



MHGF'DEN ULUSLARARASI ÖLÇEKTE ÖNEMLİ BİR ADIM:

Türk ve Alman KOBİ'leri arasında stratejik ortaklık fırsatı

**İstanbul Nişantaşı
Üniversitesi ve
Gaziantep
Üniversitesi
MHGF'nin eğitimde
çözüm ortakları
arasına katıldı**

**HAZIR GIYIMIN
YÜKSELEN NİŞ
SEKTÖRÜNÜN PROFİLİ :
İÇ GIYIM
ÖZEL SAYISI**

MHGF YÖNETİM KURULU
TOPLANTISI SEKTÖRÜ GAZİANTEP'TE
BİR ARAYA GETİRDİ

- İF WEDDING FASHION İZMİR GELİNLİK DAMATLIK VE ABIYE GIYIM FUARI: 2-5 ŞUBAT 2016
- İF EXPO İSTANBUL İÇ GIYIM VE ÇORAP FUARI: 4-6 ŞUBAT 2016
- PENTEX GAZİANTEP PENYE TEKSTİL VE TEKNOLOJİLERİ FUARI: 17-20 ŞUBAT 2016

SHIKKA®



@shikkaTH
shikka



twitter.com
mamiikka



facebook.com
mamiikka



pinterest.com
mamiikka

2015
onlineshop

SPRING-SUMMER
www.shikka.com.tr



ETİKET VE MATBAACILIK

We Come In
All Colours
2015

www.simsekege.com.tr

Zafer Mh. 148.Sk. No:5 34513 Esenyurt - İST - TÜRKİYE

Tel: +90 444 7 343 pbx Fax: +90 212 428 28 26

pazarlama@simsekege.com.tr



ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.

www.anadoluiplik.com.tr

NYLON

PAMUK

POLYESTER



Nylon 6 Düz İplikler (FDY)
Nylon 6 Tekstüre İplikler (DTY)
Nylon 6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)
Nylon 6.6 Düz İplikler (FDY)
Nylon 6.6 Tekstüre İplikler (DTY)
Nylon 6.6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



Ring Compact Penye İplikler
Ring Penye İplikler
Ring Karde İplikler
Ring Penye Core-Spun İplikler
Ring Karde Core-Spun İplikler
Open-End İplikler
Fiamlı İplikler



Polyester Tekstüre İplikler (DTY)
Polyester Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



Prof. Muammer Aksoy Caddesi No: 1
Olivium Center Ek Bina 1. Ofis
Zeytinburnu / İstanbul Katı

Tel: +90 212 415 50 50
Fax: +90 212 415 56 06

info@anadoluiplik.com.tr

MHGF, Türk-Alman KOBİ'lerinin güçlerini bir araya getirecek projeyi hayata geçirdi



Sevgili dostlarım,

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) çatısı altında temsil ettiğimiz tekstil, hazır giyim, moda, deri, deri konfeksiyon ve ayakkabı sektörleri gerek üretim gücü, gerekse bilgi birikimi ile dünyada kalitesi ile belli bir düzeye gelmiş, Türk ekonomisi için de büyük anlam ifade eden, ülkeye ihracat kültürünü getirmiş, katma değer sağlayan sektörler. Ancak bu sektörlerimizi geleceğe taşımak, sürdürülebilir kılmak için farklı bir şeyler yapmak zorundayız. Geleneksel üretim yöntemlerinin geride kalacağı, yeni çığır açan gelişmelerin yaşandığı günümüzde kendimizi tekrar edersek geride kalıp, rekabet yarışını kaybedebiliriz. Bu noktada üretimimize; Ar-Ge'yi, inovasyonu ve tasarımı katmaktan başka çıkar yolu yok.

Çok dillendirilen ancak somut adımların atılmadığı bu alanda Federasyon olarak 2014 yılı sonunda düzenlediğimiz Arama Toplantısında aldığımız kararlar doğrultusunda 2 Ekim 2015 tarihinde önemli bir adım attık. Çözüm ortağımız Köksal Avukatlık Ortaklığı ile yürüttüğümüz ortak çalışmalar ile iki ülkenin KOBİ'lerini stratejik ortaklıkta buluşturacak Türk-Alman Giri-

şimci İşbirliği İçin Network Platformu ile işbirliği protokolü imzaladık.

"Neden Almanya?" sorusunun yanıtına gelince; Türkiye ile Almanya köklü siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkilere sahip iki ülke. 1763'lerde diplomatik olarak başlayan ilişkiler Osmanlı'nın son dönemlerinde sıkı bir siyasi, askeri ve ekonomik boyuta ulaşmış. Ancak 1961 yılında imzalanan işgücü anlaşması Türkiye ve Almanya'yı bugün sayıları 3,5 milyonu geçen Türk soydaşlarımız ile daha sıkı bağlamış. Her iki ülke de birbirini daha iyi tanımaya başlamış.

Rusya ile doğalgaz ticaretimizi saymazsak yıllık 33 milyar dolar işlem hacmi ile Almanya en büyük ticaret ortağımız konumunda. Özellikle tekstil ve hazır giyim sektöründe Almanya'nın en büyük tedarikçisi Türkiye'dir. Bir yanda sektörel açıdan Almanya'nın yanı başında, onun dilini anlayan bir üretim merkezi konumunda Türkiye, diğer taraftan da dünyada teknolojiye tartışmasız kabul edilen bir ülke. Bu iki gücü bir araya getirdiğimizde çıkan sonuç mevcut durumun kat, kat ötesinde bir tabloyu gözler önüne seriyor. Ar-Ge'de, inovasyonda, teknik tekstilde, makinede, mes-

leki eğitimde Almanya'nın birikimini MHGF olarak gerçekleştirdiğimiz bu proje ile sektörümüze aktarabiliriz.

İki ülke KOBİ'leri arasında stratejik ortaklıklara, işbirliklerine zemin hazırlayacağına inandığımız bu proje kapsamında 2 Ekim'de İstanbul'da Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası'nda yaptığımız toplantının ardından 11 Kasım'da Münih'de ikinci buluşmayı gerçekleştirdik. 13-16 Aralık tarihleri arasında bu kez Dresden'e bir heyet gezisi düzenleyerek süreci devam ettiriyoruz. 2016 yılında her iki ayda bir yapacağımız ikili görüşmelerde, iki ülke KOBİ'lerini bir araya getirmeyi ve her buluşmada en az bir stratejik ortaklık gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Almanya'da 10 bin orta ölçekli aile firmasının varisleri olmadığı için geleceğe taşınmadığı dikkate alınırsa bu projenin her iki taraf için de ne kadar büyük anlam ifade ettiği anlaşılır.

Projenin sektörümüze, ülkemize verimli olmasını diliyorum yeni yılınızı da şimdiden en içten dileklerle kutluyorum.

Hüseyin Öztürk

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu
Yönetim Kurulu Başkanı



AYMER YARN



ÇİFT SARGILI İPLİKLER

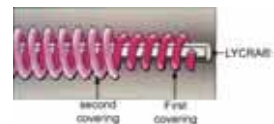
KULLANIM ALANLARI:

- I) ÇORAP KONÇ LASTİĞİ
- II) DAR DOKUMA
- III) TRİKO
- IV) MEDİKAL



ÜRÜNLER

Ürün/ PRODUCT	SPANDEX	KAPLAMA/ COVERED YARN	KULLANIM/ END USE
130/40*2 D.C.	130 Dtex	44/13/1 *2 PA6	SOCK TOPS
130/70*2 D.C.	130 Dtex	78/24/1 *2 PA6	SOCK TOPS
156/70*2 D.C.	156 Dtex	78/24/1 *2 PA6	SOCK TOPS
165/40*2 D.C.	165 Dt	78/24/1 *2 PA6	SOCK TOPS
940/70*2 D.C.	940 Dtex	78/24/1 *2 PA6	NARROW WEAVING



ELASTİK SARGILI İPLİKLER

- I) TEK SARGILI İPLİKLER
- II) ÇİFT SARGILI İPLİKLER
- III) HAVA KAPLAMALI İPLİKLER



ÜRÜNLER

TEK SARGILI İPLİKLER KULLANIM ALANLARI:

- I) ÇORAP GÖVDESİ
- II) DAR DOKUMA
- III) TRİKO
- IV) DOKUMA
- V) MEDİKAL
- VI) SEAMLESS



Ürün/ PRODUCT	SPANDEX	KAPLAMA/ COVERED YARN	KULLANIM/ END USE
20/20 S.C	22 Dtex	22/7/1 PA 66	SEAMLESS/ HOSIERY
20/40 S.C	22 Dtex	40/13/13 PA 6 & 66	SOCKS & HOSIERY
20/70 S.C	22 Dtex	78/24/1 PA6	SOCKS
70/70 S.C	78 Dtex	78/24/1 PA6	SOCKS & NARROW WEAVING
140/70 S.C	156 Dtex	78/24/1 PA6	SOCKS

ÜRÜNLER

Ürün/ PRODUCT	SPANDEX	KAPLAMA/ COVERED YARN	KULLANIM/ END USE
15/20 AC	17 Dtex	22/17/1 PA66	SEEMLESS
20/20 AC	22 Dtex	22/17/1 PA66	SOCKS & HOSIERY
20/40 AC	22 Dtex	44/13/1 PA6&66	SOCKS & HOSIERY
15/70 AC	17 Dtex	78/24/1 PA 6	SOCKS
13/70 AC	13 Dtex	78/24/1 PA 6	SOCKS
20/70 AC	22 Dtex	78/24/1 PA 6	SOCKS
40/140 AC	44 Dtex	78/24/2 PA 6	SOCKS
40/70 AC	44 Dtex	78/24/1 PA 6	SOCKS & WOVEN
20/75 AC	22 Dtex	83/36/1 PES	SOCKS
20/150 AC	22 Dtex	166/36/1 PES	SOCKS
40/150 AC	44 Dtex	166/36/1 PES	SOCKS

HAVA KAPLAMALI İPLİKLER

KULLANIM ALANLARI:

- I) ÇORAP GÖVDESİ
- II) DAR DOKUMA
- III) TRİKO
- IV) DOKUMA
- V) MEDİKAL
- VI) SEAMLESS

AYMER DIŞ TİC. A.Ş.

BAKIRCILAR VE PİRİNÇCİLER
SANAYİ SİTESİ
MENEKŞE CAD. NO: 10/2
34524 BEYLİKDÜZÜ-BÜYÜKÇEKMECE
İSTANBUL / TÜRKİYE

Tel: +90 (212) 875 07 02 (pbx)
Faks: +90 (212) 875 08 04
Cep: +90 (532) 633 92 96
E-Posta: aliates@aymeras.com
Web: www.aymeras.com



Türk-Alman KOBİ'leri arasında stratejik ortaklık fırsatı

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF), ÇÖZÜM ORTAĞI KÖKSAL AVUKATLIK ORTAKLIĞI'NIN ÖNCÜLÜĞÜNDE GLOBAL PARTNERS BAYERN E.V. VE DIPLOMATIC COUNCIL TARAFINDAN KURULAN TÜRK-ALMAN GİRİŞİMCİ İŞBİRLİĞİ İÇİN NETWORK PLATFORMU İLE İŞBİRLİĞİ PROTOKOLÜ İMZALADI. PROTOKOLLE BİRLİKTE İKİ ÜLKE GİRİŞİMCİLERİ ARASINDA STRATEJİK ORTAKLIKLARA ZEMİN HAZIRLANARAK TÜRK KOBİ'LERE AVRUPA YOLU AÇILACAK.



76

Modanın vazgeçilmezi "Geleneksel tekstil teknikleri"

03 Başkan dan

12 Türk firmalarına Avrupa kapılarını açacak projenin ikinci randevusu Münih'te gerçekleşti

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF), 2 Ekim 2015 tarihinde İstanbul'da Türk-Alman girişimci işbirliği için Network Platformu ile imzaladığı işbirliği protokolünün ardından Türk ve Alman KOBİ'leri arasında stratejik ortaklığa zemin hazırlayacak çalışmalar başladı. Bu çerçevede ikinci buluşma 11 Kasım'da Münih'te gerçekleşti.



18 Abdulkadir Konukoğlu, MHGF'nin Gaziantep'te Yönetim Kurulu Toplantısı'na katıldı

22 MHGF Yönetim Kurulu Gaziantep Ticaret Odası'nda

26 MHGF, 19. Girişim ve İş Dünyası Zirvesi'nde düzenlenen törenle Türkonfed ailesine katıldı

30 Hazır giyimin 11 aylık ihracatı 15.6 milyar dolar

34 MHGF'nin eğitimde çözüm ortakları artıyor: İ. Nişantaşı Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi

38 Türk iç giyim sektörü hazır giyimin yükselen yıldızı. İç giyim ve yatak giysilerinin giderek insan hayatında sağlık ve estetik yönüyle ön plana çıkması sektörü geliştirdi.

51 İFEXPO İç Giyim Çorap Fuarı her yıl rekordan rekora koşuyor: 4-6 Şubat 2016 tarihleri arasında kapılarını açıyor.

52 Üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde büyük veri tabanı sağlayıcısı olarak globalpiyasa.com

58 MHGF’NİN YAŞAMSAL ÖNEME SAHİP SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ: Candostu Organ Bağışına Evet toplantıları sürüyor

60 Yan sanayinin konfeksiyonda önemi

64 5. PENTEX Penye Tekstil ve Teknolojileri Fuarı 17-20 Şubat 2016 tarihleri arasında kapılarını açıyor

66 DENSAD, 1999 yılından bu yana Denizli’de nakış sektörüne hizmet veriyor

68 İzmir Fashion Week İzmir’de moda dolu 3 gün yaşattı

82 Erciyes Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü

86 Öğrenciler teknik gezilerle sektörü yakından tanıyor



54

E-tebligat zorunluluğunun değerlendirilmesi



72

Osmanlı İmparatorluğu’nda Marka



İmtiyaz Sahibi

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Adına
İmtiyaz Sahibi
Hüseyin Öztürk

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

İsa Dal

Genel Yayın Yönetmeni

Abbas Özpınar

Editör

Berna Özpınar

Görsel Yönetmen

Abbas Özpınar

Yayın Kurulu

İsa Dal
Mukadder Özden
Ali Bozkan

Prodüksiyon

İnomedya İletişim ve Yayıncılık
Adnan Kahveci Mah. Evrim Sok.
Gözde Apt. No: 4A D: 62
34528 - Beylikdüzü / İstanbul
Tel: +90 (850) 225 07 00
Fax: +90 (850) 224 64 55
www.inomedya.net

Baskı

Ege Basım Matbaa ve
Reklam Sanatları Ltd. Şti.
Esatpaşa Mahallesi Ziyapaşa Caddesi No:4
Ataşehir/İstanbul
Tel: +90 (216) 470 44 70
Fax: +90 (216) 472 84 05
www.egebasim.com.tr

Yönetim Adresi

Turgut Reis Mah. Barbaros Cad.
E1/b 124 No: 56
34237 Giyimkent-Esenler / İstanbul
Tel: +90 (212) 438 45 75-76
Fax: +90 (212) 438 45 07
info@mhgf.org.tr
www.mhgf.org.tr

Yayın Türü

Yaygın, Süreli, 2 Aylık

» Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına,
ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir.
» Yazı ve haberler kaynak gösterilerek kullanılabilir.

MHGF'DEN ULUSLARARASI ÖLÇEKTE ÖNEMLİ BİR ADIM:

Türk-Alman KOBİ'leri arasında stratejik ortaklık fırsatı

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF), ÇÖZÜM ORTAĞI KÖKSAL AVUKATLIK ORTAKLIĞI'NIN ÖNCÜLÜĞÜNDE GLOBAL PARTNERS BAYERN E.V. VE DIPLOMATIC COUNCIL TARAFINDAN KURULAN TÜRK-ALMAN GİRİŞİMCİ İŞBİRLİĞİ İÇİN NETWORK PLATFORMU İLE İŞBİRLİĞİ PROTOKOLÜ İMZALADI. PROTOKOLLE BİRLİKTE İKİ ÜLKE GİRİŞİMCİLERİ ARASINDA STRATEJİK ORTAKLIKLARA ZEMİN HAZIRLANARAK TÜRK KOBİ'LERE AVRUPA YOLU AÇILACAK.



MHGF 2014 Arama Toplantısı'nda aldığı kararlar doğrultusunda uluslararası ölçekte bir projeye imza attı. MHGF'nin çözüm ortağı Köksal Avukatlık ile birlikte uzun süredir yürüttüğü çalışmalar sonucu Türk KOBİ'leri ile Alman KOBİ'leri

arasında sektörel düzeyde stratejik ortaklıklara zemin hazırlayacak önemli bir işbirliği gerçekleştirildi. Bu çerçevede 2 Ekim Cuma yapılan toplantıda MHGF ve Türk-Alman Girişimci İşbirliği İçin Network Platformu arasında bir işbirliği protokolü imzalandı. Protokolle birlikte

Türk KOBİ'lerine Avrupa yolu açılacak.

2 Ekim'de Alman-Türk Ticaret ve Sanay Odası'nın (AHK) Tarabya'daki merkezinde yapılan toplantı ve imza törenine MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, MHGF Başkan Yardımcısı ve Ege Giyim Sanayi-

cileri Derneği Başkanı Mukadder Özden, MHGF Yönetim Kurulu Üyesi ve Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Yönetim Kurulu Başkanı Örne Sanayicileri Derneği (ÖRSAD) Yönetim Kurulu Başkanı Fikri Kurt, Beylikdüzü Sanayici ve İşadamları Derneği (BEYSİAD) Yönetim Kurulu Baş-

kanı Nuri Aslan, MHGF Yönetim Kurulu Üyeleri Reşat Gülen, Mert Deniz, Sevtap Aytağ, Esenyurt Sanayici ve İşadamları Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Muammer Ömeroğlu ile MHGF'nin çözüm ortaklarından İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'nden Rektör Prof. Dr. Murat Barkan ve Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ömer Cüneyt Binatlı, Turizm İşletmeciliği Bölümü Başkanı Prof. Dr. Asım Saldamlı ile Dünya Gazetesi Köşe Yazarı ve Araştırmacı Rüştü Bozkurt da katıldı. İki oturumdan oluşan panelin ilk bölümünün moderatörlüğünü Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) Başkanı Celal Toprak, ikinci bölümünü de Bloomberg HT Çıkış Yolu Programı'nın yapımcısı ve sunucusu Samil Altinkaya yaptı.

Türkiye'den ve Almanya'dan alanında uzman konuşmacılar

İşbirliği protokolü imza töreni öncesi gerçekleşen panelin ilk bölümünde Av. Dr. Eversheds Heisse Alman hukukuna göre şirket satın alma konusunu ele alırken, Türkiye'nin eski Hannover Ticaret Ataşesi M. Kudret Ceran ise Almanya'dan şirket satın alma süreçlerini anlattı. DZ Bank Türkiye'den Ülker Sanuk da konuşmasında süreci finansman açısından değerlendirdi.

Konuşmacılar iki ülke KOBİ'leri arasında işbirliği potansiyeline dikkat çekti

Toplantının ikinci bölümünde konuşan Global Partners e.V'den Thomas Wüst'ün Almanya'da doğru ortak bulma konusunda tavsiyelerde bulundu. PATEV Ceo'su Eberhard Häfele de ortak ararken veya satın alırken hangi stratejik ha-



zırlıkları yapılması gerektiğine değindi. Konuşmacılar arasında yer alan bir diğer isim olan Berlin'den Türk-Alman Sanayi ve Ticaret Odası Genel Müdürü Suat Bakır ise katılımcılarla Alman işletme kültürü ve pazarlık stratejilerinin önemli noktalarını paylaştı. Ticari ilişkilerde kültür farklılıklarından kaynaklanan durumlara dikkat çeken Bakır, bu konuda Türk girişimcilere önerilerde bulundu.

MHGF Başkanı Öztürk: "Platform olarak üç ayda bir toplanarak Türk-Alman KOBİ'leri arasında en az bir stratejik ortaklık hedefliyoruz"

MHGF ile Türk-Alman Orta Ölçekli İşletmeler Network Platformu arasında imzalanan işbirliği protokolünün ardından söz alan MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, Federasyon hakkında bilgi vererek başladığı konuşmasında Türk-Alman ilişkilerinin tarihi derinliğine vurgu yaparak ikili ilişkilerin ticari, ekonomik ve kültürel boyutuna değindi. Her iki ülkede de sek-





ürünlerde 'Made in Germany' markasını kullanabilecek ve yıllardır süre gelen bir markaya sahip olacak. Aynı zamanda ekonomik anlamda çok istikrarlı ve düzgün işleyen bir pazara doğrudan girmiş olacak."

Av. Doç. Dr. Mehmet Köksal: "Türk şirketlerinin Almanya'da satışa çıkacak KOBİ'leri satın alma konusunda mali güçleri var"

Almanya'daki 10 bine yakın satılık KOBİ'ye, uzun vadede 20 bini aşkın satış ya da ortaklık mecburiyeti olan KOBİ'nin ekleneceğini belirten Mehmet Köksal, şöyle devam etti: "Türk şirketlerinin Almanya'da satışa çıkacak olan küçük ve orta ölçekli firmaları satın alma konusunda mali güçleri var. Ama satın alma konusunda nasıl ilereceklerini bilmiyorlar. Köksal Avukatlık Ortaklığı olarak büro kartik süreç ile ilgili hazırlıkları yapıyoruz. Bu konuda KOBİ'lerin ihtiyacı olan desteği sunacağız" diye konuştu.

Konuşmaların ardından MHGF ile Türk-Alman Girişimci İşbirliği için Network Platformu arasında işbirliği protokolü imzalandı. Protokole MHGF adına Başkan Hüseyin Öztürk, Platform adına ise Global Partners e.V. Yönetim Kurulu Başkanı Thomas Wüst imza attı.

törün KOBİ ağırlıklı yapılandırılmasına dikkat çekerek bu anlamda önemli bir işbirliği potansiyeli olduğuna vurgu yaptı. Platformun üç ayda bir toplanarak Türk-Alman KOBİ'leri arasında en az bir stratejik ortaklık hedeflediğini söyleyen Öztürk bir sonraki toplantının 11 Kasım'da Münih'te gerçekleşeceğini kaydetti.

Türk şirketleri AB'de bir firmaya sahip olacak ve 'Made in Germany' markasını kullanabilecek

İmzalanan işbirliği protokolü ile yürürlüğe girecek birliktelik, Türk şirketlerine hazırlayacağı zemin açısından önem taşıyor. MHGF'nin çözüm ortağı Köksal Avukatlık Ortaklığı'nın kurucusu Av. Doç. Dr. Mehmet Köksal, Alman KOBİ'lerini satın almanın veya onlarla stratejik işbirlikleri gerçekleştirmenin Türk firmalarına avantajlarını ise şu şekilde açıkladı: "Türk şirketleri böylece Avrupa Birliği içerisinde doğrudan bir firmaya sahip olacak. Ürettiği

Almanya'daki 10 bine yakın satılık KOBİ'ye, uzun vadede 20 bini aşkın satış ya da ortaklık mecburiyeti olan KOBİ'nin eklenecek"



AVANTAJLARI YAKALAYIN!

4,5 Milyon müşterisi ve 250'den fazla hizmet noktası ile
Lider Enerji firması CLK Boğaziçi Elektrik ile
daha güçlüsünüz.

On binlerce özel müşterimizin yararlandığı avantajlı
tarifelerden* siz de yararlanın.

BAŞVURULARINIZ İÇİN;



* CLK Boğaziçi Elektrik, avantajlı tarifelerini Enerji Piyasası Denetleme Kurumu'nun kararı nedeniyle, fatura ortalaması aylık yaklaşık 135 TL ve üzerinde (yıllık tüketimi en az 4500 kWh) olan müşterilerine özel olarak sunabilmektedir.

Türk firmalarına Avrupa kapılarını açacak projenin ikinci randevusu Münih'te gerçekleşti

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF), 2 EKİM 2015 TARİHİNDE İSTANBUL'DA TÜRK-ALMAN GİRİŞİMCİ İŞBİRLİĞİ İÇİN NETWORK PLATFORMU İLE İMZALADIĞI İŞBİRLİĞİ PROTOKOLÜ-NÜN ARDINDAN TÜRK VE ALMAN KOBİ'LERİ ARASINDA STRATEJİK ORTAKLIĞA ZEMİN HAZIRLAYACAK ÇALIŞMALAR BAŞLADI. BU ÇERÇEVEDE İKİNCİ BULUŞMA 11 KASIM'DA MÜNİH'TE GERÇEKLEŞTİ.

MHGF, çözüm ortağı Köksal Avukatlık Ortaklığı'nın katkılarıyla 2 Ekim 2015 tarihinde İstanbul'da Türk-Alman Girişimci İşbirliği İçin Network Platformu ile bir protokol imzalarak iki ülke arasında sektörel düzeyde stratejik ortaklıklara zemin hazırlayacak önemli bir adım attı. İlk toplantının ardından T.C. Ekonomi Bakanlığı himayesinde 11 Kasım

2015 tarihinde Münih'te Beiten Burkhardt Hukuk Bürosu'nun merkezinde gerçekleşen ikinci buluşma da yoğun ilgiye sahne oldu.

Toplantıya her iki ülkeden de kurum ve kuruluşların temsilcileri katılırken, MHGF'den Başkan Hüseyin Öztürk, Başkan Yardımcısı ve Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği Başkanı Osman Ege, MHGF Yönetim Kurulu Üyesi ve Çorap Sanayicileri

Derneği Başkanı Bülent İyikülah katıldı.

Münih Başkonsolosu Mesut Koç: "İki ülke arasında ticari ilişkilerin ve karşılıklı yatırımların artırılmasında hala büyük potansiyel var"

Tekstil ve hazır giyimde yarı otomotiv ve yan sanayinin de ele alındığı toplantının moderatörlüğünü Global Part-



ners Bayern e.V. Yönetim Kurulu Başkanı Thomas Wüst yaptı. Wüst konuşmasında projenin amacına ve iki ülke arasındaki işbirliği potansiyeline değindi. Beiten Burkhardt Münih'ten Dr. Insa Cornelia Müller'in ardından kürsüye gelen T.C. Münih Başkonsolosu Mesut Koç ise Türkiye'nin dinamik nüfus yapısıyla, gelişen ekonomisiyle, siyasi ve hukuki altyapısıyla yabancı yatırımcılara sunduğu avantajlara dikkat çekti. Koç, "Ticari ilişkilerin ve karşılıklı yatırımların artırılması bağlamında iki ülke arasında hala büyük bir potansiyel var ve bu gibi toplantılar bu potansiyelin değerlendirilmesi hizmet edecektir" diye konuştu.

Bavyera Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı: "Nesillerden beri gelen çok güçlü KOBİ ölçekli Alman kuruluşları var"

Bavyera Ekonomi, Basın Enerji ve Teknoloji Devlet Bakanlığı Uluslararası Bölümü Başkan Yardımcısı Ulrich Konstantin Rieger, bakanlık olarak Türkiye'de farklı sektörlerde firmalar düzeyinde yaptıkları işbirliklerinden bahsetti. Türk-Alman KOBİ'lerinin ortak yatırımlarını teşviklerle desteklediklerini belirten Rieger, Bav-



ya'nın Avrupa'nın 7. Büyük ekonomisi olduğunu dile getirdi. Bavyera'nın nitelikli gençleri yetiştiren bilim yuvası eğitim kurumları ve nesillerden beri gelen gerçekten çok güçlü KOBİ ölçekli aile şirketleriyle işbirliği için önemli fırsatlar barındırdığına dikkat çekti ve "Bavyera'daki ve Türkiye'deki aile şirketlerinin aynı dili konuşması ve aynı anlayışa sahip olmasını sağlamamız çok büyük bir fırsat teşkil edecektir" dedi.

Platformun kurucusu ve aynı zamanda hem Global Partners Bayern e.V., hem de Diplomatic Council'in Türkiye

temsiliğini yapan Köksal Avukatlık Ortaklığı sahibi Av. Doç. Dr. Mehmet Köksal ise Türkiye ve Almanya'nın ticari ilişkilerinin daha da gelişmeye müsait olduğunu belirterek bu nedenle böyle bir platform kurmaya ihtiyaç duyduklarını söyledi. Köksal sözlerini şöyle sürdürdü:

Doç. Dr. Mehmet Köksal: "İki ülkenin de birbirine ihtiyacı var"

"Almanya ve Türkiye arasındaki iyi iş ilişkilerin hem stratejik ortaklık olarak, hem de karşılıklı yatırımlar olarak hayat geçmesinden yola çıktık. Çünkü Tür-

kiye Avrupa pazarına ihtiyaç duyarken, stratejik ortak olarak Avrupa'nın da Türkiye'ye ihtiyacı var.

Avrupa-ABD arasında imzalanacak gümrükleri kaldıracak TTIP anlaşmasının etkileri ve Türk-Alman işbirliğinin önemi

Biliyorsunuz Avrupa ile ABD arasında Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) anlaşması devreye girecek. Bu Türkiye'de oldukça endişe yaratıyor. Çünkü bu anlaşmadan sonra bütün ABD ürünleri tek





Mesut Koç
T.C. Münih Başkonsolosu



Ulrich Konstantin Rieger
Bavyera Ekonomi Bak. Müsteşarı



Dr. Mehmet Yurdal Şahin
T.C. Ekonomi Bakanlığı
Teşvik Uygulama ve Yabancı
Sermaye Gnl. MÜD. Yrd.



Esin Açıkgöz
T.C. Ekonomi Bakanlığı
İhracat Genel Müdürlüğü
Daire Başkanı



Hüseyin Öztürk
Moda ve Hazır Giyim
Federasyonu
Yönetim Kurulu Başkanı



Bavyera Tekstil ve Hazır Giyim
Derneği'nin Eyalette
sektörün gücünü gösteren
sunumu.

tarafli gümrük vergisi uygulan-
madan Türkiye'ye girecek. Bu
nedenle bu stratejik ortaklıklar
çok önemli. Bu network plat-
formu buna katkı sağlasın isti-
yoruz. Bu çerçevede platform
olarak 2 Ekim'de İstanbul'da
MHGF ile bir işbirliği protokolü
imzaladık. Bu platformun başa-
rılı olması için bu tür katılımlar
çok önemli."

SPC Space Parts Clea-
ring'den Martin Böck'ün "Oto-
mobil Yedek Parçaları Alanında
Fırsatlar" ve Taşıt Araçları Yan
Sanayicileri Derneği (TAYSAD)
Almanya Temsilcisi Ahmet Yıl-
maz'ın "Alman Orta Ölçekli Fir-
maların Uluslararasılaştırılması
ve Bu Alanda Türk Şirketleriyle
Stratejik Ortaklıkları" başlıklı su-
numunun ardından ilk bölü-
mün konuklarının katıldığı
tartışma bölümüne geçildi. Bu-
rada Diplomatic Council Birleş-
miş Milletler CEO'su Andreas
Dripke Türk-Alman girişimci-
lere ücretsiz sundukları iş gelişt-
irme portalı hakkında bilgi
verirken, Genel Sekreter Hang

Nguyen kurumsal misyon ve
vizyonlarını anlattı.

T.C. Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı Dr. M. Yurdal Şahin Türkiye'nin yatırımcıya sunduğu teşvikleri anlattı

Toplantının ikinci bölümü
ise T.C. Ekonomi Bakanlığı Teş-
vik Uygulama ve Yabancı Ser-
maye Genel Müdür Yardımcısı
Dr. Mehmet Yurdal Şahin'in su-
numuyla başladı. Dr. Şahin, kar-
şılıklı yatırımların artırılması
noktasında Türkiye'de yerli ve
yabancı yatırımcıya verilen dev-
let destekleri ve son teşvik siste-
mini anlattı.

Sektör, gayrisafi milli hasıla açısından yüzde 7 katkı sağlıyor

T.C. Ekonomi Bakanlı-
ğ'ndan bir diğer konuşmacı ise
İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil
ve Konfeksiyon Ürünleri Dairesi
Başkanı Esin Açıkgöz'dü. Sunu-
munda Türk tekstil ve konfeksi-
yon sektörünün yapısı, dış
ticareti, bakanlıkça verilen des-
tek programları ve işbirliği alan-
larından bahsetti. Tekstil ve
konfeksiyon sektörünün sağla-
dığı istihdam ve ihracatta oluş-
turduğu dış ticaret fazlası Türk
ekonomisi açısından vazgeçil-
mez olduğuna dikkat çeken
Açıkgöz, "Gayrisafi milli hasıla
açısından yüzde 7 katkı sağlıyor,
üretimin yüzde 14'ünü, istihda-
mın ise yüzde 26'sını oluşturu-
yor" dedi. 80'lerden bu yana
sektörün ihracat gelişimine ba-
kıldığında 800 milyon dolarlar-
dan, 2014 yılında 30 milyar
dolara çıktığını belirtti.

Bavyera Eyaletinde tekstil ve hazır giyimin cirosu 4.46 milyar dolar

Bavyera Tekstil ve Hazır
Giyim Derneği'nden (VTB)
Xaver Aschenbrenner ise yap-



Cama yansıyan hayat

CAM İŞLEME
CAM DEKORASYON
PASLANMAZ & DEMİR
ALÜMİNYUM



REFERANSLARIMIZDAN BAZILARI:

- Midek Mingü
- Tüpraş Rup Projesi (Mesa Mesken)
- D-Hotel Maris (Midek – Doğu Grubu)
- The Marmara Taksim (Orkon İnşaat)
- Cem Hakkı Evi (İO Yapı)
- Vakko Zorlu AVM
- Beymen Zorlu AVM
- Conrad Otel
- Berenice
- Miü Miü Mağazası İstinyepark
- Prada Mağazası
- Mango Taksim Mağazası
- La Gazetta Mağazaları
- Gizia Mağazaları
- Apartman 18 Erenköy (Aytaç İnşaat)
- Adel Kalemçilik (Aytaç İnşaat)
- Ankarlı Holding Maslak Ofis
- Naftalan Karabağ Senatorium
- Ukrayna Yalta (Sembol İnşaat & Designo Contracts)
- Tema Park Halkalı
- Coquet Mağazası (İDC Mimarlık)
- Acun Ilıcalı (Thax.co. Mimarlık)
- Atami Otel Bodrum
- Hotel La Villa
- Hilton Avcılar
- BCBG
- Pronova Yapı
- The House Cafe
- Sinpaş Yapı
- Romano Botta
- Kocacıoğlu Mimarlık
- Koton Mağazaları

Merkez: Uğur Mumcu Meh. 2137. Sk. No: 5B-7-9 Sultangazi / İstanbul
Tel: 444 51 50 Fax: +90 (212) 476 20 01

Fabrika: Osmangazi Mah. Mehmet Deniz Kopuz Cad. No: 21-23 Kırcaç - Esenyurt / İstanbul
Tel: +90 (212) 655 77 77 Fax: +90 (212) 886 90 50

E-Mail: adali@adalicam.com.tr

ADALICAM

www.adalicam.com.tr



Soldan sağa; VTB Temsilcisi, MHGF Yön. Krl. Üyesi ve ÇSD Bşk. Bülent İyikülah, T.C. Münih Ticaret Ataşesi İsmet Salıhoğlu, T.C. Ekonomi Bakanlığı Tekstil Konfeksiyon Daire Başkanı Esin Açıkgöz, MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, Doç. Dr. Mehmet Köksal, THY Münih Kurumsal Pazarlama Müd. Serhat Çetinsavaş, T.C. Ekonomi Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müd. Yrd. Dr. M. Yurdal Şahin, MHGF Başkan Yrd. ve KYSD Başkanı Osman Ege, Diplomatic Council Gnl. Sekreteri Hang Nguyen, Global Partners Bayern e.V. Yön. Krl. Bşk. Thomas Wüst

tiği sunumda sektörün Bav-
yera'daki gücünü rakamlarla or-
taya koydu. Sunumda tekstil ve
hazır giyimin eyalette 4.46 mil-
yar dolarlık bir iş hacmi ve 23
bin istihdam yarattığı ve genel
itibariyle Türkiye'de olduğu
KOBİ ölçekli aile firmalarının
hakim olduğu bu noktada ikili
işbirliği olanaklarına dikkat çe-
kildi. Kuzey Bavyera'da tekstil ve
hazır giyim sektörünün çok
güçlü olduğu da vurgulanarak
özellikle teknik tekstil alanında
önemli bir noktada ve söz sa-
hibi olduğu ifade edildi.

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk: "Resmi ihracat, bavul ticareti ve iç piyasa dahil sektörün hacmi yaklaşık 60 milyar dolar civarında"

MHGF Yönetim Kurulu Baş-
kanı Hüseyin Öztürk ise tekstil,
hazır giyim, moda, deri, ayak-
kabı alanlarında Türkiye gene-
linde 23 sekörel ve bölgesel
derneği temsil eden bir çatı ku-
ruluşu olduklarını belirtti. Üye
derneklerine bağlı 7 bin 500'ün
üzerinde firma olduğunu ve
temsil ettikleri sektörlerin Türki-

ye'de 800 bini aşkın bir istihdam
sağladığını söyleyen Öztürk, Fe-
derasyonun çalışma sistemi,
faaliyetleri hakkında konuklara
bilgi verdi. Öztürk sözlerini
şöyle sürdürdü:

KOBİ ölçekli, aile şirketleri ağırlıkta

"Sektörün Avrupa ile olan
yakınlığı ve Ortadoğu, Orta
Asya Türk Cumhuriyetleri,
Kuzey Afrika, Rusya ve Bağımsız
Devletler Topluluğu'na bağlı
ülkelerine yapılan bavul ticareti
ile birlikte 30 milyar dolarlık
resmi dış ticaretinin yanında
10 milyar dolar bavul ticareti
ve yaklaşık 20 milyar dolarlık
iç piyasa hacmi var. Bunları
dikkate aldığımızda 60 milyar
dolar ile Türkiye'nin önemli bir
öz kaynağa sahip sektörüyüz.
KOBİ ölçekli, aile şirketleri ağır-
lıktayız."

Türkiye'de tekstil eğitimine
değinen Başkan Öztürk, 1965
yılında ilk tekstil mühendisliği-
nin Almanlar tarafından İzmir'de
kurulduğunu da hatırlatarak
bunun sektörde Alman ekolü
ve disiplinin yerleşmesinde
önemli bir payı olduğunu söy-

ledi. İhracat odaklı bir sektör
olduklarını söyleyen Hüseyin
Öztürk, Avrupa'ya siparişten
sonra 3-4 hafta gibi kısa bir sü-
rede teslimat yaptıklarını, bu
yönüyle büyük avantaja sahip
olduklarını belirtti. Doç. Dr.
Mehmet Köksal'ın 2 yılı aşkın
bir süredir Federasyonun
çözüm ortağı olduğunu belir-
ten Öztürk, birlikte "Almanya
ile neler yapabiliriz?" nokta-
sında bir yıldır müteala ettikle-
rini, bu projeyi dukduklarında
da heyecan duyduklarını ifade
etti. 2 Ekim'de İstanbul'da Net-
work Platformu ile ilk proto-
kolü MHGF'nin imzaladığına
dikkat çeken Hüseyin Öztürk,
"Bu programa olan güvenimizi,
iki ülke arasında iletişimi güç-
lendireceği yönünde inancı-
mızdan kaynaklanıyordu"
dedi.

