

# İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

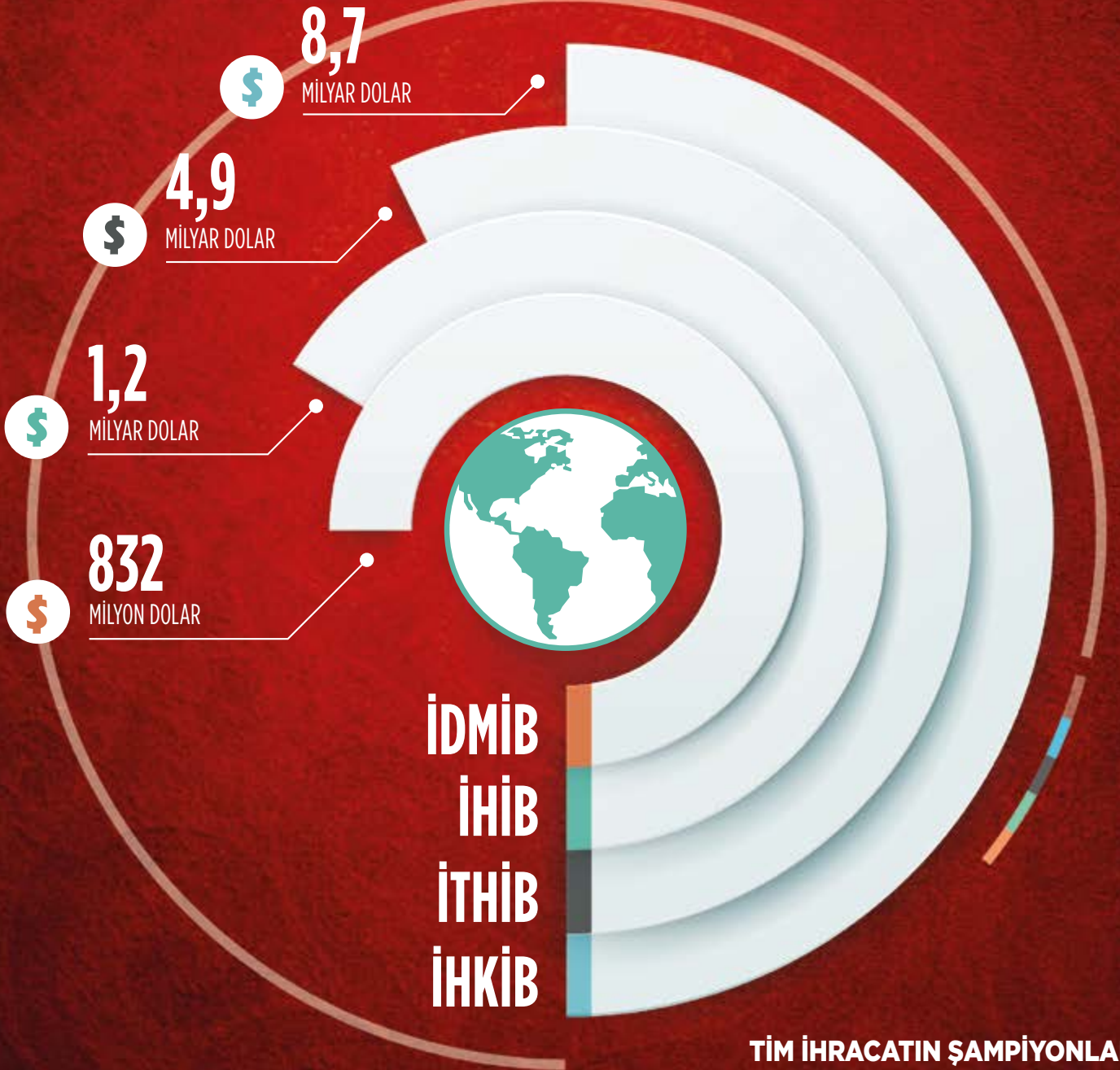
TEMMUZ 2019 SAYI 308

## SEKTÖRLER, İLK YARIDA İHRACAT HEDEFİNİN NERESİNDE?

MESLEK LİSELERİNİN  
MEZUNİYET COŞKUSU

İTKİB'DEN İŞ GARANTİLİ  
EĞİTİM BURSU

İMA MEZUNLARINDAN  
GÖRSEL ŞOV



TİM İHRACATIN ŞAMPİYONLARI  
ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU

# İÇİNDEKİLER

**08** | İTKİB'DEN  
TİM İHRACATIN ŞAMPİYONLARI  
ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU

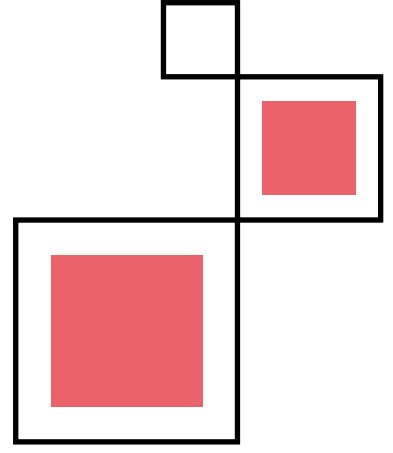
**12** | NUMUNE İTHALATINDA 5 MADDE KISITLAMASI  
HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜ ZORLAYACAK

**14** | İMA'DAN  
MEZUNİYET ŞOVU

**16** | MESLEK LİSELERİNİN  
MEZUNİYET COŞKUSU

**20** | İTKİB'DEN İŞ GARANTİLİ  
EĞİTİM BURSU

**34** | EURATEX GENEL  
KURULU DÜZENLENDİ



**44** | KAPAK KONUSU  
SEKTÖRLER, İLK YARIDA  
İHRACAT HEDEFİNİN NERESİNDE?



**26** | İTKİB'DEN  
TÜRKİYE-ABD İŞ KONSEYİ  
TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ  
HAZIR GİYİM VE TEKSTİL  
SEKTÖRÜNÜN ABD PAZARINDA  
ŞANSI YÜKSEK

**66** | TREND  
EV TEKSTİLİ  
SEKTÖRÜNÜN  
YÜKSELEN DEĞİ  
HAVLU



**56** | KÜLTÜR  
GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE  
GELEN NARİN MESLEK  
ÖZEL DİKİM TERZİLİK



**60** | FARK YARATANLAR  
GELENEKSEL HALIYA, MODERN "DHOKU"NUŞ

**76** | TEKNOLOJİ  
GİYİLEBİLİR TEKNOLOJİ  
MODAYI MULTİDİSİPLİNER  
HALE GETİRİYOR

**80** | HUKUK KÖŞESİ  
İŞ SÖZLEŞMESİNİN  
FESİH İLE SONA  
ERMESİ



**50** | ANADOLU'DA YATIRIM  
GELAL ÇORAP YÖNETİM KURULU  
ÜYESİ SERDAR BEKMEZCİ  
"ANADOLU'DA YATIRIM,  
HER AÇIDAN AVANTAJLI"

**84** | VİZYON  
İHKİB, "DİJİTAL DÖNÜŞÜM"  
PROJESİ İLE KOBİ'LERİN  
REKABET GÜCÜNÜ ARTIRACAK

**88** | HEDEF PAZAR  
TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK  
İHRACAT PAZARI; ALMANYA

**64** | TASARIMCI  
ÖZLEM KAYA  
"TASARIMCI VE  
ÖZEL SEKTÖRÜN  
BİRLİKTELİĞİ  
YENİ GELİŞEN  
BİR VİZYON"



**İTKİB HEDEF**  
İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

**SAHİBİ**

İTKİB adına Genel Sekreter V.  
Mustafa BEKTAŞ

**YAYIN KURULU BAŞKANI**  
Özkan KARACA

**YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI**  
Sultan TEPE, Hikmet ÜNAL  
Bekir Burak UYGUNER  
İbrahim GEYİKOĞLU

**YAYIN KURULU**

**HAZIR GIYİM**

Birol SEZER  
Aydın ERTEN  
Mithat SAMSAMA

**TEKSTİL**

M. Fatih BİLİCİ  
Ali Sami AYDIN  
Orhan AYDIN  
Fatma UÇURUM

**DERİ**

İlhan KUŞELİ  
Serkan CEVAHİR

**HALI**

Bülent METİN  
İlker DODANLI  
Hamza KÜDEN  
Kadir SARIM

**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



viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

**GENEL YAYIN YÖNETMENİ**  
Selda YEŞİLTAŞ

**SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**  
Murat ERDOĞAN

**GÖRSEL YÖNETMENLER**  
Ercan YAVUZ  
Fatih HANÇER

**EDİTÖRLER**  
Pelin DEMİREL  
Peri ERBUL

**FOTOĞRAF EDITÖRÜ**  
Fatih YALÇIN

**REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ**  
Suat YEŞİLTAŞ

**İLETİŞİM**  
RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI  
YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3  
NİŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL  
+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

**BASKI**

ÖZGÜN OFSET  
Yeşilce Mah. Aytekin Sk. No: 21 34418  
4. Levent / İSTANBUL  
T: +90 (212) 280 00 09



# TİM İHRACATIN ŞAMPİYONLARI ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU

**İhracatın devleri, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) ev sahipliği yaptığı etkinlikle ödüllendirildi. Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinin ihracat yapan firmaları bu yıl da ödülleri topladı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katıldığı törene ihracatçılar yoğun ilgi gösterdi.**

**T**ürkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) düzenlediği "İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni" ve TİM 26. Olağan Genel Kurulu, TİM Başkanı İsmail Güllü'nün ev sahipliğinde ve yüksek katılımıyla Hilton İstanbul Bomonti Hotel'de gerçekleşti. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla 26 Haziran 2019 tarihinde düzenlenen etkinlikte Erdoğan, "Türkiye'yi cari açık veren ülkeden cari fazla veren ülkeye taşımaya çok yaklaştık. Biz size güveniyoruz, siz de bize güvenin."

## 2018 YILI İHRACAT ŞAMPİYONLARI

1. Ford Otomotiv Sanayi
2. Toyota Otomotiv Sanayi
3. Tofaş Türk Otomobil
4. Kibar Dış Ticaret
5. TGS Dış Ticaret
6. Tüpraş
7. Vestel Ticaret
8. Arçelik
9. Oyak-Renault Otomobil
10. Habaş Sınai ve Tıbbi Gazlar



Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Mehmet Cahit Turhan'ın yanı sıra TİM Sektör Konseyi üyeleri, ihracatçı birliklerinin başkanları, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu temsilcileriyle şirket yöneticileri katıldı. Sektörlerinde öne çıkan ihracatçı firmalara ödülleri, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan başta olmak üzere ilgili bakanlar ve TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından takdim edildi. Törende ayrıca 27 farklı ihracatçı sektörden en fazla ihracat yapan firma da ödüle layık görüldü. Ödül töreni sonrasında ise TİM 26. Olağan Genel Kurulu gerçekleşti.

### “1 MİLYAR DOLAR VE ÜZERİNDE İHRACAT YAPAN FİRMA SAYISI 10'DAN 13'E ÇIKTI”

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan törende yaptığı konuşmada, Türkiye'nin günden güne ihracat alanında başarılarına imza attığını belirtti. Erdoğan, “Geçen yıl, 1 milyar dolar ve üzerinde ihracat yapan firma sayısını 10'dan 13'e çıkardık. Aynı şekilde 100 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayısını da 145'ten 171'e yükselttik, ihracat yapan ilk bin firmanın ortalama çalışan sayısı, bir önceki yıl 704 iken, geçen yıl 781'e ulaştı. Bir başka ifadeyle ihracatta ileri doğru atılan her adım on binlerce, yüz binlerce istihdam olarak ülkemize katkısını görüyoruz. İhraç birim fiyatlarındaki olumlu yükseliş de sürüyor. İhracattaki yükseliş olumlu ancak yetersiz. Bir an önce 200 milyar dolar sınırını geçmemiz gerekiyor. Size de bu yakışır, Türkiye'mize bu yakışır” dedi.

### DÖVİZ SATIMLARINA MUAFİYET GELİYOR

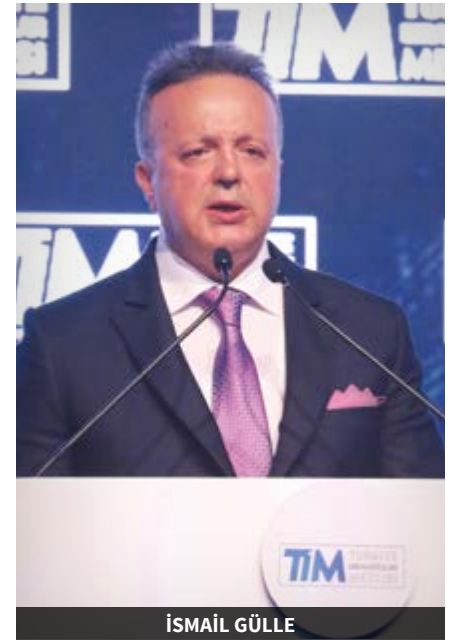
Erdoğan yaptığı konuşma sırasında ihracatçılara müjdeli bir haber de verdi. “İhracatçılarımıza destek olmak için her alanda çok büyük reformları hayata geçiriyoruz” diyen Erdoğan sözlerine şöyle devam etti: “İhracatçılarımızı desteklemek için geçen yıl 2 milyar lira, bu yıl ise 3.1 milyar lira kaynak ayırdık. Türk Eximbank'ın sermayesini 3 milyar liradan 10 milyar liraya çıkardık. Geçtiğimiz yıl sektöre 44.2 milyar dolar tutarında finansman desteği sağladık.



RECEP TAYYİP ERDOĞAN



**İhracatçılarımızı desteklemek için geçen yıl 2 milyar lira, bu yıl ise 3.1 milyar lira kaynak ayırdık. Türk Eximbank'ın sermayesini 3 milyar liradan 10 milyar liraya çıkardık.**



İSMAİL GÜLLE



**2018 araştırmasında 50 farklı ilden firmamız listeye girme başarısı göstererek, ihracatın Türkiye sathına yayılmasına imza attılar.**

# 171

**100 milyon dolar üzeri ihracat yapan firma sayısı**

İhracatçılarımıza destek olmak için her alanda çok büyük reformları hayata geçiriyoruz” dedi.

2018 yılının ihracat şampiyonlarının ödüllendirildiği törene başta Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Aile,



Böylece toplam ihracatımızın yüzde 26'sını finanse etmiş olduk. Şimdi sizlere bir müjde daha vermek istiyorum. Bugün imzaladığım, yarın da Resmi Gazete'de yayımlanacak. Sanayi sicil belgesi sahipleri ve ihracatçı birliklerine yapılan döviz satımlarına muafiyet getiriyoruz. Artık ihracatçılarımız döviz alırken binde 1'lik kambiyo vergisi ödemeyecek. Döviz spekülasyonu için aldığımız önlemlerin ihracatçıları etkilemesinin önüne geçiyoruz" dedi.

#### “İHRACATÇILARIMIZIN HER ZAMAN YANINDAYIZ”

Tören konuşmacıları arasında yer alan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan konuşmasında ihracatçıların yanında olduklarını belirterek, başta TİM olmak üzere STK'lar ile iş birliği içerisinde çalışmalar yürüttüklerini söyledi. İhracattaki değişimlere vurgu yapan Pekcan, “İhracatımızda Mayıs ayında yüzde 11,5 artış ile 16 milyar 813 milyon dolara ulaştık. Bu gerçekten Cumhuriyet tarihi rekoru” diyerek ihracat alanında Türkiye'nin ulaştığı başarıya dikkat çekti. İhracat alanında sağlanan ve yaratılan yeni gelişmelerden de bahseden Pekcan: “İhracatçılarımızın karşılaştıkları bürokratik engelleri aşmalarına ve işlemlerin en hızlı ve en kolay şekilde yapılabilmesi için Dahilde İşleme Rejimi'ni, Vergi-Resim Harç İstisnası'nı otomasyonla yapmayı ve bundan

böyle bütün ihracat desteklerimizi de otomasyonla online olarak yapmak üzere çalışmalarımızı hızlandırmış bulunuyoruz. Tahminen ekim ayı itibarıyla bu çalışmalar tamamlanmış olacak. Bunların da ötesinde bizim ihracatçılarımız için hazırladığımız çok güzel bir program var. Buna Akıllı İhracat Platformu diyoruz ve burada yapay zeka (AI) tabanlı bir yazılım ile ihracatçılarımıza sektör, ürün ve ülke bazında ihracat potansiyellerini artıracak bir yazılım programı geliştiriyoruz. Kağıtsız İhracat ve Kolay Destek gibi birçok alanda da otomasyona imza atmış bulunuyoruz” dedi.

#### 2019'UN İLK ÇEYREĞİNDE BÜYÜMEYE NET KATKI

TİM Başkanı İsmail Güllü'nün ev sahipliğinde geçen ödül töreninde, Güllü yaptığı konuşmada “Geçen sene listede olmayan 155 firmamız, 2018 yılında sergiledikleri ihracat performansları ile ilk 1000 listesine girmeye hak kazandı. 2018 araştırmasında 50 farklı ilden firmamız listeye girme başarısı göstererek, ihracatın Türkiye sathına yayılmasına imza attılar. 2018 yılının 4. çeyreğinde net ihracatın büyümeye katkısı 8,4 puan ile en yüksek rakama ulaştı. 2019'un ilk çeyreğinde ise bu rakamı 9,4 puana taşımayı başardık, ekonomimizin ihracatla yükselişini perçinledik. Türkiye'miz, ülkemizin dünya arenasındaki yüz akı olan ihracatımızla büyüyor, ihracatımızla büyüyecek” dedi.

**Ruhsar Pekcan: “Kağıtsız ihracat ve kolay destek gibi birçok alanda da otomasyona imza atmış bulunuyoruz”.**



#### İLK BİN İHRACAT YAPAN FİRMALARIN DÖRTTE BİRİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİME AİT

Türkiye ekonomisine yaptıkları ihracatla katkı sağlayan firmaların ödüllendirildiği törene, tekstil sektörü damgasını vurdu. Hazır giyim ve konfeksiyondan 154, tekstil ve hammaddelerinden 58, halıdan 19 ve deri ve deri mamüllerinden altı firma, 2018 yılı içerisinde yaptıkları yurt dışı satışlarıyla elde ettiği ihracat rakamlarıyla “Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı” listesinde yerini aldı.



# NUMUNE İTHALATINDA 5 MADDE KISITLAMASI HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜ ZORLAYACAK

**Posta ve Hızlı Kargo Taşımacılığı'na yönelik Resmi Gazete'de yayımlanan Gümrük Genel Tebliği ile (ETGB) ile 300 kilogramı ve değeri 15.000 Euro'yu geçmeyen ihracat rejimine konu eşyalar mikro ihracat kapsamında yurt dışına gönderilebilecek. Aynı tebliğde ithalatta şirketlere beş adet numune sipariş sınırlaması getirildi.**

**T**icaret Bakanlığı, 29 Haziran 2019 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan "Gümrük Genel Tebliği (Posta ve Hızlı Kargo Taşımacılığı) (Seri No:4)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No:6)" ile önemli bir adım attı. Yapılan değişiklik ile tebliğin 9. maddesinin altıncı fıkrası "Kararın 126. maddesi kapsamında miktarı brüt 300 kilogramı ve değeri 15.000 Euro'yu geçmeyen ihracat rejimine konu eşyanın beyanı bu Tebliğ hükümleri çerçevesinde operatör tarafından yapılır" şeklinde düzenlemeye gitti.

Mikro ihracat kapsamında sınırları belirlenen miktar ve tutarlardaki ihracatlar, hava kargo ile yurt dışı edilebilecek. İhracatlarını ve elektronik ortamda yapılan ihracatlarını posta ve hızlı kargo taşıyıcıları ile elektronik ortamda düzenlenen bir beyan (ETGB) ile mikro ihracat kapsamında yurt dışına gönderilebilecek. Yeni tebliğde gönderilen kargonun miktarı 150 kilodan 300 kilografa, değeri ise 7.500 Euro'dan 15.000 Euro'ya çıkarıldı.

Bu miktar sınırında satılan ürünler, posta idaresi veya hava kargo şirketleri aracılığı ile yurt dışına gönderilebilecek.

## NUMUNE İTHALATINA 5 ADET SINIRI GELDİ

Diğer yandan aynı tebliğde "Kararın 126'ncı maddesi kapsamında aynı kişi adına bir ayda en fazla 5 taşıma senedi muhteviyatı eşyanın serbest dolaşıma girişine izin verilir." Maddesi iş dünyasında hayal kırıklığı yarattı. 14 Temmuz'da yürürlüğe girecek olan karar kapsamında, bir ayda en fazla beş konşimentonun serbest dolaşımına izin verilecek. Alınan kararla, bir birey bir ayda yurt dışından en fazla beş ürün, şirketler ise beş adet numune sipariş edebilecek. Karara konu olan 126'ncı madde, hızlı kargo firmalarının yaptıkları kişisel eşya, önemli değeri olmayan eşya, numunelik eşya ile kitap ve basılı yayın gibi işlemleri kapsıyor.

# 3,5

**TRİLYON DOLAR**

**2019 yılı için beklenen küresel e-ticaret pazar büyüklüğü**



# İMA'DAN MEZUNİYET ŞOVU

**Türkiye'nin önde gelen moda okullarından İstanbul Moda Akademisi, mezun öğrencilerin tasarımlarının yanında halihazırda eğitim alan öğrencilerin de tasarımlarıyla yer aldığı dev bir defile organizasyonuna imza attı. Defileye katılanlar arasında İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, TİM Başkanı İsmail Gülle, moda, tasarım ve şov dünyasının önde gelen isimleri yer aldı.**

**B**ugüne kadar her yıl mezun ettiği öğrencilerin çalışmalarını bir sergide toplayan İstanbul Moda Akademisi, bu yıl kurumda moda tasarımı eğitimi alan birinci, ikinci sınıfların tasarımlarından seçilenlerle birlikte mezun öğrencilerin tasarımlarını dev bir defileyle tanıttı.

27 Haziran 2019 Perşembe akşamı Vodafone Park BJK Stadyumu'nun Moda Alanı Otoparkı'nda gerçekleşen defilede 70 model ile İMA'da Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı bir, iki ve üçüncü sınıflarda öğrenim gören toplamda 35 öğrencinin 84 farklı tasarımı podyumda yer aldı.

Moda tasarımı birinci sınıf öğrencilerinin 2018-19 eğitim dönemi süresince gerçekleştirdikleri "Etek, Gömlek ve Elbise" projeleri, ikinci sınıf öğrencilerinin ilk koleksiyonlarını hazırladıkları 'Mini Koleksiyon' projesi, ilk kez bir defile ile sergilendi. Birbirinden farklı

tema ve konseptler geliştirerek hayata geçirilen "Final" projeleri ise moda tasarımı son sınıf öğrencileri için moda haftasına açılan kapiya anahtar niteliğindedi.

## **DERECE ALAN ÖĞRENCİLER, NEW GEN DEFİLESİNDE YER ALACAK**

Moda, tekstil, perakende, sanat ve basından önemli isimlerden oluşan yaklaşık 700 davetlinin katılımıyla gerçekleşen defilede aynı zamanda New Gen Jürisi de yer aldı. Modanın farklı disiplinlerinde yer alan profesyonellerden oluşan jüriye ünlü moda tasarımcısı Bora Aksu başkanlık etti. Moda Tasarımı Lisans Programı son sınıf öğrencilerinin çalışmalarını değerlendiren jüride John Lau, Mehtap Elaidi, Özgür Masur, Özlem Kaya, Şebnem Günay, Özge Sarıkadılar, Kaner Kıvanç, Burak Sanuk, Mert Yemenicioğlu, Oğuz Erel, Alper Uzel, İlke Güzelsoy Cerci, Duygu Bengi, Aytekin Yalçın ve Burçin Ünalı yer aldı. Jüri,



son sınıf öğrencilerinin çalışmalarını değerlendirerek, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da her sezon gerçekleşen "New Gen" karma defilesinde yer almaya hak kazananları belirledi.

İstanbul Moda Akademisi, deneyimleyerek öğrenme çerçevesinde geliştirilen ve yaratıcılığı destekleyen metodolojisiyle, gençlere hayalindeki moda kariyeri için birçok fırsat sunuyor. Sektöre kazandırdığı 374'ü akademik programlardan moda tasarımı eğitimi almış toplam 12 binin üzerinde mezunuyla genç yetenekleri her sezon Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da destekliyor ve hayallerine bir adım daha yaklaşmalarına olanak sağlıyor.

Defile sonrası yapılan ödül töreninde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından 2018-19 eğitim dönemi mezunlarına akademik başarı ve en iyi koleksiyon ödülleri sunuldu.

### "12 BİNİN ÜZERİNDE MEZUN VERDİK"

Ödül töreninde konuşma yapan İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, "Akademimiz 11. yılını geride bıraktı. 11



yıl içerisinde moda tasarımı ile birlikte çeşitli programlarımızdan 12 binin üzerinde mezun verdik. Bugün, moda tasarımı mezunlarımız ile birlikte birinci ve ikinci sınıf öğrencilerimizin tasarımlarını da görmekten gurur duydum. Emegi geçen tüm öğretmenlerimize, İMA personeline ve İMA Yönetim Kurulumuza teşekkür eder, öğrencilerimizi başarılı çalışmalarından dolayı kutlarım. Yolları açık olsun" dedi.



**Tasarımları Türkiye'nin önde gelen moda tasarımcılarının değerlendirdiği defilede dereceye giren öğrenciler, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da her sezon gerçekleşen "New Gen" karma defilesinde yer almaya hak kazandı.**



# MESLEK LİSELERİNİN MEZUNİYET COŞKUSU

İHKİB'in beş ve İDMİB'in bir proje okulunda mesleki ve teknik eğitimini tamamlayan 550 öğrenci Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen mezuniyet töreniyle diplomalarını aldı. Mezun olan öğrencilere, kariyerlerine tekstil ve hazır giyim sektöründe devam etme tavsiyesinde bulunuldu.



TKİB Birlikleri tarafından desteklenen mesleki ve teknik liselerde eğitimlerini tamamlayarak mezuniyete hak kazanan öğrencilere diplomaları, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve İTKİB Birlik Başkanları'nın katıldığı törenle verildi.

Mezuniyet töreni, açılış konuşmalarıyla başladı. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe törende yaptığı konuşmada, üretimde mesleki eğitimin kritik öneme sahip olduğunu vurgulayarak, İHKİB'in bu gerçekten hareketle çeyrek asırdan bu yana mesleki eğitime yatırım yaptığını söyledi. 18 milyar dolar olan hazır giyim ihracatını, 33 milyar dolara çıkarma hedefinde, sektörün nitelikli işgücüne fazlasıyla ihtiyaç duyacağını altını çizen Gültepe, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Bu hedefe ulaşmak adına, eğitilmiş insanları sektöre katmalıyız. Bu bilinçle 1995'ten bu yana eğitime yatırım yapıyoruz. İHKİB Eğitim Vakfı aracılığı ile her yıl 500 gencimize burs veriyoruz. Beş meslek lisemizden bugüne kadar 6 bin 250 gencimizi sektöre kazandırdık. Bugün 550 arkadaşımızı daha mezun ediyoruz. 18 milyar dolarlık ihracatımızda mesleki eğitim almış gençlerimizin alın teri, emeği ve bilgi birikimi var. Donanımlı gençlerimizle katma değerli üretimimizi arttırırken, tasarım ve inovasyon gücümüze güç katıyoruz."



### **GÜLTEPE: "TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ SEÇENE 2000 TL KARŞILIKSIZ BURS"**

Eğitimin her aşamada büyük önem taşıdığını belirterek, Türkiye'de tekstil mühendisliğinin algısını yükseltmek için de bir proje yürüttüklerini söyleyen Başkan Gültepe, "Tekstil, hazır giyim, deri ihracatçı birlikleri ve Tekstil İşverenleri Sendikası olarak, YÖK ile yaptığımız tarihi bir anlaşma var. Hem okuyacaksınız hem burs alacaksınız hem de iş garantisi veriyoruz. O nedenle bitirdiğiniz okulların ve bulunduğunuz sektörün önemini daha iyi anlamanızı öneriyorum" dedi.

### İSMAİL GÜLLE: “EĞİTİME VERDİĞİ KATKI İÇİN İHKİB'E TEŞEKKÜR EDİYORUM”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle de konuşmasında gençlere seslenerek; “Artık önünüzde yeni bir dönem başlıyor. Çıktığınız bu güzel yolda sizden ülkemiz için büyük hizmetler bekliyoruz. İşinizi severek yaparsanız mutlaka kendinize, ailenize, sektöre ve ülkeye çok yararlı bireyler olursunuz” diye konuştu. Gülle, her okulda ilk üçe giren öğrencilere TİM olarak ödül vermekten mutlu olacaklarını ifade etti.

### ŞENOCAK: “SEKTÖRDE İYİ YETİŞMİŞ BİR KİŞİ, VALİDEN DAHA FAZLA MAAŞ ALIYOR”

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ise özellikle gençler arasında tekstil, hazır giyim ve deri sektörü ile ilgili olumsuz bir algı olduğunu söyledi. Algı problemini gidermek için yaptıkları çalışmaları anlatan Şenocak, “Yetmişmiş nitelikli teknikerler bulamıyoruz. Kendinizi geliştirmeniz halinde bu sektörde büyük kazanımlar elde edebilirsiniz. Sektörde iyi yetişmiş bir kişi, vali ve profesörden daha fazla maaş alabiliyor” dedi.

Konuşmaların ardından, İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, İHKİB Kağıthane Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, İHKİB Nahit Menteşe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, İHKİB Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile İDMİB Zeytinburnu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde dereceye giren öğrencilere diplomaları verildi. 550 öğrenci mezuniyet sevincini keplerini havaya fırlatarak kutladı.



# 500

GENÇ

İHKİB Eğitim Vakfı'nın  
her yıl burs verdiği  
öğrenci sayısı



**“18 milyar dolar olan hazır giyim ihracatını, 33 milyar dolara çıkarma hedefinde olan sektör, nitelikli iş gücüne fazlasıyla ihtiyaç duyuyor. Bu hedefe ulaşmak adına, eğitilmiş insanları sektöre katmalıyız.”**



**TİMUR BOZDEMİR:  
“MEZUN GENÇLERİMİZE İŞ BULMA GARANTİSİ SUNUYORUZ”**

İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı Timur Bozdemir ise, meslek liselerinin gençlere birer altın bilezik kazandırdığının altını çizdi. İHKİB'in kariyer sitesine CV bırakan meslek okulu mezunlarına iş bulma garantisi sunduklarını bildiren Bozdemir, yeni mezun gençlere CV'lerini kariyer sitesine bırakmalarını önerdi. Bozdemir, bu yıl İstanbul'daki 53 okulun katılımı ile ikincisini düzenledikleri beceri yarışmasını Milli Eğitim Bakanlığı'nın da uygun görmesi halinde ülke çapında yapmayı düşündüklerini sözlerine ekledi.





# İTKİB'DEN İŞ GARANTİLİ EĞİTİM BURSU

**Tekstil sektörü, kalifiye tekstil ve deri mühendislerini sektöre çekmeye yönelik olarak başlattığı burs kampanyasını duyurmak için eğitimcilerle buluştu. “Geleceği Dokuyanlar: Tekstil Mühendisliği Oku, Geleceğini Doku” sloganıyla hem Avrupa hem de Anadolu yakasında gerçekleşen etkinliklere, eğitim dünyasının tanınır simaları da konuşmacı olarak katıldı.**

**T**ekstil mühendisliği algısının yükseltilmesi projesi kapsamında 17-18 Haziran tarihlerinde İstanbul'daki eğitimcilerle bir araya gelindi. Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri, Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, Deri ve Deri Mamulleri İhracatçı Birlikleri ile Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS), Fen Lisesi rehber öğretmenleri ve okul müdürleri ile yaklaşık 500 kişinin katıldığı bir tanıtım semineri düzenledi. Üç ihracatçı birliği, Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) ile imzalanan protokolün ardından üniversite sınavında tekstil

mühendisliği bölümünü tercih edecek başarılı öğrencilere tanınacak olan burs imkanlarını anlattılar.

## “TEKSTİL SEKTÖRÜNE YÖNELİK ALGIYI DEĞİŞTİRMEK İSTİYORUZ”

Türkiye ekonomisine kazandırdığı katma değer ve sağladığı istihdam imkanlarıyla ihracatın ikinci büyük sektörünün tekstil sektörü olduğunu belirten İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, sektörün daha ileri seviyelere ulaşması için kalifiye tekstil mühendislerine ihtiyaç duyduklarını ve bunun için daha önce hiçbir sektörün sağlamadığı

**Tekstile sadece pamuk ve yünün birleşmesi olarak değil, bilginin sürecin içerisine girdiği ve ham maddenin yüksek hayal gücü ve sezgi yeteneğiyle sentezlenip moda ve hazır giyim için yeni ivmeler kazandırması yönüyle bakılmalıdır.**

burs imkanını, tekstil mühendisliğini seçen öğrencilere sağlayacaklarını açıkladı. Ekonomik koşullar ve buna bağlı gelişen dünya görüşünün öğrencilerin üniversite tercih ederken yaptıkları önem sırasını yıllar içerisinde değiştirdiğini ve bunun sonucu olarak da eskiden Tıp Fakültesi'ne girebilecek puanları alan öğrencilerin okuduğu tekstil mühendisliği bölümlerinin puanlarının ve sıralamalarının gerileyip kontenjanların boş kaldığını kaydetti.

