamı için önem arz eden taşınırını ve işletmenin devamlı tesisatını devredemez.

Sonuç itibarıyla konkordato kurumu gerek borçlu gerekse alacaklılar lehine hizmet eden bir icra ve iflas kurumudur. Konkordato sürecinde alacaklıların projede söz sahibi olabilmesi, itiraz haklarının bulunması imkânları sayesinde süreçte aktif olarak yer almakta ve iflas sonucu tahsil edeceği alacağa nazaran daha fazla tahsilat yapabilme şansına sahip olmaktadır. Borçlu ise konkordato projesi sayesinde borçlarını belli vade veya tenzilat yapılmak suretiyle ödeyerek iflasın eşiğinden kurtulmaktadır.

Hazır giyim ihracatı

2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI



2022 Ocak-Şubat dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %13,8 arttı.



2022 Ocak-Şubat döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %16 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

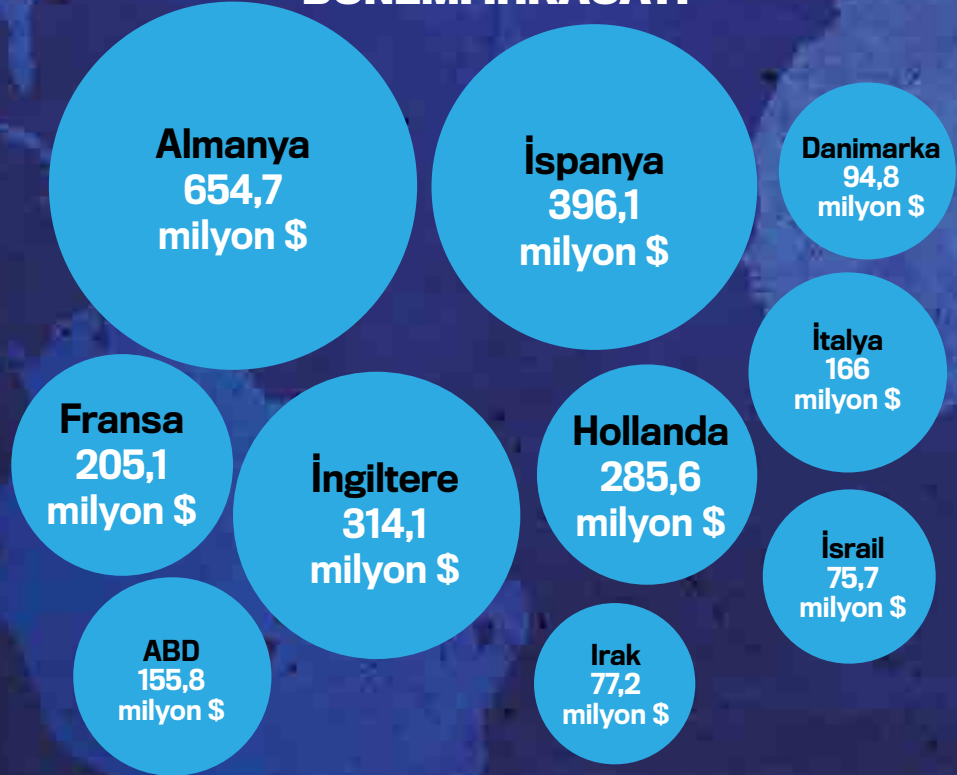


Lübnan

%250,6

2022 Ocak-Şubat dönemi ihracatında ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %250,6 ile Lübnan olurken İrlanda'ya ihracat %122, Libya'ya ise %90,9 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI



DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI



DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ



Tekstil ve ham maddeleri *ihracatı*

2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

2,2
milyar
dolar



Sektörün 2022 Ocak-Şubat dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %14,4 arttı.

