



Gelinlik, insan hayatında olduğu gibi ekonomimiz için de özel bir önem taşıyor

Hazır giyimde
katma değeri
yüksek üretim ve
ihracat:
Gelinlik Sektörü

MHGF'nin iftarında
birlik, beraberlik
ve kardeşlik
mesajları verildi

• MODA
TAŞARIMCILARININ
YENİ İLHAM KAYNAĞI:
**DOĞADAN
ESİNLENEN
TAŞARIMLAR**
•

OSB YAZI DİZİSİ 1: KURULUŞ AMAÇLARI,
EKONOMİYE SAĞLADIKLARI KATKI VE
İŞLEYİŞLERİYLE ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ

ANALİZ: TEKSTİL VE HAZIR GIYIM
SEKTÖRÜ AÇISINDAN MARKALAŞMA
VE MARKANIN KORUNMASI

HUKUK: ESNEK ÇALIŞMA
YASASI GEÇİCİ İŞÇİ ÇALIŞTIRMA
KONUSUNDA NELER GETİRDİ?

SHIKKA



SHIKKA
SHIKKA



SHIKKA
SHIKKA



www.shika.net
www.shikka.net.tr
www.gardenyatekstil.com.tr

GARDENYA

Shikka, GARDENYA TEKSTİL markasıdır.



**BOĞAZIÇI
ELEKTRİK**
'Her an sizinle'



SİZ DE AVANTAJLARI YAKALAYIN!

CLK Boğaziçi Elektrik,

Türkiye genelinde sanayi kuruluşları, zincir mağazalar, ticarethaneler ve kamu kurumları gibi binlerce müşterisine özel avantaj ve hizmetler sunuyor.



Hizmet Kanalları



- Özel portföy yönetim ayrıcalığı...
- Elektrik faturalarında tasarruf...
- Avantajlı tarife ve kampanyalar...
- Fırsatlar Dünyası avantajları...



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

“OSB’lerin doğru yönetimi, verimli çalışması ve denetlenmesi en az yeni OSB’lerin açılması kadar önemli”



Sevgili dostlarım,

Dünyada ilk kez 18. yy’ın sonlarında başlayan organize sanayi uygulamaları (OSB) ülkemizde endüstriyel üretiminin, kalkınmanın lokomotifi olarak belirlendiği 60’lı yıllardan itibaren gündemimize girdi. Dünya Bankası’nın desteğiyle 1962 yılında açılan Bursa OSB bu noktada ilk ve öncü oldu. T.C. Bilim, Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı verilerine göre o günden bugüne kadar açılan OSB’lerin sayısı ise 288’e ulaşmış durumda ve neredeyse artık her ilimizde bir OSB görmek mümkün.

Disiplinli sanayileşme, planlı kentleşme ve hızlı kalkınma açısından çok büyük önem taşıyan OSB’lerin gerekliliği asla yadsınamaz. Birbirini teşvik eden, tamamlayan iş kollarının yan yana olması, altyapı açısından sanayiciye sunduğu avantajlar, arıtma ve enerji gibi yatırımların müşterek kullanımına izin vermesi ve en önemlisi birlikteliğin getirdiği güçle yarattığı sinerji tartışılmaz. Ekonomimizin en önemli yapı taşlarından Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) yatırım ve işletme maliyetleri açısından en fazla tercih ettiği OSB’ler teşvik sistemi içinde de önemli bir rol oynuyor.

Ülkemizde sanayimizin gelişmesi ve ekonominin kalkınması açısından bu denli anahtar öneme sahip OSB’lerin doğru yönetimi, verimli çalışması ve denetlenmesi en az yeni OSB’lerin açılması kadar önemli bir konu. Çünkü yönetim ve denetim eksikliğinden kaynaklanan sorunlar OSB’de üretim yapan sanayicilerimizin önünde ciddi anlamda engeller oluşturuyor. Ülkemizde OSB’lerin bağlı bulunduğu T.C. Bilim, Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı’nın, işleyişte yaşanan ve sanayicinin önünde ciddi anlamda engel oluşturan konuları sanayici, yerel yönetim ve sektörel sivil toplum kuruluşlarının görüşleriyle ele alması ve gerektiğinde de yeni düzenlemelere gidilmesi gerektiğini düşünüyorum.

Konunun öneminden dolayı dergimizin bu sayısından itibaren OSB’ler üzerine yetkililerin, uzmanların, sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin, sanayicilerin ve yerel yönetimlerin görüşlerine yer vereceğimiz bir yazı dizisi başlatmaya karar verdik. Umuyorum ki; bu görüşler doğrultusunda ekonomimiz, sanayimiz, kentleşmemiz açısından bu kadar öneme sahip OSB’lerin

daha verimli bir üretim üssü olma noktasında bir fayda sağlayabilelim.

Ülke olarak kalkınmamızın yolu üretimden geçmektedir. Üretimi gündemimizin her daim en üst noktasında tutmak durumundayız. Bu anlamda sanayicimizin önündeki engelleri kaldırmak ve önünü açmak gerekiyor. Üreten ve dünyanın 211 ülkesine ihracat yapan sektörlerin temsil edildiği çatı kuruluşu Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) olarak üzerimize düşen görevi yerine getirmeye hazır olduğumuzu belirtmek istiyoruz.

Sevgi ve saygılarımla,

Hüseyin Öztürk

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu
Yönetim Kurulu Başkanı



AYMER YARN



ÇİFT SARGILI İPLİKLER

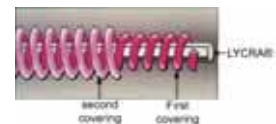
KULLANIM ALANLARI:

- 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	SEAMLESS
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



08

Planlı kalkınmanın, verimli üretimin merkezleri: Organize Sanayi Bölgeleri

ÜLKEMİZDE SANAYİNİN GELİŞMESİNE BÜYÜK KATKI SAĞLAYAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ UYGULAMALARINA, PLANLI KALKINMA DÖNEMİNE GİRİLDİKTEN SONRA 1962 YILINDA BAŞLANILMIŞTIR. GAYE, GERİ KALMIŞ BÖLGELERİN KALKINMALARINI TEŞVİK EDEREK SANAYİ YATIRIMLARINI BU BÖLGELERE ÇEKMEKTİR.



86

MODA TASARIMCILARININ YENİ
İLHAM KAYNAĞI:

Doğadan esinlenen tasarımlar

03 Başkan dan

16 MHGF'nin iftarında birlik, beraberlik ve kardeşlik mesajları verildi



MHGF İstanbul Dernekleri İftar Yemeği, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde 2 bin iş insanının katılımıyla gerçekleşti. Davette birlik, beraberlik ve kardeşlik mesajları verildi.

26 İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi 2015-2016 Mezunları diplomalarını törenle aldı

28 MODA ŞÖLENİ 11. KEZ KAPILARINI AÇTI: Çeşme Alaçatı'da 4 gün boyunca moda rüzgarı esti

30 MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk'ten 'darbe fırsatçılığı' uyarısı

32 EKONOMİ BAKANI NİHAT ZEYBEKÇİ: "17-20 bin ihracatçıya yeşil pasaport vereceğiz"

34 TÜR KONFED, HÜKÜMETE POLİTİKALARINI ANLATTI Ekonomik ve yapısal reform şart

38 Hazır Giyimde katma değeri yüksek üretim ve ihracat: Gelinlik Sektörü

42 MHGF BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK: "Gelinlik, hem duygusal hem de ekonomik anlamda özel bir ürün"

44 GELENEKSEL TÜRK GELİNLİĞİNDEN GÜNÜMÜZE Gelinliğin "Al"dan "Beyaz"a tarihsel yolculuğu

48 GESİD YÖNETİM KURULU BAŞKANI SELVİ BORİHAN:
"Gelinlik ve abiye sektöründe İstanbul ve İzmir
lokomotif"

52 "Avrupa kalite noktasında Türk gelinliğini
tercih ediyor"

56 EGSD YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUKADDER ÖZDEN:
"IF Wedding ile artan pazar sektöre istikrar getirdi"

56 MK-MODA DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI İZZET AVCI:
"Mimar Kemalettin, İzmir'de gelinliğin merkezi"

68 IF Wedding Fashion İzmir 2017'ye hazırlanıyor!

74 Tekstil ve hazır giyim özelinde markalaşma ve
markanın korunması

78 "Delta Teknoloji Müzesi Çatalca" ile zamana yolculuk

82 İNSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI ZAFER ÖZBİLGE:
"Nakış, hazır giyime önemli katma değer sağlıyor"



38

**Özel Dosya: Gelinlik
sektörünün üretim
ve ihracat gücü**



70

**Hukuk: Esnek
Çalışma Yasası ya da
geçici işçi çalıştırma**



**İmtiyaz Sahibi ve
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Adına
İmtiyaz Sahibi
Hüseyin Öztürk

Genel Yayın Yönetmeni

Abbas Özpınar

Editör

Berna Özpınar

Görsel Yönetmen

Abbas Özpınar

İngilizce Çeviri

Başak Bilgetekin

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

Ömür Matbaacılık A.Ş.
Beysan Sanayi Sitesi
Birlik Cad. No: 20
Haramidere-Beylikdüzü / İstanbul
Tel: +90 (212) 422 76 00
Fax: +90 (216) 422 46 00
www.omur.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

Sayı

Nr:18 2016/2

MAYIS-HAZİRAN / TEMMUZ-AĞUSTOS 2016

» Yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına,
ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir.

» Yazı ve haberler kaynak gösterilerek kullanılabilir.

Planlı kalkınmanın, verimli üretimin merkezleri: Organize Sanayi Bölgeleri

ÜLKEMİZDE SANAYİNİN GELİŞMESİNE BÜYÜK KATKI SAĞLAYAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ UYGULAMALARINA, PLANLI KALKINMA DÖNEMİNE GİRİLDİKTEN SONRA 1962 YILINDA BAŞLANILMIŞTIR. GAYE, GERİ KALMIŞ BÖLGELERİN KALKINMALARINI TEŞVİK EDEREK SANAYİ YATIRIMLARINI BU BÖLGELERE ÇEKMEKTİR.



Organize Sanayi Bölgesi Müteşebbis Heyetlerine, Bakanlığımızca düşük faizli, uzun vadeli krediler verilmekte ve sanayiciler için altyapısı tamamlanmış sanayi parselleri hazırlanmaktadır.

Bakanlığımızca, 635 sayılı Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname çerçevesinde; Yatırım Programında yer alan Organize Sanayi Bölgelerinin (OSB) altyapı inşaatları, Sanayi Siteleri (SS) projelerinin ise üst yapı inşaatlarının %70'ine kadar olan kısmı ile altyapı inşaatlarının tamamı kredi ile desteklenmektedir.

Bakanlığımız, girişimcilğe, yenilikçiliğe, bilimsel gelişmeye ve yüksek katma değerli, teknoloji üretimine dayalı, bilgi tabanlı ve rekabetçi ekonomik yapısıyla, dünyanın en gelişmiş on ülkesi arasında yer alan bir Türkiye'nin oluşumunda öncül görevini üstlenmiştir.

Bakanlığımızca kuruluş işlemleri tamamlanan 288 OSB vardır. Bugün itibarıyla tüm OSB'lerde 49.255 sanayi parselinde üretime geçilmiş ve yaklaşık 1.600.000 kişiye istihdam imkanı sağlanmıştır. OSB'lerdeki boş parsellerin tahsisinin yapılarak üretime geçmesiyle birlikte bu sayının 2.200.000 kişiye ulaşması beklenilmektedir.

**Bakanlık desteğiyle
1962 yılından 2015
sonuna kadar 30 bin
hektarın üzerinde
OSB projesi hizmete
sunuldu**

Bakanlığımız kredi desteği ile 1962 yılından 2015 yılı sonuna kadar 30.515 hektar büyüklüğünde 166 Organize Sanayi Bölgesi projesi (yol, içmesuyu, kanalizasyon, yağmur suyu, elektrik vs işleri tamamlanan) hizmete sunulmuştur. Bununla birlikte, yatırım programlarına eksik işleri ile artırma tesislerinin tamamlanması amacıyla dahil edilen 30



adet proje de dahil olmak üzere toplam 196 OSB projesine kredi desteği verilmiştir. Tamamlanan bu projeler için Bakanlığımızca 2016 yılı fiyatlarıyla toplam 3.600.000.000 TL tutarında kredi kullanılmıştır.

Bakanlığımız 2016 yılı Yatırım Programında; 9'u yeni proje olmak üzere, toplam 89 OSB projesi yer almaktadır. 2016 yılı sonu itibarıyla 8 OSB projesi daha tamamlanarak sanayicilerimizin hizmetine sunulacaktır.

Ergene Havzası Koruma Eylem Planı kapsamında

Bakanlığımız 2016 yılı Yatırım Programında yer alan OSB'lere ait 5 atık su arıtma tesisinin inşaatı devam etmekte olup, 2016 yılı içerisinde tamamlanması planlanmaktadır. Arıtma tesislerinde arıtılmış atık suların Marmara Denizine deşarjını sağlayacak "Derin Deniz Deşarj + Kollektör Hattı" projesinin Tüneller (A ve B), Kollektör Hattı ve Derin Deniz Deşarj kısmının yapım işi ihaleleri 2015 yılında sonuçlandırılmış olup, bu işin proje bileşenlerinden olan Kara Boru Hattı, Tünel A ve Derin Deniz

Deşarjı inşaatlarına başlanılmıştır. 2019 yılı sonuna kadar "Derin Deniz Deşarj + Kollektör Hattı" projesi ile birlikte, eylem planı kapsamında yer alan 8 OSB projesinin altyapı inşaatının da tamamlanması hedeflenmektedir.

**2023 hedefi:
70 yeni OSB kurarak
1 milyon ilave istihdam
oluşturmak**

OSB'ler; 15/04/2002 tarihli ve 24021 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 4562 sayılı Organize Sa-





OSB'ler enerji, arıtma gibi altyapı yatırımları açısından da sanayiye önemli avantajlar sunuyor. Önümüzdeki dönemde enerji ve hammaddelerin verimli bir şekilde kullanıldığı, atıkların minimize edildiği, işletmeler arası malzeme ve enerji değişimlerinin üst düzeyde olduğu, yerel toplum ile entegrasyonun sağlandığı, ekonomik büyüme, ekolojik kalite ve sosyal dengenin kurulduğu Yeni Nesil OSB'ler kurulması planlanmaktadır.

nayi Bölgeleri Kanununa ve bu kanuna bağlı olarak çıkartılan Organize Sanayi Bölgeleri Uygulama Yönetmeliğine, Organize Sanayi Bölgeleri Yer Seçimi Yönetmeliğine ve Organize Sanayi Bölgelerinde Yer Alan Parsellerin Gerçek veya Tüzel Kişilere Tamamen veya Kısmen Bedelsiz Tahsisine Dair Yönetmeliği tabidir.

Müteşebbis Heyet, OSB'nin en üst karar organıdır

OSB'ler; Müteşebbis Heyet (işletme aşamasında Genel Kurul), Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu ve Bölge Müdürlüğü organları ile iş ve işlemlerini yürütür. Müteşebbis

Heyet, OSB'nin en üst karar organıdır.

Yönetim Kurulu, OSB'yi temsil ve ilzam etmek, kanun, yönetmelik, kuruluş protokolü, ana sözleşme ve benzeri düzenlemeler ile Müteşebbis Heyet ve Genel Kurul kararları çerçevesinde OSB'nin sevk ve idaresini yürütmek, gelişmesi için her türlü tedbiri almak üzere Müteşebbis Heyet üyeleri arasından oluşturulan kuruldur.

Denetim Kurulu, OSB'nin hesap, işlem ve defterlerini inceleyen kuruldur.

Bölge Müdürlüğü, Bölge Müdürü ile yeteri kadar idari ve teknik personelden oluşur. Yönetim Kurulunun kararları ve

talimatları çerçevesinde OSB'nin sevk ve idaresini yürütmekle görevlidir.

İmar planına göre arazi kullanımı, yapı ve tesislerin projelendirilmesi, inşası ile işyeri açma ve çalışma ruhsatları OSB tarafından verilir ve denetlenir.

Kuruluş Amaçları ve Ekonomiye Katkısı

OSB uygulamaları, bölgesel ihtiyaçların karşılanmasında, işsizlik, çarpık kentleşme ve çevre sorunlarına çözüm bulunmasında büyük rol oynamaktadır. Bu nedenle de OSB planlı kalkınma programlarının önemli bir unsuru olmuş ve bulundukları illerin sanayisinin gelişmesinde katkı sağlamıştır.

OSB'ler; yatırımların işbirliğiyle yapılmasına, enerji, çevre ve ulaşım gibi asgari altyapı şartlarının tek bir elden yönetilmesine, üretim maliyetlerinin azaltılmasına ve kalite standardının yükselmesine zemin hazırlamaktadır. Üretim faaliyetlerinin verimli bir şekilde yürütülmesi için gerekli olan tek durak ofis hizmetlerinin (ruhsat, izin, abonelik) düşük maliyetli ve hızlı şekilde verilmesi ve bürokratik engellerin azaltılmasını da sağlamaktadır.

Ekonomik kalkınmaya hızlandırıcı, bölgesel dengesizlikleri giderici, kentsel gelişmeyi yönlendirici ve çevre koruma amaçlarını ger- çekleştirici işlevleri var

Ayrıca, OSB'ler ticaret ve finansman kuruluşlarını bu bölgelere çekerek gelişen ekonomik ortam ile birlikte, sosyo-kültürel olanakların da artışına imkân sağlayarak, ekonomik kalkınmayı hızlandırıcı, bölgesel dengesizlikleri giderici, kentsel gelişmeyi yönlendirici ve çevre koruma amaçlarını gerçekleştirici işlevlerini yerine getirmektedir.

OSB uygulamaları ile OSB'lerde yer alan yatırımcılara; yeni yönetim ve pazarlama modelleriyle ilgilenmeleri, Ar-Ge faaliyetlerine yönelmek suretiyle daha rekabetçi olmaları, uluslararası pazarlarda rekabet edebilir düzeyde tasarım, pazarlama modelleri ve üretim teknolojileri geliştirmelerine imkânı sağlamaktadır. Böylece, teknik yenilikleri araştırma, geliştirme, uygulama ve yayılmasına ilişkin kurumsal örgütlenmelerde kolayca gerçekleştirebilmektedir.

OSB'lerin ekonomik kalkınmayı hızlandırıcı işlevi,

Rakiplerinden 100 kg. daha fazla
ÜRETİM KAPASİTESİ

UNITEX

YUVARLAK ÖRGÜ MAKİNELERİ



ÜÇ İPLİK
UBX 3DF

MERKEZ

Akçaburgaz Mahallesi 3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBULTel: 0212 866 91 00Fax: 0212 381 63 83

ŞUBELER

Hadımköy (Teknik Servis): Akçaburgaz Mahallesi 3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBUL.....Tel: 0212 866 95 00.....Fax: 0212 381 63 83
Hadımköy Mağaza: Akçaburgaz Mahallesi 3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBUL.....Tel: 0212 866 99 53-54.....Fax: 0212 381 63 83
Merter Şubesi: Keresteciler Sitesi Sancak Sok. No: 7 Merter / İSTANBULTel: 0212 507 85 13.....Fax: 0212 381 63 83
Bayrampaşa Şubesi: Maltepe Cad. Nebati Triko İş Merkezi No: 46-48 C Bayrampaşa/İSTANBUL.....Tel: 0212 501 88 68.....Fax: 0212 501 88 64
Bursa Şubesi: Yunus Emre Mah. DSI Altı Kırkpınar Cd. No:44 Yıldırım/BURSATel: 0224 250 34 77.....Fax: 0224 272 17 11
İzmir Şubesi: Kemalpaşa Caddesi No: 14 MTK Sitesi Altındağ / İZMİRTel: 0232 431 88 00/6 hatı.....Fax: 0232 431 88 07
Ankara Şubesi: Gökkuşluğu Mah. Gökkuşluğu Cad. No : 45 Balgat- Çankaya- ANKARA.....Tel: 0312 473 81 84.....Fax: 0312 473 79 35
Denizli Şubesi: Ankara Asfalt Üzeri Darta Benzin İstasyonu Yanı - DENİZLİ.....Tel: 0258 251 06 98-99.....Fax: 0258 251 11 67
Gaziantep Şubesi: Kocaoğlu mah. 47001 Sok. No:71 Unaldı (Türk Petrol arkası) Şahinbey /GAZİANTEP.....Tel: 0342 325 80 00.....Fax: 0342 325 19 04



TETAŞ

İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

Güvenli Hizmet

www.tetas.com.tr
www.tetasgrup.com

üretimde rasyonellik ve verim artışı yoluyla gerçekleşmektedir. Artan verimlilikle elde edilen sermaye birikimi, yeni yatırımlar yoluyla da işsizlik sorununa çözüm getirilmektedir.

Sanayinin giderek gelişmesi, daha nitelikli altyapı ihtiyacını çıkararak, güvenli bir yatırım yeri olan Organize Sanayi Bölgelerinin önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Enerji verimli kullanılıyor, atıklar minimize ediliyor, işletmeler arası elektrik ve malzeme değişimi sağlanıyor

Enerji ve hammaddelerin verimli bir şekilde kullanıldığı, atıkların minimize edildiği, işletmeler arası malzeme ve enerji değişimlerinin üst düzeyde olduğu, yerel toplum ile entegrasyonun sağlandığı, ekonomik büyüme, ekolojik kalite ve sosyal dengenin kurulduğu Yeni Nesil OSB'ler kurulması planlanmaktadır.

Böylece, OSB uygulamaları aracılığıyla ülkemizin yüksek teknolojiye dayalı, verimli, çevreye duyarlı, dışa bağımlılığı azaltan ve yüksek katma değerli bir üretim yapısına sahip sanayinin gelişimine katkı sağlanmaktadır.

Türk Sanayisinin; rekabet edebilirliğinin ve verimliliğinin yükseltilmesi, dünya ihracatından daha fazla pay alması, ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve ileri teknoloji ürünlerin üretilmesi, nitelikli işgücüne sahip ve aynı zamanda çevreye ve topluma duyarlı bir sanayi yapısına dönüştürülmesidir.

Günümüzde Türkiye ekonomisinin içinden geçmekte olduğu tempolu büyüme ve modernleşme sürecinde OSB'ler, yerel bölgelerin ekonomik ve sosyal gelişimlerine önemli katkıda bulunmaktadır. Hızla dış dünyayla bütünleşen ekonomilerde başarının temel parametresi rekabettir. OSB'lerde çok sayıda ve çeşitli sektörlere sahip fabrikaların kümelenme gibi çeşitli sanayi politikaları ile birleşerek rekabet güçlerini artırmaları küresel ekonomi için çok önemlidir. OSB uygulamalarıyla, bölgesel hammadde kaynaklarının aynı yörede işlenebilmesi ya da başka bölgelerde gerçekleştirilen ara mal üretimlerinin mamul üretimine dönüştürülmesi ile kırsal ve kentsel ekonomilerin canlılık kazanması da sağlanmaktadır.