Tekstil mühendisliğine karşı oluşan olumsuz algıyı kırmak için bir buçuk yıldan beri çalışmalar yaptıklarını belirten Öksüz, "Çalışmalar sonucunda 10 Nisan 2019 tarihinde Ticaret Bakanlığı projeyi onayladı ve YÖK ile imzalar atıldı. Böylelikle, üniversite sınavında Tekstil Mühendisliği bölümünü seçenlere burs vermeye başlıyoruz. Bunun için öncelikli şartımız tekstil mühendisliğinin öğrencilerinin, ilk beş tercihinden birisi olması. Sınavda ilk 20 bine girenlere net asgari ücret kadar burs vereceğiz. 20-50 bin arasında olanlar net asgari ücretin yüzde 70'i, 50-80 bin arasındaki adaylar ise net asgari ücretin yüzde 50'si tutarında karşılıksız burs imkanından yararlanacak. Üstelik bu burs öğrenim hayatları boyunca devam edecek ve tamamen karşılıksız olacak. Dileyen öğrencilerimize de beş yıl süreyle iş garantisi vermeyi taahhüt ediyoruz." diye konuştu.

Öksüz, şöyle devam etti: "Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörleri deyim yerindeyse ülkemizi Şampiyonlar Liginde temsil ediyor. Tekstil mühendisliği bölümünü tercih edip de işsiz kalan hiçbir öğrenci yok, tam tersine kendi işinin patronu birçok tekstil mühendisi

var. Bizler üniversite-sanayi iş birliği çerçevesinde tekstil sektörümüzün geleceğini dokumak üzere yola çıktık ancak yalnızca bizim çabamız yeterli değil. Öğrencilerimizin gelecek planlarını yaparken, öğretmenlerinin yönlendirmesi çok çok önemli. Bu yüzden değerli öğretmenlerimizin de atacağı her bir ilmeğe ve bu projenin başarılı öğrencilere anlatılmasına ihtiyacımız var."

**"SEKTÖRÜ DOMİNE EDECEK; DÖNÜŞTÜRECEK BİRİKİME SAHİP MÜHENDİSLERE İHTİYACIMIZ VAR"**

28 milyar dolar ihracat ile Türkiye'nin lokomotif sektörü olduğunu belirten İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, "Gençlerimiz ülke ekonomisinin can damarı olan bu sektörlerde çalışmak istemiyor. Üniversitelerde 13 tekstil mühendisliği bölümünün çoğunda kontenjanlar boş kalıyor. Sadece İTÜ ve Ege Üniversitesi'nin tekstil mühendisliği bölümleri kontenjanlarını doldurabiliyor. Oysa bizim sektörü günün gereklerine göre domine edecek; dönüştürecek birikime sahip mühendislere ihtiyacımız var" dedi.

Sektörler için bu konunun hayati önem taşıdığını ifade eden Gültepe, "Bu gerçekten hareketle hazır giyim, tekstil ve deri ihracatçıları birlikleri ve Tekstil İşverenleri Sendikası olarak sorumluluk üstlendik. Ülkemizde tekstil mühendisliği algısını yükseltmek için YÖK ile tarihi bir protokol imzaladık. Türkiye'de bir ilk olan bu protokol uyarınca sınavda ilk 20 bine giren kardeşlerimiz tekstil mühendisliğini tercih ederlerse asgari ücret tutarında karşılıksız burs imkanından yararlanacaklar" dedi.

İstanbul İl Millî Eğitim Müdür Yardımcısı Ömer Avcı da seminerde yaptığı konuşmada, "Tekstile sadece pamuğun ve yünün birleşmesi olarak değil, bilginin sürecin içerisine girdiği ve hammaddenin yüksek hayal gücü ve sezgi yeteneğiyle beraber sentezlenip moda ve hazır giyim için yeni ivmeler kazandırması yönüyle bakılmasının daha sağlıklı olduğu kanısındayım. Mesleki rehberlik kapsamında YKS kazanan öğrencilerimize bu bağlamın altı çizilerek, hatırlatılması sürece pozitif katkı sağlayacaktır" dedi.



MUSTAFA GÜLTEPE



**YÖK ile tarihi bir protokol imzaladık. Türkiye'de bir ilk olan bu protokol uyarınca sınavda ilk 20 bine giren kardeşlerimiz tekstil mühendisliğini tercih ederlerse, asgari ücret tutarında karşılıksız burs imkanından yararlanacaklar.**



AHMET ÖKSÜZ



**Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörleri deyim yerindeyse ülkemizi şampiyonlar liginde temsil ediyor. Tekstil mühendisliği bölümünü tercih edip de işsiz kalan hiçbir öğrenci yok, tam tersine kendi işinin patronu birçok tekstil mühendisi var.**



**PROF. DR. İSMAİL USTA**  
**“İTKİB TARAFINDAN SAĞLANAN BURSUN TETİKLEYİCİ BİR ROL OYNAYACAĞINA İNANIYORUZ”**

Marmara Üniversitesi, tekstil mühendisliği açısından şanslı üniversitelerden bir tanesi çünkü her yıl ayrılan kontejanı doldurabiliyor. Dört modül üzerinden tek bir programa sahip olan tekstil mühendisliği bölümü; tekstil teknolojisi, boya ve terbiye teknolojisi, hazır giyim teknolojisi ve tekstil işletmeciliğini kapsıyor. İlk iki yıl temel eğitim gören öğrenciler sonrasında seçilen uzmanlık dallarında eğitimlerine devam ediyorlar. 2000’li yıllarda bölümlerde fazla verilen mezun sayısının arz-talep dengesini bozması, 98 krizinin tekstil sektörünü yıpratması ve Uzakdoğu’nun tekstil piyasasındaki rekabeti zora sokmasının şu andaki tekstil mühendisliğinde yaşanan sıkıntının ana nedenleri olduğunu belirten Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü Başkanı Prof. Dr. İsmail Usta, İTKİB liderliğinde, İTHİB, İHKİB ve değerli başkanlarının konuya sahip çıkması ve algının değiştirilmesine yönelik çabalarının her türlü takdirin üzerinde olduğunu dile getirdi. Usta, “Tekstil mühendisliği algısının geliştirilmesine yönelik uzun vadeli bir hareketin de başlangıcını temsil ettiği açıktır. Bu mesleğimiz açısından bize göre en kritik ve reel adımlardan biridir. Çünkü ülkemizin net kazanç bakımından tek sektörü olan Tekstil ve Hazır Giyim sektörlerinin daha da ileriye götürülebilmesi için ihtiyaç duyulan nitelikli mühendislerin yetiştirilmesi elzemdir” diye konuştu.



**PROF. DR. KADİR BİLİŞİK**  
**“TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ, TEKSTİLDEN ÖTE KİMYA, FİZİK VE BİLİŞİM GİBİ BİLİM DALLARINI DA KAPSIYOR”**

Erciyes Üniversitesi’nde tekstil mühendisliğine dair pek çok imkan mevcut; nitelikli ve özgün araştırma-geliştirme faaliyetleri ortamında lisan öğrencilerinin projeler üretme olanağı, yayın-yayım faaliyetlerinde lisan öğrencilerinin yer alması, ve çalışmaların gerçekleşmesi için güçlü altyapılı laboratuvarlar ve daha pek çok şey. 2018 yılında tekstil mühendisliğine kontenjan verilmemişken, bu yıl 11 kişilik kontenjan açıldı. Tekstil mühendisliğinin sadece tekstili içermediğini anlatan Erciyes Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Kadir Bilişik, “21. yüzyılın ilk çeyreğinde gerçekleşen, öğrencilerdeki yüksek bilinçlenme nedeni ile kendisinin tekstile özgün katkısının sınırlı olduğunu görerek elektronik, bilişim, kimya, nano teknolojiler, biyoloji-kimya mühendisliğine yöneliyorlar” diyor. Eğer, böyle giderse batı dünyasındaki gibi tekstil mühendisliğinin mühendislikten çıkarılıp sosyal ve yönetsel bilimlere dönüşen bir meslek dalına evrileceğini belirten Bilişik, bu durumda seçkin öğrencilerin bir sistem içerisinde tekstil mühendisliğine gelmesinin pek de kolay olmayacağını, burs çalışmalarının ise ilgi çekeceğini ancak daha uzun vadede çalışmalar gerçekleştirilmesi gerektiğini savunuyor.



**Akademisyenlerin ortak görüşü: “Tekstil mühendisliğinde çalışan talebi var ancak mezun edilen öğrenci sayısı istekleri karşılamakta yetersiz.”**

**438**

**2019 Yılı Tekstil Mühendisliği Kontenjan Sayısı**





PROF. DR. TUĞRUL OĞULATA

## “VERİLEN BURSLARIN SEKTÖRE YANSIMASI OLUMLU OLACAKTIR”

Tekstil ana hammaddelerinden biri olan pamuğun ana vatanı Adana'daki Çukurova Üniversitesi'nde bu yıl tekstil mühendisliği için ayrılan kontenjan 21. Tekstil sektörüne yönelik negatif algının öğrenci ve velileri üniversite sınavlarında seçim yaparken etkilediğini belirten Çukurova Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Tuğrul Oğulata, burs çalışmalarına olumlu baktığını ve öğrencilerin bu havuzu değerlendirmek isteyeceğini belirtti.

# 228

2018 Yılında Tekstil Mühendisliği'ne Yerleşen Öğrenci Sayısı



PROF. DR. PERVİN ANIŞ

## “SEKTÖR YENİLİKLERE UYUM SAĞLAYARAK GELECEK VADEDİYOR”

Bursa gibi tekstil sektörünün çok yoğun ve güçlü olduğu bir şehirde yer alması nedeniyle gerek öğrencilerin gerek öğretim üyelerinin sektöre ilişkilerinin son derece güçlü olduğunu belirten Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Pervin Anış, “Bölümümüzde günün teknolojilerini yakalayarak, çok sayıda proje ve çalışma yürütüyoruz. Ancak bunun topluma yeteri kadar anlatılmamış olması ve medyada oluşturulan yanlış algı gibi faktörler nedeniyle öğrenciler tercihlerini farklı mesleklerle yöneliyor. Sektör gerek konvansiyonel üretimini markalaştırarak daha katma değeri yüksek ürünler üreterek, gerekse yenilikçi ürünlere yönelerek gelecek ve umut vaadediyor. Bu sayede toplumdaki algının değişeceğini ve tekstil mühendisliği mesleğinin hak ettiği değeri alacağını düşünüyorum. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz olmak üzere tüm ihracatçı birlikleri başkanlarına yaptıkları çalışmalardan dolayı teşekkür ediyoruz” dedi.



# 2 MİLYON 381 BİN 412

2018 Yılında Temel Yeterlilik Testi'ne Başvuran Öğrenci Sayısı

# 2 MİLYON 19 BİN 564

2018 Yılında Alan Yeterlilik Testi'ne Başvuran Öğrenci Sayısı



# 16

Tekstil Mühendisliği Bölümü Olan Üniversite Sayısı

# 542

2018 Yılı Tekstil Mühendisliği Kontenjan Sayısı



# İHKİB, ABD PAZARI ETKİNLİĞİ DÜZENLEDİ

**İHKİB tarafından düzenlenen “ABD Pazarı” etkinliği 26 Haziran 2019 tarihinde Şişli Radisson Blu Hotel’de hazır giyim sektöründen önemli ihracatçı firmaların katılımıyla gerçekleşti.**

İHKİB tarafından düzenlenen “ABD Pazarı” etkinliği 26 Haziran 2019 tarihinde Şişli Radisson Blu Hotel’de hazır giyim sektöründen önemli ihracatçı firmaların katılımıyla gerçekleşti. İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Özkan Karaca’nın ev sahipliğinde geçen etkinliğe Informa Satış Müdürü Brian Trunzo, Coterie Başkanı Danielle Licata, Informa İş Geliştirme Uzmanı Evindar Akcan, İHKİB Fuar Şubesi Müdürü Mehmet Ali Demiray ve Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği Başkanı Ridvan Kandağ konuşmacı olarak katıldı. ABD’de en büyük hazır giyim fuarlarını gerçekleştiren Informa şirketi, yaptığı fuar etkinliklerinden ve Türk ihracatçılarının bu fuarlara nasıl katılabileceklerinden bahsettiler.

İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Özcan Karaca konuşmasına başlamadan önce gelen katılımcılara teşekkür ederek, bu etkinlik vesilesiyle Türk hazır giyim ihracatçılarının ABD pazarında daha etkin bir rol alma

şansına erişebileceklerini dile getirdi. Türkiye’nin son zamanlarda yaşadığı gerilemeyi yeniden yükselişe geçirmek için çalıştıklarını söyleyen Karaca “ABD pazarında yedinci sırada olan Türkiye’nin bu rakamı daha yukarı çıkartmak için düzenlenen yurt dışı fuarlarına yapılan katılımları arttırarak ilişkilerin ve yabancı piyasada tanınırlığın artmasını sağlamalıyız” dedi.

## “İHRACATÇILARIMIZDAN GELEN YURT DIŞI FUAR TALEPLERİNİ DEĞERLENDİRİYORUZ”

Hazır giyim sektöründen gelen fuar taleplerini her zaman değerlendirdiklerini söyleyen İHKİB Fuar Şubesi Müdürü Mehmet Ali Demiray, “Son 3-4 sene içerisinde Türk hazır giyimcilerden gelen fuar istekleri sayesinde katıldığımız fuar sayısını iki katına çıkardık. İHKİB fuar şubesi olarak kendi iç araştırmamızı gerçekleştiresek de firmalarımızdan gelen öneriler bizim için çok kıymetlidir” dedi. Konuşmasının devamında fuar sezonunun ikinci yarısında

gerçekleşecek olan fuarlardan bahseden Demiray, Temmuz ayı itibarıyla firmalarımızı 13 yurt dışı fuarı beklediğini belirtti.

### **OSMANBEY'İN, TÜRKİYE HAZIR GİYİM İHRACATINDA SAHİP OLDUĞU PAY YÜZDE 8**

Osmanbey lokasyonunun hazır giyim ihracatındaki önemine vurgu yapan Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği Başkanı Rıdvan Kandağ, "17.6 milyar dolar olan hazır giyim ihracatının 1.2 milyar dolarlık kısmı Osmanbey bölgesine ait. Bu rakamları Türkiye'deki paya yansıttığımızda yüzde sekizlik bir paya sahip olduğumuzu görüyoruz" dedi.

### **"DOĞRU KİŞİLERİ FUARLARDA EŞLEŞTİRMEK BİZİM İÇİN ÇOK ÖNEMLİ"**

ABD hazır giyim sektöründe öncü olan Coterie, Edit, Stitch, Magic, MrMarket, Project ve Children's Club fuarlarını düzenleyen Informa, Türk hazır giyim ihracatçılarıyla buluştu. Fuarlar için büyük markaların yanı sıra küçük butik markaların da bulunmasının önemli olduğunu belirten Kadın Giyim Fuarları Başkanı Danielle Licata, "Düzenlediğimiz fuarlara ABD dışında Kanada, Japonya ve Ortadoğu ülkeleri gibi ülkelerden de katılımcılar geliyor.



Burada önemli olan fuara katılmak için gelen firmanın ihtiyaçlarına göre biriyile eşleşmesi. Biz bunu firma olarak gerçekten çok önemsiyoruz. Firmaların en az üç adet fuarımıza katılması gerekiyor çünkü yaptığımız analizler sonucunda üç fuarda da başarılı olan firmalara yapılan geri dönüşler çok daha yüksek oranda oluyor."

**ABD pazarında yedinci sırada olan Türkiye, bu rakamı daha yukarı çıkartmak için yurt dışı fuarlarına yapılan katılımları artırmayı hedefliyor.**





# TÜRKİYE-ABD İŞ KONSEYİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ HAZIR GIYİM VE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ABD PAZARINDA ŞANSI YÜKSEK

**İHKİB'in de katılım sağladığı Türkiye-ABD İş Konseyi Toplantısı'nda, ABD ile dış ticaretin 75 milyar dolara çıkarılması için rekabetçiliği yüksek sektörler ve ürünlerin belirlenmesine karar verildi. Türkiye hazır giyim ve tekstil sektörünün mevcut yatırımlar geliştirilerek ABD pazarında 3 milyar dolar değerinde pazar payına sahip olabileceği vurgulandı.**

**T**ürkiye-ABD İş Konseyi (TAİK) çalışmaları kapsamında 14 Haziran 2019 tarihinde, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) genel merkezinde T.C. Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ve TAİK Yürütme Kurulu Başkanı Mehmet Ali Yalçındağ'ın başkanlığında gerçekleşen toplantıya Türk iş yaşamının önemli sektörel kuruluşlarının temsilcileri katıldı. Toplantıda, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Üyesi Müge Hepyüksel Keçik, İHKİB'i temsilen katılım sağladı.

Programın açılış konuşmasında Mehmet Ali Yalçındağ, programın asıl amacının Türkiye ile ABD arasındaki ticaret hacmini arttırmak için bir yol haritası çıkartmak olduğunu söyledi. Sonrasında sözü alan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay,

kurumların birbirlerinden bağımsız olarak aynı konuyla ilgili farklı çalışmalar yaptığını ve bunun da hem zaman hem emek hem de para kaybına sebep olduğunun altını çizdi.

Dünyanın en büyük ithalatçısı olan ABD'ye yönelik Türkiye ihracatının, belirli sektörlerde önde gelen bir üretici ülke olmasına rağmen sınırlı seviyede olduğu vurgulandı. ABD ile ticaret hacmini 75 milyar dolara çıkartma hedefi doğrultusunda ABD'ye ticareti geliştirmek üzere gerçekleştirilen toplantıda, The Boston Consulting Group (BCG) danışmanlık firması yetkilileri, hazırladıkları raporu katılımcılar ile paylaştı.

Rapor, ABD'nin ithalat talebinin yüksek olduğu aynı zamanda Türkiye'nin de rekabet gücünün yüksek olduğu sektörlerin belirlenerek, bu sektörler üzerinden bir



**75**  
MİLYAR DOLAR  
ABD ile oluşturulması  
hedeflenen dış ticaret  
hacmi

ticaret stratejisi geliştirilmesi amacıyla hazırlandı. Bu çerçevede 6 bin alt sektör datası, farklı paydaşların katılımıyla küresel perspektif ve Türkiye'nin ticaret performansı dikkate alınarak incelendi.

Korumacılığın, yalnızca ABD'de değil, tüm dünya genelinde yükselen bir eğilim olduğu vurgulanan raporda, Türkiye'nin ticaret hacminin, 2001 yılına göre hatırı sayılır ölçüde büyürken, büyüme eğiliminin son yıllarda durakladığı belirtiliyor. Türkiye'nin ekonomik yapısına benzeyen diğer ülkelerin başarı öykülerine bakıldığı zaman bu ülkelerin belli sektörler seçtiği, seçilen sektörler için vizyon belgesi oluşturulduğu ve bu vizyon belgeleri çerçevesinde kamu ve özel sektör bir araya gelerek hareket ettiği belirtildi.

Benzer ekonomik yapıya sahip ülkelerin başarı hikayelerinden hareketle, Türkiye'nin ABD pazarında etkili bir şekilde ticaretini arttırabilmesi için gerekli olan iki temel unsur; "doğru sektörleri seçmek ve ortak sorun ve çözüm önerilerinin belirlenmesi olarak belirtildi.

#### ÜÇ SEKTÖR ÖNE ÇIKIYOR

Doğru sektörler noktasında ABD'nin ithalat isteğinin yüksek olduğu, geniş pazar büyüklüğüne sahip ve ayrıca Türkiye'nin de rekabetçiliğinin yüksek olduğu sektörler ele alındı. Bu kapsamda otomotiv, hazır giyim ve konfeksiyon, turizm, sivil havacılık ve mücevherat sektörleri ön plana çıktı.

Türkiye'nin ihracatta birinci sırada bulunan otomotiv sektörü, ABD ile ticarete avantaj sağlanabilecek bir sektör olsa da ABD'nin korumacılık politikasıyla bağlantılı olarak gündemde bulunan çelik ithalatının yasaklanmasına yönelik başlatılan Section 232 ile birlikte otomotiv sektörünün avantajını kaybedebileceği belirtildi.

#### TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ HER AÇIDAN AVANTAJLI

Hazır giyim ve tekstil sektörüne bakıldığı zaman ise Türkiye'nin temel ürünler ve tasarım ürünler açısından da ABD pazarında pozitif bir algısının olduğu görüldüğü vurgulandı. Ayrıca Vietnam ve Bangladeş gibi ülkelere göre temiz ve kaliteli üretim, insana yaraşır iş ve çocuk işçilikle mücadele gibi konularda çok daha önde olması sebebiyle Türkiye daha avantajlı bir yapıya sahip. Ancak Türkiye'nin de teknik özellikli, akıllı ürünler noktasında ABD pazarının

### Türkiye-ABD İş Konseyi Toplantısı'nda hazır giyim ve tekstil sektörlerine yönelik, ABD pazarında Çin'den açılacak olan pazar payının nasıl elde edilebileceği üzerinde çalışılma yapılması gerektiği ifade edildi.

telebine yanıt veremediği ifade edildi. Bununla birlikte, Çin'in payının gittikçe azaldığı ABD hazır giyim ve tekstil ürünleri ithalatında daha çok Bangladeş ve Vietnam gibi düşük maliyetli ülkelerin ön plana çıktığı vurgulandı. Türkiye hazır giyim ve tekstil sektörü zaten gelişmiş bir yapıda olduğu için mevcut yatırımlar geliştirilerek ABD pazarında 3 milyar dolar değerinde pazar payına sahip olunabileceği aktarıldı. Dolayısıyla ABD pazarında Çin'den açılacak olan pazar payının nasıl elde edilebileceği üzerinde durulması gerektiği söylendi.

Sektörlerin belirlenmesi sonrasında ise ticareti kolaylaştırma ve ülke PR çalışmaları, ürün önerileri ve eşleştirmeleri ve lojistik ve pazara giriş alanlarında çalışmalar yapılması gerektiği aktarıldı. Ayrıca ticareti kolaylaştırmak adına ABD ile Serbest Ticaret Anlaşmaları üzerinde çalışılması gerektiğinden bahsedildi.

Yapılan sunum sonrasında Rıza Tuna Turagay hazırlanması beklenen raporun içeriğiyle ilgili katılımcıları bilgilendirdi. Sektörel kurum ve kuruluşlardan ABD'ye yönelik daha önceden hazırlanmış raporlar ya da çalışmalar varsa, bunların BCG ile paylaşılmasının faydalı olacağını bildiren Turagay, sektörel problem ve çözümlerin iletilecek olan raporlarda net bir şekilde belirtilmesi gerektiğini söyledi. Sektör temsilcilerinin katkıları ile BCG tarafından hazırlanacak olan rapor ve sonucunda ortaya çıkacak olan formatın, kâğıt üzerinde kalmaması ve uygulanabilir olması arzu edildiği ifade edildi. Bakanlık tarafından da yakinen takip edilecek olan süreçte nokta atışı belirlenen sorunlar ve etkili olabilecek çözümler çerçevesinde, ilgili sektörler üzerinden ABD ticaretinin nasıl geliştirilebileceğinin ele alınması gerektiği belirtildi.



# İHKİB, ABD PAZARI İÇİN ALIM OFİSLERİYLE BİR ARAYA GELDİ

**İHKİB, marka değeri yüksek firmaların alım ofislerinin katılımıyla ABD sektörel değerlendirme toplantısı gerçekleştirdi. Toplantıda, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ABD'deki pazar payının artırılabilmesi için neler yapılabileceği değerlendirildi.**

**T**ürk-Amerikan İş Konseyi (TAİK) tarafından yürütülen çalışma kapsamında ABD pazarına girişle ilgili bir yol haritası hazırlanması amacıyla, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay'ın başkanlığında yürütülen sektörel yol haritası projesinde, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü de öncelikli sektör olarak belirlendi. Bu kapsamda sektörel açıdan pazarın güncel durumu ve pazar payını arttırmaya yönelik eylem planları hazırlamak için İHKİB yönetim kurulu üyeleri, sektörün önde gelen markalarının alım ofisi temsilcileriyle bir araya geldi. Önde gelen alım ofisleri temsilcilerinin de katılımıyla düzenlenen ABD Sektörel Değerlendirme Toplantısı, 26 Haziran 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi

Marmara Toplantı Salonu'nda gerçekleştirildi. İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Mehmet Kaya'nın başkanlığında İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Müge Hepyüksel Keçik ile Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in de katılımıyla gerçekleşen toplantıda H&M, Urban Outfitters, Lifung, Connor ve Asmara Group gibi önemli alım ofislerinin temsilcileri yer aldı. Toplantıda Türkiye için önemli bir pazar konumunda olan ABD pazarı sektörel olarak ele alınarak, sektörel veriler ışığında pazar payının artırılabilmesi için neler yapılabileceği değerlendirildi. Alım ofislerinin temsilcileri, ABD'li alıcıların Türkiye pazarı ile ilgili düşüncelerini aktarırken, pazar payını artırıcı önerilerini de İHKİB yönetim kurulu üyeleriyle paylaştı.



# GÖMLEK UR-GE PROJESİ YENİ PAZARLARA HAZIRLANIYOR

**Orta ölçekli 22 gömlek üreticisinin yer aldığı Gömlek UR-GE Projesi, İngiltere dışında Almanya ve ABD pazarlarına yönelik de çalışmalara başladı.**

**2** 017 yılında başlayan ve İHKİB tarafından koordine edilen Gömlek UR-GE Projesi kapsamında yer alan üretici firmalar, projenin başından beri öncelikli hedef pazar İngiltere'ye yönelik hazırlık çalışmalarını sürdürüyor. Proje kapsamında ilk olarak; İngiltere gibi rekabet yoğun pazarlarda bir zorunluluk haline gelen SEDEX ve BSCI gibi sosyal uygunluk belgelerini almak için proje kapsamında yer alan 11 firma, sosyal uygunluk şartlarını tamamlamak için tüm iş sağlığı ve güvenliği, yasal mevzuatlar, çalışma düzeni gibi alanlarda dokümantasyonlarını tamamlayıp eksikliklerini tamamladı. Hedef pazarlara yönelik trendleri doğru okuyup bu trendlere uygun koleksiyonların belirlenmesi, planlanması, hazırlanması ve hatta sunulması amacıyla tüm proje üyesi firmalar beş günlük eğitimlere katıldı. Projede yer alan firmaların İngiltere pazarına yönelik modellere temel oluşturması için pazar trendlerine uygun desenlerle çalışmaları amacıyla 10 küme üyesi firma, farklı temalarda desen koleksiyonları hazırlama çalışmasına katıldı. Proje üyesi yedi firma, İngiltere pazarına yönelik modellerden oluşan koleksiyon hazırlama çalışmalarına katıldı. Her firma, bir tasarımcı ile eşleşerek pazardaki markaların beklenti ve trendlerine uygun koleksiyonlar hazırladı.

## ALMANYA VE ABD PAZARI İÇİN VİZYON GELİŞTİRİLECEK

Hedef pazara yönelik tüm hazırlık çalışmalarının ardından 13 küme üyesi firma, İngiltere'de

markalarla buluştukları ikili iş görüşmeleri etkinliğine katıldı. Bir günlük görüşme programına katılan firmalar, İngiltere'den farklı alıcılar ve markalarla araya gelerek, hazırladıkları koleksiyonlar ve firmalarını tanıtmaya şansı elde ettiler.

İngiltere pazarından sonra, proje kapsamında yeni hedef pazarlara ulaşmak için pazar araştırmaları çalışmaları başlatıldı. Gelecek dönemde, yeni pazarlara uygun stratejiler belirlenerek, uygulamaya geçileceği belirtildi. Proje sona ermeden önce kümenin öncelikli hedef pazarları arasında yer alan Almanya ve ABD'ye yönelik vizyon geliştirme ziyaretleri ve tekrarlanan ikili iş görüşmeleri etkinlikleri düzenlenmesi planlanıyor.

Diğer yandan firmaların, kendilerini online dünyada doğru tanıtmaları ve dijital varlıklarını doğru ortaya koymaları amacıyla tüm proje üyesi firmaların web siteleri, online ticaret kanalları ve beklentileri tespit edilerek, gerekli iyileştirmeler için çalışmalara devam edildiği açıklandı.



# FASHION SYSTEM, TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN DİJİTAL MODA PLATFORMU OLACAK

**İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) üç aylık "fikir dergisi" Fashion System ile internet sitesi Fashionsystem.com yayın hayatına başladı.**

**H**er sayısında bir soru ya da temayı masaya yatırmayı hedefleyen Fashion System, moda ekosisteminin iletişim kanalını oluşturmayı amaçlıyor. İlk sayının özel dosya konusu ise "Türkiye moda ekosisteminin gücü nereden geliyor?" Fashion System, bu soruya Türkiye'nin önde gelen hazır giyim firmalarının analizleri ve yönetim kurulu başkanlarının görüşleri ile yanıt arıyor. Derginin ilk sayısında LC Waikiki Yönetim Kurulu Başkanı Vahap Küçük ve Gizia Gate markasının kurucusu İsmail Kutlu yer alıyor.

Deginin tasarım bölümünde Özgür Masur'un ve Bahar Korçan'ın yanı sıra, Kadir Kılıç, Tuğçe Özocak, Emre Aktuna ve Başak Cankeş gibi genç modacılar da bulunuyor.



**Üç ayda bir yayımlanan Fashion System'a Fashionsystem.com'dan ulaşabilirsiniz.**



# EKOTEKS'TEN ÖZBEKİSTAN'A KNOW-HOW TRANSFERİ



“Güvenli Ürün ve Güvenli Üretim” sloganı ile hareket eden EKOTEKS, Özbekistan’dan ÖZBEK-TURK TEST MERKEZİ (O’zTTM) ile karşılıklı olarak MOU Anlaşması’na imza attı. 20 Mayıs 2019 tarihinde yapılan anlaşmayı EKOTEKS İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir ve O’zTTM Genel Direktörü Khamzaev Muzaffarkhon Amirovic, İstanbul EKOTEKS Laboratuvarı’nda imzaladı. Taraflar karşılıklı imzalarını attıktan sonra Khamzaev Muzaffarkhon Amirovic’e ve teknik ekibe, EKOTEKS Laboratuvarı



tanıtıldı ve EKOTEKS’in test dışında sunduğu eğitimler, sunumlar ve etkinlikler ile ilgili bilgiler verildi.

MOU Anlaşması çatısı altında EKOTEKS, Özbekistan ve yakın bölgelerdeki tekstil sanayisindeki testleri, eğitimleri ve seminerleri

desteklerken, aynı zamanda O’zTTM ile test hizmeti vermeye başlayacak. EKOTEKS, tecrübeli kadrosu ve teknik deneyimi ile Özbekistan’ın tekstil sektöründeki kalite standartlarına erişmesine destek sağlayacak.



## TİCARET BAKAN YARDIMCISI RIZA TUNA TURAGAY'DAN EKOTEKS'E ZİYARET

**T**icaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, 28 Haziran 2019 tarihinde EKOTEKS Laboratuvarı’na bir ziyaret gerçekleştirdi. Düzenlenen ziyarette, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, EKOTEKS Yönetim Kurulu Üyeleri ve EKOTEKS Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay’a laboratuvarı gezdirerek, kuruluş yılı olan 1998 yılından günümüze, 10’ar yıllık periyotlardaki çalışmalarla ilgili bilgiler verdi. EKOTEKS Laboratuvarları Teknik Müdürü Sevim Atmaca Razak da laboratuvarın öz sermaye ile yaptığı



ulusal ve uluslararası Ar-Ge faaliyetleri hakkında bilgi vererek, mevcutta yürütülen projeler ve test hizmetlerine dair sunum gerçekleştirdi.

# EURATEX'DE YENİ DÖNEM

**Euratex Genel Kurulu bu yıl Belçika'nın Brüksel kentinde 12-13 Haziran 2019 tarihlerinde yapıldı. İHKİB'i temsilen İHKİB Yönetim Kurulu üyesi İsmail Kolunsağ ile İHKİB Euratex Temsilcisi Ruşen Çetin Genel Kurul'da hazır bulundu.**



**E**uratex Genel Kurulu bu yıl Belçika'nın Brüksel kentinde 12-13 Haziran 2019 tarihlerinde yapıldı. İHKİB'i temsilen İHKİB Yönetim Kurulu üyesi İsmail Kolunsağ ile İHKİB Euratex Temsilcisi Ruşen Çetin Genel Kurul'da hazır bulundu.