Teknik tekstil ve hazır giyimde işbirliği fırsatı

Teknik tekstilde, hazır gi-
yimde ve konfeksiyon yan sana-
yinde ve konfeksiyon yan sana-
yinde Almanya ile çok ciddi yol
alınabileceğini belirten Öztürk,
"Network Platformu ile işbirliği
hedeflerimiz doğrultusunda en

fazla iki ayda bir bir araya gele-
rek, her defasında en az bir,
yılıda ise en az altı stratejik or-
taklığı hedeflediklerini ve
bunun daha sonraki yıllarda
katlanarak devam etmesini isti-
yoruz. Firmalarımızın çoğu ihar-
cat odaklı, iş disiplinine sahip,
kaynakları iyi yöneten aile fir-
malarıdır. Bu anlayışı Alman-
ya'da çok rahat kullanabiliriz.
Diğer taraftan Alman KOBİ'lerini
de, 4 saatlik uçuş mesafesinde
1.6 milyar nüfusu olan bir po-
tansiyel pazara ulaştırabiliriz"
şeklinde konuştu.

Türk Hava Yolları Münih
Kurumsal Satış Müdürü Serhat
Çetinsavaş'ın kurumsal müşteri-
lene verdikleri hizmetler ile ilgili
sunumunun ardından Vestel Al-
manya Genel Müdürü Özcan
Karadoğan markalaşma, Al-
manya yatırımları ve pazar pay-
ları hakkında bilgi verdi.

Toplantı, ikinci bölümün ku-
nuşmacılarının tekrar bir araya
geldiği ve soruların yanıtlan-
dığı tartışma programı ile son
buldu.

**Firmalarımızın
çoğu ihracat odaklı,
iş disiplinine sahip,
kaynakları iyi yöne-
ten aile firmalarıdır.
Bu anlayışı Alman-
ya'da çok rahat
kullanabiliriz. Diğer
taraftan Alman
KOBİ'lerini de,
4 saatlik uçuş mesa-
fesinde 1.6 milyar
nüfusu olan bir
potansiyel pazara
ulaştırabiliriz"**

SANKO Tekstil



GÜÇLÜ



DİNAMİK



ÜRETKEN

www.sankotextile.com

www.sankopazarlama.com



Konukoğlu, MHGF'nin Gaziantep'te Yönetim Kurulu Toplantısı'na katıldı

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU'NUN (MHGF) PENYE KONFEKSİYON VE İMALAT HAZIR GIYIM DERNEĞİ'NİN (PEN-KON) EV SAHİPLİĞİNDE GAZİANTEP SANAYİ ODASI'NDA (GSO) GERÇEKLEŞTİRDİĞİ KASIM AYI YÖNETİM KURULU TOPLANTISININ ONUR KONUĞU SEKTÖRÜN DUAYENİ ABDULKADİR KONUKOĞLU OLDU. KONUKOĞLU, HEM DENEYİMLERİNİ SANAYİCİLERLE PAYLAŞTI, HEM DE GÜNCEL GELİŞMELERLE İLGİLİ DE DEĞERLENDİRMELERDE VE ÖNERİLERDE BULUNDU.

Her ay bir üye derneğinin ev sahipliğinde Türkiye'nin farklı bölgelerinde yönetim kurullarını gerçekleştiren MHGF'nin Kasım ayındaki durağı Güneydoğu bölgemizin ekonomik cazibe merkezi Gaziantep ilimiz oldu. Üye dernek PEN-KON'un ev sahipliğinde GSO'da gerçekleştirilen MHGF Yönetim Kurulu Toplantısı

Federasyonun Türkiye genelindeki birçok üye derneğinden temsilciler katıldı.

Toplantının açılış konuşmasını yapan MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, Gaziantep'in ev sahipliği konusunda ortaya koyduğu farka değinerek, "Ev sahibi derneğimiz PENKON'un Başkanı Mehmet Haskaya ve Yönetim Kurulu üyelerine ve GSO'ya teşekkür

kür ediyorum. Gaziantep'te yemek yemekten de, gösterilen misafirperverlik ve sevgiden de nefes alamıyoruz" dedi.

**Sektör Duayeni
Abdulkadir Konukoğlu
Yönetim Kurulu Toplantısının Onur Konuğu oldu**

Sektörün duayeni Abdulkadir Konukoğlu da, MHGF Yönetim Kurulu Toplantısı'nın bir



bölümüne katılarak deneyimlerini, güncel gelişmeler hakkında değerlendirmelerini paylaştı.

Gündemin ilk ve en önemli maddesi fuarlar oldu

Gündem maddesini oluşturan konuların ve komite çalışmalarının ele alındığı toplantıda ilk ve en önemli madde Federasyon ve üye derneklerin fuar tanıtım ve hazırlık çalışmaları oldu. Bu çerçevede İF Wedding İzmir Gelinlik Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı hakkında MHGF Başkan Yardımcısı ve Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) Başkanı Mukadder Özden, İFExpo İstanbul İç Giyim Çorap Fuarı hakkında MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk birer sunum gerçekleştirdi. Rakamlarla fuarın beş yıl içinde kaydettiği başarılarına değinen Öztürk, 4-6 Şubat 2016'da düzenlenecek fuarda yapacakları yeniliklere de değindi.

Gaziantep'te bu yıl beşinci kez kapılarını açacak PENTEX

Penye ve Teknolojileri Fuarı ile ilgili son gelişmeleri aktarmak üzere toplantıya katılan Akort Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Akkaya ise gelinen son durumu ve yurt içi ve yurt dışı tanıtım çalışmalarını anlattı.

Türkiye pazarlama taktiklerini fuarlarda öğreniyor

Fuar gündemiyle ilgili görüşlerini aktaran toplantının konuşğu Abdulkadir Konukoğlu da Gaziantep'te küçük bir çadırdan, modern fuar merkezine yılda on fuara kadar fuarcılığın yıllar içinde geldiği noktaya değindi. Bununla yetinmemek gerektiğine dikkat çeken Konukoğlu, "Şu bir gerçek ki; Türkiye pazarlama taktiklerini fuarlarla öğreniyor. Kendi atölyenizde, belirli ölçülerde, kendikendinize göre ürün üretirseniz satma olanağınız çok düşük olur. Fuarların ana amacı sizin görüş açınızı genişletmek. İkinci olarak da insanları birbirleriyle tanıştırmaktır. Biz Türkiye

Türkiye pazarlama taktiklerini fuarlarla öğreniyor. Kendi atölyenizde, belirli ölçülerde, kendi kendinize göre ürün üretirseniz satma olanağınız çok düşük olur"





olarak son on yılda fuarlara yerterince önem verdik. Ben Gaziantep'te PENTEX Fuarı olmadan önce bu kadar konfeksiyoncu olduğumu bilmiyordum. Bu gibi fuarlar 'Bu şehirde ne üretiliyor, gelirsem ne alırım?' noktasında bilgi veriyor" dedi.

Çin tehdit değil, fırsattır

Sektörün hali hazırda geldiği durumu ve geleceğini de değerlendiren Konukoğlu, büyük bir potansiyelin var olduğuna, rekabette korkulan

Çin'in zararından çok Türkiye'ye faydası olacağına değindi. Çinlilerin üretiminin yakın gelecekte kendilerine yetmeyeceğini belirten Konukoğlu, "Artık giyinmeyi öğrendiler. Gömlek, takım elbise giyiyorlar. Belli yerlerde tek çocuk sınırlaması da kalkıyor" diye konuştu.

Gelişmiş ülkeler tekstil ve hazır giyim sektöründen çıktıklarına pişman

Amerika ve Avrupa gibi ülkelerin tekstili bıraktığı için pişman olduklarını, dönmek isteseler bile bu alanda yatırım yapacak iş adamlarını bulamadıklarını ve yabancı yatırımcıya büyük teşvikler sunduklarını dile getirdi. Bu nedenle zaman zaman dile getirilen "Tekstili bırakalım" şeklindeki çıkışların olmadığının dikkat çeken Konukoğlu, sektörün Türk ekonomisi için önemine değinerek, "Türkiye'nin yüzde 20'si tekstilden para yiyor. İhracatta da katma değerde bir numarayız. Otomotiv sektörü montaj yapı-

yor. Bu yüzden tekstilin önünü açık görüyorum" diye konuştu.

PEN-KON Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Haskaya da Gaziantep olarak çok şanslı olduklarını belirterek, "Dünyada Türkiye, Türkiye'de Gaziantep, Gaziantep'te de Konukoğlu ailesi ve Abdulkadir Konukoğlu gibi sektörün duayeni bir büyüğümüzün yanımızda olması bizim için büyük bir avantaj" dedi.

Gündemin yanı sıra sektörde ve ekonomideki güncel gelişmeler de ele alındı

Toplantıda gündemin yanı sıra yeni asgari ücret tartışmaları ile ihracat pazarlarında yaşanan gelişmelerle ilgili güncel konular da ele alındı.

Kapanış kanuşmasında ev sahibi derneğe ve Yönetim Kurulu Üyelerine bir kez daha teşekkür eden MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya'ya bir plaket verdi.



Yarım asırlık dünya üretimi...



ENTEGRE TEKSTİL İŞL.EML.DAN.SAN. ve TİC.A.Ş.

Melanj İplikler
Özel Karışım İplikler
İplik Boya
Boya-Baskı ve Apre



MIYABI™
Soft and smooth touch



Tel. : +90 212 422 12 81 (8 Hat) www.gulletekstil.com.tr

MHGF Yönetim Kurulu Gaziantep Ticaret Odası'nda

KASIM AYI YÖNETİM KURULU TOPLANTISI İÇİN GAZİANTEP'TE BULUNAN MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİ, GAZİANTEP TİCARET ODASINI (GTO) ZİYARET ETTİ.

GTO Başkanı Eyüp Bartık, ziyarette yaptığı konuşmada, sektörün kendi gücünün farkında olmadığını söyledi. Göreve başladığı ilk gün dört sektör tespit ettiğini anımsatan Bartık, bunların; penye-konfeksiyon, triko-örme, ayakkabı ve mobilya olduğunu ifade etti.

Bu sektörlerin Gaziantep'in geleceğinde söz sahibi olacağını belirten Bartık, "Sektörün ihracatta daha etkili olması için GTO'nun da içinde olduğu sektörel dış ticaret şirketi kurduk. Sektörün sorunlarını da biliyoruz. Bu sorunların çözümü için fikir alışverişinde bulunuyoruz. Alan sorunuyla ilgili son noktaya gelindi, ara elaman da ihtiyaçlar arasında dikkat çekiyor. Bunu da yapacağımız meslek lisesiyle çözeceğiz" dedi.



Gaziantep'in geleneksel kutnu kumaşının hazırlanan tescil ilan talebinin resmi gazetede yayınlanması nedeniyle GTO ve MHGF kutnu kumaşıyla poz verdi. (Soldan sağa; PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya, GTO Başkanı Eyüp Bartık, MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, GTO Yönetim Kurulu Üyeleri, Reis Reisoğlu ve Kemal Delioğlu ile MHGF Başkan Yardımcısı Mukadder Özden)

**GTO Başkanı Bartık:
"Sektörün gelişimi için
üzerimize düşen görevi
yapmaya çalışıyoruz"**

Bartık, sektörün gelişimi için üzerlerine düşen görevi yapmaya çalıştıklarını kaydetti.

MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk de Gazi-

antep'li işini aşıla yaptığını belirterek, bu yönüyle Gaziantep'i örnek aldıklarını belirtti.

Gaziantep'li işadamlarının girişimciliğinin örnek alınması gerektiğini vurgulayan Öztürk, "Ülkemizin değişik illerinden sektör temsilcilerimizle Gaziantep'te buluştuk. Gaziantep sek-

törümüz açısından önemli bir şehir, son dönemde ülke genelinde olduğu gibi Gaziantep'te de bazı sorunlar yaşandığını biliyoruz. Bunların çözümü için Gaziantep'te ilgili kuruluşlarla istişare toplantıları gerçekleştirdik. Sektörümüzü ön plana çıkarmak için çalışıyoruz" diye konuştu.

MHGF Başkan Yardımcısı Mukadder Özden de Gaziantep'in her alanda olduğu gibi hazır giyim ve tekstil alanında da giderek büyüdüğünün altını çizdi.

PEN-KON Başkanı Haskaya da sektörün geliştirilmesi için kurulan dış ticaret şirketinin Gaziantep'in penye ve triko sektörüne katkı sağlayacağını ifade etti.

GTO Yönetim Kurulu Üyesi Reis Reisoğlu da sektörün gelişimi için çalıştıklarını ifade etti.





“Basın, sorunların gündeme getirilmesi açısından çok önemli”

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Başkanı Hüseyin Öztürk, Başkan Yardımcıları Mukadder Özden, Osman Ege ve Metin Çetinkaya ile Yönetim Kurulu üyeleri ve PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya Gaziantep Gazeteciler Cemiyeti'ni (GCC) ziyaret etti. Ziyarete hazır giyim sektörünün Gaziantep'teki sorunları ve bu sorunları basın aracılığıyla daha fazla gündeme getirilmesine dikkat çekildi.

GCC Başkanı Ay: “Gaziantep tekstil ve hazır giyim açısından doğru bir şehir”

Gaziantep Gaziantep'in girişimciliği ile adından söz ettirmesi kadar misafirperver bir şehir de olduğuna değinen GCC Başkanı İbrahim Ay, “Girişimci bir ruha sahip olan Gaziantep, her alanda olduğu gibi tekstil ve giyim sanayisinde de potansiyeli güçlü bir şehirdir. Türkiye'nin üretimde, istihdamda ve ihracatta öncü sektörü olan hazır giyim bu tür etkinlikler, toplantılar ve fuarlarla Gaziantep'te daha güçlü bir yapıya kavuşması kentimiz için büyük önem arz etmektedir. Elbette son günlerde birçok alanda olduğu gibi, ekonomi alanında da kritik bir dönem yaşamaktayız. Bu dönemlerde sektörel toplantıların ve farklı illerdeki sanayici ve iş



adamlarının ortak akılla hareket etmesi bizleri gelecek adına ümitvar kılmaktadır” açıklamalarına yer verdi.

MHGF Bşk. Hüseyin Öztürk: “GCC'de bulunmaktan büyük onur duyuyoruz”

Gaziantep her alanda olduğu gibi giyim ve tekstil alanında da önemli bir lokomotif şehir olduğunu dile getiren MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, “Ülkemizin değişik illerinden sektör temsilcilerimiz ile Gaziantep'te buluştuk. Gaziantep sektörümüz açısından önemli bir şehirdir. Son dönemde ülke genelinde olduğu gibi Gaziantep'te de bazı sorunlar yaşandığını biliyoruz. Bunların çözümü için Gaziantep'te ilgili kuruluşlarla istişare toplantıları gerçekleştirdik. Basın sorunların gündeme getirilmesi açısından son derece önemli bir görev üst-

lenmektedir. GCC'de bulunmaktan bu açıdan da büyük onur duyuyoruz” dedi.

MHGF Bşk. Yrd. Mukadder Özden, “Gaziantep her alanda olduğu gibi hazır giyim ve tekstil alanında da giderek büyüyor”

MHGF Başkan Yardımcısı Mukadder Özden, Gaziantep'in her alanda olduğu gibi özellikle hazır giyim ve tekstil alanında da giderek büyüdüğüne dikkat çekti. Gaziantep'te moda ve hazır giyim alanında önemli fuarlar gerçekleştirildiğini dile getiren Özden, “15 -20 Şubat tarihleri arasında PENTEKs fuarını yine Gaziantep'te gerçekleştireceğiz. Bu konuda cemiyetimizin desteklerini istiyoruz” dedi.

PEN-KON Bşk. Haskaya'dan sektöre desteklerinden ötürü basına teşekkür

PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya ise bu güne kadar Gaziantep yerel basınında her zaman destek gördüklerini belirterek şunları söyledi:

“GCC, tüm alanlarda olduğu gibi bizim sektörümüzde de sorunların çözümü adına örnek bir duruş sergilemiştir. Bu nedenle cemiyet başkanımızın nezdinde tüm basın mensuplarına teşekkür ediyoruz”

Tekstil sektörünün duayeni Abdulkadir Konukoğlu ile sohbet



Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Yönetim Kurulu toplantısı nedeniyle bulunduğumuz Gaziantep'te, Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörünün duayeni uzun yıllardır Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nde (TOBB) Sektör Başkanı ve Gaziantep Sanayi Odası'nın (GSO) başkanlığı gibi birçok kurumda yöneticiler yapan Sanko Holding Onursal Başkanı Abdulkadir Konukoğlu'nu çalışma ofisinde ziyaret etti.

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, Başkan Yardımcıları Osman Ege, Mukadder Özden ve Metin Çetinkaya ile Yönetim Kurulu Üyeleri Ragıp Aras, Mehmet Haskaya, Mehmet Sait Türközden, Şaban Öngören ile PEN-KON Yönetim Kurulu Üyeleri Şiho Kaya, Sefer Çağlayan, Hayri Özyataç, Gaziantep Nakış Sanayicileri Derneği (GANİDER) Yönetim Kurulu Üyesi Yavuz Akbay ile Ömer Gümüş, Mahir Özden, Atilla Günay'ın katıldığı ziyarette Abdulkadir Konukoğlu tecrübelerini ve iş hayatından anılarını paylaştı.

GANİDER BAŞKAN YARDIMCISINA KUTLAMA ZİYARETİ

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Heyeti, üye dernek Gaziantep Nakış Sanayicileri Derneği'nin (GANİDER) Başkan Yardımcısı ve Anıl Nakış'ın sahibi Yavuz Akbay'ın yeni açılan Anıl Kumaş toptan mağazasını ziyaret ederek başarılar diledi. MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, Başkan Yardımcıları Osman Ege, Metin Çetinkaya ve Yönetim Kurulu Üyeleri Mehmet Haskaya, Mehmet Sait Türközden, Özgür Büyüközgür, Mehmet Kondur ile hazır giyim sektöründen Ömer Gümüş, Atilla Günay da ziyarete katıldı.



Şimşek, 1987'den beri her marka dikiş makinelerin yedek parça satışı konusundaki uzmanlığının yanı sıra; konfeksiyon üreticilerinin numune, kesimhane, dikimhane, kalite-kontrol ve ütü-poşet bölümlerinde ihtiyaç duyacakları hemen hemen her ihtiyacı karşılar.

Türkiye mümessilliğini yürütmekte olduğumuz Koban çığanoz, mekik ve masuraları & Beissel dikiş iğneleri ile Mobilya ve Ayakkabı sektörlerinde de sesimizi duyurmayı hedeflemekteyiz.

KAMINARI®

Yapışkanlı/yapışkansız pastal, plotter ve cutter kağıtları

BEISSEL

Dikiş, nakış ve ev makine iğneleri



VOMATEX

Press ütüler için yanmaz bez, sünger, tel vb. kaplamalar

KAMINARI®

Kaybolabilen kumaş işaretleme kalemleri



Hava ile kaybolan çizgi taşları

Sando

Dikiş makine ayakları



Lake temizleme, hava, boya, airbrush, kumlama, mazot, pütür tabancaları

TAGGY 2

Etiketleme tabancaları



Dikiş ve kesim makineleri için bıçak ve lüperler



Koban



Çığanoz, mekik ve masura



Tüm bu markaların Türkiye Mümessilidir.

Anafartalar Cad. No: 500 / 103
35240 Mezarlıkbaşı - İZMİR
tel: 0 232 483 31 00
faks: 0 232 425 98 91
www.simsekmak.com.tr
info@simsekmak.com.tr



29 Ekim Mahallesi 325 Sok.
No:3/C 35875 Yazıbaşı Beldesi
Torbalı - İZMİR
tel: 0 232 853 75 45
faks: 0 232 853 93 95
www.simsekkagit.com.tr
info@simsekkagit.com.tr



MHGF, 19. Girişim ve İş Dünyası Zirvesi'nde düzenlenen törenle Türkönfed ailesine katıldı



MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF), ÇANAKKALE'DE DÜZENLENEN 19. GİRİŞİM VE İŞ DÜNYASI ZİRVESİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLEN TÖRENLE BÖLGESEL VE SEKTÖREL İŞ DÜNYASI FEDERASYON VE DERNEKLERİNİN ÇATI KURULUŞU TÜRK GİRİŞİM VE İŞ DÜNYASI KONFEDERASYONU'NA (TÜRKONFED) RESMEN KATILDI.

MHGF, Eylül ayındaki Yönetim Kurulunda aldığı karar doğrultusunda Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) ailesine katıldı. 26-27 Kasım 2015 tarihleri arasında TÜRKONFED tarafından Çanakkale'de 19'uncusu düzenlenen Türk Girişim ve İş Dünyası Zirvesi'nin ikinci gününde düzenlenen törende MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk'e üyelik rozetini TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu takdı. Törende konuşan MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, sektörün ve Federasyonun gücünü rakamlarla ifade ederek, "Böylesine güçlü bir sektörü, bu organizasyona taşıdık" dedi.

Zirvenin ana gündemi: "Türkiye Ekonomisi: Orta Vadeli Görünüm-Riskler ve Fırsatlar"

TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkanı Tarkan Kadooğlu ve TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Cansen Başaran Symes'in açılış konuşmalarını yaptığı 19. Türk Girişim ve İş Dünyası Zirvesi, TÜRKONFED'e üye 24 federasyonun ve 186 derneğin temsilcilerinin de katılımıyla Kolin Otel'de gerçekleştirildi. Zirvenin ana gündemini "Türkiye Ekonomisi: Orta Vadeli Görünüm-Riskler ve Fırsatlar" konusu oluşturdu. Ulusal ve bölgesel siyasi gelişmelerin de ele alındığı zirvenin açılışına Çanakkale Valisi Hamza Erkal ve il mülkî amirleri de katıldı.

Zirvenin ilk gününde federasyon ve dernek başkanları, siyaset ve ekonomi gündemini değerlendirdi

TÜRKONFED'e üyesi Güney Marmara Sanayi ve İşadamları Federasyonu (GÜNMAKSİFED) Yönetim Kurulu Başkanı İsa

Tamer Çelik ile Çanakkale Sanayici ve İşadamları Derneği (ÇASIAD) Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Akarsu'nun evsahipliğini üstlendiği zirvenin ilk gününde federasyon ve dernek başkanları, siyaset ve ekonomi gündemine dair değerlendirmelerde bulundu. TÜRKONFED Ekonomi Danışmanı Pelin Yenigün Dilek de, ekonomik ve siyasi gündem ile ilgili bir sunum gerçekleştirdi. Zirvenin onur konuğu olan TÜSİAD önceki dönem Başkanı ve SÜTAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz'a, plaket takdim edildi.

Zirvenin ikinci gün açılış konuşmaları Erdal Akarsu (ÇASIAD Başkanı), İsa Tamer Çelik (GÜNMAKSİFED Başkanı), Cansen Başaran Symes (TÜSİAD Başkanı), Tarkan Kadooğlu (TÜRKONFED Başkanı) ve Hamza Erkal (Çanakkale Valisi) tarafından yapıldı.

"Hedeflenen ekonomik büyümeye geçmemiz gerekiyor"

Dünya ve ülke gündeminin endişe verici gelişmelere sahne olduğunu belirten ÇASIAD Başkanı Erdal Akarsu, yeni hükümetin kurulmasıyla birlikte

artık güçlü reformlara ve hedeflenen ekonomik büyümeye geçmemiz gerekiyor."

GÜNMAKSİFED Başkanı İsa Tamer Çelik de piyasa ekonomisi ve refah mekanizmalarının tam olarak işleminin demokratik standartların yerleşmesine bağlı olduğunu dile ge-

tirdi. Çelik, "Sivil toplum örgütlenmesi olmayınca, kararlar toplumsal tartışma ve uzlaşma kültüründen uzak bir zeminde sürüyor" diye konuştu.

Eski yöntem ve alışkanlıkların, artık bugünün taleplerini karşılayamayacağını söyleyen TÜSİAD Başkanı Cansen Başa-



ran-Symes da, şirketlerin sürdürülebilirliğinin sanayi ve endüstrideki baş döndürücü dönüşümü yapmamıza bağlı olduğunu ifade etti. Geleneksel yöntemlerle iş yapan KOBİ'lerin, bu fırsat ve dönüşümü doğru şekilde takip edip, pozisyon aldığı takdirde geleceğin önemli şirketlerinden biri haline geleceğini belirten TÜSİAD Başkanı, bugünün küçük bir KOBİ'sinin, yeni bir atılım ile belki de önümüzdeki 5-10 senenin Türkiye'deki en önemli markası, 'en bilinmezi başaran şirket' olabileceğini kaydetti. Başaran-Symes, "Dijital ekonomi ve sanayinin 4. safhası olan Endüstri 4.0'ın yol açtığı dönüşüme; bilime, gelişen teknolojiye odaklanmak hepimiz için olmazsa olmaz stratejik bir öncelik" diye ekledi.

"Beklentilerimizi hükümet programında gördüğümüz için mutluyuz"

Açıklanan hükümet programına da değinen Cansen Başaran-Symes, "Biliyorsunuz, hükümet ve ardından hükümet

met programı açıklandı. Önümüzdeki 4 yılın sonunda 'Nasıl bir Türkiye hayal ediyoruz?' için düşünmenin zamanı. Demokratik standartlar ve özgürlükler, kapsayıcı büyüme, yatırım ortamı ile kalkınma başlıkları açısından beklentilerimizi defalarca paylaştık. Bunları programda yazılmış olarak görmekten TÜSİAD olarak son derece mutluyuz" dedi.

"Türkiye'nin bir gün bile kaybetme lüksü yok"

TÜRKONFED'in bağımsız, gönüllü ve tarafsız bir sivil toplum kuruluşu olduğunun altını çizen TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu ise, taraf oldukları konuları da vurguladı.

"Bölgeler arasındaki farklılıkları azaltmak, kadınların iş ve sosyal hayata katılımını artırmak, Türkiye'nin demokratikleşmesi, çözüm süreci ve bütün bunları destekleyen Avrupa Birliği üyeliği konusunda tarafız" diyen Kadooğlu, Türkiye'nin son 20 ayda dört seçim geçirdiğini, ekonomi ve reformlar için bir bekleme döneminin de bera-

berinde yaşandığını aktardı.

Özellikle 7 Haziran ile 1 Kasım arasındaki süreç, Türkiye için büyük bir zaman kaybı oldu" diyen TÜRKONFED Başkanı Kadooğlu, 2015 yılının ekonomik ve siyasi reformlar açısından kayıp bir yıl olduğunu, yeni kurulan 64. Hükümetin, bu kayıp zamanı telafi etmek için hızlı hareket edip, siyasi, ekonomik ve sosyal reformları bir an önce hayata geçirmesi gerektiğini söyledi.

İş dünyası ve TÜRKONFED olarak önerilerini Başbakan Ahmet Davutoğlu ile yapılan ekonomi toplantısında dile getirdiğini belirten Kadooğlu, "Önümüzdeki dönem, bu konuların yakın takipçisi olacağız" dedi.

Türkiye'nin güçlü olmaktan başka şansı olmadığını vurgu yapan TÜRKONFED Başkanı Kadooğlu, yol haritasını da şu şekilde paylaştı: "Bunun için önce kendi içimizde, ülke olarak birlik ve beraberliğimizi; barış ve güven ortamını sürdürmek zorundayız. Bu anlamda, yeni bir sivil anayasaya, AB sürecinde ivmeye, demokratikleşme ve

eşitlik konularında derinleşmeye, adil bir hukuk sistemine ve olmazsa olmazımız olan çözüm sürecinin başarıyla nihayete erdirilmesine ihtiyacımız var. TÜRKONFED olarak Türkiye'nin geleceğine, çocuklarımıza, bu konularda bir sorumluluğumuz olduğunu düşünüyoruz. Güçlü ve demokratik bir Türkiye için üzerimize düşen sorumluluğun farkındayız."

Açılış konuşmalarının ardından TÜRKONFED yeni üye rozet töreni gerçekleştirildi. Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, Batı Karadeniz Sanayici ve İş İnsanları Federasyonu (BAKZİFED), Türkiye Kalite Derneği (KALDER), Açıkhava Reklamcılar Derneği (ARED) başkan ve yöneticilerine üye rozetleri TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu, başkan yardımcılar Sedat Şükrü Ünlütürk ve Hasan Kamil Hayali ile TÜRKONFED Yönetim Kurulu Üyesi Ömer Ertuğrul Erdoğan tarafından takıldı.

Yeni üye rozet töreninin ardından Türkiye ekonomisindeki riskler ve fırsatların masaya yatırıldığı bir panel düzenlendi

Üye rozet töreninin ardından Türkiye ekonomisindeki riskler ve fırsatların masaya yatırılacağı bir de panel düzenlendi. İstanbul Finans Merkezi Girişimi Başkanı Dr. Artunç Kocabalkan'ın moderatörlüğünü yaptığı, "Türkiye Ekonomisi: Orta Vadeli Görünüm-Riskler ve Fırsatlar" panelinin konuşmacıları arasında TÜSİAD Başkanı Cansen Başaran Symes, TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu ve Dardanel Önentaş Gıda Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Niyazi Önen yer aldı.



Elopar Plastik'te size özel bir çözüm mutlaka vardır



- * Baskılı bantlı BOPP
- * Baskılı Bantlı PE Naylon Torbalar
- * Baskılı Bantlı PP Naylon Torbalar
- * PE Taşıma Torbaları

- * ELPK Marka Rulo Çöp Torbaları
- * Market-Manav Baskılı, Baskısız Atlet Poşetleri
- * Asorti ve Lot Tekstil Poşetleri
- * Rulo Shrink

Istanbul Cad. Kavaklı Köy Yolu No:13
Beylikdüzü / İSTANBUL

Tel: +90 212 875 19 40 (4 Hat) Fax: +90 212 875 04 73

GSM: +90 530 374 19 95

E-Mail: elopar@elopar.com.tr / Web: www.elopar.com.tr



ELOPAR®
ELEKTRİK ve OTOMOTİV PARÇALARI
SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

1 MİLYAR 409 MİLYON DOLARLA İKİNCİ

Hazır giyimin 11 aylık ihracatı 15.6 milyar dolar

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), KASIM AYINDA GEÇEN YILIN AYNI DÖNEMİNE GÖRE YÜZDE 10,5 DÜŞÜŞLE 11 MİLYAR 437 MİLYON DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİĞİNİ AÇIKLADI. YILIN 11 AYLIK DÖNEMİNDE İSE İHRACAT YÜZDE 8,6 KAYIPLA 131 MİLYAR 942 MİLYON DOLAR OLDU. 1 MİLYAR 409 MİLYON DOLARLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON OTOMOTİVDEN SONRA İKİNCİ SIRADA YER ALDI.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Kasım ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,5 düşüşle 11 milyar 437 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiğini açıkladı. Yılın 11 aylık döneminde ise ihracat yüzde 8,6 kayıpla 131 milyar 942 milyon dolar oldu.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Kasım ayının ekonomik ve siyasi anlamda yoğun gündemini hatırlattı ve AB'ye üyelikten inovasyondan markalaşma süreçlerine kadar yeni hükümetten beklentilerini sıraladı.

Euro Bölgesinde olumlu gelişmeler

Küresel ekonomi ile ilgili değerlendirmelerde de bulunan Büyükekşi, "İhracatçılarımız Euro Bölgesine ilişkin olumlu beklentiyi yakından takip etmeli ve bu büyümeden istifade etmesi büyük önem taşıyor" diye konuştu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Kasım ayı ihracat verilerini Niğde'de açıkladı. TİM verilerine göre kasım ayında ihracat geçen yılın aynı ayına göre yüzde 10,5 düşüşle 11 milyar 437 milyon dolar oldu. Yılın ilk 11 ayında ihracat yüzde 8,6 düşüşle 131 milyar 942 milyon dolara geriledi. Son 12 aylık ihracat ise yüzde 7,8 düşüşle 145 milyar 211 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Kilogram bazında ihracat, Kasım ayında yüzde 3,4 artış gösterirken, 11 aylık dönemdeki kilogram bazındaki yükseliş, yüzde 0,9 oranında oldu. Birim fiyatlarındaki düşüş nedeniyle ihracat gerilerken, kilogram bazında yükseliş trendinin sürmesi ihracatçının umutlarını 2016'ya taşımasına neden oldu.



Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü otomotivin ardından yine ikinci sırada yer aldı

Kasım ayında en fazla ihracatı, 1 milyar 920 milyon dolarla otomotiv sektörü yaptı. Bu sektörü 1 milyar 409 milyon dolarla hazır giyim ve konfeksiyon ile 1 milyar 301 milyon dolarla kimyevi maddeler sektörleri takip etti.

Hazır giyimin genel ihracattaki payı yüzde 11,8

Hazır giyim sektörünün 11 aylık ihracatı ise 15 milyar 583 milyon dolara ulaştı. Geçtiğimiz yıl aynı dönemde 17 milyar 363 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren sektörün kaybı yüzde 10,3 düzeyinde oldu. Son 12'a

baktığımızda da rakam 16 milyar 949 milyon dolar. Son 12 ayda da kayıp yüzde 9,8 düzeyinde. Türkiye'nin 11 aylık genel ihracatında hazır giyimin payı ise yüzde 11,8 olarak gerçekleşmiş.

Bu verilerin yanı sıra, Kasım ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre 101 ülke ve gümrük bölgesinde ihracat artış gösterirken, 132 ülke ve gümrük bölgesinde ise azalış yaşanması dikkat çekti. Türkiye'deki iller bazında da 56 kentte kasım ayında geçen yılın aynı dönemine göre ihracatta azalış görülürken, 23 kentte de artış yaşandı.

En fazla ihracat yapılan 5 ülke Kasım ayında sırasıyla Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve ABD oldu. Bunun yanı sıra Almanya'ya ihracat yüzde 4,7, Irak'a ihracat yüzde

15,3, İtalya'ya ihracat yüzde 2,4, ABD'ye ihracat yüzde 6,4 gerilerken İngiltere'ye ihracat yüzde 3 arttı. Kasım ayında en fazla ihracat yapılan 30 ülke arasında, en yüksek ihracat artışı ise yüzde 23,5 ile Suudi Arabistan yakalarken, Fas'a ihracatımız yüzde 21,7, İspanya'ya yüzde 9 arttı. İhracat artış oranında öne çıkan diğer ülkelere bakıldığında ise Kasım ayında Gana'ya ihracatımız yüzde 115, Endonezya'ya yüzde 114, Tayland'a yüzde 91, Pakistan'a yüzde 89 artış gösterdi.

Kuzey Amerika'ya ihracatımız yüzde 11,2 arttı

Diğer yandan bölgesel anlamda Kasım ayında Afrika'ya ihracatımız yüzde 0,7 artarken, AB'ye ihracatımız yüzde 0,9, Kuzey Amerika'ya yüzde 11,2, Ortadoğu'ya yüzde 19 geriledi.

Yine Kasım ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre en fazla ihracat yapan ilk 10 il arasında en fazla ihracat artışını yüzde 4,3 ile Manisa yakaladı. Adana'nın ihracatı yüzde 0,9, Bursa'nın yüzde 1,5, Gaziantep'in yüzde 2,8, İzmir'in yüzde 6,7, Ankara'nın yüzde 9,6, Kocaeli'nin yüzde 12,9, Denizli'nin yüzde 14,7, İstanbul'un ihracatı yüzde 15,1 Hatay'ın yüzde 17,8 düştü.

Niğde'nin ihracatı ise Kasım ayında yüzde 31,4 artarken, ilk 11 ayda yüzde 17,8 geriledi. Niğde 2014 yılında 66 milyon dolarlık ihracatıyla da iller arasında 59. sırada yer almıştı.

24 milyar dolarlık negatif etki bekleniyor

Bu yıl OVP'de 143 milyar dolarlık bir ihracat hedefi konmasına rağmen, ihracatta parite etkisinden 13 milyar, emtia fiyatlarından 6,5 milyar ve çevre ülkelerdeki olumsuz tablodan dolayı 4 milyar olmak üzere toplamda 24 milyar dolarlık bir negatif etki bekleniyor.

İhracat verilerini değerlendiren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Türkiye'nin Kasım ayında gündeminin ekonomik ve siyasi anlamda çok yoğun geçtiğine değindi. Büyükekşi, Türkiye'nin yeniden siyasi istikrar ortamına kavuşmasıyla birlikte yeni Bakanlar Kurulu üyelerine görevlerinde başarılar diledi. Büyükekşi ayrıca, Bakanlar Kurulu'nda bugüne kadar görev yapan başta Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ile birlikte

tüm bakanlara gösterdikleri büyük çabadan dolayı teşekkür etti.

Siyaset ile ticaret birbirine karıştırılmaz

Büyükekşi, kasım ayının bir başka önemli konusunun ise Türk hava sahasının ihlaliyle yaşanan Türkiye ile Rusya arasındaki üzücü olay olduğuna vurgu yaptı. Büyükekşi, bu gelişmenin ardından Rusya'dan olumsuz tepkiler geldiğinin görüldüğünü belirterek şöyle devam etti:

"İlk olarak olay sonrasında Sayın Cumhurbaşkanımız ve Başbakanımızın, yapıcı ve itidalli açıklamalarını son derece olumlu karşılıyoruz. Türkiye ve Rusya iki güçlü stratejik ortak, iki ülke arasında güçlü ilişkiler var. Yıllık 30 milyar doları aşan ticaret hacmine sahibiz. Ayrıca önemli turizm ve müteahhlik ilişkilerimiz var. Böylesine çok yönlü ekonomik ve ticari ilişkiler içinde olduğumuz bir ülke ile bağlarımızı zayıflatmak mümkün değil. İşte bu yüzden Rusya tarafından, ticaret ile siyasetin birbirine karıştırılmaması gerektiğini düşünüyoruz. Ne onların dış ticaretinin ne de bizim dış ticaretimizin bu olaydan etkilenmesi doğru değil. Şunu unutmayalım ki köklü devletler siyaset ve ticareti birbirine karıştırmaz. Zaman zaman sorun yaşasak da ticareti artırarak devam ettiğimiz ülkeler var. Doğru olan da budur. Rusya'dan da bunu bekliyoruz."

İlk on aylık dönemde Rusya'ya ihracat yüzde 39 düştü

Büyükekşi, Türkiye-Rusya dış ticaretinde rakamsal verilere de değindi; Buna göre 2014 yılında Türkiye'nin Rusya'ya ihracatının 5,9 milyar dolar iken, bu rakam 2015'in 10 aylık döneminde yüzde 39 düşüşle 3,1 milyar dolar oldu. Rusya'nın Türkiye'ye ihracatı da 2014'te 25 milyar dolar iken, 2015'in 10 aylık döneminde yüzde 18 düşüşle 17,3 milyar dolara indi.

"Türkiye'nin ihracatında Rusya'nın payı 11 aylık rakamlara göre yüzde 2,8 seviyesinde. Bu bağlamda iş adamlarının hep kazan-kazan ilkesine göre hareket etmesi gerektiğine inanıyoruz" diyen Büyükekşi, her iki ülkenin ihracatçıları ve iş dünyası temsilcilerinin bu gerilimi en az hasarla atlattığını dilediğini aktardı.

AB Zirvesi'nde, AB üyeliği müzakerelerinin canlandırılması kapsamında önemli

adımlar atıldığına da değinen Büyükekşi, 14 Aralık tarihinde 17. faslın açılması, vizelerin kaldırılması ve geri kabul süreçlerinin önümüzdeki yıl tamamlanmış olmasının planlanmasıyla Gümrük Birliği'nin güncellenmesine yönelik atılacak adımları olumlu bulduklarını vurguladı.

Euro Bölgesi'nde deflasyon riski azaldı

Küresel ekonomik verilerle ilgili değerlendirmeler de yapan Büyükekşi, Çin'den zayıf veriler gelmeye devam ederken, Euro Bölgesi'nde toparlanmanın yavaş da olsa sürdüğüne ve deflasyon riskinin azaldığını görüldüğünü söyledi. Büyükekşi, "AMB Başkanı Draghi'nin aralık ayında teşvik politikasını gözden geçireceklerini belirtmesiyle Euro/Dolar'da yılsonu tahmini de 1.06'ya düştü. İhracatçılarımızın Euro Bölgesine ilişkin bu olumlu beklentiyi yakından takip etmesi ve bu büyümeden istifade etmesi büyük önem taşıyor" dedi.