T.C. Bilim, Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı

Türkiye Genelindeki 288 OSB'nin illere göre dağılımı

Adana	3	Karabük	1
Adıyaman	4	Karaman	1
Afyonkarahisar	9	Kars	1
Ağrı	1	Kastamonu	4
Aksaray	1	Kayseri	3
Amasya	3	Kırıkkale	3
Ankara	11	Kırklareli	4
Antalya	2	Kırşehir	3
Ardahan	1	Kilis	1
Aydın	7	Kocaeli	12
Balıkesir	5	Konya	9
Bartın	1	Kütahya	5
Batman	1	Malatya	4
Bayburt	1	Manisa	7
Bilecik	6	Mardin	2
Bingöl	1	Mersin	2
Bitlis	1	Muğla	1
Bolu	4	Muş	1
Burdur	3	Nevşehir	2
Bursa	18	Niğde	2
Çanakkale	2	Ordu	3
Çankırı	6	Osmaniye	2
Çorum	3	Rize	2
Denizli	3	Sakarya	7
Diyarbakır	2	Samsun	5
Düzce	4	Siirt	1
Edirne	1	Sinop	2
Elazığ	1	Sivas	4
Erzincan	1	Şanlıurfa	3
Erzurum	3	Şırnak	2
Eskişehir	2	Tekirdağ	13
Gaziantep	4	Tokat	5
Giresun	2	Trabzon	4
Gümüşhane	1	Tunceli	1
Hatay	5	Uşak	3
Iğdır	1	Van	2
Isparta	3	Yalova	4
İstanbul	8	Yozgat	2
İzmir	13	Zonguldak	3
K.Maraş	4		



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.

Organize Sektörel kümelenme: İhtisas OSB'ler

22/08/2009 TARİH VE 27327 SAYILI RESMÎ GAZETE'DE YAYIMLANAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ UYGULAMA YÖNETMELİĞİ'NDE İHTİSAS OSB'LER "AYNI SEKTÖR GRUBUNDA VE BU SEKTÖR GRUBUNA DAHİL ALT SEKTÖRLERDE FAALİYET GÖSTEREN TESİSLERİN YER ALDIĞI OSB'LER İLE LOJİSTİK AMA-CIYLA KURULAN OSB'LER" ŞEKLİNDE TANIMLANMAKTADIR.

İhtisas OSB'lerin kuruluşları Valilikle-
rin talebi doğrultusunda gerçekleş-
mektedir. Organize Sanayi
Bölgeleri Uygulama Yönetmeliğinin "Baş-
vuru" başlıklı 5'inci maddesinde; ihtisas
OSB yer seçimi talebinin değerlendirmeye
alınabilmesi için başvuru şartları belirlen-
miş olup ihtisas OSB için de başvuru yapıl-
ması durumunda, söz konusu talepler
değerlendirilmektedir.

İhtisas OSB'ler, sinerji yaratarak rekabet ve dayanışmanın artırılmasını sağlıyor

Bu bölgelerin kuruluşları yerel yöne-
timlerin talebi doğrultusunda gerçekleş-
mektedir. Aynı iş kolunda faaliyet gösteren
işletmeler ve üreticiler arasında sinerji ya-
ratarak rekabet ve dayanışmanın artırılma-
sını sağlayan, ortak pazarlama, ar-ge, bilgi
paylaşımı, eğitim imkanı, kredi temini, da-
nışmalık hizmetleri, idari, sosyal, makine

parkı ve teknik ünitelerin ortak kullanı-
mına imkan vermesinin yanısıra kurulduğu
bölgeye ve ülke ekonomisine ekonomik ve
sosyal katkı sağlayan İhtisas OSB'lerin ku-
rulmasına Bakanlığımızca da önem veril-
mekte olup, kuruluşları desteklenmektedir.

İhtisas OSB'lerin kuruluş amacı; belirli
yörelerde hammadde (Afyon / mermer ya-
takları) kaynaklarına bağlı veya gelenek-
lere dayalı (İstanbul, Bursa, Uşak, Niğde,
Isparta / dericilik) olarak yapılan üretimin,
daha sağlıklı çalışma koşullarında, çevreye
duyarlı, ileri teknoloji kullanımının sağla-
narak rehabilite edilmesine dayandırılmak-
tadır. Karma OSB'lerin kurulma
aşamasında mevcut üretim kapasitesini
belirlemekte güçlükler yaşanabilmekte
iken ihtisas OSB'lerde mevcut sanayinin ta-
şınması söz konusu olduğundan üretim
kapasitesi belirlenerek planlı (imar, altyapı,
çevre, sağlık, vb.) sanayinin kurulması sağ-
lanabilmektedir.

Bazı yerlerdeki OSB'ler, ihtiyaçlar doğ-
rultusunda " deri, besi, plastik, kimya, mer-
mer, haddeciler, tekstil boyahaneleri, boya
ve vernik, gıda, sera, otomotiv yan sanayi,
makine ve imalat sanayi "gibi tek bir sa-
nayi türünü bünyesinde barındıran İhtisas
OSB'ler olarak planlanmıştır.

Yatırım Programında yer alan kalkın-
mada öncelikli yörelerde yapılacak OSB'ler
ile biyoteknoloji, gen mühendisliği, bilgi ve
iletişim teknolojileri, yeni malzeme tekno-
lojileri, temiz enerji teknolojileri, uzay tek-
nolojileri ve benzeri ileri teknoloji
gerektiren İhtisas OSB'lere talepleri ha-
linde; arsa, altyapı ve genel idare giderleri
kredisi, diğer yörelerdeki OSB'lere ise; alt-
yapı ve genel idare giderleri kredisi bütçe
imkanları içerisinde verilmektedir.

Firmalar arasında güçlü bir ağ yapının oluşmasını ve yenilik yaratma potansiyelini artırıyor

Bununla birlikte, yatırım ve işletme için
gerekli altyapının sağlandığı ihtisas OSB'ler
özellikle firmalar arasında güçlü bir ağ yapı-
nın oluşmasını, en önemlisi yenilik yaratma
potansiyelini artırmaktadır. Tedarik zinciri-
nde yer alan tarafları birbirine yakınlaştı-
rarak verimlilik artışını sağlamakta,
sanayici tarafından ekonomik bir şekilde
üretim alınmasını kolaylaştırmaktadır. Sek-
tör firmalarının OSB'ler dışında faaliyet
gösteren firmalar karşısında çevre ve sos-
yal maliyetler açısından daima avantajları
bulunmaktadır.

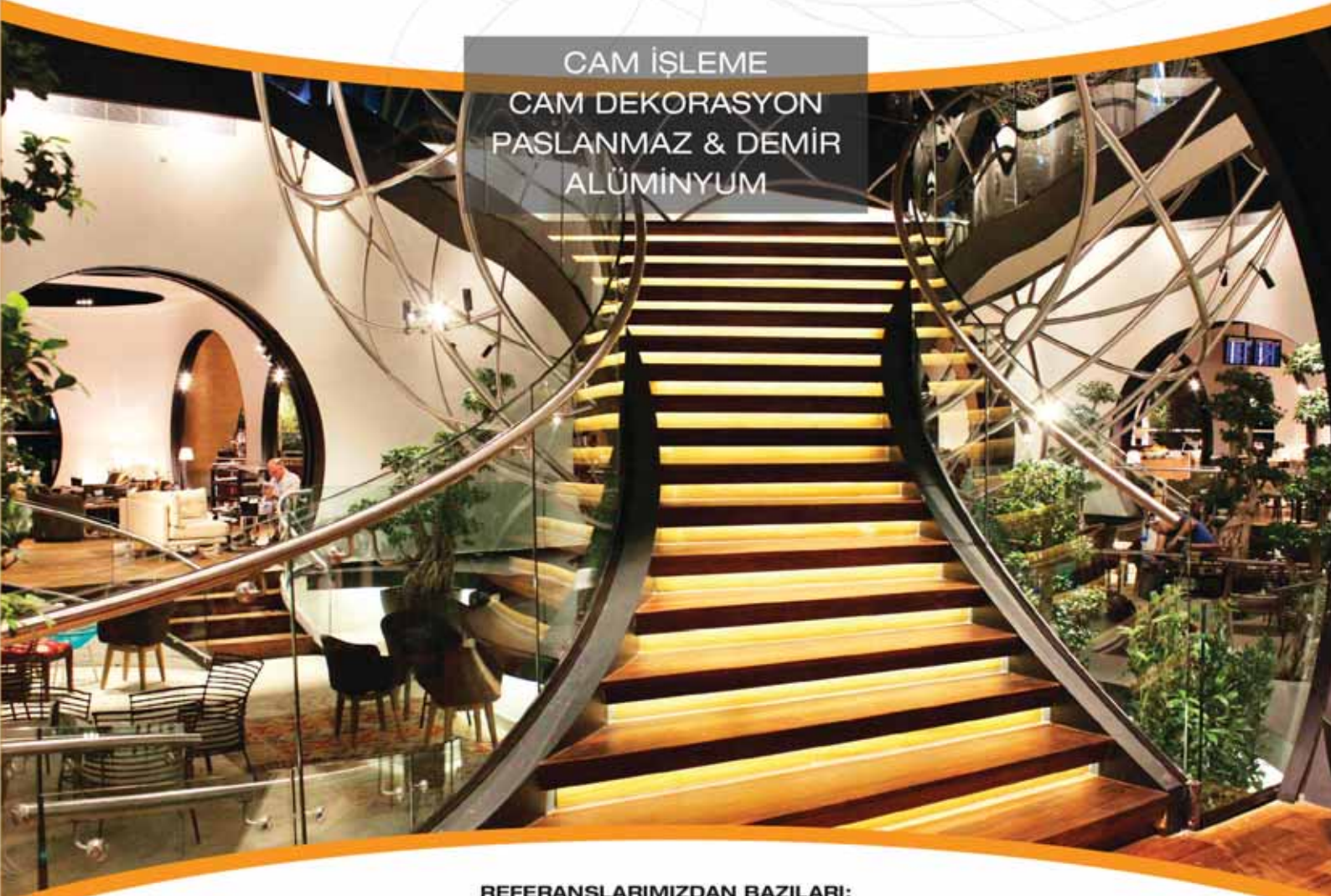
Bugüne kadar T.C. Bilim, Teknoloji ve
Sanayi Bakanlığı'ndan sicil almış 40 adet
İhtisas OSB bulunmaktadır.

T.C. Bilim, Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı



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 Hakko Evi (İO Yapı)
- Vakko Zorlu AVM
- Beymen Zorlu AVM
- Conrad Otel
- Berenice
- Miu Miu Mağazası İstinyepark
- Prada Mağazası
- Mango Taksim Mağazası
- La Gazetta Mağazaları
- Gizia Mağazaları
- Apartman 18 Erenköy (Aytaç İnşaat)
- Adel Kalemciilik (Aytaç İnşaat)
- Ankanlı 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
- Kocacıkloğlu 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

MHGF'nin iftarında birlik, beraberlik ve kardeşlik mesajları verildi



MHGF İSTANBUL DERNEKLERİ İFTAR YEMEĞİ, TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ'NDE 2 BİN İŞ İNSANININ KATILIMIYLA GERÇEKLEŞTİ. DAVETTE BİRLİK, BERABERLİK VE KARDEŞLİK MESAJLARI VERİLDİ.

Tekstil, hazır giyim, moda, deri ve deri konfeksiyon alanında Türkiye genelinde 23 sektörel ve bölgesel derneği temsil eden çatı kuruluşu MHGF'nin iftar yemeği 2 bin iş insanının katılımıyla TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde

gerçekleştirildi. Federasyona bağlı sekiz İstanbul derneğinin ev sahipliğini yaptığı organizasyona Esenyurt Kaymakamı Ekrem İnci, Beylikdüzü, Esenyurt ve Büyükçekmece belediyelerinden temsilciler, MHGF'ye bağlı derneklerin başkanları ve yönetim kurulu üyeleri ile oda, birlik ve sivil toplum kuruluşlarının başkan ve temsilcileri, MHGF'nin çözüm ortakları, akademisyenler, emniyet teşkilatından yetkililer ile Federasyonun İstanbul derneklerine bağlı firmalar katıldı.

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk:
"Bu güzel birlikteli tablosunu tüm Türkiye'ye ve İslam alemine hediye etmek istiyorum"

Ünlü haber spikeri Mehmet Aydın'ın moderatörlüğünü yaptığı programın ilk konuşmacısı

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk oldu. İftarda, ülkenin, sektörün ve iş dünyasının zenginlikleri ve renklerinin bir araya geldiğini belirten Öztürk, "Bu salonda sergilenen birlikteliğin, kardeşliğin ve barışın tüm ülkemize ve İslam dünyasına örnek olmasını diliyorum" dedi.

"İstihdamda ve özellikle kadın istihdamında öncü sektörüz"

Konuşmasında sektörün ekonomik gücüne de değinen Öztürk, "Türkiye istihdamda özellikle kadın istihdamında, üretimde çok önemli bir yer alan özkaynağı ile hareket eden, tekstil, hazır giyim, moda, deri, deri konfeksiyon sektörlerini temsil eden 23 derneği barındıran üst çatı kuruluş MHGF'nin İstanbul'daki sekiz derneği ilk kez bir araya gelerek birlikteliğin güzelliğini gösterdi" dedi.





Hüseyin Öztürk
MHGF Başkanı



Tarkan Kadooğlu
TÜRKONFED Başkanı



İsmail Güllü
İTHİB Başkanı



Umut Oran
Sektör Üyesi, Siyasetçi



Fikri Kurt
ÖRSAD Başkanı

Sektörün, 1983 yılında ülke ihracatına önderlik eden, kotalarla günlerce ihracatçı birliğinin kapısında bekleyen, Anadolu'dan büyük şehirlere gelen göçebe bir kültürün sektörü olduğunu söyleyen Öztürk, "Mesai arkadaşlarımız, parayı, bizlerle yaşamayı, aşkını, sevdasını bu sektörde kazandı. Bütün çalışanlarımıza, çaycı ablamızdan, TIR şoförüne kadar bize omuz veren dostlarımıza teşekkür ediyorum. Hep söylediğim gibi ülkemizin kaynak so-

runu yok. İsteddiğimizde bir araya gelebiliyoruz, istediğimizde gönüllerimizi bir araya getirebiliyoruz, istediğimizde birlikte üretebiliyoruz, istediğimizde bu coğrafyada birlikte kardeşçe yaşayabiliyoruz. Ben bu güzel birliktelik tablosunu tüm Türkiye'ye ve İslam alemine hediye etmek istiyorum" diye konuştu.

Öztürk konuşmasında MHGF İstanbul Dernekleri İftar Yemeği'ne katılan İstanbul derneklerine, sponsorluklarıyla

katkı sağlayan TÜYAP Fuarcılık, Anadolu İplik, İTHİB, Sanko Tekstil ve Rapsodi Çorap ile davete katılan tüm konuklara teşekkür etti.

TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu, "Terörün bittiği ve kardeşliğin galip geldiği bir ülke diliyorum"

Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) Başkanı Tarkan Kadooğlu ise yaptığı konuşmada, bir yandan

ülkenin ekonomisine katma değer sağlarken, diğer taraftan ülkenin en büyük sorunu olan işsizliğe en önemli çözüm noktası olan MHGF'nin yaptığı işi ibadet olarak gördüğünü kaydetti. Kadooğlu, "Bir an önce barışın, sevginin ve huzurun üstün geldiği, terörün bittiği ve kardeşliğin galip geldiği bir ülke diyorum" diye ifade etti. Kadooğlu sözlerini şöyle sürdürdü:

"Hükümetimizden bir an önce ekonomik reformların devreye sokulmasını talep ediyoruz"

"Ülkemizin bu kadar sıkıntılara rağmen ilk çeyrekte 4,8 büyümesine şahitlik ettik. Bu şahitliğin içerisinde bu ülkenin dinamiklerinin, iş insanlarının ne kadar başarılı olduklarını gördük. Bizi mutlu eden 4,8'lik büyümenin sürdürülebilir olmasını diliyorum. Bunun yolu da sadece inşaat ve kamu harcamalarıyla değil, üretim ve ihracatla olabilir. Üretimi güçlendirmemiz lazım. Yeni kurulan hükümetimizden de bir an önce ekonomik reformların devreye sokulmasını talep ediyoruz. TÜRKONFED olarak 7 milyon istihdam sağlayan



AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf
Malzemeleri
- Teknik Servis



M. Nesih Özmen Mah. Fatih Cad. Zakkum Sk. No: 10 PK 34173 Merter / İstanbul
Tel : +90 212 637 25 30 (Pbx) Faks : +90 212 637 88 25 - barkod@akbarkod.com



www.akbarkod.com



**MHGF İstanbul Dernekleri İftar Yemeği'nde
ünlü TV Programcısı ve Ekonomist
Cem Seymen küresel rekabette
Türkiye'nin konumunu rakamlarla ortaya koyan
bir sunum gerçekleştirdi.**

*Türkiye'nin ihracat artışının iki misli
üzerinde artış yapıyorsunuz. Bu çok büyük
bir emek ve fedakarlık. Elinizi taşın altına
koyarak, rekabet ederek bu ülkeye milyar-
laca dolar getiriyorsunuz”*

bir yapıyız. Türkiye genelinde
186 dernek, 24 federasyon, 24
bin 100 iş insanı ve 40 bin şir-
ketle Türkiye'nin kalkınmasına
hizmet ediyoruz.”

**İTHİB Başkanı
İsmail Gülle:
“Çok güzel bir sivil
toplum dayanışması
gösteriyorsunuz”**

İstanbul Tekstil ve Ham-
maddeleri İhracatçılar Birliği
(İTHİB) Başkanı İsmail Gülle,
MHGF'nin iftar yemeğinin bu-
güne kadar bir sektörel sivil
toplum örgünün yapmış ol-
duğu en büyük iftar organizas-

yonu olduğuna dikkat çekerek,
“Burada çok güzel bir Ramazan
resmi oluşturunuz, çok
güzel bir sivil toplum dayanış-
ması gösteriyorsunuz, çok
güzel bir tekstil sektörü gücü
gösteriyorsunuz” diyerek MHGF
ve emeği geçenleri kutladı.

Tekstil ve hazır giyim
toplum 30 milyar dolar ihra-
catla Türkiye'nin 2023'e gittiği
süreçte birinci sektör olduğuna
dikkat çeken İTHİB Başkanı
Gülle, “Türkiye'nin ihracat
artışının iki misli üzerinde
artış yapıyorsunuz. Bu çok
büyük bir emek ve fedakarlık.
Elinizi taşın altına koyarak,
rekabet ederek bu ülkeye
milyarlara dolar getiriyorsunuz”
diye kaydetti.

Daha sonra kürsüye gelen
tekstil ve hazır giyim alanında
ulusal ve uluslararası birçok
görev almış, eski sektör men-
subu ve siyasetçi Umut Oran,
tekstil ve hazır giyim Türkiye'nin
hala en önemli ve en ön-
celikli sektörü olduğunun altını
çizerek, “Yaklaşık 40 yıldır bu
özellikli sektör korumaktadır. Tarla-
daki pamuktan, mağazalara
kadar uzanan, katma değer
üreten, muazzam bir değer zin-
cirini bir arada oluşturan bir
sektör” dedi.

**Umut Oran:
“Tekstil ve hazır giyim,
sosyal barışı yaratan
bir sektör”**

Türkiye'nin ve dünyanın zor
bir durumdan geçtiğini belirten



**MHGF İstanbul Dernekleri İftar Yemeği'nde
ünlü TV Programcısı ve Ekonomist
Cem Seymen küresel rekabette
Türkiye'nin konumunu rakamlarla ortaya koyan
bir sunum gerçekleştirdi.**

SANKO Tekstil



GÜÇLÜ



DİNAMİK



ÜRETKEN

www.sankotextile.com

www.sankopazarlama.com

Oran, tekstil ve hazır giyim in terör belasına panzehir olan, iş ve aş üreten, sosyal barışı yaratan bir sektör olduğunu vurgulayarak, "Ekonomiye, istihdama, ihracata, ticarete katkınız oluyor ama sosyal barışa da çok büyük katkınız oluyor. Onun için çok önemli bir görevi üstleniyorsunuz. 'Her fabrikamız kaledir' bakın bu 1934 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ümüzün Nazilli Basma Fabrikası'nı kurduğu zaman kapısına yazdığı sözdür. Tekstil ve hazır giyim fabrikaları da Türk ekonomisinin kaleleridir. Bu kalelerimize sahip çıkmamız, korumamız ve çoğaltmamız lazım. Güçlü bir ülke istiyorsak, güçlü bir ekonomiye sahip olmalıyız. Ama hiç unutmayalım, güçlü bir ekonomiyi de güçlü bir demokrasi ile sağlayabiliriz. TBMM'de de yazdığı gibi 'Egemenlik kayıtsız şartsız millettindir', yani sizindir. Bu güçlü ekonomiyi hep beraber sivil toplum örgütleriyle, kurumlarla, bireylerle sağlamamız gerekiyor. Güçlü bir ülke, güçlü bir demokrasi ve onun teme-

linde de yatan güçlü bir adalet. Eğer adaletimiz güçlü olursa, demokrasimiz güçlü olursa, ekonomimiz de güçlü olur, ülkemizde güçlü ve itibarlı olur" diye konuştu.

**ÖRSAD Başkanı
Fikri Kurt:
"Sanayici ve iş adamları
olarak çalışanlarımızla
birlikte devletimizin ya-
nında olmaya devam
edeceğiz"**

MHGF'nin iftar organizasyonuna katılan İstanbul dernekleri adına bir konuşma yapan Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD) Başkanı Fikri Kurt da birlik ve beraberliğe dikkat çekti. Terörü kınayan Kurt, şehit olan güvenlik güçlerine ve yaşamını yitiren masum vatandaşlara Allah'tan rahmet, yaralılara acil şifalar diledi ve "Sanayici ve iş adamları olarak çalışanlarımızla birlikte, şimdiye kadar olduğu gibi bundan sonra da tüm unsurlarımızla beraber devletimizin yanında yer almaya devam edeceğiz" dedi.

Konuşmasında tekstil sektörünün sorunlarına da değinen ÖRSAD Yönetim Kurulu Başkanı Fikri Kurt, ihracatın doğru bir şekilde yapılması gerektiğine dikkat çekti ve tekstil sektörünün büyüyüp gelişmesine rağmen, Türkiye'nin bir tekstil makinesi yapacak konuma gelememesinin üzücü olduğunu kaydetti. Konuşmasında haksız iflas ertelemeler ve karşılıksız çeklere de değinen Başkan Fikri Kurt, ülkeye zararı olanların yasalarla korunmasının sektörü zor durumda bıraktığını söyledi.

**Cem Seymen'in sunumu
ve yöresel sanatçıların
türkülerini geceyi
renklendirdi**

Gecede ünlü TV Programcısı ve Ekonomist Cem Seymen de küresel rekabette Türkiye'nin konumunu rakamlarla ortaya koyan bir sunum gerçekleştirdi.

Gece, yöresel sanatçıların yurdun dört yanından seslendirdiği türkülerle sona erdi.