İki yıl süreyle görev yapacak Euratex Başkanı ve Başkan Yardımcılarının seçildiği genel kurulda, İHKİB Euratex Temsilcisi Ruşen Çetin, üçüncü kez Başkan Yardımcılığı görevine seçildi.

Avrupa tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin çatı örgütü olan Euratex, AB Komisyonu nezdinde sektörel görüş talep edilen tek sektörel kuruluş olarak, Türkiye'deki hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün çıkarlarının ve taleplerinin gündeme getirildiği önemli bir konumda yer alıyor. Henüz AB üyesi olmayan Türkiye'nin Euratex Yönetim Kurulu'nda görev alabileceği en üst mevki olan Başkan Yardımcılığı görevini, İHKİB Euratex Temsilcisi Ruşen Çetin, 2014 yılından itibaren yürütüyor.

2019 yılında yapılan Genel Kurul'da Alberto Paccanelli (İtalya) Euratex Başkanı olarak, Ruşen Çetin, Jean-François Gribomont (Belçika), Gregory Marchant (Fransa) ve Bodo Bölzle (Almanya) Başkan Yardımcıları olarak seçildi.

Genel Kurul'da Euratex kurumsal yapılanması hakkında bilgi verilerek, 1 Eylül 2019 tarihi itibarıyla Euratex Genel Sekreteri olarak Dirk Vantghem'in göreve başlayacağı duyuruldu. Belçikalı olan ve

halen Avrupa Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği (Eurochambers), Operasyon Müdürü olarak görev yapan yeni Genel Sekreter Dirk Vantghem'in 1991 yılından itibaren Eurochambers bünyesinde çeşitli görevler üstlendiği, bu sayede AB Komisyonu ile ilişkilerinin güçlü olduğu belirtiliyor.

Genel Kurul'un bir başka gündem maddesi ise Birleşik Krallık Moda ve Tekstil Birliği'nin (UKFT) Brexit sürecinin ardından Euratex üyeliğinin devam edebilmesi konusu oldu. Konuya ilişkin Euratex statüsünde değişiklik yapılması kararı alınarak, UKFT'nin Euratex üyeliğinin devam edebilmesine olanak sağlandı.

Her yıl farklı tema ile düzenlenen ve sektörel temsilcilerin yanı sıra Avrupa Komisyonu'ndan da üst düzeyde temsilcilerin katılım sağlandığı Euratex Konvansiyonu'nun bu yıl İstanbul'da yapılması kararı alındı. Türkiye, 2009 yılında da Euratex Konvansiyonu'na sahipliği yapmıştı.

## HAZIR GIYIM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNE GENÇ PROFESYONELLER KAZANDIRILACAK

Genel Kurul esnasında 13 Haziran tarihinde "Attracting Talent" temalı kamuya açık bir etkinlik düzenlendi. Eğitim alanında Avrupa çapında deneyimlerin anlatıldığı ve iyi örneklerin paylaşıldığı etkinlikte, İMA Tasarım Müdürü Gülin Girişmen, İMA ve faaliyetlerine ilişkin bir sunum yaptı ve bu sunum katılımcılar tarafından büyük beğeni topladı.

Etkinlik kapsamında yapılan sunumlarda hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe yetenekli genç profesyonellerin sektöre kazandırılmasına yönelik Avrupa çapında ve AB üye ülkelerinde yapılan uygulamalar ve yürütülen projeler anlatıldı.

Avrupa Komisyonu İstihdam, Sosyal Politika ve Entegrasyon Genel Müdürlüğü temsilcisi, genç yeteneklerin yetiştirilmesi konusunda Avrupa genelinde çok ortaklı projeler yürütüldüğüne değinirken, Inditex Grubu Küresel İnsan Kaynakları Müdürü Emma Ginner, Inditex grubu olarak insan kaynakları yaklaşımlarından örnekler verdi.

Etkinlikte Sistema Moda Italia (SMI) İtalya özelinde, Tekstil + Mode Almanya özelinde, Modatex Portekiz özelinde yürütülen projeleri anlattı. İMA Tasarım Müdürü Gülin Girişmen ise İMA'nın faaliyetlerinde özellikle sanayi ile iş birliğine önem verdiklerini vurgularken, sunum sonunda Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul Moda Haftası bünyesinde, New Gen adı ile düzenlenen İMA defilesinin bir sunumunu katılımcılarla paylaştı.





CEM ALTAN

# KOPENHAG MODA ZİRVESİ'NİN GÜNDEMİNDE DÖNGÜSEL MODA VARDI

**Moda endüstrisini ve yenilikçi fikirleri buluşturan 2019 Kopenhag Moda Zirvesi'nde, moda endüstrisinin çevreye zararlı sonuçlarını düzeltmek, kaynak kıtlığı ve sosyal sorunlarla mücadele etmek için daha fazla iş birliği yapılmasına vurgu yapıldı.**

**M**oda liderleri, politika yapımcılar, STK'lar, yaratıcı yönetmenler ve dünyanın dört bir yanından gelen yenilikçiler, moda endüstrisinde sürdürülebilirlik konusunda acil eylem talep etmek üzere 2019 Kopenhag Moda Zirvesi'nde bulundu. 15-16 Mayıs'ta Kopenhag'da gerçekleşen ve 10. yılını kutlayan zirve, şirketlere yeni çözümler ortaya çıkarmak, yeni taahhütler vermek, sektörel meslektaşlarla iş birliği yapmak ve gündem belirleme tartışmalarına katılmak için bir platform sağladı. Forumlarda iklim değişikliği ve döngüsel ekonomiden, reklam öğelerinin gücüne ve modanın aşırı tüketime nasıl hitap edebileceği tartışıldı.

Zirveye İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği adına Yönetim Kurulu Üyeleri Cem Altan ve Selçuk Mehmet Kaya katıldı. Zirve ile ilgili izlenimlerini paylaşan Cem Altan ve Mehmet Kaya, zirvenin ana gündemini, çevre ve kaynakların korunmasında moda endüstrisinin izlemesi gereken rol ve politika yapımcılar ile kurulabilecek iş birliklerinin oluşturduğunu söyledi.

Dünyanın en büyük moda sürdürülebilirliği liderlik forumu olan Global Moda Gündemi tarafından düzenlenen zirvede, paydaşların bir araya gelerek gezegeni korumaya yönelik moda endüstrisini yeniden yazmaları için bir forum oluşturuldu. Forumda konuşan Global Moda Gündemi Başkanı ve CEO'su Eva Kruse "Eğer birlikte çalışıp şimdi harekete

geçersek, gezegenin ve endüstrinin en büyük sorunlarını çözebiliriz. Değişimi hızlandırmak ve politika yapımcılarını bu yolculuğu desteklemeye itmek için cesur bir liderliğe ihtiyacımız var" dedi.

Zirvede dikkat çeken yeniliklerden biri Google'un, moda endüstrisinin çevresel etkisini ölçmek için Stella McCartney ile yaptığı ortaklığı. Google, markalara tedarik zinciri hakkında, özellikle hammadde üretimi düzeyinde daha kapsamlı bir görünüm kazandırmak için veri analitiğini ve makine öğrenmesini kullanan bir araç geliştiriyor.

Zirve, STK temsilcilerinin ve hükümet yetkililerinin moda endüstrisinin en acil sürdürülebilirlik sorunlarını tartışmak ve gündemi ilerletmek için iş birliği yapmak üzere bir araya geldiği yedi liderlik masasına ev sahipliği yaptı. İnovasyon Forumu, moda şirketlerini, sürdürülebilir çözüm sağlayıcıları ile iki günü boyunca moda şirketleri ve sürdürülebilir çözüm sağlayıcılar arasında 600'den fazla kolaylaştırılmış iş toplantısı yapıldı.

## KOPENHAG MODA ZİRVESİ

78 konuşmacı  
1300 katılımcı  
50 çözüm fuarı  
7 yuvarlak masa toplantısı  
Markalar ve çözüm sağlayıcılar arasında 600'den fazla toplantı  
48 ülke temsil edildi  
450+ marka ve organizasyon temsil etti



SELÇUK MEHMET KAYA



# İTKİB, ABD PAZARINI YAKIN MARKAJA ALDI

**Yılda 10 milyar doların üstünde tekstil ve ham maddeleri ithalatı yapan ABD pazarını radarına alan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTKİB), iş birliği olanakları ve fırsatları belirleyebilmek için Birlik üyesi firmalar ile bir araya geldi.**

İTKİB Başkanı Ahmet Öksüz, 26 Haziran 2019 tarihinde, Birlik üyesi firma yöneticileriyle bir araya gelerek, sektörün

ABD'ye ihracatını artırabilmeye yönelik katılımcılar ile fikir alışverişinde bulundu. ABD'nin tekstil ve ham maddeleri iş hacminin değerlendirildiği toplantıda, ABD'nin yıllık 10 milyar doları aşan tekstil ve ham maddeleri ithalatı bulunduğu belirtilirken, 2017 yılı verilerine göre; ABD'nin en büyük tekstil ürünleri tedarikçisinin 3,3 milyar dolar değerinde ithalat ve yüzde 27,5 pay ile Çin olduğu vurgulandı. ABD ile Çin arasında yaşanan ticaret savaşının fırsat olarak değerlendirilebileceğinin belirtildiği toplantıda, katılımcılar tarafından Türkiye'nin doğru strateji ile bu süreci fırsata çevirebileceği ifade edildi. Türkiye, mevcut tekstil ve tekstil hammaddeleri ihracatıyla, ABD'nin 10'uncu büyük tedarikçisi konumunda bulunuyor. Türk tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2018 yılında ABD'ye ihracatı yüzde 6 artarak, 600 milyon doları aştı. ABD, Türk tekstil sektörünün en büyük beşinci pazarı konumunda yer alıyor. ABD'ye yapılan

ürün ihracatında en yüksek paya sahip olan ürünler, dokuma kumaş (%30), iplik (%23), diğer ürünler (%19), örme kumaş (%19) ve elyaf (%9) olarak sıralanıyor.

ABD pazarı özelinde sektörün iş birliği olanakları ve fırsatlarının değerlendirildiği toplantıda konuşan Başkan Ahmet Öksüz, "Amerika, hedef pazar olarak belirlediğimiz ilk dört ülke arasında bulunuyor. Amerika Kıtası'na 2018 yılında 794 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik. Ancak bu ihracatın 600 milyon dolarlık bölümü tek başına ABD'ye yapılıyor. Amerika Kıtası'nda yer alan Brezilya, Meksika, Kanada gibi pazarlara da açılarak, burada da ürünlerimizi tanıtmak istiyoruz" diye konuştu.

**Yıllık 10 milyar dolar civarında tekstil ve ham maddeleri ithalatı gerçekleştiren ABD, Türk tekstil sektörünün en büyük beşinci pazarı konumunda yer alıyor.**

## 600

**MİLYON DOLAR**

**2018'de ABD'ye yapılan  
Tekstil ve Ham maddeleri  
İhracatı**

# TEKNİK TEKSTİLLERDE DÖNÜŞÜM VE İNOVASYON UR-GE PROJESİ BAŞLADI

**İTHİB iş birliği ile “Teknik Tekstillerde Dönüşüm ve İnovasyon Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme (UR-GE) Projesi” hayata geçiriliyor. İhtiyaç analizi sonrası tüm firmaların katılımı ile strateji çalıştayını düzenlenecek.**



AHMET ŞİŞMAN

**2** 018 yılında 1,7 milyar dolarlık ihracatı ile bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 13 oranında artış gösteren teknik tekstiller sektörü, tekstil ve hammaddeleri sektörünün geleceği olarak nitelendiriliyor. Teknik tekstil sektörü, yılın ilk yarısında da 883,6 milyon dolar ihracat gelirin'e imza attı. Katma değerli tekstil üretiminin ve Ar-Ge çalışmalarının yoğun olarak gerçekleştirildiği teknik tekstiller sektörü ihracatını global arenada rekabet edebilecek seviyeye ulaştırmak amacıyla, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) iş birliği ile Teknik Tekstillerde Dönüşüm ve İnovasyon Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme (URGE) projesi hayata geçiriliyor. Projenin ilk ayağı olan İhtiyaç Analizi Çalışması için 2 Temmuz 2019 tarihinde bir açılış toplantısı gerçekleştirildi. İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Teknik Tekstiller Komitesi Başkanı Ahmet Şişman başkanlığında gerçekleştirilen toplantıya, UR-GE kümesini oluşturan 13 firma da katılım sağlarken, firmaları temsilen 17 kişi toplantıyı takip etti. Toplantı, Komite Başkanı Ahmet Şişman'ın açılış konuşması ile başlayarak,

UR-GE projesinin tanım ve içeriği, devlet destekleri hakkında genel bilgiler ile UR-GE ihtiyaç analizi süreçleri hakkında Genel Sekreter Yardımcısı V. Özlem Güneş tarafından bilgi verilmesi ve danışmanlık firması sunumu ile devam etti.

UR-GE projesi ve ihtiyaç analizi saha çalışmalarına ilişkin firmalardan alınan sorular yanıtlanarak, firmalar ile karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu. Toplantıda, üç yıl devam edecek süreç içinde gerçekleştirilecek çalışmalar değerlendirildi. İhtiyaç analizi saha çalışmalarına Temmuz sonu itibarı ile başlanmasının planlandığı, yaklaşık bir buçuk aylık ihtiyaç analizi çalışması sonrası tüm firmalar ile strateji çalıştayını toplantısı düzenleneceği bildirildi.

**i**

Tiptan, havacılık ve uzay sanayisine, otomotivden koruyucu giysiler ve iş kıyafetlerine kadar çok geniş yelpazede kullanılmaya başlayan teknik tekstil pazarının, Avrupa'da 21 milyar doların üzerine çıktığı belirtiliyor.



# EV TEKSTİLİ UR-GE KÜMESİ, HEDEF PAZARLAR İÇİN KOLEKSİYON HAZIRLAYACAK



**T**icaret Bakanlığı'nın destekleri ve İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ile Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) iş birliğiyle faaliyetlerine devam eden 'Ev Tekstilinde Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme UR-GE Projesi'nin katılımcı firmaları, 4 Temmuz 2019 tarihinde İTKİB Genel Sekreterliği'nde düzenlenen toplantıda bir araya geldi. Firmaları hedef pazarlara hazırlamak kapsamında, 2020/21 sezonu için oluşturulacak koleksiyonlara yönelik tasarım danışmanlığı hizmeti almayı planlayan firmalar bir araya gelerek fikir alışverişinde bulundu. Danışman firma temsilcilerinin de katıldığı toplantıda dünya trendi, moda ve firmalara yönelik içerik oluşturulması konusunda görüşler paylaşıldı.

# İTHİB KONFEKSİYON YAN SANAYİ KÜMESİ, YOL HARİTASINI ÇIKARDI

**İTHİB çatısı altında oluşturulan Konfeksiyon Yan Sanayi Kümesi, üç yıllık eylem planını belirlemek üzere bir araya geldi.**



**İ**stanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından başlatılan ve 22 firmayla faaliyetlerine devam eden "Konfeksiyon Yan Sanayi Sektörü İhracatının Geliştirilmesi UR-GE Projesi"nin, 36 aylık eylem planını oluşturmak üzere 8 Temmuz 2019 tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde bir toplantı düzenlendi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz de toplantıya katılım sağlayarak bir konuşma yaptı ve firmaların görüşlerini dinledi. Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği Başkanı Murat Özpehlivan'ın da katılım sağlayarak sektöre yönelik detaylı bilgiler paylaştığı toplantıda, sektörün ihracat performansı değerlendirilerek hedef pazarlar üzerinde duruldu. UR-GE projesinin yol haritasının belirlendiği toplantıda, hedef pazarların belirlenmesi amacıyla firmalar stratejik hedefleri çerçevesinde ülke profillerini değerlendirdi. UR-GE projesine katılımcı firmaların yoğun ilgi gösterdiği toplantıda, ihtiyaç analizi çalışması kapsamında ortaya çıkacak eğitim faaliyetleri de görüşülen konular arasındaydı.



# SEKTÖR KURULU TOPLANTISININ GÜNDEMİNDE YENİ PAZARLAR VARDI

**İstanbul'da bir araya gelen Türk Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları, Uzak Doğu ve ABD pazarında Türk firmalarına yeni alanlar yaratmak için çalışma yürütme kararı aldı.**

**T**ürk deri ve deri mamulleri ihracat sektörünün çatı kuruluşları, İstanbul'da bir araya gelerek, sektörün ikinci yarısında izlenecek yol haritasıyla ilgili fikir alışverişinde bulundu.

24 Haziran 2019 tarihinde düzenlenen toplantı, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı

Mustafa Şenocak, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDDMİB) Başkanı Erkan Zandar, İDMİB ve EDDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği yetkililerinin yoğun katılımı ile gerçekleştirildi.

Toplantıda, Türkiye geneli ile deri ve deri mamulleri sektörünün dış ticaret performansı değerlendirilerek, sektörün gündemindeki hususlar ile yeni hedef pazarlar için eylem planları görüşüldü. Sektör kurulu toplantısında 2019 yılının ikinci yarısında atılacak adımlar değerlendirildi. 2019 yılının ikinci yarısında Güney Kore, Güney Afrika ve Şili'ye yönelik sektörel ticaret heyetleri düzenlenmesi gündeme alındı.

Toplantının devamında dünyanın en büyük fuarcılık şirketlerinden Informa yetkilileriyle bir araya gelinerek, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) özelinde iş birliği olanakları görüşüldü. Dünyanın en büyük ithalatçısı olan ABD'den deri ve deri mamullerinden daha fazla pay alabilmenin öncelikli koşulunun, ABD pazarına Türk deri sektörünün daha iyi tanıtılması gerektiği vurgulandı.





# SEKTÖRLER, İLK YARIDA İHRACAT HEDEFİNİN NERESİNDE?

1980'li yıllardan sonra Türkiye sanayisinin ihracatta lokomotifi olan hazır giyim ve tekstil sektörleri başta olmak üzere, deri mamulleri ve halı sektörü gerçekleştirdiği ihracat ve sağladığı istihdam ile ülke ekonomisindeki katma değerli önemini sürdürüyor. Yılın ilk altı ayını, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 8,7 milyar dolar, tekstil ve ham maddeleri sektörü 4 milyar dolar, deri ve deri mamulleri 832 milyon dolar, halı sektörü ise 1,2 milyar dolar ile kapattı.





# 2019

yılını 180 milyar dolar ihracat ile kapatma hedefiyle yeni yıla başlayan Türkiye

İhracatçılar Meclisi, yılın ilk yarısına ait Türkiye geneli ihracat verilerini ve sektörlerin performanslarını açıkladı. İlk yarıyı ihracatı, beklenen büyümenin altında kalsa da, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,2 artışla 88 milyar dolar olarak gerçekleşti. TİM Başkanı İsmail Güllü, “Haziran’da, dokuz günlük uzun bayram tatili nedeniyle, daha az iş gününde, daha yüksek günlük performansla ihracat gerçekleştirdik” diyerek, haziran ayındaki düşüşün dönemsel ihracatı belirleyen unsur olduğunu dile getirdi.

1980’li yıllardan sonra Türkiye sanayisinin ihracatta lokomotifini olan hazır giyim ve tekstil sektörleri başta olmak üzere, deri mamulleri ve halı sektörü gerçekleştirdiği ihracat ve sağladığı istihdam ile ülke ekonomisindeki katma değerli önemini sürdürüyor. Yılık altı ayında 8,7 milyar dolar ihracat ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, genel ihracat sıralamasında üçüncülüğünü sürdürdü.

### HAZIR GIYIM ÜÇÜNCÜ SEKTÖR

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ilk altı aylık dönemde yüzde 10,5 oranında artmasına karşın, değer bazında yüzde 1 düşüş yaşadı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, AB pazarındaki daralmaya karşın, yılın ilk yarısında Orta Doğu pazarında başarılı bir performans gösterdiklerini belirterek, “Bu pazarda dönemsel ihracatta gerçekleştirdiğimiz yüzde 12,6’lık artış ve 1,1 milyar dolarlık ihracat değeri ile Orta Doğu pazarındaki etkinliğimizi arttırdık” dedi.

### TEKSTİL, KATMA DEĞER ÖNEMİNİ SÜRDÜRÜYOR

Tekstil ve ham maddeleri ürün ihracatı aynı dönemde yüzde 6,2 düşüşle 4 milyar dolar oldu. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, “Türkiye’nin ortalama ihracat birim fiyatındaki düşüşe kıyasla tekstil ve hammaddeleri sektörümüzdeki birim fiyatların düşüşü daha az oldu” diyerek tekstil sektörünün katma değer önemini sürdürdüğüne vurgu yaptı.

### DERİ ÖNEMLİ PAZARLARDA BÜYÜDÜ

Deri ve deri mamulleri sektörü de ilk altı aylık dönemde yüzde 2,4 düşerek, 832 milyon dolara geriledi. İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, deri ve deri mamulleri sektörünün 2019 yılı Ocak – Haziran döneminde 186 ülkeye ihracat gerçekleştirdiğini belirterek, “Bu dönemde en büyük ilk on ihracat pazarlarımız arasında yer alan İspanya’ya yüzde 29, Fransa’ya yüzde 13,

**Haziran ayında ihracat, miktar bazında yüzde 1,6 azaldı. Tarım ürünleri ihracatı, miktar olarak yüzde 10,7, sanayi ürünleri ihracatı ise yüzde 3,1 arttı.**

Suudi Arabistan’a yüzde 47, Romanya’ya yüzde 21, Libya’ya yüzde 31 artışla gerçekleştirdik” diyerek yeni pazarlarda büyümeye devam edeceklerini söyledi.

### HALI SEKTÖRÜ, ABD PAZARI İLE BÜYÜMESİNİ SÜRDÜRDÜ

Yılın ilk yarısında İTKİB çatısı altında ihracatını artıran tek sektör halı oldu. Halı ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre; yüzde 7,2 artarak 1,2 milyar dolara ulaştı. İHİB Başkanı Uğur Uysal, yaptığı değerlendirmede; “Halı ihracatımız ilk altı ayda yüzde 7,2 artış sergiledi. En fazla ihracat yapılan ülkelerin başında her zaman olduğu gibi ABD geliyor. Amerika pazarı Türk halı sektörü için önemli bir satış kanalı haline geldi” yorumunu yapıyor.

İTKİB Birliklerini oluşturan sektörlerin ilk yarı yılda yaptığı toplam ihracat da bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2 düşüşle 14,8 milyar dolar olarak gerçekleşti.

**180**  
MİLYAR DOLAR  
2019 Yılı  
İhracat Hedefi

**88**  
MİLYAR DOLAR  
2019 Yılı İlk Yarı  
İhracatı

**%2,2**  
2019 İlk Yarıda  
Genel İhracatdaki Artış



MUSTAFA GÜLTEPE  
İHKİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI



## İHRACATA BAYRAM ETKİSİ

### Dünyanın 5. büyük, Avrupa Birliği'nin 3. büyük tedarikçisi konumundayız.

Türkiye'nin istihdamda ve katma değerli üretimde öncü sektörlerin başında gelen hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, 2019 yılı ilk altı aylık dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1 oranında düşüşle 8,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektörün ilk yarıyı performansını değerlendiren İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, "2019 yılında genel olarak artış eğiliminde bir performans göstermekle birlikte, Haziran ayının ilk haftasındaki dokuz günlük Ramazan Bayramı tatili, ihracatımızda yaşanan bu küçük oranlı düşüşü açıklamaktadır" diyor.

İlk altı aylık dönemde geçmiş yıllarda olduğu gibi Avrupa Birliği'nin en çok ihracat gerçekleştirilen pazar olduğunu söyleyen Başkan Gültepe, şunları söyledi: "Hâlâ Avrupa Birliği pazarının üçüncü en büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi konumundayız. Yıllardır ihracatımızda ilk sırada yer alan Almanya'ya, yılın ilk yarısında yüzde 9,3 düşüşle 1,5 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünü ihraç ettik. Brexit sürecindeki belirsizlik ve yavaşlayan ihracat nedeniyle Almanya ekonomisindeki büyüme trendi yerini durgunluğa bırakmıştır. Bu gelişmeler de bu pazara yönelik ihracatımızı olumsuz yönde etkilemiştir." Gültepe, Almanya pazarı ihracatındaki daralmaya ilgili Mayıs ayının sonunda Almanya Alım Ofisleri temsilcileriyle bir toplantı gerçekleştirdiklerini belirterek, "Toplantıda pazardaki daralmanın nedenlerini tespit ettik ve atacağımız adımlarla ilgili yol haritamızı oluşturduk" dedi.

### BREXIT BELİRSİZLİĞİ İHRACATI DÜŞÜRDÜ

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün önemli alıcılarından

biri olan İngiltere'ye yüzde 1,4 düşüşle 946,4 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdiklerini ifade eden Gültepe "Brexit'in belirsizlik sürecinin bu düşüşte rolü oldukça fazladır. Brexit sonrası ticari ilişkilerin nasıl etkileneceği konusunda tüm tarafların endişeleri ve çekinceleri vardır. Bu nedenle olası tüm senaryoları dikkate alarak, Brexit sürecinin sektörümüze etkilerini ortaya koyan bir rapor hazırlattık ve bunu Bakanlığımıza sunduk. Ayrıca İHKİB olarak Brexit süreciyle ilgili sektörümüzdeki firmaları bilgilendirici ve yol gösterici bir toplantı düzenlemeyi de planlamaktayız.

### AB'YE İHRACAT %4,2 GERİLEDİ

2019 yılının ilk yarısında Avrupa Birliği pazarına yönelik ihracatımız yüzde 4,2 oranında azalmış ve 6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Sektör olarak, en büyük pazarımızdaki tüm gelişmeleri dikkatle takip ediyoruz ve buna göre gerekli tüm aksiyonları alıyoruz."

### ORTA DOĞU VE ESKİ DOĞU BLOKU ÜLKELERİNE İHRACAT ARTIYOR

AB pazarındaki daralmaya karşın, yılın ilk yarısında Orta Doğu pazarında başarılı bir performans gösterdiklerini dile getiren Gültepe, "Bu pazarda dönemsel ihracatta gerçekleştirdiğimiz yüzde 12,6'lık artış ve 1,1 milyar dolarlık ihracat değeri ile Orta Doğu pazarındaki etkinliğimizi arttırdık. Bu ülke grubunda Suudi Arabistan'a ihracatımız yüzde 28 artışla 179,2 milyon dolar, İran'a yüzde 214,7 artışla 134,9 milyon dolar ve Libya'ya yüzde 35,1'lik artışla 123 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Siyasal tansiyonun yüksek olduğu bu coğrafyada dahi ihracatımızı geliştirip, güçleniyoruz. Orta Doğu ülkelerindeki artışa benzer şekilde artış gerçekleştirdiğimiz diğer bir ülke grubu Eski Doğu Bloku ülkeleridir. Özellikle Rusya ile olan ilişkilerimizin normalleşmesinin ticarete olumlu etkisi sayesinde, bu ülke grubuna yönelik ihracatımız yüzde 7,9 artışla 454,6 milyon dolara yükselmiştir. Yılın ilk yarısında yüzde 1,6'lık paya sahip olan Rusya'ya 134,4 milyon dolar değerinde ürün ihraç ettik" diye konuştu.

### "ABD PAZARINDA ETKİNLİĞİMİZİ ARTIRACAĞIZ"

Dünyanın en büyük hazır giyim ve konfeksiyon ithalatçısı olan ABD'nin, pek çok fırsatı barındıran bir pazar olduğunu ifade eden Başkan Gültepe, bu önemli pazarda, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 5,8'lik bir artış ile yaklaşık 300 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini belirterek şöyle devam etti: "Bu olumlu tabloya rağmen sektör olarak bu pazarda etkinliğimizi arttırmamızın gerektiğinin farkındayız. Avrupa Birliği pazarında olduğu gibi ABD pazarında da ilk sıralarda bulunan tedarikçilerden olmalıyız. Bu çerçevede, Haziran ayı içinde ABD Alım Ofisleri temsilcileriyle bir toplantı gerçekleştirdik. Pazardaki etkinliğimizi ve payımızı arttırmak için hem ABD'li alıcıların taleplerini ve beklentilerini hem de sektörel olarak neler yapmamız gerektiğini tespit ettik. Farklı talepleri, alışkanlıkları ve iş yapış biçimleri bulunan bu pazarda sektörümüzün bilinirliğini ve etkisini arttırmayı hedefliyoruz."

### HEDEF: YÜKSEK KATMA DEĞERLİ ÜRÜN İHRACATI

Değer bazında yüzde 1 oranında yaşanan düşüşe karşın miktar bazında ihracatın geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,5 oranında arttığına dikkat çeken Başkan Gültepe,

“Bu da geçen yıl 15,4 \$/KG olan birim fiyatlarımızın yüzde 10,3'lük bir düşüşle 13,8 \$/KG'ye gerilemesine neden olmuştur. Burada, dünya genelinde hızlı modanın da etkisi ile gelişmiş olan sürekli değişen, farklı ancak ucuz ürünlere yönelik talep artışının etkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Ancak biz Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak katma değeri yüksek ve tasarım yönü kuvvetli ürünler üretilip ihraç ederek, birim fiyatlarımızı arttırmak gayesindeyiz. Küresel olarak ticarete daralmaların yaşandığı bu dönemde, İHKİB olarak ilk altı aylık dönemde geçtiğimiz yılın aynı dönemine yakın bir ihracat performansı gösterdik. Sektörel başarılarımızı korumanın ne kadar önemli olduğunu biliyoruz ancak bizim asıl hedefimiz, daha fazla katma değerli ürün üreterek ve daha çok pazarda yer alarak, ihracat rakamlarımızı arttırmaktır. Bu hedef doğrultusunda çalışmaya, üretmeye ve ihracata devam edeceğiz.”

#### ÖRME GİYİM DÜŞTÜ, DOKUMA GİYİM YÜKSELDİ

Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının yarısını oluşturan örme giyim ihracatında yüzde 2'lik düşüş oldu ve 4,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Buna karşın, örme giyim ürünlerine göre daha yüksek katma değerli dokuma giyim ürünleri ihracatı ise yüzde 2 arttı. Sektörel ihracatın yaklaşık yüzde 38'ini oluşturan bu ürün grubunda 3,3 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirildi. Tişört ihracatı da yüzde 3,8'lik bir düşüş yaşadı ve 1,6 milyarda kaldı. Hazır eşyalar ise 2019 yılı ilk altı aylık dönemde en çok düşüş görülen ürün grubu oldu. Bu ürün grubunda yüzde 6,1'lik düşüşle 959 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

**“2019 yılının ilk yarısında Avrupa Birliği pazarına yönelik ihracatımız yüzde 4,2 oranında azalmış ve 6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Sektör olarak, en büyük pazarımızdaki tüm gelişmeleri dikkatle takip ediyoruz ve buna göre gerekli tüm aksiyonları alıyoruz.”**

**8,7**  
**MİLYAR DOLAR**

**2019 yılı ilk yarı hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı**





**AHMET ÖKSÜZ**  
İTHİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI



## SEKTÖRÜMÜZ KATMA DEĞER ANLAMINDA ÖNEMİNİ KORUYOR

**Sektörümüz katma değer anlamında önemini korumakta ve Türkiye geneli ihracatımızdan yaklaşık 3,5 kat daha katma değerli ihracat yapmaktadır.**

2018 yılını rekorlarla geride bırakan Türkiye ihracatının, 2019 yılında da artış trendini sürdürdüğünü söyleyen İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, 2019 yılının ilk altı ayına kadar toplam ihracatımız sürekli artış kaydederken, haziran ayında dokuz günlük bayram tatilinin etkisiyle bir düşüş yaşandığını hatırlattı.

Tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatının 2019 yılının ilk yarısında miktar bazında artmasına rağmen birim fiyatlarda yaşanan gerileme sebebiyle değer bazında yüzde 6 oranında azalış gösterdiğini dile getiren Başkan Öksüz, sektörün ilk altı aydaki performansını şöyle değerlendirdi: “Ocak-Haziran döneminde toplam tekstil ve hammaddeleri ihracatı 4,9 milyar dolar değerinde gerçekleşti. Geçen yılın aynı dönemine kıyasla Türkiye'nin genel ihracatında birim fiyat 1,38 dolardan 1,23 dolara geriledi; yaklaşık yüzde 11 oranında bir düşüş söz konusu. Ancak Türkiye'nin ortalama ihracat birim fiyatındaki düşüşe kıyasla tekstil ve hammaddeleri sektörümüzdeki birim fiyatların düşüşü daha az oldu. Sektörümüz özelinde birim fiyatlar, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 9,5 oranında bir düşüş ile 4,73 dolardan 4,28 dolara geriledi. Dolayısıyla birim fiyatlarda yaşanan bu gerileme ihracat değerimiz

de azalmasına neden olan unsurlardan birisi haline geldi. Sektörümüz katma değer anlamında önemini korumakta ve Türkiye geneli ihracatımızdan yaklaşık 3,5 kat daha katma değerli ihracat yapmaktadır.”