IMF'nin de 2015'te mal ihracatının 2014'e göre yüzde 11 gerilediğini ve 2 trilyon dolar azalarak 16.5 trilyon dolara inmesinin beklendiğini ifade eden Büyükekşi, "Neredeyse bütün ülkelerin ihracatı ve ithalatı geriliyor. Bu bağlamda Türkiye'nin ihracatı belli başlı pek çok ülkenin ihracatından daha az geriledi. İlk 9 ayda AB'nin ihracatı yüzde 12,6, Almanya'da yüzde 11,9, Brezilya'da yüzde 16,8, Hindistan'da yüzde 13,2 düşüş yaşandı" diye konuştu.

Parite etkisi 11.9 milyar dolar

Büyükekşi, küresel veriler çerçevesinde ABD dolarının diğer para birimlerine karşı değer kazandığını hatırlatarak sözlerini şöyle tamamladı:

"Miktar olarak daha fazla ihracat yapmamıza rağmen, dış ticaret verilerinin dolar cinsinden açıklanması nedeniyle ihracatta bu para birimi bazında gerileme oluyor. Diğer yandan da hammadde fiyatlarındaki düşüş, birim fiyatları da aşağıya çekiyor. Burada parite etkisinin de altını çizmek istiyoruz. Kasım ayında Euro/Dolar paritesi, geçen seneye göre yüzde 13,6, ilk 11 ayda ise yüzde 16,9 geriledi. Bu gerilemenin ihracatımıza etkisi kasım ayında 750 milyon dolar 11 aylık dönemde ise 11,9 milyar dolar oldu."

***Stoklu
400 renk
seçeneęi ile
hızlı ve
kaliteli servis***

***% 100 Cotton
Dyed Yarn***

160 + 240 = 400
Renk

www.mersutekstil.com.tr



| % 100 Хлопок, нить окрашенная |

MERSU	MERSU	MERSU	MERSU
3255	11122	7550	8400
3260	11785	7476	8416
3261	11149	7527	8408
3048	11437	7009	8389
3223	11601	7526	8610
3150	11873	7508	8543
3244	11648	7540	8607
3175	11545	7580	1000
3252	11167	7529	1005
3235	11188	7600	10453

İ. NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ VE GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ İLE İŞBİRLİĞİ MHGF'nin eğitimde çözüm ortakları artıyor

EĞİTİMDE ÇÖZÜM ORTAKLARINI ARTIRAN MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ VE GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ İLE ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE PROTOKOL İMZALADI.

Üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde Türkiye

genelinde eğitimde çözüm ortaklarını artırmayı sürdüren MHGF, son olarak İstanbul Nişantaşı Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi ile işbirliği protokolü imzaladı.

MHGF, İzmir'de Ege Ayakkabı Sanayicileri Derneği (EGEAYSAD) ev sahipliğinde düzenlenen Yönetim Kurulu Toplantısı öncesinde İzmir Valisi Mustafa Toprak ve Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu'nun da katıldığı törenle İstanbul Nişantaşı Üniversitesi ile işbirliği protokolü imzaladı.

İzmir Valisi Toprak: "Türkiye'nin çok ihtiyacı var"

Üniversite-sanayi işbirliği protokolünü Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öztürk ile Nişantaşı Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Murat Barkan imzaladı. Törende konuşan İzmir Valisi Mustafa Toprak, iki kurum arasında imzalanan protokol ile üniversite-sanayi işbirliği alanında önemli bir adımın atıldığını söyledi. Üniversite-sanayi işbirliğine Türkiye'nin çok ihtiyacı olduğuna dikkat çeken Toprak, İzmir'de bu protokolün



imzalanmasından büyük memnuniyet duyduğunu kaydetti.

Kocaoğlu: "Ülke katma değeri için zorunluluk"

İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu da İz-

mir'de üniversite-sanayi işbirliğinin ülke katma değeri için zorunluluk olduğunun altını çizerek, bu anlaşmaların her yerde yapılması gerektiğini vurguladı.

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öz-

türk ise Nişantaşı Üniversitesi ile imzaladıkları protokol ile Ar-Ge, tasarım, danışmanlık, proje ve eğitim-öğretim alanlarında işbirliği yapacaklarını söyledi. Türkiye'de üniversite-sanayi işbirliğinin her alanda artırılması

gerektiğinin altını çizen Öztürk, Federasyon olarak ilk adımı attıklarını, birçok alanda da yeni işbirliği protokollerinin hazır- lığı içinde olduklarını kaydetti.

Ortak çalışmalar yürütülecek

Nişantaşı Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Murat Barkan, ise "Sürdürülebilir Çözüm Ortaklığı" anlaşması kapsamında Nişantaşı Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi'nin Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü akade-

versite, ulusal ve uluslararası düzeyde tekstil ve moda algısındaki değişimlerin sektör tarafından gecikmeksizin kavranmasına destek vereceğini açıklayan Barkan, "Bunun yanında, Üniversitenin bilim ve sanat kadroları, sektör ile ortaklaşa düzenlenen sanat ve tasarım atölyeleri gerçekleştirecek; moda ve tekstil endüstrisindeki yeniliklerin ve ilgili teknolojilerin tanıtımına yönelik seminer ve paneller düzenleyerek Federasyon üyesi

öğrenci projeleriyle de bilimsel, sanatsal ve teknolojik kaynak yaratacak. Üniversite, bunun yanında, Federasyon üyesi endüstri kuruluşlarının yönetici ve uzmanlarına yönelik meslek geliştirme sertifika programları ve lisansüstü (master ve doktora) düzeyde uzmanlık programları uygulayacak" diye konuştu.

Üniversitenin akademik programlarını, Federasyonun desteğiyle gerçekleştirdiği analiz sonuçlarına dayalı olarak

dan eğitici desteği sağlayacak. Bu uygulamalarla üniversitemizin "3. Nesil Üniversitenin Türkiye'deki İyi Uygulama Örneği olma iddiası güçlenecek. Federasyon üyesi sanayiciler ayrıca lisansüstü, lisans ve ön-lisans öğrencilerine, proje desteği, staj ve istihdam olanağı sağlayacak. Böylece moda ve hazır giyim sektöründe mezuniyet sonrası işgücü ve verim kaybının giderilmesine çalışılacak. Ortaklığının iletişim, mühendislik, işletme, ticaret ve iktisat alanlarını da kapsayacak ölçekte gelişmesi bekleniyor" dedi.

Eğitimde bir diğer çözüm ortaklığı da Gaziantep Üniversitesi ile gerçekleştirildi

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu'nun (MHGF) Penye Konfeksiyon ve İmalat Hazır Giyim Derneği'nin (PEN-KON) ev sahipliğinde Gaziantep Sanayi Odası'nda (GSO) gerçekleştirdiği Kasım ayı yönetim kurulu toplantısı önemli bir işbirliğine sahne oldu. MHGF ve PEN-KON Gaziantep Üniversitesi ile üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde işbirliği protokolü imzaladı. Sektörün duayeni Abdulkadir Konukoğlu da, MHGF Yönetim Kurulu'nun bir bölümüne katılarak deneyimlerini sanayicilerle paylaştı.

Gaziantep Üniversitesi, MHGF ve PEN-KON imzasıyla üçlü protokol

Her ay bir üye derneğin ev sahipliğinde Türkiye'nin farklı bölgelerinde yönetim kurulurını gerçekleştiren MHGF'nin Kasım ayındaki durağı Gaziantep oldu. Üye dernek PEN-KON'un ev sahipliğinde GSO'da gerçekleştirilen MHGF Yönetim Kurulu'nda önemli bir adım atılarak Gaziantep Üniversitesi ile

misyen ve öğrencilerinin Ar-Ge projeleri kapsamında Federasyonun ihtiyacı olan sektöre yönelik ortaklaşa analiz çalışmaları düzenleyeceklerini belirtti. Bu analiz çalışmalarının sonuçlarına dayalı olarak Üni-

sanayicilerin küresel marka değerleri ile buluşmasına, tanışmasına ve işbirliğine katkı sağlayacak. Nişantaşı Üniversitesi ayrıca, sektöre yönelik olarak danışmanlık, bilirkişi ve uzmanlık hizmetleri yanında

düzenli aralıklarla gözden geçireceğini ifade eden Barkan, "Üniversitemiz yenileme ve iyileştirmeler yapacak. Federasyon üyesi sanayiciler kampüste ve sektördeki üye kuruluşlarda uygulamalı eğitimlere doğru-





üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde bir protokol imzalandı. Protokolü MHGF adına Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, Gaziantep Üniversitesi adına Rektör Vekili Prof. Dr. Ali Gür ve PEN-KON adına Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Haskaya imzaladı.

MHGF Başkanı Öztürk: "Bilimi sanayiyle buluşturmalıyız"

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, üniversitelerin hayatın vazgeçilmezi ve bilim yuvaları

olduğunu kaydederek, "Bilimi sanayiyle buluşturmak gerekiyor. Ülkemizde KOBİ ve aile şirketleri önemli ölçüde katma değer oluşturuyor. Federasyon üyesi firmalarımız ağırlıklı olarak bu yapıda ve bunların birçoğu nitelikli işgücü bulamama noktasında sıkıntı yaşıyor" diye konuştu. Öztürk, "Gaziantep'teki meslektaşlarımızın işletmelerinin kapılarını üniversiteye açmaları, öğrencilerle bir araya gelerek kendi hayat hikayeleri dahil, yaptıkları işleri anlatmaları, pratik ile

teorinin bir araya gelmesini sağlamaları, stajından, bitirme tezine kadar birçok alanda ortak çalışmalar yapmaları çok önemli" diye kaydetti.

Gaziantep Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ali Gür: "Bizden beklenen iletişim kanallarını açık tutacağız"

Rektör Vekili Prof. Dr. Ali Gür ise Gaziantep Üniversitesi'nin gerek sanayi ile işbirliğini, gerekse toplumla bütünleşmesi açısından hem

toplumsal duyarlılık projelerini, hem de üretime katkı sağlayacak insan kaynağını sahaya yansıtma açısından ortak işbirliklerini çok önemsediklerini belirterek, "Üniversiteler sadece fikir üreten değil, bu fikirlerini sanayicilere, iş alanına ve her türlü üretim yapan sektöre pazarlayan ve fikrini onlara ulaştıran bir yapı" dedi. Prof. Gür sözlerini şöyle sürdürdü:

"Biz ara insan gücünü, fikrimizi sunarız, sanayicimiz bunu alır ve birlikte eşgüdümle hem Türkiye'nin geleceğine, aynı zamanda şehrimizin kazancına büyük bir katkı sağlarız. Biz bu konuda üniversitemizin felsefesine uygun olarak her türlü çabayı sarfetmeye ve aynı zamanda moda ve hazır giyim tasarım noktasında bizden beklenen iletişim kanallarını sürekli açık tutacağımızı özellikle vurgulamak istiyorum."

PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya: "Önemli ve önemli bir adım"

MHGF Yönetim Kurulu Üyesi ve PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya da bu işbirliği protokolünün Gaziantep'te sektör açısından büyük ve önemli bir adım olduğunu belirtti.

Eğitimde çözüm ortaklarının sayısı 10'a yükseldi

Son yapılan iki işbirliği protokolü ile Moda ve Hazır Giyim Federasyonu'nun (MHGF) eğitimde çözüm ortağı sayısı 10'a yükseldi. Bu kapsamda bugüne değin İstanbul Kültür Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Şişli Meslek Yüksekokulu, İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü, EF Dil Okulları, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul Arel Üniversitesi, Adıyaman Üniversitesi, Ni-

şantaşı Üniversitesi ve son olarak Gaziantep Üniversitesi ile işbirliği protokolü imzalanmış oldu.

Üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde yapılan bu protokoller ile üniversitenin bilimsel biriminin Ar-Ge noktasında sanayiciye aktarılması, sanayicinin de uzun yıllar birçok bedel ödeyerek kazandığı deneyimlerin eğitime aktarılması ve saha ile uyumlu nitelikli eğitim kadroları-

nın yetiştirilmesi öngörülmüyor. Defile, festival, çalıştay gibi ortak organizasyonlar da düzenleniyor.

Protokol ile staj ve mezuniyet sonrası iş bulma yanında sektörden sanayicilerin katıldığı seminerler, fabrikalara inceleme gezileri de gerçekleştiriliyor. Federasyonun fuarlarında da görev alan öğrenciler sektörle iç içe zaman geçirme olanağı buluyor.

KANADI TÜRKİYE'YE SEVDİREN

Kanatçı Muhtar Halis

ŞİMDİ BEYLİKDÜZÜ KULEDİBİ'nde

Kanatçı Muhtar Halis'in Beylikdüzü
TÜYAP yanında hizmete açtığı Kuledibi Restoranına
gelin, eşsiz lezzetleri muhteşem deniz ve
göl manzarası ile canlı müzik eşliğinde tadın!

- Arasıcaklar
- Mezeler
- Izgaralar
- Tava çeşitleri
- Salatalar
- Tatlılar-Meyveler
- Et mangal keyfi
- Digitürk, D-Smart
ve Tivibu ile maç keyfi



Adres: Beylikdüzü E-5 Üzeri TÜYAP Yanı, Kuledibi, Spotçular Çarşısı Teras Kat / İSTANBUL
Tel: 0(212) 872 00 74 - 0(212) 872 00 76



Türk iç giyim sektörü hazır giyimin yükselen yıldızı

TÜRK İÇ GİYİM SEKTÖRÜ HAZIR GİYİMİN YÜKSELEN YILDIZI. İÇ GİYİM VE YATAK GİYSİLERİNİN GİDEREK İNSAN HAYATINDA SAĞLIK VE ESTETİK YÖNÜYLE ÖN PLANA ÇIKMASI SEKTÖRÜ GELİŞTİRDİ. DÜNYA GENELİNDE ARTAN TALEP, HAZIR GİYİMDE DÜNYANIN EN BÜYÜK TEDARİKÇİLERİ ARASINDA YER TÜRKİYE'DE DE İÇ GİYİM BRANŞINI GÜÇLENDİRDİ. ÜRETİM KALİTESİNİN YANINDA TASARIM VE AR-GE YATIRIMLARIYLA DA KENDİNİ GÜÇLENDİREN SEKTÖR, DÜNYADAKİ REKABET GÜCÜNÜ ARTIRIYOR.

Türkiye, 80'li yıllardan itibaren başlayarak tekstil ve hazır giyimde önemli mesafeler kaydetti ve dünyanın en önemli tedarikçilerinden biri haline geldi. 2014 sonu itibarıyla 157,7 milyar dolarlık

Türkiye'nin genel ihracatı içinde 27,7 milyar dolar ihracatla tekstil ve hazır giyimin payı yüzde 20 dolayındadır. Bu resmi rakamlara yakın pazarlara yapılan bavul ticaretinin payı da dahil değildir. 538,6 milyar dolarlık dünya hazır

giyim, konfeksiyon ihracatı pastasından yüzde 3,4 pay alan Türkiye, 7. sırada yerini almaktadır.

Gelinen nokta itibarıyla tekstil ve hazır giyimin birçok alt branşında dünyada ilk üç tedarikçisi arasında yerini aldı. Bu branşlardan biri de iç giyim ve yatak giysileridir. Dünyada hızla popüleritesi artan ve temel örtünme ihtiyacının ötesinde, kadınların olduğu kadar artık erkeklerde de sağlık, estetik kaygılarıyla ön plana çıkan iç giyimde markalaşma da albildiğince gelişti.

36,1 milyar dolarlık, dünya iç giyim ve yatak giysileri ihracatında Çin'in payı yüzde 40,4

2014 sonu verileriyle dünya iç giyim ve yatak giysi-

leri sektörüne baktığımızda 14,6 milyar dolar ile birçok alanda olduğu gibi bu segmentte de Çin ilk sırada bulunuyor. 36,1 milyar dolarlık dünya iç giyim ve yatak giysileri ihracatının yüzde 40,4'lük kısmını tek başına Çin gerçekleştirmektedir. 2012 yılında bu payın yüzde 37 olduğu göz önüne alınırsa dünya ticaretindeki payını giderek artırdığı da ortaya çıkmaktadır. Geçtiğimiz yıla göre pazar payını yüzde 10 oranında artıran Çin'i, 2,7 milyar dolar ile Hong Kong, 1,4 milyar dolar ile Bangladeş, yine 1,4 milyar dolar ile Vietnam ve 1,3 milyar dolar ile Hindistan takip etmektedir. Rakamlardan da görüldüğü üzere Çin, en yakın takipçisi Hong Kong ile arasında bile çok büyük mesafeye bu sektörde birincilik



koltuğuna oturmaktadır. Genel anlamda da bakıldığında ilk beş ülke Asya ülkelerinden oluşmaktadır.

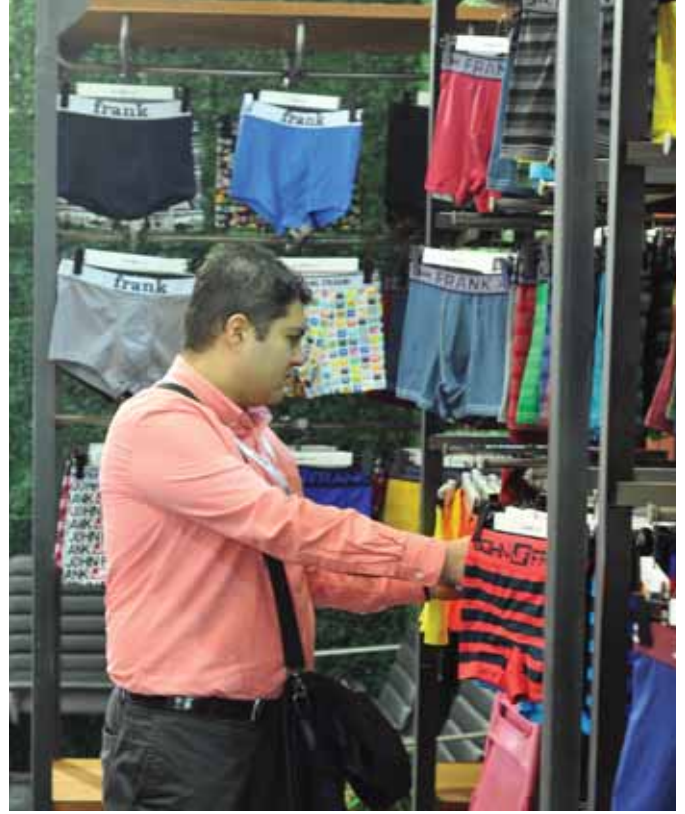
804 milyon dolar ihracatla Türkiye dünyada 10. büyük ihracatçı

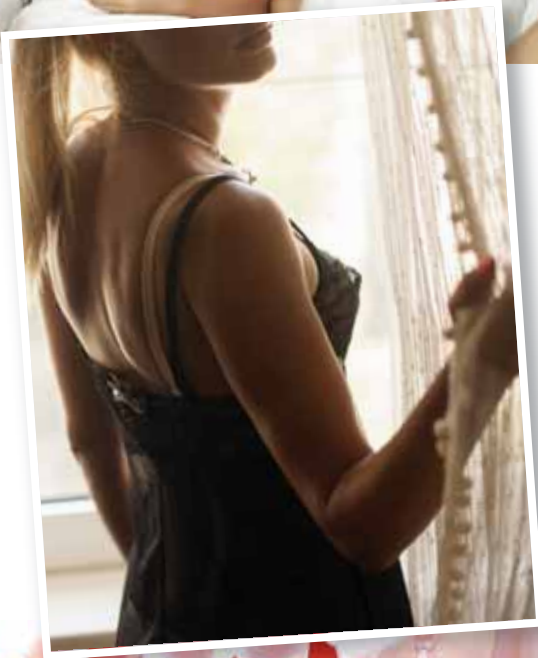
İç giyim ve yatak giysileri alanında ilk beş ülkeyi takiben Sri Lanka, Almanya, Fransa ve Hollanda'nın ardından 804 milyon dolarla dünyanın en büyük 10. ihracatçısı olan Türkiye bir önceki yıla göre ihracatını yüzde 11 oranında artırmıştır. Bu rakamlar ışığında dünya ihracatındaki payı yüzde 2,2 düzeyindedir. Yıllar içinde istikrarlı bir şekilde ihracatını artıran Türkiye iç giyim ve yatak giysilerinde 2012 yılında 658,2 milyon dolar ihracat yaparken 2013 yılında yüzde 9,8 artış sağlayarak 722,5 milyon dolara, 2014

yılında yüzde 11,3 artışla 804 milyar dolara çıkarmıştır. Bu çarpıcı yükseliş grafiği 2014 yılında yüzde 7,8 oranında ihracat artışı gerçekleştiren hazır giyim sektörünün genelinin de üzerinde seyretmiştir.

Bu alanda 2014 yılında 95,7 milyon dolarlık ithalat yapan Türkiye'nin her ne kadar dış ticaret fazlası varsa da bir önceki yıla göre yüzde 17,6 oranındaki artış dikkat edilmesi gereken bir durum olarak karşımıza çıkıyor.

İç giyim ve yatak giysileri sektörünün 2014 yılı 18,5 milyar dolarlık hazır giyim ihracatında payı yüzde 4,3 olmuştur. Bu pay 2012 yılından, 2014'e ve hatta 2015 yılının ilk çeyreğine kadar bakıldı-





ğında 4,2-4,4 aralığında seyretmektedir.

128,2 milyon dolarla Almanya, iç giyim ve yatak giysilerinde de Türkiye'nin en büyük alıcısı

Dünyanın dört bir tarafına ürünlerini satan Türk iç giyim ve yatak giysileri sektörünün ihracat yaptığı ülke sayısı 159'dur. En fazla ihracat yapılan ülkeler sıralamasında ise 128,2 milyon dolarla Almanya birinci sırada yer alırken, onu 76,4 milyon dolarla İngiltere, 49,8 milyon dolarla Fransa, 47,5 milyon dolarla Romanya ve 35,9 milyon dolarla da Cezayir izlemektedir. Ancak bavul ticareti ile özellikle Rusya ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika Ülkelerine daha fazla satış yapılmaktadır.

Dünyanın en büyük iç giyim ve yatak giysisi ithalatçılarına baktığımızda Türkiye'nin

henüz istenen yerde olmadığı ve olumlu açıdan bakarsak pastadan alabileceği çok pay olduğu görülüyor. Örneğin 2014 yılında 8,2 milyar dolar ithalat yapan ABD'nin ithalatında Türkiye yüzde 0,2 pay ile oldukça gerilerde yer alıyor. 2,5 milyar dolarlık ithalat yapan Japonya'da ise payımız yüzde 0,01 gibi neredeyse yok denecek ölçüde. Bu ülkeye Türkiye, 2014 yılında 331 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiş. Ancak bu durumun tersine İngiltere'nin yüzde 4,4, Almanya'nın ise yüzde 5,1 ile ithalatında 5. ülke olarak Türkiye yer alıyor.

Sektör rekabette öne çıkmak için Ar-Ge ve tasarıma odaklandı

Türkiye, gün geçtikçe büyüyen dünya iç giyim ve yatak giysileri pazarından bilgi birikimi, yetişmiş nitelikli çalışanı, üretim gücü, kalitesi ile en önemlisi son yıllarda tasarım ve Ar-Ge yatırımlarıyla ortaya koyduğu ürün çeşitliliği ile önemli pay almaya adaydır. Bunu yıllar içinde gösterdiği istikrarlı yükseliş ortaya koymaktadır. 4-6 Şubat 2016 tarihleri arasında İstanbul'da TÜYAP'ta beşincisi düzenlenecek İFEXPO İç Giyim Çorap Fuarı'na katılan firmalarımız burada sundukları koleksiyonlar ile bu alanda üretim gücünü ve tasarım yeteneğini tüm dünyadan gelen uzman ziyaretçilere sunmakta ve büyük beğeni toplamaktadır. Bu başarının sürdürülebilir olması ve markalaşmanın sağlanması özgün, inovatif, katma değeri yüksek ürünlerden geçmektedir. Bunu doğru analiz eden sektör, bu alanda yaptığı yatırımlarla dünya pazarlarında rakiplerini geride bırakmayı ve ön plana çıkmayı amaçlıyor.

ifexpo 13. ULUSLARARASI
İÇ GİYİM
ÇORAP Fuarı

4-6 Şubat 2016

www.ifexpo.com

NARKONTEKS, BLACKSPADE MARKASIYLA SINIRLARI AŞTI

İç giyimde İzmir'den gurur veren başarı hikayesi

2005 YILINDA İZMİR'DE KURULAN NARKONTEKS, AR-GE VE TASARIM DEPARTMANLARINA YAPTIĞI YATIRIMLAR, YALIN ÜRETİM ALTYAPISI, İT TABANLI YÖNETİM MODELİ İLE GEREK PRİVATE LABEL VE MARKALI İHRACAT GEREKSE KENDİ MARKASI BLACKSPADE İLE YURT İÇİ VE YURT DIŞINDA TOP-TAN VE PERAKENDE KANALLARDA İSTİKRARLI BİR ŞEKİLDE HEDEFLERİ DOĞRULTUSUNDA KESİNTİSİZ BÜYÜMEYE DEVAM ETMEKTEDİR.



Toygar Narbay
Nakonteks Yön. Krl. Bşk.



Tolga Narbay
Nakonteks Yön. Krl. Bşk. Yrd.

Firma ana üretim konusu olan iç giyim, ev giyimi, plaj giyimi, thermal ve active giyim'in yanı sıra Ar-Ge ve Tasarım yeteneğini 2013 yılından beri Teknik Tekstil, İş ve Koruyucu Kıyafetler konusunda da geliştirmiş, firmanın önemli üretim alanlarından biri haline getirmiştir. Katıldığı uluslararası devlet ihalelerinde, güvenlik

birimlerine ait ürünlerin ihalelerini Avrupalı dev rakiplerine karşı üstünlük sağlayarak kazanan Narkonteks, bu özel alanda da uluslararası arenada bilinen bir oyuncu haline gelmiştir.

Operasyonların tamamı özel yazılımla yapılıyor

Manisa ve İzmir'de bulunan iki üretim merkezi, İzmir lojistik



merkezi, ABD'deki dağıtım merkezi ve satış ekibi ile faaliyetlerini sürdüren firma operasyonlarının tamamını kendi geliştirdiği yazılım platformunda yönetmektedir.

Ar-Ge, tasarım ve lojistik yatırımlarıyla yaratılan katma değeri yüksek ürünler

İhracat için üretimi yaptığı dünya markalarına sadece üretim değil; Ar-Ge, tasarım ve Lojistik hizmeti sunarak katma değerli bir hizmet altyapısı oluşturmuştur. Müşterilerine sunduğu renk, beden, model başı 50-100 adetlik tek renk, tek kolilik esnek sipariş verebilme imkanı müşterilerinin stoklarını dramatik bir şekilde aşağıya çekerken satışlarını önemli ölçüde arttırabilmelerine olanak sağlamaktadır. Elbette bu karışık üretim yapısını yönetmek, gruba ait yazılımları üreten Narbay Yazılımın geliştirdiği platform, modüller ve firmanın yalın üretim altyapısı ile mümkün olmaktadır. Firmanın yaptığı açıklamada; çok yakın gelecekte Radix adını verdikleri bu entegre yazılım platformunun ticarileştirilerek sektördeki ve sektör dışı firmaların da kullanımına açılacağı belirtilmiştir.

Kadın, erkek, çocukta iç giyimden, pijamaya, mayodan, termal ürünlere geniş ürün yelpazesi

2007 yılında yaratılan Blackspade markası A(-), B, C (+) segmentte kadın-erkek-çocuk tüm yaş gruplarını kapsayan ve iç giyim-ev giyimi-pijama-plaj giyimi-thermal ürünler, sütyen ve çorap gibi "next to skin-tene direk temas eden" ürün gamında Türkiye'de 71 il 650 noktada ve

Boyner, YKM gibi zincirlerde müşteri ile buluşmaktadır. Blackspade yurt dışında ise İspanya, İtalya ve İngiltere gibi Batı Avrupa ülkelerinde, Orta ve Doğu Avrupa, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri ve Ortadoğu'da, Hindistan, Singapur, Brezilya ve Orta Amerika'da distribütörler vasıtası ile tüketicilerle buluşmaktadır. Amerika'da ise kendi dağıtım Merkezi ve satış ekibi ile, Amerika genelinde 150 satış noktasına dağıtım yapmaktadır.

Hedef 2020 yılında yurt içinde 200 mağaza

2015 yılında mağazacılık alanında da faaliyet göstermeye başlayan firma, son 2 ay içerisinde açtığı 7 adet mağazayı, 2020 yılına kadar yurt genelinde 200 mağazaya ulaştırma hedefindedir.

Başarılı dönüşümün ardında neler yatıyor?

BSCI, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001 belgeleri ve Ökoteks 100 sertifikalarına sahip olan Narkonteks'in Yönetim Kurulu Başkanı Toygar Narbay ve Başkan Yardımcısı Tolga Narbay, firmanın yaşadığı bu dönüşümde gerek insan kaynaklarına ve organizasyonel yönetim modeline, gerekse IT ve teknolojiye yaptığı yatırımlara vurgu yapmakta ve önceliklerinin tüm paydaşlarının mutluluğunu ve ortak çıkarlarını gözeterek, sürdürülebilir bir iş ortamı yaratmak için gayret göstermek olduğunu belirtmektedir.

Narkonteks'in kısa zamanda gösterdiği, Türkiye sınırları aşan bu örnek başarının sektördeki diğer firmalara örnek olmasını, yerelden, globale böylesi başarı öykülerine yenilerinin eklenmesini diliyoruz.

2007 yılında yaratılan Blackspade markası A(-), B, C (+) segmentte kadın-erkek-çocuk tüm yaş gruplarını kapsayan ve iç giyim-ev giyimi-pijama-plaj giyimi-thermal ürünler, sütyen ve çorap gibi "next to skin-tene direk temas eden" ürün gamında Türkiye'de 71 il 650 noktada ve Boyner, YKM gibi zincirlerde müşteri ile buluşmaktadır"



Blackspade yurt dışında ise İspanya, İtalya ve İngiltere gibi Batı Avrupa ülkelerinde, Orta ve Doğu Avrupa, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri ve Ortadoğu'da, Hindistan, Singapur, Brezilya ve Orta Amerika'da distribütörler vasıtası ile tüketicilerle buluşmaktadır. Amerika'da ise kendi dağıtım Merkezi ve satış ekibi ile Amerika genelinde 150 satış noktasına dağıtım yapmaktadır.

35 yılı geride bırakan iç giyim ve ev giyimi markası: Kozalüks

80'Lİ YILLARI BAŞINDA ATILLA GÜNAY TARAFINDA KURULAN KOZALÜKS İÇ GİYİM, BAŞTA SADECE İÇ ÇAMAŞIRI İLE SEKTÖRE BAŞLAR. 1990 YILINA YAKIN PİJAMA-EŞOFMAN DA ÜRETİME KATILIR. GERİSİNİ DİLERSENİZ ATILLA GÜNAY'DAN DİNLEYELİM.

Sektörün o yılları ile günümüzü nasıl kıyaslıyorsunuz?

Firma sayısının elle sayıldığı bizim de onlardan biri olduğumuz bir dönemdi. Düşük sermayeli olduğumuz için çok fazla atılım yapmadan istikrarlı bir şekilde gittik. 2000 yılına kadar olan süreç, bizim gibi iç giyim, pijama ve eşofman üretenler için çok verimli geçti. Bu yıllardan sonra bütün sektörde bir duraklama ve hatta gerileme dönemi başladı. 2008'e kadar tam toparlamışken bu yıl da tekrar bir ekonomik darbe yedi piyasalar. Buna ilave olarak piyasada bu işi yapan firma sayısı arttı, artan rekabet ile fiyatlar düştü. Ama bizi asla kaliteden taviz vermedik. Bir model hastasıyım, kendi koleksiyonlarımızı hazırlayarak kendi tasarımlarımızı müşterilerimize sunmayı adet edindik. İyi ki böyle yaptık çünkü fiyatla rekabet eden arkadaşlarımızın birçoğu yok oldu. Biz her ne kadar reklam konusunda para harcamasak da piyasada kalitemizle önemli bir yere geldik.

Ürün gamınızda pijama önemli bir yer tutuyor sanıyorum?

Evet. Pijamanın en iyisini yaptığımızı düşünüyorum. Çamaşır da yapıyoruz ama herkes yaptığı için biraz geri durduk bu alanda. Genelde baktığımızda pijamanın yanında ev kıyafetleri, iç giyim, gecelik, eşofman, eşofmanda tek pantolon grubu gibi 200 çeşit ürün çıkıyor. Bayan eşofman dediğimizde işin içine yeleklisi vs. çok çeşit giriyor. Bayan ve erkek ağırlıklı çalışıyoruz, son yıllarda çocuktan çıkmaya karar verdik. Çünkü çocuk ayrı bir sektör oldu. Çok çeşide artık sermaye yetmiyor. Her eklediğiniz yeni bir ürün ya da özellik için yeni bir



makine gerekiyor. Ama bir taraftan da mağazasındaki ürünlerin neredeyse tamamını sizden karşılamak isteyen bir müşteri var. Dolayısıyla ürün çeşitliliğini azaltamıyoruz. Yıllarımı bu sektöre verdim, son yıllarda işin içinden çıkmak bir hayli zorlaştı.

İhracat mı yoksa iç piyasa ağırlıklı mı çalışıyorsunuz?

İç piyasaya yıllarımızı verdik. Son 10-12 yıldır yurt dışından gelen müşterilerin "Bize

niye mal satmıyorsunuz? yönünde talepleri oldu ve biz de değerlendirdik. Resmi yollardan satmak istedik ancak piyasada bavul ticareti ağırlıklı bir çalışma var. Mecburen bavul ticaretine girdik. Bunun da biliyorsunuz resmi prosedürü var. Ancak bu kanal da son zamanlarda ucuza yöneldi. Kalitemiz yüksek olduğu için kurtarmıyor. İç piyasada da pazarlar çoğaldı, çok şube açmak gerekiyor, onun da maliyetleri yüksek doğal olarak. Bu yönüyle ihracata ve

özellikle Avrupa pazarına yönelmemiz gerekiyor.

“Yıllardır bu markaya emek verdik ve bunun şimdi karşılığını almaya çalışıyoruz”

Markanıza yıllar boyunca emek verdiniz. Private Label yerine kendi markanızla çalışmanın avantajları neler?

Kendi markamızla çalışmanın güzel yanlarını o kadar görkük ki; alternatifsiz ve tek başinasız. “Yeter ki bekmezsin olsun, sinek Bağdat’tan gelir” diye Anadolu’da bir deyim var. Bu nedenle yıllardır bu markaya emek verdik ve bunun şimdi karşılığını almaya çalışıyoruz.

Sanayici olarak belli başlı sorunları neler?

Ben imalatçıyım birçok çalışmam var. Bunun SSK’sı, stopajı, primi, kıdem tazminatı var. Asgari ücret diyoruz ama bir o kadar onun işletmeye maliyeti var. Burada söylemek istediğim devletin işverene çok yük bindirmesi. Dünyanın birçok gelişmiş ülkesinde olduğu gibi üreticisi artık daha fazla desteklemeli, yükünü azaltmalıyız. Bugün örneğin Almanya’da işyerinden çalışan çıkardığınızda maliyesi, sigorta kurumu, bankası size, “Çıkarma, sana istediğin desteği vereyim” diyor. Çünkü o kişiler işini kaybettiğinde devlete maliyeti işvereninkinden iki kat fazla olacak.

“Devletin sanayiciyi koruyup, desteklemesi, gelip derdine ortak olması lazım”

Sanayici ateşten bir gömlek giymiş, giyince yanıyor, çıkarınca üşüyor. Sanayici, işveren zor durumda. Ama en iyi durumda olanlar benim ürettiğim malı alıp satan al-satçılar. Ama herkes al-satçı olsa, bizim gibiler kapatsa ne olacak? Bu kadar insan nerede çalışacak? Bu nedenle devletin bu konularda çok duyarlı olması, çok titiz davranması, sanayiciyi koruyup, desteklemesi, gelip derdine ortak olması lazım.

Bir diğer konu da kıdem tazminatı. Kıdem tazminatı işverene çok yük oluyor. Adam makinelerini satıyor, kıdem tazminatı ödüyor. Bu ülkede batan firmaların yüzde 70’i bence kıdem tazminatından batıyor. Elbette çalışanın hakkıdır ancak

bunun yükünün tamamen işverene yüklemek yanlış. Daha önce Çalışma Bakanlığı tarafından söylenen ama uygulamaya konmayan bir fon oluşturulması meselesi çok önemli.

2015 nasıl geçti, 2016’dan neler bekliyorsunuz?

Aslında sinyaller 2014’te üçüncü, dördüncü aylarda geldi. Sıkıntı o zaman başladı. Müşteriden, ödeme yapandan, çalıştırdığımız insanlardan, çevredeki atölyelerden sinyal alıyoruz. Bunları karıştırıp baktığımızda üstte çıkan köpük bize bir sonuç veriyor. Asgari ücretle çalışan kredi alıyor. Müşterinin alım gücü zayıflıyor. Basit bir örnek vermek istiyorum. 1981’de bu işe başladığımızda diktiğimiz atlet ve kiltoların pakedi 12’şerliydi. Daha sonra her beş senede bir bu aşağı geldi; altıya, üçe ve iki sene önce de teke düştü. Bir yanda alım gücü düştü, bir yanda da bizim ambalaj maliyetlerimiz yükseldi.

“2016’da ancak mevcudu korumaya çalışacağız”

2015 tabii daha fazla zorladı. Bazı firmalar idare ettiklerini söylüyorlar ama bizim kendi fabrika binamız ve mağazalarımızın mülkiyeti bize ait olmasına rağmen zorlanıyoruz. İdare ettiğini söyleyen firma-

ları kurcaladığınızda bankadan kredi aldığını görüyorsunuz. Artık bir yıllık bilanço yetersiz kalıyor. “Kar mı, zarar mı ediyoruz?” noktasında önce bilançoları altı aya, dört sene önce de aylığa düştük. Her şey çok hızlı değişiyor. Bu piyasanın ne kadar daraldığını gösteriyor. Bu nedenle 2016 için büyüme beklentisi yok. Ancak mevcudu korumaya çalışacağız.

“Sanayici ateşten bir gömlek giymiş, giyince yanıyor, çıkarınca üşüyor. Sanayici, işveren zor durumda. Ama en iyi durumda olanlar benim ürettiğim malı alıp satan al-satçılar. Ama herkes al-satçı olsa, bizim gibiler kapatsa ne olacak? Bu kadar insan nerede çalışacak?”





TEN İÇ GİYİM YÖNETİM KURULU BAŞKANI DEHA ORHAN: “Standardını bozmadığın müddetçe A pazarı kapanır, B pazarı açılır”

1956 YILINDA ÇIKTIĞI YOLCULUĞUNDA BUGÜN TÜRKİYE’DE “İÇ GİYİM” DENİNCE İLK AKLA GELEN MARKALARDAN BİRİ OLAN TEN İÇ GİYİM’İN YÖNETİM KURULU BAŞKANI DEHA ORHAN İLE, UĞURLAMAYA HAZIRLANDIĞIMIZ 2015 YILININ BİR DEĞERLENDİRMESİNİ VE 2016 PROJEKSİYONUN YAPTIK. ORHAN, “KALİTENİ TUTTURMUŞ VE BUNDAN HİÇBİR ŞEKİLDE ÖDÜN VERMİYORSAN, MARKANA YATIRIM YAPMAYA DEVAM EDİYORSAN A PAZARI KAPANIR B PAZARI AÇILIR” DİYOR.