"Türkiye istihdamda özellikle kadın istihdamında, üretimde çok önemli bir yer alan özkaynağı ile hareket eden, tekstil, hazır giyim, moda, deri, deri konfeksiyon sektörlerini temsil eden 23 derneği barındıran üst çatı kuruluş MHGF'nin İstanbul'daki sekiz derneği ilk kez bir araya gelerek birlikteliğin güzelliğini gösterdi"



Yaptığı sunumla MHGF İstanbul Dernekleri İftarı'na farklı bir boyut katan TV Programcısı ve Ekonomist Cem Seymen'e de katkılarından dolayı bir plakettakdim edildi.





MHGF Bşk. Öztürk, TÜYAP Yön. Krl. Bşk. Bülent Ünal'a (Sağda) plaket verirken.



İTHİB adına plaketi İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Osman Ege aldı.



Anadolu İplik adına teşekkür plaketini ÖRSAD Başkanı Fikri Kurt aldı.



MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, SANKO Tekstil firması adına plaketi Vedat Başşimitçi'ye verdi.



Rapsodi Çorap'tan Şirin Sağlam plaketini MHGF Başkanı Öztürk ve PENKON Başkanı Mehmet Haskaya'dan aldı.



Gecenin moderatörü ünlü haber spikeri Mehmet Aydın'a da katkılarından dolayı bir plaket verildi.



MHGF İstanbul Dernekleri İftar Yemeği, MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk ile birlikte İstanbul Dernekleri; ÖRSAD Başkanı Fikri Kurt, KYSD Başkanı Dr. Murat Özpehlivan, İNSAD Başkanı Zafer Özbilge, TRİSAD Başkanı Mustafa Balkuv, ÇSD Başkanı Bülent İyikülâh, GESİD Başkanı Selvi Borihan, FAGİDER Başkanı Ayla Erdim ve TEMKA Başkanı Prof. Dr. Esin Sarioğlu'nun ortak ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Etkinliğe Türkiye genelinden MHGF dernek başkanlarının yanı sıra birçok STK başkanı da katıldı.

FOTOĞRAFLARLA MHGF İSTANBUL DERNEKLERİ İFTARI



MHGF İstanbul Dernekleri İftarı'nda MHGF iki önemli sergiyi konuklarla buluşturdu. MHGF Yönetim Kurulu Üyesi Ali Bozkan'ın "Geçmişten Günümüze Dikiş Makineleri Özel Koleksiyonu" ile MHGF üyesi Tekstil Kostüm ve Moda Araştırmaları Derneği (TEMKA) ve Rotary 2420 Bölgesi'nin katkılarıyla oluşan "Cumhuriyet Kostümleri ve Aksesuarları Sergisi" basının ve ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılandı.



MHGF İstanbul Dernekleri İftarı'na MHGF'nin İstanbul içi ve dışından üye dernek başkanları ve yönetim kurulları üyeleri de katıldı.

Fotoğrafta MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk ile birlikte İzmir'den Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) Başkanı Mukadder Özden, İzmir Nakış Sanayicileri Derneği (İNDER) Başkanı Muin Altın, EGSD Yönetim Kurulu Üyesi Şaban Öngören, İNDER Yönetim Kurulu Üyesi Osman Çelik, MHGF Denetleme Kurulu Üyesi İlhan Kuloğlu, Adıyaman Giyim Sanayicileri Derneği (AGSD) Başkanı Ragıp Aras, Denizli'den Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri (DETGIS) Başkanı Mustafa Koltuksuz, MHGF Danışma Kurulu Üyesi İsa Dal ve İstanbul'dan Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRISAD) Başkanı Mustafa Balkuv, Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD) Başkanı Fikri Kurt, MHGF Başkan Yardımcısı Metin Çetinkaya, MHGF Yönetim Kurulu Üyeleri Osman Sait Günteki, Doç. Dr. Sevtap Aytuğ ile MHGF Dnt. Krl. Üyesi Ali Bozkan yer alıyor.



MHGF İstanbul Dernekleri İftarı yöresel sanatçıların yurdun dört bir yanından seslendirdiği türkülerle sona erdi.



Nakış temizleme makas çeşitleri



Nakış İplikleri Denizli Bayii



Prinç Yağı



Nakış makinası iğne çeşitleri



Bobin aktarma ve masura sarma makinaları



Falcon nakış tela çeşitleri
Suda eriyen tela ve naylon çeşitleri
Isıda eriyen naylon çeşitleri



Misina



Aplika yapıştırma spreyi



Makina yağ çeşitleri



Kabartma ve suda eriyen eva çeşitleri



Kiloluk ve onbin metrelik alt ipliği



Sim çeşitleri

Tüm nakış sarf malzeme çeşitleri

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi 2015-2016 Mezunları diplomalarını törenle aldı

TÜRKİYE'NİN ALANINDA ULUSLARARASI DÜZEYDE EN SAYGIN KURUMLARINDAN İTÜ TEKSTİL TEKNOLOJİLERİ VE TASARIM FAKÜLTESİ 2015 - 2016 AKADEMİK YILI MEZUNLARINI VERDİ. 14 TEMMUZ'DA İSTANBUL GÜMÜŞSUYU YERLEŞKESİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN TÖRENDE KONUŞAN MHGF BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK, GÜNÜN, ÖĞRENCİLER AÇISINDAN OLDUĞU GİBİ SEKTÖR AÇISINDAN DA BİR BAYRAM NİTELİĞİNDE ANLAM TAŞIDIĞINI SÖYLEDİ.



Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy
İTÜ Tekstil ve Tasarım Fakültesi Dekanı



Hüseyin Öztürk
MHGF Yön. Krl. Bşk.



İsmail Güllü
İTHİB Yön. Krl. Bşk.

İTÜ Tekstil ve Tasarım Fakültesi Mezuniyet Töreni akademi ve iş dünyasını buluşturdu. Törende ilk konuşmayı Fakülte Dekanı Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy yaptı. Sorumluklar alma açısından mezuniyetin önemli bir dönüm noktası olduğunu belirtti. Öğrencilere beraber geçirdikleri yıllar için teşekkür eden Prof. Gürsoy, Türkiye ve tekstil konusuna da değindi. Ülkemizin artık katma değer üretebilen tekstil ürünleriyle de global pazarda kendine yer bulmaya başladığına dikkat çeken Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy "Bütün bunlar, siz tekstil mühendislerinin bilgi, çalışma ve emeğinin ürünüdür" dedi.

Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy: "İTÜ mezunlarına talep yüksek"

Son zamanlarda tekstil artan tekstil mühendisi talebine de değinen Prof. Gürsoy, "Yaptığımız kariyer gününde neredeyse bir öğrenciye bir sanayici düşüyordu. Yanlış an-

lamayın ama bu sanayicilerimiz yıllık ciroları neredeyse ülkemizde yapılan ihracatımızın üçte birini kapsayan sektörün sanayicileriydi. Bu gerçeklerin ışığında sektörün elbetteki yenilikçi İTÜ'lü mühendis ihtiyacı yüksek olmalı. Bu üniversitede bu güne kadar en gururlandığım cümlelerden birisi de; sanayicilerimizin 'Hocam lütfen bize İTÜ mezunu bir mühendis!' Bu sözler bende ayrı bir haz yaratıyor. Her mezunumuzla ayrı ayrı gurur duyuyorum" dedi.

İTHİB Başkanı İsmail Güllü: "Bu ülkeyi sevin, değerlerine saygı gösterin"

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Güllü ise her şeyi yetiştirmenin bir emek istediğini belirterek öncelikle ailelerin ve öğretim görevlilerinin haklarının teslim edilmesi gerektiğini vurguladı.

Ülkenin en büyük sorunun değerlerine yeterince saygı gösterilmemesi olduğunu

söyleyen İTHİB Başkanı Güllü, "Bu ülkeyi sevin, ihracatını sevin, kurucularına, birliğine, bayrağına saygı gösterin.

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk: "Bugün iki bayramı bir arada yaşıyoruz; öğrenciler mezuniyetlerini, sanayiciler de yeni mesai arkadaşlarının katılımını kutluyor"

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, iki bayramın bir arada olduğunu belirterek, "Üniversiteler arasında bir marka olan İTÜ'nün yine alanında marka olan Tekstil Mühendisliği Bölümü'nün bir mezuniyet töreni, bayramı var. Bir de Ar-Ge, inovasyon, teknoloji, tasarım gibi katma değerli ürünlere ihtiyacı olan sektörümüze bu yeni mezun arkadaşlarımızın katılımı nedeniyle bir bayram var. Ben bu nedenle bu çifte bayrama eşlik eden değerli hocalarımızı ve öğrenci arkadaşlarımızı kutlamak istiyorum" dedi. Sektörün gücüne de

değinen MHGF Başkanı Öztürk sözlerini şöyle sürdürdü:

“Tüm eleştirilere rağmen sektörün Türkiye ihracatındaki payı yüzde 20”

“Sizler kendinizi başarılarınızla kabul ettirmişsiniz, taktir ettirmişsiniz. Sektör de her şeye rağmen dişi, tırnağı ve çabası ile 1980 sonrası sadece Türkiye’ye değil, dünyaya da kendini kabul ettirerek bugün hazır giyimde dünyada yedinci sıraya yükselmiştir. İhracatta üçüncü, ama özkeynağı açısından birinci olmuştur. Birçok eleştiriye rağmen sektör, yaklaşık 150 milyar dolarlık Türkiye’nin ihracatında yüzde 20 paya sahiptir. Öğrencilik hayatınızdaki istikrarlı yürüyüşü iş hayatınızda da sürdüreceğinize ve sektörümüzü daha iyi noktalara getireceğinize inanıyorum. Bu sizin göreviniz değil idealinizdir, onurunuzdur ve buradaki yürüyüşünüzün devamıdır. 211 ülkeye ihracat gerçekleştiren sektörümüzün daha uzun süre bu ülkede kalacağına ve pastadan daha fazla pay alacağına inanıyorum.”

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk konuşmasının sonunda “Sektörümüze hoşgeldiniz!”

niz! Başarılarınızın devamını diliyorum” diyerek öğrencileri, ailelerini ve öğretim görevlilerini kutladı.

Protokol konuşmalarının ardından kürsüye son olarak İTÜ Tekstil Mühendisliği Birincisi Serra Esra Genç adlı öğrenci geldi. Genç, konuşmasında eğitimleri boyunca emeği geçen öğretim görevlilerine teşekkür etti ve “Siz değerli hocalarımızın öğrencisi olma ayrıcalığını, bir İTÜ mezunu olmanın onurunu hayatımın her alanında yaşayacağıma, yaşatacağıma söz veriyorum” dedi. Genç, konuşmasının ardından okul birincisi adına yaş kütüğüne adını çaktı.

Tören diploma ve dereceye giren öğrencilere hediye töreni ile son buldu. MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, Rapsodi Çorap adına kura ile belirlenen bir öğrenciye tablet hediye etti.

“Sektörümüze hoşgeldiniz!
Başarılarınızın devamını
diliyoruz”



MHGF Başkanı Hüseyin çekilen kura sonucu kazanan öğrenciye Rapsodi Çorap adına bir tablet hediye etti.



MODA ŞÖLENİ 11. KEZ KAPILARINI AÇTI

Çeşme Alaçatı'da 4 gün boyunca moda rüzgarı esti

MHGF'NİN KURUCU ÜYELERİNDEN EGSD'NİN ÇEŞME BELEDİYESİ İŞBİRLİĞİ İLE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ALAÇATI MILLFEST 2016 - MODA VE SANAT FESTİVALİ 11. KEZ KAPILARINI MODA SEVERLERE AÇTI. MHGF BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK'ÜN YANI SIRA ÜYE DERNEKLERİN BAŞKAN VE TEMSİLCİLERİNİN DE KATILDIĞI FESTİVAL YOĞUN İLGİ GÖRDÜ.

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) üyesi Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) ile Çeşme Belediyesi işbirliği ile gerçekleştirilen Alaçatı MILLFEST 2016 - Moda ve Sanat Festivali 11. Kez kapılarını moda severlere açtı. İlk düzenlendiği tarihten bugüne kadar çok sayıda genç tasarımcının kendini gösterme fırsatı bulunduğu Festivalin açılışına Çeşme

Belediye Başkanı Muhittin Dalgıç, Çeşme Kaymakamı Mustafa Erkayran, İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Danışmanı Ali Muzaffer Tunçağ, Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öztürk, Ege İhracatçılar Birliği (EİB) Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Burak Sertbaş, EGSD Başkanı Mukadder Özden, BEGOS Müteşebbis Heyet Başkanı Nedim Örün, EBSO Meclis

Üyesi Ufuk Akgün, sektörün önde gelen isimleri ile davetliler katıldı.

Herkese fayda sağlayacak

Açılıшта konuşan EGSD Yönetim Kurulu Başkanı Mukadder Özden, bu yılda Millfest Alaçatı Moda ve Sanat Festivali'nde bir arada olmanın gurur ve mutluluğunu yaşadıklarını söyledi. Alaçatı girişin-

deki tarihi değirmenlerin altındaki alanda Tasarım Mahallesi konseptinde düzenlediklerini festivale çok sayıda tasarımcının katıldığını ve etkinliğin hem Alaçatı'ya hem de sektörlerine önemli katkılar sağladığına işaret eden Özden, "Burada genç tasarımcılarımız birbirinden farklı tasarımlarını moda severlerle buluşturuyorlar. Hem kendilerini hem de tasarımlarını son tüketiciye sunuyorlar. Bu





etkinliklere katılan çok sayıda tasarımcı arkadaşımız kendi işini kurdu ve bugün çok başarılı çalışmalar imza atıyorlar. Bu yıl da festivalin herkes için büyük faydalar sağlayacağına inanıyorum” dedi.

Çeşme'nin adını duyuruyor

Çeşme Belediye Başkanı Muhtettin Dalgıç ise Alaçatı ile özdeşleşen festivale bir kez daha ev sahipliği yapmanın mutluluğunu yaşadıklarını söyledi. Festivalin Çeşme ve Alaçatı'nın adını duyurması bakımından çok faydalı olduğuna dikkat çeken Dalgıç, “Belediye olarak dünyanın en güzel tatil beldelerinden biri olan Çeşme'ye katkı sağlayan bu tür etkinliklere bundan sonra da destek vermeye devam edeceğiz.” diye konuştu.

“Örnek bir proje”

Festivali değerlendiren MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk ise festivalin Federasyon, sektör ve Ege Bölgesi açısından çok önemli olduğuna dikkat çekerek, “Türkiye için, hazır giyimde ve diğer ihracat odaklı sektörlerde tasarımın, katma değerli ürünlerin üretimi için çok önemli olduğunu hepimiz bili-

yoruz. Böylesine önemli bir konunun MILLFEST - Moda ve Sanat Festivali ile İzmir Alaçatı'nda gerçekleştirilmesi büyük bir anlam taşıyor” dedi. Hazır giyimde kilogram başı ihracat fiyatlarını artırmanın yolunun tasarımdan geçtiğini söyleyen Öztürk, “Umuyorum ki; bu içi dolu proje ihracat odaklı tüm sektörlerde örnek olur ve üniversite-sanayi işbirliğinde tasarımı ön plana çıkarır” dedi.

Shikka defilesi ve “Modalı Sohbetler”

Festivalde 29 Temmuz Cuma akşamı Ant mare Otel'de SHIKKA Defile'si ve 30 Temmuz Cumartesi günü sabah ise aralarında Atıl Kutoğlu, Gül Ağış, Ümit Temurçin, Duygu Şenyürek'in de katıldığı “Modalı Sohbetler” başlığıyla iki önemli etkinlik de gerçekleştirildi.

Alaçatı'nın festivale adını veren tarihi değirmenlerinin altında düzenlenen MILLFEST 2016'ya 20'nin üzerinde tasarımcı katıldı..

Tasarımcılar kendilerine özel olarak hazırlanan tasarım mahallesindeki stantlarında kreasyonları sergileyip satışa sundu. Tasarım Mahallesi, 2008 yılından beri Alaçatı'da düzenlenmekte olan Millfest'in Alaça-



tı'nın bir parçası olduğunu yansıtan bir proje. Alaçatı tarihi değirmenlerin altındaki etkinlik alanı yeniden tasarlanarak etkinliğin konseptine uygun tasarım ürünlerinin alış verişinin yapılacağı bir mahalle ortamında yapıldı. Tasarım ürünlerine ulaşmak isteyenler moda

dünyasının isimleri ile bu mahallede buluştu.

Tasarım kültürünün gelişmesi ve tekstil sektöründe katma değer artırılması için bu tip çalışmaları uzun yıllardır gerçekleştiren EGSD, düzenlediği etkinliklerle genç tasarımcıları sektöre kazandırıyor.



MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk'ten 'darbe fırsatçılığı' uyarısı

DÜNYA GAZETESİ'NDE SERKAN AKINCI'YA BİR DEMEÇ VEREN MHGF YÖNETİM KURULU BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK DARBE GİRİŞİMİ VE OHAL'İ FIRSAT BİLİP, FİYAT YÜKSELTENLERE KARŞI DİKKATLİ OLUNMASI KONUSUNDA İŞ DÜNYASINI UYARDI.

Darbe girişimi ve ardından ilan edilen OHAL'i fırsat bilenler hammadde fiyatlarını artırma ya da dünya piyasasındaki düşüşleri yansıtmama eğiliminde. Darbe girişiminden hemen sonra iplik fiyatlarına zam gelirken, üretici artışı ABD borsası ve artan talepten kaynaklandığını savunuyor. Tekstil sektörü temsilcileri ise ABD borsasının üstünde bir artış yapıldığı kanaatinde. Plastik sektöründe de durum pek farklı değil. Sektör temsilcileri petrol fiyatlarının 49 dolardan 41 dolar seviyesine inmesine karşın hammadde fiyatlarında düşüş olmadığını söylüyor.

Dünya'nın sorularını cevaplayan Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) Başkanı Hüseyin Öztürk, daha önce doların 3 liranın üstüne çıkmasıyla iplik fiyatların yükseldiğini belirterek, "Dolar gevşeyince fiyatlar tekrar eski seviyesine gelmedi. Üstelik dünyada fiyatlar düşüyor. Şimdi içinden geçtiğimiz dönem nedeniyle fiyatlar tekrar artış eğiliminde. Buna fırsat verilmemeli" dedi.

Hammadde fiyatları yüzde 15 yüksek

Elyaf fiyatlarının dünyada düşük olmasına karşın Türkiye'de ideal fiyatların yakalanmadığını aktaran Öztürk,

içinden geçilen süreçte tüm tedarik zincirlerinin fiyatlarında oynama yapmadan Türkiye ekonomisine destek olması gerektiğini vurguladı. Devletin göstermiş olduğu direnç iş dünyasının da birbirine destek olarak katkı vermesi gerektiğine dikkat çeken Öztürk, "Şu an sektördeki hammadde fiyatları geçen yıla göre yüzde 14-15 daha yüksek. İplik firmaları ABD pamuk borsasındaki artıştan kaynaklı olarak yükselen fiyatları absorbe edebilir ama durumu fırsata çevirip o artışı üstüne bir de yüzde 10-15 kar koyarak satış yapanlar var. Sadece söylemle değil, fiiliyatta da devletin yanında olmak gerekiyor. Enerji fiyatlarında da yukarı yönlü bir oynamanın olmaması gerekiyor" diye konuştu.

Destek için ek istihdam önerisi

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, fiyat artışları konusunda yaptığı uyarıların ardından bir de istihdam önerisinde bulundu. Kritik süreci aşmak ve ekonomide iyileşmeyi sağlamak adına sanayicilerin bugünkü kapasitelerini mutlaka koruması gerektiğini söyledi. Kapasiteyi dolu dolu kullanmak ve mevcut düzene katkı anlamından sanayicilerin mümkün olduğu kadar ek istihdam sağlaması gerektiğine

16 GÜNCEL

İş dünyasından 'darbe fırsatçılığı' uyarısı

İş dünyası darbe girişimi ve OHAL'i fırsat bilip, fiyat yükseltenlere karşı dikkatli olunması konusunda uyardı. Hammadde fiyatlarında artış olduğunu ya da küresel piyasalardaki düşüş eğiliminden fırsatları istifade edenler tarafından uygulanmadığını kaydeden iş dünyası temsilcileri, bunlara fırsat verilmemesi gerektiğini vurguladı.

SERKAN AKINCI / İSTANBUL

Darbe girişimi ve ardından ilan edilen OHAL'i fırsat bilenler hammadde fiyatlarını artırma ya da dünya piyasasındaki düşüşleri yansıtmama eğiliminde. Darbe girişiminden hemen sonra iplik fiyatlarına zam gelirken, üretici artışı ABD borsası ve artan talepten kaynaklandığını savunuyor. Tekstil sektörü temsilcileri ise ABD borsasının üstünde bir artış yapıldığı kanaatinde. Plastik sektöründe de durum pek farklı değil. Sektör temsilcileri petrol fiyatlarının 49 dolardan 41 dolar seviyesine inmesine karşın hammadde fiyatlarında düşüş olmadığını söylüyor.

Hammadde fiyatları %15 yüksek

Elyaf fiyatlarının dünyada düşük olmasına karşın Türkiye'de ideal fiyatların yakalanmadığını aktaran Öztürk,

Destek için ek istihdam önerisi

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, fiyat artışları konusunda yaptığı uyarıların ardından bir de istihdam önerisinde bulundu. Kritik süreci aşmak ve ekonomide iyileşmeyi sağlamak adına sanayicilerin bugünkü kapasitelerini mutlaka koruması gerektiğini söyledi. Kapasiteyi dolu dolu kullanmak ve mevcut düzene katkı anlamından sanayicilerin mümkün olduğu kadar ek istihdam sağlaması gerektiğine



dikkat çeken Öztürk, “Şehirlerdeki sanayi odası mensubu firmalarımız 1'er kişi bile almış olsa hem işsizliğe katkı hem bugünkü ortama katkısı olacağını düşünüyorum. Vergi mükellefi olan herkesten bahsetmiyorum. Bugün dünyanın hemen her yerinde işsizlik söz konusu bizde de yüzde 10'un üzerinde bir işsizlik var. Ama burada işten çıkarmalar gibi bir şey başlarsa domino taşı gibi çok ciddi etki yaratacak ve telafisi olmayan bir yere gider” şeklinde konuştu.

“Müşterilere anlatmakta zorlanıyoruz”

Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) Başkanı Yavuz Eroğlu 3 Temmuz'da varil fiyatı 49 dolar olan petrolün yüzde 16 gerileyerek 41 dolarlara kadar indiğini ifade etti. Buna karşın kendi sektörlerinde herhangi bir indirim görmediklerini kaydeden Eroğlu, şöyle devam etti: “Aynı dönemde polipropilen (PP) ve polietilene (PE) fiyatları değişmedi. Piyasaya verilen alçak yoğunluklu polietilende de ciddi düşüşler mevcut. Bunun arızadan olduğu belirtiliyor. Petrol fiyatları çıkarken, hemen aynı oranlarda plastik hammadde fiyatlarına yansıtılırken; düşerken, hammadde fiyatlarının direkt petrole bağlı olmadığı savun-



ması ile karşı karşıya kalıyoruz. Plastik sektörü olarak müşterilerimize bunu açıklamakta zorlanıyoruz.”