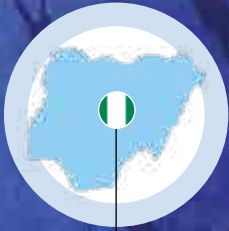


AB'ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı, Ocak-Şubat 2022 döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %18,6 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%5,8

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Nijerya
%139,4

2022 Ocak-Şubat dönemi ihracatında ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke %139,4 ile Nijerya olurken Yunanistan'a ihracat %70,2, Tunus'a ise %61,8 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%15,5 442 milyon \$

DOKUMA KUMAŞ

%34,8 416 milyon \$

TEKNİK TEKSTİL

%-13,3 379 milyon \$

EV TEKSTİLİ

%5 346 milyon \$

Deri ve deri mamulleri *ihracatı*

2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI



2022 Ocak-Şubat döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%30,5** arttı.

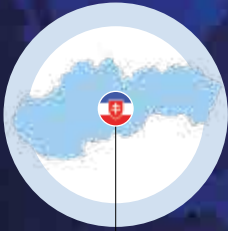


Ocak-Şubat döneminde AB'ye deri ve deri mamulleri ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%49,9** arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Slovakya
%312,5

2022 Ocak-Şubat döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke **%312,5** ile Slovakya olurken Ürdün'e ihracat **%265,2**, Libya'ya ihracat ise **%201,4** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

Almanya
27,7
milyon \$

Rusya
26,3
milyon \$

ABD
11,6
milyon \$

İspanya
15
milyon \$

İtalya
23,7
milyon \$

İngiltere
12,1
milyon \$

Libya
9,7
milyon \$

Irak
9,9
milyon \$

Hollanda
9,7
milyon \$

Fransa
10,8
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

AYAKKABI

%25,1 199 milyon \$

SARACİYE

%52,1 48,3 milyon \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

%51,8 40,9 milyon \$

DERİ VE KÜRKTEN GİYİM ESYALARI

%13 22,7 milyon \$

Halı ihracatı

2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

450,5
milyon
dolar



2022 Ocak-Şubat döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %6,6 düştü.



2022 Ocak-Şubat döneminde bir önceki yıla kıyasla Eski Doğu Bloku ülkelerine halı ihracatı %30,5 oranında artış gösterdi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%1,2

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Yunanistan
%452

2022 Ocak-Şubat döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, %452 payla Yunanistan oldu. Irak ihracatı %53 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

ABD
90,6
milyon \$

Almanya
15
milyon \$

Irak
5
milyon \$

B.A.E.
13,2
milyon \$

İngiltere
11,6
milyon \$

Libya
8,9
milyon \$

Bulgaristan
7,1
milyon \$

Kuveyt
6,4
milyon \$

İsrail
3,7
milyon \$

Kanada
3,4
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALILARI

%84 378,3 milyon \$

TÜFTE HALILARI

%14,4 64,7 milyon \$

EL HALISI

%7,2 7,2 milyon \$

MART AYI ETKİNLİKLERİ

İSTANBUL HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

11 Mart	IPA II Lansmanı – İstanbul
14 Mart	FWI Gala Yemeği / Yabancı Alıcı Ödül Töreni
14-15 Mart	Danimarka Alım Heyeti – İstanbul
14-16 Mart	CAF Fuarı – Kazakistan
15-18 Mart	Fashion Week İstanbul – Sanal
16 Mart	İnovatif Fikir Maratonu Yarışması
18 Mart	IMA Show – Fişekhane
29 Mart	Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni
30 Mart-1 Nisan	Karma STH – İngiltere
6 Nisan	İHKİB Genel Kurul

İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

8 Mart	Sürdürülebilirlik Eğitimleri (Dört ay boyunca her salı ve perşembe devam edecek)
16-18 Mart	Texhibition İstanbul Fuarı
16 Mart	Dokuma Atlası Defilesi – İstanbul Fuar Merkezi
17 Mart	Trend Semineri – İstanbul Fuar Merkezi
22-23 Mart	Londra Tekstil Fuarı – İngiltere
25 Mart	Kumaş Tasarım Yarışması Basın Lansmanı

İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

6-8 Mart	Shoes Dusseldorf Fuarı – Almanya
13-15 Mart	Micam Fuarı – İtalya
30 Mart-1 Nisan	APLF Dubai Fuarı – BAE
30 Mart-2 Nisan	AYMOD Fuarı – İstanbul

İSTANBUL HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

31 Mart	Halı Belgeseli Gala Gecesi – Fişekhane
---------	--



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 (KİSİAD)
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 Tasımaları

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

KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

We Care! We Commit! We Lead!



ENERGY
MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY
MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT
SYSTEM

+90 212 481 22 17



kmt@kometmetal.com.tr



@kometmetal



www.kometmetal.com.tr