2015 nasıl geçti? Nasıl bir 2016 bekliyorsunuz?

2015 yılı beklentilerimizin üzerinde geçti. Özellikle ilk altı ay oldukça keyifliydi. İkinci altı ayda ise bu ay biraz kıpırdanmalar oldu. 7 Haziran seçimlerinden sonraki süreç sektörde baya bir endişe yarattı. Bundan sonra bir şey söylemek için ise daha çok erken. 2015’da ilk altı ay yüzde 75 büyüme ile geçirdim. “Bir yıl iyi bir yıl kötü olacak”

düşüncesine inanmıyorum. Kaliteni tutturmuş ve bundan hiçbir şekilde ödün vermiyorsan, markana yatırım yapmaya devam ediyorsan, “Bir yıl iyi bir yıl kötü olacak” diye bir şey olmaz. Bunun bir standardı vardır ve bu şekilde gider. Kendi standardını bozmadığın müddetçe A pazarı kapanır, B pazarı açılır. Bir yerde iş kötüyse, başka bir yerde mutlaka iyidir. Dünyanın tamamında kötü olacak diye bir şey yok. Kaldı ki; dünyanın iç çamaşırı sektörüne baktığımızda biz belki Ten olarak söylüyorum milyarda birini yapıp, satıyoruz. Piyasadaki payımız düşük olduğu için bizi etkilemez. 100 binlerce adet satanların düşünmesi gereken şeyler bunlar.

Çevre ülkelerde yaşanan siyasi, ekonomik gelişmeler olumsuz etkiledi mi?

Rusya’da bir müşterimiz devalüasyon- dan sıkıntılar yaşadı, bir de Yunanistan’da bir mümessilimiz zor durumda kaldı. Bütün bunları bu yılın başında yaptığımız yeni koleksiyonlar nedeniyle çok hissetmedik. Bizim ürünlerimizle ilgili değil, daha çok ucuz ürünlerle ilgili sıkıntı yaşandı. Biz kendi markamızla üretip, kendi markamızla satıyoruz. Sanıyorum bu en büyük etken.

Ten olarak yeni projelerinizden bahsederseniz?

Bu yıl Avrupa pazarını hedefleyerek yeni bir şeyler yaptık. “Avrupa’daki kadın ne giyer? Standartları ve beklentileri neler? Avrupalı firmalar nereden kumaş alıyor,

nasıl kullanıyor? Hangi kalıplar? Hangi renkler? hangi modeller?” İki yıl önce böyle bir araştırma yaptık ve bahsettiğim koleksiyonlar da bu doğrultuda yapıldı. “Gerçek Avrupa’ya nasıl kendi markamla ürün satarım? Nasıl mümessil bulurum?” bütün savaşımlar bunun üstüne. Yavaş da olsa bu noktada yol aldığımızı gördükçe seviniyoruz. Markamız Avrupa’daki mağazalara girdikçe de motivasyonumuz artıyor. Önümüzdeki sene hedefimiz de buna devam etmek. Nasıl yabancı markalar bizim pazarımızda at koşturuyorsa, biz de özellikle ilk etapta internet kanalıyla girmek istiyoruz. Aslında devletimiz, hiç bir ülkenin vermediği desteği veriyor. Yeter ki; bunları suistimal edenleri kontrol etsin. Bu destekler Türk markalarının dünyaya açılabilmesi için veriliyor. Bence bundan daha önemli bir şey olamaz. Tekstil ve konfeksiyon sektörü Türkiye’de ciddi istihdam sağlıyor. Ben 10 bin TL’lik Türkiye’de satış yapılabiliyorsam, “Fransa’ya, İngiltere’ye, Almanya’ya da satış yapabilirim” diye baktığım zaman her 10 bin TL eşittir 100 kişi eder. Böylece ciddi bir istihdam ortaya çıkar. Örneğin bir sütyen ortalama 14 makineye ihtiyaç duyuyor. 2 makineye bir kişi oturtamadığınız için 14 makine, 14 çalışan demek.

“Markamız Avrupa’daki mağazalara girdikçe motivasyonumuz da artıyor”





İç giyimde tasarım odaklı yaklaşım: Doreanse

DORÉANSE, PİYASADA ERKEK İÇ GİYİMİNDEKİ TASARIM YOĞUN ÜRÜN AÇIĞINI TAMAMLAMAK ÜZERE TEMELLERİ 2000 YILINDA ATILAN VE 2004 YILINDA DÜNYA ÇAPINDA TESCİLİ YAPILMIŞ BİR TASARIM MARKASI. BUGÜN 500 ADEDİ GEÇEN ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ İLE, ONLARCA KOLEKSİYON RENGİ İLE, AMERİKA'DAN AVRUPA'YA, RUSYA'DAN AVUSTRALYA'YA, ERKEK, KADIN VE ÇOCUK İÇ GİYİMİNE, GÜNLÜK KULLANIMDAN, SPOR, HAFTASONU, ŞIK TASARIMLARA KADAR ÇOK ZENGİN BİR İŞ ÇEŞİTLİLİĞİNE SAHİP BİR NOKTADA.

Doreanse'nin başarısının ardındaki ekibin başındaki kişi, firma sahibi Can Uysal "Malzemenin içindeki tüketicinin güncel beketisi olan duyguyu açığa çıkarmak için azimle yorulmadan çalışmalarımızı sürdürüyoruz" diye özetliyor. Can Uysal, Doreanse'nin çalışmalarını ve sektöre ilgili sorularımızı yanıtladı.

Ürün gamınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Erkek, bayan, çocuk olmak üzere, günlük ve şık tasarımlar, baskılı gruplar, evlilik grupları, premium grubu, termal giyim, anne giyim, spor grubu gibi pek çok ürün grubunda yüzlerce model koleksiyonumuzda mevcuttur.

İç giyimde son yıllarda tasarım oldukça fazla ön plana çıkıyor. Tasarım konusunda gerçekten başarılı bir marka olarak yaptığınız çalışmalara değininir misiniz?

Bayan dantelli ve saten detayların kullanıldığı badiler, erkek grubunda çok renkli ve baskılı her ölçüde boxer ve t-shirtler ve yakın zamanda çıkacak olan patetli kalıplarımız ile

iç giyim tasarımında öncü olmaya devam edeceğiz.

Satışlarınızda ihracatın payı nedir? Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Slav ülkeleri ve geleneksel pazarımız Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünyanın her tarafından müşterilerimize tasarımlarımızı sunmaktayız. Satışlarımızın 3'te 1'ini ihracat oluşturmaktadır.

2015 sektör açısından nasıl geçti? 2016'dan beklentileriniz nelerdir?

2015 yılı maalesef savaşların patlak verdiği, satışların düştüğü, maliyetlerin sürekli arttığı, pazarların kaybedildiği bir yıl olmasına rağmen Doreanse olarak yıl sonu satış hedeflerimizi yakalayabildik. Bu da işimizi doğru yaptığımızı açıkça gösteriyor. 2016 yılında da daha önce yaptığımız gibi en iyi yaptığımız işi, yani tasarım üretmeyi sürdüreceğiz. Hükümetin kurulmuş olması istikrar beklentisini artırıyor. Bu doğrultuda emek yoğun çalışan, ülkemizin en çok istihdam sağlayan sektör olarak markalaşma teşvikleri ve yatırımları ile dünya markası olma yolunda ilerleyeceğiz.



Can Uysal



MALABADI İÇ GİYİM YÖNETİM KURULU BAŞKANI AYDIN GÜNCÜ: "Gelişmeyi sürdürülebilir kılmalıyız"

İZMİR'DE YERLEŞİK GÜNCÜLER TEKSTİL YAKLAŞIK 27 SENEDİR KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN BİR FİRMA. SON 12 YILDIR İÇ GİYİM ÜRETİMİ GERÇEKLEŞTİREN GÜNCÜLER TEKSTİL'İN MALABADI MARKASIYLA YURT İÇİ VE YURT DIŞINDA HEDEF KİTLEYE ULAŞMAYA ÇALIŞIYOR.

Kısa zamanda markalaşma konusunda önemli bir atılım gerçekleştiren Güncüler Tekstil, iç pazar ağırlıklı çalışmasına rağmen önümüzdeki dönemde satışlarda ihracatın payını artırmayı hedefliyor. Güncüler Tekstil'in kurucusu Aydın Güncü so-
rularımızı yanıtladı.

İç piyasada, farklı satış kanallarıyla oldukça yaygın bir marka haline geldiniz. Satışlarınızda iç piyasa ve ihracatın payı nedir?

Mevcut durum itibarıyla iç piyasa ağırlıklı çalışıyoruz. İhracatın satışlarımızdaki ağırlığı yüzde 20 dolayında. İç piyasada çok sayıda bayimiz ve mal verdiğiniz firmalar var.

Ürün yelpazeniz hakkında bilgi verir misiniz?

Fiyat olarak orta segmentte, kalite olarak ise üst segmentte, erkek, kadın, çocuk iç giyim çeşitlerini üretiyoruz.

Firma olarak orta vadede hedefleriniz nelerdir?

Her firmanın olduğu gibi bizim de hedefimiz, üretimimizi artırıp, satışlarımızı artırmak. İhracatımızı artırmak istiyoruz ancak bizim için şu anda iç piyasa daha önemli. Çünkü kendi markamızla, kendi ürünlerimizi satabiliyoruz, kapasite-

mizi dolu dolu kullanabiliyoruz, ne satıldığını, müşterinin neden hoşlandığını biliyoruz. Bundan dolayı ağırlığı kendi markamızla iç piyasaya veriyoruz. Ama ihracatta da hedeflerimiz daha yukarılarda. Sürekli geliştireceğiz, gelişmek zorundayız. Her sene yüzde 30-40 artış sağlıyoruz.

İç giyim deyince artık, standart ürünlerin dışında tasarım ağırlıklı ürünler ön plana çıkıyor? Bu konuda nasıl rakipleriniz karşısında ön plana çıkıyorsunuz?

Bu konuda çalışmalarımız insanların sorunlarını gidermek, beklentilerini karşılamak yönünde. Kimi uzun, kimin kısa, kimi kalıbı dar ister. Örneğin erkeklerde boxer çok önemli, rahatsız etmemeli. Kumaşının özellikliği, yumuşak ve sağlıklı olması ve özgüvende hissetmesini sağlamalı. Bayanda da estetikle birlikte hem dayanıklı, hem sağlıklı olmalı. Bu beklentileri sağlamaya çalışıyoruz. Üç senedir sütyen üretimindeyiz ve bu konuda da her geçen gün başarı çıtamızı yükseltiyoruz. Hedefimiz daha iyiyi yakalamak.

Yıllardır sektörde üretim yapan bir firma olarak belli başlı sorunlarınız nelerdir?

Bizim yaşadıklarımız konfeksiyon sektörünün genel ya-



şadığı sorunlar. Aynı geminin içindeyiz. Hazır giyimde Uzak Doğu'nun, Afrika'nın, Asya'nın maliyetlerinin daha düşük olmasından dolayı rekabette zorlanıyoruz. Bu yüzden alternatif ürünler geliştirip, pazarımızı korumaya çalışıyoruz. Türkiye'de konfeksiyon maalesef destek görmüyor. Özellikle İzmir ve İstanbul'daysanız teşviklerden yararlanamıyorsunuz. Buralarda oluşmuş bir sanayiye yok say-

mak doğru değil. Bu nedenle bölgesel değil, sektörel teşviklerden yanayız.

Çalışanların ücretleri konusunda biz de yeterli olmadığını biliyoruz. Ama ne sanayici ne de çalışan mutlu değil. Burada herkes haklı. Bu sorunlar sadece Türkiye değil, dünyada olan gelişmelerle de alakalı. Biz minimum düzeyde olumsuz etkilenmeye çalışıyoruz. Makineden çok, insan odaklı, istihdam ağır-

lıklı, kadınların çalıştığı, birçok insanın ekmek yediği bir sektörüz. Bu sektörün korunması gerekiyor. Çalışanlarımızı ücret konusunda mutlu etmemiz gerekiyor. İhracatta fiyat tutturamıyorsunuz. Birçok açıdan baktığımızda özellikle son 15 senedir işimiz bir hayli zorlaştı.

2016 yılını nasıl öngörüyorsunuz? Beklentileriniz neler?

İnsanlarda genel itibarıyla maalesef umutsuzluk hakim. Ama "İkili yıllar hep iyi geçiyor" diye esprili bir şey söylenir. Aksiyon filmi gibi hareketli bir ülke gündemiz var. Her şeyden etkileniyoruz. FED ya da Avrupa Merkez Bankası (ECB) bir şey söylüyor etkileniyoruz. Çin grip oluyor, biz hasta oluyoruz. Ama ben kendim için gelişmek zorundayım. Ümitsiz yaşamaz. Ümitlerimiz var.



NAMALDI İÇ GİYİM YÖNETİM KRL. BŞK. TAMER NAMALDI: "İnsanlar artık iç giyime önem veriyor"

NAMALDI ÇAMAŞIRLARI 1991 YILINDA İSTANBUL'DA MAHMUTPAŞA'DA SADECE 4 METREKARE ALANDA KURULMUŞ. KUMAŞLAR, PARTİ MALLAR, İÇ ÇAMAŞIRI SATARAK SEKTÖRE ADIM ATMIŞ. GÜNÜMÜZDE BİRÇOK ÇALIŞANI VE GENİŞ MÜŞTERİ PORTFÖYÜ İLE SEKTÖRDE BİLİNLİRLİĞİ YÜKSEK FİRMALARDAN BİRİ. FİRMA SAHİBİ TAMER NAMALDI İLE KÜÇÜK BİR YILSONU DEĞERLENDİRMESİ VE YENİ YIL ÖNGÖRÜSÜ YAPTIK.

2015 yılı nasıl geçti? 2016 yılı için öngörüleriniz neler?

2015 fena geçmedi, iyiydi. Seçimlerden dolayı bir durgunluk yaşandı ama sonra düzeldi. Bundan sonra önümüze bakacağız. 2016 için de Allah herkese güzel iş nasip etsin diyorum.

İç piyasa mı ihracat ağırlıklı mı çalışıyorsunuz? İhracatta çevre ülkelerimizde yaşanan siyasi, ekonomik çalkantılar size etkiledi mi?

İç piyasa da var, ihracat da var. Her ikisine de çalışıyoruz. Rusya'daki kriz bizi olumsuz etkiledi. Tekstil ve hazır giyim

sektörünün genelini etkiledi. 2014 yılının sonunda başladı ve 2015'in başından ortalarına kadar devam etti. Yavaş yavaş toparlanma sürecinde. 2016'da daha iyi olacak diye düşünüyorum.

Ürün gamınız hakkında bilgi verir misiniz?

İç çamaşırı, erkek atlet ve fanilası, kadın taytı, çıtçıtlı body, erkek boxer'ı, yün içlik, içlik ürünler, çocuk atleti gibi geniş bir ürün yelpazemiz var.

İç giyim sektörü deyince artık tasarım da ön plana çıkmaya başladı. Bu konuda çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türkiye'de de insanlar artık iç giyim önem veriyor. İçte kalan, görünmeyen bir şey olduğundan çıkıp, önemini fark ettiler. Doğrudan vücuda temas eden bir madde. Bu nedenle sağlık açısından da büyük önem arz ediyor. Bu nedenle artık kalite tercih ediliyor. Ne kadar iyi ürün yaparsak, satışlarımız da o kadar iyi oluyor.

2016'da iç giyimde trendler nasıl olacak?

Daha çok pastel tonlara kayacak. Bir de vücudu saran, kavrayan, lycralı, elastan ürünler hakim olacak. Modal, Tencel ürünler de artık çoğalıyor.





Argento Mayo, dünya markası olma yolunda hızla ilerliyor

ARGENTO MARKASI 1999 SENESİNDE KURULMUŞ VE 2000 SENESİNDE DE İMALATA BAŞLAMIŞ VE 16 SENİYİ GERİDE BIRAKMIŞ BİR FİRMA. 300'ÜN ÜZERİNDE ÇEŞİT ÜRÜN ÜREten VE ÜRETTİKLERİ ÜRÜNLERİN YÜZDE 30'UNU BAŞTA AVRUPA ÜLKELERİ, RUSYA, UKRAYNA VE ORTA-DOĞU ÜLKELERİ OLMAK ÜZERE DÜNYA GENELİNDE 23 ÜLKEYE İHRAÇ EDEN VE SON OLARAK ABD PAZARINA GİREN FİRMANIN İKİNCİ KUŞAK TEMSİLCİSİ M. EMİN GÜMÜŞ İLE YAPTIKLARI ÇALIŞMALARI KONUŞTUK.



mer Gümüş tarafından 1999'da kurulan Argento Mayo'da ikinci kuşak oğul Mehmet Emin

Gümüş de aktif olarak artık yönetimde yer alıyor. Hedeflerinin mayoda dünya markaları arasında yer almak olduğunu söyleyen Gümüş, bu yönde yaptıkları çalışmaları anlattı.

Kendi markanızla ihracat yapmanız çok önemli. Bu nedenle kutluyoruz. Tasarım özellikle sizin işinizde çok önemli. Bu konudaki çalışmalarınızdan bahsedebilir mi-

siniz?
Tasarıma gerçekten çok önem veriyoruz ve kendi bünyemizde bir departmanımız var. Ama bunun dışında trendleri çok yakından takip ediyoruz ve İtalya'da yine bize destek veren tasarımcılar var. Koleksiyonlarımızı

bu şekilde çıkartıyoruz. Dediğim gibi başkasının markasında değil kendi markamızla satış yapmak istiyoruz. Bu nedenle tasarım odak noktamızda ve "Argento'yu nasıl daha fazla ülkeye satabiliriz? Nasıl dünya markası haline getirebiliriz?" hedeflerimiz ve çalışmalarımız hep bu yönde. Şu anda ABD pazarına satışa başladık. Yüklemleri yaptık ve çok yakında tezgahlarda olacak ürünlerimiz. Bunu sonuçlarını görmek için sabırsızlıkla bekliyoruz.

Katalog çalışmalarınızı nasıl yapıyorsunuz?

Fotoğraf çekimlerini ağırlıkta ABD'de Miami'de yapıyoruz. Bu sene koleksiyomuz erken hazırlandığı için Bodrum'da çekti. Çekimlerimizin ardından katalog çalışmalarımız da yoğun bir şekilde sürüyor. Ayrıca 4-6

Şubat 2015 tarihleri arasında TÜYAP'ta düzenlenecek olan İFEXPO İç Giyim, Çorap Fuarı'na bir taraftan hazırlanıyoruz.

Yurt dışı tanıtımında başka neler yapıyorsunuz?

Ağırlıklı olarak fuarları kullanıyoruz. Markanın bilinirliğini artırmak için bunun önemli olduğunu düşünüyorum. Paris ve Londra'daki fuarlara katıldık. Şimdi ABD'de bir fuarda stand açacağız. Bizim farklı bir konseptimiz var. Mayo deseniyle aynı havlusu, çantası, pareosu, tünüğünü de hazırlıyoruz. Bu şekilde insanlar beklentilerinin üzerinde bir şey gördüklerinde tepkileri de çok olumlu oluyor. Dolayısıyla yurt içinde ve yurt dışında bu beğeniyi ve olumlu tepkileri görmek bizi mutlu ediyor ve daha fazla çalışmamız konusunda yüreklendiriyor.

2015 nasıl geçti? 2016'dan neler bekliyorsunuz.

Genel anlamda sektörde sıkıntılar çok olmasına rağmen bizde 2015 çok iyi geçti. Bizim sektörde Ramazan ayının yaza denk gelmesiyle satışlara yansıyan olumsuz etkiler olabiliyor. Ama firma olarak çok şükür bu konuda da bir sıkıntı yaşamadık.

2016'ya ise daha güçlü giriyoruz. Yaklaşık 500 parçalık bir koleksiyonumuz var. 2016 tasarımında siyah ve beyazın daha ön plana çıktığı bir yıl olacak. Ama bunun dışında bizim kendimize özgün desenlerimiz de olacak. Koleksiyomuzu açtık ve 2016'nın daha iyi olacağını umut ediyoruz.



4-6 ŞUBAT 2016 TARİHLERİ ARASINDA AÇILACAK İFEXPO İç Giyim Çorap Fuarı her yıl rekordan rekora koşuyor

MODA VE HAZIR GİYİM FEDERASYONU (MHGF) VE ŞEMSİYESİ ALTINDAKİ DERNEKLERİN DESTEĞİYLE GERÇEKLEŞTİRİLEN İFEXPO İÇ GİYİM ÇORAP FUARININ 2016 YILI TAKVİMİ BELLİ OLDU. 4-6 ŞUBAT 2016 TARİHLERİ ARASINDA TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ'NDE KAPILARINI AÇACAK OLAN FUAR, YENİ REKORLARA HAZIRLANIYOR.

İFEXPO 2015, 12. Uluslararası İstanbul İç Giyim Çorap Fuarı, 25.000 m2 kapalı sergi alanı üzerinde 234 firma ve firma temsilciliğinin katılımı ve 76 ülkeden 8.760 profesyonel ziyaretçi ile Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde yeni bir rekora imza attı.

Üretici ve alıcıların buluşma noktası

Türkiye'nin önemli iç giyim, çorap, ev ve plaj giysileri, yan

sanayi ve aksesuarları üreticilerinin katıldığı İFEXPO Fuarı, yurtiçi ve yurtdışından gelen üretici ve alıcıların buluşma noktası oldu.

65 ülkeden 1.575 uluslararası sektör profesyoneli fuarı ziyaret etti

Sektörün hedef pazarlarında gerçekleştirilen yoğun tanıtım çalışmaları sonuç verdi. Almanya, Azerbaycan, Bosna Hersek, Bulgaristan, Burkina

Faso, Cezayir, Dubai, Fas, Fransa, Gana, Gürcistan, Hollanda, İran, Katar, Kazakistan, Kenya, Kırgızistan, Kosova, Kuveyt, Mısır, Romanya, Rusya, Sırbistan, Suudi Arabistan, Tacikistan, Tunus, Ukrayna, Ürdün ve Yunanistan'dan gelen alıcılar ağırlıkta olmak üzere toplam 65 ülkeden 1.575 uluslararası sektör profesyoneli fuarı ziyaret etti.

İş bağlantılarının kurulacağı başarılı bir ticaret ortamı

2016/17 trendlerini yansıtacak yeni tasarımlar, cıvıllı renkler ve göz alıcı desenler katılımcı firmaların sergileyeceği son koleksiyonlar da ziyaretçilerin beğenisine sunulacak. Sektör tarafından ilgiyle beklenen İFEXPO 2016 İç Giyim Çorap Fuarı her sene olduğu gibi bu sene de yurt içinden ve yurt dışından tüm alıcı ve satıcıları bir araya getirerek yeni iş bağlantılarının kurulacağı başarılı bir ticaret ortamı sağlamayı hedefliyor.

Siz de İFEXPO'da yerinizi alın!

Sektörün üretim kapasitesini ve yeni koleksiyonlarını sergilediği bu fuarda siz de yerinizi alın!



Üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde büyük veri tabanı sağlayıcısı olarak globalpiyasa.com

GLOBALPIYASA.COM ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE FİRMALARIN FAALİYET, ÜRÜN, SATIN ALMA VE İŞBİRLİĞİ TALEPLERİNİ VERİ TABANINDA KONUMLANDIRIRKEN AKADEMİK BİLGİYİ DE FİRMALARIN ERIŞEBİLECEĞİ BİÇİMDE KONUMLANDIRMAKTADIR.



Kadir Decdeli

Globalpiyasa.com
Kurucu Ortağı
Kocaeli Sanayi Odası
Meclis Üyesi
KOU Teknoloji Geliştirme
Bölgesi Yön. Krl. Üyesi /
Bşk. Yrd.

Üniversite-sanayi işbirliği açısından sanayinin araştırma-geliştirme (AR-GE) çalışanlarına ve nitelikli personele erişimi de önemlidir. Aynı büyük veri tabanında bu kapsamda öğrencilerin, iş adaylarının ve staj adaylarının CV'leri de yer almakta ve bu bilgiye firmaların insan kaynakları yönetim panelleri ile erişim sağlanmaktadır. Bu alandaki veri etiketlenilmekte ve eşleştirme için çekmecelerde gruplanabilmektedir.

GLOBALPIYASA.COM platformunun işleyişi çerçevesinde elde edilen verinin veri madenciliği çalışmalarıyla sınıflanması ve yeni faydalı verinin analiz ederek raporlanması platformun temel hedefleri arasındadır. Platform tüm bu verinin analizi ve raporlanmasını sağlarken sonuçların raporlanması ve paylaşılması sistemin temel işlevleri arasında yer alan "yeni sosyal medya" uygulamasıyla sağlanmaktadır. İletişim ve paylaşımlar bilgi teknolojileri

çevriminde vazgeçilmez unsurlardır. İndeksleme önemlidir, datanın dinamik bir yapı içinde yayınlanması ve kullanıcıların detaylı güncellemeler yapması önemlidir. Ancak en az bunlar kadar önemli olan ve tüm bu unsurları destekleyen diğer işlev iletişim ağının yapısal bütünlüğüdür.

Tüm ayrıntıların düşünüldüğü bir sistem

İletişim ağı ana sayfa paylaşımları, bağlantılar, online ve offline mesajlaşma ve bu



mesajların yönetildiği mesaj kutularını kapsamaktadır. Bu çerçevede sanayicinin diğer sanayiye filtrelemeler ve mesajlaşmalar yoluyla erişimi sağlanmakta, hizmet ve ürün siparişleri verilmekte, akademisyenler ve iş adayları da bu iletişim ağına dahil olmaktadır.

Akademik verilerin sanayinin talepleri ile eşleştirilmesi ile Ar-Ge çalışmaları tetiklenecek

Platform elde edilen verinin analizi yoluyla eşleştirmeleri de yapacak alt yapıyı sağlamaktadır. Bu noktada akademik verilerin sanayinin talepleri ile eşleştirilmesi üniversite – sanayi işbirliğine ve bu işbirliğinin temel hedeflerinden olan ARGE projelerinin tetiklenmesine katkı sağlayacaktır.

Ancak büyük bir veri tabanı projesinin çalışması ancak gerekli verinin toplanmasına ve tarafların bu veriyi gönüllü olarak paylaşımlarına ve faydalı sonuçlar elde etmelerine bağlıdır.

Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliğinin temel hedefi

Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliğinin temel hedefi Türkiye’de inovasyon eko sisteminin kurularak yüksek teknolojili ve katma değerli ürünlerin üretiminin çok ortaklı ve çok disiplinli bir AR-GE modelinin katkısıyla desteklenmesidir.

Böyle bir eko sistemin kurulmasında kamunun yol göstericiliği ve destekleriyle üniversite-sanayi işbirliğinin kurulması temel unsurdur. Bu yolla AR-GE projelerinin tetik-

Bilgi teknolojileri çevriminde bilginin toplanması, işlenmesi ve yayılması temel aşamalardır. Kamu üniversite sanayi işbirliğinde akademik danışmanlık, uzmanlık, proje ve tezlere erişim, yani akademik bilginin toplanması ardından işlenmesi, analiz edilmesi ve yaygınlaştırılması bu işbirliğine akademik katkı açısından son derece önemlidir”

lenmesi, bunların niteliğinin iyileşmesi ve sayılarının artması hedeflenmektedir. Globalpiyasa.com veri tabanı bu işbirliğinin gerektirdiği nitelik ve çeşitlilikte veriyi toplayarak veri madenciliği çalışmalarına içerik sağlamaktadır.

MHGF’nin Globalpiyasa.com işbirliğiyle hayata geçirdiği sektörel sanal fuar ve insan kaynakları portalı, üye derneklerin katılımıyla hızla büyüyor

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu’nun (MHGF), Globalpiyasa.com işbirliğiyle hayata geçirdiği ve üyelerine uluslararası ticarette büyük avantajlar sağlayacak sanal fuar projesi planlamalar doğrultusunda Federasyon üyesi derneklerin de katılımıyla hızla büyüyor. Üye derneklerin ve temsil ettikleri sektörlerin mhgf.globalpiyasa.com çatısı altında yer alacağı sistemde firmalar da bağlı oldukları derneklere göre sisteme katılacak.

Böylece her dernek bir anasayfaya da sahip olmuş olacak. aynı zamanda bir sektörel arama motoru ve insan kaynakları portalı özelliği de taşıyor.

Sanal platform ticari düzeyde, firmaları, ürünleri, satın alma taleplerini, işbirliği tekliflerini, iş ilanlarını içerirken, sosyal düzeyde



de iş adaylarını, makaleleri, soru – cevap listelerini ve akademik projeleri kapsayan büyük bir veri tabanı ve arama motoru özelliğini de taşıyor. Portal ticaret ağı, kariyer ağı ve sosyal-akademik ağ olarak dünyada üçünü birden kapsayan tek ve benzersiz bir uygulama. Bir diğer deyişle globalpiyasa.com sosyal medya tabanlı, referans sistemine dayanan, bilgi tabanlı bir ekonomiyi ve sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen ilk kariyer ve iş ağı.

Türkçe, İngilizce, Rusça ve Almanca arayüz

Globalpiyasa.com, Türkçe’nin yanı sıra İngilizce, Rusça ve bu yılın başında eklediği Almanca arayüzü ile şimdilik dört dilde Türk firmalarını dünya pazarlarıyla buluşturan bir sanal ticari platform özelliği taşıyor.

456 SIRA NOLU VERGİ USUL KANUNU GENEL TEBLİĞİ İLE GETİRİLEN E-tebligat zorunluluğunun değerlendirilmesi

27 AĞUSTOS 2015 TARİHİNDE YAYINLANAN 456 SIRA NOLU GENEL TEBLİĞİ İLE E-TEBLİGAT YÜKÜMLÜLÜĞÜ TÜM GELİR VE KURUMLAR VERGİSİ MÜKELLEFLERİNE GETİRİLMİŞTİR. BU GENEL TEBLİĞ GEREĞİ KURUMLAR VERGİSİ MÜKELLEFLERİNE, TİCARİ, ZİRAİ VE MESLEKİ KAZANÇ YÖNÜNDEN GELİR VERGİSİ MÜKELLEFİYETİ BULUNANLAR (KAZANÇLARI BASİT USULDE TESPİT EDİLENLERLE GERÇEK USULDE VERGİYE TABİ OLMAYAN ÇİFTÇİLER HARİÇ) VE İSTEĞE BAĞLI OLARAK KENDİLİKLERİNE ELEKTRONİK TEBLİGAT YAPILMASINI TALEP EDENLERE ELEKTRONİK TEBLİGAT ZORUNLUDUR.

iki sayı önceki dergimizde elektronik tebligat ile ilgili açıklamalar yapmış ve sermaye şirketleri için elektronik tebligatın zorunlu olduğunu belirtmiştik. Bu zorunluluk Tebligat Kanunu m. 7a hükmünden kaynaklanmaktadır. Yine Türk Ceza Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun'un Resmi Gazete'de yayımlanmasının ardından, Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK) kapsamındaki tüm yükümlülere de elektronik tebligat zorunluluğu kanunla getirilmiştir. Hatta bu kapsamda olup da, E-Tebligat için gerekli olan Kayıtlı E-posta (KEP) adresini almadığı ve e-Tebligat yükümlülüklerini yerine getirmediği tespit edilen kişilere kurum ve kuruluşlara, her tespit için 10 Bin TL idari para cezası da öngörülmüştür.

Tüm gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerine E-Tebligat yükümlülüğü getirildi

Ancak bu defa, 27 Ağustos 2015 tarihinde yayınlanan 456 sıra nolu Genel Tebliği ile E-Tebligat yükümlülüğü tüm gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerine getirilmiştir. Bu Genel Tebliğ gereği kurumlar vergisi mükelleflerine, ticari, zirai ve mesleki ka-



Doç. Dr. Mehmet Köksal¹
mkoksal@koksal.av.tr

zanç yönünden gelir vergisi mükellefiyeti bulunanlar (Kazançları basit usulde tespit edilenlerle gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçiler hariç) ve isteğe bağlı olarak kendilerine elektronik tebligat yapılmasını talep edenlere elektronik tebligat zorunludur.

Dikkat edilecek olursa, Genel Tebliğ ile getirilen yükümlülüğün yasaya aykırı olduğu hemen görülecektir. Tebliğ ile yasada düzenlenmiş olan bir hususun uygulaması, kapsamı daraltılamaz, genişletilemez, ortadan kaldırılamayacağı gibi yeni yükümlülükler de oluşturulamaz. Biz yine Türk Hukuk siteminde, „Ben yaptım. Oldu“ anlayışının bir uygulaması ile karşı karşıyayız. O nedenle; 456 sıra Nolu Tebliğin uygulamasından doğacak davalarda yargı mercileri mükellefler lehine karar vermek ve Gelir İdaresinin kanun dışı uygulamasının mükellefler üzerindeki olumsuz etkisini gidermek zorundadırlar.

456 sıra Sayılı Genel Tebliğ ile getirilen bu hukuksuzluğu, kanunsuzluğu bu şekilde tespit ettikten sonra, elektronik tebligatın bu Genel Tebliğ de dikkate alındığında nasıl uygulanacağına göz atalım:

Sermaye şirketleri elektronik tebligat adresi almak zorunda

Tebliğat Kanunu çerçevesinde sermaye şirketleri (Limited, Anonim ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketler ile kooperatifler) elektronik tebligat adresi almak zorundadırlar. 28 Haziran 2014 tarih ve 29044 sayılı resmi gazetede yayımlana-

1) Köksal Avukatlık Ortaklığının kurucu ortağıdır. Faal olarak avukatlık yapmaktadır. Aynı zamanda Kıbrıs Yakın Doğu Üniversitesi Hukuk Fakültesi ve Georg-Simon-Ohm Hochschule'de (Nürnberg – Almanya) Öğretim Üyelikleri de yapmaktadır. Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (AHK İstanbul) Uluslararası Tahkim Divanı Başkanı ve Alman Ekonomi Meclisi Türk Alman Ekonomik İlişkiler Özel Yetkilisi ve Diplomatic Council Türkiye Direktörüdür.

rak yürürlüğe giren 6545 sayılı Türk Ceza Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Kanununun 87. ve 88. Maddeleri ile 5549 sayılı Suç Gelirlerinin Aklanması- nın Önlenmesi Hakkında Kanunun 9. ve 13. Maddelerine eklenen hükümlere göre; başta bankalar, portföy yönetim ve sigorta şirketleri olmak üzere spor kulüpleri, noterler, serbest muhasebeciler ve avukatlar gibi elektronik yolla tebligat alması zorunlu olan tüm yükümlülerin e-Tebligat alabilmesi ve gönderebilmesi için kayıtlı elektronik posta (KEP) adresi edinmesi gerekiyor.

Her bir tespit için 10 Bin TL idari para cezası

E-Tebligat almaya ve göndermeye uygun KEP adresi edinmeyen veya sistem oluşturmayan kanun kapsamına giren yükümlülerini her bir tespit için 10 Bin TL idari para cezası bekliyor. Kanunla hükme bağlanan bir diğer konu ise, bir yıl içinde uygulanacak idari para cezasının toplam tutarının 250 Bin TL'yi geçemeyecek olması.

Kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek ve tüzel kişilere yapılacak tebligatların, hızlı ve güvenli bir şekilde yürütülmesi ve elektronik belge yönetim sistemine entegrasyonunun hızlandırılması gibi gerekçelerle uygulamaya konan bu maddeler, aynı zamanda kara para aklama işlemlerinin ve terör finansmanının da önüne geçmeyi hedefliyor.

Bundan sonraki kısımda yer alan açıklamalar, bu uygulamanın kanunsuz olduğu bir tarafa bırakılarak, 456 sıra Sayılı Genel Tebliğ hükümlerine göre yapılmıştır.

Fiziki ortamda yapılan tebligat ile eşdeğer

Elektronik Tebligat, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu ve 456 sıra no.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği hükümlerine göre tebliği gereken belgelerin, E-Tebligat sistemi ile mükelleflerin elektronik adreslerine tebliğ edilmesidir. Bu tebliğ fiziki ortamda yapılan tebligat ile aynı sonucu doğuracaktır.

Uygulama 1 Ocak 2016'da başlıyor

E-Tebligat uygulaması 01 Ocak 2016 tarihinden itibaren başlayacaktır. Ancak, bu tarihten önce de E-Tebligat sistemini kullanmak için bildirimde bulunanlara 1



Ekim 2015 tarihinden itibaren tebligatlar elektronik tebligat yolu ile de yapılabilecektir.

E-Tebligat başvurusunu, mükellefler bizzat kendisi veya kanuni temsilcisi aracılığıyla yapabileceği gibi E-Tebligat ile ilgili işlemleri yapmak üzere özel yetki içeren noterden alınmış vekâletnameyle vekili aracılığı ile de yapılabilir.

E-Tebligat başvurusu yapıldığında ve E-Tebligat gönderildiğinde Elektronik Tebligat Talep Bildiriminde belirtilen telefon numarasına SMS yoluyla ve/veya bildirilen e-posta adresine mail yolu ile bilgilendirme yapılır.

E- Tebligat sisteminde, Gelir İdaresi Başkanlığına düzenlenerek gönderilen belgeler ile bu belgelere ait gönderim tarihi, tebliğ tarihi gibi bilgilere ulaşılabilir.

E-Tebligat sistemi ile gönderilen belgeler, mükellefin elektronik ortamdaki adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda tebliğ edilmiş sayılır ve ayrıca posta yoluyla tebligat yapılmaz.

Zorunlu veya ihtiyari olarak elektronik tebligat sistemine dahil olan mükelleflerin, zorunlu olmadıkça sistemden çıkmaları mümkün değildir. Bu zorunluluk halleri; ölüm, gaiplik veya tüzel kişilerde ticaret sicil kaydının (nevi değişikliği ve birleşme halleri dahil) silinmesi gibi hallerdir.

E-Tebligat sistemine dahil olmak zorunda olan mükelleflerin, süresinde bildirimde bulunmaz ise Vergi Usul Kanununun Mükerrer 355. maddesi uyarınca özel usul-

süzlük cezası ile cezalandırılacağı da öngörülmektedir.

Gerçek usulde vergiye tabi olmayanlar sisteme gönüllü olarak başvurabilir

Gelir vergisi mükelleflerinden ticari, ziraat ve mesleki yönden kazanç elde edenler, 01.01.2016 tarihine kadar bildirimde bulunarak elektronik tebligat sistemini kullanmaya başlamaları gerekmektedir. Fakat kazançları basit usulde tespit edilenler, gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçiler ile diğer vergisel yükümlülükleri bulunan mükelleflerimiz ise sisteme gönüllü olarak başvurabilirler.

Gerçek kişiler Gelir İdaresi Başkanlığı'nın <https://intvrg.gib.gov.tr> internet adresine girerek;

- İnternet vergi dairesi şifresi olanlar "kullanıcı girişi" ekranından kullanıcı kodu, parola ve şifresi ile,
- İnternet vergi dairesi şifresi olmayanlar ise "TC Kimlik No ile Giriş" ekranından kimlik doğrulaması ile, E-Tebligat sistemine başvurabilirler.

Ayrıca gerçek kişiler, kağıt ortamında doldurdıkları Elektronik Tebligat Talep Bildirimi ile bizzat vergi dairesine giderek başvuruda bulunabilirler.

E- Tebligat uygulamasının zorunluluğunun başlayacağı 01.01.2016 tarihinden sonra mükellefiyet tesis ettiren gelir vergisi mükellefleri, mükellefiyet tesisi sırasında Elektronik Tebligat Talep Bildiriminde bu-

lunmaları gerekmektedir. E-Tebliğat uygulamasının zorunluluğunun başlayacağı 01.01.2016 tarihinden sonra mükellefiyet tesis ettiren kurumlar vergisi mükelleflerinin işe başlama tarihini takip eden 15 gün içerisinde Elektronik Tebligat Talep Bildiriminde bulunmaları gerekmektedir.