“Artış ABD borsasından ve talepten kaynaklı” şeklinde savunma

İplik üreticisi Türkmen Grup'un sahibi Cesur Türkmen ise fiyatlardaki yükselmenin fiyatlardan değil küresel durumdan kaynaklı olduğunu savundu. ABD'deki pamuk borsasında yaşanan artış nedeniyle fiyatlarda temmuz başından bu yana süren bir artış olduğunu kaydeden Türkmen, “Rusya ile işlerin düzelmesi de piyasayı hareketlendirdi. İpliğe olan talep arttı. Biz uzun süredir karsız satış yapıyorduk. Rusya'daki gelişmeyle birlikte bir miktar kar etmeye başladık” dedi.

Fiyat yükselten inceleme altında

Daha önce DÜNYA'nın duyurduğu habere göre de darbe girişiminin ardından ekonomide finans ağırlıklı yürütülen



EKONOMİ BAKANI NİHAT ZEYBEKÇİ:

“17-20 bin ihracatçıya yeşil pasaport vereceğiz”

EKONOMİ BAKANI NİHAT ZEYBEKÇİ, “17-20 BİN CİVARINDAKİ İHRACATÇIMIZIN EMRİNE BU ÜLKEYİ TEMSİL EDEN O İMTİYAZLI YEŞİL PASAPORTU VERECEĞİZ” DEDİ

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) düzenlediği “Türkiye’ye Güvenenler, Türkiye’de Üretenler” konulu toplantıda yaptığı konuşmada, Türkiye'nin cari açık çıkmazından kurtulması gerektiğini söyledi.

“Faiz rekabetini destekleyerek devamlılığını sağlayacağız”

Zeybekci, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın teşvi-kiyle bankaların başlattığı faiz indirimine de değinerek, “Aylık yüzde 0,9’lar gibi aşağı doğru giden faiz rekabetinin, eko-

nomi yönetimi olarak da destekleyerek bunun devamlılığını gerçekleştireceğiz” ifadesini kullandı.

“17-20 bin civarındaki ihracatçımızın emrine bu ülkeyi temsil eden o imtiyazlı yeşil pasaportu vereceğiz”

İhracatçılara yeşil pasaport verilmesine yönelik son gelişmeleri de aktaran Zeybekci, sözlerini şöyle sürdürdü:

“En son kararlardan bir tanesi, kanunu da çıktı, şu anda yönetmeliğini de Ekonomi Bakanlığı'nda bitirdik. Yaklaşık olarak 17-20 bin civarındaki ihracatçımızın emrine bu ülkeyi

temsil eden o imtiyazlı yeşil pasaportu vereceğiz. Bizim başka ülkemiz yok.

Bizim başka Türkiye'miz yok. Bunu bütün samimiyetle söylüyorum. Danimarka 30 bin dolar olan kişi başına düşen millî geliri 100 bin dolara çıkaramaz ama biz 10 bin doları önümüzdeki 10-15 yıl içinde 30-40 bin dolara çıkarabilecek potansiyeldegiz. Bu ülkede ne yaparsanız her şey 3-4 katı olacak. Son 15 yılda böyle oldu. Önümüzdeki 15 yılda da böyle olacak. Türkiye'ye yatırım yapan kazanmaya devam edecek.”

“Türkiye'yi doğru anlatmakla ilgili dünyada bir sefer-

berlik başladı. Biz de kendimizi anlatmayalım; biz içeriği üretelim dostlarımız bizi anlatsın. Bir dostumun dediği gibi ‘Türkiye artık güvenilir bir ortak ve üretim üssü haline geldi.’ Tüm yatırımcılarımıza diyorum ki: ‘Burası sizin ülkenizdir. Türk adını kullanmak Türkiye adını kullanmak en doğal hakkınızdır.’

“Ticaretimizi artırmak ile ilgili çalınmadık kapı bırakmayacağız.”

Bütün sıkıntıların başında finansman var. Biliyorsunuz ISO geçtiğimiz ay Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasını yayımladı, ardından da İkinci 500'ü yayımladı. Araştırmanın ortaya çıkardığı üreticimizin üzerindeki faiz yükü Cumhurbaşkanımızı da kızdırdı. Biz bütün işimizi gücümüzü bırakmalı ve bu işin üzerinde durmalıyız. İnşallah önümüzdeki dönemde bankaların başlattığı yeni faiz rekabeti ekonomi yönetimi olarak da destekleyerek sürdürülebilir olmasını sağlayacağız. Ticaretimizi artırmak ile ilgili çalınmadık kapı bırakmayacağız. Firmalarla oturacağız. Liman yol ne lazımsa bunu devlet yapacak. Sizin ihtiyaç duyduğunuz ne varsa onları da konuşacağız.”



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

TÜRKONFED, HÜKÜMETE POLİTİKALARINI ANLATTI

Ekonomik ve yapısal reform şart

TÜRKONFED YÖNETİM KURULU, ANKARA'DA, BAŞBAKAN YARDIMCILARI MEHMET ŞİMŞEK VE TUĞRUL TÜRKES'İN YANI SIRA BAKANLAR NİHAT ZEYBEKÇİ, LÜTFİ ELVAN VE BÜLENT TÜFENKÇİ'Yİ ZİYARET EDEREK POLİTİKA ÖNERİLERİNİ PAYLAŞTI.

TÜRKONFED Yönetim Kurulu, 22-23 Haziran 2016 tarihlerinde Tarkan Kadooğlu'nun başkanlığında Ankara'da bir dizi temaslarda bulundu. Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, Başbakan Yardımcısı Tuğrul Türkeş, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan, Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkçi ile görüşen TÜRKONFED Heyeti, başta ekonomik ve yapısal reformlar olmak üzere, TTIP'ten Gümrük Birliği'nin modernizasyonuna,

çek kanununda kayyum düzenlemesine, terör ve komşularımızla ilişkilerden AB sürecine kadar pek çok konu başlığında konfederasyonun politika önerilerini paylaştı.

Birlikte çalışma iradesi sergilendi

Ankara temalarına, TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu'nun yanı sıra TÜRKONFED başkan yardımcısı Ali Avcı, Hasan Kamil Hayali, Ali Tekin Çelik ile yönetim

kurulu üyeleri Senan İdin, Faruk Ekinci, Abdülnasır Duyan, Alper Yahya Bektaş, Aydın Bandırma, Ahmet Kurt ve İsmet Açıkgöz katıldı. Görüşmelerde TÜRKONFED Heyeti'nde yer alan üyeler kendi bölgelerinin ve sektörlerinin sorunlarını aktarma fırsatı bulurken, Ekonomi, Kalkınma, Gümrük ve Ticaret Bakanları, birlikte çalışma iradesi sergileyeceklerini söyledi.

Görüşmelerde TÜRKONFED'in örgütlenme yapısı ve





etki gücü hakkında başbakan yardımcılar ve bakanlara bilgi veren Başkan Tarkan Kadooğlu, "TÜRKONFED, salon konfederasyonu değil, saha konfederasyonudur. 24 federasyon ve 186 derneğimizle Türkiye'nin ekonomiden dış politikaya, sosyal ve toplumsal hayattan hukukun üstünlüğü, yargı bağımsızlığı, temel hak ve özgürlükler alanlarında ülkemizin sorunlarına karşı geliştirdiğimiz politika önerilerimizi başbakan yardımcılarımız ve ilgili bakanlarımıza anlatmaya geldik" dedi.

TÜRKONFED politika önerileri

Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan ile gerçekleştirilen görüşmede TÜRKONFED raporları kapsamında hazırlanan kalkınma ajanslarına ilişkin görüş ve önerilerini de özel olarak paylaşan Başkan Kadooğlu, Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci'ye de TTIP ve Gümrük Birliği'nin modernizasyonu konusunda "Transatlantik Yatırım Ortaklığı'nın (TTIP) Türkiye'deki

KOBİ'lere Etkisi ve Politika Önerileri" raporunu iletti.

Ekonomik ve Yapısal Reformlara Ağırlık Verilmesi: Büyüme umut verdi ama ekonomik ve yapısal reformların hayata geçirilmesi gerekliliğini de gösterdi. Teşvik Paketi, kısa vadede iş dünyası için bir can suyudur. Sürdürülebilir büyüme ve kalkınma için uzun vadeli reformlara odaklanılmalıdır. Söz konusu adımlar, kısa vadede bazı sektör ve firmalara rahatlama sağlayabilir. Öte yandan, maliye politikası üzerinde ciddi bir yük oluşturmamasını beklemesek de uzun vadede mali disiplinin kalitesini ve şeffaflığını zedeleyebilecek sonuçlara yol açabileceklerini düşünüyoruz.

Sanayi odaklı bir büyüme modeli ivedilikle uygulanmalı

Sanayi ve Üretime Dayalı Bir Ekonomik Model: Yüzde 4,8'lik büyüme rakamlarına bakıldığında özel sektör yatırımlarının ağırlığı yüzde 5'lere gerilemiştir. Özel sektör ve

kamu harcamaları ağırlıklı bir büyüme sürdürülebilir değildir. İş dünyası, sanayi yatırımlarından gayrimenkule ve inşaatla yönelmektedir. Üretim, ihracat ve özel sektör yatırımlarının desteklenmesi ve sanayi odaklı bir büyüme modeli ivedilikle uygulanmalıdır.

Kobi'ler Yüksek Katma Değerli Üretim İçin Desteklenmeli

64. Hükümet döneminde gündeme alınan 172 maddelik Acil Eylem Planı'nın ve bu planda yer alan KOBİ'lere dönük maddelerin hayata geçirilmesi ve KOBİ'ler yüksek katma değerli üretim için desteklenmelidir.

İş dünyasının görüşleri alınmalı

Ekonomiyi ilgilendiren Düzenlemelerde İş Dünyasının Görüşleri Alınmalı: Kayyum atama yetkisinin genişletilmesi gibi ticaret hayatını ve özel mülkiyet haklarını doğrudan ilgilendiren bu tür önemli düzenlemelerde iş dünyasının

Görüşmelerde TÜRKONFED Heyeti'nde yer alan üyeler kendi bölgelerinin ve sektörlerinin sorunlarını aktarma fırsatı bulurken, Ekonomi, Kalkınma, Gümrük ve Ticaret Bakanları, birlikte çalışma iradesi sergileyeceklerini söyledi"



Ajansların kalkınma kurulu ve yönetim kurullarında özel sektör temsilcilerinin kararlar üzerindeki etkinliği artırılmalıdır. Ajansların iş dünyası ile etkileşimi geliştirilmelidir. Ajanslarda yönetim istikrarı sağlanmalıdır. Ajanslar bölgeler için bir yatırım ofisi gibi çalışmalıdır.”

görüş ve önerileri alınmalıdır. Katılımcı bir süreç işletilmelidir.

Bölgesel ve Yerel Kalkınmaya Ağırlık Verilmeli

Terör başta olmak üzere birçok sorunla mücadele eden Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yatırım ortamının iyileştirilmesi, bölge halkının ve iş dünyasının maddi ve manevi kayıplarının telafi edilmesi sosyal ve ekonomik hayatı canlandıracaktır. Bölgesel kalkınma, ülke kalkınmasının temel dinamiklerini de harekete geçirecektir.

Demokrasi Olmadan, Ekonomik Kalkınma Olmaz

Yatırım ortamının iyileştirilmesi sadece ekonomik tedbirlerle olmaz. Yabancı sermaye güven ve istikrar iklimi kadar hukuk, insan hakları, yargı bağımsızlığı, temel hak ve özgür-

lükler gibi durumlara bakarak yatırım kararlarını şekillendirir. İçeride ve dışarıda yaratılacak güven havası Türkiye'nin büyüme dinamiklerini sürdürülebilir kılacak ortamın sağlanmasını sağlayacaktır.

Kalkınma Ajanslarının Yapısı Yeniden Ele Alınmalı

Ajansların kalkınma kurulu ve yönetim kurullarında özel sektör temsilcilerinin kararlar üzerindeki etkinliği artırılmalıdır. Ajansların iş dünyası ile etkileşimi geliştirilmelidir. Ajanslarda yönetim istikrarı sağlanmalıdır. Ajanslar bölgeler için bir yatırım ofisi gibi çalışmalıdır.

TTIP'e Rıhtımlama Modeli ile Dâhil Olmamız Önemli

ABD-AB arasındaki TTIP müzakerelerine Türkiye kesin-

likle Rıhtımlama Modeli ile de dâhil olmalıdır. TTIP'e dâhil olmak dış ticaret ve üretim yapımız açısından her zamankinden daha da önemlidir. Rıhtımlama Modeli'nin işleyişi, TTIP'e katılım kriterleri ve geçiş süreçleri gibi konularda sivil toplum ve iş dünyasının katılımıyla somut önerilerin şekillendirilmesine katkı sağlanmalıdır. Ülkemiz ihracatının TTIP sürecinden yara almadan çıkabilmesi için özellikle mikro ve küçük segmentte yer alan ihracatçı KOBİ'lerimizin yapısal uyum konusunda finansal teşvik ve proje yönünden azami ölçekte desteklenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, KOBİ'lerimizin rekabetçiliğini arttırmak için gerekli kurumsal ve altyapısal değişiklikler gerekmektedir.

Gümrük Birliği'nin Güncellenmesinde KOBİ'lerimizin Özel İhtiyaçları Göz Önüne Alınmalı

TTIP'e dâhil olmamız ve Gümrük Birliği'nin güncellenmesi süreci AB ile üyelik müzakereleri sürecimize önemli somut katkı sağlayacaktır. Sürecin dışında kalmamız en çok ekonomimizin dönüşümü için kritik önem taşıyan yatırım ortamını olumsuz etkileyecektir. Gümrük Birliği'nin modernizasyonu ve genişletilmesi önem taşımaktadır. Gümrük Birliği kapsamında KOBİ'lerin özel ihtiyaçlarını ele alan bir başlık oluşturulmalıdır. Tüm başlıkların KOBİ'ler üzerindeki etkileri dikkatli olarak incelenmelidir. KOBİ etki analizleri öncelik olarak tanımlanmalıdır.

26.yıl

NEW SPRING PRODUCT
ECEX
T E E T H

ECE
FERMUAR-ZIPPER

www.ecefermuar.com.tr

Ece Fermuar San. ve Tic. A.Ş. Firüzköy Mezarlık Altı Cad. No: 10 Avcılar / İSTANBUL
TEL : 0212 428 23 40 FAX: 0212 428 23 51

Hazır giyimde katma değeri yüksek üretim ve ihracat: Gelinlik Sektörü

HAZIR GIYIMIN KATMA DEĞERİ YÜKSEK BRANŞLARINDAN BİRİ OLAN GELİNLİK SEKTÖRÜ, ÜRETİM VE İHRACAT AÇISINDAN ÜLKEMİZE SAĞLADIĞI EKONOMİK KATKI İLE FARKLI BİR ANLAM İFADE EDİYOR. İHRACATTA SON YILLARDA ÖNEMLİ BİR BAŞARI SAĞLAYAN TÜRK GELİNLİKLERİ BAŞTA AVRUPA OLMAK ÜZERE DÜNYANIN BİRÇOK ÜLKESİNDE TASARIMI VE KALİTESİYLE KABUL GÖRÜYOR.



Tekstil ve hazır giyim, yaptığı üretim, sağladığı istihdam ve gerçekleştirdiği ihracat ile Türk ekonomisine çok ciddi katkılar sağlayan önemli bir sektör. Gayrisafi yurt içi hasıla (GSYİH) içinde yüzde 10, genel ihracatta yaklaşık yüzde 20 ile ekonomimiz ve özellikle dış ticaretimizde çok ciddi bir paya sahiptir. İhracatta otomotiv sektörünün ardından hazır giyim sektörü ikinci sırada yer almaktadır. Birinci olan otomotive oranla çok az ithalatın gerçekleştiği sektör, en fazla cari fazla veren ve böylelikle ülkemizin dış ticaret açığının kapanmasında en fazla olumlu katkısı olan sektör olarak da ön plana çıkıyor. Nitelikli işgücü, üretim kalitesi ve en büyük pazarımız Avrupa'ya yakınlığı ile önemli avantajlara sahip olan Türk hazır giyim sektörü standart üründen, nitelikli ürünlere kadar geniş yelpazede ürün çeşitliliği ile dünyanın en büyük 6. ihracatçısı konumundadır ve yakın gelecekte katma değeri yüksek ve nitelikli ürünlerle rekabette ön plana çıkmayı en büyük hedef olarak belirlemiştir.

Gelinlik, hazır giyimin başarılı bir niş branşı

Hazır giyimde, emek yoğun ve katma değeri yüksek bir ürün olması açısından niş branş olarak gelinlik sektörü, yıllar içinde önemli bir mesafe kaydetti. Sektörün bu önemli niş

kolunda Türk üreticiler son yıllarda gerek atölye ve butik düzeyinde, gerekse fabrikasyonda o kadar büyük başarı elde ettikler ki; ülkemizi dünyada "Gelinlik" denince ilk akla gelen merkezlerden biri haline getirdiler.

Kilogram başına ortalama 100 dolar ihracat değeri

Devlet yetlileri ve sektörün kanaat önderleri tarafından sürekli dile getirilen tekstil ve hazır giyimde katma değeri yüksek ürünlerin artması gerektiği yönünde söylemleri hepimiz birçok kez duymuşuzdur. Türkiye her ne kadar giderek standart ürünlerden nitelikli ürünlere ihracatını geliştirse de bu, henüz istenen boyutta değil. Gelinlik sektörü ise bu anlamda kilogrambaşı ortalama 100 dolar gibi ciddi bir rakamla ihracatta ön plana çıkıyor. Üstelik Türkiye, Almanya, Avusturya, Hollanda, Romanya, İspanya, İtalya, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere gibi gelişmiş ülkeler başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına gelinlik ihraç ediyor. Türk gelinlikleri dünyanın farklı kültürleri ve beğenilerine hitap eden tasarımlarıyla beğeni topluyor, kabul görüyor.

Gelinlik sektörünün büyüklüğü evlilik sayılar ile doğrudan ilgili

İzmir Ekonomi Üniversitesi tarafından hazırlanan Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştir-



mesi Projesi İhtiyaç Analizi çerçevesinde hazırlanan Gelinlik ve Abiye Giyim Sektörü Raporu'na göre gelinlik sektörünü nüfus hareketleri ve evlilikler doğrudan etkiliyor. Buna göre yaklaşık olarak yılda Afrika'da yıllık 1 milyon 200 bin, ABD'de 2 milyon 200 bin, Güney Amerika'da 1 milyon 400 bin, Asya'da 17 milyon, Avrupa'da 3 milyon 700 bin çift evleniyor. İç pazar olarak baktığımızda da Türkiye'de yıllık yaklaşık evlilik sayısı 700 bin dolayında. Türkiye iç pazarının önemli bir kısmı gelinliği satın alırken yaklaşık 250 bin adet de kiralanmaktadır. Genç ve dinamik bir nüfusa sahip Türkiye bu anlamda ciddi bir pazar niteliği taşımaktadır. Her ne kadar ithalat olsa da iç piyasa da yerli ürünler gelinlikler tercih edilmektedir.

“Hazır giyimde, emek yoğun ve katma değeri yüksek bir ürün olması açısından niş branş olarak gelinlik sektörü, yıllar içinde önemli bir mesafe kaydetti”

Dünyanın en büyük ihracatçılarına baktığımızda burada da ilk sırada karşımıza Çin çıkıyor ve onu İspanya ve İtalya takip ediyor.

Türkiye genelinde yaklaşık 4 bin firma faaliyet gösteriyor

Butik düzeyinde ağırlıklı olmak üzere Türkiye genelinde yaklaşık 4 bin firma faaliyet gösteriyor. Sektör ağırlıklı olarak Marmara ve Ege Bölgesi'nde kümelenmiş durumda. 4 bin firmadan bin tanesi İzmir'de konumlanmış durumda. Ama ne yazık ki Türkiye'de sektör adına istatistiksel verilere mevcut değil. Ancak şu bir gerçek ki; Türkiye, son yıllarda bu sektörde yaptığı atılımlarla Avrupa'nın ve Orta Doğu'nun en büyük tedarikçilerinden biri

haline geldi. Ağırlıkta İspanya, İtalya, Portekiz, Rusya ile Mısır ve Suudi Arabistan'a ihracat yapılmaktadır. İhracat rakamlarını gelinlik sektörü için çok net telaffuz etmek mümkün değil. Bavul ticareti hariç yıllık 400 bin adet dolayında dış satım olduğu tahmin ediliyor. Rakamsal bazda bakıldığında bavul ve kargo ticareti de dahil 250-300 milyon dolar civarında bir rakama karşılık geliyor.

80 bin kişinin çalıştığı sektör, yoğun kadın istihdam oranıyla de ön plana çıkıyor

Gelinlik, kadın istihdamı açısından da dikkat çeken önemli bir sektör. Hazır giyimin genelinde yüzde 50 olan kadın istihdam oranı gelinlik ve abiye

giyim sektöründe çok daha fazla. El işçiliğine dayalı olan üretimde, çalışanlarının önemli bir oranı kadınlardan oluşuyor. İşlem hacminin 650 milyon dolar civarında olduğu tahmin edilen Türk gelinlik sektöründe yaklaşık 80 binin üzerinde insan çalışıyor.

IF Wedding ile İzmir "Gelinliğin Başkenti" unvanını aldı

Türkiye genelindeki 4 bin gelinlik üreticinin bine yakını İzmir'de yer almaktadır ve bu ilimizde son yıllarda üretici firma sayısında önemli bir artış gözlemlenmektedir. Sadece gelinlik firmaları değil abiye giyim ve damatlık firmalarında da İzmir'de çok önemli artış söz konusudur. İzmirli önemli bir damatlık firması birkaç yıldır Paris Fuarından ödülleriyle dönmektedir ve İzmir son yıllarda çok önemli bir takım elbise üretim üssü haline de gelmiştir.

İzmir'li gelinlik üretiminde Türkiye'nin en önemli merkezi haline gelmesinde Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) ve Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) desteği ve İzfaş işbirliğiyle ilki 2006 yılında düzenlenen IF Wedding Fashion İzmir Gelinlik Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı'nın çok önemli rolü vardır. İzmir'de var olan doğal kümelenmeyi harekete geçirmek ve sektörün uluslararası platforma açılmasını sağlamak amacıyla 10 yıl önce temelleri atılan fuar, o günden bugüne sektörün üretim gücünü, kalitesini, tasarım becerisini tüm dünyaya gösteren, üretici firmalarımızı uluslararası alıcılarla buluşturan alanında dünyanın en önemli ticari etkinliklerinden biri haline gelmiştir. Yıllardır fuara gelen yerli ve yabancı alıcılar

yılın diğer aylarında da İzmir'i ziyaret etmeye devam ediyor. Sonuç olarak İzmir'de gelinlik, abiye giyim ve damatlık sektöründe doğal bir kümelenmenin olduğu açıkça görülmektedir. Bu yönüyle İzmir, hem iç pazar hem de dünyanın önemli tedarikçilerinden biri konumundadır.

Emek yoğun olması gelinlik sektörünün katma değerini artıran en güçlü yanlarından birisi. Türkiye'de her ne kadar bu alanda eleman açığı söz konusu olsa da yetişmiş, nitelikli işgücü ile önemli bir rekabet gücüne sahiptir. Düşük başlangıç sermayesinden dolayı sektörde faaliyet gösteren firmaların sayısı hızla artmaktadır bu da küçük ve mikro işletmelerin ağırlıkta olmasına neden olmaktadır. Sektörde seri üretim İzmir'de daha fazla görülmektedir.