### TEKNİK TEKSTİL İHRACATI ARTIŞINI SÜRDÜRÜYOR

Ocak-Haziran döneminde en fazla ihracat yapılan alt sektörün 1,1 milyar dolar değeri ile dokuma kumaşlar olduğunu söyleyen Başkan Öksüz, “İkinci sırada 928 milyon dolarlık değeriyle iplik geldi. Üçüncü sırada ise geçtiğimiz yıl 1,7 milyar dolar ihracatıyla rekor kıran ve ilk altı ayda 883,6 milyon dolar performans sergileyen teknik tekstiller ürün grubu yer alıyor” dedi. Öksüz devamında şunları söyledi: “Her fırsatta dile getirdiğimiz gibi; tekstil sektörü Türkiye'nin sanayileşmesini başlatan ve yurt dışına açılan kapısı olan bir sektördür. Yıl başından bu yana dünya genelinde yaşanan ticari zorluklar, kur dalgalanmaları ve maliyetlerdeki artışlar elbette bizim sektörümüzü de etkiledi ancak miktar anlamında karşılaştırma yaptığımızda yıl başından bu yana ihraç edilen miktar hep artış gösterdi. 2019 yılı Ocak-Haziran dönemine bakıldığında miktar bazında yüzde 4 oranında bir artış karşımıza çıkıyor. Bu durum açıkça gösteriyor ki tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalarımız, üretimlerini her geçen gün artırıyorlar. Fakat üretim maliyetleri de buna paralel olarak yapılan zamlardan ve küresel konjonktürden etkilenerek yaklaşık yüzde 30 oranında arttı. Diğer yandan geçtiğimiz yılın son döneminden itibaren kurlarda yaşanan dalgalanma da hepimizin malumu. Firmalarımız mevcut pazarlarındaki paylarını kaybetmemek amacıyla satış yaparken, artan maliyetlerini fiyatlarına maalesef tam olarak yansıtıyorlar.

İhracatı ülke grupları bazında incelediğimizde ise; Ocak-Haziran döneminde geçen yıla kıyasla yüzde 9 oranında düşüş yaşansa da hâlâ en fazla ihracat yapılan ülke grubu AB ülkeleri oldu. İhracatımızdan yüzde 51 oranında paya sahip olan AB ülkeleri dün olduğu gibi bugün de en büyük ihracat pazarımız. Türkiye AB'nin ikinci en büyük tedarikçisi olarak mevcut yerini koruyarak, önümüzdeki dönemde daha fazla ihraç etmeye çalışıyor.

İkinci sırada gelen Afrika ülkelerine ihracatımız yılın ilk altı ayında 512 milyon doları buldu. Afrika pazarı toplam tekstil ve hammaddeleri ihracatımızın yüzde 10'luk kısmını oluşturuyor. Bu ülke grubunu ise sırasıyla Ortadoğu Ülkeleri (484 milyon dolar), Eski Doğu Bloku ülkeleri (483 milyon dolar) ve Amerika Kıtası ülkeleri (352 milyon dolar) takip ediyor.

Ülke bazında ihracatımızı incelediğimizde yılın ilk altı aylık döneminde en fazla ihracatı 431 milyon dolar değeri ile İtalya'ya yaptığımız görülüyor. İtalya'yı sırasıyla 408 milyon dolar değerinde ihracatıyla Almanya ve 267 milyon dolar ihracat değeriyle ABD takip ediyor. İngiltere ve Bulgaristan da yine ilk beşte yer alan ve ihracat performanslarıyla öne çıkan diğer ülkeler.

Ocak-Haziran dönemi ihracatında ilk 50 ülkeye baktığımızda ihracatında en fazla artış gözlemlenen ülke yüzde 160 artış ile Kırgızistan oldu. Bu ülkeyi yüzde 41 artış ile Beyaz Rusya ve yüzde 38 oranında artış ile Endonezya takip etti.”

### “PAKİSTAN RİSKİNİ BERTARAF ETTİK”

Türkiye'nin diğer ülkelerle görüşmelerinden tekstil ve hammaddeleri sektörünün büyük ölçüde etkilendiğini vurgulayan İTHİB Başkanı Başkan Ahmet Öksüz, bu konuda yaptıkları çalışmalarla ilgili olarak şunları söyledi: “Bilindiği

üzere yakın zamana kadar Pakistan ile imzalanması için çalışmaları devam eden bir serbest ticaret anlaşması gündemdedi. Bahse konu anlaşma imzalandığında tekstil ve hammaddeleri ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinin olumsuz etkilenecek sektörlerin başında geleceğini her ortamda dile getirdik. Bakanlığımızın da konuya hassasiyet göstermeleri sonucunda Pakistan ile imzalanacak bir STA'da tekstil ve hazır giyim sektörlerinin kapsam dışında tutulmasını sağladık. Sektörümüze sahip çıkan hükümetimize bu açıdan çok teşekkür ediyoruz. Çünkü aksi bir durumda özellikle Çin ve Bangladeş ile serbest ticaret anlaşması olduğu için tekstil ve hazır giyim ürünleri kolaylıkla Pakistan üzerinden Türkiye'ye giriş yapabilecekti. Böyle bir durum yerli üreticimizi olumsuz etkileyip haksız rekabete sebep olacaktı. Yılın ikinci yarısında da böyle bir tabloyla karşılaşmamak için sektör olarak girişimlerde bulunmaya devam edeceğiz.”

#### OKYANUSYA ÜLKELERİ RADARA ALINDI

“2019 yılına başlarken geleneksel pazarlarımızda gücümüzü artırmayı ve alışılan pazarların dışına çıkarak ihracatımızı artırmayı hedefledik” diyen Başkan Öksüz, Afrika, Güney Amerika ve Uzak Doğu Asya'ya yönelik sektörün ihracatını artırmak istediklerini belirterek, “Örneğin; Amerika Kıtası'na 2018 yılında 794 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik. Ancak bu ihracatın büyük bir bölümü (600 milyon dolar) tek başına ABD'ye yapılıyor. Amerika Kıtası'nda yer alan Brezilya, Meksika, Kanada gibi pazarlara da açılarak, burada da ürünlerimizi tanıtmak istiyoruz. Ayrıca önümüzdeki dönemde Türkiye tekstil ve hammaddeleri sektörümüzün sürdürülebilir ve katma değerli ihracat gerçekleştirme kabiliyetine sahip olduğuna inandığımız

Japonya ve Güney Kore gibi Asya ve Okyanusya ülkelerine de erişebilmeyi hedefliyoruz. Ticaret Bakanlığımız tarafından çalışmalarına devam edilen ve yakın zamanda ülkemiz ile Japonya arasında imzalanması planlanan Serbest Ticaret anlaşmasını da bu açıdan oldukça önemli bir gelişme olarak değerlendiriyoruz. Bunların dışında hedeflediğimiz ülkeler arasında Çin, ABD, Almanya ve Rusya var.

Yılın ikinci yarısında da çalışmalarımıza aynı yoğunlukta devam ederek, 2019 yılını artı değerle kapatacağımıza, Türkiye'nin dış ticaret açığının kapanmasına sağladığımız katkıyı artırarak sürdüreceğimize inanıyorum. Bu anlamda gayret sarf eden bütün firmalarımıza teşekkür ediyorum” diye konuştu.





**MUSTAFA ŞENOCAK**  
İDMİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI



## DERİ MAMULLERİ İHRACATI AYAKKABI İLE YÜKSELDİ

**Yapmış olduğumuz ihtiyaç analizleri çerçevesinde ABD'den İngiltere'ye, Almanya'dan Japonya'ya sektörümüz için yol haritası oluşturduk.**

Deri ve deri mamulleri sektörü, 2019 yılının ilk yarısında Türkiye geneli ihracatından yüzde 1 pay alarak, 832 milyon dolar değerinde gerçekleşti. İlk altı ayda sektörün ihracat performansını değerlendiren İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, deri ve deri mamulleri ihracatının yarısından fazlasını ayakkabı ürün grubunun oluşturduğunu belirterek, şöyle devam etti: "Ayakkabı ihracatımız yüzde 3,7 oranında artışla 514 milyon dolar değerine yükseldi. Ayakkabı ürün grubunda 2019 yılı ilk altı ayının tamamında ihracat rekoru kırdık. 2019 yılı sonunda 1 milyar doların üzerinde ihracatla tüm zamanların en yüksek ayakkabı ve aksesuarları ihracatına ulaşmayı hedefliyoruz. Saraciyeye sektörü ihracatımız ise Ocak – Haziran döneminde yüzde 6,5 oranında artarak, 115 milyon dolar değerinde gerçekleşti. 2019 yılının ilk 6 ayında deri ve deri mamulleri sektörümüz içerisinde saraciyeye sektörünün payı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,7'den yüzde 13,8'e yükseldi."

Deri ve deri mamulleri sektörü olarak 2019 yılı Ocak – Haziran döneminde 186 ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini söyleyen Başkan Mustafa Şenocak, "Bu dönemde en büyük ilk on ihracat pazarlarımız arasında yer alan İspanya'ya yüzde 29, Fransa'ya yüzde 13, Suudi Arabistan'a yüzde 47, Romanya'ya yüzde 21, Libya'ya yüzde 31 artışla gerçekleştirdik. Ayakkabı sektörümüzde Suudi Arabistan, Romanya ve Fransa'ya yüzde 20'nin üzerinde

# 832

**MİLYON DOLAR**  
**2019 yılı ilk yarı deri ve deri mamulleri ihracatı**

ihracat artışı yaşadık. Saraciyeye sektörümüzde ise en büyük ihracat pazarımız konumundaki İtalya'ya kilogram başı yaklaşık 100 dolar birim fiyatla ihracat gerçekleştirdik. Deri giyim sektörümüz Ocak – Haziran döneminde İsveç'e yüzde 33 artışla 3 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştiren; kürk giyim sektörümüzde en büyük ihracat pazarımız Fransa'ya yüzde 29 artış ile 6 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik" diye konuştu.

Şenocak, ülke ve sektör ihracatçıları olarak yaşanacak küresel gelişmeleri fırsata çevirebilecek güçte olduğumuzu belirterek şöyle konuştu: "Örneğin ABD ve Çin arasında yaşanan ticaret savaşlarında, yakın zamanda ABD; Çin'den ithal edilen deri ve deri mamulleri ürünlerinin tamamına, Çin ise ABD'den ithal ettikleri sektörümüz ürünlerinin yüzde 25'ine ilave gümrük vergileri uygulayacaklarını ilan ettiler. ABD dünyanın en büyük deri ve deri mamulleri ithalatçısı, Çin ise dünyanın en büyük 5. deri ve deri mamulleri ithalatçısı. Buna rağmen Türkiye, bugün ilgili ülkelerin ithalatından çok düşük bir pay alabilmektedir. ABD ve Çin'in sektörümüz özelindeki yüzde 25'e varan ilave gümrük vergileri, ülkemiz ve sektörümüz açısından bir fırsattır. Biz de bu kapsamda en son geçtiğimiz Haziran ay içerisinde, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ve Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu olarak dünyanın en büyük fuar şirketlerinden birinin temsilcileriyle ABD pazarına ilişkin bir toplantı gerçekleştirerek, iş birliğimizi nasıl artırabileceğimiz yönünde görüş alışverişinde bulunduk."

### "SEKTÖR İÇİN YOL HARİTASI OLUŞTURDUK"

Şenocak: "Yapmış olduğumuz ihtiyaç analizleri çerçevesinde ABD'den İngiltere'ye, Almanya'dan Japonya'ya sektörümüz için yol haritası oluşturduk. Bu doğrultuda sürdürülebilir ihracat gerçekleştirebileceğimiz ülkelerde pazar çeşitliliği sağlayabilmek amacıyla belirlediğimiz odak ülkelere yönelik çalışmalarımıza devam edeceğiz. İDMİB olarak önümüzdeki döneme ilişkin Asya, Afrika ve Amerika kıtalarına yönelik odak ülkeler belirledik. Bu ülkelerin başında da serbest ticaret anlaşmamız bulunan ancak henüz deri ve deri mamulleri sektörümüz özelinde serbest ticaret anlaşmasının avantajlarının yeterince değerlendirilmediğini gözlemlediğimiz Güney Kore yer alıyor. Güney Kore, 7 milyar dolar değerinde ithalat ile dünyada en fazla deri ve deri mamulleri ithalatı gerçekleştiren 10. ülke olarak dikkat çekiyor. Ancak Türkiye, Güney Kore'nin deri ve deri mamulleri ithalatından sadece binde sekiz pay alıyor. Biz de İDMİB olarak Türkiye'nin Güney Kore'deki pazar payını artırabilmek amacıyla 2019 yılı Kasım ayında Güney Kore'ye kapsamlı bir ticaret heyeti gerçekleştireceğiz. Ticaret Heyetiyle birlikte Güney Kore'de sektörümüz özelinde Türkiye Ticaret Merkezi kurulması için teknik çalışmalarımıza başlattık."



**UĞUR UYSAL**  
İHB YÖNETİM KURULU BAŞKANI



**177 ülke arasında ihracatta ilk sırada 282 milyon dolarla ABD geliyor. ABD'yi 210 milyon dolar halı ihracatıyla Suudi Arabistan, 57 milyon dolarla Almanya ve 45 milyon dolarla Irak izliyor. İlk altı ayda ABD'deki ihracat artışı yüzde 5,8, Suudi Arabistan'da yüzde 43,3 olmuş.**

**1,2**  
**MİLYAR DOLAR**  
2019 yılı ilk yarı halı ihracatı.

## HALI İHRACATI ARTMAYA DEVAM ETTİ

Halı ihracatı ilk altı ayda yükselişini sürdürdü. Türkiye'den yılın ilk altı ayında 177 ülkeye yaklaşık 1,2 milyar dolar değerinde halı satıldı. Toplam ihracatın 782 milyon dolarını Gaziantep'teki üreticiler gerçekleştirirken, Gaziantep'i 281 milyon dolar ile İstanbul, 43 milyon dolar ile Uşak ve 18 milyon dolar ile Bursa takip etti.

177 ülke arasında ihracatta ilk sırada 282 milyon dolarla ABD geliyor. ABD'yi 210 milyon dolar halı ihracatıyla Suudi Arabistan, 57 milyon dolarla Almanya ve 45 milyon dolarla Irak izliyor.

İlk altı ayda ABD'deki ihracat artışı yüzde 5,8, Suudi Arabistan'da yüzde 43,3 olmuş.

### ABD, ÖNEMLİ SATIŞ KANALI OLDU

Halı sektörünün ilk yarıdaki performansını değerlendiren İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHB) Başkanı Uğur Uysal, şunları söyledi: "Halı ihracatımız ilk altı ayda yüzde 7,2 artış sergiledi. En fazla ihracat yapılan ülkelerin başında her zaman olduğu gibi ABD geliyor. Amerika pazarı Türk halı sektörü için önemli bir satış kanalı haline geldi. Her yıl diğer ülkeler ile arasındaki farkı da açmaya devam ediyor. Genel halı ihracatımızda artış yaşansa da geleneksel el halı ihracatımız maalesef gerilemeye devam ediyor. Ben bunu Türkiye'nin zenginleşmesine bağlıyorum. Gerçekleştirilen el halısı ihracatının neredeyse tamamı da Anadolu'dan toplanıp traşlanıp boyanıp, tekrar değer kazandırılarak satılan halılardır. Yeni dokunmuş el halısı ihracatı, genel halı ihracatında yüzde 5'lik bir paya sahip. Makine halısı artışı doğal olarak devam ediyor. Dünyanın en büyük üreticisi olmamız vesilesiyle büyük bir sorun ile karşı karşıyayız. Amerika ve Avrupa'daki online satış kanallarının fiyat baskısından dolayı ortalama kilogram başı ihracatımız gerilemektedir. Görşelin güzel, fiyatının ucuz olmasından dolayı halı fiyatları geriliyor.

Tüfte halıdaki artış da yeni yapılan ek yatırımlar sonucu imalat gücünün artmasından dolayı bu ürün grubunda da liderliğe oynuyoruz."



GELAL ÇORAP YÖNETİM KURULU ÜYESİ SERDAR BEKMEZCİ  
**ANADOLU'DA YATIRIM**  
**HER AÇIDAN AVANTAJLI**





İstanbul'daki fabrika artan talebe cevap veremeyince yeni yatırım arayışına giren Gelal Çorap, Çankırı Şabanözü'nde 2010 yılında pilot üretime başladı. Son yatırımıyla bölgedeki üretim sahasını 66 bin metrekareye çıkardı ve yılda ürettiği 100 milyon çift çorabın yüzde 75'ini Şabanözü'nden dünyaya gönderiyor. Çankırı'da kurulan fabrika ile birlikte hem verimliliğin hem de dış piyasada rekabet güçlerinin arttığını söyleyen Gelal Çorap Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Bekmezci ile 10 yıldır dümende olan üçüncü jenerasyonun performansını ve Gelal'ın başarı hikayesini konuştuk.

### En başından başlayalım hikayeye, 60 yıla yaklaşan yolculuk nasıl başlıyor?

Gelal Çorap'ın hikayesi, rahmetli büyükbabam ve oğulları tarafından 1962 yılında kurularak başlıyor. Mahmutpaşa'da pazarlamacılıkla başlanmış ve daha sonra 1966 yılında bir atölye kurup, üretime geçilmiş. Ardından Bayrampaşa ve daha sonra da 2004 yılında da Hadımköy'de şu an bulunduğumuz yere geçildi. Şirketin ivme kazanması ve başarı hikayesi 1987 yılında tamamen ihracata yönelmeye başlıyor. Almanya ile başlayan ihracat haritasına zaman içinde yeni ülkeler ekleniyor. Bugün 30'dan fazla ülkeye çorap ihraç ediyoruz; Almanya, Fransa, İngiltere başta olmak üzere Avrupa en çok ihracat yaptığımız pazarlar. ABD'de hedef pazarlarımız arasında fakat şu an ihracat miktarı düşük. Kendi markamız yok, biz yurt dışındaki büyük markalar veya markaların Türkiye'deki ofisleri ile çalışıyoruz.

### Üçüncü kuşak dümene ne zaman geçti ve sonrasında şirketin kaderi nasıl değişti?

Üçüncü kuşak, şirket yönetimine 2009 yılında geçti ve şirket 10 yıldır da üçüncü kuşak tarafından yönetiliyor. 2009 yılından beri Türkiye'nin en büyük çorap ihracatçısı konumundayız. Yılda 100 milyon çift çorap üretiyoruz. Üretim hacmimiz artınca, İstanbul'daki fabrikamız yetmemeye başladı. Yeni bir fabrika yatırımı için arayış içine girdik. Yurt içi ve yurt dışındaki yatırım imkanlarını kıyasladık. Daha sonra Türkiye'nin beşinci ve altıncı bölge teşviklerinin olduğu yerleri listeledik. İstanbul ve Ankara Esenboğa Havalimanı'na yakın olması nedeniyle Çankırı Şabanözü'nü tercih ettik. Şabanözü'nde OSB içinde 66 bin metrekare kapalı alana sahip fabrikamız bulunuyor.

### Çankırı'da yapılanmanızı nasıl tamamladınız?

2010 yılında Şabanözü'nde bin 500 metrekare bir yer kiralarak pilot üretime başladık. Bu süre zarfında, bölge halkına kendimizi tanıttık. Şirket kültürümüzü, yatırım planlarımızı ve hedeflerimizi anlattık. Bölgede üretilcek çorapları, Avrupa başta olmak üzere dünyaya ihraç edip ülkeye katma değer katacağımızı anlattık, çok heyecanlandılar. Pilot üretimin ardından elde edilen verim ve bölge halkıyla iyi kurulan iletişim sonrası, kısa süre içinde de bir fabrika yatırımına başladık. İlk etapta 33 bin metrekarelik bir fabrika

kurmuştuk, yakın zamanda da ilave yatırımla kapalı alan sahasını 66 bin metrekareye çıkardık.

### Çankırı'daki fabrika, İstanbul'dan mı pay kaptı yoksa pazarınız mı büyüdü?

Her ikisini de söyleyebiliriz. Üretimimizin büyük bölümünü Çankırı'ya aktardık. Toplam üretimimizin yüzde 75'ini Çankırı'daki fabrikamız yapıyor. İstanbul'da ağırlıklı olarak teknik dediğimiz, zor çorapları üretiyoruz. Bazı teknik çorap üretimlerini de Çankırı'ya kaydırmaya başladık. Çünkü yeni yaptığımız fabrika endüstri 4.0 konseptinde otomasyon ağırlıklı bir üretim altyapısına sahip olacak. Bazı bölümlerde robotların olduğu bir sistem kuruyoruz. Tüm süreç, yıl sonuna kadar tamamlanmış olacak.

### Şabanözü'ndeki yatırım şirketi olumlu etkilemiş, peki şirket, bölgenin kaderini nasıl etkiliyor?

Şabanözü'nde yatırımla, bölgedeki ekonomi ve sosyal yaşamı olumlu yönde değiştirdik. Bu yatırımla kente geriye göç başladı. Bölgede yeni binalar yapılmaya başlandı. Şu an fabrikamızda bin 100 kişi çalışıyor. Çalışanlarımızın yüzde 30'u Şabanözü halkı, yüzde 60'ı Ankara

**Çankırı Şabanözü'nde 2010'da kurduğu fabrikanın üretim kapasitesini ilave yatırımla iki katına çıkaran Gelal Çorap, Anadolu'da yapılan yatırımın sağladığı rekabet gücünü dış piyasada satışa dönüştürüyor. Gelal Çorap Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Bekmezci, Anadolu'da yatırımın şirketin üretim verimliliğini artırırken, bölgenin sosyal yaşamına da büyük katkı sağladığını söylüyor.**

Çubuk ve yüzde 10'u da Çankırı'dan geliyor. İstihdamın yüzde 66'sını kadınlar oluşturuyor. Gelişim için kadınların ekonomik güce kavuşması çok önemli. Biz de şirket olarak kadın istihdamına çok önem veriyoruz. Bu nedenle çalışanlara kreş desteği veriyoruz. Şabanözü ve Çubuk'ta oturan çalışanlarımızın 0-6 yaş arasında çocuğu olan kadınlara kreş desteği veriyoruz. Performansa dayalı bir prim sistemimiz var. Ayrıca 14 maaş uygulamamız var. Bu nedenle, bölgede çalışmak için tercih edilen bir şirketiz. Sektörün yaşadığı istihdam sıkıntısını biz yaşamıyoruz.

İstanbul'daki merkez yerleşkemizle birlikte toplam bin 550 kişiye istihdam sağlıyoruz. Ar-Ge bölümü ve beyaz yaka çalışanlarımız İstanbul'da bulunuyor.

### Sanayicilerin, Anadolu'da yatırım konusunda çekingenlikleri var. Anadolu'da 10 yıla yaklaşan tecrübenizle neler söylemek istersiniz?

Sanayicilerin artık Anadolu'da yatırımı ciddi anlamda düşünmelerini tavsiye ediyorum. Hazır giyim başta olmak üzere ihracata yönelik üretim yapan sanayicilerin en büyük sıkıntısı rekabet gücünün zayıflaması. Anadolu'da yapılan bir





## Şabanözü'nde 66 bin metrekare alana kurulu fabrikada 1.100 kişi çalışıyor ve yılda yaklaşık 75 milyon çift çorap üretilerek yurt dışına ihraç ediliyor.

yatırım, direkt ihracatçıların rekabet gücünü artırıyor diyebilirim. Bunun için doğru lokasyon ve işgücü kaynağı çok önemli. Biz bunu yaşayarak gördük ve Şabanözü olduğu için çok memnunuz. Anadolu'da kurulan bir fabrika, sadece bölge ekonomisi için değil ülkenin sosyal gelişimi açısından da önemli. İnsanların vizyonu değişiyor. Çalışanlar yaptığı işi sahipleniyor ve İstanbul'a nazaran personel yönetimi yorucu değil. Baştan çalışma prensipleri belirleyip sistemi kurabiliyorsunuz. Bunlar çok önemli kazanımlar.

Anadolu'da yatırım yapılması için devletin vermiş olduğu teşvikler var, bu teşvikler birkaç enstrümanla artırılabilir fakat şu haliyle bile İstanbul'da yapılacak ve işletilecek bir fabrikadan çok daha fazla avantajı var diyebilirim.

**Sektörün en büyük ihracatçısı konumdasınız. Çorap sanayisinin dışa bağımlılığı ne durumda?** Ülkeye en çok net döviz kazandıran hazır giyim sektörüne paralel bir grafiğimiz var. Çorap sanayisinin dışa bağımlılığı yok denecek kadar az olduğu için, cari açığı düşüren bir sektör olarak öne çıkıyor. 2018 yılında 1,1 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.

**Çorap sanayisinde ne gibi gelişmeler yaşanıyor, trend ne yönde sizce?**

Çorap, Türkiye'de de orta ve üst gelir için kıyafetin, takımın önemli bir aksesuarı olarak görülmeye başladı. Çoraplardaki renk ve tasarımlara baktığınızda bu trendi

görebilirsiniz. Teknik çoraplar, son yıllarda çok fazla ilgi görmeye başladı. Spor yapan insanlar bu tür çorapları tercih ediyor. Futbola, tenise has çorap üretiliyor. Bir dönem dalgıçlar için su geçirmez çorap da yaptık. Artık kullanım alanına göre çorap üretimi yaygınlaşıyor. Bizim şu anki toplam üretimimizin yüzde 25'ini teknik çoraplar oluşturuyor.

# 1.100

Çankırı Şabanözü  
fabrikasında çalışan sayısı

# %66

Toplam istihdamda  
kadın çalışan  
oranı

**“Kendi markamızı kurmayı düşünmedik çünkü,**

Markalaşmanın çok değerli olduğunu ve Türkiye için katma değerinin çok fazla olduğuna inanıyorum fakat bence, şu dönemde sıfırdan marka üretmek çok zor. Mevcut bir markayı alıp geliştirip değer katmak daha mantıklı geliyor ki pazarda benzer örnekler görebiliriz. Şu an için bir marka almak gibi bir düşüncemiz yok fakat ileride bir fırsat doğarsa gündeme alabiliriz.”

**“Yeni makineleri ithal ettik çünkü,**

Mevcut fabrikadaki makineleri, Anadolu'da yatırım yaptığımız fabrikamıza götürdüğümüzde, makine teşviklerinden yararlanamıyoruz. İHKİB'in bu konuda bir revizyon talebi oldu. En azından o makineyi kullanacak personel teşvikinden yararlanabilelim diye ilgili bakanlıktan bir talebimiz oldu fakat bir sonuç alamadık. Bu nedenle biz de Türkiye'de üretimi olmadığı için makinelerin hepsini ithal ettik. Şu an yeni kurduğumuz fabrikada 1.500 makine çalışıyor ve yıl sonuna kadar 2 bin makineye çıkarma hedefimiz var. Yeni makineler ile otomasyon sistemini daha rahat kurabiliyoruz.”

A pair of vintage scissors with green handles and a wooden surface with buttons and a ball of twine. The scissors are open, and the handles are made of a dark green material, possibly wood or plastic, with some wear. The blades are made of metal and are slightly curved. The wooden surface is light brown and has several buttons of different colors (brown, green, red, yellow) scattered around. A ball of light brown twine is in the foreground, partially cut by the scissors. The background is a plain white surface.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE GELEN NARİN MESLEK

# ÖZEL DİKİM TERZİLİK

Osmanlı döneminden beri hayatımızda olan özel dikim terziliği, en başta batılı toplumlarda yüzünü gösteren bir meslek. Avrupa’da Charles Frederick Worth aracılığıyla başlayan “özel dikim” kavramı günümüzde popülerliğini hazır giyimin ortaya çıkmasıyla kaybetse de, son zamanlarda tasarım kıyafetlerin gündeme gelmesiyle ‘özel dikim terziliği’ dinamik günlere kavuştu.



# 1297

Terzi kelimesinin ilk  
kullanıldığı yıl

**H**ayatın yavaş aktığı, hazır giyim sektörünün gündemde bulunmadığı ve hızlı tüketimin yoğun olmadığı zamanlarda, terzi mesleği de altın günlerini yaşıyordu. Bugünün tersine o dönemlerde terzi “giysileri tamir eden” sıfatından çok, müşterilerin isteğine göre seçilen kumaş ile vücut proporsiyonuna uygun şekilde kumaşı kesen, tasarlayan, diken, son haline getiren ve her müşterisi için ‘özel’ parçalar ortaya koyan olarak toplum içerisinde yer ediniyordu. Özellikle özel davetlerin ve günlerin yaklaştığı zamanlarda terzilere kıyafet diktirmek isteyen herkes sıraya girer, terziler yoğunluktan kafalarını kaşıyacak vakit bulamazdı. Her bir aşamanın el ile ince dokunmuş ve matematik becerisi ile inşa edildiği giysilerin üretildiği özel dikim terzi olgusu, tarihi çok daha eskilere dayanıyor.

#### 40 BİN YIL ÖNCEYE DAYANAN MESLEK

İnsanlığın ilk zamanlarında kıyafet algısı tamamen fiziksel ihtiyaçlara dayalı olarak gelişiyor. Hava koşullarından etkilenen ve korunmak isteyen insanoğlu, avladığı hayvanların derilerinden soğuk havalardan korunabilecekleri ‘üst örtmek’ amaçlı kullanılan kıyafetler geliştirdiler. Kemik iğnelerle yapılan terziğin ilkel hali 40 bin yıl önce can bulmuş. Sonrasında yapılan icatlarla kendi imkanlarını geliştiren insanoğlu, deri parçalarını birleştirerek günümüzdeki giysi sözcüğü tanımının karşılığı olacak ürünler üretmişler. Dokumacılığın ortaya çıkmasıyla da terzi mesleği günümüzdeki halini almış. Daha sonrasında giysi kavramı, ihtiyaçtan ziyade kazandığı sosyal kimlikle farklı bir boyuta taşındı.

#### KELİME OLARAK TERZİ

İlkel zamanlarda terziğin ilk adımları atılsa da, “terzi” kelime anlamıyla birlikte 1297 yılında Oxford Sözlüğü’nde yayınlanarak dünya kelimeleri arasında yer aldı. Fransızca kesmek anlamına gelen “tailleur” fiilinden “tailor” kelimesi üretilirken, bizde terzi olarak kullanılıyor. Ancak İngiliz kaynaklı bir yerden terzilikle ilgili bir bilgi almak isterseniz, İngilizler orda da farklarını ortaya koyuyorlar; “sartorial”. Kelimelerin farklı kullanılmasının yanı sıra özel dikim terziikte farklı ekollerin de olduğunu göreceğiz.

#### DÜNDEN BUGÜNE ÖZEL DİKİM TERZİLİĞİ

18. yüzyılda dikiş makineleri daha tezgahlara düşmeden önce, her türlü kıyafet özel dikim terzilerinin elinden geçiyordu; her bir giysi için özel kumaş seçilir ve terzi elleriyle kişiye uygun ürünü ortaya çıkarırdı. Hünarlı elleriyle harikalar yaratan özel dikim terzilerinin elbette mesleki sırları vardı ve bu sırları başka bir terziye devredene kadar saklardı. Kolay değil elbette, vücuda tam oturan bir kıyafeti ellerle yaratmak... Tariflerini eksik söyleyen aşçılar gibi terziler de işlerinin püf noktalarını kimseye paylaşmak istemiyordu.

19. yüzyıla gelindiğinde ise Londra’nın dört bir yanı seçkin insanlara kıyafet dikmek için bekleyen terzi dükkanlarıyla doluydu; gömlek, pantolon, ceket, yelek, elbise ve aklınıza daha ne gelirse bu dükkanlarda üretiliyordu. Dükkanlarda çalışanlar ise Londra’nın doğuda yer alan fakir kesiminden oluşuyordu.

Özel dikim terziğinin pik yaptığı Londra’da, İngiliz tarzı dikim ve İngiliz kumaşları dünya çapında bir üne sahipti. Özel dikim terziğin ana vatani İngiltere gözüktüğü de temel bir ihtiyaç olan giyinmek için yapılan bir üretim olan terzi, dünyada da yapılmaya başlandı. Özel dikim terzilerini daha çok burjuvaziler kullansa da, ihtiyaç gereği her türlü ekonomik düzeydeki insanlar için farklı fiyatlarda ürünler de piyasaya sürülüyordu. İşçi sınıfı ve kırsallarda yaşayanlara terziler daha ucuz kumaşlarla düşük bütçeli işler yaparken, zenginlerin yanında çalışanlar patronların hediye ettikleri kıyafetlerin bazılarını giyiyor, bir kısmını ek gelir olması için satıyordu.