Elektronik Tebligat Talep Bildirimi ile vergi dairesine bildirimde bulunan mükelleflere, müracaatı anında internet vergi dairesi şifresi yok ise sistemden üretilen internet vergi dairesi şifresi verilir. İnternet

vergi dairesini kullanarak elektronik ortamda bildirimde bulunan mükelleflere ayrıca internet vergi dairesi şifresi verilmeyecek olup mevcut kullanıcı şifresiyle E-Tebliğat sistemine giriş yapılabilir.

Mükellefler internetten gönderilen belgeleri görebilecek

Mükellefler <https://intvrg.gib.gov.tr> adresinden sisteme giriş yaparak Elektronik Tebligat adreslerine gönderilen belgeleri görüntüleyebilir, kendisine hangi tarihte

tebliğ edildiğini görebilir ve belgenin çıktısını alabilirler.

Kurumlar vergisi mükellefleri Elektronik Tebligat sistemine 01.01.2016 tarihine kadar bildirimde bulunarak elektronik tebligat sistemini kullanmaya başlamaları gerekir. Ancak kurumlar vergisi mükellefleri dışında kalan tüzel kişiler ile tüzel kişiliği olmayan teşekküller ise gönüllü olarak sisteme başvuru yaparak kullanabilirler. Elektronik tebligat sistemini kullanmak zorunda olan Kurumlar Vergisi mükellefleri

456 nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği Metni:

1. Giriş

4/1/1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun 107/A maddesinde;

“Bu Kanun hükümlerine göre tebliğ yapılacak kimselere, 93 üncü maddede sayılan usullerle bağlı kalınmaksızın, tebliğ elverişli elektronik bir adres vasıtasıyla elektronik ortamda tebliğ yapılabilir.

Elektronik ortamda tebligat, muhatabın elektronik adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda yapılmış sayılır.

Maliye Bakanlığı, elektronik ortamda yapılacak tebliğe ilgili her türlü teknik altyapıyı kurmaya veya kurulmuş olanları kullanmaya, tebliğe elverişli elektronik adres kullanma zorunluluğu getirmeye ve kendisine elektronik ortamda tebliğ yapılacakları ve elektronik tebliğe ilişkin diğer usul ve esasları belirlemeye yetkilidir.”

hükümüne yer verilmiştir.

Kanunun 148 inci maddesinde; Kamu idare ve müesseseleri, mükellefler veya mükelleflerle muamelede bulunan diğer gerçek ve tüzel kişiler, Maliye Bakanlığının veya vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların isteyecekleri bilgileri vermeye mecbur oldukları hüküm altına alınmıştır.

Kanunun 149 uncu maddesinde ise Maliye Bakanlığının kamu idare ve müesseseleri (Kamu hizmeti ifa eden kurum ve kuruluşlar dahil) ile gerçek ve tüzel kişilere vergilendirmeye ilişkin olaylarla ilgili olarak kendilerinden yazı ile istenecek bilgileri belli fasılalarla ve devamlı olarak yazı ile vermek mecburiyeti getirmeye, mükerrer 257/4 üncü maddesinde de Kanunun 149 uncu maddesine göre devamlı bilgi vermek zorunda olanlardan istenilen bilgiler ile vergi beyannameleri ve bildirimlerin, şifre, elektronik imza veya diğer güvenlik araçları kullanılmak suretiyle internet de dahil olmak üzere her türlü elektronik bilgi iletişim araçları ile ortamında verilmesi, beyanname ve bildirimlerin yetki verilmiş gerçek veya tüzel kişiler aracılığıyla gönderilmesi hususlarında izin vermeye veya zorunluluk getirmeye, beyanname, bildirim ve bilgilerin aktarımında uyulacak format ve standartlar ile uygu-

lamaya ilişkin usul ve esasları tespit etmeye, bu zorunluluğu beyanname, bildirim veya bilgi çeşitleri, mükellef grupları ve faaliyet konuları itibarıyla ayrı ayrı uygulamaya kanuni süresinden sonra kendiliğinden veya pişmanlık talepli olarak verilen beyannameler üzerine düzenlenen tahakkuk fişi ve/veya ihbarnameleri mükellefe, vergi sorumlusuna veya bunların elektronik ortamda beyanname gönderme yetkisi verdiği gerçek veya tüzel kişiye elektronik ortamda tebliğ etmeye ve buna ilişkin usul ve esasları belirlemeye yetkili olduğu belirtilmiştir.

Yukarıda yer alan Kanun hükümlerinin Bakanlığımıza verdiği yetkiye istinaden Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre tebliği gereken evrakla ilişkin tebligatın elektronik ortamda yapılmasının sağlanması amacıyla aşağıdaki düzenlemeler yapılmıştır.

2. Amaç ve Kapsam

Tebliğin amacı; vergi dairelerince düzenlenen ve muhataplarına 213 sayılı Kanun hükümlerine göre tebliği gereken evrakın, Gelir İdaresi Başkanlığı aracılığıyla elektronik ortamda tebliğ edilmesi ile ilgili usul ve esasları belirlemektir.

Elektronik ortamda tebliğ ile ilgili oluşturulan sistem ve bu sistemin kullanımına ilişkin açıklamalara Tebliğin ilerleyen bölümlerinde yer verilmiştir.

3. Tanımlar

Tebliğde geçen;

- Bakanlık: Maliye Bakanlığını,
- Başkanlık: Gelir İdaresi Başkanlığını,
- Elektronik İmza: 15/1/2004 tarihli ve 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 4 üncü maddesinde tanımlanan güvenli elektronik imzayı,
- Elektronik Tebligat: 213 sayılı Kanun hükümlerine göre tebliği gereken evrakın Elektronik Tebligat Sistemi ile muhatapların elektronik adreslerine tebliğ edilmesini,
- Elektronik Tebligat Adresi: Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından internet vergi dairesi bünyesinde oluşturulacak tebliğe elverişli elektronik ortamı,

e) Elektronik Tebligat Sistemi: Bilişim sistemleri vasıtasıyla muhatabın elektronik tebligat adresine iletmek üzere, tebliğ evrakının gönderildiği ve elektronik ortamda delillendirilerek tesliminin sağlandığı sistemi,

f) İnternet Vergi Dairesi: Mükellefler tarafından beyanname gönderilmesi, ödeme yapılması, vergi levhası, borcu yoktur yazısı alınması gibi vergisel işlemlerin yapıldığı ve <https://intvrg.gib.gov.tr> adresinden ulaşılan elektronik ortamı,

g) İşlem Zaman Bilgisi: Bir elektronik verinin, üretildiği, değiştirildiği, gönderildiği, alındığı ve/veya kaydedildiği zaman bilgisini,

ğ) Kanun: 213 sayılı Vergi Usul Kanununu,

h) Muhatap: Elektronik ortamda tebligat yapılacak olanlar,

ı) Olay Kaydı: Elektronik tebligat hizmetinin verilmesi esnasında meydana gelen tüm bilişim sistemi işlem kayıtlarını,

i) Vergi dairesi: Muhataplara 213 sayılı Kanun hükümlerine göre tebliğ edilecek evrakı düzenleyen daireyi, ifade eder.

4. Elektronik Tebligat Yapılacak Kişiler

Kanunun 107/A maddesinin Bakanlığımıza verdiği yetkiye istinaden, elektronik ortamda yapılacak tebliğe ilgili teknik altyapı kurulmuş ve tebliğe elverişli elektronik tebligat adresi, Başkanlık tarafından internet vergi dairesi bünyesinde oluşturulmuştur.

Kanun hükümlerine göre tebliği gereken elektronik imzalı evrak, elektronik tebligat sistemi kullanılmak suretiyle muhatabın elektronik tebligat adresine tebliğ edilebilecektir.

Bu Tebliğ ile tebliğe elverişli elektronik adres kullanma zorunluluğu getirilen ve kendisine elektronik ortamda tebliğ yapılabilecek olanlar aşağıda belirtilmiştir.

- Kurumlar vergisi mükellefleri
- Ticari, zirai ve mesleki kazanç yönünden gelir vergisi mükellefiyeti bulunanlar (Kazançları basit usulde tespit edilenlerle gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçiler hariç)

c) İsteğe bağlı olarak kendilerine elektronik tebligat yapılmasını talep edenler

Kendisine elektronik ortamda tebliğ yapılabilecek olanlar, Tebliğe belirlenen sürelerde bildirimde bulunarak elektronik tebligat adresi almak ve elektronik tebligat sistemini kullanmak zorundadır.

Bu mükelleflerin dışında kendilerine elektronik tebligat yapılmasını talep eden kişiler de sistemden isteğe bağlı olarak yararlanabileceklerdir.

5. Bildirim Yükümlülüğü ve Elektronik Tebligat Adresi Edinme

5.1. Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin Bildirimi ve Elektronik Tebligat Adresi Edinmesi

Elektronik tebligat sistemini kullanmak zorunda olan kurumlar vergisi mükelleflerinin, 01.01.2016 tarihine kadar örneği Tebliğ ekinde yer alan “Elektronik Tebligat Talep Bildirimi (Şirketler ve Diğer Tüzel Kişiler İçin)”ni (EK:1) kurumlar vergisi yönünden bağlı bulundukları vergi dairesine vermeleri gerekmektedir. Bu mükellefler, söz konusu bildirim kanuni temsilcileri veya elektronik tebligat sistemi ile ilgili işlemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noterde verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler aracılığıyla bizzat teslim edeceklerdir.

Bu Tebliğde getirilen zorunlulukların başladığı tarihten sonra mükellefiyet tesis ettiren kurumlar vergisi mükellefleri ise işe başlama tarihini takip eden 15 gün içerisinde Elektronik Tebligat Talep Bildiriminde bulunmak zorundadır.

Yapılan başvurunun değerlendirilmesi sonucu, gerekli şartları taşıyan mükelleflere internet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola ve şifresi verilecektir. Böylece bu mükellefler elektronik tebligat adresi edinmiş olacaklardır.

5.2. Gelir Vergisi Mükelleflerinin Bildirimi ve Elektronik Tebligat Adresi Edinmesi

Elektronik tebligat sistemini kullanmak zorunda olan gelir vergisi mükelleflerinin, 01.01.2016 tarihine kadar örneği Tebliğ ekinde yer alan “Elektronik Tebligat Talep Bildirimi (Ger-

01.01.2016 tarihine kadar "Elektronik Tebligat Talep Bildirimi"ni (Şirketler ve Diğer Tüzel Kişiler İçin) bağlı bulundukları vergi dairesine vermeleri gerekir.

Zorunluluk kapsamı dışında olan mükellefler nasıl başvuracak?

Zorunluluk kapsamına girmeyen ve işteğe bağlı olarak kendilerine elektronik tebligat yapılmasını talep eden tüzel kişiler ile tüzel kişiliği olmayan teşekküller ise katma değer vergisi veya gelir (stopaj) vergisi

yönünden bağlı bulundukları vergi dairesine başvuruda bulunarak sistemi kullanabilirler.

Bu mükellefler, söz konusu bildirim ka-
nuni temsilcileri veya elektronik tebligat
sistemi ile ilgili işlemleri yapmaya yönelik
özel yetki içeren noterde verilmiş vekâlet-
nameyle yetkili kılınan kişiler aracılığıyla
da başvurabilirler.

Şifre edinme ve sisteme ulaşım, ku-
rumlar vergisi mükellefleri açısından da
aynı diğer mükellefler gibidir.

**E-Tebligat almaya ve
göndermeye uygun KEP
adresi edinmeyen veya
sistem oluşturmayan
kanun kapsamına giren
yükümlüleri her bir tespit
için 10 Bin TL idari para
cezası bekliyor"**

çek Kişiler İçin)"ni (EK:2) internet vergi dairesin-
de elektronik ortamda doldurmalı ve elektro-
nik tebligat sistemini kullanmaya başlamaları
gelmektedir.

Bu mükelleflerin, söz konusu bildirim ken-
dileri veya elektronik tebligat sistemi ile ilgili iş-
lemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noter-
de verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler
aracılığıyla gelir vergisi yönünden bağlı bulun-
dukları vergi dairesine bizzat vermeleri de müm-
kündür.

İnternet vergi dairesini kullanarak elektro-
nik ortamda bildirimde bulunan gelir vergisi
mükelleflerine internet vergi dairesi kullanıcı
kodu, parola ve şifresi verilmeyecek olup bu mü-
kellefler sisteme her girişlerinde sistem tarafın-
dan kimlik doğrulaması yapılmak suretiyle elek-
tronik tebligat sistemini kullanabileceklerdir.

Vergi dairesine bizzat veya vekili aracılığıyla
başvuran gerçek kişi mükelleflerin başvuruları
değerlendirilecek ve gerekli şartları taşıyan mü-
kelleflere internet vergi dairesi kullanıcı kodu,
parola ve şifresi verilecektir.

İnternet vergi dairesini kullanarak elektro-
nik ortamda veya vergi dairesine bizzat başvura-
cak sistemi kullanacak olan gelir vergisi mükel-
lefleri, elektronik tebligat adresi edinmiş olacak-
lardır.

Tebliğde getirilen zorunlulukların başladığı
tarihten sonra mükellefiyet tesis ettiren gelir ver-
gisi mükellefleri, mükellefiyet tesisi sırasında
tebliğ veya elektronik tebligat sistemi ile ilgili iş-
lemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noter-
de verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler
aracılığıyla örneği Tebliğin ekinde (EK: 2) yer
alan bildirim doldurarak ilgili vergi dairesine
vermek zorundadır.

5.3. İsteğe Bağlı Olarak Kendilerine Elektronik Tebligat Yapılmasını Talep Edenlerin Bildirimi ve Elektronik Tebligat Adresi Edinmesi

Tebliğ ile getirilen zorunluluk kapsamına
girmeyen ancak işteğe bağlı olarak kendilerine
elektronik tebligat yapılmasını talep eden tüzel
kişiler ile tüzel kişiliği olmayan teşekküller Tebli-
ğin (5.1) bölümünde açıklandığı şekilde katma
değer vergisi veya gelir (stopaj) vergisi yönün-

den bağlı bulundukları vergi dairesine başvuru-
da bulunarak sistemi kullanabileceklerdir.

Benzer şekilde, Tebliğ ile getirilen zorunlu-
luk kapsamına girmeyen gerçek kişi muhatapla-
rının, Tebliğin (5.2) bölümünde açıklandığı şekilde
internet vergi dairesi aracılığıyla başvurarak veya
ikametgahlarının bulunduğu yer vergi dairesine
bizzat veya elektronik tebligat sistemi ile ilgili iş-
lemleri yapmaya yönelik özel yetki içeren noter-
de verilmiş vekâletnameyle yetkili kılınan kişiler
aracılığıyla başvuruda bulunarak sistemi kulan-
maları mümkündür.

5.4. İnternet Vergi Dairesi Kullanıcı Kodu, Parola ve Şifresi Edinme

Elektronik tebligat sistemini kullanmak
üzere, Tebliğ ekinde yer alan Elektronik Tebligat
Talep Bildirimi ile bildirimde bulunan mükellef-
lere vergi dairesince, müracaat anında sistemden
üretilecek internet vergi dairesi kullanıcı kodu,
parola ve şifreyi ihtiva eden kapalı bir zarf verile-
cektir.

Şifre zarfının mükellefe veya yetki verilen
kişiyi tesliminde, "... Vergi Dairesi Başkanlığı/Mü-
dürlüğünün... vergi kimlik numaralı mükellefi
.....'ya Elektronik Tebligat Sistemi ve İn-
ternet Vergi Dairesi işlemlerinde kullanmak için
kullanıcı kodu, parola ve şifreyi ihtiva eden zarf,
kapalı olarak teslim edilmiştir." şeklinde bir "Tes-
lim Tutanağı" tanzim edilecek ve söz konusu tu-
tanak, mükellef veya noterde verilmiş vekâletna-
meyle yetki verdiği kişi, müdür/vergi dairesi mü-
dürü veya müdür yardımcısı tarafından tarih ko-
nularak suretiyle imzalanacaktır. Tanzim edilen
Teslim Tutanağı ile Elektronik Tebligat Talep Bildi-
riminin birer örneği mükellefin dosyasında mu-
hafaza edilecektir.

6. Elektronik Tebligatın Gönderilmesi ve Muhatabına İletilmesi

213 sayılı Kanun hükümlerine göre tebliği
gerekten evrak, elektronik imza ile imzalanacak
ve vergi dairesi adına Başkanlık tarafından tebliğ
yapılacak muhatabin elektronik tebligat adresine
iletilcektir.

Elektronik tebligat sistemine internet vergi
dairesi üzerinden erişilecektir. İnternet vergi dai-
resi kullanıcı kodu, parola ve şifresine sahip olan

gerçek ve tüzel kişiler şifreleriyle elektronik tebli-
gat adreslerine ulaşacaklardır. İnternet vergi dai-
resi kullanıcı kodu, parola ve şifresi olmayan ger-
çek kişiler ise sisteme her girişte yapılan kimlik
doğrulaması ile elektronik tebligat adreslerine
erişebileceklerdir.

Kanunun 107/A maddesi gereğince, elek-
tronik imzalı tebliğ evrakı, muhatabin elektronik
ortamdaki adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci
günün sonunda tebliğ edilmiş sayılacaktır.

Olay kayıtları, İşlem Zaman Bilgisi eklene-
rek, erişilebilir şekilde arşivlerde otuz yıl süreyle
saklanacaktır. Hesaba erişim bilgilerinin iletimi
ile sisteme erişimin güvenli bir şekilde yapılması
için gerekli tedbirler Başkanlık tarafından alına-
cak olup talep halinde elektronik tebligata ilişkin
delil kayıtları ilgisilene veya yetkili mercilere su-
nulacaktır.

7. Elektronik Tebligat Sisteminden Çıkış

Zorunlu veya ihtiyari olarak elektronik tebli-
gat sistemine dahil olanların aşağıdaki durum-
lar dışında sistemden çıkmaları mümkün de-
ğildir.

Tüzel kişilerde ticaret sicil kaydının silindiği
(nevi değişikliği ve birleşme halleri dahil) tarih
itibarıyla, elektronik tebligat adresi kapatılır. Ger-
çek kişilerde ise ilgilinin ölümü veya gailiğine
karar verildiğinin idare tarafından tespit edildiği
durumlarda ölüm/karar tarihi itibarıyla ilgilinin
elektronik tebligat adresi re'sen kapatılır. Mirasçı-
ların bağlı olunan vergi dairesine başvurusu
halinde de müteveffanın elektronik tebligat ad-
resi kullanıma kapatılır.

8. Muhatabın Sorumluluğu

- Muhatap;
- a) Elektronik Tebligat Talep Bildirimini süresinde,
tam ve doğru olarak vergi dairesine beyan et-
mekle,
 - b) Beyan edilen bilgilerde meydana gelecek de-
ğişiklikleri öncesinde veya en geç değişiklik
tarihinde vergi dairesine bildirmekle,
 - c) Elektronik Tebligat Talep Bildiriminde belirtilen
tüm şartlara riayet etmekle,
 - d) Sistem kullanımına ilişkin olarak kendisine
verilmiş olan kullanıcı kodu, parola ve şifre gibi
bilgilerini korumakla, üçüncü kişilerle paylaş-

mamakla ve başkasına kullanırmamakla,
d) Sistem kullanımına ilişkin olarak kendisine
verilmiş olan kullanıcı kodu, parola ve şifre gibi
bilgilerin istenmeyen şekilde üçüncü kişilerin
eline geçtiğini tespit ettiğinde derhal vergi
dairesine bilgi vermekle,
yükümlüdür.

Yukarıda yer verilen sorumlulukların yerine
getirilmemesinden doğacak hukuki sonuçlar
muhatabin sorumluluğunda olup tüm bildirim-
ler vergi dairesine ulaştığı anda sonuç doğurur.

9. Ceza Hükümleri

Elektronik tebligat sistemine dahil olması
zorunlu olanlardan bu Tebliğ ile getirilen yü-
kümlülükleri uymayanlar için Kanunun 148,
149 ve mükerrer 257 nci maddeleri uyarınca,
Kanunun Mükerrer 355 inci maddesindeki ceza
müeyyide uygulanır.

Ceza uygulaması sonrasında re'sen oluşturu-
lan internet vergi dairesi kullanıcı kodu, parola
ve şifresi gerçek kişilerde mükellefe, tüzel kişiler
ile tüzel kişiliği olmayan teşekküllerde doğrudan
kanuni temsilcisine tebliğ edilir ve elektronik
tebligat adreslerine tebligat gönderimine başlanılır.

10. Diğer Hususlar

Kanun hükümlerine göre tebliği gereken
evrak muhataplara elektronik tebligat sistemi ile
tebliğ edilebileceği gibi Kanunda yer verilen di-
ğer tebligat hükümlerine göre de tebliğ edilebi-
lir.

Bağlı vergi dairesi müdürlüklerinde (mal
müdürlükleri) elektronik tebligat sistemine tek-
nolojik uyum çalışmaları devam etmekte oldu-
ğundan, bağlı vergi dairesi müdürlüklerinin mü-
kellefleri Tebliğ kapsamında bulunmamaktadır.

Elektronik Tebligat uygulamasına,
01.01.2016 tarihi itibarıyla başlanılacaktır.

Ancak bu tarihten önce bildirimde bulu-
nanlara 01.10.2015 tarihinden itibaren elektro-
nik tebligat yapılabilir.

11. Bu Tebliğ yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

12. Bu Tebliğ hükümlerini Maliye Bakanı yürütür.

MHGF'NİN YAŞAMSAL ÖNEME SAHİP SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ Candostu Organ Bağışına Evet toplantıları sürüyor

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU'NUN (MHGF) SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ CANDOSTU ORGAN BAĞIŞINA EVET PLATFORMU'NUN ORGAN NAKLİ VE BAĞIŞI KONUSUNDA BİLGİLENDİRME TOPLANTILARI SÜRÜYOR.



MHGF'nin Türkiye Organ Nakli Kuruluşları Koordinasyon Derneği (TONKKD) ile T.C. Sağlık Bakanlığı işbirliğiyle hayata geçirdiği sosyal sorumluluk projesi Candostu Organ Bağışına Evet Platformu'nun bilgilendirme toplantıları sürüyor. 2012 yılında kurulduğunda bu yana 50'nin üzerinde toplantı gerçekleştiren platform, İstanbul İncirli'de yerleşik İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik Meslek Yüksekokulu Moda Tasarımı Bölümü öğrencileriyle buluştu.

TONKKD Yönetim Kurulu Üyesi Genel Cerrah Prof. Dr. Ha-

san Taşçı'nın konuşmacı olduğu toplantıda İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik Meslek Yüksekokulu Müdür Yardımcısı Yrd. Doç. Dr. İldem Develi, Moda Tasarımı Bölümü Başkanı Seren Ahen Akcengiz ile öğretim görevlilerinin de katıldığı toplantıda MHGF'den Platformun kurucusu Başkan Hüseyin Öztürk'ü temsilen Özel Kalem Müdürü ve Kurumsal İletişim Direktörü Abbas Özpınar da katıldı.

Prof. Dr. Hasan Taşçı sunumunda organ nakli ve bağışı konusunda toplumdaki ön yargılara ve yanlış bilgilere dikkat çekti

Prof. Dr. Hasan Taşçı sunumunda organ nakli ile dünyada ve Türkiye'de organ bağışı konusuna değindi. Türkiye'de 25 bine yakın kişinin yaşamlarını sürdürebilmeleri için organ beklediğini kaydeden Prof. Dr. Taşçı, kadavradan organ bağışını artırmak için toplumdaki yanlış bilgilerin düzeltilmesi gerektiğine dikkat çekti.

Öğrencilerin soruları ile süren toplantının sonunda İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik MYO'ya duyarlılıklarından ötürü Candostu Belgesi verildi.

intermail

intermail.com.tr

SERVİSLERİMİZ



İMZALI



SÖZLEŞMELİ



MÜŞTERİYE
ÖZEL



KANITLI



BÖLGESEL



KİŞİYE ÖZEL



MOTO
KURYE



MOTO KURYE
KİRALAMA



ARAÇLI
KURYE

INTERMAIL, "Posta Hizmetleri Yetki Belgesi"ni dağıtım sektöründe ilk alan firmalardan olmanın gururunu yaşıyor.



0 850 222 62 45

Emektar Sokak 4. Levent Oto Sanayi No:7/1 34418 Seyrantepe / İstanbul

Yan sanayinin konfeksiyonda önemi, MHGF üyesi KYSD'nin düzenlediği seminerde ele alındı

MODA VE HAZIR GIYIM FEDEROSYONU'NUN (MHGF) KURUCU ÜYELERİNDEN KONFEKSİYON YAN SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (KYSD) VE İSTANBUL TİCARET ODASI (İTO) 42. NOLU TEKSTİL YAN SANAYİ ÜRÜNLERİ KOMİTESİ TARAFINDAN BİRLİKTE DÜZENLENEN KONFEKSİYON DEĞER ZİNCİRİNDE YAN SANAYİNİN ÖNEMİ KONULU SEMİNERDE SEKTÖRÜN ÖNEMİNE DİKKAT ÇEKİLDİ.

KYSD'nin 20'inci etkinlikleri kapsamında yapılan seminer konfeksiyon yan sanayinin yurtdışındaki payı başta olmak üzere birçok sorun ele alındı. Moderatörlüğü İstanbul Ticaret Üniversitesi Moda ve Tekstil Bölümü Başkanı Prof. Dr. Habip Dayıoğlu tarafından yapılan toplantıya konuşmacı olarak KYSD Başkanı Osman Ege, Özyeğin Üniversitesi Ekonomi Bölümü Başkanı Prof. Dr. Ümit Özlale, TGSD Başkan Yardımcısı Ramazan Kaya ve 42. No'lu Tekstil Yan Sanayi Ürünleri Komite Üyesi Yahya Uğur katıldı. İzleyici olarak MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk'ün de katıldığı seminerde birçok sektör temsilcisi yer aldı. Toplantıda komite üyesi firmalara İTO meclis üyeliği belgeleri verildi.

Tekstil Aksesuar Yan Sanayi Borsası Kuruluyor

Toplantının açılış konuşmasını yapan Yahya Uğur: "KYSD'nin 20'inci yılı nedeniyle yapılan bu etkinlikte sizlerle birlikte olmaktan büyük mutluluk duyuyorum. 42. No'lu Komite olarak sektörü geliştirmek için projeler hazırlamaya devam ediyoruz. İTO geçtiğimiz günlerde yaptığı bir çalışmayla Tekstil 2023 Yılı Stratejik Planı'nı duyurdu ve yan sanayi bu plan içinde önemli bir yere sahip. Stratejik Planı'nın sektöre önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum. İkinci olarak İTO bünyesinde faaliyet gösteren yan sanayi borsasından bahsetmek istiyorum. Yan Sanayi Borsası, daha çok makine ve yan sanayi ağırlıklı olarak hizmet veriyordu. Komitemiz tarafından verilen teklif sonucunda yine İTO bünyesinde bir Tekstil Aksesuar Yan



Sanayi Borsası da kurulacak. Bu proje sektörün gelişmesi ve tüm dünyada etkin hale gelmesi için büyük önem taşıyor" şeklinde konuştu.

Sektöre Daha Fazla Teşvik Sağlanmalı

Prof. Dr. Habip Dayıoğlu, konfeksiyon yan sanayi imalatının hazır giyim üretimi yapılan ülkeler için zaman ve maliyet açısından büyük avantaj oluşturduğuna dikkat çekti. Dayıoğlu, konfeksiyon yan sanayi üretiminin daha fazla teşvik edilmesi gerektiğini vurguladı. Habip Dayıoğlu, 2003 yılında Çin'deki tekstil üretim koşulları hakkında da bilgi verdi.

MHGF Bşk. Yrd. ve KYSD Başkanı Osman Ege: "Yurtdışında Daha Etkin Olmalıyız"

Sektörün global pazarlardaki yeri hakkında bilgi veren KYSD Başkanı Osman

Ege, "Bu seminerde daha çok konfeksiyon yan sanayi üretiminin dünyadaki yerini ele almak istiyorum. Ülkemizde yaklaşık 5 milyar dolarlık bir konfeksiyon yan sanayi piyasası var. KYSD olarak yaptığımız çalışmada sektörün yurtdışı faaliyet raporunu hazırladık. Türkiye, tekstilin diğer dallarında daha iyi yerlerde olduğu halde konfeksiyon yan sanayide 23'üncü sırada yer alıyor. Çin, 34 milyar dolarlık küresel ticari hacme sahip olan bu sektörde yüzde 30'luk bir paya sahip. Türkiye ise yüzde 0.84'lük bir paya sahip. Hatta sektörün sermaye yoğunluğu art-

tıkça dış ticarete eksi veriyoruz. Bu alanda üretim yapan ülkelerin çoğu gelişmiş ülkeler. Konfeksiyon ve ev tekstili sektörleri için aynı durum geçerli değil. Bizim global piyasadaki ihracat oranımızı artırmamız gerekiyor. Büyümeye katkı açısından bakıldığında ise hazır giyim önünde yer alıyoruz. Kısacası biz 100



TL'lik konfeksiyon yan sanayi ithalatı yapıyorsak, 66 TL'lik ihracat yapıyoruz. Çok büyük bir dış pazar pastasından çok ince bir dilim alıyoruz. Gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmemiz için kendimizi teknolojik anlamda yenilememiz gerekiyor. Sektörün gelişmesi için nitelikli istihdama ve sermaye yapısı güçlü firmalara ihtiyacımız var. Yan sanayi ürünleri, konfeksiyon ile kumaşın birleştiği noktada yer alıyor ve önemli role sahipler. Katma değerli konfeksiyon üretimi, tasarım, kaliteli kumaş ve aksesuardan geçiyor. Bu nedenle aksesuarın önemi her geçen gün artıyor. Biz bugüne kadar çoğunlukla konfeksiyon üreticileriyle görüşüyorduk. Bundan sonra görüşmemiz gerekenler ise ülkemizdeki ve dünyadaki marka sahipleri. Konuşmamı derneğimizin sloganı 'Yan Sanayi Olmadan Tam Sanayi Olmaz' diyerek tamamlıyorum" diye konuştu.

ABD ve İran'a Odaklanmalıyız

Prof. Dr. Ümit Özlele: "Konfeksiyon yan sanayi, ülkemiz için büyük önem sahip. Ancak bu sektörü geliştirmek için 'Rekabet Etmenin Ülke Kadar Zenginleşiyorsun' sloganını dikkate alarak önümüzdeki ülkelerle rekabet etmemiz gerekiyor. Gelişmiş ülkeler marka değerlerini yaratmak ve geliştirmek için konfeksiyon yan sanayisinden vazgeçmiyorlar. Bizim ise en temel eksikliklerimizden biri ise tekstil ve konfeksiyonu yeterince anlatamamış olmamız. 2015 yılı ve sonra-

sı için Türkiye'nin ciddi sorunları var. Bunlardan en önemlisi ise cari açık finansmanının maliyetinin artması. Kısacası küresel ölçekte faizlerin artacağı bir döneme giriyoruz. Bu şartlarda en önemli ihracat kalemlerimiz olan tekstil ve konfeksiyona sektörlerini kalındırmamız ve daha katma değerli hale getirmemiz gerekiyor. Teknolojik yatırımlarla konfeksiyondaki rekabetimizi daha güçlü kılabiliriz. Trendleri sürekli takip etmeliyiz. İşsizliği aynı seviyede tutmamız için yılda 750 bin kişiyi istihdam etmemiz gerekiyor. Konfeksiyon da bu durum için biçilmiş kaptan gibi görünüyor. Tekstil ve konfeksiyonun dünya ticaretindeki payı sürekli artıyor. Hazır giyim ve ayakkabı yan sanayi sektörleri global pazarlarda rekabetçi bir yapıya sahip. Yeni pazarlar bularak, stratejiler geliştirerek, inovasyon ve tasarımla daha fazla ihracat yapabiliriz. İhracatımızdaki azalışı telafi etmek için ABD ve İran bizim için avantajlı görünüyor. Global konfeksiyon yan sanayinin son on yıldaki gidişatına baktığımızda pazarın kendini ikiye katladığını görüyoruz. Yaptığımız incelemede saten kurdele, votka ve plastik aksesuar küresel rekabet için en avantajlı ürünler olarak karşımıza çıktı" diye konuştu.

TGSD Başkan Yardımcısı Ramazan Kaya ise sektörün daha katma değerli bir üretim anlayışını benimsemesi gerektiğini ifade etti. Güney Kore ve Japonya'yı örnek alarak teknolojik yönümüzü güçlendirmemiz ge-

rektiğine değinen Kaya, Avrupa'da daha da etkin olmamız gerektiğini kaydetti.

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk: "Türkiye'nin Büyük Fotoğrafına Bakmalıyız"

Seminerde söz alan MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk ise yapılan toplantıların daha çok iki kurum arasındaki işbirliğinin artırılması hakkında olduğunu ancak bugünkü koşullarda ülke coğrafyasında yaşayan her insan arasında işbirliği yapması gerektiğine dikkat çekti. Türkiye'nin büyük fotoğrafına daha dikkatli bakılması gerektiğini ifade eden Öztürk, herkesin ve her sektörün önemli olduğunu söyledi. Seminerde örnek gösterilen ülkelerin belli bir stratejiye sahip olduklarını söyleyen Hüseyin Öztürk, ülkemizde iletişim ve güven eksikliğinin yaşandığını dile getirdi. MHGF Başkanı, Bayrampaşa bölgesinde yapılan kentsel dönüşüm nedeniyle sektörün büyük kaybının olacağını da sözlerine ekledi.



MHGF üyesi DETGİS, İtalya'da Istituto Marangoni'yi ziyaret etti

İTMA 2015 FUARI İÇİN MİLANO'DA BULUNAN MHGF ÜYESİ DENİZLİ TEKSTİL VE GİYİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ'NDEN (DETGİS) BİR HEYET, AYNI ZAMAN DA ÖZEL MODA VE TASARIM OKULU OLAN İSTITUTO MARANGONI'Yİ ZİYARET ETTİ.

1 935 yılında Milano'da kurulan Istituto Marangoni, 2003 yılında Londra'da, 2006 yılında Paris'te ve son olarak 2013 yılında Shanghai'da kurulan kampüsleriyle uluslararası özelliğe sahip bir okul. 106 farklı ülkeden öğrencileri olan okulun Türkiye'den de 15 öğrencisi var. Hazırlık, üç yıllık lisans ve yüksek lisans olanakları ile bugün İtalya'nın ünlü modacılarını eğiten moda tasarım ve sanat okulu, farklı ülkelerden gelen öğrencileriyle de geleceğin modacılarını hazırlıyor. Sürekli yeni fikirler ve stillerle profesyonel moda ve tasarım eğitiminin gözdesi olan enstitü, iletişim ve yönetsel koordinasyon gibi temel sektörlerde yarının profesyonellerini eğitme hedefini kurulduğu yıllardan beri korumakta.

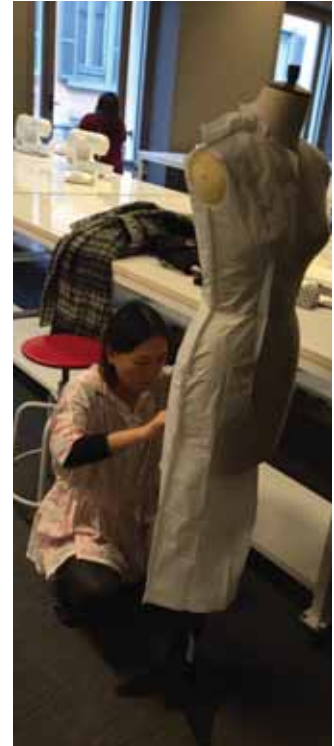
Marangoni Enstitüsü öğrencileri eğitimleri boyunca en iyi araçlarla yetenek ve becerilerini geliştirmekte ve mezuniyetlerinde de güvenli bir iş dünyası ile karşılaşmaktadırlar.

"Profesyonelleri yetiştiren profesyonel bir kurum"

Enstitünün Milano'da bulunan iki kampüsünü ziyaret eden DETGİS heyetinden, DETGİS Yönetim Kurulu Başkanı İsa Dal, her tasarımcının hayalinde olan okul için "Profesyonelleri yetiştiren profesyonel kurum" ifadesini kullanıyor. Ayrıca heyette yer alan DETGİS Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Koltuksuz ve Yönetim Kurulu Üyeleri Cevat Akçıl ile Şeref Arpacı Enstitü yetkililerinden İş Geliştirme Müdürü Paola Musc-

chio ve Eğitim Müdürü Paolo Meroni ile görüştüler. Konu ile ilgili olarak İsa Dal, Denizli İhracatçılar Birliği bünyesinde yapılan yarışmalarda dereceye girenlere, Ekonomi Bakanlığı tarafından burs verildiğini ve Marangoni'de 2 yıl master eğitimi aldıklarını belirtiyor.

Heyet, Milano da İTMA fuarı ve Istituto Marangoni gezilerinin yanında ayrıca İtalya Tekstil Makinaları İhracatçıları Birliği (ACIMIT) ziyareti de gerçekleştirdi. DETGİS Yönetim Kurulu Üyeleri ve ACIMIT yetkilileri karşılıklı görüşmeleri sonucu iş birliği yapmaya karar verdiklerini bildirdiler. Heyet ayrıca ACIMIT'i 2016 yılında 5. Kez kutlanacak olan "Dünya Türk Havlu ve Bornoz Günü" programına davet etti.





MHGF üyesi DETGİS, “Marka Hikayeleri” söyleşi dizisi başlattı

MHGF'nin Denizli'deki üye derneklerinde nDenizli Tekstil Ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGİS) “Marka Hikayeleri” Başlıklı Yeni Söyleşi Programı Serisi ile dikkatleri markalaşma Üzerine Topluyor.

DETGİS “Marka Hikayeleri” programı serisinin ilk konuğu MS Şirketleri Grubuna bağlı “İRYA” markası oldu. Denizli Pamukkale Üniversitesi Tekstil Mühendisleri Topluluğu'nun destek verdiği programa, PAÜ Meslek Yüksek Okulu, Meslek Liselerinin ilgili bölümlerinden birçok öğrenci, DETGİS Üyeleri ve iş adamları katıldı. PAÜ Teknokent konferans salonunda gerçekleşen program da konuşmacı olarak MS Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı ve DETGİS Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Varma, Şirket tasarımcısı Özgül Günel ve Şirket Genel Müdürü Eser Erkaçan katıldı.

İRYA'nın markalaşmada yakaladığı başarının ardındaki çalışmalar

Program da ilk olarak söz alan MS Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı ve DETGİS Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Varma, 2000'de kurulan firmanın başlangıçta mümessil ofis ve iplik ticareti yaptığını ve o yıllarda bir mümessil ofiste tasarımcı barındıran ilk firmalardan biri olduklarını söyledi. Üretim ekibinin oluşturulmasının ardından, kendilerine özgü tasarımları olan ürünlerini farklı pazarlara sunmayı hedeflediklerini ve buna mukabil 2008 yılında İRYA markasını kurduklarını belirten Varma, böylece üretim aşamasında istedikleri kaliteyi yakaladıklarını belirtti.

Firma tasarımcısı Özgül Günel, hedef kitlenin belirlenmesi, logo ve kurumsal kimlik çalışmaları ile koleksiyonların hazırlanması aşamalarının ardından, teknolojinin gelişmesiyle beraber internet üzerinden yapılan alışverişin de dikkate alınarak bu konuda da yatırım yaptıklarını belirtti. 2008 yılında 2 ürün grubu ve 25 model ile yola çıkan İrya, 2015 yılında 10 ürün grubunda 170 farklı modelle müşterilerine ulaşıyor.