Türkiye'nin rekabette avantajları

Fiyat konusunda Çin'le rekabet etmek yerine kalite-fiyat oranıyla İtalya ve İspanya'yı geride geçmeyi hedefleyen sektör özellikle Avrupa'da yakaladığı ihracat performansı ile bu yolda çok önemli bir konumda olduğunu tüm dünyaya göstermiş durumda. Hazır giyimin tüm dallarında olduğu gibi gelinlik sektörümüzde de üniversite-sanayi işbirliğini geliştirerek, yaratıcı ve özgün koleksiyonlar üretebilen tasarımcılar başta olmak üzere nitelikli elemanların sektöre kazandırılması, kurumsallaşma ve markalaşmaya ağırlık verilmesi hayati önem taşımaktadır. Söz konusu alanlarda yapılan çalışmalar dünyanın dev pazarlarının kesişme yerinde bulunan Türkiye'yi kuşkusuz gelinlikte çok daha iyi konumlara taşıyacaktır.



TAJIMA NAKIŞTA DEVRİM

Çok Kafalı
Otomatik Tip
Nakış Makinesi

TMCR-VF Serisi

FS
mode

DCP
highly controlled resistor



TAJIMA'nın son
teknolojilerini
kullanan en üst modeli

- Yüksek Verimlilik
- Yüksek Dayanıklılık
- Kullanıcı Dostu
- Zengin Opsiyon Seçeneği
- Etkileyici Nakış
- Bükümsüz İplik Çalışabilme

- İplik üzerindeki yük azalır. **FS Modu (Hassas Nakış)**
- Standart nakış ve kalite artar.
- FS modu ile zor nakış yapılan ipliklerle rahat çalışılır.

6 Renk Kordon Aparatı



MERKEZ
Akçaburgaz Mahallesi 3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBULTel: 0212 866 91 00Fax: 0212 381 63 83

ŞUBELER
 Hadımköy (Teknik Servis): Akçaburgaz Mahallesi 3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBUL.....Tel: 0212 866 95 00.....Fax: 0212 381 63 83
 Hadımköy Mağaza: Akçaburgaz Mahallesi 3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBUL.....Tel: 0212 866 99 53-54.....Fax: 0212 381 63 83
 Merter Şubesi: Keresteciler Sitesi Sancak Sok. No: 7 Merter / İSTANBUL.....Tel: 0212 507 85 13.....Fax: 0212 381 63 83
 Bayrampaşa Şubesi: Maltepe Cad. Nebati Triko İş Merkezi No: 46-48 C Bayrampaşa/İSTANBUL.....Tel: 0212 501 88 68.....Fax: 0212 501 88 64
 Bursa Şubesi: Yunus Emre Mah. DSI Altı Kırkpınar Cd. No:44 Yıldırım/BURSA.....Tel: 0224 250 34 77.....Fax: 0224 272 17 11
 İzmir Şubesi: Kemalpaşa Caddesi No: 14 MTK Sitesi Altındağ / İZMİR.....Tel: 0232 431 08 90(6 hat).....Fax: 0232 431 08 97
 Ankara Şubesi: Gökkuşadı Mah. Gökkuşadı Cad. No : 45 Balgat- Çankaya- ANKARA.....Tel: 0312 473 61 84.....Fax: 0312 473 79 35
 Denizli Şubesi: Ankara Asfalt Üzeri Darfart Benzin İstasyonu Yanı - DENİZLİ.....Tel: 0258 251 06 98-99.....Fax: 0258 251 11 67
 Gaziantep Şubesi: Kocaoğlu mah. 47001 Sok. No:71 Unaldı (Türk Petrol arkası) Şahinbey /GAZİANTEP.....Tel: 0342 325 80 00.....Fax: 0342 325 19 04

TETAS
İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.
Güvenli Hizmet

www.tetas.com.tr
www.tetasgrup.com

MHGF YÖNETİM KURULU BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK:

“Gelinlik, hem duygusal hem de ekonomik anlamda özel bir ürün”

Gelinlik, bir genç kızın hayatında düşün ve bir yuva kurma anlamında çok büyük anlam ifade eder. İnsan yaşamında bu denli öneme sahip gelinliğin, sektörümüz hazır giyim açısından da katma değer, moda, inovasyon ve Ar-Ge anlamında da çok önemli bir segmenttir. Hem duygusal anlamda hem de ekonomik anlamda gelinlik özel bir üründür. İnsanın hayatında bu kadar önem arzeden bir sürecin hazır giyim tarafından tamamlayıcı olması da sektörümüz açısından bir o kadar önemlidir. Gelinlik sektörü bu açıdan bakarsak hazır giyimün üst segmentinde kendine yer bulmaktadır. Diğer katma değerli sektörlerden farklı olarak insan yaşamında bir kez giyme gibi bir özelliği ile farklı bir konumdadır. İşin duygusal tarafından bakarsak bir genç kızın gerek çeyizinde, gerekse evlendikten sonra ömür

boyu fotoğraflarında yer alacak, en güzel anılarında yer alacak bir üründen bahsediyoruz.

Moda ve tasarımı eğitimi veren okullarımız sektör açısından büyük önem taşıyor

Bunun bileşenlerine de baktığımızda moda ve tasarım eğitimi veren okullarımız gelinlik sektörü ve diğer tasarım ağırlıklı olan hazır giyimün branşlarında önemli rol oynamaktadır. Türkiye maalesef hazır giyimde istenilen butik düzeye gelememiştir. Gelinlik sektörü butik düzeyde çalışmayı başarıyla bir noktaya getirirken, standart dediğimiz ürünlerde istenilen düzeye gelememiştir. Bunun da sektör açısından önemli bir eksiklik olduğunu düşünüyorum.

Gelinlik sektörü standart ve butik üretimde Türkiye’de söz sahibidir ancak her ikisinde de henüz istenilen noktada dedildir. Bu

nun en önemli nedenlerinde biri üretimde atölye kurma maliyeti çok düşük olduğu için bu sektörü dağınık tutuyor ve çok ortaklı kurumsal yapılara geçişte bir engel oluşturuyor. Diğer taraftan hazır giyim sektörü kurumsal ve organize mağazalarda işlem yaptığı için özel ürünlerin standart mağazalarda satılması söz konusu değildir. Dolayısıyla üretim ve satış açısından butiğe çok daha uygundur. Bu çerçevede butik düzeyinde üreticiler için yeterli sermayenin olmaması, organizasyon, pazarlama, satış ağı ve genelde kurumsallık açısından yeterli düzeyde olunamaması en büyük engeller arasında yer alıyor.

Gelinlik kendi nitelikli işgücünü ve yan sanayini oluşturdu

Öte yandan hazır giyim her branşında Türkiye’de kendi işgücünü ve yan sanayini oluşturduğu gibi, gelinlik de bu anlamda iyi bir yan sanayiye ve nitelikli iş gücüne sahiptir. Özellikle yan sanayi açısından çevre ülkelere de hizmet veren bir konumdadır.

Gelinlik sektörü katma değer anlamındaki başarısı ve deneyimi ile diğer sektörlerle örnek olacak

Gelinlikte gelinen nokta her ne kadar bir başarı hikayesiye de daha katedilecek çok yol ve pastadan alınacak çok pay olduğunu düşünüyorum. Gelinlik sektörünün katma değer anlamındaki başarısını ve deneyiminin hazır giyimün diğer alt branşlarında da örnek olmasını diliyorum.

Hüseyin Öztürk

Moda ve Hazır Giyim
Federasyonu
Yönetim Kurulu Başkanı



İNCİ ÇAKMA MAKİNALARI

- YUVARLAK İNCİ ÇAKMA
- YARIM İNCİ ÇAKMA
- KÜÇÜK BOY (3mm) İNCİ ÇAKMA
- BÜYÜK BOY (18mm kadar) İNCİ ÇAKMA
- BÜYÜK TABLALI İNCİ ÇAKMA (ev tekstili için)



“Her zaman bir adım önde”



Web: www.dekat.com.tr



Globalpiyasa.com ... www.globalpiyasa.com/tr/dekat



Facebook: #dekatlazer



Instagram: #dekatlazer



Sahibinden.com: .. <https://dekatmakina.sahibinden.com>



Youtube: #dekattv

Dekat Makina Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Basın Ekspres Yolu Mahmutbey Ayrımı, Bahar Cad. No: 17 Güneşli / İSTANBUL

Tel: +90 (212) 555 93 92 – +90 (212) 655 55 61 • Fax: +90 (212) 539 91 20

E-Mail: info@dekat.com.tr

Gelinliğin “Al”dan “Beyaz”a tarihsel yolculuğu

GIYIM KONUSUNDA HANIMLARIN BEYLERDEN DAHA İLGİLİ OLDUĞU HEPİMİZİN MALUMU. BU TARİH BOYUNCA HEP BÖYLE OLAGELMİŞ. HELE HELE HAYATLARINDA DÖNÜM NOKTASI OLAN DURUMLARDAN BİRİSİ, BELKİ DE EN ÖNEMLİSİ SAYILAN EVLİLİĞE ADIM ATARKEN KONU HİÇ OLMADIĞI KADAR ÖNEM KAZANMAKTADIR. YAŞAMLARI BOYUNCA GİYECEKLERİ EN ÖZEL GİYSİ OLAN GELİNLİK SÖZ KONUSU OLUNCA, OLAY BAMBAŞKA BİR KİMLİĞE BÜRÜNÜYOR.

Giyim konusunda hanımların beylerden daha ilgili olduğu hepimizin malumu. Bu tarih boyunca hep böyle olagelmiş. Hele hele hayatlarında dönüm noktası olan durumlardan birisi, belki de en önemlisi sayılan evliliğe adım atarken konu hiç olmadığı kadar önem kazanmaktadır. Yaşamları boyunca giyecekleri en özel giysi olan gelinlik söz konusu olunca, olay bambaşka bir kimliğe bürünüyor.

Henüz evlenecekleri kişi bile belli olmadan, kendilerini giyecekleri gelinliğin içinde düşleyen genç kızlar, evlilik hazırlıkları başlayınca doğal olarak giyeceği gelinliğin de telaşını yaşamaya başlar ve o gelinliğin içinde kendini hayal ederek heyecanlanır. Düğün gününde

odak noktası kuşkusuz “Gelin” dir. O önemli günde gözler istenmasız gelinin üzerinde olacağından, giyilecek giysinin de çok çok özel ve güzel olması gereklidir.

Dünya üzerindeki farklı kültürlere bakıldığında, yüz yıllardır evlilik törenlerinde gelinin giydiği giysinin ayrı bir yeri olduğu kuşkusuz. Şimdi olduğu gibi, tarihte de, bu özel günde giyilecek giysinin, içinde bulunan şartlara göre ve eldeki imkanlar ölçüsünde, en iyi malzemelerle hazırlanılmasına özen gösterilmiştir. Tüm toplumlarda düğün törenlerinde gelin olan kişinin, ya giysi ya da başlık ile diğer kadınlardan ilk bakışta farkedilecek şekilde öne çıkması düşünülmüştür. Evlilik kurumu toplumların devamı açısından her zaman sahip olduğu değeri koruduğundan, düğün törenleri ve buna paralel olarak gelinlik giyimi de, ayrıcalığını hiç bir zaman yitirmemiştir.

Giyim kültürlerine göre gelinlikler farklılık gösteriyor

Toplumlar kendi nesillerini devam ettirecek evlilik kurumunu oluştururken, kültürlerine bağlı kalarak bir takım ritüeller gerçekleştirir. Bu özel olayı, bir dizi gelenek-görenek silsilesi

ile anlamlandırır. Gelinlik giyme de bu gelenek ve göreneklere uygun şekilde, bu ritüelde ait olduğu üst sırayı korur.

Araştırmacıların yaptıkları incelemeler, her toplumda giyim kültürünün, kendine ait zamana, gelenek ve göreneklere, inanışlara, yaşadıkları doğa şartlarına bağlı olarak ortaya çıktığını ve geliştiğini göstermekte. Evlilik törenlerinde giyilen giysiler de buna paralel olarak toplumların giyim kültürlerine özgü nitelikler taşımaktadır.

Türk kültüründe, ailenin temeli olacak, “Ana” olarak yeni nesilleri yetiştirecek “Gelin”, özel bir konumda yer alır

Dünya tarihinde evlilik kurumunu çok önemli bir yerde tutan Türk kültüründe, aile kurumunun temeli olacak olan ve “Ana” olarak yeni nesilleri yetiştirecek “Gelin”, özel bir konumda bulunmaktadır. Yeni yuvayı kuracak kadın ve erkeğin birbirlerini beğenip, evliliğe karar vermelerinden sonra, düğün hazırlıkları da gelenek ve görenekler çerçevesinde seyrine başlamaktadır.

Türk Kültürü’nde “Gelinlik Giyimi” uzun asırlardan bu yana var olan ve devam edegelen bir



*Sen gelinsin al yaraşır,
Al üstüne mor yaraşır,
Sana gelinlik yaraşır,
Severim yar severim yar*

(Bursa yöresinden bir kına türküsü)

gelenek. Ancak “Gelin” deyince akla gelen renk günümüzdeki gibi beyaz değil, Türklerde çok önemli bir renk sayılan “Kırmızı” yani “Al”dır. “Gelin Alı” denilince akla gelen renk de, “Bayrak Kırmızısı”dır.

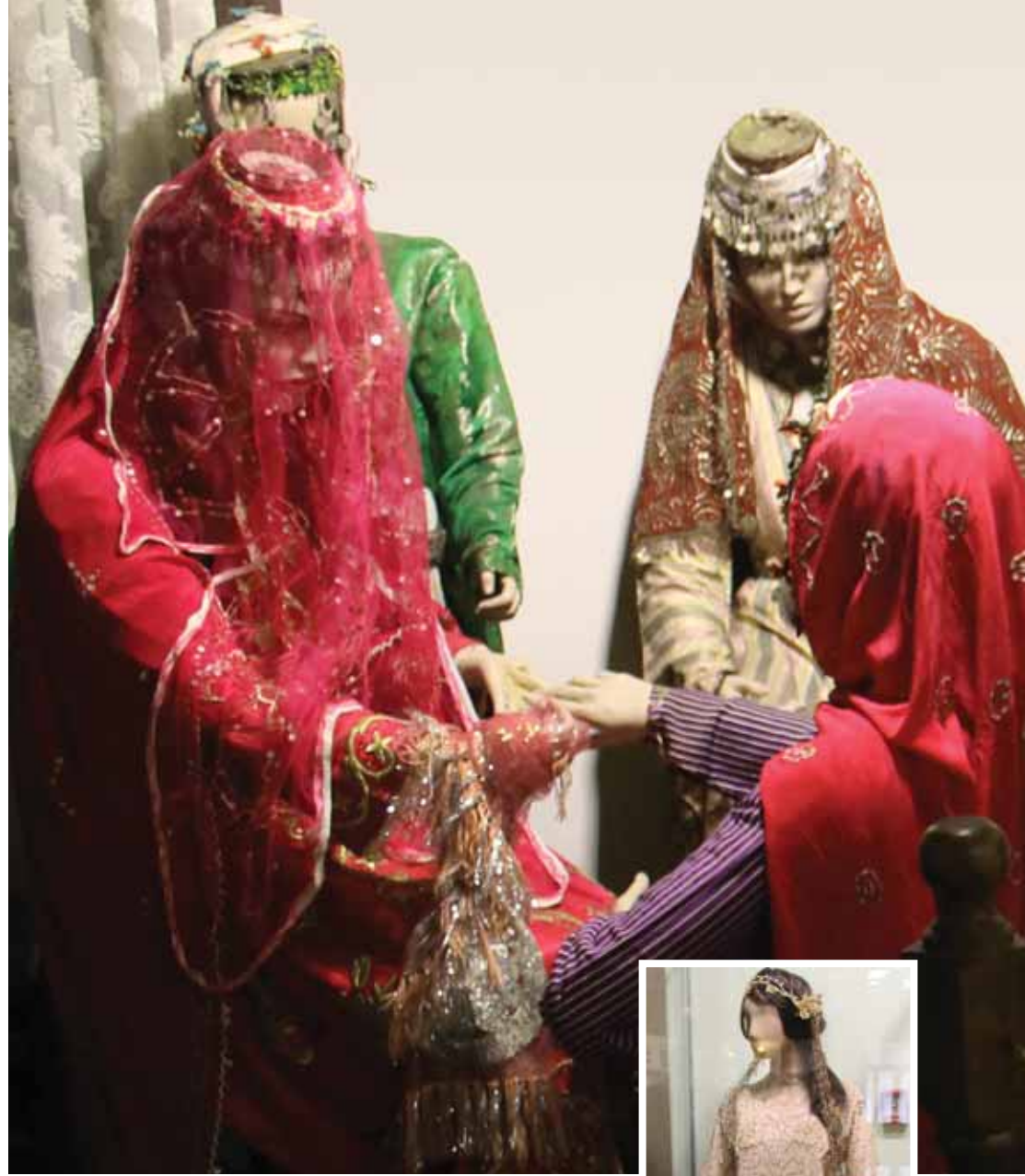
Türklerde gelinliğin adı yüzyıllardır “Bindallı”dır

Türklerde gelinler için yüzyıllardır özenle hazırlanan yerel giysilere “Bindallı” denilir. Osmanlı döneminde kumaşından, işçiliğine özenle hazırlanan ve bu konuda eşsiz örnekleri ile zirvede bulunan, gelinlerin bindallı giyinmesi geleneğinin kökeni, çok daha önceki kadim kültürlerinden kaynaklanır.

İmkanlar çerçevesinde bazen başka tür kumaşlardan yapılırsa da, bindallılar genelde kadife kumaşlardır. Üzerine göz dolduran şekilde boncuk, pul, tel ile işlemler yapılarak zenginleştirilir. Çoğunluğunda “Maraş İşi” olarak bilinen “Dival” işleme yapılır. Bindallı gelin için hazırlanıyorsa renk tabii ki kırmızıdır. Diğer renklerde yapılan bindallılar gelinin yakınları giyer.

Bindallı geleneği günümüzde kına gecelerinde yaşıtılıyor

Günümüzde kına gecelerinde hala benzer bindallılara



rastlamak mümkündür. Ancak yeni bindallıların çoğunda ne yazık ki, eski bindallılarda var olan el emeği, özen, ince işçilik gibi nitelikler bulunmamakta. Çoğunlukla seri üretimle oluşturulan bu giysiler, tüketicinin talebini karşılamaya yönelik olarak hazırlanıyor. Kültürün devamlılığı göz önüne alınarak düşünülüğünde, bindallı giyiminin devam etmesi olumlu bir durum. Bu giysilerin renklerinin hala çoğunlukla kırmızı

renkten seçilmesi de sevindirici sayılabilir.

Beyaz gelinliklere geçiş

Gelinliğin tarihteki yolculuğuna baktığımızda, beyaz renkteki gelinliklerin çıkış yerinin Batı olduğu gözlenmektedir. Orta Çağ beyaz gelinliklerin yavaş yavaş ortaya çıktığı dönem sayılmaktadır. Ancak moda olmasında öncülük eden, 1840 yılında Prens Albert ile evlenen Kraliçe Victoria’dır. “Victoria





dantellerini" giymek istediği gelinlikte görmek istemiş, bu nedenle gelinliğini beyaz satenden diktirmiştir. Halen Londra Müzesi'nde bulunan bu gelinlik, kayık yaka, balon kollar ve dantellerle Fransız Modası'nı yansıtmaktadır. (Bursa Belediyesi - Bursalı mısın Kadifeli Gelin Kitabı)

Bu düğünden sonra "Gelinler saflık ve masumiyetin simgesi olarak beyaz giyinmelidir" anlayışı da beyaz gelinlik modasının yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Bu akım için öncülük eden mekanlar da tabi ki saraylardır.

İlk beyaz gelinliği 2. Abdülhamit'in kızı Naciye Sultan giydi

Bizde ise ilk defa beyaz gelinlik giyen 2. Abdülhamit'in kızı Naciye Sultan'dır. 1898 yılında evlendiğinde beyaz gelinliği ile tepki çekse de, ardından 1917 yılında evlenen, yine 2. Abdülhamit'in torunu Adile Sultan da beyaz gelinlik tercih eder. Sarayda yüzyıllardır süren ve neredeyse bir tabu halinde olan, gelinlerin koyu kırmızı renkte gelinlik giyme adeti de böylece dönüşüm sürecine girmiştir.

Halk imkanları dahilinde bulabildiğinin en iyisiyle gelinlik yaptı

Ancak saray ve aristokrat kesim dışında, savaş yıllarını yaşayan ve aynı zamanda yoklukla mücadele eden halk için aynı şey söz konusu olamamıştır. Halk imkanları dahilinde bulabildiği en iyi kumaşlarla bindallı, şalvar, cepkenler dikip, bunları düğünlerden düğünlere birbirlerine aktardı.

Cumhuriyet'in kurulması ile Türk halkı için yepyeni bir dönem başladı. Kalkınmaya başlayan genç Türkiye'de halk, açılan

fabrikalarla kumaşlara daha kolay ulaşır hale geldi. Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğini yaptığı güne uygun, çağdaş, modern ve fonksiyonel giyim, Türk halkı tarafından da hemen benimsendi. Bu dönemde Avrupa'dan gelen moda akımları da halkın tercihlerinde etkili oldu.

Temelleri sağlam atılan Türk gelinlik sektörü, kısa zamanda dünyada önemli bir noktaya geldi

Bu gelişmelere paralel olarak, çoktan başlayan "Beyaz gelinlik" giyinme iyice yaygınlaşmış ve oturmuştur. Eğitim için yurt dışına giden gençler, döndüklerinde, öğrendikleri bilgilerle moda sektöründe yeni gelişmelere öncülük etmişlerdir. Gelinlik modası, gerek model, gerek kumaş, gerekse aksesuarları ile Avrupa ile yarışır hale gelmiştir. 1960 yıllarına gelindiğinde Türkiye'yi yakından gözlemleyen ve modanın merkezi sayılan Fransa'da, Türk gelinlikleri ile ilgili haberlere de yer verilmektedir. Çok kısa zamanda katedilen bu ilerleyiş, şimdiki gelinlik sektörünün sağlam temelini oluşturmaktadır.

“Cumhuriyetle birlikte, gelinliklerde çoktan başlayan “Beyaz” tercihi zamanla iyice yaygınlaşmış ve oturmuştur”



ESİN ARICAN

Gelinlik & Haute Couture

www.esinarican.com | Online Alışveriş



EsinArican

GESİD YÖNETİM KURULU BAŞKANI SELVİ BORİHAN: “Gelinlik ve abiye sektöründe İstanbul ve İzmir lokomotif”

MHGF ÜYESİ (GESİD) YÖNETİM KURULU BAŞKANI SELVİ BORİHAN GELİNLİK VE ABIYE SEKTÖRÜNDE ÖZELLİKE İSTANBUL VE İZMİR’İN LOKOMOTİF OLDUĞUNA DİKKAT ÇEKEREK, “BUNU BİZ SÖYLEMİYORUZ; AVRUPA ÜLKELERİ VE BİRÇOK ÜLKE BU KONUDA ÖNCÜLÜĞÜMÜZÜ KABUL EDİYOR. TASARIM VE ALTYAPIMIZ VAR. FRANSA, İTALYA, İSPANYA GİBİ MODADA ÖNCÜ OLAN ÜLKELER DAHİ BİZİ İMALAT, TASARIM KALİTESİ HAKKINDA ÖRNEK ALABİLİYORLAR” DİYE KAYDEDİYOR.