#### İNGİLİZ Mİ, İTALYAN MI?

Her mesleğin kendi içerisinde belirlenen özel kuralları vardır elbette ve dünyanın neresine giderseniz gidin çok fazla değişimle karşılaşmazsınız ancak bulunduğunuz yerin kültürü, iklimi ve yaşayış şekli işin işleyişinde farklılıklar yaratabilir; İspanya’da yapılan Siesta zamanı iklim koşullarından ötürü ortaya çıkarken, New York’un havasının fazla sıcak olmaması bu koşulu gerektirmez. İşte bu yüzden ince ayrıntılar mesleği de şekillendirir. Terzilik de bu noktada iki farklı ekolle ayrılıyor; İngiliz stili ve İtalyan stili. Atlas Okyanusu’nun serin sularıyla, Akdeniz’in sıcak denizi terziğin gidişatında da rol oynamış demek ki.



Bu iki stilin ortaya çıkması İkinci Dünya Savaşı'na dayanıyor. İki ülke içinde terzilik esnafın kendi yeteneklerini de işin içine kattığı sanat gibi görülen bir işti. Ancak savaştan sonra Avrupa'da görülen tahribat sonucu terzi nüfusu İngiltere ve İtalya'da yoğunlaştı ve kendilerine özgü bir stilde terziliği farklı iki ekol ile tanımladılar. Dünyanın neresine giderseniz gidin eğer bir takım diktirmek isterseniz karşınıza çıkacak ilk sorulardan biri "İngiliz stili mi olsun yoksa İtalyan mı?" olacaktır. Bu iki stili birbirinden ayıran özelliklerden biri de, İngilizlerin daha çok askeri terzilikten etkilenmiş olmalarıdır. Bunun sonucunda kalıpları daha keskin olan takımlar ortaya çıkaran İngiliz ekolü, omuzluklarda belirginlikler bulundururken, İtalyan ekolünde daha yumuşak hatlara ve düz şekillere yer verilir. İngiliz tarzı takımlar kişiyi daha bir beyefendi veya kont havasına büründürürken, İtalyan tarzı, giyen kişinin çekiciliğini ön plana çıkarır. Bu nedenle, İtalyan terziler, belirgin bir bel ile figürü düzleştiren bir kesim, oldukça kısa bir ceket ve uzun bacaklı ince bir figür izlenimi yaratan dar pantolonlar yaratmaya odaklanırlar.

### OSMANLI'DAN CUMHURİYET DÖNEMİNE

Avrupa'da yaygın olan özel dikim terziliği, Türk topraklarında da Osmanlı döneminden beri varlığını gösteren bir meslek. Saray



içerisinde padişahların ve Osmanlı kadınlarının yoğun ilgi gösterdiği özel dikim terziliğinde Fransız modası takip edilse de özellikle lüks tüketime olan ilgiden dolayı kaliteli ve dayanıklı İngiliz kumaşları tercih edilirdi. Bu dönemde gayrimüslim terziler sarayda hizmet verirdiler. Hayatının bir bölümünü Osmanlı saraylarında geçiren Prenses Leyla Açıba harem anılarında İstanbul'un en ünlü terzilerinin gayrimüslimler olduğunu belirterek, Osmanlı kadınlarının elbise tarzından şöyle bahseder: "... ben saraya intisap ettiğim vakit, sadece bazı yaşlı kalfaların alışkanlıklarından vazgeçemedikleri için alaturka elbiseler giyindiklerini hatırlıyorum. Onlardan başka kimse alaturka giyinmez ve giyenleri ayıplarlardı. Sarayda bilhassa Fransız modası takip edilirdi; Avrupa kraliçelerinin elbiseleri bizim kadın efendilerimizin şahane tuvaletleri ve muhteşem günlük kıyafetlerinin yanında birer bez parçası gibi kalırdı. Zira o pahalı ve tasarımı güç elbiselerden efendime en geç iki hafta zarfında bir tuvalet dikilirdi..."

Saray dışındaki varlıklı olan üst gelir grubu aileler de kıyafetlerini "ısmarlama" usulü meşhur terzilere diktirirlerdi. "Modistre" olarak adlandırılan Ermeni ve Rum terziler kalburüstü gruba hitap ederken, mahalle terzileri de orta gelirli ailelere çalışırdı.

Cumhuriyet'in ilan edilmesiyle değişen toplumsal yapıda giysi reformları da gerçekleşmişti. Artık gayrimüslimlere ısmarlama giysi yaptırmak istemeyen halk, kendi giysisini kendi dikmeye başlarken, aynı zamanda biçki-dikiş eğitimleri verilerek ve Terzilik Mektepleri kurularak yerli terziler yetiştirilmeye başlandı. Bu okullardan çıkanlar soluğu terzi ustalarının yanında alırken, aileleri tarafından "Eti senin kemiği benim" diyerek emanet edilirdi. Çıraklıkla başlayan macera ancak 10-15 yıl sonra ustalık mertebesine erişilerek tamamlanırdı. Uzun ve meşakkatli bir yoldan geçilse de usta olmak her yiğidin harcı değil elbette.

6-7 Eylül olaylarıyla birlikte yaşananlar, azınlıkların ülkeyi terk etmesiyle terziliğe vurulan ilk darbe oldu, ikinci darbe ise konfeksiyon ve hazır giyim sektörünün popülerleşmesiyle gerçekleşti. 1965 yıllarında Türkiye'de başlayan konfeksiyon sektörüne pek rağbet olmasa da ilerleyen zamanlarda tüm dengeler değişti ve özel dikim terziliğe olan ilgi neredeyse yüzde 90 oranında azaldı.

## ÖZEL DİKİM TERZİLİĞİNİN TÜRK USTALARI SMOKİNİ HERKESİN GİYEBİLECEĞİ HALE GETİRDİLER

Atatürk'ün terzisi olarak da bilinen Levon Kordonciyan, dört nesilden beri kişiye özel dikim yapmaya devam ediyor. Aslen Rizeli olan aile, Harbiye'deki yerlerinden AVM'ye taşınmayı düşünmüyor. Çünkü zaten bu dükkanın müdavimleri var. Nesilden nesile devam ettirilen baba yadigarı Kordonciyan markası hala marka değerini kaybetmeden pek çok ünlüye, iş adamlarına ve sanatçılara hizmet ediyor. Atatürk'ten Barack Obama'ya, Marlon Brando'dan Frank Sinatra'ya ve daha pek çok isme smokin üretiyorlar. Kiralama sistemiyle smokini zenginlerin giysisi olmaktan çıkaran Kordonciyan, Smokin Kart aracılığıyla üç bin lira ödeyerek, yıl içerisinde kişinin istediği smokini kiralamasına olanak sağlıyor.

## TERZİLİK KÜLTÜRÜNÜ HAZIR GİYİME YAKINLAŞTIRDI

1992 yılında terziliğe Vakko'da başlayan Sayım Uyanık'ın esas hikayesi hazır giyim sektörünün piyasayı ele geçirmesiyle başlıyor. Terzilikten bir süre elini ayağını çeken Uyanık, hazır giyim sektöründen ilham

olarak bir terziliği kişiye özel mağazacılık anlayışına çeviriyor ve Rainier markasıyla 2003 yılında sahalara geri dönüyor. 50 kişilik ekibiyle iş dünyasından ve spor camiasından pek çok önemli isme özel dikim takım üretiyor. Eski zamanlardaki terziliğin şimdilerde ayakta duramayacağını gören Uyanık, yarattığı sistem ile iki saat gibi kısa bir sürede beş tane ısmarlama gömlek çıkarabilecek kapasitede bir iş gücüne sahip. Zaman sorunu yaşayan iş insanları için önemli bir detay.

## KİŞİYE ÖZEL ÜRETİM ÇORAP

Özel dikim takım, gömlek, yelek, elbise duymuşsunuzdur daha önce, peki ya özel dikim çorap? Özel dikim terziliğinde böyle bir ihtiyacın olduğunu fark eden Cihat Özbekli, kurduğu Çorap Terzisi ile pek çok isme özel çorap üretiyor. Ayhan Bermek, Murat Ülker, Murat Yalçıntaş, Tanıl Küçük, Ömer Dinçkök, Tuncay Özilhan, Sedat Aloğlu, İshak Alaton pek çok özel isme çorap üretiyor. Çorap diktirmek için gelenlerin çoğunun siyah ve uzun boy tercih ettiğini söyleyen Özbekli, çorabın hassas bir uğraş olduğunun altını çiziyor.

**“Hazır giyim hiç yoktu. Mahalle terzileri vardı ucuz olsun diye veya kaliteli terziler. Mahalle terzileri düşük gelir grupları için prova yapmadan pratik olarak dikerlerdi. 1960'larda Paris'te konfeksiyon yaygınlaşmıştı. Ama Türkiye' de 1965'lerden sonra yaygınlaştı. Konfeksiyona rağbet yoktu.”**





GELENEKSEL HALIYA, MODERN  
“DHOKU”NUŞ

**Memet Güreli, 11 yaşında çırak olarak başladığı halıcılığa daha sonra alım satım ile devam etti. İsteği, geleneksel halılara modern bir bakış açısı katarak bir marka yaratmaktı. Dhoku markasıyla el halısı imalatına başladı ve halı dünyasında kendine has tasarımla marka yaratmayı başardı.**

**T**ürkiye, geleneksel el dokuma halıcılığındaki yetkinliğini her geçen gün kaybediyor. Dokuma tezgahları, dokumacılar ve imalatçı firma sayısı azalmaya devam ediyor. El halıcılığına modern motifler ve tasarım katarak markalaşmayı başaran firmalar, geleneği sürdürmeye çalışsa da, bunu başarmanın zor olduğunu söylüyor Memet Güreli ve ekliyor: “Dokuyucu ordusunu kaybediyoruz. Usta, usta yardımcısı, kalfa bulamıyoruz. İhracat pastamızı da Hintlilere kaptırmak üzereyiz. Kendi sektörümüzde 30 yılda bir marka yaratmayı başardık fakat biz de önümüzü göremiyoruz.”

11 yaşında çırak olarak halıcılığa başlayan Memet Güreli, gençlik yıllarında Kapalı Çarşı’da bir dükkan kiralayıp, klasik halı alıp satarak halıcılığı sürdürmüştü. “Fakat halı ticareti beni tatmin etmiyordu. İmalat yapmak, halıcılığa bir şeyler katmak istiyordum” diyor Güreli ve sektörün sürdürülebilir olması için markalaşmak gerektiğini düşünerek, Dhoku markasıyla halı imalatına başladığını belirtiyor.

Sektör olarak 90’lı yıllarda modern kilim ve patchwork halılarla çok büyük bir trend yakaladıklarını hatırlatan Güreli, hızlı değişimi şöyle anlatıyor: “Çırak olduğum dönemlerde, insanlar yatırım amaçlı düşünürdü. Sonraki nesillere iyi bir halı bırakmak amacıyla halı alırdı. Çocuklarının çeyizine halı ayırtırlardı. O dönem kapandı ve hızlı tüketim başladı. Kullan, at tüketimi arttı. Makine halıcılığı ile halı fiyatları çok ucuzladı. Trendler de hızlı değişiyor ve bu değişime makine halıları daha hızlı cevap verebiliyor. Makine halıcılığı da çok gelişti ve güzel işler çıkarmaya başladılar. Nihai tüketici makine halısı ile dokuma halı arasındaki farkı anlayamıyor. Hatta makine halılar daha hafif olduğu için de tercih ediliyor.

Bu değişim ve ekonomik nedenler el halısına talebi düşürdü. Sektörde bir marka yaratmamıza rağmen bizim iş hacmimizde de

yüzde 30’a varan bir düşüş söz konusu. Fakat sektörün genelindeki düşüş çok daha fazla.”

### **TÜRKİYE SAHİP OLDUĞU MARKAYI KAYBEDİYOR**

Türk dokuma halıcılığının en büyük sıkıntılarından birinin, ara eleman eksikliği olduğunu söyleyen Memet Güreli, “Usta, usta yardımcısı, kalfa bulamıyoruz. Her geçen gün dokuyucu usta bulmakta biraz daha zorlanıyoruz. Dokuma mesleği ve yeteneğimizi kaybediyoruz. Dünya klasiği olan Hereke Halısını kaybetmek üzereyiz. Çünkü geleneğimizi, bugünkü yaşam tarzıyla bütünleştiremedik. Öyle bir haliya sahip olmanın getirdiği gücü ve prestiji dünyaya gösteremedik. Markalaşmanın öne çıktığı bir dönemde sahip olduğumuz bir markayı kaybediyoruz” yorumunu yapıyor.

### **HALIDA TRENDİ TASARIM GÜCÜ BELİRLİYOR**

Dünyada halı sektörünün tamamen katma değerli ürünlere yöneldiğinin altını çizen Güreli, şöyle devam ediyor: “Artık tasarım ön planda. Farklı ve özgün bir tarz yaratamazsanız, ürün pazarda değer bulmuyor. Halı dokumacılığını hiç bilmeyen Alman markaları, öyle tasarımlar ve renkler getirdiler ki bugün trendi onlar belirliyor. Tasarım ve marka ile maliyetinin beş katına pazar bulabiliyorlar. Halıcılık denildiğinde ilk akla gelen iki ülke olan İran ve Türkiye maalesef, sahip oldukları kültürel değerlerin

üzerine katma değer katıp farklılaşamadı. Halıda maalesef tasarımcı eksikliği var. Marka yapmış halı tasarımcılarımız yok. Katma değerli, tasarımı yüksek halı üreten ve markalaşan firmalar ayakta kalacak, klasik dokuma halı imalatçıları elenecektir. Çünkü güçlü bir trend geliyor.”

### **DHOKU, EMAAR SQUARE MALL’DE**

Dhoku olarak Kapalı Çarşı’da bulunan dört halı mağazasında kendilerine ait desenler, renkler ve tasarımlarla dokuma halı ve kilim sattıklarını söyleyen Memet Güreli, “Yerel bir geleneği, kültürü, modern tasarımla sunuyoruz. Halılarımızı, Manisa ve İzmir bölgesindeki köylerde bulunan dokuma tezgahlarında dokutuyoruz. Bölgedeki ustalarımız dokuduktan sonra ham haliyle İstanbul’da yıkamanın, kesiminin ve bakımının yapıldığı fabrikamıza geliyor ve burada işleyerek satışa sunuyoruz. Satışlarımızın yüzde 50’si yurt dışına yapılıyor. Avrupalı ve Amerikalı alıcılar ile çalışıyoruz fakat son dönemde o pazarlarda da bir durgunluk var. Dünyanın her tarafına mikro ihracatlar yapıyoruz. Kısa bir süre sonra Emaar Square Mall’de büyük bir showroom açacağız” açıklamasını yapıyor.

**“Geleneksel halıcılıkta da artık trendi, tasarım gücüne sahip ülkeler belirliyor. Türkiye bu ülkelerden biri değil.”**







## İBRAHİM GEYİKOĞLU İHİB YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI “TÜRK EL HALICILIĞININ DÜNÜ, BUGÜNÜ VE GELECEĞİ” KONULU SEMPOZYUMA DOĞRU...

**Türkiye yeniden halı sektörü ile  
ünlü bir ülke haline gelmeli. Devlet  
destekleriyle yeniden üretim  
başlamalı. Sektör için ithalatın  
da önü açılmalı. Dünyanın bütün  
müzelerini süsleyen antika Türk  
halılarımızın tanıtımlarını yapmalı,  
onları tekrar yaşatmalıyız.**

**H**erkesin bildiği üzere Türk el halıcılığı, ülkemizin kültürel anlamda önemli yapı taşlarından biridir. Yurt dışında ülkemizin tanıtımını yapmanın yanı sıra el halıcılığı Türkiye’de önemli sektörlerdendir. İhracat anlamında da önemli bir payı vardır. Ancak hem ekonomik hem kültürel anlamda bu kadar önem arz eden Türk el halıcılığının birçok sorunu da mevcut. Sorunlarımızı anlatmadan önce, bizim İHİB çatısı

altında bu sorunları uzun zamandır çözmeye ve aşmaya çalıştığımızı belirtmek isterim. Lakin bizim çabalarımıza rağmen birçok konunun çözümünün devletin sorumluluğunda olduğunu düşünmekteyim.

Bunun yanı sıra, bu konuyla ilgili sektörün içindeki arkadaşlarımızdan hem sorunlarını hem de varsa çözüm önerilerini bize iletmelerini rica ediyorum. Bu konuları başlıklar halinde ilerde yapmayı düşündüğümüz sempozyumumuzda

**Bu coğrafyada Anadolu Selçuklu Devleti döneminde başlayan halıcılığımızın tarihi 11.-12. yüzyıla dayanmaktadır. Selçuk halılarından sonra, 16.-17. yüzyılda, Osmanlı döneminde yapılan Uşak halıları döneme damgasını vurmuştur.**

tartışmayı umuyorum. Türk el halıcılığında bir düğümün de sizden gelmesini, herkesin çorbada tuzunun bulunması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü bu durum meslekten öte kültürümüzle ilgili bir meseledir. Şimdiden herkese teşekkür ediyorum.

Türk el halıcılığının geçmişi biraz gidecek olursak, medeniyetlerin beşiği olarak adlandırılan Anadolu'dan bahsetmek gerekir. Anadolu, bereketli topraklarında bir sürü medeniyete ve bir sürü kültüre ev sahipliği yapmış ve hala yapmakta olan bir coğrafyadır. Bu coğrafyada Anadolu Selçuklu Devleti döneminde başlayan halıcılığımızın tarihi 11.-12. yüzyıla dayanmaktadır. Selçuk halılarından sonra, 16.-17. yüzyılda, Osmanlı döneminde yapılan Uşak halıları döneme damgasını vurmuştur. Dönemde yabancı tüccarlara verilen kapitülasyonlarla halıcılık kültürümüz Avrupa'ya da taşınmıştır. Avrupa'da zenginliğin ve kalitenin bir simgesi haline gelen bu halılar Lorenzo Lotto gibi ressamların resimlerinde de yer almıştır. Osmanlı'dan sonra Cumhuriyetin ilk yıllarıyla beraber Hereke ipek ve yün halıları Türk kültürünün bir sembolü haline gelmiştir. Bu halıların ünü dünyanın her noktasına gitmiştir. Ancak son zamanlarda maalesef Türkiye bu kültürene, bu değere sahip çıkamamaya başlamıştır. İşte bu noktada yapmamız gereken şu anki durumu iyi analiz edip, teşhisimizi koyup, bir an önce tedavi için tartışmamızdır. Sorunumuzu şu an herkes biliyor, sorunun çözümüne dair de bir çok farklı çözüm önerisi var. Ben şahsen İHİB'teki görevim gereğince sık sık devlet görevlileri ile bir araya geliyorum. Birçok toplantıya katılıyorum. Bu toplantılarda, Türk el halıcılığının problemlerini aktarıyorum.

Bahsettiğim toplantılarda direkt bakanlar ile de görüşüyorum. Ancak bu konuyla ilgili devletin bir birimi olmadığı için şu ana kadar somut bir ilerleme kaydedemedik. Acil bir çözüme ihtiyaç duymakla beraber, devlet sadece, Türkiye'de halı üretimine katkıda bulunmak istiyor, bunun dışında ithalatın önünü kesiyor. Ancak fark edilmeyen şey ithalatın önünün kesilmesine rağmen Türkiye'de üretimin yapılmaması. Birkaç kişisel çaba dışında, yüzyıllardır marka değeri taşıyan Türk el halıcılığı tamamen ortadan kalkmaktadır. Hep üzerinde durduğumuz şey Türkiye'deki maliyetlerle özel sektörün rekabet edemediğidir. Dolayısıyla amacımız ithal edilen malların turizm sektörüne aktarılmasıdır. Bu durumda kanaatimce bir sorun olmadığını belirtmekle birlikte asıl meselenin ithalat değil, ithal edilen halıların "Türk halısı" diye satılması olduğunu düşünüyorum. Bu sektöre verilen en büyük zararlardan biridir. Çünkü satıcı ve tüketici arasındaki karşılıklı güven ortamını ortadan kaldırmaktadır.

Artık herkesin konuşması gerektiğini düşünüyorum. Hep beraber konuşup

bu yanlışlarımızı düzeltmeliyiz. Türkiye yeniden halı sektörü ile ünlü bir ülke haline gelmeli. Devlet destekleriyle yeniden üretim başlamalı. Sektör için ithalatın da önü açılmalı. Dünyanın bütün müzelerini süsleyen antika Türk halılarımızın tanıtımlarını yapmalı, onları tekrar yaşatmalıyız. Eski halılarımızın, kilimlerimizin hikayelerini unutmamalı, unutturmamalıyız. Daha önce Mustafa Kartoğlu'nun bir köşe yazısında yazdığı gibi "Ancak son halı tezgahı da sustuğunda 'dokunabilir kültür mirası'nı hayata döndürmek çok daha maliyetli olacak."

Bu amaçlar ışığında sizlerin düşünceleriniz merak ettiğim sorular; "Türkiye de halı üretimi nasıl olmalı?", "Devletin bu konudaki sorumluluğu nedir?", "Bahsedilen sorunları aşmak için neler yapılabilir?", "İthalatın sektöre zararları ve faydaları nelerdir?", "Turizmde satılan malların kontrolü nasıl yapılabilir?", "El halıcılığı sektöründe sertifika uygulaması yapılabilir mi?"

Her türlü düşünce ve önerilerinizi [kilim@kilimcompany.com](mailto:kilim@kilimcompany.com) e-mail hesabıma bekliyorum. Çok teşekkürler.

**Amacımız ithal edilen malların turizm sektörüne aktarılmasıdır. Bu durumda kanaatimce bir sorun olmadığını belirtmekle birlikte asıl meselenin ithalat değil, ithal edilen halıların "Türk halısı" diye satılması olduğunu düşünüyorum.**



## MODA TASARIMCISI



## ÖZLEM KAYA

**Türk moda dünyasının önde gelen isimlerinden olan Özlem Kaya, moda dünyasında trendin globalden yerele doğru kaydığını belirterek, kültürün modaya entegre edildiği bir sistem yaratılması gerektiğine vurgu yapıyor.**

## “TASARIMCI VE ÖZEL SEKTÖRÜN BİRLİKTELİĞİ YENİ GELİŞEN BİR VİZYON”

**T**ürk moda sahnesinin genç ve başarılı isimlerinden Özlem Kaya, yarattığı cesur ve zamansız stillerin yanı sıra sektörün gelişmesi adına da çalışmalar gerçekleştiriyor. Genç tasarımcıların sektörde kendine daha fazla yer bulması adına yaptığı uğraşların yanında, dünya genelinde değişen trendlerin ve sistemlerin Türkiye modasına giydirilmesi için de gayret gösteriyor.

Geçtiğimiz sene Özgür Masur ile Moda Tasarımcıları Derneği'nin başına geçen Kaya, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın mentorlüğünü ve jüriliğini de yürütüyor.

**Hem katılımcısı hem de seçicisi olduğunuz Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nı nasıl değerlendirirsiniz?**

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, dünden bugüne prestijli bir yarışmaydı. Katılımcıların kendi arasında heyecanlı ancak bir o kadar da ciddi bir rekabete sebebiyet veren Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın her daim sıkı bir takipçisi oldum. Fakat yarışma sürecine mentor ve jüri olarak dahil olmak ekstra sorumluluk yüküyor çünkü her sene dinamikleri, hedefleri, yaratıcı kimlikleri farklı olan yarışmacılarla bir araya geliyoruz. Bu da işin mentorluk ve jüri ayağında hassas dengeler barındırıyor.

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, sektör adına yarışma olmanın ötesinde konumlanmış durumda. Bir okul, yatırım alanı, başlangıç noktası ancak her şeyden önce bir marka. Koza üzerinden Türkiye moda sektörünün ilerleyişini ifade edebilirsiniz. Yarışmanın her ayağında görev alan biri olarak, seçim ve üretim sistemindeki basamakların her geçen sene

daha da ilerlediğine bizzat tanık oldum. Her sene, yarışmayı daha da ileri taşımak için uğraşıyoruz. Bunun da meyvelerini topluyoruz. Yarışmanın sosyal medyadaki yeri ve paylaşımları artmaya başladı. Türkiye'nin önde gelen moda dergileri sergilenen koleksiyonlardan içerik üretiyor. Diğer yandan yarışma, sektör tasarımcı buluşması adına da çok önemli.

**Genç tasarımcılar, özel sektörden yeterli desteği bulamamaktan şikayetçi. Özel sektörün modaya ve modacılar için yeterli yatırımı yaptığını düşünüyor musunuz?** Bu vizyon Türkiye'de yeni yeni oluşmaya başladı. Benim de eş başkanlarımdan olduğum Moda Tasarımcıları Derneği'nin (MTD) kuruluş amaçlarından bir tanesi de bu farkındalığı oluşturabilmektir. Son yıllarda özel sektör, marka kimliğinin bilinirliğinin artmasında tasarımın önemli bir etken olduğunu görmeye ve tasarımcıya yönelik önyargılarını kırmaya başladı. Bu nedenle de tasarımcı-marka iş birlikleri arttı.

Ancak hâlâ temel olan sorunlardan biri, sektörün direkt olarak deneyimli tasarımcılar araması. Fakat deneyim için genç tasarımcılara şans verilmesi gerekiyor.

**Son yıllarda pek çok genç tasarımcı, ilk iş olarak markasını kurma çabası içine giriyor. Bunu doğru buluyor musunuz?**

Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'na gelip derece elde ettiğinde aslında yarışmacılar, kendi markasını kurma potansiyelini yakalamış oluyorlar ancak ben, deneyim edinilmeden marka oluşturulmasını doğru bulmuyorum. Tasarımcının kimliği, hedefleri olabilir ama buradaki en önemli şeylerden biri de tecrübe. Bizim mentorluk

kısımında verdiğimiz eğitimlerden biri de bu. Gençlerin rehberliğe ihtiyacı var, bu sebeple yarışma bittikten sonra da kendilerine danışmanlık vermeye devam ediyoruz. Bu arada yarışmanın ödülleri de MTD üyeliği. Bir seneliğine onları, bize gelen bazı projelerin içine dahil ediyoruz, iş imkanı sağlıyoruz, deneyimli tasarımcıların yanında staj yapmalarına olanak tanıyoruz.

**Moda endüstrisi kumaşçısından iplikçisine, aksesuarına uzanan bir piramit. Bu piramit, sürdürülebilir bir Türkiye modası için nasıl bir birliklik oluşturmalı?**

Türkiye, dünden bugüne hep üretici bir ülkeydi. Bu da ülkemizden çıkan marka sayısının daha az olmasına neden oldu. Marka olgusu sadece tasarımı tekelinde olan bir şey değil; PR'ı, reklamı, ticari kısmı, kumaşçısından aksesuarına tüm paydaşları ile bir bütün. Bu arada mevzu, sadece globale açılmak değil. Lokal kalabilmek de çok önemli. Dünyadaki trend bu yöne doğru kayıyor. Elbette global marka çıkarabilecek potansiyelimiz var. İpliğimizden pamuğumuza, kumaşımıza tüm ham maddeyi üretebilecek seviyedeyiz. Sorun, bunları doğru kullanamamakla alakalı. Bu nedenle daha fazla desteğe ihtiyacımız var.

**İstanbul'un bir moda başkenti olamamasını marka oluşumundaki aksaklıklardan biri olarak görüyor musunuz?**

Mercedes-Benz Fashion Week Komitesi'nde çalışan biri olarak söylemeliyim ki, biz hiçbir zaman Paris Fashion Week gibi olamayacağız. Paris, New York, Londra ve Milano'daki haftalar çok köklü. Kendimizi onlarla kıyaslamamızın anlamı yok. Asıl soru şu: Neden öyle olalım? Ben, her zaman lokal kalınması gerektiği taraftarıyım. Bunun anlamı, dünya tarafından bilinmemek değil. Yerel ve kültürel değerlerin baskın olması gerektiğini söylüyorum. Tıpkı Tiflis Fashion Week gibi. Kendi yerelliği içinde ön plana çıkmaya başladı ve prensiplerinden ödün vermeden ilerliyor. Kültürün moda entegre edildiği bir sistem yaratmalıyız. Kıyaslama değil, kendi içindeki dinamikleri üzerinden değerlendirmeliyiz haftaları.

Diğer yandan bunun bir ticaret olduğunu da unutmamalıyız. Bu haftalarda yer almamızın tek sebebi koleksiyonlarımızı göstermek değil. Bunu satmak ve buradan kazanç elde etmek istiyoruz. Markalaşma, ihracat yapabilme ve daha fazla insana ulaşma gayesindeyiz. Kaldı ki, şu andaki ekonomik konjonktür baz alındığında, ihracat

her sektörde olduğu gibi bizim sektörümüz için de önemli. Fakat yurt dışında satış yapabilmek için öncelikle kendi ülkenizde kabul görmüş olmanız, bir kitle oluşturmuş olmanız lazım. Bunun için de belirli bir oranda üretim yapmalısınız. Bu da ciddi bir altyapı gerektiriyor. Örneğin bizim en önemli sorunlarımızdan biri de kumaştaki metraj sorunu. Bazen numune temin etmekte zorlanıyoruz. Bu da üretimi düşürüyor.

**Bu durum ham maddeyi dışardan almanıza sebep oluyor mu?**

Ben kumaşı yerli kumaşçılardan temin ediyorum. İstanbul ve Bursa'da düzenli olarak çalıştığım firmalar var. Ama metraj sektörü için ciddi bir problem. Ülke olarak, kumaş anlamında bir sorunumuz yok. Çok çeşitli üretim gerçekleşiyor. Yine de bazen spesifik dokulu birtakım kumaşlara ihtiyaç duyuyoruz ve temininde zorlanıyoruz. Bunun için de kumaş firmalarının yatırım yapması gerekiyor. Ancak yüksek maliyetlerden dolayı, çok fazla Ar-Ge yatırımı yapılmıyor.

**Geçtiğimiz sene, Özgür Masur ile birlikte MTD'nin başına geçtiniz. Koskoca bir sektör adına söz sahibi olmanın ağırlığı nedir?**

Öncelikle tüm sektörü temsil etmenin çok ciddi bir sorumluluk olduğunu fark ettim. Tasarlamamızın ve giydirmenin ötesinde sektörün tanımlarını belirlemek, standartlar oluşturmak, etik değerler koymak, sanayi-sektör birliklikleri oluşturmak, yenilikçi tasarımcıya destek olmak gibi yükümlülüklerimiz oluyor.

Bir senedir kendi içimizdeki sistemi de yenilemeye çalışıyoruz. Çünkü üyelerimize doğru cevaplar verebilmek için sürekli yenileniyor olmamız lazım. Sorun ve çözüm önerilerini değerlendirip, ortak bir payda oluşturmaya çalışıyoruz.

Ayrıca dernek olarak en önemli hedeflerimizden bir tanesi de genç tasarımcılar yetiştirmek ve sektöre yön verecek bakış açısı kazandırmaya çalışmak.

**Artık çevreci ve sürdürülebilir ürünler, hayvan hakları vs. de modayı şekillendiriyor. Tüm bunlar sizin gündeminizde nerede yer alıyor?**

Hayvan hakları konusunda son derece duyarlı biri olarak, moda'nın saygılı ve sürdürülebilir tarafını destekliyorum. Diğer yandan hızlı moda anlayışı döngüsel bir değişim içinde. Kaynak israfı, doğanın tahribatı meselesi, sektörler üstüdür. Tüketiciler de artık etiket konusunda çok hassas. Bunun için de sektörün önde gelen kurumları ile bir araya gelip, çalışmalar gerçekleştiriyoruz.

“

**Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, moda sektörü adına yarışma olmanın ötesinde konumlanmış durumda. Bir okul, yatırım alanı, başlangıç noktası ancak her şeyden önce bir marka.**



# EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜNÜN YÜKSELEN DEĞİ

# HAVLU

**Dünya ev tekstili ihracatı sıralamasında dördüncü sırada yerini alan Türkiye, havlu ve bornoz ürünleriyle ülkemizi ve ürünlerimizi tanıtmaya devam ediyor. 165 ülkeye ihraç edilen Türk havlusunda hedef 1 milyar dolar.**

**T**ürk kültüründe özellikle önemli bir yere sahip olan havlunun tarihi 1600 yıl öncesine dayanıyor. Kelime olarak analiz edildiğinde, havlu kelimesinin ‘hav’ kökünün Ermenice kumaş yüzündeki kıl ya da tüylenme anlamına geldiği görülüyor. Bu kadar eski bir zamana dayanmasının arkasındaki sebeplerden birisi ise Türk Hamamı kültürü. Hamamlarda örtünmek için kullanılan incecik ve yumuşak bir dokuya sahip olan peştemaller, popülaritesini daha çok “plaj havlusu” olarak devam ettiriyor. Özellikle yaz aylarında yazlık yerlerdeki peştemal satışları diğer aylara göre daha canlı geçiyor.