MHGF ÜYESİ DETGİS “TÜRKİTAY” ile 4 Milyar Dolarlık savunma teknik tekstilleri pazarına talip

DETGİS'in Türk Teknik Tekstiller Araştırma ve Yatırım Uygulama Grubu (TÜRKİTAY) Savunma Teknik Tekstilleri Üretimi Eğitimini tamamlamaya projedeki ilk adımı attı. TÜRKİTAY'DAN “TÜRKİTAY A.Ş'ye geçiş, atılan somut adımlarla gerçekleşecek.

Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGİS)'in Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) 2015 yılı Teknik Destek Programı kapsamında hazırlanan “TÜRKİTAY” da ilk adım, Savunma Teknik Tekstilleri Üretimi Eğitimi” programı Denizli Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi.

DETGİS üyelerinden ve Denizli'de faaliyet gösteren diğer tekstil üreticisi firmalardan oluşan eğitim gurubuna, Bursa Tekstil & Konfeksiyon Ar-Ge Merkezi (BUTEKOM)'dan Tekstil Yüksek Mühendisi Şengül Teke, Kimyager ve Ar-Ge Uzmanı Nejla Değirmenci ile Ener Teknik Tekstil Danışmanlık'tan konusunda uzman Affan Ener sunumlarını gerçekleştirdiler. Yaklaşık 15 firmanın katıldığı eğitimde, Türkiye ve dünyadaki savunma teknik tekstilleri üretimleri, örnek firmaların bu konuda ürettiği ürünler ve özellikleri ile pazarları konusunda bilgi verildi. Uzman

Affan Ener, dünya teknik tekstil hacminin 3 - 4 milyar dolar, Türkiye'nin ise yaklaşık 150-200 milyon civarında olduğunu belirtti.

BUTEKOM'dan Şengül Teke sağlanan devlet desteklerinden bahsetti.

“Kilogram başına ihracat değeri artacak”

Proje ve eğitim hakkında DETGİS Başkanı İsa Dal, “DETGİS olarak her türlü teknik tekstillere ilişkin çalışmalar içinde yer almaya gayret gösterdik ve son üç dönemde Almanya Techtextil fuarına heyetler götürdük. Bu çalışma geçmişimize istinaden, firmaların duyduğu güvenden doğan talebe istinaden, TÜRKİTAY'ı ortaya çıkardık” dedi. Temelde savunma sanayi, inşaat tekstilleri, zirai tekstilleri konuları alacak bir yatırım gerçekleştirmek üzere fikri çalışmalara başladıklarını ifade eden Dal, savunma sanayini özel olarak önemsediklerini, proje sayesinde Denizli'nin kilogram başına ihracat değerinin artacağını, Türkiye ekonomisine daha yüksek oranda katkı sunabileceğini de sözlerine ekledi. 60 milyon dolarlık bir ithalatın önüne geçmek için konsantre olduklarını belirtti.



5. PENTEX Penye Tekstil ve Teknolojileri Fuarı 17-20 Şubat 2016 tarihleri arasında kapılarını açıyor

5. PENTEX PENYE TEKSTİL VE TEKNOLOJİLERİ FUARI 17-20 ŞUBAT 2016 TARİHLERİ ARASINDA KAPILARINI AÇMAYA HAZIRLANIYOR. MODA VE HAZIR GIYİM FEDERASYONU'NUN (MHGF) GAZİANTEP'TEKİ ÜYE DERNEĞİ PENYE KONFEKSİYON VE İMALAT HAZIR GIYİM DERNEĞİ'NİN (PENKON) DESTEĞİYLE DÜZENLENEN FUAR, ÖZELLİKLE ORTADOĞU BAŞTA OLMAK ÜZERE DOĞU AVRUPA, BALKANLAR VE KAFKASYA'DAN ÇOK SAYIDA UZMAN ZİYARETÇİYİ ÇEKİYOR.

1 7-20 Şubat tarihleri arasında 5. kez kapılarını açmaya hazırlanan PENTEX fuarını başta Ortadoğu olmak üzere Doğu Avrupa, Balkanlar ve Kafkasya'dan çok sayıda ilgili ziyaret ediyor. Gaziantep'te düzenlenen fuarda, penye ürünlerinden konfeksiyon ürünlerine, iplikten lazer kesim ve dijital baskı makinelerine, penye makinelerinden dokuma makinelerine, konfeksiyon boya ve yardımcı kimyasal-

larından sektörel yayınlara varıncaya kadar çok geniş bir yelpazede ürün ve teknoloji sergileniyor. İlerleyen yıllarda sektörün en kapsamlı ve etkili buluşması noktalarından biri haline gelecek, sektörün ilk ve tek fuarı PENTEX, yeni pazar arayışları içinde bulunan üreticilere cazip fırsatlar sunuyor.

Fuarın bu başarısında MHGF'nin Gaziantep'teki üye derneklerinden PENKON'un büyük payı var. Akort Fuarcılık ile

tam bir işbirliği ile yurt içi ve yurt dışında yoğun tanıtım çalışmaları PENKON, hazır giyim önemli bir branşı olan penye sektörüne ve Gaziantep ekonomisine bu fuarla önemli bir katkı sağlıyor.

PENTEX sektöre ve Gaziantep'te önemli katkı sağlıyor

Özellikle çocuk kot ve bayan penye üretiminde önemli yere sahip olan ve Gaziantep'te

imalat sektöründe büyük bir ağırlığa sahip olan ve bu alanda 120 ülkeye ihracat gerçekleştiren tekstil ve hazır giyim sektörü açısından PENTEX fuarı farklı bir önem taşıyor. Geçtiğimiz yıllara göre hem katılımcı, hem de ziyaretçi açısından yüzde 50 artış gösteren PENTEX Penye Tekstil ve Teknolojileri Fuarı sektörün üretim gücünü dünyanın dört bir yanından gelen uzman ziyaretçilere gösteriyor.





MHGF üyesi PENKON, Sırbistan'a ticari heyet gezisi düzenledi

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU'NUN (MHGF) GAZİANTEP'TEKİ ÜYE DERNEĞİ PENYE KONFEKSİYON VE İMALAT HAZIR GIYIM DERNEĞİ (PENKON) BALKANLARIN ÖNEMLİ PAZARI SIRBİSTAN'A BİR TİCARİ HEYET GEZİSİ DÜZENLEDİ. PROGRAM KAPSAMINDA TOPLANTILAR, İKİLİ GÖRÜŞMELERİN YANI SIRA RESMİ KURUMLARLA DA GÖRÜŞMELER GERÇEKLEŞTİRİLDİ.

MHGF'nin Gaziantep'teki üye derneği PEN-KON mevcut çalışmaları yurt dışı pazarlara yenisini eklemek üzere Sırbistan'a beş günlük bir ticari heyet gezisi düzenledi. PEN-KON Başkanı Mehmet Haskaya ve Başkan Yardımcısı Şiho Kaya'nın önderliğinde PEN-KON üyelerinin katıldığı heyet gezisi çerçevesinde toplantılar ve ikili iş görüşmeleri de gerçekleştirildi.

Sırbistan Ticari Heyet Gezisi hakkında değerlendirmelerini aldığımız PEN-KON Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Haskaya gezinin beklentilerin üzerinde çok başarılı geçtiğini belirtti. Görüşmelerde Sırbistan'ın Avrupa Birliği (AB) üyeliğinin çok yakın ol-

duğunun vurgulandığını kaydeden Başkan Haskaya, bu ülkeye yatırım yapıldığı takdirde birçok ülkeye gümrüksüz ihracat yapma imkanı olacağını söyledi. Sırbistan'ın, devlet arazileri başta olmak üzere büyük bir özelleştirme çalışması içinde olduğunu ifade eden Haskaya, "Şirket kurulumları çok kolay ve teşviklerle destekleniyor" dedi. Bunun dışında tekstil ve hazır giyimle ilgili ikili görüşmeler de gerçekleştirildiklerini belirten PEN-KON Başkanı, sektör işletmelerinin Türkiye kıyaslandığında oldukça küçük olduğunu, tekstille ilgili büyük yatırım potansiyelinin mevcut olduğunu ifade etti. İzmir Ticaret Odası ile Belgrad Ticaret Odası'nın ikili ticareti artır-

maya yönelik bir protokol imzaladıklarına da dikkat çeken Haskaya, PEN-KON olarak da benzer bir protokol imzalayacaklarını kaydetti. Haskaya sözlerini şöyle sürdürdü:

"Gaziantep'li tekstilciler olarak Sırbistan'a yatırıma sıcak bakıyoruz"

"Sırbistan 18 milyonluk bir pazar. Rusya'ya gümrüksüz mal göndermek mümkün. İtalya ve Almanya bu pazara oldukça hakim. Yarım mamül ürünleri getirip, kurdukları şirketlerle bunları tamamlayıp gümrüksüz ihraç ediyorlar. Gaziantep'li işadamları olarak Sırbistan'a yatırıma sıcak bakıyoruz. Bakir bir pazar."



DENSAD, 1999 yılından bu yana Denizli'de nakış sektörüne hizmet veriyor

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYON'NUN (MHGF) DENİZLİ'DEKİ ÜYE DERNEKLERİNDEN DENİZLİ NAKİŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ'NDE (DENSAD) BUNDAN BİR KAÇ AY ÖNCE GÖREV DEĞİŞİMİ OLMUŞ VE İBRAHİM ÖZCAN ACAR, BAYRAĞI MUSTAFA CAHİT YASTIKÇI'YA DEVRETMIŞTİ. HER İKİ BAŞKANLA BİR SOHBET YAPTIK, SEKTÖRÜ, DENİZLİ'Yİ VE DENSAD'IN ÇALIŞMALARINI KONUŞTUK.

MHGF'nin Denizli'deki üye derneklerinden DENSAD, 1999 yılından bu yana Denizli'de sektörün gelişmesi için hizmet veren önemli bir sektörel sivil toplum kuruluşu. Geçtiğimiz yaz görev değişimi yaşanan DENSAD'da İbrahim Özcan Acar başkanlık bayrağını Mehmet Cahit Yastıkçı'ya devretti. Bir aile anlayışıyla çekişmelerden uzak yönetim sergileyen derneğin önceki başkanı İbrahim Özcan Acar ve

yeni Başkanı Mustafa Cahit Yastıkçı ile sektörü ve DENSAD'ın çalışmalarını ele aldığımız kısa bir söyleşi gerçekleştirdik.

Nakış sektörünün kümelmesi açısından Denizli nasıl durumda?

Özcan Acar: DENSAD kurulduğu yıllarda oldukça iyiydi, sayımız yüksekti. Daha sonra insanların beklentileri fazlaydı. Örneğin fiyat birliği olsun istiyorlardı. Bu noktaya hiç bir zaman ulaşamadığı için üye sayımız azaldı. Sektördeki firma sayısı için konuşursak her geçen gün sayıları arttı. Beş tane firma kapansa, sekiz tane açıldı. Denizli'de bugün itibarıyla baktığımızda oldukça çok nakış firması var. Yaklaşık olarak 150 nakış firması ve 1000 nakış makinesi olduğunu tahmin ediyoruz. Bunların yaklaşık 700'ünün elektronik makine

olduğu söyleniyor. Bunlar bilinen, bilinmeyenlerle birlikte 800-1000 arası makine olduğunu düşünüyorum.

Nakış sektörü Denizli'de tekstil ve hazır giyimin hangi branşların ağırlıklı hizmet veriyor?

Özcan Acar: Hazır giyim yaklaşık yüzde 10 dolayında. Ağırlık olarak havlu ve bornoz üreticilerine çalışıyoruz. Bir de ev tekstilini de bunlara ekleyebiliriz. Denizli'nin en büyük ihracat kalemi bu sektörler zaten.

Denizli'de sektörün en büyük sorunları neler?

En büyük sorunumuz eleman sıkıntısı. Fiyatlarda da sıkıntı yaşıyoruz. Bazı sektör mensubu arkadaşlarımız maaşlefe çok düşük fiyatlar veriyorlar. İç piyasada çalışan arkadaşlarımız uzun vadede şikayetçi. Peşin çalışan, 3-4 ay vade ile

çalışanlar var. Ama bu genel ekonomiyle ilgili sıkıntı ve nakış sektörüne de yansıyor.

Seçim atmosferinde siyasi partiler asgari ücret konusunda birbiriyle yarışır şekilde vaatlerde bulundular. Bu konuda düşünceleriniz nedir?

Özcan Acar: Şu andaki durumda bile asgari ücretle çalışan birinin işverene maliyeti yaklaşık 2 bin TL'yi buluyor. Firmalar yemek ve ulaşım da sağlıyor. Asgari ücret arttırdığında ben fiyat artıramazsam eleman azaltmaya çalışacağım. Çalışanın alacağı para konusunda bir sıkıntı yok, devlete ödenen kısım itibarıyla işverenin yükünün azaltılması gerekiyor.

Biz ekonomisi güçlü bir ülke değiliz. Rekabet ortamı çok çetin. Döviz kurları dar bir çerçevede kaldı. Dolarla alıp, Euro ile satıyoruz. Parite



İbrahim Özcan Acar

1.35'lerden 1.10'lara düştü. Fiyat farkını maliyetlere koyduğunuzda da müşteri kabul etmiyor.

Başkanım son üç yıl boyunca DENSAD'a başkanlık yaptınız. Bu dönemde ağırlıklı olarak hangi konuları gündeme aldınız?

Özcan Acar: Ben ve yönetim kurulundaki arkadaşlarım birlikteliği sağlamaya çalıştık. Düşmüş olan üye sayısını artırdık ve canlandırdık. Federasyonumuza üye olarak birliktelik anlamında güzel bir adım atmış olduk. KDV indiriminin 2 bin TL'den 4 bin TL'ye çıkartılması bu sayede oldu. Bu birlik ve beraberliğin sektöre de çok faydası oldu. Türkiye'nin dört bir yanından arkadaşımızla bu vesileyle tanışıp, fikir alışverişinde bulunuyorsunuz. Ortak çözüm bulmak noktasında çok faydası var. Başkana ve MHGF Yönetim Kurulu'na teşekkür ediyorum bu anlamda.

"Federasyon çatısı altındaki nakış derneklerinin dayanışması çok güzel"

Başkanım Federasyon içinde nakış derneklerinin de örnek bir dayanışması var. Bu konuda neler söyleyeceksiniz?

Özcan Acar: İzmir Nakış Sanayicileri Derneği (İNDER), İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD) ve Gaziantep Nakış Sanayicileri Derneği (GANİDER) ile aramızdaki dayanışma çok güzel. Meslek açısından bırakın oralara gittiğinizde asla kendinizi yalnız hissetmiyorsunuz. Mesleki dayanışma açısından da, dostluk ve kaynak açısından da çok güzel. Bu anlamda Federasyonun yine çok faydası oldu.

Yaptığınız Genel Kurul'un ardından görevinizi devrettiniz. Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Özcan Acar: Biz bir aile gibi hareket ettiğimiz için rekabetten uzak, saralı bir görev anlayışıyla yapıyoruz. Bizde herkes başkan diyebilirim. Her siyasi görüşten arkadaşımızın olmasına rağmen hiçbir şekilde bu birlikteliğimiz zedeelenmiyor.



Mustafa Cahit Yastıkcı

Öncelikle DENSAD'a Yönetim Kurulu Başkanlığı görevine seçilmenizden dolayı kutluyoruz. DENSAD'ın sektör açısından sizce önemi nedir?

Mustafa Yastıkcı: DENSAD'ı 1999 yılında kurduk. Sektörümüzde dernekleşme konusunda bizden birkaç yıl önce kurulan İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD) öncü olmuştu. İstanbul'da fuarda kendileriyle görüştüğümüzden sonra döndüğümüzde derneğimizi kurduk. Derneğimizi yaşatmak için de 2001 yılında yine üyelerimizin iştirakiyle DENSAD adıyla eşit paylı, 24 kişilik bir şirket kurduk. Hayallarımız şöyleydi; o günlerde enflasyon yüksekti, akşamdan sabaha çok fiyatlar değişiyordu. Hiç kimse-nin ekmeği ve emeği ile oynamadan bir denge unsuru oluş-turalım istedik. Üyelerimize uygun fiyatta sarf malzemelerini temin etme anlamında bir şirket kurduk. Hasbelkader or-

taklarımız azalsa da bugün hala devam ediyoruz. Kurumsal olarak da oldukça başarılı. Örneğin Alman Madeira Nakış İpliği bayiliğimiz var. Sarf malzemeleri konusunda uygun fiyatlı üyelerimize, Denizli'de sektör mensubu arkadaşlarımıza yardımlarımızı devam ettirme arzusundaız.

"Denizli'nin en büyük ihracat kalemleri, havlu, berno ve nevresimde durgunluk var"

Türkiye'de gündem sürekli değişiyor ama sizin gündeminizde neler var? En büyük sorunlarınız nelerdir?

Mustafa Yastıkcı: Piyasa koşulları değişiyor ve zor günler var önümüzde. Bunlar sektörümüzü büyük ölçüde etkiliyor. Otomotivden sonraki en büyük ihracat kalemi hazır giyimde de durgunluk var. Aynı şekilde Denizli'nin en büyük ihracat kalemleri, havlu, berno ve nevresimde de durgunluk var. Bunun yanında dövizde artış ile Rusya, Ukrayna ve komşularımızda yaşanan siyasi ve ekonomik krizler var. Ticaretimizin iyi olması için komşuları-

mızla ilişkilerimizin iyi olması gerekiyor. Tabii onlar da güç bu günlerde. Yılın son çeyreğinde özetle durgunluk sürüyor.

2016 yılını nasıl öngörüyorsunuz?

Mustafa Yastıkcı: Kolay bir yıl olacağını düşünmüyorum ama yeni pazarlar aramamız ve yeniliklere açık olmamız gerekiyor. Bu olay sadece ihracatta değil, makine ve teçhizat anlamında da yeniliklere açık olmamız lazım. Bu çerçevede İtalya'da ITMA Fuarı'na katılıyoruz. Yeni makinelerle, yeni ürünlerle ihracatta, piyasada payımızı artırmalıyız.

Nakış sektöründe şimdi-lerde ne tür nakışlar, teknikler revaçta?

Mustafa Yastıkcı: Üç boyutlu nakış makinesi aldık yeni. Ama ona da bakıyorsunuz bugün var yarın talep olmuyor. Daha önceki dönemlerde de pul çok revaçtaydı ama şimdi-lerde hiç hükmü kalmadı. Bunlar ciddi maliyet. Normal nakış yapan makine bir liraysa bunlar üç lira. Modadır, değişkendir, önümüzdeki yıllarda talep olabilir diye bakıyoruz.



İzmir Outlet Shopping Fest MHGF üyesi EGSD'nin desteğiyle gerçekleştirildi

1 6-18 Ekim tarihleri arasında İzmir Karşıyaka'da gerçekleşen indirim festivali, İzmir Outlet Shopping Fest, MHGF üyesi Ege Giyim Sanayicileri Derneği'nin (EGSD) de destekleri ile gerçekleştirildi. İzmirliğin yoğun ilgi gösterdiği festivalde ziyaretçiler, giyimden mobilyaya, kozmetikten ev tekstiline, optikten oyuncığa sektörün önde gelen markalarını ve ihracat fazlası, stok fazlası ürünlerini indirimli olarak satın alma imkanına kavuştu.

Altı bin metrekare alan üzerinde yetmiş firmanın katılımıyla gerçekleşen İzmir Outlet Shopping Fest'i değerlendiren EGSD Başkanı Mukadder Özden ise "İzmir'de üretim yapan ve ülkemize artı değer kazandıran bir firma olarak hemşerilerimizin gösterdiği yoğun ilgi bizde büyük heyecan yarattı. Bu festivalin katılımcı sayısını artırarak sürdürüleceğini ve gelenekselleşeceğini düşünüyoruz" dedi.



İzmir Fashion Week İzmir'de moda dolu 3 gün yaşattı

izmir Büyükşehir Belediyesi, Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD), Ege İhracatçı Birlikleri ve Rönesans Ajans işbirliğinde gerçekleştirilen "İzmir Fashion Week"te ünlü tasarımcılar ile firmaların yeni sezon kreasyonlarını sergiledi. Ünlü tasarımcılar ve firmalar İzmirli moda severlerle İzmir Arena'da buluştu.

Organizasyon boyunca defilelerin yanı sıra, moda sektöründen uzmanların katılacağı söyleşiler gerçekleştirildi. İzmir Fashion Week kapsamında Loft, Nazlı Terzioğlu, Günce Küçük, Spazio, Murat Acar, Yiğit Eryendi, Özlem Erkan ve İzmir Ekonomi Üniversitesi GSF Tasarım bölümü, İzmir Olgünlaşma Enstitüsü'nün gerçekleştireceği defilelere tüm moda severler davetlidir.



MHGF üyesi EGSD'den UMEM Projesine destek

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) ÜYESİ EGE GIYIM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (EGSD) UZUN BİR SÜREDEN BERİ YÜRÜTTÜĞÜ EĞİTİM VE SANAYİ İŞBİRLİĞİ ÇALIŞMALARI KAPSAMINDA KISA ADI UMEM OLAN UZMANLAŞMIŞ MESLEK EDİNDİRME MERKEZLERİ PROJESİ'NE DESTEK KAPSAMINDA BORNOVA MİMAR SİNAN MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ GIYIM ÜRETİM TEKNOLOJİSİ ALANI ÖĞRETMENLERİYLE SANAYİ KURULUŞLARININ TEMSİLCİLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ.

EGSĐ Genel Merkezi'nde düzenlenen toplantıda UMEM'in ülke ekonomisi ile sanayicilere sağladığı avantajlar anlatıldı. Üye sanayicilere vasıflı işgücü havuzu oluşturmak için çalışmaların sürdürüldüğünü ifade eden EGSD Yönetim Kurulu Başkanı Mukadder Özden, İŞKUR destekli olan UMEM Projesinin tanıtımını yaptıklarını söyledi.

MHGF Bşk. Yrd. ve EGSD Başkanı Mukadder Özden: "Vasıfsız kişilere ulaşmayı ve bir noktada buluşturmayı hedefliyoruz"

Sektörün en büyük sıkıntılarından birisi olan ara elaman açığını kapatmak için adım attıklarını ifade eden Özden, "Ülkemizde çok genç bir işgücü potansiyeli var. Ancak bu potansiyelin büyük bir bölümü vasıfsız eleman olarak değerlendiriliyor. Yapacağımız bu çalışmalarda yapılacak duyurularla

bu vasıfsız kişilere ulaşmayı ve bir noktada buluşturmayı hedefliyoruz.

Firmalara devlet desteği var

Firmaların ihtiyaç duyduğu mesleklerde kursların açılmasını sağlayabileceklerini anlatan Özden, bu kurslarda eğitim görenlere hiçbir mali yükümlülük altına girmeden staj imkanı sağlanacağını belirterek "Böylelikle işveren işe almayı düşündüğü kişiyi iş başında görme imkanı elde edecek. Bu kurslarda yetişen elemanları istihdam etmekle, hem nitelikli elemanlara kavuşacak hem de sağlanan teşviklerden yararlanacak. Ayrıca, kurslar boyunca İŞKUR tarafından kursiyerlere Genel Sağlık Sigortası yaptırılacak. İş Kazası ve Meslek Hastalığı Sigorta Prim giderleri de karşılanacak. Kurs almış kişilerin istihdamı halinde ise 18 - 29 yaş arası erkek çalışanlar ile yaş sınırı olmaksızın tüm kadın çalışanların Sigorta Primi İşveren Payı öde-

meleri 42 ay süreyle, 30 yaş üzerindeki erkeklerin Sigorta Primi İşveren Payı ödemeleri ise 30 ay süreyle İŞKUR tarafından karşılanacak" diye konuştu.



IF Wedding Fashion İzmir - Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı, 2 – 5 Şubat 2016 tarihlerinde 10. kez kapılarını açacak

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) ÜYESİ EGE GIYIM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ'NİN (EGSD) DESTEĞİYLE İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ EV SAHİPLİĞİNDE, İZFAŞ TARAFINDAN FUAR İZMİR'DE DÜZENLENECEK OLAN IF WEDDING FASHION İZMİR - GELİNLİK, DAMATLIK VE ABİYE GIYIM FUARI, 2 – 5 ŞUBAT 2016 TARİHLERİNDE 10. KEZ GERÇEKLEŞTİRİLİYOR.



10. kez gerçekleştirilecek olan , IF Wedding Fashion İzmir - Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı'nın gala gecesinde dünyaca ünlü tasarımcı Alessandra Rinaudo'nun tasarımlarının sergileneceği bir defile gerçekleştirilecek.

Yarışmanın bu yılki teması "İzmir Gelinini"

Fuar kapsamında organize edilen Gelinlik Tasarım Yarışması

bu yılda genç yeteneklerin sektörle buluşmasına aracılık edecek. Teması "İzmir Gelinini" olarak belirlenen Gelinlik Tasarım Yarışması, Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Kurucu Üyelerinden Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) işbirliğinde ulusal ölçekte 7. kez düzenleniyor.

Başvurular Başladı

7. Gelinlik Tasarım Yarışmasına; Türkiye ve KKTC vatandaşı

en az lise veya dengi okul mezunu olan 18 yaşını doldurmuş ve 40 yaşını aşmamış, daha önce bu yarışmada ilk üç dereceye girmemiş, moda sektöründe tanınmış bir isim veya marka, sektöre yönelik ürünlerle ilgili kendi adına kayıtlı bir iş yerine sahip olmayan ve sektör ile ilgili bir kurum ya da kuruluşta eğitimci olmayanlar başvuru yapabilir. Yarışmada dereceye girenlerin ödül töreni ise 03 Şubat 2016 tarihinde gerçekleştirilecek. Yarışmada dereceye girenlere ödül olarak birinciye 10 bin TL, ikinciye 7 bin 5 bin TL, üçüncüye 5 bin TL verilecek.



Bu yılki teması "İzmir Gelinini" olan yarışmada dereceye girenlere ödül olarak birinciye 10 bin TL, ikinciye 7 bin 5 bin TL, üçüncüye 5 bin TL verilecek.



www.istanbuliplikfuari.com
www.istanbulyarnfair.com

4 - 6 Şubat/February 2016

Dünyanın en büyük iplik fuarı İstanbul'da

İPLİK SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ ÜRETİCİLERİNİN KATILIMI İLE TÜYAP FUARCILIK TARAFINDAN DÜZENLENEN İPLİK SEKTÖRÜNÜN DÜNYADAKİ EN BÜYÜK TİCARİ ETKİNLİĞİ OLAN 13. ULUSLARARASI İSTANBUL İPLİK FUARI, 4-6 ŞUBAT 2016 TARİHLERİ ARASINDA TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ, BÜYÜKÇEKMECE, İSTANBUL'DA KAPILARINI ZİYARETÇİLERİNE AÇACAK.

Dünyanın en büyük ve kapsamlı iplik fuarı konumuna gelen İstanbul İplik Fuarı, çeşitli ülkelerden gelen katılımcı ve ziyaretçileri bir araya getirerek küresel iplik ticaretine yön veren satış ve pazarlama platformu olarak göze çarpıyor. Fuar, ülkemiz iplik sanayisinin ihracat imkanlarını artırırken, yeni dağıtım kanallarının oluşumuna da imkan veriyor. Türk iplik sektörünün içinde bulunduğu büyüme trendine paralel olarak ortaya çıkan yeni pazarlara açılma ve gelişme isteğinin bir yansıması olarak Uluslararası İstanbul İplik Fuarı, sektör için yeni ihracat fırsatları yaratmayı hedefliyor.

İstanbul İplik Fuarı'nın 2015'teki Büyük Başarısı

2015 Şubat ayında eş zamanlı düzenlenen Uluslararası İstanbul İplik Fuarı ve Texpo Eurasia Fuarı'nı 71 ülkeden 22.325 ziyaretçi yoğun bir ilgiyle takip etti. 6 salon, 40.000 m2 sergileme alanında 30 ülkeden 458 firma ve firma temsilciliğinin katılımı ile Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde büyük bir başarıyla gerçekleşti.

İplik sektörünün yeni pazarlara açılma hedefiyle uluslararası pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilen fuarda, Bosna Hersek,

Bulgaristan, Hırvatistan, İran, Kosova, Makedonya, Mısır, Özbekistan, Sırbistan, Ürdün olmak üzere 10 ülkeden Tüyap davetlisi olarak gelen profesyonel alım heyetleri, katılımcı firmalarla buluşturuldu. Etkin pa-

niteliğinden memnun kalırken, potansiyel müşteriler ile bir araya gelerek verimli bir fuar geçirdiler.

2016'da İplik Sektörünün Uluslararası Buluşma Merkezi Yine İstanbul İplik Fuarı

Yurt içinden ve yurt dışından gelen katılımcı firmaların en son trendler ve en yeni ürünlerini sektör ile buluşturacağı İstanbul İplik Fuarı'nda, viskon, viskon karışımı, akrilik, akrilik karışımı, polyester, pamuk, elastan, yün, polipropilen, polyamid, keten, naturel, rejenere, metalik, teknik, dikiş, nakış, naylon, el örgü, tekstüre, ipek, fantezi iplik çeşitleri, elyaflar, bobinler, masura ve makaralar bir arada sergilenecek.

İplik sektörüne yön veren firmaların son ürün ve yeniliklerinin sergileneceği 13. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı, sektörün Avrasya'daki kalbi olarak adlandırılıyor. Büyük buluşmanın kapısı 4 Şubat 2016'da açılırken; Türkiye'nin en prestijli fuarlarını organize

eden ve farklı sektörlerle ev sahipliği yapan Tüyap, her yıl olduğu gibi bu yıl da markasının gücüyle, sektör profesyonellerini ve ziyaretçilerini 6 Şubat 2016'ya kadar ağırlıyor olacak.



zarlama çalışmaları ile ziyaretçi akınına uğrayan İstanbul İplik Fuarı, sağladığı ihracat fırsatları ile katılımcı firmalardan tam not olarak son 12 yılın en başarılı iplik fuarı oldu. Katılımcı firmalar ziyaretçi sayısı ve

Osmanlı İmparatorluğu'nda Marka ve Markalaşma

OSMANLI İMPARATORLUĞUNDA SARAY TOPLUMUN YÖNETİCİSİ OLDUĞU KADAR KÜLTÜR VE SANATIN DA HAMİSİ, MODA VE TEKNOLOJİNİN TAKİPÇİSİ OLARAK KURUMSAL BİR MARKAYDI. BU SEBEPLE MARKALAŞMANIN SARAYIN ETRAFINDA, ONUNLA BAĞLANTILI OLARAK GELİŞTİĞİNİ SÖYLEMEMİZ GEREKİR.



Prof. Dr. Hülya Tezcan
Nişantaşı Üniversitesi,
Güzel sanatlar Fakültesi
Moda ve Tekstil Tasarımı

Osmanlı sultanlarının devletin kuruluşundan hemen sonra önce Bursa, sonra Edirne ve İstanbul saraylarında devrinin ünlü sanatkarlarını toplayarak özel atölyeler kurdukları bilinmektedir. Bursa sarayında atölyeler hakkında bazı tahminler olmasına karşın Edirne sarayı atölyeleri ve çalışanları hakkında daha somut bilgilere sahibiz. İstanbul'da Yeni Saray'da (Topkapı Sarayı) kurulan atölye çalışanlarının maaş defterlerinde çalışanlar hakkında bilgi verilmektedir. Ustaların

isimlerinin yanında memleketleri, ustalıkları, yevmiyeleri yazılıdır. Saray terzilerinin örgütlenmesiyle ilgili en erken bilgileri veren maaş defteri 1526 tarihli'dir. ¹⁾ Defterin tarihi Kanuni Sultan Süleyman'ın (1520 – 1566) saltanat dönemini göstermesine rağmen örgütlenmenin babası Yavuz Sultan Selim (1512 – 1520) zamanında başladığını gösterir. Defterdeki terzi başı üstad Cafer Tebriz'den önce Amasya sarayına, oradan İstanbul'daki Yeni Saraya gelmiştir. Yavuz'un kardeşleri Korkut, Şehinşah,

Abdullah, Alemşah ve Ahmed'in ölümlerinden sonra onların saraylarındaki usta terzileri İstanbul'daki Yeni Saraya topladığı görülür. Dönemin önemli paşalarının ölümünden sonra da onların usta terzileri Yeni saraya gelmiştir. Padişahın kıyafetlerini diken hassa terzileri üç bölüktür. Birinci bölükteki İskender Arnavut'un yanına; "Sultan Korkut'un eski terzibaşısıdır, ölümünden sonra, Sultan Selim zamanında usta sanatkar olarak saraya alınmıştır" yazısı vardır. Bu terzinin adı Korkut'un (1467 – 1513) İtalyan kadifesinden dikilmiş muhtemelen tören kıyafetinin (TSM.13/829) yakasının altına bir kâğıt etiket üzerine yazılarak iliştilmiştir. Böylece eseriyle birlikte tanınan ilk marka terzi İskender'dir.

Kaftanlar numunelere göre hazırlanır ve hangi numuneden alındıysa üzerinde adı yazılırdı

16. yüzyılın sonları ve 17.yüzyılda padişah ve hanedana ait saray kıyafetlerinin bazıları üzerindeki etiketlerde

1) TSMA. D.733, H.932 /M.1526 tarihli bu defterin yayınlandığı yer için Bkz. Hülya Tezcan, Sarayın Terzisi: M.Palma- D. Lena- P. Parma, İstanbul 2008, s. 139 – 191.



terzi adlarına rastlanır. Padişah kaftanları ölçü alınarak değil, önceden hazırlanan numunelere göre dikilirdi. Böyle bir kaftan üzerindeki etikette "Rıdvan hocanın çıkardığı numuneye göre olandır" yazılıdır (TSM.13/245).

1640 yılından itibaren saray dışında da ayakkabı ve yastık gibi ürünlerde markalaşmanın örnekleri görülür

Saray dışında halkın alışveriş yaptığı çarşıda da halkın rağbet ettiği, malını güvenerek aldığı bazı isimlerin ortaya çıktığı dikkati çeker. Bu bilgiler zaman zaman piyasada fiyat düzenlemelerinin yapıldığı narh defterlerinde görülür. Bu defterlerin en kapsamlısı 1640 tarihinde yapılan uygulamadır.²⁾ Burada ayakkabıcı Altımermerli Arslan yaptığı sahtiyan (keçi derisi) postal'la, yastıkçı Bakkaloğlu; sümbüllü, ay desenli yastığıyla, Odabaşı; karanfil desenli döşeme yastığı ile ön plâna çıkarak marka olmayı başardığı görülüyor.

17. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu siyasi ve ekonomik yönden duraklama dönemine girmişti. Aynı zamanda Avrupa'da her alanda teknik ilerlemeler görülüyordu. Osmanlılar bu ilerlemeye ayak uyduramadılar.

Avrupa kumaşlarıyla Osmanlı kumaşlarının rekabeti

Osmanlı pazarlarında satılan Avrupa kumaşlarıyla yerli kumaşlar arasında gizli bir rekabet yaşanırken sultanların yerli esnafa destek olmaya çalıştılar. Sultan III. Mustafa (1757-1774) Üsküdar'daki

Ayazma Camiini yaptırtırken bu camiye vakıf olmak üzere 40 yastıkçı atölyesi, bir lonca odası, harir bükücü kârhanesi de yaptırdığı caminin 1758 tarihli inşaat defterinde yazılıdır. Gene bu camiye vakıf olmak üzere Yenikapı'da içinde 130 ustanın çalıştığı bir boya atölyesi de kurdurmuştur. Dokumacılıkta Avrupa'yla rekabet ortamında bu atölyelerin üretimi sürerken Batılı J.M. Jacquard (1752-1834) isimli bir mühendisin dokuma tezgâhlarındaki buluşu bu sanayide bir çığır açtı. 18. yüzyılın sonuna doğru Jacquard elle çalışan tezgâhları; delikli kart sistemi ile çalışan ve desenli dokuma yapan otomatik tezgâhlar haline getirdi. 1812'den sonra bu tezgâhların bütün Avrupa'ya yayılmasıyla Batı dokuma üretiminde bir patlama oldu. Avrupa ortaya çıkan üretim fazlası kumaşları için uygun pazarlar aramaya başladı ve bunun için Osmanlı pazarları çok uygundu. Ancak Batı kumaşları Osmanlı pazarına akmaya başladığında elle üretim yapan dokumacılar seri üretimle baş edemez oldular. Saray, dokumacıları korumak için bazı önlemler aldı.

III. Selim, Üsküdar'da dokuma atölyeleri kurdurur ve başına Fransa'dan uzmanlar getirir

III. Selim (1789-1807) açık fikirli, Batıya dönük bir kişidir. Ülkesindeki gelişmelerle yakından ilgilidir, Üsküdar'da kendi adına bir cami yaptırtırken, etrafına dokuma atölyeleri kurdurmayı ihmal etmemiştir. Selim bu atölyelerin başına Fransa'dan uzman ve işinde başarılı



Selimiye kumaşı, topbaşında at nalı şeklinde çerçeve içine alınmış simge/marka.



Bursa havlusu, minare/deniz feneri amblemlı.

2) Mubahat S. Kütükoğlu, Osmanlılarda Narh Müessesesi ve 1640 tarihli Narh Defteri, İstanbul 1983, Enderun Kitabevi, s.58.

dokumacılar getirmiştir. Bu kişiler daha önce Yunanistan yarımadasında ipek dokumacılığı tekniğini öğrendikleri ve Üsküdar'da bulunan eski bir Venedik kolonisine yerleştirildikleri belirtilir. Araştırma bu bilginin tahkik edilebileceği bir kaynak göstermiyor. Ancak bu tezgâhlarda dokunan ve daha sonra Selimiye diye adlandırılan kumaşların Batı dokuma tekniğinde olması tezgâhların Batı teknolojisine uygun olduğunu ve Batılı dokumacılar tarafından dokunduğunu gösteriyor. Burada dokunan kumaşlar yollu ve yollarının arası sarma işleme görünümündeki çiçekli desenleriyle karakteristiktir. Çiçeklerin özgüden desenlenmesi ise Avrupa dokuma tarzı olup, atkıdan desenleme yapan Osmanlı dokumacılığına yabancısıdır. Bu tezgâhlarda ayrıca çatma kadife yastık yüzleri ve döşemelik kadifeler de dokunmuştur. Bu camiin dışındaki dokuma atölyeleri 1814'te yeniçeriler tarafından yakıldı. Ancak burada çatma dokuyan bazı atölyelerin bulunduğu ve Üsküdar çatmaları adıyla daha bir müddet üretim yaptığı anlaşıyor. Üsküdar tezgâhlarının yerini 1844'te saray tarafından kurulan Hereke fabrikaları üstlenecektir.