Moda ve Hazır Giyim Federasyonu’nun (MHGF) İstanbul’daki üye derneklerinden Gelinlik Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği (GESİD) 2006 yılında İstanbul’da 30 firmanın bir araya gelmesiyle kurulmuş önemli sektörel sivil toplum kuruluşlarından biri. Gelinlik ve abiye giyim sektörünün ulusal ve uluslararası platformlarda çıkarlarını korumak ve gelişmesine katkı sağlamak amacıyla kurulan derneğin şu andaki yönetim kurulu başkanı ve aynı zamanda MHGF Yönetim Kurulu Üyesi Selvi Borihan ile gelinlik özel sayımızda GESİD ve sektör hakkında bir söyleşi gerçekleştirdik. Borihan sohbetinde bir yanda sektörün güçlü yanlarını dile getirirken, diğer yandan da uluslararası rekabette daha fazla öne çıkmak için neler yapmamış gerektiği yönünde önemli tespitlerde bulundu. Söz konusu eksik taraflarımızın tamamlandığında Türk gelinlik sektörünün dünyada daha iyi bir konuma geleceğine dikkat çekti.

“Birinci önceliğimiz piyasa ve imalat aşamalarını, teknik koşulları yenilemek, rehabilite etmektir”

GESİD ne zaman, hangi misyonla kuruldu?

Derneğimiz 2006 yılında, 30 firmanın öncülüğünde, kendisini her zaman saygı



Ödülünü Yıldırım Mayruk'tan aldı

İstanbul Gelinlik Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği, öncülük ettiği bu gece-nin ev sahibliğini yaptı. 1960'lı yılların en parlak gelinlik üreticisi, dönemin en başarılı iki ünlü terzi olan Lütfiye Arhalı'nın bu ölümlü geçide "Meslek Onur Ödülü" verildi. Portane'de gerçekleştirilen, sunuculuğunu Rana Elak'ın yaptığı ve gününün en iyi tasarımcıları ile İstanbul gelinlik sektörünün önde gelen isimlerinin katıldığı gecede Arhalı, ödülünü Yıldırım Mayruk'tan eline aldı. Bu arada Tuba Büyükkasım da Lütfiye Arhalı'nın 40 yıl önce tasarladığı gelinlik giymek üzere sahneye çıktı.



GELİN HAKLARI DA SAVUNULACAK!

İstanbul Gelinlik Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği Başkan Yardımcısı Sinan Şafak Yalçın, merdiven altı gelinliklerin terahiti ödünmesini ve ücretleri de bilmiyor.



“Önceliklerimizden bir diğeri imalat-satış-pazarlama konularında tanıtımla beraber pazar payımızı artırmak”

Öncelikli misyonumuz sektörel anlamda piyasa koşullarıyla ölçek olarak potansiyelimizi ve önceliğimizi belirlemektir. Birinci önceliğimiz piyasa ve imalat aşamalarını, teknik koşulları yenilemek, rehabilite etmekte; altyapının sağlam olması gerekiyordu. Bu konuda paylaşım ve bilgilendirme yaptık. İkinci önceliğimiz imalat-satış-pazarlama konularında tanıtımla beraber pazar payımızı artırmaktır.

“2008 yılında Feshane’de düzenlediğimiz gelinlik fuarı büyük beğeni topladı”

Bildiğim kadarıyla GESİD olarak 2008 yılında İstanbul’da bir fuar düzenlediniz. Bu proje hakkında bilgi verir misiniz?

Derneğimiz kuruluşunun ikinci yılında önemli bir ilke imza atarak sektörel anlamda 48 firmanın katılımıyla Feshane’de gerek yurt dışı gerek yurt içinden 10 bin ziyaretçi ağırladığımız bir gelinlik fuarı düzenledik. Büyük bir beğeni, olumlu tepkiler aldık. Bu da üyelerimizin ileriye döndük

daha iyi çalışmalarının temelini oluşturdu. Tanıtım ve taleplerin gelmesi bizi mutlu etti.

“Avrupa da dahil birçok ülke bu konuda öncülüğümüzü kabul ediyor”

Gelinlik ve abiye sektörü Türkiye’de hangi konumda?

Gelinlik ve abiye sektöründe özellikle İstanbul ve İzmir sektörü lokomotif olarak zaten biliniyor. Bunu biz söylemiyoruz; Avrupa ülkeleri ve birçok ülke bu konuda öncülüğümüzü teslim ediyor ve kabul ediyor. Tasarım ve altyapımız vardır. Fransa, İtalya, İspanya gibi modada öncü olan ülkeler dahi bizi imalat, tasarım kalitesi açısından örnek alabiliyorlar. Başlangıçta Uzakdoğu ülkelerine imalat alanında birtakım yönelmeler olsa da kalitesiz ürünler piyasada sorun çıkarınca tekrar iç piyasaya dönüş yapıldı. Bence de doğrusu buydu. Bizler hala ağırlıklı olarak mağaza ve butik üretimini satışa sunuyoruz. Seri üretimi birtakım sebeplerden dolayı azınlık olarak yapıyoruz, bunda haklı gerekçelerimiz var. Üyelerimiz hiçbir zaman tam anlamıyla devlet desteği almadı, özellikle maddi olarak istemedik. Bizler sadece dünya pazar ve piyasalarına girmemize öncü olmalarını istiyoruz. Bu konuda yeterince destek almadık. İstanbul Büyükşehir Belediyesi başkanı Sayın Kadir Topbaş bize yardımcı

“Derneğimiz kuruluşunun ikinci yılında sektörel anlamda ilk kez 48 firmanın katılımıyla Feshane’de gerek yurt dışı gerek yurt içinden 10 bin ziyaretçi ağırladı”



oldu, kendilerine sizin aracılığınızla bir kez daha teşekkür ediyoruz.

“Yüzde 60 genç nüfusu olan ülkemizde günün koşullarına göre yatırım ve imalat yapmaktayız”

Satışlarda ihracatın payı nedir, ağırlıklı olarak hangi ülkelere ihracat yapılıyor?

Değişen ekonomik koşullarda ileriye dönük hedeflerimiz var. Özellikle yüzde 60 genç nüfusu olan ülkemizde günün koşullarına göre yatırım ve imalat yapmaktayız. Üyelerimizin çoğunluğu gelinlik üretimi yapmaktadır. Bizler abiye sektörünü başlı başına bir tekstil dalı olarak görüyoruz. Bu konuda da başarılı firmalarımız var.

“4 milyar dolar olan evlilik sektörü pastasından gelinlik üreticileri olarak daha fazla pay almak istiyoruz”

Satışlarımız az önce anlattığım gibi gerek üretim gerekse piyasa koşullarından dolayı düşük kalmaktadır. 4 milyar dolar evlilik sektöründeki payımız 300 milyon dolar olarak kalmaktadır. İyi şeyler yapmamıza rağmen düşük. Bu büyük pazarın tüm kuruluşlarla beraber ele alınması gerekir. Oteller-Organizasyon-Tanıtım ayaklarındaki oluşumun resmine komple bakılması gerektiğine inanıyoruz, biz bu konuda her türlü paylaşıma açığız.

Her ülkeye satış yapıyoruz, ancak satışlar yeterli değil.

“En temel sorunumuz vasıflı eleman eksikliği”

Ülkemize, ekonomize bu kadar önemli katma değer sağlayan bir sektör olarak hangi sorunlarla karşılaşılıyorsunuz?

En temel sorunumuz vasıflı eleman bulamamamızdır. Birçok oda ve örgütler ile işbirliği yapıyoruz fakat yeterli değil. Özellikle sektöre yönelik meslek lisesi veya akademilerde branş olarak yapılırsa daha iyi olacağını düşünüyoruz.

Türk gelinlik sektörünün geleceğini nasıl öngörüyorsunuz?

Sektörümüz bugünkü aşamaya kendi becerisiyle gelmiştir. Bundan sonra daha

iyi olması için bilgi, beceri ve hizmet anlamında herkesin üzerine düşen görevi yapmasını bekliyoruz.

Serbest piyasa ekonomisinde Amerika ve Avrupalı şirketler Türkiye'deki boşluğu yatırım yaparak doldurmaya çalışıyorlar. Fakat Uzak Doğu, imalat ve ürünleriyle küçük ve orta ölçekli firmalarımızı zorlamaya başladılar. İstihdam açısından çok da büyük bir katkı sağlamamakla birlikte haksız bir rekabet ortamı oluşturuyorlar. Örneğin mamül, yarımamül ve hammadde çok yanlış ithalat mevzuları vardır. Vergilendirme çok yanlış yapılmaktadır. Sorunların daha ileriye dönük sarmal yapmaması için bizlerin bütün kuruluşların destek ve görüşmesine hazır olduğunu belirtmek istiyorum.

Bizler dernek olarak imkanlar dahilinde çok iyi şeyler yaptık. En büyük hedefimiz konjonktür gereği çok ortaklı şirketleşmek, kurumsallaşmak, gündemimizde olduğu gibi sorunları daha rasyonel ve pozitif bir şekilde aşmak, günün şartlarına uyum sağlamaktır.

Bana ve derneğimiz GESİD'e göstermiş olduğunuz ilgi ve duyarlılıktan dolayı teşekkür ederiz.

“**Serbest piyasa ekonomisinde Amerika ve Avrupalı şirketler Türkiye'deki boşluğu yatırım yaparak doldurmaya çalışıyorlar. Fakat Uzak Doğu, imalat ve ürünleriyle küçük ve orta ölçekli firmalarımızı zorlamaya başladılar. İstihdam açısından çok da büyük bir katkı sağlamamakla birlikte haksız bir rekabet ortamı oluşturuyorlar”**

GELİNLİK, NİŞANLIK, ABİYE



Merkez:

Fevzi Paşa Cad. No: 123 /1 Fatih / İstanbul • Tel: +90 212 531 91 57
www.selvimodaevi.com • info@selvimodaevi.com

GESİD GENEL SEKRETERİ MEHMET KONDUR:

“Avrupa kalite noktasında Türk gelinliğini tercih ediyor”

GESİD GENEL SEKRETERİ MEHMET KONDUR, AYNI ZAMANDA UZUN YILLARDIR MK MODA MARKASIYLA GELİNLİK SEKTÖRÜNE AKSESUAR ÜRETEBİR FİRMANIN SAHİBİ OLARAK SEKTÖRÜN GÜCÜNÜ VE KIRILGAN YANLARINI BİRÇOK KİMSEDEN DAHA İYİ BİLİYOR. KONDUR, BELLİ BİR KALİTEYE ULAŞMIŞ TÜRK GELİNLİKLERİNİN AVRUPA TARAFINDAN TERCİH EDİLDİĞİNİ BELİRTİRKEN TASARIM, PAZARLAMA, KURUMSALLAŞMA YÖNÜNDEKİ EKSİKLİKLERİN DE GÖRMEZLİKTE GELENMEYECEĞİNE DİKKAT ÇEKİYOR.



Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF)

üyesi Gelinlik Sanayicileri ve İhracatçıları (GESİD) Genel Sekreteri Mehmet Kondur gelinlik sektörüne aksesuar üreten bir firma sahibi olarak sektörü çok iyi değerlendirme imkanına sahip. Kendisiyle hem sektör hem de GESİD ile ilgili keyifli bir söyleşi gerçekleştirdik.

Kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

MK moda ürünleri olarak 1994 yılından beri gelinlik sektöründe aksesuar üreticisi olarak hizmet vermekteyiz. Başlıca üretim konumuz gelinlik jüponu, gelinlik duvağı ve gelinlik tacıdır. Ürettiklerimizin yaklaşık %45'ini yurt içine, %55'ini ise Avrupa'ya ihraç etmekteyiz. Kaliteli üretimi benimsiyoruz, bu şekilde de ürünlerimizi geliştireyoruz. Özellikle de

kaliteye önem veren firmalarla çalışmaktayız.

GESİD'den ve dernekteki çalışmalarınızdan bahsedermisiniz?

2007 yılında yaklaşık 30 firmanın toplanarak sektördeki belli başlı sorunlara çözüm bulmak adına İstanbul Gelinlik Sanayicileri Derneği olarak bir oluşum başlatıldı. Ana gaye sektördeki problemlere nasıl çözüm bulabiliriz idi. İstihdam ve özellikle de ihracat noktasında ne gibi çözümler bulabiliriz, bunun üzerine kurulmuş bir dernektir. Daha sonra da sadece İstanbul ile sınırlı kalmamızın uygun olmadığını, Anadolu'nun diğer yerlerinde derneğimize katabileceğimiz firmaların olduğunu düşündük ve ismimizi GESİD olarak değiştirdik.

“İrili ufaklı 4 bin firma var ancak kendini bir yere taşımayı düşünenlerin sayısı az”

Dernek olarak sektörde gerekli desteği bulduğumuzu tam olarak düşünmüyoruz. Sektörde bu işe gönül vermiş, bunu ihra-

cata taşımayı düşünen firma sayısı çok fazla yok. Vizyonla ilgili böyle bir eksik olduğu için açığı çok zorlanıyoruz. Her ne kadar böyle problemler olsa da, elimizdeki imkanlarla birtakım çalışmalar yapıyoruz. Örneğin 2008 yılında, dernek kurulumundan bir yıl sonra çok ciddi bir organizasyon yaptık. Sadece kendi imkanlarımız ile Fesane'de bir fuar organize ettik. Orada 140 adet firma belki de ilk defa böyle bir şeye katıldı. Bu firmalarımız büyük bir beklenti içinde bu fuara gittiler. Ancak siz de biliyorsunuz ki bir fuarın oturması birkaç yıl alıyor. Bu sebeple firmalarımızın bir kısmının beklentisi karşılanmadığı için bir sonraki yılda butikler böyle bir maliyete katlanmayı göze alamadılar. Tüm çabalarımıza rağmen gerekli bir sayıya ulaşamadığımız için devamını getiremedik. Sektörde yaklaşık 4 bin firma var ancak bunlar irili ufaklı, kendini bir yere taşımayı düşünenlerin sayısı az. Markalaşma yolunda ilerlemek isteyen firma pek yok. Bu firmaların gelişmesini sağlayabilirsek güzel olacaktır. Büyümeyi he-



defleyen firmaların desteğini görüyoruz, çünkü tek başlarına bir şeyler yapmanın zorluğunu görüyorlar ve aynı mantalitede oldukları için çok rahat bir şekilde birlik olabiliyorlar. Böyle firmaların sayısını artırmak temel hedefimiz olmalı. Ancak tabii ki bunu tetikleyen unsurlar var. Kalifiye eleman ihtiyacı gelişmek için çok önemli. Bu işe girdiğiniz zaman ciddi bir ekibe ihtiyacınız oluyor. Emek yoğun bir iş olduğu için, el işi önemli olduğu için, seri üretim mümkün olmadığı için kalifiye eleman ihtiyacı doğuyor. Bir yerde eleman olarak çalışmaktansa küçük de olsa bir butik açıp kendi üretimini yapmak daha kolay geliyor, bu da eleman bulmayı zorlaştırıyor. Böyle olunca da entegre üretim yapan firmalarımız bir elin parmaklarını geçmiyor diyebiliriz.

“Türkiye’de yılda yaklaşık 700 bin düğün oluyor”

İç piyasayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Ülkemizde bir yıllık nikah sayısı 650-700 bin civarında, bunun İstanbul’daki kısmı ise 120 bin civarında. Gelinlikte ise bunun 200-250.000’lik kısmının kiralık, geri kalanının satın alma yoluyla gerçekleştiğini görüyoruz. İstanbul’da butik üretim çok daha fazla öne çıkıyor. Seri üretim olarak İstanbul’da çok fazla üreticimiz yok. Seri üretim yapan firmalar İzmir’de ağırlıklı. Çünkü gelinliğin temellerinin



atılması o bölgeye dayanıyor. Orada bir istihdam genel bir tecrübe, bir kültür söz konusu. Anadoludaki ihtiyacın %70’ini İzmir’li tedarikçiler karşılıyor. Buralar dışında gelişmekte olan firmalarımız İzmir’te, Çanakkale’de, Gaziantep’te var.

“Yıllık yaklaşık 300 bin gelinlik ihraç ediliyor”

Türkiye ihracatta ne durumda? Hangi ülkeler ağırlıkta?

-Bundan beş yıl öncesine kadar ihracat sayılarımız epey düşüktü. O zamanki rakamlar 50 bin civarındaydı. Bugün ise özellikle de seri üretim yapan firmalarımızın kendilerini geliştirdiklerini görüyoruz. Gerçekten kalite noktasında bir yerlere geldik. Bu da elbette bu firmaların ihracattaki reketini artırıyor. Bugün ihracatta 250-300 bin civarında bir rakamın söz konusu olduğunu söyleyebilirim. Bu da ciro olarak 150-160 milyon dolara denk geliyor. Ağırlıklı olarak İtalya’ya üretim yapan firmalarımız var ki İtalya moda anlamında ciddi söz sahibi olan bir ülke. Bunun dışında Almanya, Fransa, Belçika, Hollanda gibi çeşitli Avrupa ülkeler var. Orta

doğu ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri var. Ancak ağırlık Avrupa’da. Avrupanın kalite noktasında bizi tercih ettiğini görüyoruz. Ayrıca lokasyon



olarak da Uzak Doğu'ya göre daha iyiyiz. Bu noktada Türkiye daha cazip bir merkez olarak görülüyor. Avrupa ile çalışmak da bizim için daha keyifli.

“Tasarım yönümüzü geliştirmemiz, tasarımcılarımızı ön plana çıkarmamız lazım”

Sektör olarak rekabette yurt dışında ön plana çıkmak için sizce neler yapmamız gerekiyor?

Bugün firmalarımızın tasarım noktasında eksik kaldığını görüyorum. Maalesef dışardan beslenme, dışarıdan gelen yönlendirmelerden fazlaca etkilenme durumu var. Tabii ki herkes bazı kaynaklardan besleniyor fakat bizim katma konusunda çok eksikliğimiz olduğunu düşünüyorum. Ha-

zıra konma durumunu seviyoruz. Tasarım yönümüzü geliştirmemiz, tasarımcılarımızı ön plana çıkarmamız gerektiği kanaatindeyim. Bunun gelişmesi için gerek eğitim, gerek iş birliği konusunda birtakım çalışmalar yapmamız gerekmekte. Yoksa bu üretimin yerini ithal ürünlere bırakmak zorunda kalabiliriz. Çünkü bugün Türkiye'de bir ithal gelinlik gerçeği var. Son 5 yılda özellikle çok rağbet görüyor. Bugün dünyadaki belli başlı firmaların tamamı Uzak Doğu'da üretim yaptırıyor. Bugün finishing dediğimiz, bir tanesi nasılsa diğer 100 tanesi de aynı şekilde olan ürünler yapıyorlar. Kalıp bilgileri, kalite kontrol tecrübeleri çok ileri seviyeye çıkmış durumda. Her ne kadar Çin'de üretiliyor olsa da belli bir kalite

ve standartta ürünler üretebiliyorlar. Bu da rekabet ve maliyet noktasında ciddi avantajlar sağlıyor. Bizim ülke olarak kaybettığımız noktalardan biri de bu. Biz toplu üretim yapamıyoruz ve maliyet düşüremiyoruz. Bu etkenleri bir araya getirdiğimiz zaman ithal gelinlik pazarıyla maalesef rekabet edemiyoruz. Bu firmalar ayrıca reklam, katalog, şubeleşme, mağaza konseptine kadar ciddi yatırımlar yapıyor. Böyle olunca da alıcı da markaya bilinçli olarak yöneliyor. Biz ise gelinlikte bir marka çıkartamıyoruz. Bu yüzden insanlar ithal ürüne kayabiliyorlar. Bu da bizim işimizi zorlaştırıyor.

Yan sanayi alanında ülke olarak nerdeyiz?

Biz aksesuar konusunda yine Çin'in baskınlığına maruz kalıyoruz. Türkiye'de de belli başlı aksesuar üreticileri var, ancak gelinlik aksesuarının pek çok dalı var ve bunları tek başına üreten firmalarımız pek yok. Başlıca aksesuarlarımızdan örnekler vermek gerekirse, gelinliğe şekil veren en önemli aksesuarın jüpon olduğunu söyleyebilirim. Bu mevcut gelinliğe göre üretilir, gelinliğe şekil verir. Bunun dışında duvak, saç aksesuarları, taç, çiçek, eldiven, gelinlik iç çamaşırları, ayakkabı gibi olmazsa olmaz aksesuarlar vardır. Gelinlik için yan sanayi olarak bakarsak kumaş ve tül üretimi yapan ciddi üreticilerimiz var. Ancak burada da nitelikli kumaş, hammadde üretiminde eksik olduğumuzu görüyoruz. Örneğin dantel üretimini yapıyoruz fakat gelinlikte tercih edilen dantellerin büyük kısmı yine Çin'den getiriliyor. Bu konuda da kalite, fiyat ve çeşitlilik konusunda rekabet edemiyoruz. Yine kasnak işleme konusunda

ise Hindistan'a bağlı olduğumuzu görüyoruz. Bu gibi nitelikli yan sanayide de eksiklerimiz var. Ancak daha standart, beylik ürünlerde Türkiye'de çok ciddi üretici var. Aslında bizim bir eksiklerimiz de bu; nitelikli üretime yatırım yapan firmamız çok yok. Bizde maalesef şöyle bir anlayış var, pazardaki arz-talep dengesini gözetmeden, araştırmadan ve öngörü yapmadan ürünlere yatırım yapıyoruz. Bu sefer arz-talep dengesi bozuluyor, ciddi bir rekabet ortaya çıkıyor ve onca yatırımın karşılığını alamadığını görüyoruz. Bizim, işin nitelikli üretim kısmında eksiklerimiz var. Doğru planlama ile gelişim sağlanabileceğini düşünüyorum.

“Pazardaki arz-talep dengesini gözetmeden, araştırmadan ve öngörü yapmadan yatırım yapıyoruz. Bu sefer arz-talep dengesi bozuluyor, ciddi bir rekabet ortaya çıkıyor ve birçok yatırımın karşılığını alamadığını görüyoruz. Bizim, işin nitelikli üretim kısmında eksiklerimiz var. Doğru planlama ile gelişim sağlanabileceğini düşünüyorum”





 **mkmoda**

A professional producer of bridal accessories

Jupon - Duvak - Taç

www.mkmoda.com

EGSD YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUKADDER ÖZDEN:

“IF Wedding ile artan pazar sektöre istikrar getirdi”

MHGF BAŞKAN YARDIMCISI VE EGSD YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUKADDER ÖZDEN HAZIR GIYIMDE KATMA DEĞERİ ARTIRMA YÖNÜNDE ÖNEMLİ BİR MİSYONU YERİNE GETİREN GELİNLİK SEKTÖRÜNÜN İZMİR’DE DÜZENLENEN IF WEDDING GELİNLİK DAMATLIK VE ABİYE GIYIM FUARI SAYESİNDE İSTİKRARA KAVUŞTUĞUNU BELİRTTİ.