## DÜNYA PAZARINDA DÖRDÜNCÜ SIRADA

Dünya ev tekstili arenasında Türkiye oldukça önemli bir noktada yer alıyor. Çin, Hindistan ve Pakistan’dan sonra dördüncü konumda olarak ev tekstili ihracatında yer alan Türkiye’nin, sektör içerisindeki en çok satış yapılan kategorisi havlu ve bornoz ise en üst basamakta yer alıyor. Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği verilerine göre 2017 yılında toplamda ev tekstili sektöründe 2.7 milyar dolar ihracatla dünyada ev tekstilindeki payımız yüzde 4.5 olurken, bunun içerisinde havlu ve bornoz kategorisinin kapladığı hacim yaklaşık 628 milyar dolar. Ancak yapılan marka ve standardize çalışmalarıyla, katma değerli mal üreterek 2023 yılına kadar ihracatın 1 milyar dolara çıkabileceğini söyleyen uzmanlar mevcut.

Ayrıca, Türk havlusunun bir kilogramlık ortalama ihracat değeri 8 dolar.

## HAVLUDA İKİ LİDER İL

Havlu ve bornozuyla meşhur olarak bilinen Denizli ve Bursa’nın havlu ihracatındaki payı yadsınamayacak kadar fazla. Denizli, bu alanda ülkenin yıllık ihracatının yaklaşık üçte birini karşılarken, pamuklu tekstil alanında dünya başkenti olarak kabul görülüyor.

**Katma değerli ürün  
üretimiyle markalaşma  
yolunda hızlı adımlarla  
ilerleyen havlu ve bornoz  
ürünleri “Turkish Towel”  
adıyladünyaya duyuruluyor.  
İlerleyen dönemlerde  
belirli standartlar içerisinde  
üretilecek olan Türk havluları  
kaliteyi standardize ederek,  
markalaşma yolunda önemli  
bir adım atılmış olacak.**

## 2018 YILI TÜRKİYE HAVLU İHRACATINDAKİ İLK 3 ÜLKE

**ABD**  
**14 BİN TON**  
**123 MİLYON DOLAR**

**ALMANYA**  
**11 BİN TON**  
**99 MİLYON DOLAR**

**FRANSA**  
**6.4 BİN TON**  
**54 MİLYON DOLAR**

Bursa ise sahip olduğu İpekböcekçiliği kaynağı sayesinde ipek dokuma konusunda havlu ve bornoz ile ön plana çıkıyor. Katma değerli ürün üretimiyle markalaşma yolunda hızlı adımlarla ilerleyen havlu ve bornoz ürünleri “Turkish Towel” adıyla dünyaya duyuruluyor. İlerleyen dönemlerde belirli standartlar içerisinde üretilcek olan Türk havluları kaliteyi standardize ederek, markalaşma yolunda önemli bir adım atmış olacak.

### ALMANYA'DAN AMERİKA'YA

Tekstil ihracatında Almanya ile olan yakın ilişkiler ev tekstilinin havlu ve bornoz ihracatında da yakalanmış durumda. Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerin başında gelen Almanya, sonrasında ise Birleşik Devletler, Bulgaristan ve İtalya bulunuyor. Ancak ev tekstili ürünleri ithalatı açısından ve havlu kullanımının çok görüldüğü ABD, ihracat konusunda Türkiye'nin radarına girmiş durumda. Hedef pazar olarak görebileceğimiz ABD pazarında son kaydedilen gelişmeler ise iyi yönde. Yapılan araştırmalara göre 2017 verilerinin son iki yılında yüzde 15'lik dikey bir tablo sergilenmiş. Konuyla ilgili Denizli İhracatçılar Birliği Başkanı Süleyman Kocasert, “Önümüzdeki yıllarda havlu ve bornoz için bu artışın yine iki haneli rakamlarda süreceğini rahatlıkla söyleyebiliriz. ABD pazarında büyümemiz devam edecek. Bizden en çok havlu ithal eden ülke çok uzun yıllar Almanya'ydı. Geçen yıl ABD, Almanya'yı geçti, bu yıl da geçeceğine kesin gözüyle bakılıyor. Belki de havludaki en büyük pazarımız ABD olacak ve ABD'de bir Türk havlusunu rüzgarı esecek” diyor.

### TÜRK HAVLULARI HER YERDE

Yumuşacık ve emme gücünün yüksekliğiyle büyük ilgi gören Türk havluları yerelde olduğu kadar dünyada da büyük ilgi görüyor. Türklerin geleneksel hediyelerinden biri olan havlu, aynı zamanda İngiltere Kraliyet ailesinin de literatürüne girmiş bulunuyor; Prens William ile Kate Middleton evlenecekleri zaman Denizli'den sipariş ettikleri 40 bini altın işlemeli olan Türk havlularını, düğün davetiyesinin yanında dağıttılar. Bunun dışında Brad Pitt'in heyecanlı aksiyon sahnelerinin yer aldığı Truva filminin tüm havlu ve bornozları yine Türkiye'den gönderilmiştir.

Ayrıca, Final Four gibi uluslararası spor müsabakalarında Türk havluları, sporcuların deneyip de bırakmadığı bir deneyimi onlara yaşatıyor.

### KUMAŞIN SAĞLIKLI OLMASI TERCİH SEBEBİ

Dünya havlu ihracatında 4. sırada yer alan Türkiye'nin havlu grubunun alt kategorisi olarak adlandırabileceğimiz peştemalleri bilmeyen yok. Birbirinden farklı renkleri, dokumaları ve tasarımlarıyla havlunun yer aldığı her türlü alana giriş yapan peştemaller, pek çok kişi tarafından tercih ediliyor. Buldan Ticaret Odası Başkanı Halil Baştürkmen'in yaptığı açıklamalar da destekler konumda: “Peştemal'in üretildiği buldan kumaşının özelliği, doğadaki pamuğun veya ketenin eğrilerek ip haline getirildikten sonra dokunmasıdır. Kimyasal ya da ısı bir işlem görmemesi de talebin artmasında etkili oluyor. Doğal olmayan kumaşlara karşı bir bilinçlenme oldu. Artık kimse ter emmeyen, koku yapan, sağlıksız kumaş istemiyor. Tüm dünya pamuklu kullanmaya başladı. Dünya pazarında yıllık 300-400 bin adet ihraç ediliyor. Bu





yıllık ortalama 1 milyon avroluk peştemal ihracatı olduğu anlamına gelir” dedi.

Günümüzde doğal ürünlere olan ilginin artması peştemale olan ilgiyi arttırırken, peştemali sadece plajda değil pek çok alanda da kullanmak mümkün.

**Hafif ve çabuk kuruyan bir plaj havlusu.** Güneş her ne kadar ısınmamızda kolaylık sağlasa da, kalın bir havluyu güneşte kurutmak oldukça zor bir hal alabiliyor. Oysa buldan kumaşından üretilmiş bir peştemal hafifliği ve çabuk kuruyan özelliğiyle hem çantanızda ağırlık yapmaz hem de pratik bir şekilde kururken, sonraki denizden çıkışınızda ıslaklığınızı üstünüzden alabilir.

**Şık bir banyo havlusu.** Türk kültüründen gelen hamam geleneğiyle banyo havlusu olarak peştemalin kullanımına Türkler alışık olsa da, yabancılar için banyo tekstilinde bambaşka bir kapı açılıyor. Yumuşaklığıyla banyo sonrasında yaşayacağınız keyfi devam ettirmenizi sağlar.

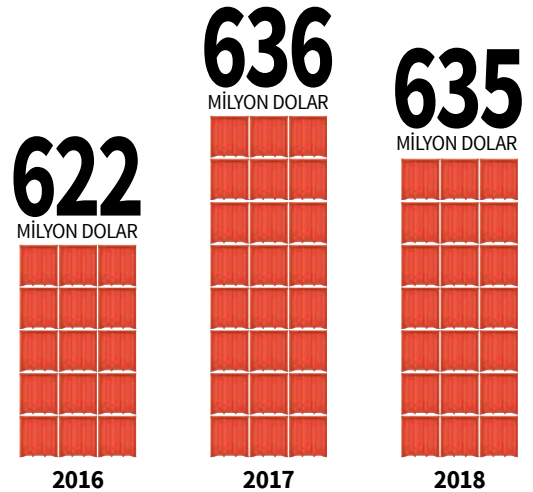
**Konforlu bir SPA havlusu.** Hafifliği ve kadifemsi yumuşaklığıyla rahatlamak için gidilen SPA gününden gerçek anlamda kötü enerjiden arınmış olarak çıkmanıza yardım eder.

**Modern bir plaj kıyafeti.** Peştemaller, ev tekstili dışında artık plaj kıyafeti olarak da tekstil sektöründe kendini göstermeye başladı. Emici yapısıyla ıslak bile olsanız gıyeceğiniz zaman odaya gidene kadar kurumuş olabilirsiniz.

**Kuş hafifliğinde bir spor havlusu.** Spor yaparken boyunda duran havlunun ağırlığı bir süre sonra ağrı hissetmenize neden olabilir. Onun yerine hafifliğiyle gönülleri kazanan bir peştemal ile terinizi kolayca alabilirsiniz.



## RAKAMLARLA HAVLU İHRACATI



# TEMMUZ - AĞUSTOS - EYLÜL

**NEWYORK TEXTFUSION FUARI**  
NEWYORK 01.07.2019

**İHKİB-PARİS WHO'S NEXT FUARI**  
PARİS 06-09.09.2019

**İTHİB-PREMIER VISION  
PARİS FUARI**  
PARİS 17-19.02.2019

**İHKİB-LAS VEGAS  
WWD MAGIC FUARI**  
LAS VEGAS 11-14.08.2019

**İHKİB-NEWYORK  
WOMEN'S COTERIE FUARI**  
NEWYORK 16-18.09.2019

**İHKİB-CIFF FUARI**  
DANİMARKA 07-09.08.2019

**İDMİB-MİPEL FUARI**  
15-18.09.2019







**PROF. DR. EMRE ALKIN**  
EKONOMİST

**7.1**

**2018 ihracat  
artış oranı**

**Sanayi üretimi ve perakende rakamlarına bakıldığında “dipten toparlanma” değerlendirmesinin gerçekten aceleci bir yaklaşım olduğu anlaşıldı.**

# YAZ AYINDA EKONOMİ SICAK GEÇECEK

**Piyasada yaşanan dalgalanmalar gelecekle ilgili kafa karışıklığına yol açarken, ihracatın artması ve cari açığın gerilemesi içlere su serpiyor.**

**O**cak-Şubat-Mart aylarında perakende satışlar ve sanayi üretiminde başlayan yükseliş, biraz da aceleci bir şekilde “dipten toparlanma” şeklinde nitelendirilmişti. Hatta bu yılın ilk üç ayında işsizlik yüksek seyretse de istihdamın artması da yüreklere su serpmişti.

Ancak, önce bütçe gerçekleştirmelerinde mart ayından sonraki aylara ait rakamlara vakıf olmaya başladık. Ardından sanayi üretimi ve perakende rakamları gelince, “dipten toparlanma” değerlendirmesinin gerçekten aceleci bir yaklaşım olduğu anlaşıldı.

Bütçe dengesindeki hızlı bozulmanın sebebini şu şekilde izah edebilirim: Bütçe gelirlerindeki düşüş hızı, bütçe giderlerindeki düşüş hızından daha fazla. Ancak bu durum sadece bütçe açığını genişletmiyor. Bir de faiz dışı açık yaratıyor. Daha önceki raporlarda sıkça belirttiğim gibi, faiz dışı bütçe fazlası vermeyen bir ülkenin “net borçlanma” yapma imkanı ortadan kalkıyor. Yeni borcun tamamı eski borcu kapatmaya yarıyor. Bir süre sonra bu durum bir sarmala dönüşüyor. Bu sebeple “önce büyüyelim sonra bütçeye bakarız” yaklaşımı bu şartlar altında başarılı bir sonuç vermeyecektir.

Nisan ayına ait Sanayi Üretimi ve Perakende Satış verilerinin olumsuz şekilde seyretmesi, uzmanların şu soruyu sormasına sebep oldu: “Acaba bu yılın ikinci çeyreğinde de negatif büyüme olacak mı?” Net olarak söylemeliyim ki, şu an bu ihtimal elle tutulur hale geldi. Özellikle ertelenen İstanbul seçimleri ve ABD ile yaşanan diplomatik çekişme, özel yatırım ve tüketimde erteleme eğilimi doğurdu diyebilirim. Bu eğilimi fark eden hükümetin, talebi canlandırmak amacıyla kredi kartlarına uygulanan taksit sayısını artırdığını görmekteyiz. Ancak, yetersiz

tasarruflar ve kredi kartı taksit sayısındaki artış yan yana geldiğinde gelecekle alakalı soru işaretleri aklımıza gelmiyor değil.

Tam bu esnada Moody’s Türkiye’nin kredi notunu düşürdü. Türkiye’nin kredi notunun Moody’s tarafından düşürülmesinin ekonomik kırılganlıklara rağmen, politik bir karar olduğuna inanıyorum. Çünkü kararın açıklandığı metne bakınca, genel geçer ifadelerin kullanıldığını görüyorum. “Dış kırılganlık ve cari açık” konusuna değinilmiş ama doğru taraftan değinilmemiş. Eğer “büyüme yavaşlarken cari açık düşüyor, bu durum yapısal bozukluk sebebiyle ortaya çıkıyor” deseler hak vereceğim ama bu gerçek not kırmayı gerektirmez. Bir ekonomik bozulma ihtimalini öngörmeleri de mümkün ancak bunu da not kırarak yapamazlar. Dolayısıyla, ABD-Türkiye ilişkilerinin giderek bozulmasının bir yan etkisi olarak değerlendiriyorum bu kararı.

Merkez Bankası’nın haziran ayında gerçekleştirdiği PPK toplantısından faiz ile ilgili bir değişiklik çıkmayacağını öngörüydük. Nitekim faize dokunmadı. Ancak 1 hafta sonra piyasa yapıcı olan bankalara 100 baz puan daha düşükten fonlama yaratmaya karar verdi. Birçok uzman bunu örtülü faiz indirimi olarak değerlendirdi. TCMB’nin bu adımını doğru bir yaklaşım olarak nitelendiriyorum. Ancak, para politikasında şeffaf davranmadığı konusundaki eleştirilere daha fazla malzeme üretmiş oldu. Döviz kurları ve faiz ile ilgili adımlar resmi değil ama gayri resmi şekilde atılıyor şeklinde bir intiba yandı. Söz konusu intiba giderek yayılıyor.

Belki de en olumlu gelişme ihracatın artması ve cari işlemler açığında enerji fiyatlarının da yardımıyla ortaya çıkan gerileme diyebilirim. Ancak onunla ilgili de riskler bulunuyor.

Özetle, oldukça sıcak bir yaz olacağını söylemek için falcı olmak gerekmiyor.



**ERDOĞ AN KARAHAN**  
Yeminli Mali Müş avir  
İstanbul Denetim ve YMM A.Ş. Genel Müdürü

**Yurt dışında yapılan alışverişlerde, Avrupa Birliği ülkelerinden yapılacaklarda yüzde 18, diğer ülkelerden yapılacak olanlarda ise yüzde 20 vergi alınacak.**

# YURT DIŞINDAN KARGO YA DA POSTA YOLUYLA YAPILAN ALIŞVERİŞLERDE GÜMRÜK MUAFİYETİNİN KALDIRILMASI

**Son yapılan Gümrük Kanunu düzenlenmelerinde artık yurt dışından yapılacak alışverişlere vergi uygulaması getiriliyor. 150 Euro altı kitap veya benzeri basılı yayın alışverişi haricinde alınacak her kargo ya da postaya ayrıca vergi verilecek.**

**15** Mayıs 2019 tarih ve 30775 sayılı Resmî Gazete’de 4458 Sayılı Gümrük Kanunu’nun bazı maddelerinin uygulanması hakkında kararda değişiklik yapılmasına dair karar (karar sayısı: 1111) ve yine aynı tarihli 1106 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı yayımlandı. Kararlar ile birlikte pek çok kişiyi etkileyen vergisel düzenlemeler yapıldı. Yapılan düzenlemelerden bir tanesi de yurt dışından kargo ya da posta yoluyla yapılan alışverişlerde en son 22 Euro olarak belirlenen muafiyet sınırının kaldırılmasıdır.

## **4458 SAYILI GÜMRÜK KANUNU’NUN BAZI MADDELERİNİN UYGULANMASI HAKKINDA KARARDA DEĞİŞİKLİK YAPILMASINA DAİR KARARDA YAPILAN DEĞİŞİKLİKLER**

1106 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararının 1. maddesi ile 4458 sayılı Gümrük Kanunu’nun bazı maddelerinin uygulanması hakkında kararın 45. Maddesi’nin 1. Fıkrası aşağıdaki şekliyle değiştirilmiştir.

“(1) Türkiye Gümrük Bölgesi’ndeki bir kişiye posta ya da hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen, bedeli gönderi başına toplam 150 Euro’yu geçmeyen kişisel kullanıma mahsus kitap veya benzeri basılı yayına muafiyet tanınır.”

Cumhurbaşkanlığı kararının 2’nci maddesi ile anılan kararın 62’nci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki

şekilde değiştirilmiştir.

“(1) Kıymeti 1.500 Euro’yu geçmemek şartıyla, posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşyanın değeri ile kişisel kullanıma mahsus kitap veya benzeri basılı yayın için 45.inci maddede ve yolcu beraberinde gelen eşya için 59’uncu maddede belirtilen limitleri aşan eşyanın değeri üzerinden;

**a)** Avrupa Birliği ülkelerinden doğrudan gelmesi durumunda %18,

**b)** Diğer ülkelerden gelmesi durumunda %20,

**c)** Kitap veya benzeri basılı yayın için %0, **ç)** 6/6/2002 tarihli ve 4760 sayılı Özel

Tüketim Vergisi Kanununa ekli (IV) sayılı listede yer alan eşya olması durumunda yukarıdaki oranlara ilave %20, oranında tek ve maktu bir vergi tahsil edilir.”

2011 yılı öncesinde 150 Euro olan muafiyet sınırı 2011 sonrasında 75 Euro düşürülmüş, 2017 yılında 30 Euro ve 2018 yılında da nihai olarak 22 Euro olarak uygulanmıştı. Bugün yayımlanan Cumhurbaşkanlığı kararı ile 31 Mayıs 2019’dan itibaren 150 Euro’ya kadar yapılan haricindeki 1.500 Euro’ya kadar yapılan tüm yurtdışı siparişleri gümrük vergisine tabi tutulmuştur. Şayet 1 Euro’luk bir ürün bile sipariş verseniz bu ürünün değeri üzerinden;

• Ürün AB ülkelerinden geliyorsa %18,

• Diğer ülkelerden geliyorsa %20

gümrük vergisi ödemek zorunda kalacaksınız.

Ayrıca Resmi Gazete’de yapılan değişiklik ile yurt dışından kargo ya da posta yoluyla verilen siparişler şayet 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) kanununun kapsamına giriyorsa ilave olarak bir de %20 ÖTV ödenmesi gerekecektir. Bunun için gümrük idaresinin ilgili ürünün ÖTV’ye tabi olup olmadığını belirlemek için ürün paketini açarak incelemesi gerekecektir. Bu ise, söz konusu ürünü alanlara ayrıca “gümrük sunum ücretini” adı altında bir bedelin yansıtılmasını gündeme getirecektir.

**YURT DIŞINDAN POSTA VEYA KARGO İLE GELEN VE DEĞERİ 1.500 EURO’YU AŞMAYAN EŞYA İÇİN AYRICA KDV’NİN ÖDENİP ÖDENMEYECEĞİ SORUNSALI;**

Kararın yürürlüğe gireceği tarihten itibaren, kıymeti 1.500 Euro’yu geçmemek şartıyla, posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşyanın Avrupa Birliği ülkelerinden doğrudan gelmesi durumunda %18, diğer ülkelerden gelmesi durumunda %20, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu’na ekli (IV) sayılı listede yer alan eşya gelmesi durumunda belirtilen oranlara ilave olarak %20 oranında tek ve maktu bir vergi tahsil edilecektir.

Yapılan düzenlemede verginin tek ve maktu olacağı ayrıca belirtilmiştir. Dolayısıyla yurt dışından sipariş edilen ürünlerde KDV’nin ayrıca ödenmesi gerektiği yönünde yapılan yorumlar isabetli değildir. Kıymeti 1.500 Euro’yu geçmemek şartıyla, yurtdışından posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşya için tek ve maktu bir vergi uygulanmakta olup, ayrıca bir KDV ödenmesi söz konusu olmayacaktır.

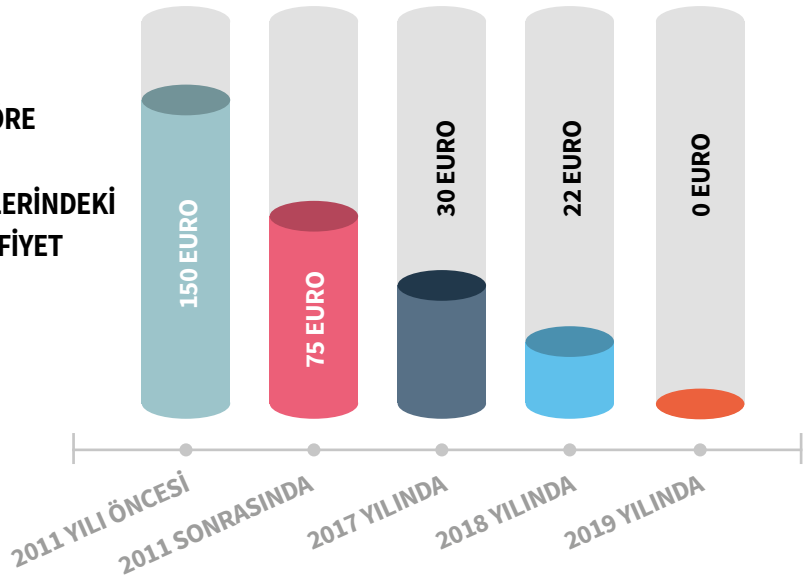
Tek ve maktu tarife ithalata ilişkin tüm mali yükümlülükler dikkate alınarak belirlenmektedir. Belirlenen oran, ithalat sırasında ödenmesi gereken Gümrük Vergisi, KDV vb. gibi tüm vergileri kapsamaktadır. Yani tek ve maktu tarife uygulanan bir eşyada, ayrıca gümrük vergisi, KDV vb. alınması mümkün değildir.

Yurt dışından posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşya için 1.500 Euro’ya kadar tüm vergileri kapsayacak şekilde tek bir oran uygulanmakta iken, bu tutarın (1.500 Euro’nun) üzerindeki bir eşyada, gümrük vergisinin yanında KDV, ÖTV gibi ithalata ilişkin diğer tüm mali yükümlülüklerin de ödenmesi gerekmektedir.



**Kıymeti 1.500 Euro’yu geçmemek şartıyla, yurt dışından posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşya için tek ve maktu bir vergi uygulanmakta olup, ayrıca bir KDV ödenmesi söz konusu olmayacaktır.**

**YILLARA GÖRE YURT DIŞI ALIŞVERİŞLERİNDEKİ VERGİ MUAFİYET SINIRLARI**



# GİYİLEBİLİR TEKNOLOJİ

## MODAYI MULTİDİSİPLİNER HALE GETİRİYOR

21. yüzyılın yenilikçi teknolojileri, moda giyim ürünlerinin üretimini ve tasarımlarını yeniden şekillendirmeye başladı. Vücutta rahatlıkla giyilen aksesuar ve kıyafetler, fiziksel fonksiyonların izlenmesi, biyolojik verilerin elde edilmesi ve bilgilerin depolanması gibi imkanları sayesinde sağlık, eğitim, ulaşım ve finans gibi alanlarda da kullanılmaya başlandı.



**G**iyilebilir teknolojiler, her geçen gün rutin yaşamımızda daha fazla yer almaya başladı. Vücuda takılabilen ve giyilebilen kıyafet ve aksesuarların bir parçası olan elektronik aletleri tanımlayan giyilebilir teknoloji, kablosuz olarak veya bluetooth ile bağlantı sağlayarak, veri analizleri yapılmasına olanak sunuyor. Matrix'in akıllı gözlükleri, James Bond'un sesle komut verdiği saati, Iron Man'in akıllı kıyafeti, Geleceğe Dönüş filminde Marty McFly'in bağcıklarını kendi bağlayan ayakkabısının vücut bulduğu günümüzde her geçen gün daha fazla talep gören bu dijital giyim pazarı, artan bir hızla büyümeye devam ediyor. Microsoft'un "ışın"lamayı keşfe yakın gözlükleri, Apple'ın Bond'un kiyle yarışan akıllı saatleri ve Nike'in ürettiği kendi bağcığını bağlayan ayakkabıları ve daha fazlasıyla, 2022 yılına gelindiğinde pazarın 57,7 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

Adidas (Almanya), Xiaomani Inc. (Çin), Apple Inc. (ABD), Google Inc. (ABD), Garmin Ltd (ABD), Fitbit (ABD), Jawbone (ABD), Samsung Electronics Co., Ltd. (Güney Kore), Sony Corporation (Japonya), Qualcomm Technologies, Inc. (ABD), Nike, Inc. (ABD), Life sense Group (Hollanda), Misfit, Inc. (ABD) gibi oyuncuların ön plana çıktığı pazar, araştırma firması International Data Corp.'un yayınladığı 2018 tarihli rapora göre, saat, fitness aletleri ve spor kıyafetlerine olan talebin artması ile önümüzdeki birkaç yıl içinde teknoloji endüstrisinin en parlak alanlarından biri haline gelecek.

IDC firmasının yaptığı araştırmaya göre geçtiğimiz sene itibariyle, giyilebilir teknolojiye dair yapılan satışlar yüzde 9 artışla 125,3 milyon cihaza ulaşırken, 2022 yılında ise yüzde 11 büyüyerek, 233 milyon cihaz satışla 27 milyon dolar büyüklüğe ulaşacak. Genişleyen segmentlere ve ürün çeşitliliğine ulaşılması ve artan çeşitlilik ile beraber fiyatların düşmesi, tüketicilerin bu pazara daha fazla ilgi göstermesini sağlıyor. Eğilimin artması ise pazarın tahminlerin ötesinde büyüyeceği anlamına geliyor.

## SAĞLIK SEKTÖRÜ GIYİLEBİLİR TEKNOLOJİLERİN LOKOMOTİFİ OLACAK

2019 yılı sonu itibariyle 53 milyon doların üzerinde bir hacme ulaşması beklenen giyilebilir teknoloji pazarında şu an için en büyük payı gözlükler ve saatler alıyor olsa da spor ve sağlık sektöründe yaşanan gelişmeler, talep çeşitliliğini son birkaç yıl içinde iyice artırdı. Spor ürünlerinde ısı dengesini ayarlayabilme, nefes alabilme, kinetik enerjinin verimli kullanılmasını kolaylaştıran kıyafetlerin ve kumaşların üretimi, bu alandaki satışların hızla artacağını gösteriyor. Diğer yandan sağlık sektörünün de teknoloji ile yeniden şekillenmeye başlaması yakın bir zamanda bu sektörün, giyilebilir teknolojinin lokomotifi haline geleceğinin sinyallerini veriyor. Şu anda kişilerin sağlığını ve fitness muhabbetlerini takip eden akıllı teknolojiler mevcut. Bunların 2020 ile beraber daha da gelişmesi bekleniyor.

Kişiselleştirilmiş ve gerçek zamanlı veri toplayan akıllı sağlık izleme sistemleri, hem hastaların daha kontrollü olmasını sağlıyor hem de sağlık bilimi adına daha kolay veri toplanmasına olanak sunuyor. Şirketlerin son yıllarda rekabetin boyutunu iyice artırdığı giyilebilir "tanı" ve yardımcı cihazlar, şirketler tarafından da tercih edilmeye başladı. Stresin yoğun olduğu alanda firmalar, çalışanların daha rahat çalışması ve sağlıklı alışkanlıklar edinmesi için giyilebilir sağlığa yatırım yapmaya başladı.

## NANOTEKNOLOJİ GIYİLEBİLİR TEKNOLOJİ PAZARINI İLERİ TAŞIYOR

Bilim ve teknoloji alanında ortaya konan hızlı gelişmeler ışığında geldiğimiz noktayı "nano" olarak tanımlıyoruz. Her ne kadar yeterince farkında olmasak da hayatımızın hemen her alanında kullandığımız teknolojik ürünler nano ölçeği ile derecelendiriliyor; kullandığımız tüm teknolojik ürünlerden, giydiğimiz kıyafetlere ve kullandığımız aksesuarlara kadar. Bu sebeple son yıllarda büyük bir hız kazanan giyilebilir teknolojiler pazarı

**Giyilebilir teknolojilerin büyümesi, insanların moda endüstrisini de büyük ölçüde etkileyecek olan akıllı cihazlarla bağlanma şeklini yeniden kurguluyor. Allied Market Research tarafından yapılan araştırmaya göre, giyilebilir teknoloji pazarının 2015 yılında 19,6 milyar dolar olan pazar büyüklüğü 2022 yılına gelindiğinde yıllık yüzde 16,2'lik bir büyüme göstererek, 57,7 milyar dolara ulaşacak. En büyük büyümenin ise spor modası ve sağlık alanında gerçekleşmesi öngörülüyor.**





**Teknolojinin hayatımızın her alanına girmesiyle, tüketici beklentileri de değişkenlik göstermeye başladı. Tüketiciler artık, terletmeyen kumaşlar, çevreci ürünler, akıllı kıyafetler istiyor. Markalar ise nanotekstili bünyelerine entegre etmeye çoktan başladı.**

**57,7**  
**MİLYAR DOLAR**  
**2022 yılı pazar büyüklüğü hedefi**

nanoteknoloji ile paralel ilerliyor.

Günbegün gelişim içerisinde olan tekstil endüstrisinin mühendisleri kıyafetlere entegre ettikleri teknolojilerle beden ısısını ölçen, koku moleküllerini algılayan ve ilaç salgılayan mekanizmaları da güçlendiriyor. Diğer yandan ise günlük hayatta en fazla talepte bulunduğumuz leke tutmayan, buruşmayan ya da kendini kırışıklığını kendi gideren kumaş ve giysilerin de kullanımını artırıyor. Son yılların en fazla ilgi gören çevreye dost tekstil pazarı da nano ve teknoloji iş birliğini güçlendiriyor.

Sektörü her geçen gün daha rekabetçi ve yenilikçi bir yapıya sürükleyen bu gelişmeler ışığında, teknoloji devleri kadar, moda ve tekstilin önde gelen aktörleri de yüksek yatırımlar yapıyor.

Nike, Zara gibi hazır giyim firmaları, uzun yıllardır bu nanotekstil teknolojisini kullanıyor. Son yıllarda, yalnız tasarım ve fiyatla rekabetçiliğin sağlanamayacağını fark eden Türk hazır giyim ve tekstil firmaları da nanotekstil konusuna önem vererek bu doğrultuda Ar-Ge yatırımlarını artırıyor.

Tüketicilerin daha fazlasını bekleme eğilimi, firmaların yatırımlarını da şekillendiriyor. Fiyat, tasarım, teknoloji yatırımları arttıkça firmalar, pazarda daha

rekabetçi bir pozisyona bürünüyor.

#### **ORKA NANOTEKSTİLDE ÖNCÜ FİRMALARDAN**

Uzun yıllardır Ar-Ge çalışmalarına öncelik veren Orka Grup, müşterilerinin beklentilerini daha da artıracak nanotekstil yatırımlarına uzun senelerdir devam eden firmalardan. Doğal klima etkisi yapan ve cep telefonunun yaydığı radyasyonu engelleyen ceketlerden, kırışmayan takım elbiselere, anti stres tişörtlerden su itici takım elbiselere kadar pek çok ürün gamında, müşterilerin beklentilerini karşılıyor.

#### **SELÜLİT ÖNLEYİCİ ÇORAP**

İstanbul Çorap firması tarafından üretilen Parizen Clinique serisi, ayakta bakteri ve koku oluşumunu engelleyen anti-bakteriyel özelliğe sahip. Aynı zamanda anti-selülit özelliğiyle selülit oluşumunu da engelleyen çorap, bacağına ekstra nem de sağlıyor.

#### **ÖRME ÜRÜNLERDE NANOTEKSTİL**

Yeşim Tekstil, ürünlerinde leke ve su tutmayan, çabuk kuruyan, kolay ütülen özellikleri Türkiye'de ilk defa örme ürünlerin üretiminde kullanıyor. Bu özellikleriyle ürünlerde nanotekstil kullanımının yanı sıra çevreci üretime de katkı sunuyor.