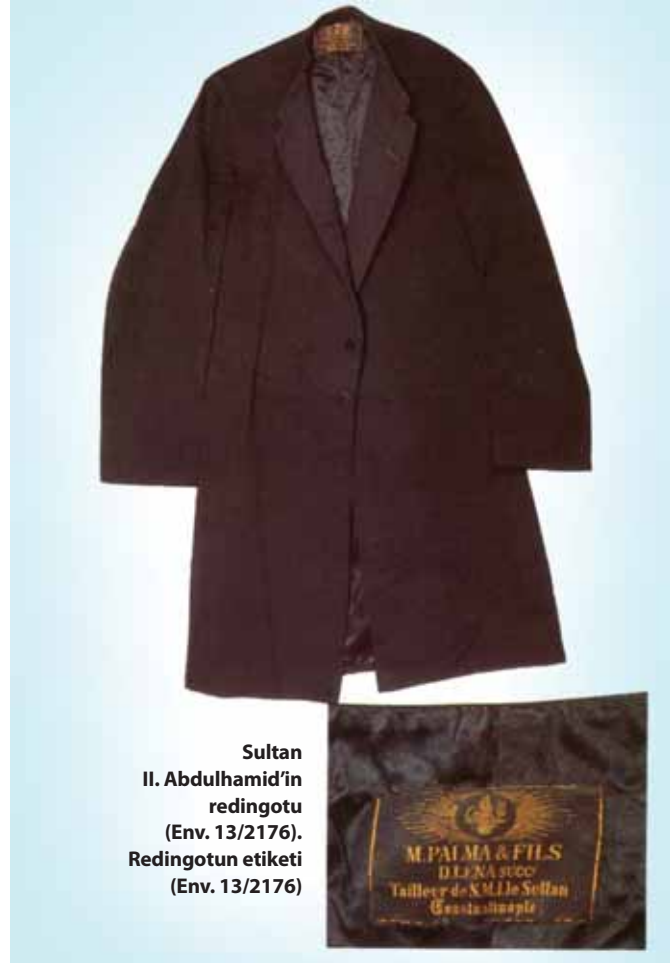
Selimiye kumaşları iki düz çizgi arasındaki at nalı şeklindeki amblemle tanınır

Burada hikâyesi anlatılan Selimiye kumaşları ve Üsküdar çatma kadife yastık yüzleri 18-

19. yüzyıllarda Osmanlı dokumalarının iki marka ürünüdür. Bu kumaşların ünü yurt dışında da ismini duyurmuştur. Selimiye kumaşları topbaşlarında bulunan iki düz çizgi arasındaki at nalı şeklindeki amblemle tanınır.

18. Yüzyılın son çeyreğinde Terziler markalaşmaya başlıyor

18. yüzyılın son çeyreğinde padişah kızları artık saray terzihanesinde dikilen kıyafetleri değil dışardaki atölyelere verdikleri siparişlerle dikilen kıyafetleri giyiyorlardı. Topkapı Sarayı Arşivinde bu durumu belirleyen onlarca terzi defteri bulunur. Bunlardan ilki Sultan III. Mustafa'nın (1757 - 1774) kızı Beyhan Sultan'a (1765 - 1824) aittir.³⁾ Defter döneminde İstanbul'un tanınmış atölyelerinden biri olduğunu tahmin ettiğimiz "Arslan Terzi atölyesi"dir. Bu atölyenin ilk kayıtları 1770 - 1773 tarihleri arasında Beyhan Sultan için çalıştığını gösterir. Atölyeye ait altı defter daha vardır.⁴⁾ Atölyenin, saraya ait yaptığı son defterin tarihi 1861'dir ki; yaklaşık yüz yıllık bir süreyi kapsar. Bu zaman içinde de Büyük Arslan Terzi (Georgios/Yorgi), Küçük Arslan Terzi (Todorı Nikola), Arslan Terzioğlu Niko'nun çalıştığı görülür. İsimler büyük olasılıkla baba-oğul ve toruna ait bir aile atölyesini gösterir. İlk defterde siparişin altındaki sevizgen mühürde Lâtin rakamıyla yazılmış 1730 tarihli atölyenin kuruluş tarihi olmalıdır.



19.yüzyıla gelindiğinde saray kadınlarının saray dışındaki terzi atölyelerine sipariş vermeye devam ettikleri görülür. Bu atölyelerden biri Sultan Abdülmecit'in (1839 - 1861) üçüncü Kadını Mahinev ile kızı Behice Sultan (1848 - 1876) için çalışan Uzun Terzi Dimitri Angeli (Koço) atölyesidir.⁵⁾ Mahinev kadına ait olan bu defter 1854 tarihli, Behice Sultanın defteri 1860 tarihli olup, Uzun Terzi Angeli Kostî'nin mührüne sahiptir.⁶⁾

Saray kadınları için çalışmış başka terziler de vardır. Kadıköy Moda Caddesinde dükkânı olan Küçük Uzun Terzi Panayot'un sarayda baş ikbal kadın için 1869 yılında çalıştığı, dükkânının 1900'de yandığı öğrenilmektedir. Bir başka defter, dikeşçi Matmazel Kokona'ya ait olarak kayıtlıdır.⁷⁾ Kokona 1871 - 1875 yılları arasında sarayın üst düzey görevli kadınları için dikeş dikmiştir. Defterde Rumca tutulmuş notlar yanında Lâtin

3) TSMK. H.2366 numaralı defterin yayınlandığı yer için Bkz. Hülya Tezcan, "Arslan Terzi Atölyesi ve Saraya yapılan işlerin defteri", Prof. Dr. Mübahat S. Kütükoğlu'na Armağan, İstanbul 2006, s. 613 - 633.

4) Topkapı Sarayının Arşivinde muhafaza edilen bu defterler TSMA. D.6442/1-6 numara ile kayıtlı olup, 1789 - 1807 tarihlerini kapsar.

5) TSMA. D.6914 numaralı defterin yayınlandığı yer için Bkz.Hülya Tezcan, "Topkapı Sarayı Arşivinde bulunan bir Terzi Defteri", Topkapı Sarayı Müzesi Yıllık-2, İstanbul 1987, s.166 - 184.

6) TSMA. D.969 numaralı defterin yayınlandığı yer için Bkz. Selma Delibaş "Behice Sultan'ın Terzi Defteri" Prof.Dr.Mübahat S. Kütükoğlu'na Armağan, İstanbul 2006, s. 633 - 661.T

7) TSMA. D.4962'nin yayınlandığı yer için Bkz.Selin İpek "19.Yüzyıl İstanbul'unun Saray Kadınları için Çalışan Ünlü Terzileri", 7.Uluslararası Türk Kültürü Kongresi, 5 - 10 Ekim 2009 Ankara, Konya 2012, s.525 - 539.



Üniforma ile pantolonun teslim etiketi üzerinde sultanın adı ve 30.07.1904 tarihi okunur.

Üniforma ceketinin etiketi

Sultan II. Abdülhamid'in üniforması (Env. 13/686, 685)

harfleriyle asıl adının Maryioga Mavrudi olduğu yazılıdır. Hane-dan kadınlarına dikiş diken baş-ka atölyelerde vardır.

Batılı terziler Galata'da kümelendi

1828 tarihinde Yeniçeri Ocağının kaldırılmasıyla kurulan yeni ordu kıyafetinden teçhizatına kadar Batılı tarzda donatıldı.⁸⁾ Osmanlı padişahları da bu ordunun komutanı olarak Batılı komutanlar gibi giyinecekti. Yeni giysilerin bedenleri telâlarla kalıplanmış ceketler, sert kol kapakları, dik yakaları, apoletleri

ve ağır dival işlemeli önleri ile karakteristikti. Bu ceketler ve ön açıklığı gizli ilik düğme sistemi ile kapanan pantolonlar için dikişte yeni malzemeler ve teknik bilgiye ihtiyaç vardı. Yerli terzilerin bu gelişmelere ayak uydurması zaman alacaktı. Bu sebeple yeni tarz erkek kıyafeti dikketcek Batılı terziler için İstanbul'un Pera/Galata semti uygundu. Sadece terziler değil, bonmarşeler, pastaneler, kuaförler, mobilyacılar da bu semtte yerleşiyordu. Zamanla şehir bu kesimi küçük bir Avrupa kenti görünüşü aldı.

Sultan Abdülaziz (1861-1876) döneminde İstanbul'da faaliyet gösteren firmaların kayıtları ilk defa 1868'de hazırlanan ticari yıllıkta yer almıştır.⁹⁾ Kayıtlarda firmanın adı, adresi ve bazen kuruluş tarihi de yazılıdır. Burada ilgi çekici bir husus firmalardan bazılarının yanında sultanın tuğrasının bulunmasıdır. Örneğin; Varthaliti ve Gumbuchian terzi atölyesinin isminin üstünde padişahın tuğrasının bulunması, bu atölyenin padişahın terzisi olduğunu gösterir. Aynı şekilde V.Arabian firmasının isminde padişahın tuğrasının bulunması padişahın kunduracısı olduğunu gösterir.¹⁰⁾

Padişaha ve elit kesime hizmet veren Botter, gerçek bir marka terziydi

Sultan II. Abdülhamit'in (1876 – 1909) P. Palma-D. Lena- P. Parma atölyesinin isminde tuğrası bulunur.¹¹⁾ Bu atölye hem Padişaha ve saraya dikiş diken terzi hem de sarayın tedarikçisidir. Padişahın özel terzisi ise J. Botter'dir. Botter, sadece padişahın değil, İstanbul'un elit kesiminin terzisiydi. Ölçü üzerine ve kişiye özel dikiş dikerdi. Botter, gerçek bir marka terziydi Galata'da Tünel'e yakın, cadde üzerinde bugün de ismiyle anılan bir moda evi vardır.

Sultan Mehmet Reşat da (1909 – 1918) tuğrasını firmalara kullanma izni veren sultanlardan biridir. Sultan Reşat padişahlığının ilk yıllarında terzi Botter ve Parma atölyesine sipariş verse de daha sonra terzi A. Vi-doeuich'i tercih etmiştir.

Osmanlı sultanları eskiden beri esnaf ve sanatkarları korudu. Abdülaziz'den itibaren pek çok ticarethaneye tuğralarını kullanma izni verdiler. Bu padişahın esnafa verdiği bir imtiyazdır. Firma padişahın tuğrasını kullanarak halkın güvenini kazanmak istemiştir.

Sonuç olarak, kaynakların verdiği bilgilere dayanarak Osmanlı İmparatorluğu'nda 15.yüzyıldan itibaren bazı usta isimleri ile firmaların öne çıktığı söylenebilir. 19.yüzyılda Batılılaşma hareketleriyle İstanbul Galata/Pera'ya yerleşen önemli firmalar, ülkemize de marka değerleriyle gelmişlerdir. Osmanlı padişahlarının kendi tuğralarının kullanma hakkını vererek bu firmalara yardımcı oldukları görülür. 15.yüzyılda kendiliğinden ortaya çıkan usta isimler ve markaları, 19.yüzyıldan sonra Batılı markaların gelişimiyle belirli yollardan geçerek kayıt altına alınmış ve tescil edilmişlerdir.

Osmanlı'da 15. yüzyıldan itibaren bazı usta isimleri ile firmaların öne çıktığı söylenebilir.

19. yüzyılda Batılılaşma hareketleriyle İstanbul Galata'ya yerleşen önemli firmalar, ülkemize de marka değerleriyle gelmişlerdir"

8) Mübahat S.Kütükoğlu,"Asâkir-i Mansureyi Muhammediyye kıyafeti ve malzemesinin temini meselesi", Doğumunun 100.Yılında Atatürk'e Armağan, İstanbul 1981, s.519 – 605.

9) R. Cervati-N.C. Sargologo, L'indicateur Constantinopolitan, Guide Commercial, Première Année, 1868.

10) Première Année, 1868, s.228, 158.

11) Hülya Tezcan, Sarayın Terzisi: P.Palma-D.Lena-P.Parma, İstanbul 2008, İç kapakta Şehzade Mehmet Abit Efendi'nin paltosunun içinde firmanın padişah tuğralı etiketi görülür (TSM. 13/2154).



Modanın vazgeçilmezi “Geleneksel tekstil teknikleri” göz kamaştırıyor



Yrd. Doç. Dr. Öznur ENES
Dokuz Eylül Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü
Moda Aksesuar Anasanat Dalı

HER NE KADAR TEKSTİLDE KULLANILAN TEKNOLOJİLER İLERLESE DE GELENEKSEL TEKSTİL TEKNİKLERİ HEM İLK GÜNE ÖZGÜ ÜRETİM YÖNTEMLERİ İLE HEM DE TEKNOLOJİ IŞIĞINDAKİ ÜRETİM OLANAKLARI İLE MODAYA YÖN VERMEYE DEVAM EDİYOR.

Tarihin ilk dönemlerinden başlayarak günümüze değin geçen süre içerisinde, özgün ve sanatsal yaratıların varlığından söz etmek mümkündür. Sanatın gelişiminde etkin olan inançlar, yaşam koşulları ve sosyal aktivi-

teler tekstil sanatının ortaya çıkmasında da önemli rol oynamıştır. Geçmişi neredeyse insanlık tarihine kadar uzanan tekstil sanatı, öncelikle hayatın içerisinde barınan, işlevsel nitelik taşıyan gereksinimlerin giderilmesine olanak sağlamak

amacıyla ilk yapılanmalarını gerçekleştirmiştir.

Özgün niteliklerini ve geleneksel anlamlarını koruyorlar

İnsanoğlunun balık tutması için ağ örme biçiminde teknik-

ler geliştirmesi ya da eşyalarını taşımak için sazlardan sepet örmesi tekstilin ilk yaşam belirtileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman içerisinde gelişim gösteren bu teknikler, günümüzde teknolojik düzeydeki tekniklerle birleşmesine rağmen özgün niteliklerini ve geleneksel anlamlarını korumaktadır.

Geçmişte ve günümüzde farklı malzemeler kullanılarak üretilen tekstiller, özgün tasarıma olanak sağlayacak biçimdeki teknikleri de beraberinde getirmiştir. Tekstil tekniklerini yapılaş biçimleri açısından şu şekilde örneklendirebiliriz:

Yapılış biçimleri açısından tekstil teknikleri

- **Dokuma Teknikleri:** Kilim-Cicim-Zili-Sumak, Tapestry, Tabletli Dokuma
- **Örme teknikleri:** Sepet örme, Makrame, Dantel, Örgü,
- **Sıkıştırma teknikleri:** Keçe, Kağıt
- **Baskı teknikleri:** Ağaç baskı, Taş baskı, Kalemışi

- **Boyama teknikleri:** Serbest boyama, Batık, Tie Dye, İkat, Shibori
- **Dikiş teknikleri:** Aplike, Patchwork

Dokuma, kumaş boyunca uzanan ve çözgü adı verilen ipliklerle kumaşın eninde yer alan ve atkı olarak adlandırılan iki iplik sisteminin birinin diğere dik açı yapmasıyla oluşan tekstil yüzeyidir. Dokuma teknikleri arasında yer alan kilim, düz dokuma yaygı tekniklerinden biridir. İki iplik sistemine dayanılarak yapılan tersi ve düzü aynı olan havsız bir dokuma türüdür. İlikli kilim ise, atkılarının desen özelliğine göre belli bir yere kadar dokunup geri dönülmesi esasına dayanmaktadır. Düz bez ayağı dokumalar ile atkı yüzü dokumalarda, atkı iplikleri arasında renkli desen iplikleri sıkıştırılarak dokumanın yüzeyinde kabarma desenler oluşturma tekniğine cicim denir. Cicim dokumalarda çoğunlukla çapraz ve dikey çizgiler kullanılır. Sumak





teknğinde ise deseni oluşturan renkli iplikler çözgü çiftine tek tek sarılarak desen tamamlandıktan sonra arkadan, üst sıraya veya başka desene geçirilir. Düz sumak, desen ipliklerinin aynı yönde çözgüleri sarılması ile meydana gelen dokumalardır. Atsız düz sumak, raya atılmadan dokunan düz sumak dokumasıdır. Sadece desen ipliklerinin çözgüleri çiftli sarılması ile meydana gelir.

Tapestry tekniği

Dokuma tekniklerinden bir diğeri ise tapestry, devamsız atkılardan oluşan düz dokuma türüdür. Karakter ve ağırlıkları eşit olmayan iki grup iplik atkı ve çözgüde kullanılır. Klasik tapestry dokumacılığında çözgü iplikleri kaba, atkılar ise ince ve renklidir. Tapestry dokuma tekniğinde atkı ve çözgü sisteminin kullanılmasına rağmen; atkı desene göre desenin sınırından dönüş yapabilmektedir.

Çarpana tekniği M.Ö. 3.000'lere uzanıyor

Çarpanada tam bir örgü veya tam dokuma teknikle-

rinin uygulandığı söylene-
mez. Örgü değildir; çünkü
arış kullanılmaktadır. Ancak
çarpana ipinin hareket tarzı
örgü sistemini andırır. En
eski çarpana buluntusu
M.Ö. 3000 yıllarına ait Mısır
tapınaklarında bulunmuş-
tur. İsveç ve Almanya'da M.S.
3-8 yüzyıllarına ait mezar
sunusu olarak kullanılmış
çarpanalara rastlanılmıştır.
Mezopotamya'da çarpana
yapımının Mısır kadar eski-
lere uzandığını gösteren
buluntular da mevcuttur.
Çarpanalar, önden arkaya
veya tam tersine 90° döndü-
rülüp, alttan üstten
atlatılarak yapılır. Çarpanala-
rın belirli hareketinden
sonra arış geçirilerek kılıçla
sıkıştırılır. Bu örgü, atkılar
sıkışınca kadar bir yönde
gider. Sonra çarpanalar ters
yönde döndürülmeye baş-
lanır.

Geçmiş insanlık tarihine değin dayanan örme tekniği

Örme teknikleri ise, lifin,
belirli bir düzen doğrultu-
sunda, birbiri arasındaki
deliklerden geçirilmesi ile
ortaya çıkan, bazı durumlarda
el aletlerinin de kullanıldığı
tekstil tekniklerindendir.
Geçmiş, insanlık tarihine



değın uzanan bu teknik,
içerisinde birçok yapıyı
barındırır.

İlk kullanılan örme tek-
nikleri arasında sepet örme
tekniki gelmektedir. Bu tek-
nik, kamış ve saz gibi
bitkisel ya da plastik yapay
gereçleri örerek ya da birbiri
çevresine sararak uygulanır.
Sepet yapımı için kullanılan
gereçlerin bükülebilir,



nikleriyle birbirine tutturulur. Sarmal olmayan teknikler ise dokumayı andırır. Kafes örgü, hasır örgü, çubuk örgü gibi çeşitleri vardır.

Makrameler Cenova kentinin "düğümlü dantel" denen özelliğidir

Makrameler ise, sicim ya da kalın ipliklerin geometrik desenler oluşturacak biçimde düğümlenmesiyle yapılan el işidir. Makrame, 19 yy'da düğümlü sicimlerle bezenmiş havluların gözde olduğu Cenova kentinin bir özelliğidir. Bu tür bezemele- rin kökeni 16 yy'da 'punto a groppo' (düğümlü dantel) olarak bilinen dantel tekniğine dayanır. Ev dekorasyonunda ve çeşitli aksesuarların yapımında kullanılır.

Dantelin kökeni eski Mısır'a kadar dayanıyor

Dantel, ipliklerin ağ gibi bir doku oluşturacak biçimde; iğne, mekik ya da tıgla örüldüğü, genellikle motiflerle bezeli bir örgü türüdür. Dantel üretiminde pek çok yapay elyafın da kullanılmasına karşılık en

çok keten, pamuk ve ipek kullanılır. Dantelin kökeni, çok eski el sanatları olan makramayı andıran düğümlü ağ işinden nakışa kadar uzanır. Düğümlü ağ işi örnekleri Eski Mısır mezarlarında ve İsviçre'deki göl evlerinde bulunmuştur. Kumaşın ipliklerle bezenmesi anlamına gelen nakış ise, yüzyıllarca önce Çin, Hindistan, İran ve Yakındoğu'da yapıldı. Dantel yapmanın başlıca iki yolu vardır: Bobinlere ya da makaralara sarılmış ipliklerle yapılan mekik danteli ya da kapanaki denir. İğneyle yapılan ise iğne danteli ya da oya denir. Bu iki yöntem birleştirilerek de dantel yapılabilir.

Dokumacılıkta değişik kalınlıkta ipliklerin üst üste geçirilmesi ve kesişme noktalarında birbirlerine düğümlenmesi ya da ilmek atılmasıyla gerçekleştirilen dokuma yöntemidir. Ağ örgüsündeki delikli motiflerin biçimi ve büyüklüğü çok çeşitli olabildiği gibi, dokumanın ağırlığı da ipliğin kalınlığına bağlı olarak değişir. Tül, altı köşeli delikleri olan çok ince ve yumuşak bir file dokuma türüdür. Her köşesi düğümlenmiş delik-



esnek, dayanıklı ve kolay örülebilir olması önemlidir. Sepet örmedeki başlıca fark; sarmal sepet yapma tekniğiyle sarmal olmayan örgü teknikleri arasındadır. Sarmal sepetler; tek bir şeridin kesintisiz olarak kendi çevresinde dolandırılmasıyla elde edilir. Her halka iğne ya da 'biz'e geçirilmiş bir saz ya da iplikle, çeşitli sarma tek-

leri dört köşeli olan ağ örgüsü dokumalar, genellikle balık ağı ve perdelik kumaş olarak kullanılır. Ayrıca terzilikte ve ev içi süslemesinde örtü, şapka süsü, elbise ve benzeri türü eşyaların yapımında da file kumaşlardan faydalanılır.

Tekstil teknikleri arasında yer alan, keçeleşme yada selülozik etkilere istenilen formlar elde etme amacıyla kullanılan bu teknikler farklı yapım kurallarına sahip olsalar da, üretilme

biçimleri benzerlikler taşımaktadır. Kağıt yapımı, geçmiş Mısır kültürüne dek uzanan bir süreç sahiptir. Farklı selüloz yapılarına sahip olan kağıtların belli bir solüsyon içerisinde bekletilip, kaynatıldıktan sonra tasarıma uygun yüzey ya da form elde edilir. Sanatçının isteğine bağlı olarak da doğal ya da yapay ek malzemelerde kullanılabilir. Günümüz lif sanatının dikkat çekici alanlarından biridir.

Ağaç baskı yöntemi

Ağaç Baskı, özel bir yöntemle resim yapma ve boyama tekniğidir. Ağaç baskı yapmak için önce düz yüzeyli bir ağaç blok üzerine istenen resim çizilir. Daha sonra çizilen resmin dışında kalan bölümler keskin bir araçla kesip çıkarılarak, resmin ağaç yüzeyinde bir çıkıntı oluşturması sağlanır. En sonunda bu çıkıntıya mürekkep sürülerek uygun bir kağıt üzerine bastırılır. Böylece ağaç blokun mürekkep sürülmüş olan çıkıntılı bölümleri kağıt üstünde iz bırakır. Kağıt üzerindeki baskıda resmin görüntüsü ters çıkacağı için, resmin ağaç blok üzerine ters olarak çizilmesi, hatta sanatçının imzasını bile ters atması gerekir.

Kalemişi boyamada kumaşın üzerine kalemle boyama işlemi yapılır. Baskıda ise, boya almaması gereken yerler zamlarla kapatılır; boyama işlemi yapıldıktan sonra zamlar yıkanır. Serbest boyama, elle boyama gibi türleri de bulunan tekstil tekniklerini içine alır. Biz burada daha çok özel işlem gerektiren teknikleri ele alacağız.

Batik sanatının bin yıllık geçmişi var

Batik, kumaş, deri ve kağıt üstüne değişik teknikler uygulanarak yapılan desenlendirme türüdür. Batik sanatının 1000

yıllık bir geçmişi vardır. Doğu kökenli olan bu sanat Çin, Hindistan, Endonezya ve Filipinler'de uygulanmaktadır. Mum batık tekniği; parafin, benmori yöntemiyle eritildikten sonra kumaş üstünde desenin boyanması istenmeyen yerler bu eriyikle kapatılarak boya banyosuna batırılır. Gerekli süre bekletilir, sonra boyadan çıkartılır. Desenin açıkta kalmış kısımları boyanır, parafinle kapalı olan yerler boyanmamıştır.

Bağlama boyama tekniğinde, kumaşın boya almasının istenmediği bölümler düğüm-lenerek, bağlanarak ya da dikerek sıkıştırılır ve kumaş boya banyosunun içine bu şekilde batırılır. Bağlanan kısımların dışında kalan kısımlar boyanır. Bağlı kısımlar boyanmamış olur.

İkat yurdumuzda Karadeniz bölgesinde 'Makaslı', Gaziantep'te 'Taraklı' adı ile uygulanmaktadır

Motifin, dokunmadan evvel ipliklerin boyanması suretiyle oluşturulması şeklinde gerçekleştirilen ikat, 'Resist Dyeing' teknikleri içerisinde yer alır. Bu teknik Türkistan (Buhara), Hindistan, Kamboçya, Sumatra, Bali ve diğer yakın adalarla Japonya, Orta ve Güney Amerika'da da görülmüştür. Bugün dahi bu geleneksel tekniklerden İkat'a, Asya, Avrupa ve Afrika'nın bir çok yerlerinde hala rastlanmaktadır. Yurdumuzda da Karadeniz bölgesinde 'Makaslı', Gaziantep dokumacılığında 'Taraklı' ismi altında uygulanmaktadır.

Çok eski zamanlarda kuş kemiklerinden ya da tunçtan yapılan iğnelerle hayvan derileri ya da kumaşlar delinir, yine





hayvan derisinden kesilmiş ince deri şeritler bu deliklerden geçirilerek dikiş dikilirdi. Dikiş ile elde edilen tekniklerden biri aplikedir. Aplike, tekstil malzemelerinin belli bir zemin üzerine, deseni oluşturacak biçimde üst üste dikilmesi tekniğidir. Patchwork ise, küçük kumaş parçalarının bir araya getirilerek geometrik olarak dikilmesidir. Uygulamada farklılıklar görülse de, İngiliz ve Amerikan metodu olmak üzere iki farklı biçimde birleştirilme-

nin gerçekleştirildiği bilinmektedir.

Marka – Manogram, beyaz iş, çin iğnesi, gölge işi, danteller, tül işi, applike, basit nakış işleri (ajur, golden, kanaviçe), makine nakışları işleme çeşitleri arasında olduğu gibi Türk işi, Hesap işi, Antep işi, Bartın işi (Tel kırma), Maraş işi geleneksel el sanatlarımızdandır. Süsleme elemanları olarak tekstil tasarımında dekoratif amaçlı malzemeler de kullanılmaktadır. Bunlar arasında en çok

göze çarpanlar; metal teller, yaneler, deniz kabukları, ziller, çingiraklar, paralar, kemikler, boynuzlar, boncuklar, alaşımli iplikler, rafyalar, vb.

Tekstil sanatı kültürlerle ait simgesel kodları taşımasının yanı sıra, kullanılan tekniklerin, yapıldığı dönemin yaşamsal özelliklerini vurgulaması açısından önem taşımaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, geçmişten günümüze tekstil ve moda eğilimleri yapım, malzeme, üretim yöntemleri ele

alındığında benzer nitelikler göstermektedir. Günümüz teknolojik gelişmelerinin neden olduğu yenilikçi tekniklerin yanı sıra kullanılan geleneksel teknikler, kimliksel özelliklerini kaybetmemekle birlikte güncelliğini devam ettirmektedir. Tekstil ve moda sektörü de, geçmişle gelecek arasında bağ kuran, formu iki boyuttan üç boyuta taşıyan, kültür ve zaman sınırlamasının olmadığı hızlı devrim içerisinde gelişimini sürdürecektir.

KAYNAKÇA:

- BALPINAR, Belkis, *Kilim, Cicim, Zili, Sumak, Türk Düz Dokuma Yaygıları*, Eren Yayınları, İstanbul 1982
- DÖLEN, Emre, *Tekstil Tarihi*, Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1992
- ÖZAY, Suhandan, *Dünden Bugüne Dokuma Resim Sanatı*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2001
- FORESTER, Tom, *The Materials Revolution*, Cambridge Mass., 1988
- GILLLOW, John, *World Textile*, Thames & Hudson, London, 1999
- HELD, E. Shirley, *Weaving*, Harcourt Brace College Pub, Amerika, 1999
- MELLER, Susan, *Textile Design*, Thames & Hudson, New York, 1991

- Belkis Balpınar, *Kilim, Cicim, Zili, Sumak, Türk Düz Dokuma Yaygıları*, Eren Yayınları, İstanbul 1982, s.55
- y.a.g.e, s.70
- Suhandan Özay, *Dünden Bugüne Dokuma Resim Sanatı*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2001, s.31
- Dölen, a.g.e., s.288
- Ana Britannica, *Cilt 19*, Encyclopaedia Britannica Yayınları, İstanbul, 1993, s.261
- Ana Britannica, *Cilt 15*, Encyclopaedia Britannica Yayınları, İstanbul, 1993, s.209
- Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, Yem Yayınları, Cilt 1, İstanbul, 1997, s.29

Erciyes Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü

TEKSTİL EĞİTİMİ VE BU EĞİTİM SONUCUNDA KAZANILAN TEKSTİL MESLEĞİ GENİŞ BİR ALANA YAYILAN, İÇİNDE BİLİM, TEKNOLOJİ VE SANAT DALLARI İLE ORTAK ALANLAR OLUŞTURAN VE BU ALANLARA GÖRE DE BİR YANDAN TEKSTİL EĞİTİMİ VE MESLEĞİ, TEKSTİL BİLİMLERİ, TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ ÖTE YANDAN İSE TEKSTİL YÖNETİMİ, TEKSTİL TEKNOLOJİSİ VE TEKSTİL TASARIMINI İÇEREN DİSİPLİNLER ARASI BİR YAPI OLARAK TANIMLANABİLİR.

Tekstil eğitimi ve bu eğitim sonucunda kazanılan tekstil mesleği geniş bir alana yayılan, içinde bilim, teknoloji ve sanat dalları ile ortak alanlar oluşturan ve bu alanlara göre de bir yandan tekstil eğitimi ve mesleği, tekstil bilimleri, tekstil mühendisliğini öte yandan ise tekstil yönetimi, tekstil teknolojisi ve tekstil tasarımı içeren disiplinler arası bir yapı olarak tanımlanabilir. Bu alanlar yakından incelendiğinde ise tekstil bilimleri kendi içinde

polimer bilimi, kimya bilimi ile deneysel ve kuramsal hesaplamaları ve modellemeleri içermektedir. Tekstil mühendisliği kendi içinde kullanım yerine göre ürün ve süreç tasarımı içermektedir. Bu açıdan temel mühendislik dalları ile bire bir ortaklıkları bulunmaktadır. Bir başka açıdan bakıldığında tekstil lisans eğitiminin böyle geniş bir alana yayılmasından dolayı tümünü bir arada bulundurma ya da tekstilin herhangi bir dalında oldukça detaylı eğitim

verme yolunun izlendiği görülmüştür.

Türkiye’de tekstil eğitimi yapısı

Yurt içindeki tekstil eğitimi incelendiğinde, tekstil lisans eğitimi temel olarak iki grupta incelenebilir. İlk grupta; tekstil bilimi, tekstil teknolojisi ve yönetimi ile mühendislik fakültelerine bağlı eğitim veren lisans programları, ikinci grupta ise ağırlıklı olarak tekstil tasarımı, tekstil konfeksiyonu ve az da olsa tekstil moda dal-

Bölüm Başkanı Prof. Dr. Kadir Bilişik’in mesajı



Tekstil Mühendisliği Bölümü 2005 yılında ilk öğrencilerini almış ve 2009 yılında ilk mezunlarını vermiştir. Bölümde lisans eğitiminin yanı sıra yüksek lisans ve doktora programları üzere lisansüstü eğitim de verilmektedir. Bugün bölümümüz, 4 Profesör, 5 Doçent, 4 Yardımcı Doçent ve yüksek lisans-doktora eğitimi sürdüren 3 Araştırma Görevlisi olmak üzere toplamda 16 öğretim üyesi ile eğitim-öğretim, araştırma-geliştirme ve çevreye hizmet vermeye devam etmektedir.

Teknolojik altyapımız günden güne iyileşmektedir. Bölümümüzde 9 laboratuvar ve 1 atölye öğrencilere hizmet vermektedir. Bölümümüzün bilgisayar alt yapısı tasarım programlarıyla güçlendirilmiş; bölüm içerisinde tekstil esaslı yayınlar içeren sanal bir kütüphane oluşturulmuştur. Bu gelişmeler çerçevesinde bölümümüzde nitelikli tekstil mühendisleri mezun olmaktadır.

Bölümümüz, çağdaş ve nitelikli eğitim-öğretim hizmetlerinin yanı sıra güncel araştırma konuları ve bunların hem yöresel hem de küresel paylaşımı ile yaşam düzeyinin iyileştirilmesinde öncülük etmektedir.

larında eğitim veren, güzel sanatlar ve eğitimi fakülte-
rine bağlı lisans programları
bulunmaktadır.

Tekstil mühendisliği eğitiminin içeriği

Mühendislik fakülteleri çatısında tekstil lisans eğitimi veren bölümler yakından incelendiğinde; bir kısım tekstil lisans bölümlerinde, tek bir genel programın olduğu ve programın içeriğinde hafifletilmiş ve geliştirilmiş mühendislik derslerinin üzerine tekstil temel ve meslek derslerinin konulduğu, bunların da özellikle son iki dönemde seçmeli derslerle çeşitlendirildiği görülmüştür. Diğer kısım tekstil lisans bölümlerinde ise, seçmeli dersler yerine üç opsiyonlu yine seyreltilmiş mühendislik derslerinin üzerine çok sayıda tekstil meslek derslerinin eklenmesi ile lisans eğitimi yapılandırılmıştır.

Sektörde işletmelerin gerçekleştirdiği toplam gelir ve istihdam toplam ulusal gelirin ve istihdamın yaklaşık üçte birini oluşturmuyor

Sonuç olarak tekstil eğitimi disiplinler arası bir dal olması nedeni ile geniş bir alana yayılmış ve değişik bilim dalları ile kurulu ortak arakesitler oluşturmuştur. Bu, tekstil ile ilgili yapılan araştırma ve geliştirme faaliyetleri için de geçerlidir. Uygulamada ise tekstilin kendi alt dallarında ticari olarak irili ufaklı kurulmuş bölgesel ve ulusal boyutta on binlerce işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin gerçekleştirdiği toplam gelir ve istihdam; toplam ulusal gelirin ve istihdamın yaklaşık 1/3 ünü, oluşturmaktadır.

Bu açıdan bakıldığında, tekstili bir meslek olarak seçenler için olanaklar oldukça güçlüdür.

Bölüm Misyonu

Kaliteli lisans ve yüksek lisans eğitimi vererek ulusal ve uluslararası düzeyde endüstride görev alabilecek yaratıcı, üretken, problem çözen, sosyal sorumluluğa ve takım ruhuna sahip tekstil mühendisleri yetiştirmek; uluslararası düzeyde bilimsel faaliyetler ve araştırmalar yolu ile insanlığa ve ülkeye hizmet etmektir.

Bölüm Vizyonu

Uluslararası düzeyde bilgi ve teknoloji üreten, alanında lider eğitim-öğretim ve araştırma kurumu olmaktır.

Tekstil Mühendisliği Programımızın Amaçları

Tekstil sanayisi ülkemizde giderek daha çok önem kazanan ve gelişen bir alandır. Tekstilin kendi alt dallarında ticari olarak irili ufaklı kurulmuş bölgesel ve ulusal boyutta on binlerce işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin gerçekleştirdiği toplam gelir ve istihdam; toplam ulusal gelirin ve istihdamın yaklaşık 1/3 ünü oluşturmaktadır.

Amacımız nitelikli tekstil mühendisleri yetiştirerek onların, başta küçük ve orta ölçekli özel işletmeler olmak üzere kurumsallaşmış büyük ölçekli özel kuruluşlarda, bunların satış ve danışmanlık yapan aracı kuruluşlarında, küresel şirketlerin danışmanlık ve aracı kurumlarında ve kısmen de devlet sektöründe istihdam edilmelerine katkı sağlamaktır.

Program Yeterlilikleri

Tekstil Mühendisliği Bölümünde 9 adet tekstil





laboratuvarı ve bir konfeksiyon atölyesi bulunmaktadır.

Tekstil Laboratuvarları

- Yüzey İşleme ve Polimer Üretim Laboratuvarı
- Lif-İplik-Kumaş Test ve Analiz Laboratuvarı
- Renk-Antimikrobiyal-Kimyasal Test ve Analiz Laboratuvarı
- Tekstil Kompozit Malzeme Laboratuvarı
- Tekstil Konfor Laboratuvarı
- Ekolojik Tekstil Terbiye Laboratuvarı
- Tekstil Mühendislik Atölyesi

• Konfeksiyon Tasarım Laboratuvarı

Bu laboratuvarlar, bölümün lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin eğitimleri sırasında aldıkları derslerin uygulama çalışmalarının yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu laboratuvarlar, ayrıca hâlihazırda projelerle araştırma-geliştirme faaliyetlerine, bölgesel ve ulusal tekstil endüstrisinin ihtiyaç duyacağı test ve analizlerin yapılmasına imkân vermektedir.

Sadece Tekstil Mühendisliği öğrencilerinin kullanabil-

diği, 21 tanesi Konfeksiyon Tasarım Laboratuvarı'nda, 9 tanesi toplantı odasında olmak üzere toplam 30 adet güncel bilgisayar bulunmaktadır.

Bölümümüz içerisinde tekstil esaslı binden fazla yayın içeren sanal bir kütüphane oluşturulmuştur.

Bölümümüz nitelikli öğretim üyelerine sahiptir. Tekstil Mühendisliği Bölümü, öğretim elemanı ve öğrenci değişimleri için yurtdışındaki üniversitelerle işbirliği içinde bulunmaktadır. Tekstil Mühendisliği Top-

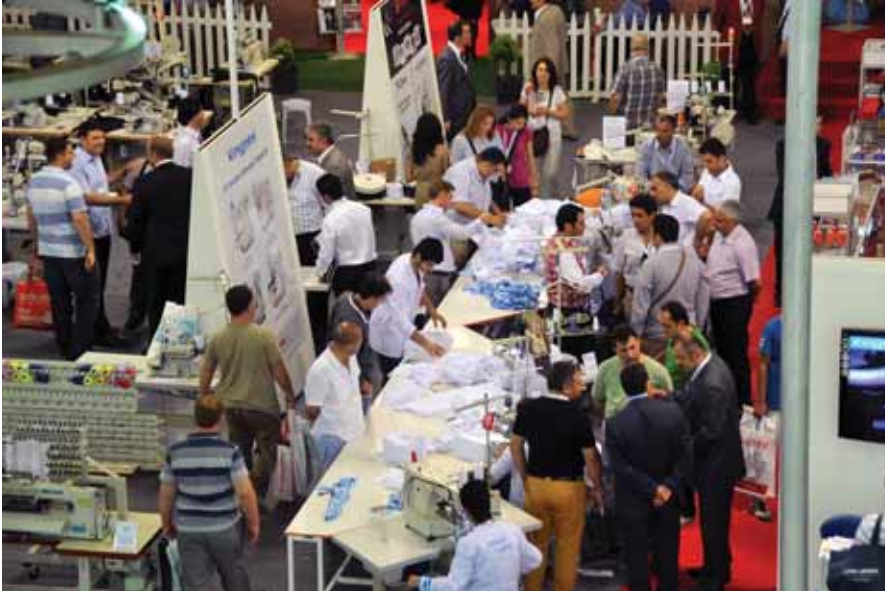
luluğu, kurulduğu 2006 yılından beri eğitim ve sosyal amaçlı gezi, seminer, konferans gibi faaliyetler düzenlemektedir. Bunların yanı sıra, bölüm öğrencilerimizin dönem boyunca kendilerinin tasarlayarak diktikleri kıyafetleri sundukları ve kendileri tarafından organize edilen, şimdiye kadar 3 kez gerçekleştirilmiş olan ve bundan sonra her yıl geleneksel olarak gerçekleştirilecek olan bir Kıyafet Gösterisi yapılmaktadır. Bölüm, Tekstil Sanayi kuruluşlarıyla işbirliği içerisinde-



Erciyes Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü Kıyafet Gösterisi için mühendislik atölyesinde gerçekleştirilen hazırlık çalışmaları.

Erciyes Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü Kıyafet Gösterisi'nden görüntüler.