Mukadder Özden
MHGF Yönetim Kurulu
Başkan Yardımcısı ve
Ege Giyim Sanayicileri
Derneği (EGSD) Başkanı

Gelinlik sektörü hazır giyimde katma değerli üretim anlamında önemli bir misyon yerine getiriyor. İzmir’de yıllar içinde gelinlik üretiminde ciddi anlamda bir kümelenme gerçekleşti ve “Türkiye’nin gelinlik başkenti” unvanını aldı. Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Evet, doğrudur. Fuar sayesinde oluşan pazar birçok hazır giyimciyi bu konudaki üretimde istikrara kavuşturdu.

EGSD’nin, Moda ve Hazır Giyim Federasyonu’nun (MHGF) desteği ve İzfaş işbirliğiyle 10 yıldır düzenlediği IF Wedding Gelinlik Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı’nın sektörün İzmir’deki ve Türkiye’deki başarısına katkısını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Fuarın doğuşu İzmir Büyükşehir Belediyesi şirketi olan İzfaş’ın Gelin / Damat Şov etkinliğini profesyonel seviyeye çekme amacı ile EGSD’ye işbirliği teklif etmesiyle gerçekleşti. EGSD olarak 10 yıldır yoğun çalışma içindeyiz. Israrlı talepleri-miz, görüşlerimiz İzfaş personeli tarafından maksimum

oranda yerine getirildi. Sektör şirketlerimizin görüşleri danışma kurullarında her zaman dikkate alındı. Bu yoğun mesai sonucunda IF Wedding güvenilir bir etkinlik haline geldi. İzfaş tarafından yapılan pazarlama çalışmaları neticesinde ağırlıklı olarak İstanbul olmak üzere Edirne, Çanakkale, Bursa, Ankara, Gaziantep gibi bir çok şehirden katılımımız oldu. Türkiye dışından da Amerika, Hollanda, Bulgaristan, Brezilya, Lübnan, İtalya gibi dünya ülkelerinden katılımcılarımız var. Halihazırda Türkiye’nin başarı grafiğini her yıl yukarı doğru taşıyan, en uzun ömürlü ve UFI onaylı tek hazır giyim fuarı ünvanını elinde bulundurmaktadır.

Sizce gelinlik sektöründe başarıyı pekiştirmek ve küresel rekabette daha öne geçmek için neler yapılmalı?

Tasarımlar kültürel bakımdan daha fazla pazara, maliyetler açısından da orta ve üst segmente birlikte hitap etmeli ki cirolarımız artabilsin. Seri imalat ve 12 ay üretim alt yapısı oluşturulmalı. Bunun için ihracat kültürüne sahip, kurumsal çalışmayı bilen yatırımcılar bu işe girmeli. Materyal kalitesi artmalı, kalite kontrol prosesleri iyileştirilmeli. Uluslararası ticaret koşullarını iyi bilen distribütörler oluşturulmalı. Kayıtlı, resmi ihracat miktarı artmalı. Kurye ihracatı azalmalı.

rımcılar bu işe girmeli. Materyal kalitesi artmalı, kalite kontrol prosesleri iyileştirilmeli. Uluslararası ticaret koşullarını iyi bilen distribütörler oluşturulmalı. Kayıtlı, resmi ihracat miktarı artmalı. Kurye ihracatı azalmalı.

“Tasarımlar kültürel bakımdan daha fazla pazara hitap etmeli, maliyetler açısından orta ve üst segmente birlikte hitap etmeli ki cirolarımız artabilsin. Seri imalat ve 12 ay üretim alt yapısı oluşturulmalı. Bunun için ihracat kültürüne sahip, kurumsal çalışmayı bilen yatırımcılar bu işe girmeli”

IF *wedding* 2017 FASHION İZMİR

11.

GELİNLİK,
DAMATLIK VE
ABIYE GİYİM
FUARI



 / ifweddingfashionizmir
ifwedding.izfas.com.tr

7 ŞUBAT
2017 10



ufi
Organize
Fuar

ORGANİZATÖRLER



İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

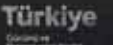
PARTNER



DESTEKLEYENLER



Hizmet Sponsoru



Türkiye
Cumhuriyeti

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

MK-MODA DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI İZZET AVCI:

“Mimar Kemalettin, İzmir’de gelinliğin merkezi”

MHGF’NİN İZMİR’DEKİ ÜYE DERNEKLERİNDEN MK-MODA, ADINI ÜYELERİNİN BULUNDUĞU TARİHİ MİMAR KEMALETTİN CADDESİ’DEN ALIYOR. AĞIRLIKLIL OLARAK GELİNLİK VE ABİYE MAĞAZALARININ YER ALDIĞI BÖLGENİN ADI “GELİNLİK”LE ÖZDEŞLEŞMİŞ DURUMDA. MK-MODA DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI İZZET AVCI, MİMAR KEMALETTİN’İN GELİNLİĞİN İZMİR’DEKİ MERKEZİ OLDUĞUNU VURGULUYOR.



Adını Osmanlı döneminde Mimar ve Mühendis Cemiyesi’nin kurucularından olan Mimar Kemalettin’den alan Mimar Kemalettin Caddesi gelinlik ve abiye giyim sektörünün İzmir’deki merkezi. İzmir Bü-

yükselir Belediyesi destekleriyle Konak Belediyesi tarafından 2001 yılında cadde ve sokaklarda düzenlemeler yapılan caddede yüzlerce gelinlik mağazası bulunuyor. Adını buradan alan Mimar Kemalettin Moda Merkezi Derneği (MK-

MODA) 2002 yılında faaliyete geçmiş. Yüzlerce firmanın kümelendiği, binlerce kişinin çalıştığı bölge tekstil ve hazır giyimde önemli bir tedarik merkezi. Gelinlik sektörü özel sayımızda MK-MODA’nın çok değerli başkanı İzzet Avcı’nın



MK-MODA Derneği Yönetim Kurulu Başkanı İzzet Avcı (Sağdan birinci) İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Yıldırım’ın da katıldığı IF Wedding İzmir Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı’nın açılışında.



yaptıkları çalışmalar ve gelinlik sektörü üzerine görüşlerini aldık.

“Yıllar içinde Mimar Kemalettin’deki gelinlikçi firma sayısı 50-60’tan 500’e çıktı”

Başkanım biraz kendinizden söz eder misiniz? Sektöre ne zaman girdiniz ve MK-MODA Derneği’ne ne zaman görev aldınız?

Sektöre terzilikle başladım, 1982 yılında terzi çırağı idim. Yavaş yavaş yaptığım işlerle MK-MODA Derneği’imiz içinde buldum kendimi. 2002’de dernek kuruldu. Dernekte bir dönem yardımcılık yaptım, başkanlıkta da ikinci dönem-deyim. Mimar Kemalettin’deki az tanınan gelinlik sektörünü tanıtmalar yolu ile ileriye taşıdık. Aynı zamanda esnafımızla da iletişime geçerek eğitimlerle hatalı ve eksik yönlerimizi düzelttik. Yurt dışı geziler yaptık, farklı projeler oluşturuldu. Hem İzmir Ticaret Odası, hem de Terziler Odası’ndaki esnaflarımızla iletişimde olarak dayanışmayı güçlendirdik. Burada iş yapan gelinlikçiler de

eskiden 60-70 civarında iken şimdi 500 gibi bir sayıya ulaşmış durumda. Abiye giyimde de 300 civarında iş yapan var. Sektörün genelinde kadın istihdamı yoğun olmakla birlikte Mimar Kemalettin Moda Merkezi’nde gelinlik abiye nişanlılık üretiminde pul boncuk işi nedeniyle özellikle kadın istihdamı çok daha fazla.

“İzmir’de 100’ün üzerinde firma gelinlikte seri üretim yapıyor”

Bu işletmelerden yapısı itibarıyla 100’ün üzerinde seri üretim yapanlar var ki bu çok iyi bir rakam sayılabilir. Üretimi başka yerde yaptırıp, burada mağazası, şubesi olan da var. Haute Couture ve perakende satışlar da yapılıyor.

İzmir’in ve özellikle de Mimar Kemalettin’in gelinlik sektöründeki önemi nedir sizce?

İzmir, uzun yıllardır gelinlik piyasasını elinde tutuyor. IF Wedding İzmir Gelinlik Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı ile birlikte gelinlik İzmir’de oturdu. IF Wedding’le birlikte bazı fir-

malar büyük ilerleme kaydettiler. Bence fuarımız, Milano’daki fuardan çok daha iyi durumda.

“İtalya’nın en büyük firmasının gelinliği İzmir’de yapılıyor”

Bir oranlarsak Mimar Kemalettin’den satışların iç ve dış piyasa ağırlığı nedir?

Bu oran yaklaşık yarı yarıya denilebilir. İtalya’nın en büyük gelinlik firmasına İzmir’den gelinlik yapıyor örneğin. Bir başka örnek Arap ülkelerinin toptancılarının tümü neredeyse Türkiye’den alıyorlar gelinlikleri. Tabi her ülkenin tercihlerine göre üretim yapılıyor.

Bu anlamda gelinlik katma değeri çok yüksek bir ürün. Mimar Kemalettin de gelinlikte İzmir’in hatta Türkiye’nin başkenti diye biliniyor. Peki ağırlıklı hangi ülkelere ihracat yapılmakta?

Avrupa bölgesi ağırlıkta. Avrupa’da imalat kalmadı. Çin’den de artık ürün almıyorlar, en yakın yer Türkiye. Gelip Türkiye’den alıyorlar. Bizde oturmuş bir alt yapı da var. Sipariş çok kısa sürede elinde oluyor,

bu bizim tercih edilebilirliğimizi artırıyor. İsteddiği malı her özelliği ile istediği şekilde ve zamanda alabiliyor.

“En büyük sorunumuz elaman eksikliği”

Peki sorunlarınız var mı dersek, neler söylersiniz?

Sorun çok aslında ama en büyük sorun eleman sorunu. Devlet bu konuya el atmalı. Gelecek için adım atmalı. Sanat okulları ile birlikte çalışmalıyız. Üniversitesini okuyan insanlar işi bilemiyor, eline iğne almamış. Yetiştirmek için biz de bir şeyler yapabiliriz ancak sadece bizimle olmaz. Üniversitelerle işbirliği yapılmaya başlandı, ilerletilmesi gerekiyor.

Mimar Kemalettin bölgesi her anlamda kendini geliştirdi. Burada her sorunumuzu çözebiliyoruz. Ancak siyasi ve ekonomik belirsizlikler bizi düşündürüyor, moral olarak şu sıralar iyi değiliz, durgunluk yaşıyoruz. İhracatta çok önemli payımız olmasına rağmen, tekstil sektörümüzün iyi temsil edilemediğini düşünüyoruz.

İzmir, uzun yıllardır gelinlik piyasasını elinde tutuyor.

IF Wedding İzmir Gelinlik Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı ile birlikte gelinlik İzmir’de oturdu. Fuanya birlikte bazı firmalar büyük ilerleme kaydettiler. Bence fuarımız, Milano’daki fuardan çok daha iyi durumda”

ESİN ARICAN:

“Gelinlik duygusal yaklaşılan bir ürün olması nedeniyle üretimi ve sunumuyla sanat eseri gibidir”

ESİN ARICAN, GELİNLİK SEKTÖRÜNDE MARKA OLMUŞ, BİRÇOK SİVİL TOPLUM KURULUŞUNDA GÖREVLER ÜSTLENMİŞ TANINAN VE BİLİNEBİRİSİ. GESİD’İN BİR ÖNCEKİ DÖNEM YÖNETİM KURULU BAŞKANLIĞINI DA YAPAN ARICAN, GELİNLİĞİN İNSAN HAYATINDA DUYGUSAL YAKLAŞILAN BİR ÜRÜN OLDUĞUNU BELİRTEREK ÜRETİMİ VE SUNUMUYLA SANAT ESERİ GİBİ OLDUĞUNA DİKKAT ÇEKİYOR.



Esin Arıcan, gelinlik sektöründe uzun yıllara dayanan tecrübeye sahip, adıyla marka olmuş önemli bir kişilik. Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) üyesi Gelinlik Sanayici ve İhracatçıları Derneği’nin (GESİD) bir önceki dönem başkanlığını ile MHGF’de yönetim kurulu üyeliği de yapan Arıcan, gelinlik sektöründe halen kendi adıyla çalışmalarını sürdürüyor.

Esin Hanım, kendinizden bahseder misiniz? Ne kadar zamandır sektörde faaliyet gösteriyorsunuz?

1990 yılında Osmanbey’de tekstil işine başladım. Kumaş müessesiliği olarak başladığım bu işi 12 yıl kadar sürdürdüm. Daha sonra ise kendi adımla bir butik açtım ve on dört yıldır gelinlik sektöründe çalışıyorum. Temposu ve enerjisi oldukça yüksek, yeniliğe sürekli açık bir sektör olduğu için memnun bir şekilde işletmeye devam ediyorum. İş hayatında belli bir yere gelip, başarılı olduktan sonra deneyimleri pay-

laşımli yaşamak amacıyla sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinde yer aldım, çeşitli görevler üstlendim. Bu çerçevede GESİD Başkanlığı ile MHGF ve Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği’nde (OTİAD) Yönetim Kurulu Üyeliği de yaptım. Kendi yöresel derneğim Muğla Tanıtım ve Kültür Derneği’nde hala aktif olarak çalışıyorum.

“Gelinlik, yaratıcılık duyguları kullanılarak, işçilik ve tasarım olarak özenilerek dikilen bir ürün”

GESİD başkanlığı da yaptınız. Gelinlikçiliğin tekstil ve hazır giyim sektörünün diğer branşlardan farkları neler?

Gelinlik diğer branşlardaki gibi seri olarak üretilmez, çok fazla model vardır. Ömürde bir kere giyilen özel bir ürün olduğu için kişiye özel, butik olarak çalışılır. Mümkün olduğu kadar da kişileri mutlu etmeye yöneliktir. Yaratıcılık duyguları kullanılarak, işçilik ve tasarım olarak özenilerek dikilen bir ürün olduğu için diğerlerine

benzemez. Gelinlik, duygusal yaklaşılabilir bir üründür, ona sanat eseri gibi bakılır. Özel bir ürün olduğu için de üretimi de sunumu da özel olarak yapılmaktadır.

“Ülke olarak gelinlikte çok iyi bir yerdeyiz”

Türkiye ve İstanbul gelinlikte hangi noktada sizce?

Gelinlikte biz oldukça iyiyiz, tasarımlarımız ve kumaşlarımız çok güzel. Çeşitlimiz çok bol. Dantel çeşitleri, bunların üzerine konulan taşlar gibi aksesuarlarımız ve yan sanayimiz çok güçlü. Bu yüzden gelinlikte dünyada sayılı bölgeler arasında yer alıyoruz. Bu yüzden tasarımı, kalitesi ve görselliği farklı, kaliteli ürünler ortaya çıkarıyoruz. Gelinlik yapılan diğer ülkeler de kumaşları, dantelleri ve taşları İstanbul'dan alıyor. Ancak alabildikleri kadarıyla yapabiliyorlar. Biz ise kaynağa yakınız ve bu yüzden şanslıyız. İşçilik açısından da iyiyiz, çünkü sektörde rekabet bir hayli fazla. Rekabetten de kalite doğuyor. Firmalar arasında, diğerinin tarzını görüp, beğenip onun önüne geçme isteği de var. Rakiplerine yetişemezse ayakta kalamaz, firmalar bunu bilir ve ona göre daima kendilerini geliştirirler.

İhracatta hangi ülkeler ağırlıkta?

Önceden Suriye tarafından Orta Doğu'ya yapılmaktaydı. Şimdi ise Orta Doğu ülkelerine İstanbul, İzmir ve Bursa'dan ihracat yapılmakta. Avrupa ülkelerine ise şu an ülkemize gelemedikleri için, üreticiler katalogları kendileri götürüyor ve orada müşteriye pazarlayıp daha sonra oraya bir şekilde naklediliyor.

Peki sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz?

İnsanlar giyimden vazgeçemezler. Herkes iyiyi giymek istiyor. İyi olan da artık internet ortamında bile kendini bir şekilde tanıtır. Sosyal medyanın rolü büyük. İşini iyi yapanı müşteri buluyor.

Önceden daha çok kişi geliyordu bize, moda evinden çıkıp müşterinin ayağına gitmiyorduk. Yabancı müşterileri ağırlardık ve hazırda ürünlerimizi daha fazlasıyla satardık. Şimdi ise bu yönde ciddi bir düşüş var. Bu durumda koleksiyonu hazırlayıp onların ayağına giden firmalar daha şanslı oluyor.

Gelinlikte 2017 trendlerinden de bahsedebilir misiniz?

Renk olarak kırık beyaz, inci beyazı dediğimiz renkler tercih edilmekte. Danteller oldukça yoğunlukta. İşlemeli-işlemesiz danteller var. Taşlı modellerimiz biraz azaldı. Nakışlar daha çok öne geçti. Kalıpsal olarak tek parça ürünler beğeniliyor. Prenses modeller her zamanlar yoğunlukta. Balık modeller de fiziğine güvenen gelinler tarafından tercih ediliyor. Şimdilerde straplez sevilmiyor artık.

Gelinlikte biz oldukça iyiyiz, tasarımlarımız ve kumaşlarımız çok güzel. Çeşitlimiz çok bol. Dantel çeşitleri, bunların üzerine konulan taşlar gibi aksesuarlarımız ve yan sanayimiz çok güçlü. Bu yüzden gelinlikte dünyada sayılı bölgeler arasında yer alıyoruz”





Övge Yıldızhan (solda)

ENZOANI TÜRKİYE VE ORTA DOĞU
TEMSİLCİSİ ÖVGE YILDIZHAN:

“Türkiye, gelinlik üretiminde ciddi potansiyele sahip”

ENZOANI’NİN TÜRKİYE VE ORTA DOĞU TEMSİLCİSİ
ÖVGE YILDIZHAN, MODA TASARIMI, PAZARLAMA
VE MARKALAŞMA KONUSUNDA HEM ÜLKEMİZDE
HEM DE YURT DIŞINDA AKADEMİK EĞİTİM ALMIŞ
BAŞARILI BİR İŞ KADINI. YILDIZHAN, TÜRKİYE’NİN
GELİNLİKTE CİDDİ BİR ÜRETİM MERKEZİ OLDU-
ĞUNU BELİRTİYOR ANCAK ÖNEMLİ EKSİKLİKLERİ-
MİZE DE DİKKAT ÇEKİYOR: TASARIM, KURUMSAL-
LAŞMA VE MARKALAŞMA.

Kendinizi, firmanızı tanıtır mısınız?

Meslek tercihim çok küçük yaşlarda yaptığım için tüm eğitim hayatım da aynı doğrultuda devam etti. Anadolu Meslek Lisesi Moda Tasarımı bölümü, ardından Ege Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim, sonrasında lisansımı Portsmouth Üniversitesi Tekstil bölümünde devam ederek Southampton Üniversitesi’nde Moda ve Tekstil Sektöründe Uluslararası Yöneticilik, Pazarlama ve Markalaşma konusunda yüksek lisansımı tamamlayarak akademik alanda son noktayı koymuş oldum.

Yurtdışı tecrübem neticesinde kurumsal, yabancı ama henüz uluslararası marka bilinirliği olmayan firmalarla çalışmak istedim. Mezun olduğum 2009 senesinde Amerika merkezli birçok gelinlik markasının

üretimini yapan Enzoani ile yollarımız kesişti. İngiltere’den İzmir’e taşındım ve işi daha yakından tanımak üzere marka adına bir perakende mağaza açtım. Başta gelinliği, perakende mağazacılığı kavradıktan sonra firmanın başta Türkiye olmak üzere, bazı Balkan ülkeleri ve Orta Doğu’ya toptan satışını yapmaya başladım. Zamanla ürün gamına abiye ve yabancı başka markalar da eklenerek devam etti. Şu an Enzoani, Blue by Enzoani, Beautiful, Badgley Mischka, BM Belle, Abride ve Noor markaları ile çalışıyoruz.

Tasarım uluslararası rekabetimiz açısından ne anlam ifade ediyor?

Gelinlik diğer giyim ürünlerinden farklı olarak insanların hayatında en fazla birkaç kez giyindiği ve kendini çok özel hissetmek için diğer giyim ürünle-

rinden daha büyük bütçe ayırdığı bir giysi. Beyaz, kırık beyaz, ekru gibi ne fazla renk alternatiflerinin ne de tül, saten, tafta ve dantel gibi malzemelerinin dışına çıkılamayan bu giyside üreticinin yatırımı sadece malzeme ve dikiş kalitesi ile tasarım üzerine kuruluyor. Bu da tasarımın bu sektörde ne kadar önemli bir unsur olduğunu ispat ediyor.

“Uluslararası platformda marka değil iyi bir üretici/fasoncu konumundayız”

Türkiye üretim konusunda çok ciddi bir potansiyele sahip ancak bugüne dek tüm ağırlık üretime verildiği için uluslararası platformda marka değil iyi bir üretici/fasoncu konumundayız. Özellikle gelinlik sektöründe yabancı markaların koleksiyon satın aldığı bir ülke

değil, kendi tasarımlarını kısa temrinlerle ve düşük minimumlarla ürettirebildikleri bir lokasyonuz. Markalaşmış ülkelerde olduğu gibi tasarımcıya yatırım yapılmadığı ve her sezon bir koleksiyon oluşturarak kurumsal marka olma yolunda ilerlemek yerine her modeli her müşterinin isteği doğrultusunda modifiye ederek marka değil üretici/fasoncu ülke imajımızı sürdürdüğümüzü düşünüyorum.

Sektörün küresel boyutu bilen birisi olarak, dünya gelinlik sektöründen ve Türkiye’nin yıllar içinde geldiği konumdan bahsedebilir misiniz?

Geçmişten bugüne baktığımız zaman birçok kültür, gelecek ve günlük yaşantı her geçen gün modernliğin kurbanı olsa da düğün ve gelinlik gi-



yinme kültürü önemini korumakta hatta daha da artmakta. Bu sadece kendi ülkemizde değil, batılı ülkelerde de önemini korumakta. Hatta birçok yabancı tasarımcının günlük ve abiye giyimden sonra gelinlik koleksiyonu hazırlaması da gelinliğe olan ilginin artmasının göstergesi diyebiliriz. Geçmişle günümüzü kıyaslayacak olursak, en büyük fark şüphesiz gelinlikte markalaşma diyebiliriz. Önceleri gelinlik hazır bulunabilen, moda evleri, atölyeler ve terziler tarafından çoğunlukla el işçiliği ile tamamen kişiye özel dikilen bir giysi iken günümüzde dev markaların her sezon çıkardıkları koleksiyonları ile tamamen konfeksiyonda seri olarak üretilen bir giysi haline gelmiştir. Bunun neticesinde tasarım, markanın bilinirliği, kalite ve fiyat rekabet unsuru oluşturmaktadır. Gelin adayları mağazaları gezmek, gelinlikleri üzerlerine giyerek tercih yapmak yerine internet kanalıyla birçok uluslararası markanın ürünlerini incelemekte ve gördükleri görseller neticesinde seçimlerini yaparak aynı modelleri diktir-

mek/almak istemektedirler. Türk gelinlik üreticisi perspektifinden bakıldığında halihazırda tasarlanmış, üretilmiş ve müşteri tarafından beğenilmiş bir modeli üretmek daha cazip gelmektedir. Bu nedenle küreselleşmenin bize katkısı dünya gelinlik modasını yakından takip etme ve benzerini üretebilme kabiliyeti kazandırması diyebiliriz.