**AV. H. OZAN ÖGÜT**  
Aydın & Ögüt Hukuk Bürosu

**İş sözleşmesinin “ahlak ve iyi niyet kurallarına uymayan haller” dayanarak işveren veya işçi tarafından feshinin, taraflardan birinin bu çeşit davranışlarda bulunduğunu diğer tarafın öğrendiği günden başlayarak altı iş günü geçtikten ve her halde fiilin gerçekleşmesinden itibaren bir yıl içinde kullanılması gerekmektedir.**

# İŞ SÖZLEŞMESİNİN FESİH İLE SONA ERMESİ

**Sürelî fesih ancak belirsiz sürelî iş sözleşmesinde söz konusu olmaktadır. Burada bildirim sürelerine uyulması gerekmektedir. İş altı aydan az sürmüş işçi için iki hafta önceden; iş altı ay ile bir buçuk yıl arası sürmüş ise dört hafta önceden; iş bir buçuk yıl ile üç yıl arası sürmüş ise altı hafta önceden; iş üç yıldan fazla sürmüş ise sekiz hafta önceden diğer tarafa bildirilmesi gerekmektedir.**

**İ**ş sözleşmesi, işçinin bağımlı olarak iş görmeyi, işverenin de ücret ödemeyi üstlenmesinden oluşan sözleşmedir. Taraflardan birinin iş sözleşmesini sona erdirmek için karşı tarafa irade beyanında bulunması iş sözleşmesinin feshi niteliği taşımaktadır. Fesih; sürelî fesih ve haklı nedenle fesih olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Sürelî fesih ancak belirsiz sürelî iş sözleşmesinde söz konusu olmaktadır. Burada bildirim sürelerine uyulması gerekmektedir. İş altı aydan az sürmüş işçi için iki hafta önceden; iş altı ay ile bir buçuk yıl arası sürmüş ise dört hafta önceden; iş bir buçuk yıl ile üç yıl arası sürmüş ise altı hafta önceden; iş üç yıldan fazla sürmüş ise sekiz hafta önceden diğer tarafa bildirilmesi gerekmektedir. Sözleşme, bildirim süresinin sonunda sona ermektedir. Bu süre içerisinde işçi çalışmak zorunda, işveren de ücret ödemek zorundadır. İster işçi sözleşmeyi feshetsin ister işveren feshetsin işveren işçiye günde iki saatten az olmamak üzere yeni iş arama izni vermelidir. İşçi dilerse günlük iki saat kullanmayıp, toplu olarak işten ayrılmadan önceki günlere ekleyecek şekilde bu süreyi kullanabilir.

İşveren bildirim süresini beklemek istemiyorsa, peşin ödeme suretiyle fesih yapabilir.

Haklı nedenle fesih ise hem belirli hem de belirsiz sürelî iş sözleşmesinde uygulanmaktadır. Burada bildirim süreleri uygulanmaz. İşçinin haklı nedenle fesih hakkı üç başlık altında toplanmaktadır:

## 1-SAĞLIK SEBEPLERİ

**a)** İş sözleşmesinin konusu olan işin

yapılması, işin niteliğinden doğan bir sebeple işçinin sağlığı veya yaşayışı için tehlikeli olursa.

**b)** İşçinin sürekli olarak yakından ve doğrudan buluşup görüştüğü işveren yahut başka bir işçi bulaşıcı veya işçinin işi ile bağdaşmayan bir hastalığa tutulursa.

## 2-AHLAK VE İYİ NİYET KURALLARINA UYMAYAN HALLER VE BENZERLERİ

**a)** İşveren iş sözleşmesi yapıldığı sırada bu sözleşmenin esaslı noktalarından biri hakkında yanlış vasıflar veya şartlar göstermek yahut gerçeğe uygun olmayan bilgiler vermek veya sözler söylemek suretiyle işçiyi yanıltırsa.

**b)** İşveren işçinin veya ailesi üyelerinden birinin şeref ve namusuna dokunacak şekilde sözler söyler, davranışlarda bulunursa veya işçiye cinsel tacizde bulunursa.

**c)** İşveren işçiye veya ailesi üyelerinden birine karşı sataşmada bulunur veya gözdağı verirse, yahut işçiyi veya ailesi üyelerinden birini kanuna karşı davranışa özendirir, kışkırtır, sürükler, yahut işçiye ve ailesi üyelerinden birine karşı hapsi gerektiren bir suç işlerse yahut işçi hakkında şeref ve haysiyet kırıcı asılsız ağır isnat veya ithamlarda bulunursa.

**d)** İşçinin diğer bir işçi veya üçüncü kişiler tarafından işyerinde cinsel tacize uğraması ve bu durumu işverene bildirmesine rağmen gerekli önlemler alınmazsa.

**e)** İşveren tarafından işçinin ücreti kanun hükümleri veya sözleşme şartlarına uygun olarak hesap edilmez veya ödenmezse,

**f)** Ücretin parça başına veya iş tutarı üzerinden ödenmesi kararlaştırılıp da işveren tarafından işçiye yapabileceği sayı



ve tutardan az iş verildiği hallerde, aradaki ücret farkı zaman esasına göre ödenerek işçinin eksik aldığı ücret karşılanmazsa, yahut çalışma şartları uygulanmazsa.

### 3-ZORLAYICI SEBEPLER

İşçinin çalıştığı işyerinde bir haftadan fazla süre ile işin durmasını gerektirecek zorlayıcı sebepler ortaya çıkarsa, işçi iş akdini haklı nedenle feshedebilir.

Kaza ya da doğal afetler sebebiyle işyerindeki faaliyetlerin durması bu duruma örnek gösterilmektedir.

İşçi yukarıda belirttiğimiz tüm bu hallerde kıdem tazminatına hak kazanır.

Daha evvel de belirttiğimiz gibi işçi haklı nedenle iş sözleşmesini feshedebileceği gibi işveren de iş sözleşmesini haklı nedenle feshedebilir. İşverenin haklı nedenle fesih hakkı 4 başlık altında yer almaktadır:

#### 1-SAĞLIK SEBEPLERİ

**a)** İşçinin kendi kastından veya derli toplu olmayan yaşayışından yahut içkiye düşkünlüğünden doğacak bir hastalığa veya sakatlığa uğraması halinde, bu sebeple doğacak devamsızlığın ardı ardına üç iş günü veya bir ayda beş iş gününden fazla sürmesi.

**b)** İşçinin tutulduğu hastalığın tedavi edilemeyecek nitelikte olduğu ve işyerinde çalışmasında sakınca bulunduğuunun Sağlık Kurulunca saptanması durumunda, işveren iş sözleşmesini haklı nedenle feshedebilir. Bu durumda işçi kıdem tazminatına hak kazanır.

#### 2- AHLAK VE İYİ NİYET KURALLARINA UYMAYAN HALLER VE BENZERLERİ

İşveren aşağıda belirteceğimiz hallerde dayanarak iş sözleşmesini feshedirse işçi kıdem tazminatına hak kazanamaz.

**a)** İş sözleşmesi yapıldığı sırada bu sözleşmenin esaslı noktalarından biri için gerekli vasıflar veya şartlar kendisinde bulunmadığı halde bunların kendisinde bulunduğunu ileri sürerek, yahut gerçeğe uygun olmayan bilgiler veya sözler söyleyerek işçinin işvereni yanıltması.

**b)** İşçinin, işveren yahut bunların aile üyelerinden birinin şeref ve namusuna dokunacak sözler sarfetmesi veya davranışlarda bulunması, yahut işveren hakkında şeref ve haysiyet kırıcı asılsız ihbar ve isnadlarda bulunması.

**c)** İşçinin işverenin başka bir işçisine cinsel tacizde bulunması.

**d)** İşçinin işverene yahut onun ailesi üyelerinden birine yahut işverenin başka

işçisine sataşması

**e)** İşçinin, işverenin güvenini kötüye kullanmak, hırsızlık yapmak, işverenin meslek sırlarını ortaya atmak gibi doğruluk ve bağlılığa uymayan davranışlarda bulunması.

**f)** İşçinin, işyerinde, yedi günden fazla hapisle cezalandırılan ve cezası ertelenmeyen bir suç işlemesi.

**g)** İşçinin işverenden izin almaksızın veya haklı bir sebebe dayanmaksızın ardı ardına iki işgünü veya bir ay içinde iki defa herhangi bir tatil gününden sonraki işgünü, yahut bir ayda üç işgünü işine devam etmemesi.

**h)** İşçinin yapmakla ödevli bulunduğu görevleri kendisine hatırlatıldığı halde yapmamakta ısrar etmesi.

**ı)** İşçinin kendi isteği veya savsaması yüzünden işin güvenliğini tehlikeye düşürmesi, işyerinin malı olan veya malı olmayıp da eli altında bulunan makineleri, tesisatı veya başka eşya ve maddeleri otuz günlük ücretinin tutarıyla ödeyemeyecek derecede hasara ve kayba uğratması.

#### 3- ZORLAYICI SEBEPLER

İşçiyi işyerinde bir haftadan fazla süre ile çalışmaktan alıkoyan zorlayıcı bir sebebin ortaya çıkması durumunda işveren işçiyi bildirimsiz olarak işten çıkarabilmektedir; yani iş sözleşmesini haklı nedenle feshedebilmektedir.

#### 4- İŞÇİNİN GÖZALTINA ALINMASI VEYA TUTUKLANMASI

İşçinin göz altına alınması veya tutuklanması halinde işe devamsızlığının İş Kanunu'nun 17. maddedeki bildirim süresini aşması durumunda işverenin iş sözleşmesini haklı nedenle feshetme hakkı bulunmaktadır.

Bildirimsiz fesih hakkını kullanma süresi ise, yalnızca ahlak ve iyi niyet kurallarına uymayan durumlar nedeniyle yapılan fesihler için uygulanmaktadır. İş sözleşmesinin "ahlak ve iyi niyet kurallarına uymayan hallere" dayanarak işveren veya işçi tarafından feshinin, taraflardan birinin bu çeşit davranışlarda bulunduğu diğer tarafın öğrendiği günden başlayarak altı iş günü geçtikten ve her halde fiilin gerçekleşmesinden itibaren bir yıl içinde kullanılması gerekmektedir. Ancak işçinin olayda maddi çıkar sağlaması halinde bir yıllık süre uygulanmamaktadır. Sahtecilik, rüşvet almak, zimmetine para geçirmek işçinin maddi çıkar sağladığı durumlar olarak gösterilebilir.



**İşçiyi işyerinde bir haftadan fazla süre ile çalışmaktan alıkoyan zorlayıcı bir sebebin ortaya çıkması durumunda işveren işçiyi bildirimsiz olarak işten çıkarabilmektedir; yani iş sözleşmesini haklı nedenle feshedebilmektedir.**





# İHKİB EĞİTİM KOMİTESİ'NİN GÜNDEMİNDE İSTİHDAM VARDI

**İHKİB Eğitim Komitesi, sektöre yeni iş gücünün kazandırılması ve nitelikli iş gücünün artırılması kapsamında 2019-2020 yılı eğitim öğretim yılında izleyeceği yol haritasını değerlendirdi.**

İHKİB Eğitim Komitesi Toplantısı, 27 Haziran 2019 tarihinde İstanbul Moda Akademisi'nde gerçekleştirildi. İHKİB Kariyer Akademi Eğitim faaliyetlerinin değerlendirildiği toplantıda sertifikalı eğitimlerin dijital teknolojilerle destekleneceği "Eğitim Yönetim Sistemi" (LMS) altyapısının kurulması ile ilgili fikir alışverişinde bulunuldu.

Toplantıda, 2019-2020 yılı eğitim öğretim yılında İHKİB okullarında okuyan öğrencilere verilecek burslar ve okullara yapılacak yardımlarla ilgili konular da görüşüldü.

Toplantının ana gündeminde ise hazır giyim sektöründe istihdam edilen Suriyelilerin oluşturduğu yabancı işçilerin çalışma izinleri ve çalışma koşulları vardı. Suriyeli göçmenlerin işgücü olarak hazır giyim sektörüne kazandırılması için İHKİB'in bazı çalışmalar yürütmesine rağmen, yasal zorlukların söz konusu olduğu vurgulandı. İlgili Bakanlıklar ile yapılan görüşmeler sonrası bazı iyileştirmelerin yapıldığı belirtilirken, bankaların yabancı çalışanlara hesap açmak istememelerinin, sektörün yabancıları istihdam etmesini zorlaştırdığı vurgulandı.

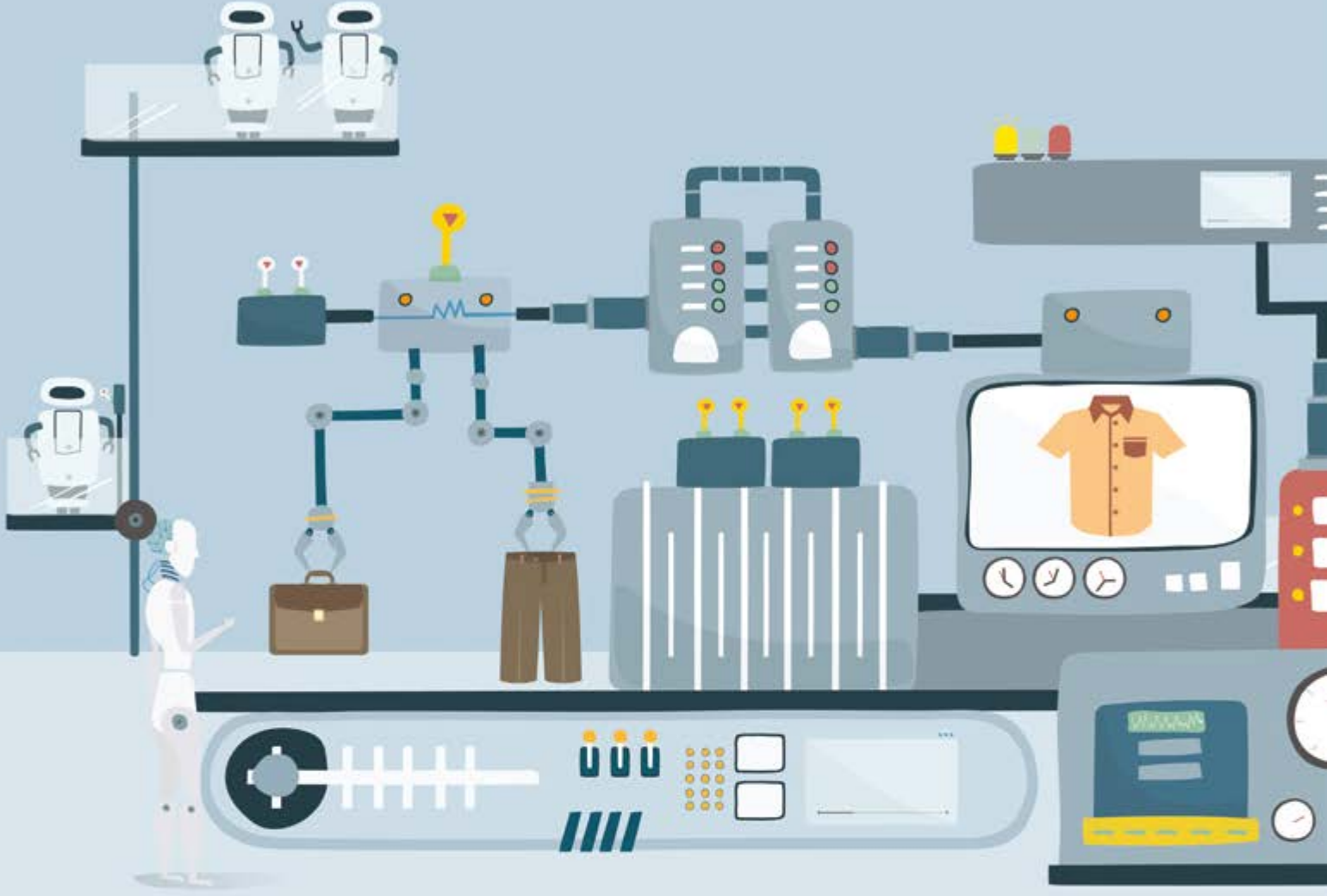
# İHKİB EĞİTİM VAKFI MÜTEVELLİ HEYETİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

**İHKİB Eğitim Vakfı, 2018 yılı Mütevelli Heyeti toplantısını, 19 Haziran 2019 tarihinde İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi.**

İHKİB Eğitim Vakfı 2018 yılı Mütevelli Heyeti toplantısı, 19 Haziran 2019 tarihinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe ve eğitim gönüllüleri katılımıyla, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), eğitime verdiği önem çerçevesinde 1998 yılında İHKİB Eğitim Vakfı'nı kurdu. İHKİB Eğitim Vakfı, kuruluş amacına uygun olarak bugüne kadar önemli eğitim etkinliklerine imza attı. İHKİB Eğitim Vakfı Mütevelli Heyeti, hazır giyim ihracatının önemli bir

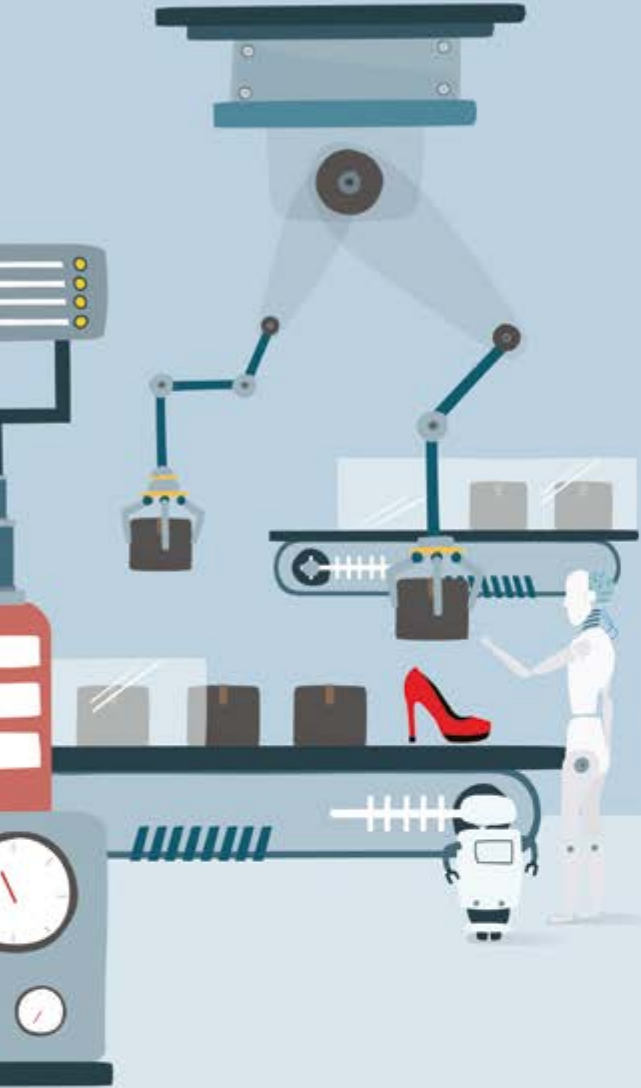
kısmını gerçekleştiren ve aynı zamanda eğitim gönüllüsü olan ihracatçılar ile İHKİB yönetim kurulu üyelerinden oluşuyor. İHKİB Eğitim Vakfı, 2018 yılı Mütevelli Heyeti toplantısını, 19 Haziran 2019 tarihinde İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla, Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. İHKİB Eğitim Vakfı Mütevelli heyet üyelerinin katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda, 2019 yılı Ekim veya Kasım ayında geniş katımlı bir toplantı yapılması kararlaştırıldı. Toplantı sonrası Başkan Gültepe, harcadıkları emek ve toplantıya gösterdikleri ilgi nedeniyle mütevelli heyet üyelerine teşekkür etti.





# İHKİB, “DİJİTAL DÖNÜŞÜM” PROJESİ İLE KOBİ’LERİN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRACAK

Dört Dörtlük Eylem Planı’nın birinci başlığına ‘üretimde dönüşümü’ alan İHKİB, bu vizyon doğrultusunda önemli bir projeyi başlattı. İHKİB, “Tasarımdan Üretime: Dijital Dönüşüm Projesi” ile KOBİ’lerin dijital dönüşüm ve çevre dostu çözümlerle rekabet güçlerini artıracak.



**10,4**  
MİLYAR EURO  
Avrupa Birliği Katılım  
Öncesi Mali Yardım  
Aracı Fonu (IPA II)  
hibe desteği

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), AB üyeliği sürecindeki ülkelerin altyapı ihtiyaçlarını desteklemek amacı ile oluşturulmuş Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı Fonu (IPA II) kapsamında 10.4 Milyon Euro hibe desteği ile yeni bir projeye daha imza atıyor. Hibe desteği, 2018 yılının son çeyreğinde AB Türkiye Delegasyonu tarafından onaylanmıştı. Tasarımdan Üretime: Dijital Dönüşüm Projesi'nin koordinasyonunu Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı yürütecek. Proje ile yüzde 85'i Avrupa Birliği katkısı ve yüzde 15'i Sanayi Bakanlığı katkısı olmak üzere 10,4 Milyon Euro katkı sağlanmış olacak.

İHKİB, 2005-2007 yılları arasında IPA I fonu kapsamında gerçekleştirdiği "Türkiye'de Moda ve Tekstil İş Kümesi Projesi" ile İstanbul Moda Akademisi'nin (İMA) kurulmasına vesile olmuştu. İHKİB benzer bir kazanımı IPA II fonu ile gerçekleştireceği "Tasarımdan Üretime: Dijital Dönüşüm Projesi" ile sağlamayı hedefliyor. Proje ile KOBİ'lerin dijital dönüşüm ve çevre dostu çözümlerle rekabet güçlerinin artırılması hedefleniyor. Projede İHKİB iştirakleri olan İMA ve EKOTEKS kurumları da yer alacak. Moda tasarımcıları yetiştirerek tekstil ve hazır giyim alanına yenilikçi işgücünü kazandırmak amacı ile faaliyet gösteren ve sektörün geleceğine yön veren İMA ve tekstil laboratuvarı EKOTEKS iş birliği ile yürütülen ve kamu yararı gözetilen projenin uygulama süresi 36 ay olacak

#### **KOBİLERİN DİJİTAL YETKİNLİKLERİNİN ARTIRILMASI HEDEFLENİYOR**

Proje süresince, dijitalleşme, Endüstri 4.0 uygulamaları ve yalın üretim odağında son teknoloji uygulamalar ile KOBİ'lerin dijital tasarım ve dijital üretim yetkinlikleri artırılabilecek. Ayrıca KOBİ destek birimi kurularak, eğitim ve danışmanlık programları uygulanacak ve dijital dönüşüm alanında yeni iş tanımları oluşturularak, sektör içerisinde yaygınlaştırılması sağlanacak.

**Proje ile KOBİ destek birimi içerisinde firmaların sosyal uygunluk seviyeleri tespit edilerek, sosyal uygunluk kapasitelerinin geliştirilmesi ve böylece kurumsal sosyal sorumluluk kapasitelerinin artırılması bekleniyor.**

#### **ÇEVRE DOSTU DİJİTAL ÇÖZÜMLER**

Uluslararası geçerliliği olan ve bağımsız bir laboratuvar olarak tekstil ürünlerinin kalitesini en üst seviyeye çıkarmak amacı ile test ve analiz hizmeti veren EKOTEKS laboratuvarı tarafından yeni akredite test hizmetleri sunulacak. Ayrıca proje kapsamında yeşil tekstil standartları oluşturularak, çevre dostu uygulamalar geliştirilecek.

#### **SOSYAL UYGUNLUK İYİLEŞTİRME PROGRAMLARI DA PROJE AJANDASINDA**

Proje ile KOBİ destek birimi içerisinde firmaların sosyal uygunluk seviyeleri tespit edilerek, sosyal uygunluk kapasitelerinin geliştirilmesi ve böylece kurumsal sosyal sorumluluk kapasitelerinin artırılması bekleniyor.

Denetçi yetiştirilerek sosyal uygunluk denetimlerinde uygunsuz görülen konularda iyileştirme yapılabilmesi ve İş Kanunu'nun firma içerisinde uygulanabilirliğinin artırılmasını hedefleyen proje ile oluşturulan insan kaynakları havuzu, personel yetkinliği ve kapasitesinin artırılmasını da sağlayacak.

Dünyanın 7. büyük tedarikçi olan Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün, değişen dünyada yeni nesil rekabet ortamında başarılı olabilmesi için başlatılan proje, 2022 yılı sonuna kadar devam edecek. Proje hedefleri kapsamında kurulan sistem ve yapılarla firmaların ve sektörün gelişimine katkı sağlanacak.



**MUSTAFA ÖNCÜL**  
Universal Eğitim ve Danışmanlık A.Ş.  
Yönetim Kurulu Başkanı

**2006 yılında ithalat ve ihracat işlemlerini kolaylaştırmak ve firmaların işlemlerini daha hızlı gerçekleştirebilmeleri adına, gümrük işlemlerinde güvenilirliğini kanıtlamış, belirli bir dış ticaret hacmine sahip, mali yeterliliği tasdik edilmiş, kayıtları izlenebilir olan firmalara Onaylanmış Kişi Statü Belgesi verilmeye başlanılmıştır.**

# YKS Mİ, OKS Mİ?

**Yetkilendirilmiş yükümlü statüsüne sahip firmaların, sağlanan kolaylıklardan sadece kendi ülkelerinde değil, yetkilendirilmiş yükümlü uygulamasının yürütüldüğü diğer ülkelerde de yararlanabilmesi için ülkeler arasında karşılıklı tanıma anlaşması yapılmış olması gerekmektedir.**

**G**ümrük yükümlülüklerini yerine getiren, kayıt sistemi düzenli ve izlenebilir olan, mali yeterlilik, emniyet ve güvenlik standartlarına sahip, kendi oto kontrolünü yapabilen, firmalara gümrük işlemlerinde birtakım kolaylık ve imtiyazlar tanıyan uluslararası bir statüdür.

Amerika'ya gerçekleştirilen 11 Eylül saldırılarından sonra, sınır geçişlerinde ve uluslararası ticarete güvenliğin sağlanması ile ticaretin kolaylaştırılması arasındaki dengenin nasıl sağlanacağı sorusu gündeme gelmiştir. Sorunun çözümüne yönelik olarak yürütülen müzakereler sonrasında, yetkilendirilmiş yükümlü kavramı geliştirilmiştir.

21 Mayıs 2014 tarihinde yayımlanan 'Gümrük işlemlerini Kolaylaştırma Yönetmeliği' uyarınca Türkiye'de uygulamaya geçen yetkilendirilmiş yükümlü konseptinin özü Gümrük-Özel sektör arasında iş birliği esasına dayanır.

## KİMLER YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ OLABİLİR?

Serbest Bölgeler dâhil Türkiye Gümrük Bölgesinde yerleşik, en az üç yıldır faaliyette bulunan, ISO 9001 ile ISO 27001 sertifika sahibi ve gümrük idaresinde son bir yıl içerisinde en az yüz beyan kapsamında işlem gerçekleştirmiş olan gerçek ve tüzel kişiler, yetkilendirilmiş yükümlü olabilir.

Ülkemizde Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsünün sağladığı kolaylıkları üç başlık altında toplanabilir.

### 1-) Basitleştirilmiş Usullere İlişkin Kolaylıklar

- İhracatta yerinde gümrükleme (ihracat eşyasını ihracat gümrük idaresine sunmadan işlemlerini kendi tesislerinden yapabileme),

- İthalatta yerinde gümrükleme (ithalat eşyasını ithalat gümrük idaresine sunmadan işlemlerini kendi

tesislerinden yapabileme),

- İzinli gönderici (transit eşyasını hareket gümrük idaresine sunmadan kendi tesislerinden sevk edebileme),

- İzinli alıcı (transit eşyasını varış gümrük idaresine sunmadan kendi tesislerine sevk edebileme),

- Götürü Teminat Sistemi kullanılabilme (her işlem için ayrı ayrı teminat verilmeksizin, teminata bağlanması gereken tutardan bağımsız olarak ve herhangi bir düşüm yapılmaksızın bir yıl süreyle kullanılabilme)

- A.TR dolaşım belgesi düzenleyebilme, Fatura Beyanı ve EUR. MED Fatura Beyanı

- Eksik belgeyle beyanda bulunabilme,

- Eşya türüne göre sınırlama olmaksızın, taşıt üstü işlemde yararlanabilme,

- Varış Öncesi Gümrük İşlemlerinden yararlanabilme (Türkiye Gümrük Bölgesine gelen yerli üretimde girdi olarak kullanılacak eşyanın ilgili rejime giriş işlemlerinin Türkiye Gümrük Bölgesine gelişinden önce başlanabilmesi)

### 2-) Beyanın Kontrol Türüne İlişkin Kolaylıklar

- İthalat ve ihracat işlemlerinde "Yeşil Hattan" yararlanabilme,

- Daha az belge kontrolü veya muayeneye tabi tutulabilme,

- Belge kontrolü veya muayenenin yapılacak olması halinde, bu işlemleri öncelikle gerçekleştirebilme.

### 3-) Emniyet ve Güvenliğe İlişkin Kolaylıklar

- Gümrük kontrollerinde öncelik sağlanması,

- Sınır kapılarından öncelikli geçiş yapabileme.

- Azaltılmış zorunlu bilgilerden oluşan özet beyan verebilme,

## YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ UYGULAMASINDA KARŞILIKLI TANIMA (KTA)

Yetkilendirilmiş yükümlü statüsüne sahip firmaların, sağlanan kolaylıklardan sadece kendi ülkelerinde değil, yetkilendirilmiş yükümlü uygulamasının yürütüldüğü diğer ülkelerde de yararlanabilmesi için ülkeler arasında karşılıklı tanıma anlaşması yapılmış olması gerekmektedir.

Ülkeler karşılıklı müzakereleri sonrasında birbirlerinin Yetkilendirilmiş Yükümlülerini tanıır ve kendi yetkilendirilmiş yükümlüleri ile eşdeğerde tutar.

Ülkemiz, başta AB olmak üzere YYS uygulamasının aktif olduğu birçok ülke ile karşılıklı tanıma anlaşması için müzakere ve görüşmeler gerçekleştirmektedir. İlerleyen süreçte görüşmelerin olumlu sonuç vererek karşılıklı tanıma anlaşmalarının imzalanması beklenmektedir.

## PEKİ YA YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ STATÜ ALAMAYAN FİRMALAR? ONAYLANMIŞ KİŞİ STATÜSÜ

2006 yılında ithalat ve ihracat işlemlerini kolaylaştırmak ve firmaların işlemlerini daha hızlı gerçekleştirebilmeleri adına, gümrük işlemlerinde güvenilirliğini kanıtlamış, belirli bir dış ticaret hacmine sahip, mali yeterliliği tasdik edilmiş, kayıtları izlenebilir olan firmalara Onaylanmış Kişi Statü Belgesi verilmeye başlanılmıştır.

Uzun süredir hayatımızda olan Onaylanmış Kişi Statü Belgesi; Firmaların Dış Ticaret işlemlerini kolaylaştırmasının yanı sıra iş yükünü azaltmakta, maddi ve zaman kayıplarını önemli bir ölçüde önlemektedir.

Türkiye Gümrük Bölgesinde yerleşik asgari iki yıldır faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişilere, gümrük mevzuatı kapsamında belirlenen basitleştirilmiş usuller, uygulama ve yetkilerden yararlanmak üzere onaylanmış kişi statüsünü tanıtır.

Ülkemizde Onaylanmış Kişi Statüsünün sağladığı kolaylıklar;

- Eksik Belge ve Bilgiyle Beyanda bulunabilme

## Uzun süredir hayatımızda olan Onaylanmış Kişi Statü Belgesi; firmaların dış ticaret işlemlerini kolaylaştırmasının yanı sıra iş yükünü azaltmakta, maddi ve zaman kayıplarını önemli bir ölçüde önlemektedir.

- İhracat işlemlerinde Basitleştirilmiş Kontrol Yönteminden faydalanabilme (Mavi Hat)

- A.TR Dolaşım Belgesi Düzenleyebilme

- Tam Beyanlı Yaygın Basitleştirilmiş Usulden Eşyanın Özelliğine Bakılmaksızın Yararlanabilme

- Götürü Teminat Sistemi kullanabilme

- İndirimli Teminat sisteminden faydalanabilme

## ONAYLANMIŞ KİŞİ STATÜSÜ MÜ? YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ STATÜSÜ MÜ?

Onaylanmış Kişi Statüsü gerek hazırlık gerekse müracaat sonrasındaki süreç dikkate alındığında çok daha pratik bir statü olması nedeniyle ülkemizde birçok firma tarafından kullanılmakta ve ihracat

işlemlerindeki mavi hat uygulaması ve götürü teminat sistemi kullanımı için tercih edilmektedir.