**TÜRKİYE’NİN VE DÜNYANIN
LİDER MAKİNE
ÜRETİCİLERİNİN YER ALDIĞI,
SEKTÖRÜN ÜRETİM GÜCÜNÜN
VE SON TEKNOLOJİLERİNİN
SERGİLENECEĞİ KONFEKSİYON
MAKİNESİ FUARI 27-30 NİSAN
2016 TARİHLERİ ARASINDA
TÜYAP’TA 25.KEZ
ZİYARETÇİLERLE BULUŞMAYA
HAZIRLANIYOR...**

Konfeksiyon Makinesi Fuarı 27-30 Nisan 2016 tarihleri arasında TÜYAP Büyükçekmece’de

Sektör firmalarının rekabet güçlerini arttırmalarına, yeni pazarlara ulaşmalarına büyük katkı sağlayan ve önemli yatırımlara yön veren Konfeksiyon Makinesi Fuarı, 2014 yılında 467 firma ve firma temsilciliğinin katılımı ile, 67 ülkeden 40.729 profesyonel tarafından ziyaret edilmiş olup, 2016’da hedef çıktısını yükselterek sektördeki başarısını ulusal ve uluslararası arenada bir kez daha durdurmayı hedefliyor.

2016 yılında alanında dünyanın "en büyüğü" olan fuar, ziyaretçilere konfeksiyon üretiminde kullanılan ürün gruplarının tamamını tek çatı altında bulma imkanı sağlıyor.

Fuar kapsamında konfeksiyon dikiş makineleri, nakış makineleri, kapitone, yatak, yorgan makineleri, ütü makine ve presleri, lazer kesim makineleri, dijital baskı makineleri ve malzemeleri, katlama ve paketleme makineleri, temizleme makineleri, kalite kontrol cihazları, metraj ölçüm makineleri, depolama ve askı sistemleri, etiketleme ve desen baskı sistemleri, dikiş ve nakış iplikleri ile makine yan sanayinin

ürün ve hizmetleri de ziyaretçilerle buluşturulacak olan ürün grupları arasında yer alıyor.

Konfeksiyon Zirvesi

Lider makine üreticilerinin en yeni ürünlerini sergileyeceği Konfeksiyon Makinesi 2016, Fabric İstanbul (Kumaş, Konfeksiyon Aksesuarları ve Konfeksiyon Yan Sa-

nayileri Fuarı) ile eş zamanlı gerçekleşecek.

Sinerjinin yarattığı bu güç ziyaretçilere, makine, kumaş, yan sanayi ve aksesuarları bir arada bulma fırsatı yaratıyor.

Hazır giyim sektörüne ilham veren yaratıcı ve yenilikçi buluşma noktası hakkında detaylı bilgi için www.konfeksiyonmakinelifuari.com web adresini ziyaret edebilirsiniz.



Öğrenciler teknik gezilerle sektörü yakından tanıyor

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE ÇÖZÜM ORTAĞI OKULLARIN ÖĞRENCİLERİNİ SEKTÖRLE BULUŞTURAN TEKNİK GEZİLERİ SÜRDÜRÜYOR. BU KAPSAMDA ÖĞRENCİLER İSTANBUL'DA ECE FERMUAR VE RAPSODİ ÇORAP FABRİKALARININ KONUĞU OLDU.

MHGF'nin çalışmalarında en fazla ağırlık verdiği konuların başında mesleki eğitim geliyor. Okul-sanayi işbirliği çerçevesinde Türkiye'nin dört bir yanında birçok üniversite ve meslek yüksek okulu ile işbirliği protokolü imzalayan MHGF'nin bu işbirliklerin somut olarak sürdürülebilir kılmak için çeşitli etkinlikler düzenliyor. Bunlar arasında en önemli de öğrencilerin sektörleri yerinde görmeleri ve inceleme yapmalarını ve sanayicilerle, çalışanlarla bizzat görüşerek fikir alışverişinde bulunmalarına olanak tanıyan teknik geziler.

İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik MYO Moda Tasarım Bölümü öğrencileri Ece Fermuar fabrikasında

Bu kapsamda İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik Meslek Yüksek Okulu Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü öğrencileri Bölüm Başkanı Seren Ahen Akcengiz'in önderliğinde MHGF üyesi Ece Fermuar'ın İstanbul Firuzköy'deki fabrikasına ziyarette bulundu. Entegre bir fermuar fabrikasını ilke kez gören öğrenciler üretimin her aşamasını yerinde gördü, merak ettiklerini sorma olanağı buldu. Ece Fermuar Yönetim Kurulu Başkanı ve aynı zamanda MHGF Eğitim Komitesi Başkanı Osman Sait Günteki öğrencilerle bizzat ilgilendi.

Ece Fermuar'ın bir diğer konluğu İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil MYO Moda Tasarımı bölümü oldu

Ece Fermuarı ziyaret eden bir diğer okul ise yine MHGF'nin eğitimde çözüm ortaklarından İstanbul Aydın Üniversite-



si'ne bağlı Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü öğrencileri oldu. Bölüm öğretim görevlileri Ayten Gedik ve Dilek Akdemir'in de yer aldığı gezide yine öğrenciler fermuar üretiminin her aşamasını merakla izledi. Birçoğu günlük hayatta çok kullandıkları ve pek önemsemedikleri fermuarların üretimindeki süreçleri gördükten sonra hazır giyim en önemli detaylarından birini oluşturan bu ürün hakkında fikirlerini değiştirdi ve artık daha değer vererek bakmayı öğrendi. Ece Fermuar Yönetim Kurulu

Başkanı Osman Sait Günteki her zaman olduğu gibi İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileriyle de bizzat ilgilendi, mesleğe nasıl girdiğini anlattı ve firması hakkında bilgi verdi. Öğrencilerin meslek seçimleri ve gelecekleri ile ilgili planlarını ve düşüncelerini soran Günteki ziyaretten duyduğu memnuniyeti de dile getirdi.

İ. Aydın Üniversitesi öğrencileri Rapsodi Çorap'ı gezdi

İstanbul Aydın Üniversitesi, Federasyonumuzun özellikle tarihi defilelerde en aktif birlikte çalıştığı eğitim kurumları arasında yer alıyor. Üniversiteye bağlı Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Moda Tasarımı Bölümü öğrencileri Bölüm Başkanı Öğr. Gör. Nihal Bolkol'un organizasyonunda Öğr. Gör. Elif Sezg'in eşliğinde İstanbul Beylikdüzü'nde yerleşik Rapsodi Çorap fabrikasını gezdi. Yaklaşık 20 kişiden oluşan grup, fabrikayı iki grup halinde inceledi. Üretim Müdürü Bahattin Bey öğrencilere sırasıyla planlama, tasarım, çorap örme, burun dikiş, yıkama, ütuleme, konfeksiyon ve paketleme bölümlerini gezdirerek bilgi verdi. İnceleme gezisinin ardından "showroom"da öğrencilerle bir araya gelen Rapsodi Çorap Yönetim Kurulu Başkanı ve aynı zamanda MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk öğrencilerle tek tek tanışarak sohbet etti. Öğrencilerin gezi sonrası düşüncelerini dinleyen Hüseyin Öztürk, öğrencilere önerilerde bulundu.

MHGF'nin teknik geziler, öğrencilere sektörleri yerinde görmeleri ve inceleme yapımları, sanayicilerle, çalışanlarla bizzat görüşerek fikir alışverişinde bulunmalarına olanak tanıyor"





MHGF actualized the project that will unite the strengths of Turkish-German SME's

Textile, apparel, fashion, leather, leather apparel and shoe sectors we represent under the Fashion and Apparel Federation (MHGF) umbrella are sectors that have reached a certain level in the world with their production power, accumulated knowledge and high quality, also having a big meaning for the Turkish economy, have brought export culture and bring added value to the country. However, we have to do different actions to carry these sectors of ours to the future, to ensure they are sustainable. Today where traditional production methods will be left behind and new ground breaking developments are experienced, if we repeat ourselves we'll be left behind and lose the competition race. At this point, there is no other way than to add R&D, innovation and design to our production.

In this field which is talked about a lot but not concrete steps have been taken, we took an important step on October 2, 2015 as Federation in accordance with the decisions we had taken at the Search Meeting we had held at the end of 2014. With joint works we had carried on with our solution partner Koksal Attorney Partnership, we signed a collaboration protocol with Network Platform for a Turkish-German Entre-

preneurship Collaboration that will bring SME's of both countries to a strategic partnership.

For the reply to the question of "Why Germany?" question; Turkey and Germany are two countries with historically political, economic and cultural relations. Relations that started diplomatically in 1763's had reached an intense political, military and economic level during the last stages of the Ottomans. However, the labor force agreement, signed in 1961, has brought Turkey and Germany much closer with our Turkish cognates that exceed 3.5 million today. Both countries got to know each other much better.

If we don't count our natural gas trade with Russia, Germany is our biggest commercial partner with yearly 33 billion dollars of transaction volume. Turkey is Germany's biggest supplier in especially textile and apparel sector. On one side, Turkey, right next to Germany, in a position of a production center that understands Germany's language; on the other side a county that is accepted in technology in the world without any dispute. When we bring these two strengths together, the result spreads a picture that goes much beyond the currents situation in front of us. We can transfer Ger-

many's knowledge on R&D, innovation, technical textile, machinery, and vocational training as MHGF with this project we actualized.

After the meeting we held on October 2 in Istanbul at German-Turkish Chamber of Commerce and Industry within the scope of this project we believe will prepare the grounds for strategic partnership, collaborations between the SME's of both countries, we realized the second meeting on November 11 in Munich. We are continuing the process this time by organizing a board trip to Dresden between 13-16 December. We aim to bring SME's of both countries in bilateral meetings we will hold every two months in 2016 and to actualize at least one strategic partnership in each meeting. If we are to consider that there are 10 thousand medium size family companies that cannot be carried to the future because they have no successors, it will be understood how big of a meaning this project has for both sides.

I wish the project will be profitable for our sector and our country and greet your New Year sincerely.

Hüseyin Öztürk

Fashion and Apparel Federation
Chairman of Executive Board

Second place with 1 billion 409 million dollars: Apparel export of 11th month is 15.6 billion dollars

Turkish Exporters Assembly (TIM) stated in November that 11 billion 437 million dollars export actualized with 10.5 percent decrease compared to same period of last year. Export in the 11 month period of the year was 131 billion 942 million dollars with 8.6 percent loss. Apparel and ready-to-wear was at second place after automotive with 1 billion 409 million dollars.

Turkish Exporters Assembly (TIM) stated in November that 11 billion 437 million dollars export actualized with 10.5 percent decrease compared to same period of last year. Export in the 11 month period of the year was 131 billion 942 million dollars with 8.6 percent loss.

TIM President Mehmet Buyukeksi touched upon numerical values in Turkey-Russia foreign trade. According to this, while Turkey's export to Russia was 5.9 billion dollars in 2014, in 2015's 10 month period it was 3.1 billion dollars with 39 percent decrease. Russia's export to Turkey, on the other hand, while it was 25 billion dollars in 2014, it

went down to 17.3 billion dollars in 2015 with 18 percent decrease in the 10 months period.

Apparel and ready-to-wear sector took its place as second after automotive

Biggest export in November was done by the automotive sector with 1 billion 920 million dollars. Apparel and ready-to-wear followed this sector with 1 billion 409 million dollars and then the chemicals sector with 1 billion 301 million dollars.

Share of apparel in general exports is 11.8 percent

Apparel export of 11 months reached 15 billion 583 million dollars. The sector, exporting 17 billion 363 million dollars last year in the same period last by 10.3 percent. When we look at the last 12 months, this number becomes 16 billion 949 million dollars. Lost in the last 12 months is 9.8 percent. Apparel share in Turkey's general export had actualized as 11.8 percent.



AN IMPRTANT STEP FROM MHGF AT AN INTERNATIONAL SCALE: **Strategic partnership opportunity between Turkish- German SME's**

Fashion and Apparel Association (MHGF), signed a collaboration protocol with Network Platform under the leadership of its solution partner Koksal Attorney Partnership for Turkish-German Entrepreneurship Collaborations established by Global Partners Bayern e.V. and Diplomatic Council. Together with the protocol, ground is going to be prepared for strategic partnership between the Entrepreneurs of the two countries and the road to Europe will open to Turkish SME's.

MHGF Board Members, chairmen and executives of sectoral non-governmental organizations, MHGF's solution partners and the press joined the meeting and signature ceremony held on October 2 at

the German-Turkish Chamber of Commerce and Industry (AHK). Moderator of the first part of the panel which consisted of two sessions was Economy Journalists Association (EGD) Chairman Celal Toprak, and the moderator of the second part was Bloomberg HT Way Out Program producer and host Samil Altinkaya.

Speakers who are experts in their fields from Turkey and Germany

While Att. Dr. Eversheds Heise talked about the subject of acquiring a company according to German law on the first part of the panel held before the collaboration protocol signature ceremony, Turkey's old Hannover Commercial Attache M. Kudret

Ceran talked about the process of acquiring a company from Germany. Ulker Sanuk from DZ Bank Turkey evaluated the process from the perspective of finance.

Speaking on the second part of the meeting, Thomas Wüst from Global Partners e.V. made suggestions on finding the right partner in Germany. PATEV CEO Eberhard Häfele, on the other hand, touched upon which strategic preparations must be made while searching for a partner or acquisition. Another name among the speakers, Turkish-German Chamber of Industry and Commerce General Manager Suat Bakir from Berlin shared the important points of German operation culture and marketing strategies with the participants. Drawing atten-

tion to cultural differences in commercial relations, Bakir made suggestions to Turkish entrepreneurs on this subject.

Taking stand after signing of the protocol between MHGF and Turkish-German Medium Size Establishments, MHGF Chairman Huseyin Ozturk emphasized the historical depth of Turkish-German relations and touched upon commercial, economic and cultural dimensions of bilateral relations.

Founder of MHGF's solution partner Koksal Attorneys Partnership, Att. Assoc. Dr. Mehmet Koksal said, "This way, Turkish companies will directly have a company within the European Union. Will be able to use the "Made in Germany" brand on the products it produces. And will own a brand that has been continuing for years. At the same time, they will also be directly entering economically a very stable and orderly market."

After the speeches, collaboration protocol between MHGF and Turkish-German Entrepreneurship Collaboration for Network Platform was signed. Chairman Huseyin Ozturk signed on behalf of MHGF, Platform Global Partners e.V. Chairman Thomas Wüst signed on behalf of Platform on the protocol.





Second meeting of the project that will open the doors of Europe to Turkish companies was held in Munich

Fashion and Apparel Federation (MHGF) started studies that will prepare a ground for a strategic partnership between Turkish and German SME's after it signed a collaboration protocol with the Turkish German Medium Size Enterprises Platform in Istanbul on October 2, 2015. In this respect, the second meeting took place on November 11 in Munich.

While representatives of institutions and enterprises from both countries participated in the meeting, MHGF Chairman Huseyin Ozturk from, MHGF Vice Chairman and Chairman of Garment Accessory Manufacturers' Association Osman Ege, MHGF Board Member and Hosiery Manufacturers' Association Bulent Iyikulah also participated in the meeting.

Moderator of the meeting where automotive and sub industry was also discussed besides textile and apparel was the Global Partners Bayern e.V. Chairman Thomas Wust. T.R. Munich Consul General Mesut Koc, coming to the podium after Dr. Insa Cornelia Müller from Beiten Burkhardt Munich, drew attention to the advantages Turkey offers to foreign investors with its dynamic population structure, developing

economy, political and judicial infrastructure.

Bayern Economy, Media, Energy and Technology Ministry of State International Department Vice President Ulrich Konstantin Rieger, drew attention to the fact that there are very important opportunities for collaboration in homes of science, educational institutions and very strong SME



size family companies that come through generations.

First speaker of the meeting's second part, T.R. Ministry of Economy General Directorate of Incentive Practices and Foreign Capital Assistant General Manager Dr. Mehmet Yurdal Sahin explained the government incentives given to local and foreign investors at the point of mutually

increasing investments and the last incentive system.

Another speaker from T.R. Ministry of Economy, Export General Directorate Textile and Ready-to-Wear Products Department President Esin Acikgoz, informed that textile and apparel has 7 percent contribution to gross national product.

Xaver Aschenbrenner from Bayern Textile and Apparel Association (VTB) brought up the strength of the sector in Bayern with numbers.

MHGF Chairman Huseyin Ozturk, on the other hand, pointing out the signing of the first protocol with the Network Platform by MHGF in Istanbul on October 2; said, "Most of our companies are family companies that are export focused, with work discipline, which manage their resources well. We can use this

understanding very easily in Germany. On the other hand, we can have German SME's reach a potential market in 4 hours flying distance with 1.6 billion population easily".

Meeting ended with a discussion program where the speakers of the second part got together again to answer questions.

IFEXPO Fair breaks new records every year

IFEXPO 2015, THE 12TH INTERNATIONAL ISTANBUL HOSIERY AND UNDERWEAR FAIR, BROKE A NEW RECORD AT THE TUYAP FAIR AND CONGRESS CENTER ON 25.000 SQM OF COVERED AREA WITH THE PARTICIPATION OF 234 COMPANIES AND COMPANY REPRESENTATIVES, AND 8.760 PROFESSIONAL VISITORS FROM 76 COUNTRIES.

The IFEXPO Fair where the major manufacturers of underwear, socks, home wear and beachwear of Turkey participated was the gathering point of manufacturers and buyers from Turkey and other countries.

The intensive promotional activities in the target markets of the sector gave results. Industry professionals and purchasers consisting of 1575 sector professionals from 65 countries including Germany, Azerbaijan, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria,

Burkina Faso, Algiers, Dubai, Morocco, France, Ghana, Georgia, Netherlands, Iran, Qatar, Kazakhstan, Kenai, Kyrgyzstan, Kosovo, Kuwait, Egypt, Romania, Russia, Serbia, Saudi Arabia, Tajikistan, Tunisia, Ukraine, Jordan and Greece attended the fair.

IFEXPO 2016 Fair, will be organized at the T  YAP Fair and Congress Center in Istanbul between 4-6 February 2016, by T  yap Fair Inc. with the support of the Turkish Fashion Apparel Federation (MHGF).

2016/17 trends, neon colors,

magnificent patterns, chic laces and latest collections of the exhibitor companies will be presented to the appreciation of visitors. IFEXPO 2016, which is the gathering point of international underwear and hosiery industry targets to bring qualified sellers and buyers together to create a successful trade atmosphere for new business agreements.

Do not miss to take your place in this fair where underwear and hosiery industry will show its production abilities and new collections.





Rising star in the Turkish lingerie sector apparel

Turkey has moved significantly forward since the 80's in textiles and apparel and become one of the important suppliers of the world. As of the end of 2014, the share of textile exports of 27.7 billion dollars within Turkey's 157.7 billion dollars of exports in general is around 20 percent. Today Turkey is positioned as one of the first three suppliers in the world in many sub-branches of textile and apparel. One of these branches is lingerie and loungewear.

When we review world lingerie and loungewear sector with end 2014 data; China, like in many other fields, is at the top of the list with 14.6 billion dollars in the lingerie and

loungewear sector also. China by itself is actualizing 40.4 percent of the world's 36.1 billion dollar lingerie and loungewear exports.

Turkey is world's 10th biggest exporter with 804 million dollars.

Following the first five countries in lingerie and loungewear, being the 10th biggest exporter of the world with 804 million dollars after Sri Lanka, Germany, France and Holland, Turkey increased its export by 11 percent when compared to previous year. In light of these numbers, its share in the world export is 2.2 percent. Increasing its export steadily within years, while Turkey was exporting 658.2

million dollars in lingerie and loungewear in 2012, it increased by 9.8 percent in 2013 reaching 722.5 million dollars, and increased by 11.3 percent in 2014 and reached 804 million dollars.

Number of countries Turkish lingerie and loungewear sectors, selling its products all across the world, is 159. While Germany is at the top of the list with 128.2 million dollars on the list of countries most exported to, England, France, Romania and Algeria follow it.

The sector is focusing on R&D and design to be able to come forth in competition.

Turkey is eligible to get a

significant share from the lingerie and loungewear market which is growing day by day with its accumulated knowledge, qualified work force, production strength, quality and most importantly, the product selection it put forth in the recent years with its design and R&D investments. The stable increase it has achieved shows this. Our companies participating in the IFEXPO Lingerie Hosiery Fair that will take place in Istanbul TUYAP for the fifth time between 4-6 February, 2016 show their production strength and design skills with the collection they present here to expert visitors from all across the world and earn big appreciation.

TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

MAYIS 2015

Birim: 1.000 \$		2014 MAYIS	2015 MAYIS	DEĞİŞİM %	2014 OCAK-MAYIS	PAY %	2015 OCAK-MAYIS	PAY %	DEĞİŞİM %
1	İTALYA	81.937	66.901	-18,4	410.847	10,0	328.583	9,9	-20,0
2	RUSYA FEDERASYONU	60.283	39.968	-33,7	333.218	8,7	200.800	6,1	-39,7
3	İRAN (İSLAM CUM.)	25.532	33.986	33,1	113.482	3,0	169.630	5,1	49,5
4	ALMANYA	41.574	30.769	-26,0	199.479	5,2	163.158	4,9	-18,2
5	ABD	26.505	29.738	12,2	130.495	3,4	146.057	4,4	11,9
6	İNGİLTERE	30.668	27.906	-9,0	156.894	4,1	132.139	4,0	-15,8
7	ROMANYA	29.813	25.517	-14,4	154.483	4,1	127.731	3,9	-17,3
8	BULGARİSTAN	26.761	25.408	-5,1	123.340	3,2	127.263	3,8	3,2
9	MISIR	21.870	23.527	7,6	118.462	3,1	110.134	3,3	-7,0
10	POLONYA	24.286	19.697	-18,9	122.584	3,2	103.756	3,1	-15,4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		369.229	323.416	-12,4	1.863.284	48,9	1.609.250	48,5	-13,6
11	İSPANYA	20.637	19.372	-6,1	115.620	3,0	102.925	3,1	-11,0
12	FAS	21.249	18.915	-11,0	101.709	2,7	95.864	2,9	-5,7
13	UKRAYNA	21.891	16.616	-24,1	131.435	3,4	82.209	2,5	-37,5
14	BELÇİKA	14.358	15.547	8,3	73.457	1,9	72.742	2,2	-1,0
15	TUNUS	16.734	15.667	-6,4	80.148	2,1	72.216	2,2	-9,9
16	HOLLANDA	16.543	13.125	-20,7	82.593	2,2	71.861	2,2	-13,0
17	İRAK	21.477	8.900	-58,6	99.569	2,6	63.702	1,9	-36,0
18	PORTEKİZ	9.439	14.207	51,4	58.219	1,5	61.761	1,9	6,1
19	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11.614	9.603	-17,3	62.648	1,6	60.277	1,8	-3,8
20	FRANSA	12.758	10.542	-17,4	68.053	1,8	55.761	1,7	-18,1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI		535.930	465.988	-13,1	2.736.744	71,8	2.348.568	70,8	-14,2
21	YUNANİSTAN	13.405	9.778	-27,1	61.741	1,6	46.921	1,4	-24,0
22	SİRBİSTAN	10.662	9.174	-14,0	48.704	1,3	46.290	1,4	-5,0
23	İSRAİL	9.771	7.578	-22,4	44.220	1,2	39.928	1,2	-9,7
24	CEZAYİR	7.491	6.909	-7,8	33.914	0,9	37.109	1,1	9,4
25	SURİYE	9.954	6.479	-34,9	41.608	1,1	36.628	1,1	-12,0
26	SUUDİ ARABİSTAN	8.984	7.787	-13,3	37.717	1,0	34.991	1,1	-7,2
27	HONG KONG	7.465	4.063	-45,6	39.615	1,0	29.867	0,9	-24,6
28	MACARİSTAN	8.600	5.950	-30,8	38.818	1,0	27.789	0,8	-28,4
29	ÇEK CUMHURİYETİ	4.617	5.450	18,1	21.650	0,6	25.769	0,8	19,0
30	BANGLADEŞ	2.371	4.517	90,5	12.431	0,3	24.573	0,7	97,7
31	ÖZBEKİSTAN	6.193	3.947	-36,3	27.281	0,7	23.757	0,7	-12,9
32	MERSİN SERBEST BÖLGE	6.906	4.890	-29,2	30.252	0,8	23.635	0,7	-21,9
33	LİTVANYA	7.559	4.952	-34,5	28.772	0,8	23.242	0,7	-19,2
34	BEYAZ RUSYA	5.654	3.910	-30,8	24.493	0,6	20.673	0,6	-15,6
35	MOLDAVYA	6.031	3.408	-43,5	27.571	0,7	20.031	0,6	-27,3
36	VIETNAM	2.451	3.709	51,3	11.604	0,3	18.142	0,5	56,3
37	MAKEDONYA	4.351	3.278	-24,7	19.217	0,5	17.598	0,5	-8,4
38	ÜRDÜN	3.846	2.831	-26,4	18.047	0,5	16.916	0,5	-6,3
39	BREZİLYA	6.483	2.991	-53,9	27.571	0,7	15.569	0,5	-43,5
40	SLOVAKYA	2.098	3.602	71,7	11.518	0,3	15.318	0,5	33,0
41	AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	2.464	2.921	18,5	12.709	0,3	14.795	0,4	16,4
42	LÜBNAN	3.434	2.563	-25,4	17.054	0,4	14.578	0,4	-14,5
43	AHL SERBEST BÖLGE	3.588	4.033	12,4	14.759	0,4	14.169	0,4	-4,0
44	AVUSTURYA	3.961	2.874	-27,4	20.084	0,5	14.113	0,4	-29,7
45	PAKİSTAN	1.843	2.388	29,6	9.862	0,3	13.624	0,4	38,2
46	KIRGIZİSTAN	3.393	2.317	-31,7	13.230	0,3	12.990	0,4	-1,8
47	GÜRCİSTAN	2.925	2.839	-2,9	13.567	0,4	12.667	0,4	-6,6
48	MEKSİKA	2.743	2.297	-16,3	12.366	0,3	12.665	0,4	2,4
49	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	3.285	2.465	-25,0	14.268	0,4	12.357	0,4	-13,4
50	DANİMARKA	3.301	2.452	-25,7	14.871	0,4	12.237	0,4	-17,7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		701.761	598.341	-14,7	3.486.256	91,4	3.027.510	91,3	-13,2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		66.872	55.591	-16,9	326.535	8,6	289.493	8,7	-11,3
AB (28) TOPLAMI		363.987	311.254	-14,5	1.817.765	47,7	1.549.804	46,7	-14,7
TOPLAM TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI		768.633	653.933	-14,9	3.812.791	100,0	3.317.003	100,0	-13,0

Kaynak: İTKİB

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI
MAYIS 2015

		2014 MAYIS 1000 \$	2015 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2014 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2015 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2014 / 2015 DEĞİŞİM %
1	ALMANYA	354.076	247.949	-30,0	1.893.891	21,6	1.279.180	19,1	-24,5
2	İNGİLTERE	222.995	178.071	-20,1	973.242	12,4	841.193	12,5	-13,6
3	İSPANYA	150.341	122.948	-18,2	667.790	8,5	604.591	9,0	-9,5
4	FRANSA	101.330	66.917	-34,0	498.517	6,4	351.980	5,2	-29,4
5	HOLLANDA	75.822	60.450	-20,3	415.223	5,3	321.630	4,8	-22,5
6	IRAK	51.387	54.376	5,8	276.943	3,5	308.718	4,6	11,5
7	İTALYA	58.591	40.855	-30,3	312.440	4,0	254.022	3,8	-18,7
8	POLONYA	33.292	26.773	-19,6	185.081	2,4	182.894	2,7	-1,2
9	ROMANYA	40.606	47.859	17,9	154.483	2,0	179.756	2,7	16,4
10	ABD	33.308	34.764	4,4	168.988	2,2	171.666	2,6	1,6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		1.121.749	880.961	-21,5	5.346.597	68,3	4.495.629	67,0	-15,9
11	DANİMARKA	39.000	29.294	-24,9	224.906	2,9	159.643	2,4	-29,0
12	BELÇİKA	37.601	28.379	-24,5	183.097	2,3	136.636	2,0	-25,4
13	SUUDİ ARABİSTAN	33.685	31.184	-7,4	136.544	1,7	129.555	1,9	-5,1
14	UKRAYNA	13.093	33.285	154,2	93.231	1,2	115.453	1,7	23,8
15	İSRAİL	21.524	21.206	-1,5	100.632	1,3	108.030	1,6	7,4
16	RUSYA FEDERASYONU	31.978	16.715	-47,7	163.826	2,1	88.910	1,3	-45,7
17	İSVEÇ	22.396	14.591	-34,8	124.316	1,6	88.471	1,3	-28,8
18	CEZAYİR	14.458	23.633	63,5	73.836	0,9	86.481	1,3	17,1
19	LIBYA	12.427	23.758	91,2	70.239	0,9	80.098	1,2	14,0
20	SLOVAK CUMHURİYETİ	23.150	18.773	-18,9	91.916	1,2	72.997	1,1	-20,6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI		1.371.060	1.121.778	-18,2	6.609.139	84,4	5.561.903	82,9	-15,8
21	LİTVANYA	554	10.447	1.785,9	6.339	0,1	62.504	0,9	886,0
22	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	13.020	12.885	-1,0	62.610	0,8	61.912	0,9	-1,1
23	MİSİR	11.390	13.858	21,7	52.291	0,7	58.329	0,9	11,5
24	İRAN	4.773	8.691	82,1	21.375	0,3	47.975	0,7	124,4
25	AVUSTURYA	10.680	9.467	-11,4	58.785	0,8	46.842	0,7	-20,3
26	İSVİÇRE	10.918	7.951	-27,2	59.042	0,8	46.272	0,7	-21,6
27	YUNANİSTAN	7.822	5.771	-26,2	51.164	0,7	41.330	0,6	-19,2
28	KAZAKİSTAN	6.673	8.317	24,6	32.113	0,4	39.602	0,6	23,3
29	KIRGIZİSTAN	4.967	3.430	-30,9	30.152	0,4	37.653	0,6	24,9
30	ÇEK CUMHURİYETİ	8.052	5.719	-29,0	44.040	0,6	34.233	0,5	-22,3
31	LÜBNAN	4.334	4.772	10,1	20.247	0,3	29.229	0,4	44,4
32	BULGARİSTAN	6.738	5.737	-14,9	35.301	0,5	28.928	0,4	-18,1
33	ÜRDÜN	5.482	6.042	10,2	23.828	0,3	27.968	0,4	17,4
34	TUNUS	12.625	5.058	-59,9	40.773	0,5	27.376	0,4	-32,9
35	NORVEÇ	5.777	4.271	-26,1	35.476	0,5	26.898	0,4	-24,2
36	SURİYE	7.902	5.386	-31,8	54.095	0,7	24.119	0,4	-55,4
37	AZERBAYCAN	4.417	5.156	16,7	19.571	0,3	23.899	0,4	22,1
38	ESTONYA	7.278	5.988	-17,7	51.495	0,7	23.599	0,4	-54,2
39	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4.273	5.098	19,3	21.839	0,3	22.288	0,3	2,1
40	FINLANDİYA	6.928	2.346	-66,1	35.430	0,5	21.455	0,3	-39,4
41	KANADA	3.963	4.311	8,8	24.188	0,3	21.351	0,3	-11,7
42	MACARİSTAN	4.471	8.978	100,8	14.152	0,2	20.678	0,3	46,1
43	FAS	4.984	5.057	1,5	18.213	0,2	19.542	0,3	7,3
44	BOSNA-HERSEK	4.341	4.202	-3,2	21.543	0,3	19.495	0,3	-9,5
45	GÜRCİSTAN	2.922	2.939	0,6	12.300	0,2	18.866	0,3	53,4
46	KUVEYT	4.146	3.651	-11,9	14.981	0,2	14.582	0,2	-2,7
47	AVUSTRALYA	2.342	2.902	23,9	13.997	0,2	14.318	0,2	2,3
48	TÜRKMENİSTAN	2.463	2.334	-5,3	13.733	0,2	14.286	0,2	4,0
49	İRLANDA	6.720	3.034	-54,9	23.901	0,3	13.993	0,2	-41,5
50	SİRBİSTAN	2.311	2.603	12,7	12.796	0,2	13.615	0,2	6,4
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		1.554.325	1.298.177	-16,5	7.534.908	96,3	6.465.037	96,3	-14,2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		58.330	50.045	-14,2	292.838	3,7	247.191	3,7	-15,6
AB (28) TOPLAMI		1.226.881	945.286	-23,0	5.897.178	75,3	4.799.564	71,5	-18,6
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI		1.612.655	1.348.222	-16,4	7.827.746	100,0	6.712.228	100,0	-14,3

Kaynak: İTKİB

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

MAYIS 2015

Birim: 1.000 \$		2014 MAYIS	2015 MAYIS	DEĞİŞİM %	2014 OCAK - MAYIS	PAY %	2015 OCAK - MAYIS	PAY %	DEĞİŞİM %
1	RUSYA FEDERASYONU	30.648	13.470	-56,1	140.762	19,2	110.826	17,4	-21,3
2	IRAK	12.844	12.838	-0,1	56.631	7,7	56.968	8,9	0,6
3	İTALYA	21.031	10.322	-50,9	66.405	9,1	53.883	8,5	-18,9
4	ALMANYA	11.658	7.311	-37,3	53.153	7,2	42.857	6,7	-19,4
5	İNGİLTERE	6.974	6.240	-10,5	35.009	4,8	28.616	4,5	-18,3
6	FRANSA	4.790	3.148	-34,3	23.223	3,2	19.460	3,1	-16,2
7	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	6.041	4.415	-26,9	23.947	3,3	18.520	2,9	-22,7
8	SUUDİ ARABİSTAN	5.027	3.618	-28,0	19.476	2,7	17.426	2,7	-10,5
9	HOLLANDA	680	1.982	191,3	6.754	0,9	15.584	2,4	130,7
10	CEZAYİR	2.592	2.385	-8,0	10.868	1,5	12.061	1,9	11,0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		102.286	65.731	-35,7	436.229	59,5	376.201	59,0	-13,8
11	UKRAYNA	2.755	1.635	-40,7	26.576	3,6	11.564	1,8	-56,5
12	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1.418	2.375	67,5	7.787	1,1	11.512	1,8	47,8
13	İSPANYA	2.247	3.011	34,0	7.861	1,1	11.029	1,7	40,3
14	BİRLEŞİK DEVLETLER	2.474	1.839	-25,7	11.591	1,6	10.016	1,6	-13,6
15	İRAN (İSLAM CUM.)	906	804	-11,2	3.644	0,5	9.656	1,5	165,0
16	ROMANYA	2.175	2.031	-6,6	9.566	1,3	9.569	1,5	0,0
17	HONG KONG	4.635	3.050	-34,2	16.880	2,3	9.407	1,5	-44,3
18	LIBYA	1.557	3.005	92,9	9.080	1,2	8.188	1,3	-9,8
19	BULGARİSTAN	1.340	1.126	-15,9	9.659	1,3	7.841	1,2	-18,8
20	İSRAİL	1.643	1.386	-15,6	7.561	1,0	7.241	1,1	-4,2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI		123.435	85.992	-30,3	546.434	74,5	472.225	74,1	-13,6
21	LİTVANYA	273	762	179,4	1.311	0,2	6.303	1,0	380,8
22	AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1.851	1.990	7,5	7.046	1,0	6.285	1,0	-10,8
23	TÜRKMENİSTAN	1.829	1.427	-22,0	5.994	0,8	6.224	1,0	3,8
24	HİNDİSTAN	998	1.223	22,6	2.894	0,4	5.806	0,9	100,6
25	ÖZBEKİSTAN	1.510	700	-53,7	6.104	0,8	5.720	0,9	-6,3
26	PORTEKİZ	970	1.036	6,8	3.185	0,4	5.424	0,9	70,3
27	YUNANİSTAN	1.861	1.004	-46,1	6.583	0,9	5.333	0,8	-19,0
28	KIRGIZİSTAN	1.501	668	-55,5	8.150	1,1	5.327	0,8	-34,6
29	TACİKİSTAN	866	1.477	70,5	4.711	0,6	5.120	0,8	8,7
30	KAZAKİSTAN	560	917	63,8	4.170	0,6	5.001	0,8	19,9
31	İSVİÇRE	1.253	665	-46,9	5.851	0,8	4.796	0,8	-18,0
32	AVUSTURYA	1.081	761	-29,6	5.828	0,8	4.647	0,7	-20,3
33	KKTC	1.043	788	-24,4	4.626	0,6	4.374	0,7	-5,5
34	POLONYA	812	480	-40,9	4.225	0,6	4.335	0,7	2,6
35	DANİMARKA	1.514	835	-44,8	6.076	0,8	4.317	0,7	-28,9
36	ARNAVUTLUK	581	1.209	108,2	2.957	0,4	4.153	0,7	40,4
37	GÜNEY KORE CUMHURİYETİ	1.695	1.172	-30,8	6.312	0,9	4.102	0,6	-35,0
38	MİSİR	563	1.254	123,0	3.222	0,4	4.049	0,6	25,7
39	GÜRCİSTAN	1.343	793	-41,0	3.653	0,5	3.972	0,6	8,7
40	SİRBİSTAN	849	734	-13,4	3.905	0,5	3.833	0,6	-1,9
41	İSVEÇ	969	927	-4,4	3.504	0,5	3.822	0,6	9,1
42	SURİYE	381	510	33,9	7.680	1,0	3.552	0,6	-53,7
43	TUNUS	1.787	464	-74,0	5.732	0,8	3.317	0,5	-42,1
44	BOSNA-HERSEK	782	662	-15,3	2.540	0,3	3.141	0,5	23,7
45	BELÇİKA	526	407	-22,5	3.961	0,5	2.914	0,5	-26,4
46	FAS	599	754	25,8	2.428	0,3	2.748	0,4	13,2
47	SLOVAKYA	319	304	-4,7	1.998	0,3	2.244	0,4	12,3
48	MAKEDONYA	528	528	-0,1	2.087	0,3	2.057	0,3	-1,4
49	YEMEN	1.512	-	-100,0	3.306	0,5	2.011	0,3	-39,2
50	ÜRDÜN	445	415	-6,7	4.197	0,6	1.990	0,3	-52,6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		154.233	110.856	-28,1	680.672	92,8	599.142	94,0	-12,0
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		12.029	7.326	-39,1	52.752	7,2	38.075	6,0	-27,8
AB (28) TOPLAMI		61.660	43.203	-29,9	261.097	35,6	235.381	36,9	-9,8
TOPLAM DERİ İHRACATI		166.262	118.181	-28,9	733.424	100,0	637.217	100,0	-13,1

Kaynak: İTKİB

Patates?

Bizde 'patates' bulunmaz. Sadece en kalitelisinden çorap bulunur. **Kalite**, tedarik zincirinden satış yönetimine kadar üretim sürecimizin temel bir parçasıdır ve standarttır.

Rapsodi®



CANDOSTU

ORGAN BAĞIŞINA EVET PLATFORMU

www.candostuplatformu.org

'CANDOSTU' OLUR MUSUN?

Türkiye'de, 22 binin üzerinde hastanın yaşamak için yeni bir organa ihtiyacı var. 60 binden fazla insan, diyaliz makinesine mahkum olmaktan kurtulmayı umut ediyor. Onlar, 'Candostu'nu bekliyor. Organ bağışına evet de, sen de 'Candostu' ol. Yaşa, yaşat.



Sağlık Bakanlığı

FASHION AND
APPAREL
FEDERATION



MODA VE
HAZIR GIYIM
FEDERASYONU



TÜRKİYE ORGAN NAKLİ KURULUŞLARI
KOORDİNASYON DERNEĞİ