Ancak; hazırlık sürecindeki yoğun uğraş ve çabalara ve sonrasındaki değerlendirme ve onay süresinin uzun olmasına karşın Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü gerek uluslararası bir statü kazandırması, gerek ihracat ve ithalat işlemlerindeki yeşil hat uygulaması, gerek yakın zamanda daha aktif kullanılabilecek olan ihracat ve ithalatta yerinde gümrükleme avantajlarına ilave olarak ISO 27001 Belgesi ile işletmelerin "Bilgi Güvenliği"nde sağladığı katkı ve kurumsal altyapının işletmenin bütününe yayılmasındaki katkısından dolayı Dış Ticaretin Yeniden Yapıldığı Tedarik Zincirinin vazgeçilmez bir parçası konumundadır.



# TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK İHRACAT PAZARI; ALMANYA



**1,2 trilyon dolarlık hamiyale dünyanın en büyük 3. ithalatçısı konumunda olan Almanya'nın yıllık 42 milyar dolar hazır giyim, 14 milyar dolar tekstil ve 19 milyar dolar deri ve deri mamulleri ithalatı bulunuyor. Türkiye'nin en önemli ihracat pazarı olan Almanya, bu potansiyeliyle üç sektör için önemli bir pazar olarak varlığını sürdürüyor. Yıkıcı bir rekabetin olduğu Almanya pazarında büyümek için Türk ihracatçıların yeni strateji geliştirmesine ihtiyaç var.**

**A** lmanya'ya gittiğimiz her basın toplantısında, dikkatimizi çeken en önemli husus; yöneticilerin zaman konusundaki hassasiyetiydi. Bu detay, Almanların zaman konusunda çok hassas oldukları ve bu hassasiyetlerini de ticari anlaşmalarda zaman zaman bir koz olarak kullanabildiklerini gösteriyor. Yaptırımları ise sipariş iptali ve indirim şeklinde oluyor. Kabul etmezseniz Almanya'ya ürün satmak isteyen çok sayıda ülke pazar kapmak için fırsat kolluyor. Bu durum, Almanya'yı yıkıcı rekabetin olduğu bir pazar olarak öne çıkarıyor.

Yılın ilk altı ayında Türk ihracatçısının Almanya pazarında pay kaybetmesinin bir nedeni olarak bu gösteriliyor. Almanya ile Türkiye'nin ticari ilişkileri incelendiğinde

Türkiye, pazardan daha fazla pay alacak avantajlara sahip.

Türkiye'de Alman sermaye ortaklığında 7 bin 250'nin üzerinde Türk ve Alman şirketi bulunuyor. Almanya Dış İşleri Bakanlığı'nın verilerine göre; Türkiye'de 1980'den beri Alman şirketlerinin yatırım hacmi 14,5 milyar dolar civarında bulunuyor. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne yaptığı ihracatın yüzde 28'inin Türkiye'de yerleşik Alman ortaklı şirketler tarafından yapıldığı belirtiliyor.

Türkiye'de faaliyette bulunan Alman menşeli firmaların sektörel dağılımına bakıldığında, hizmetler ve imalat sanayinin yatırımda en fazla tercih edilen sektörler olduğu görülüyor. İmalat sanayinde ise gıda, hazır giyim, kimyasal ürünler, elektrik-elektronik, makine imalat, taşıt araçları imalat ve taşıt araçları yan sanayi ön plana çıkıyor.





**Türkiye ile AB arasında 1996 yılından itibaren yürürlükte olan Gümrük Birliği sayesinde Türkiye'den Almanya'ya ATR belgesi ile gümrük vergisiz ihracat yapılabilmektedir.**

### **CARI AÇIK FARKI KAPANIYOR**

Türkiye'nin Almanya ile olan beş yıllık ticaret hacmi incelendiğinde; bu yıla kadar Türkiye lehine devam eden bir ticaretin varlığı dikkat çekiyor. Türkiye'nin Almanya'ya ihracatında artış yaşanırken, Almanya'dan ithalatta düşüş yaşanıyor. Ticaret Bakanlığı'nın 2018 yılı dış ticaret verilerine göre; Almanya'ya ihracat yüzde 6,8 artarak 16 milyar doların üzerine çıkarken, ithalat yüzde 4,2 düşerek 20,4 milyar dolara geriledi. Bu yılın ilk beş ayında ise ihracattaki yüzde 4,3'lük azalışa karşın, ithalatta yüzde 23'ü bulan bir düşüş mevcut.

Üretimden vazgeçmeyen AB'nin nadir ülkelerinden olan Almanya'nın, üretime katma değer ekleyerek ihracatını artırıyor olması. Almanya, 1,5 trilyon dolar ile de dünyanın en büyük ikinci ihracatçısı konumunda bulunuyor. Almanya'nın ihracatında ilk sırada ABD yer alırken, ithalatta ise ilk sırada Çin ön plana çıkıyor. Almanya, Çin'den aldığı ara malların üzerine know how'ını katarak ABD, Fransa ve Çin'e ihracat yapıyor. Türkiye'nin ihracatında yüzde 9,7 ile en büyük paha sahip olan Almanya, 4,2 milyar dolar cari fazla ile dış ticarete avantajlı konuma sahip.

### **HAZIR GİYİM ALMANYA'DA KAN KAYBETTİ**

Dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Almanya, yüzde 9,2 pay ve 41,9 milyar dolar ithalat hacmi ile 456,8 milyar dolar değerindeki dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında ikinci sırada bulunuyor. Almanya'nın en büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi 10,7 milyar dolar değerinde ithalat ve yüzde 25,6 pay ile Çin'dir. Türkiye, yüzde 10,3 pay ile Çin ve Bangladeş'in ardından 3'üncü büyük tedarikçi konumunda bulunuyor. TİM verilerine göre; 2018 yılında Almanya'ya 3,2 milyar dolar ihracat yapan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ihracat hacmi önceki yıla göre yüzde 0,86 düşüş yaşadı. Almanya, Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında yaklaşık yüzde 18 paya sahip.

### **ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜN İTHALATI ARTIYOR**

Almanya, Türk tekstil ve hammaddeleri sektör için de en önemli pazar olarak öne çıkıyor. Geçen yıl 14 milyar dolar değerinde tekstil ve hammaddeleri ürün ithal eden Almanya'nın en büyük tedarikçileri, Çin, İtalya ve Türkiye'dir. Almanya, Çin'den 2018

**Yapılan bir araştırma, AB'ye yapılan ihracatın yaklaşık %50'sini Türkiye'de yerleşik Avrupalı firmalar, %28'ini ise Alman firmaların yaptığını gösteriyor. Alman menşeli bu firmalardan hazır giyim ve tekstil sektörüne yapılan know-how transferi, sektörün Almanya pazarında şansını artırabilir.**

yılında 2,5 milyar dolar değerinde tekstil ve hammaddeleri ürün ithal etti. İtalya'nın 1,5 milyar dolar ihracat ile yüzde 10,5 payı bulunuyor. 2017 yılına kıyasla tekstil ürünleri ithalatı yüzde 8,2 artan Almanya'nın İtalya'dan tekstil ve hammaddeleri ithalatı da bir önceki yıla göre yüzde 6,4 oranında artış gösterdi. TİM verilerine göre; Türkiye, 2018 yılında 415,2 milyon dolar tekstil ve hammaddeleri ihracatı gerçekleştirdi.

### **DERİ MAMULLERİ İHRACATI POTANSİYELİNİN ÇOK ALTINDA**

19 milyar dolar değerinde ithalatıyla dünyanın en büyük ikinci deri ve deri mamulleri ithalatçısı konumunda olan Almanya, 2018 yılında 257 milyar dolar değerinde gerçekleşen dünya deri ve deri mamulleri ithalatından yüzde 7,5 oranında pay aldı. Almanya'nın deri ve deri mamulleri ithalatında en önemli alt ürün gruplarını 12,4 milyar dolar ithalat değeri ile Ayakkabı ve 4,2 milyar dolar ithalat ile Saraciye oluşturuyor. Almanya'nın deri ve deri mamulleri ithalatı gerçekleştirdiği üç ülke arasında Çin'in 5 milyar dolar ile yüzde 26, İtalya'nın 2,4 milyar dolar ile yüzde 12 ve Vietnam'ın 2,3 milyar dolar ile yüzde 12 payı bulunuyor. Türkiye'nin Almanya'nın deri pazarındaki payı, hazır giyim ve tekstil sektörünün çok altında. 2018 yılında Türkiye'nin Almanya'ya deri ve deri mamulleri ihracatı yüzde 1,1 artarak 123 milyon dolara ulaştı. Türkiye, Almanya'nın toplam deri ve deri mamulleri ithalatından binde 5 pay alıyor. Türkiye'nin Almanya'ya deri mamulleri ihracatının, potansiyelinin çok altında olduğunun altı çiziliyor. Almanya, Türkiye'nin en fazla deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirdiği ikinci ülke konumunda ve toplam ihracatın yüzde 50'sini ayakkabı ürünleri oluşturuyor.



**75**  
MİLYAR DOLAR  
Almanya'nın, hazır giyim,  
tekstil ve deri  
mamulleri ithalatı

## ALMANYA PAZARINDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

- Alman iş kültürü, esnekliği çok az olan, sıkı kurallardan oluşur. Dakiklik hem iş hayatında hem sosyal hayatta son derece önem verilen bir konudur. 2 veya 3 dakikalık bir gecikme kabalık sayılır.
- İş insanları yanlarında bol miktarda kartvizit götürmelidir. Kartvizitte pozisyon, konum ve şirketin kuruluş tarihi mutlaka belirtilmelidir. İlk toplantı genellikle ofiste yapılır. Toplantıda, firma, ürünü ve teklifin değerlendirilmesi yapılır.
- İş toplantıları aşırı derecede ciddiyetle yürütülür. Şaka ve ciddiyetsiz davranışlarda bulunulmamasında fayda vardır.
- Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az 2-3 ay, telefonla alınacak bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden alınmasında fayda vardır.

## ALMANYA TEKNİK TEKSTİLDE ÖNE ÇIKIYOR

Tıptan havacılık ve uzay sanayisine, otomotivden koruyucu giysilerden iş kıyafetlerine kadar çok geniş yelpazede kullanılmaya başlayan teknik tekstil pazarının Avrupa'da 21 milyar dolarının üzerine çıktığı belirtiliyor.

Avrupa, ABD ile birlikte dünyada teknik tekstiller merkezi konumunda olup, küresel teknik tekstiller tüketiminde yaklaşık yüzde 20 paya sahip.

Almanya gerek teknik tekstil üretimi ve kullanımı, gerekse bu konudaki bilimsel çalışmaları ile dünyanın önde gelen öncü ülkelerinden biri konumunda. Tekstil sektörünün yıllık toplam cirosunun yarıdan fazlasını teknik tekstil satışları oluşturuyor. 2018 yılında Almanya bir önceki yıla göre yüzde 5,3 oranındaki artış değeri ile 8 milyar dolar değerinde teknik tekstil ürünü ithalatı gerçekleştirdi. Çin, teknik tekstil grubunda da başrolde. Almanya, Çin'den 1 milyar doların üstünde ithalat yapıyor. Çin ile birlikte Polonya (%11,4), Hollanda, ve Çek Cumhuriyeti (%7) ve İtalya (%5,5) ilk beş tedarikçi arasında bulunuyor. takip ediyor. Almanya'nın tekstil ithalatında 3. tedarikçi konumunda olan Türkiye, teknik tekstil ithalatında 13. sırada yer alıyor. Almanya, Türkiye'den 2018 yılında yüzde 14,4 artışla 197 milyon dolar değerinde teknik tekstil ithal etti.

### Son söz:

“Trafikten dolayı geç kalmış bir Alman iş insanı göremezsiniz fakat trafikten dolayı kaybedilmiş bir Alman alıcı görabilirsiniz.”

## TÜRKİYE-ALMANYA DIŞ TİCARETİ (2018)

**168**

MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin genel ihracatı

**16,1**

MİLYAR DOLAR

Almanya'ya yapılan ihracat

**3,2**

MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı

**415,2**

MİLYON DOLAR

Türkiye'nin Almanya'ya tekstil ve ham maddeleri ihracatı

**123**

MİLYON DOLAR

Türkiye'nin Almanya'ya deri ve deri mamulleri ihracatı

**103,5**

MİLYON DOLAR

Türkiye'nin Almanya'ya halı ihracatı

**Almanya 2018 yılında, 42 milyar değerinde hazır giyim, 19 milyar dolar değerinde deri mamulleri ve 14 milyar değerinde tekstil ürünleri ithalatı gerçekleştirdi.**



## ASYALI TEDARİKÇİLERİN ÜCRET POLİTİKALARI

Asyalı hazır giyim tedarikçileri son dönemde Çin'in dış pazarlarından pay almaya başladı. Ancak Asyalı hazır giyim tedarikçilerinin şikayeti maliyet artışları. Bu artışlar içerisinde en önemli kalemler ise asgari ücretler ve ücretlerdeki artış.

Asya pazarında son dönemlerde ihracat payını hızlı katlayan ülkelere

biri de Vietnam. Vietnam'daki ücret politikası iki farklı şekilde uygulanmakta; gelişmiş bölgeler ve geri kalmış bölgeler. 2018 yılı itibarıyla geri kalmış bölgelerde asgari ücret 118 dolar iken, daha gelişmiş bölgelerde asgari ücret 171 dolar. 2019 yılında ise ücretler 125 dolar ve 180 dolar olarak belirlendi. Vietnam'da hazır giyim sektöründe ortalama ücretin ise 248 dolar seviyesinde olduğu belirtiliyor.

Asya'nın diğer tedarikçisi Kamboçya'da ise 1 Ocak 2019 itibarıyla asgari ücretlerde artış yüzde 7 oranında gerçekleşti. Bir önceki yıl 170 dolar olan asgari ücret, 182 dolara çıktı. Ancak bu artışa işçi sendikaları olumlu bakmıyor ve asgari ücretin en az 200 dolar olması gerektiğini savunuyor.

Bir başka hazır giyim tedarikçisi olan Myanmar'da ise ücretler diğer ülkelere göre daha düşük seviyelerde. 2013 yılında 46 dolar olan ücretler, 2018 yılında 91 dolara yükseldi. Fakat 2019 yılında asgari ücret için bir zam söz konusu değil.

Laos'ta ise 2013-2018 yılları arasında asgari ücrete yapılan zam toplamda yüzde 77. Sekiz kez yapılan bu artışla asgari ücretler 73 dolardan 129 dolara yükseldi. Ancak 2019 yılı için bir zaman beklenmiyor.



## MISIR'IN PAMUK İHRACATINDA BÜYÜK ARTIŞ

Kuzey Afrika'nın ve Orta Doğu'nun önemli pamuk tedarikçisi ülkelerinden Mısır'ın, 2018 yılının son çeyreğinde, pamuk ihracatının hızla arttığı açıklandı. Bu dönemde Mısır'ın pamuk ihracatının bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 45 oranında arttığı belirtildi.

Ancak, pamuk ihracatında yükseliş gözlenirken, pamuk tüketiminde ise yüzde 42 oranında gerileme söz konusu. Bunun ardındaki en büyük neden ise son dönemde ülkede bulunan bazı tekstil fabrikalarının kapanmış olması.

Gerileyen pamuk tüketimine çözüm olarak Mısır Hükümeti, pamuğunun marka değerini ve geleceğini korumak amacıyla bir icra komitesi kurdu.



## SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRÜNLER MÜŞTERİNİN TALEP VE SADAKATİNİ ARTIRIYOR

Küresel ısınmanın etkilerinin hissedildiği şu dönemlerde geri dönüştürülebilir ürünler göze çarpıyor. Son zamanlarda gittikçe daha görünür hale gelen geri dönüşümlü tekstil ürünleri, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe de yerini alıyor.

### FİYATTAN ÇOK SÜRDÜRÜLEBİLİR OLMASI ÖNEMLİ

Bu fikirden yola çıkarak yazılım hizmeti sağlayıcısı CGS'nin yaşları 18 ila 65 arasında değişen bin kişinin katılımıyla gerçekleştirdiği çalışmada, sürdürülebilir ürünlerin ve uygulamaların satın alma kararlarına etkisi araştırıldı. Görünen o ki, ankete katılanların 2/3'ü alışverişlerinde sürdürülebilir ürünleri tercih ederken, çevre dostu ürünlere daha fazla ödemeyi kabul ediyor.

Tüketiciler bakımından bir ürünü yeniden tercih etmenin ilk koşulu ürün kalitesi. Bunun yanı sıra CGS araştırmasına göre tüketiciler açısından ikinci en önemli konu, sürdürülebilir ve sorumlu iş süreçleri. Bu nedenleri marka ismi ve markanın misyonu takip ediyor.



## DÜNYA TİCARETİNDE YAVAŞLAMA

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) tarafından düzenli olarak yayımlanan DTÖ Dünya Ticaret Görünümü Göstergesi'nin son raporuna göre, dünya ticareti 2019 yılına durgun bir giriş yaptı.

DTÖ Dünya Ticaret Görünümü Göstergesi'nin son versiyonunda seviyenin 96,3'e gerilediği (baz 100) ve bu seviyenin 2010 yılı Mart ayından beri en düşük seviye olduğu belirtildi. Bu seviye, dünya ticaretinde yaşanan 2018 yılının son dönemindeki nispeten durgunluğun 2019 yılının ilk çeyreğine

de sarktığı gösteriyor.

Dünya Ticareti Görünümü Göstergesi'ndeki düşüşün en büyük nedeni olarak son dönemdeki ticaret savaşları ile karşılıklı ticaret önlemleri gösterilirken, diğer yandan DTÖ, göstergedeki düşüşün geçici faktörlerden de etkilendiğini savunuyor.

Dünya Ticaret Örgütü geçen Eylül ayında küresel ticaretle ilgili tahminlerini aşağı yönlü revize ederek, 2019 yılında dünya ticaretinin yüzde 3,7 oranında büyüyeceğini öngörüyordu.

# HAZIR GİYİM İHRACATI

Ocak-Haziran döneminde AB'ye yapılan ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,3 düşerek 6 milyar dolar oldu.

Ocak-Haziran döneminde Ortadoğu ülkelerine yapılan hazır giyim ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,6 arttı.

Ocak-Haziran döneminde Afrika ülkelerine hazır giyim ihracatı yüzde 12,8 artarak 415 milyon dolar oldu.

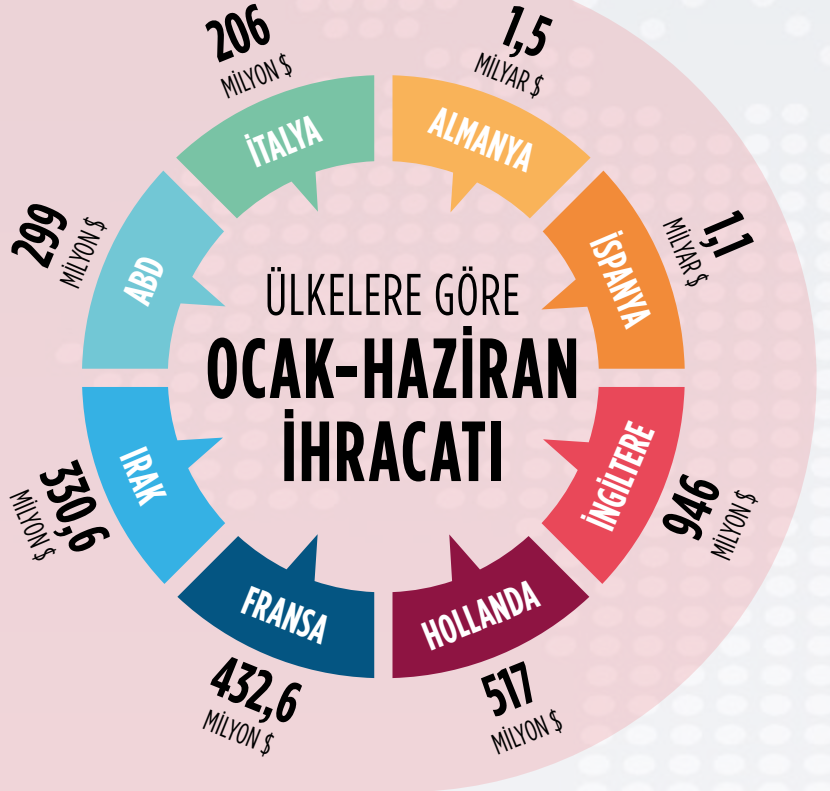
## OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 1 DÜŞÜŞLE  
**8,7 MİLYAR DOLAR**  
OLARAK GERÇEKLEŞTİ

## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI AB ÜLKESİ

**SLOVAKYA**  
**% 108,2**

Ocak-Haziran döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı Avrupa Birliği ülkesi, yüzde 108,2 artışla Slovakya olurken, ihracatta öne çıkan ülkeler arasında Beyaz Rusya'ya ihracat, yüzde 89,2, Macaristan'a yüzde 65,8 ve Libya'ya yüzde 35,1 arttı.



**TOPLAM ÜLKE  
İHRACATINDA  
HAZIR GİYİMİN PAYI**

**% 9,9**

OCAK-HAZİRAN 2019

## ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE  
AKSESUARLARI

**4,4**  
MİLYAR \$

DOKUMA GİYİM  
VE AKSESUARLARI

**3,3**  
MİLYAR \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR  
VE EV TEKSTİLİ

**959**  
MİLYON \$

# TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

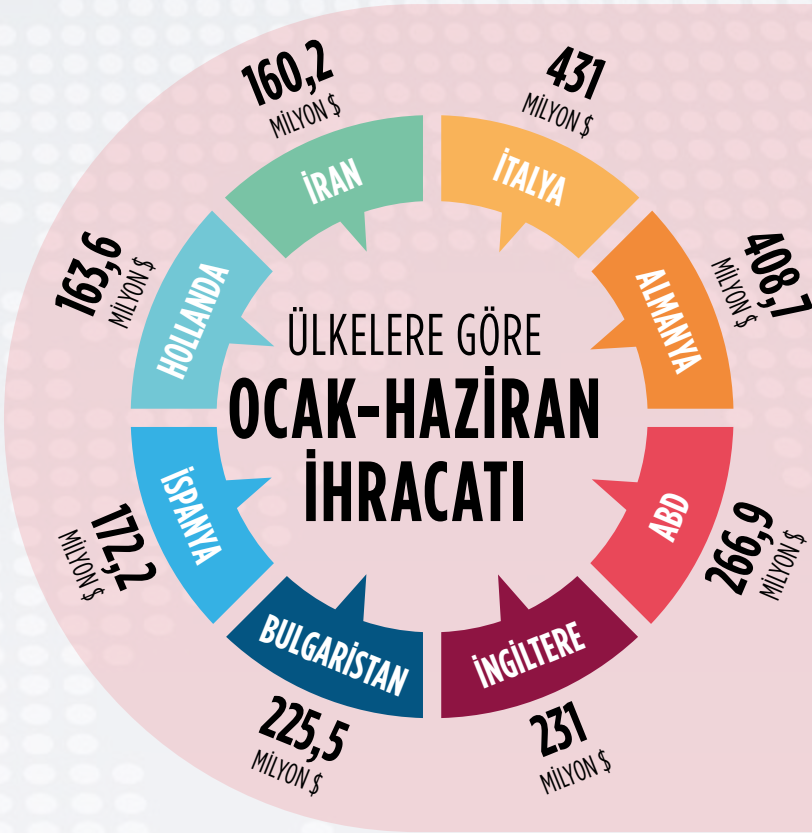
## OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 6 DÜŞÜŞLE  
**4,9 MİLYAR DOLAR**  
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

Ocak-Haziran döneminde tekstil ve hammaddeleri sektörü, 188 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.

Ocak-Haziran döneminde Brexit sürecindeki İngiltere'ye yapılan ihracat yüzde 5 artarak 231 milyon dolara ulaştı.

İlk altı ayda en fazla tekstil ve hammaddeleri ihracatı yapılan 10 ülkenin sekizine yapılan ihracat düştü.



## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE KIRGIZİSTAN % 160

Ocak-Haziran döneminde tekstil ve hammaddeleri ihracatının en fazla yapıldığı ilk 50 ülke arasında, Kırgızistan'a yapılan ihracat, yüzde 160 artarken, Beyaz Rusya'ya yapılan ihracat yüzde 41, Slovakya'ya yüzde 28 arttı.

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

DOKUMA  
KUMAŞLAR

**1,2**  
MİLYAR \$

İPLİK

**928**  
MİLYON \$

TEKNİK  
TEKSTİL

**883,6**  
MİLYON \$

EV TEKSTİLİ

**874**  
MİLYON \$

TEKSTİL VE  
HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNÜN  
GENEL İHRACATTAKİ PAYI

**% 5,7**  
OCAK-HAZİRAN 2019

# DERİ MAMULLERİ İHRACATI

Ocak-Haziran döneminde İspanya, Fransa ve İngiltere gibi AB'nin üç önemli ekonomisine yapılan deri ve deri mamulleri ihracatı arttı.

İlk altı ayda toplam deri ve deri mamulleri ihracatının yüzde 50'den fazlasını ayakkabı ihracatı gerçekleştirdi.

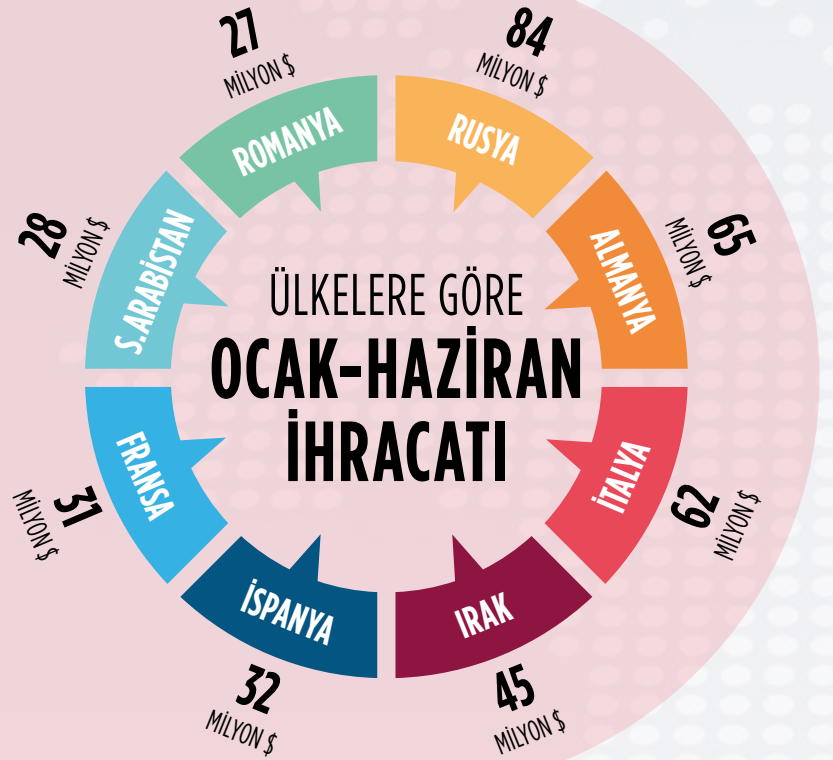
Ocak-Haziran döneminde, deri ve deri mamulleri sektörü 186 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.

## OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 2,4 GERİLEYEREK  
**832 MİLYON DOLAR**  
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE NİJERYA % 85

Ocak-Haziran döneminde ilk 50 ülke içerisinde ihracatın en fazla arttığı ilk beş ülke; % 85 ile Nijerya, % 47 ile Suudi Arabistan, %45 ile Ukrayna, %42 ile Lübnan ve %31 ile Libya oldu.



## ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

DERİ MAMULLERİNİN  
GENEL İHRACATTAKİ PAYI  
**% 1**

OCAK-HAZİRAN 2019

AYAKKABI  
**513,5**  
MİLYON \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ  
DERİ VE KÜRK  
**127,4**  
MİLYON \$

SARACİYE  
**114,8**  
MİLYON \$

DERİ VE KÜRK  
KONFEKSİYON  
**75**  
MİLYON \$

## HALI İHRACATI

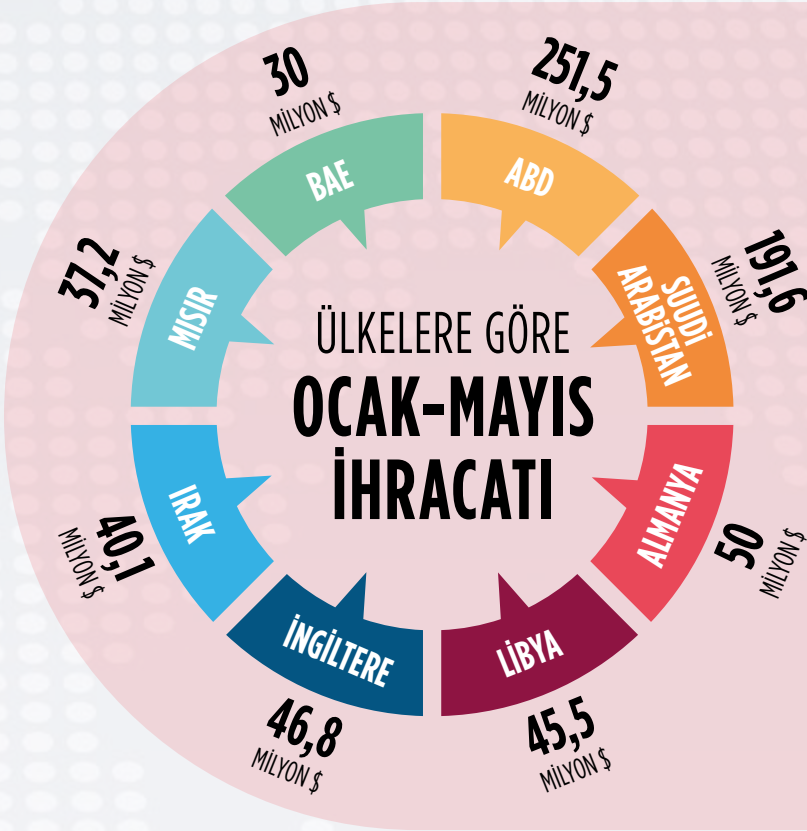
### OCAK-MAYIS DÖNEMİNDE İHRACAT

YÜZDE 7,2 ARTARAK  
**1,2 MİLYAR DOLAR**  
DEĞERİNDE GERÇEKLEŞTİ

Ocak-Mayıs döneminde en fazla halı ihracatı, 251,5 milyon dolar değer ile ABD'ye gerçekleştirildi.

Ocak-Mayıs döneminde ilk 10 ülke arasında Irak ve BAE dışındaki sekiz ülkeye halı ihracatı arttı.

Ocak-Mayıs döneminde el halısı ihracatı azalırken, makine %15 ve tüfte halı ihracatı %10 arttı.



### ÜLKELERE GÖRE OCAK-MAYIS İHRACATI

## İHRACATIMIZIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

**LİBYA**  
% 121,2

Ocak-Mayıs döneminde ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke yüzde 121,2 ile Libya olurken, aynı dönemde Rusya'ya yüzde 85, Etiyopya'ya ihracat yüzde 63 arttı.

## ALT ÜRÜN GRUPLARININ OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE  
HALILARI

**881**  
MİLYON \$

TÜFTE  
HALILARI

**141,4**  
MİLYON \$

EL  
HALISI

**20,8**  
MİLYON \$

**TOPLAM ÜLKE  
İHRACATINDA  
HALININ PAYI**

**% 1,5**

OCAK-MAYIS 2019





## 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 Cd. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul  
Tel: 0212 454 04 90 / 454 04 91  
Faks: 0212 454 04 13 / 454 04 83  
e-mail: tim@tim.org.tr  
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

#### 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

#### Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

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

#### Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

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

#### Batı Akdeniz 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

#### 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

#### İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

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

#### Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

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

#### Denizli 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

#### Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

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

#### İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

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

#### Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

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

## İLGİLİ KURUMLAR

#### Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 549 36 12  
Web: www.aysad.org

#### Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 - 53  
Web: www.lasiad.org.tr

#### Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

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

#### Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

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

#### Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD)

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

#### Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

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

#### Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30  
Web: www.denimder.org.tr

#### Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56  
Web: www.tgsd.org.tr

#### Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

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

#### Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

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

#### Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15  
Web: www.tigsad.org

#### Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

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

#### Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

#### Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

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

#### Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71  
Web: www.tasd.com.tr

#### Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60  
Web: www.trisad.org

#### İHKİB Eğitim Vakfı

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

#### Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

#### Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47  
Web: www.tdkd.org.tr

#### Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

Tel: 0 282 758 35 64  
Web: www.tttstd.org.tr

#### Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

Tel: 0 212 415 82 32  
Web: www.ksiad.com

#### Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

#### Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

#### Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

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

#### Tescilli Markalar Derneği (TMD)

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

#### Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

Tel: 02124834000  
Web: www.zetsiad.org.tr