“Bir gelinlik firması olarak dünyanın neresinde olursanız olun kartvizitinizde İzmir belirlediğinde bu işi yerinde yaptığınız imajını veriyorsunuz”

İzmir yakaladığı başarıyla “Türkiye’nin Gelinlik Başkenti” unvanını aldı. Bunu nasıl yorumluyorsunuz? İzmir dünyada rekabette daha fazla ön plana çıkmak için neler yapmalı?

İzmir’in gelinlik sektörünün bu şehirde kümelenmesi ve bu nedenle bir pazar oluşturması sonucu böyle bir unvana sahip olması ticaretimiz açısından çok güzel bir durum. Yerli ve yabancı müşterinin gelinlik sektörünün İzmir’de olduğunu bilmesi ve ziyaret etmesi hem üreticinin hem perakendecinin hem de gelinlik yan sanayinin yararına olmaktadır. Bir gelinlik firması olarak dünyanın neresinde olursanız olun kartvizitinizde İzmir belirlediğinde bu işi yerinde yaptığınız imajını veriyorsunuz. İzmir ve İzmir’li bir marka olarak uluslararası bir yer edinmek için taklitten uzak, belli bir tarzı olan ve koleksiyonunun ardında durarak yurtdışı tanıtımlarına yoğunluk vermemizin gerekliliğinin, başarılı yabancı markaları sadece görsel olarak değil, üretim teknikleri ile de takip etmemiz gerektiğinin ve işçiliğin çok önemli olduğu bu sektörde ka-

lifye eleman yetiştirmenin çok önemli olduğuna inanıyorum.

IF Wedding alanında tek ve en önemli organizasyon. Hiçbir marka başarılı bir fuar kadar gerçek alıcıya ulaşma gücüne sahip değil”

10 yılı geride bırakan

IF Wedding Fashion Fuarı, sektörü ve uluslararası alıcıları buluşturan önemli bir organizasyon? Sektöre katkısını nasıl değerlendiriyorsunuz?

IF Wedding Fashion İzmir Uluslararası Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı’nın sektörümüz açısından Türkiye’deki en önemli ve tek organizasyon olduğuna inanıyorum. Hiçbir

marka başarılı bir fuar kadar gerçek alıcıya ulaşma gücüne sahip değildir. IF Wedding, yıllardır gerek yurtiçi gerekse yurtdışında yaptığı fuar tanıtımları ve yabancı alıcıyı firmalarla buluşturmak üzere yaptığı maddi ve manevi yatırımlar neticesinde her geçen yıl sektörü daha ileriye taşımaya yardımcı olmaktadır. Dilerim bu çabalar sonucunda sadece lokal değil, uluslararası markaların ve alıcıların da yer almak için beklediği bir fuar haline gelir.



WHITE HOUSE GELİNLİK GENEL MÜDÜRÜ SEYFİ YILDAN:

“Gelinlikte, işini doğru yapan firmalar ayakta kalacak”

WHITE HOUSE GELİNLİK, 35 YILI AŞKIN BİR ZAMANDIR FAALİYET GÖSTEREN, İZMİR’DE İHRACAT AĞIRLIKLI ÇALIŞAN SEKTÖRÜN ÖNEMLİ TEMSİLCİLERİNDEN BİRİ. YILLIK YAKLAŞIK 20 BİN ADET GELİNLİK ÜRETEBİLİR VE DÜNYANIN DÖRT BİR YANINA İHRACAT YAPAN WHITE HOUSE GELİNLİK’İN GENEL KOORDİNATÖRÜ SEYFİ YILDAN “EURO BÖLGESİNİN TAMAMI, AYRICA DOLAR OLARAK ORTA DOĞU ÜLKELERİ, TÜRK CUMHURİYETLERİ, FAS, TUNUS, CEZAYİR, HATTA AVUSTRALYA, ABD VE KANADA’DA DA MÜŞTERİLERİMİZ VAR” DİYOR.

Gelinlikte marka şehir İzmir, bu alanda uzun deneyime sahip, kurumsallaşmış markalara da sahip. Bunlardan bir 35 yılı aşkın süredir sektörde faaliyet gösteren, ulusal ve uluslararası düzeyde birçok başarıya imza atmış; White House. İsmail Urhan’ın Yönetim Kurulu Başkanlığını yaptığı şirketler grubunun bir markası olan White House, Türkiye ve yurt dışına yönelik gelinlik, abiye, haute couture alanında üretim ve satış yapan bir firma. Genel Koordinatörü Seyfi Yıldan ile çalışmalarının yanı sıra İzmir’in gelinlik sektörü ile bütünleşmesi ve bunun ardında yatan dinamikleri de konuştuk.

Sektörde 35 yılı aşkın tecrübe

Gelinlik sektöründe köklü ve kurumsallaşmış markalardan birisiniz. Grup olarak, kaç yıldır bu sektörde faaliyet gösteriyorsunuz?

Sektörde 35 yılı aşkın bir geçmişimiz var. Bununla birlikte kurucumuz İsmail Urhan Bey’in 15 yıllık da bir bireysel geçmişi var. Çalışan olarak sektöre başlamış ve daha sonra kurucu olarak devam etmiş. Biri iştirak olmak üzere dört şirketle faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.

Bu şirketlerin faaliyet alanı yine gelinlik üzerine değil mi?

Evet. Gelinlik alanında. İkisi perakende olarak hizmet verirken, diğer ikisi de üretici



White House Genel Koordinatörü Seyfi Yıldan

durumunda. Grubumuzda 125 civarında çalışanımız var. Yılda 18-20 bin gelinlik üretiyoruz.

Seri üretim mi yapıyorsunuz? Çünkü üretim miktarlarınız oldukça yüksek.

Hayır seri üretim yapmıyoruz. Seri üretim ile atölye arasında bir üretim şeklimiz var. Ancak gidişat tabi seriye üretime doğru. Çok çalışırlı, emek yoğun bir şirket

tiz. Bunun yanında iki üretici şirketimizle faaliyet gösteriyoruz.

“Fransa dikkat et, yakında gelinliğin merkezi İzmir olacak”

İzmir, son yıllarda Türkiye’de “Gelinliğin Başkenti” unvanıyla anılıyor. Bunun arkasında yatan dinamikler nelerdir?

İzmir gerçekten gelinlikte önemli bir merkez. Şöyle ki; 53 yıl kadar önce İzmir’de

ilk gelinlik defilesini Zuhal Yorgancıoğlu yapmış. O dönemde Fransız basınından bir gazeteci "Fransa dikkat et, yakında gelinliğin merkezi İzmir olacak" şeklinde bir makale kaleme almış. O günden bu günlere gelindiğinde gelinliğin baş şehri gerçekten İzmir. Sektörde önemli bir aktör. İzmir olarak on yıldır IF Wedding adıyla gelinlik alanında bir ihtisas fuar yapıyoruz. Uluslararası düzeyde ve gelinlik pazarında adından çok söz ettiren bir fuar. Dolayısıyla İzmir bu konuda ciddi söz sahibi. Bundan 40 yıl kadar önce daha ziyade mahalle aralarında haute couture çalışan terziler bu işi yaparken bugün İzmir'de ciddi bir gelinlik üretimi var. Gelinlik, insanoğlu ile birlikte var olacak bir ürün. Dolayısıyla gittikçe iyiye gideceğimizi düşünüyoruz.

"Gelinlik sektörü neden İzmir'de gelişmiştir? Çünkü Egeli çok kültürlüdür, güzeli çabuk kabul eder, dünyaya daha açıktır"

İzmir'in gelinlikte artıları neler?

Gelinlik sektörü neden İzmir'de gelişmiştir? Çünkü Egeli çok kültürlüdür, bunun sonucunda güzeli çabuk kabul eder, dünyaya daha açıktır. Bundan 50 yıl öncesine bakalım olursak Türkiye'nin ihracatı beş kalemlle sınırlıydı ve bunların hepsi de İzmir Limanı'ndan yapıldı. 1980'lerde Özal dönemine kadar ülkemizde üretim çok ilkel şartlardaydı. Daha sonra ihracat önem kazanınca İzmir'in ihracat konusundaki önceliği diğer illerimiz sanayi ürünlerine yönelinceye kadar devam etti. Dolayısıyla İzmir'in önceki döneme kıyasla ihracat miktarı hızla artmadı. Örneğin, her hangi bir şirket yılda üç yat ihrac ettiğinde önemli bir döviz girdisi sağlarken, bizde tüm gelinlik firmalarının ihracatını toplasak o kadar yapıyor. Emek yoğun sektörün problemi bu. Tam adedini bilmemekle birlikte İzmir'de binin üzerinde gelinlik üreticisi olduğunu tahmin ediyorum.

"Yoğun rekabete rağmen sektör hala cazibesini koruyor"

İzmir'de sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Yoğun rekabete rağmen gelinlik hala cazibesini koruyor. Sektöre giriş çok kolay. Örneğin dört kişiyle sektöre girmek mümkün. Bununla birlikte riskli bir sektör, yapılan



White House Genel Koordinatörü Seyfi Yıldan, İsmail Urhan Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Urhan (Sağda) ile birlikte.

ürün beğenilmeyebilir. Özen gerektiren bir iş, her ürün özel. Ancak işini doğru yapan firmalar ayakta kalabilir.

"Mikro ihracat olduğu için kayıtlara geçmiyor"

İhracatta hangi ülkeler ön plana çıkıyor?

Ürettiğimizin yüzde 40'ından fazlasını ihraç ediyoruz. Euro bölgesinin tamamı, ayrıca dolar bölgesi olarak; Orta Doğu ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri, Fas, Tunus, Cezayir, hatta Avusturalya, ABD ve Kanada'da da müşterilerimiz var.

Bilançomuza göz atarsanız, yurt dışı satış kalemi olarak bu rakamları teyit etmez. Bizim ihracatımız genelde mikro ihracat düzeyinde. Genelde 20-30 parça sipariş edilir. Eğer istek olursa tekrar alırlar. Örneğin 650 dolardan on gelinlik sipariş edildiğinde 6 bin 500 dolara karşılık geliyor. Bu rakam 7 bin doların altında olduğu için mikro ihracat kapsamına giriyor. Ayrıca müşterilerimiz genellikle transport firmasını da kendileri ayarlar. Dolayısıyla bunlar ihracat rakamlarında yer almaz.

El emeği yoğun olduğu için gelinlikte kalifiye çalışanlar çok önemli. Bu konuda sıkıntı yaşıyor musunuz?

Artık meslek liselerinin ve meslek yüksek okullarının moda tasarım bölümleri var.

Ayrıca kurumsallık da önemli, biz bu konuda rakiplerimizden farklıyız. Çalışanlarımızın en önemli değeri olduğunu biliyoruz.

Rekabette hangi firmalar ön plana çıkıyor?

Gelinlikte kumaş seçiminden ziyade görsellik, güzellik ön planda. Ancak bazen gelinlikler kiralanabiliyor. Bu durumda gelinliğin kalitesi de önem kazanıyor, defalarca giyilmesine rağmen sorun çıkmaması gerek.

Biraz da bu yılın gelinlik trendlerinden bahsedermisiniz?

Bu yıl lazer kesim ve üç boyutlu süslemeler moda. Şifon ön plana çıkacak, çünkü genç kızlarımız artık çok süslü şeyler istemiyorlar. Bunların dışında trendin çok değişeceğini sanmıyorum. Renk olarak krem ve kırık beyaz biraz daha önde olacak.

53 yıl önce İzmir'de ilk gelinlik defilesini Zuhal Yorgancıoğlu yapmış. O dönemde Fransız basınından bir gazeteci "Fransa dikkat et, yakında gelinliğin merkezi İzmir olacak" şeklinde bir makale kaleme almış. O günden bugüne gelinliğin baş şehri gerçekten İzmir"

BIANCO VITA GELİNLİK YÖN. KRL. BŞK. ABDULLAH SALKIM:

“Seri üretimde dünya normlarını ülkemize taşıdık”

GELİNLİĞİN TÜRKİYE’DEKİ BAŞKENTİ İZMİR’DE YERLEŞİK BIANCO VITA, SEKTÖRDE 41 YILLIK DENEYİMİ VE SERİ ÜRETİMİ İLE DİKKAT ÇEKEN ÖNEMLİ FİRMALARIMIZDAN BİRİ. BIANCO VITA YÖNETİM KURULU BAŞKANI ABDULLAH SALKIM İLE İÇ VE DIŞ PAZAR TRENDLERİNİ, SEKTÖRÜN BELLİ BAŞLI SORUNLARINI ELE ALDIK, ÖNERİ VE BEKLENTİLERİNİ DİNLEDİK.

Firmamız 41 yıldır sektörde faaliyet gösteriyor. Bianco Vita markasıyla başladık ve bu markayla üretimimiz devam ediyor. Üretimimizin yüzde 60’ı ihracat, yüzde 40’ı iç piyasaya yönelik.

Türkiye genelinde olduğu gibi İzmir’de de butik üreticiler ağırlıkta. Ancak İzmir, seri üretim açısından İstanbul’dan ileri bir konumda. Bunun nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye, Avrupa’nın en büyük gelinlik imalatçısı durumunda. Biz üretimimize direkt olarak seri üretim olarak başladık. Üretimle birlikte mağazaları-

mız, bayilik sistemimiz de oluştu. Seri üretimde dünya normlarında üretimi ülkemize taşıdık, fabrikamızı kurduk. Şu an Çamdibi’nde MTK Sitesi’ndeki fabrikamızda üretimi-mizi gerçekleştiriyoruz.

Hangi ülkelere ağırlıkta ihracat yapıyorsunuz?

Başta İtalya olmak üzere Almanya, Belçika, Hollanda, Avusturya ve Arap ülkelerine ciddi sayıda ihracat gerçekleştiriyoruz.

İzmir’e “Türkiye’nin Gelinlikte Başkenti” deniyor. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bence İzmir, sadece Türkiye’nin değil dünyanın da gelinlikte başkenti.

“İzmir gelinlikçilerinin ihracatta önlerinin açılması gerekiyor”

Üretimde karşınıza çıkan en büyük sorunları nedir?

Şu an da yaşadığımız en büyük sorunumuz kalifiye elaman sıkıntısıdır. İkinci en büyük sorunumuz ise sektörü bilinçlendirme. Sektör ihracat konusunda maalesef sıkıntılı. Bugün İzmir’deki üreticiler üretimlerinin en az yüzde 40 ya da yüzde 50’sini ihracata çeviremedikleri müddetçe bu sıkıntıların devam edeceğini düşünüyorum. Özetle İzmir gelinlikçilerinin ihracatta önlerinin açılması gerekiyor. Firmaların bu konuya ağırlık vermesi gerekiyor. Bu konuda biraz önce de bahsettim sektörün bilinçlendirilmesi ve ihracat kültürünün geliştirilmesi gerekiyor.

“Arz talep dengesinin olması ve nitelikli üreticilerin sayısının artması çok önemli”

Bir de sektörde işe başlama maliyetleri düşük olduğu en büyük problemlerimizden biri küçük işletme düzeyinde çok üreticinin olması. Burada bir arz



Bianco Vita Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Salkım



talep dengesinin olması gerekiyor. Nitelikli üreticilerin sayısının artması çok önemli.

Tasarım konusundaki çalışmalarınızdan bahsedermisiniz?

Firmamızda bir tasarım ekibi var. Dünya fuarlarını, dünya modasını ve güncel trendleri çok yakından takip ediyoruz. Tasarım konusunu da bu şekilde aşıyoruz.

Gelinlikte katma değer in oluşturulmasında tasarım çok önemli. Nitelikli tasarımcı bulmak açısından zorluk yaşıyor musunuz?

Çok büyük sıkıntı yaşıyoruz. Özellikle bizim gibi yurt dışına yüklü ihracat yapan, yurt dışında iyi firmalara mal dikenler hariç diğer bütün firmalar çok büyük sorun yaşıyor.

Sektör açısından 2016 nasıl geçti, 2017 beklentilerinizi nelerdir?

Bu yıl geçen yıla oranla ihracatımız iyi iç piyasa zayıf geçti. Önümüzdeki kış ele alırsak zor bir kışın geçeceğini söyleyebilirim. Ama genel olarak ülkemizde istikrar sağlarsa 2017 yılından çok umutluyum.



Maalesef yurt dışı müşterisi çok ürkek. Ülkemizde kaos olursa, korku ve bundan kaynaklı çekincelerle gelmiyor. Örneğin benim İtalya müşterim 15 Temmuz sonrası gelecekti. Ancak yaşadığımız darbe girişimi nedeniyle programını iptal etti, Ağustos ya da Eylül sonuna öteledi. Ne kadar ifade etsek de, anlatmaya çalışsak da gelmedi.

“Avrupalı daha sade ve soft modelleri Anadolu ise şaşıaalı modelleri tercih ediyor”

Hem iç pazara, hem de yurt dışına ihracata çalışan bir firma olarak gelinlik modelleri anlamında yerli ve yabancı talepleri arasında ne tür farklılıklar var?

Ağırlıkta çalıştığımız Avrupa, daha çok sade ve soft modeller talep ederken, iç piyasa daha şaşıaalı, prenses etekler, inciler, boncuklar daha

gösterişli modelleri tercih ediyor.

Seri üretim yaptığınızı söylediniz. Yıllık üretim adediniz yaklaşık ne kadar?

Yılda 12 bin adet gelinlik üretiyoruz.

Gelinlikte bu yılın akımları ve trendlerden de bahsedermisiniz?

Biliyorsunuz krem rengi çok revaçtaydı. Şu anda kırık beyaz ve beyaz renge dönüşüm var.

Talepler; daha vintage, Helen tarzı daha soft, daha uçuş uçuş etekler. Tarlatan ve kabarık gelinlik dönemi yavaş yavaş bitti. Daha çok ağ kesimler, balıklar, elbise havasında gelinlikler revaçta. İki sene geriden de gitsek Avrupa tarzına yaklaşıyoruz. Büyük şehirlerde zaten Avrupa tarzı gelinlikler talep ediliyor. İç Anadolu'ya doğru geçildiğinde farklılıklar ortaya çıkıyor. Anadolu'da biliyorsunuz düğün, gelinlik şaşıaalıdır.



Büyük buluşma; 7-10 Şubat 2017'de

IF Wedding Fashion İzmir 2017'ye hazırlanıyor!

IF WEDDING FASHION İZMİR – GELİNLİK, DAMATLIK VE ABIYE GİYİM FUAR'I, 7 – 10 ŞUBAT 2017 TARİHLERİ ARASINDA, 11. KEZ SEKTÖR PROFESYONELLERİNİ FUAR İZMİR'DE BULUŞTURACAK.

izmir Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde İZFAŞ tarafından Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) üyesi Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) partnerliğinde gerçekleştirilen Avrupa'nın en büyük Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı, IF Wedding Fashion İzmir için hazırlıklar tüm hızıyla sürüyor. 2016 yılında 4 kıtadan 70'e yakın ülkeden ziyaret edilen IF Wedding Fashion İzmir, sektör profesyonellerini Türkiye'nin en büyük ve en modern fuar alanı Fuar İzmir'de buluşturacak.

Modaya ve Ticarete Doymuracak!

Her yıl dünyanın dört bir yanından ağırladığı yabancı alım heyetleri ile gelinlik sektörü ihracatına katkı sağlayan IF Wedding Fashion İzmir, 2017 yılı hazırlıkları kapsamında ziyaretçi çalışmaları devam ediyor.

Yurtdışında ve yurtiçinde devam eden çalışmalar sayesinde sektöründe Avrupa'nın en iyisi olan fuar büyümeye, gücüne güç kaymaya devam edecek.

Ziyaretçi çalışmalarının yurtdışı ayağında; Fransa, Al-



many, İspanya, İtalya'da düzenlenen sektör fuarlarına gidildi. Yurtdışında ise; İstanbul, Tekirdağ, Kırklareli, Edirne, Bursa, Eskişehir, Ankara, Erzurum, Erzincan, Elazığ, Iğdır, Malatya, Antalya, Isparta, Burdur, Denizli, Aydın, Muğla, Balıkesir, Uşak, Manisa, Afyon, Trabzon, Giresun, Ordu, Rize, Samsun'da tanıtım ve ziyaretçi çalışmaları yapıldı. Öte yandan sektörün önde gelen yurt dışı ve yurt içi yayın organları ile reklam ve ta-

nıtım çalışmaları sürüyor. Ayrıca dünyanın dört bir yanına; sektör profesyonellerine ve ziyaretçilere düzenli olarak bülten ve görsellerden oluşan newsletter gönderilerek fuara dikkat çekiliyor.

2016 yılında, toplam 300 milyon dolarlık ön satış anlaşmasının yapıldığı öngörülen IF Wedding Fashion İzmir fuarı, moda ve ticarete doyurmaya önümüzdeki yıl da devam edecek. Büyük buluşma; IF Wed-

ding Fashion İzmir, 7 – 10 Şubat 2017 tarihleri arasında, Fuar İzmir'de olacak.

10. Yılında 10 Kat Büyüdü

2016 yılında; 198 katılımcıyla gerçekleşen fuar, 23 binden fazla ziyaretçiyi ağırlayarak hem katılımcı hem de ziyaretçi sayısıyla rekor üstüne rekor kırmıştı.

Dünya moda otoritelerinin en önemli fuarlardan biri olarak



gördüğü IF Wedding Fashion İzmir ilk olarak 2007 yılında, 4 bin metrekare alanda düzenlendi. 10. yılında Fuar İzmir’de organize edilen fuar; 10 kat büyüterek, 48 bin metrekare alanda gerçekleşti. Fuar İzmir’in görkemli atmosferinde düzenlenen IF Wedding Fashion İzmir; sıra dışı moda şovlarıyla, rekor katılımı gerçekleştiren tasarım

yarışmasıyla, birbirinden güzel stantlarıyla ve sektörün öncü markalarının katılımıyla 4 gün boyunca dolu dolu geçti.

“Gelinlik Tasarım Yarışması”

Türkiye’nin önde gelen firma defileleriyle renklenmiş fuar, geçmiş yıllara göre en fazla katılımın yaşandığı

“Gelinlik Tasarım Yarışması” ile de geleceğin tasarımcılarının belirlendiği bir platform oldu. EGSD işbirliğinde düzenlenen ve her geçen yıl büyümeye devam eden yarışma; genç tasarımcıların önünü açmaya, tasarım şehri İzmir’de sektöre taze kan olmaya devam edecek. Aynı zamanda dünyaca ünlü İtalyan modacı Alessan-

dra Rinaudo’nun da hem markasıyla katılımcı olduğu hem de defilesiyle gala gecesini renklendirdiği IF Wedding Fashion İzmir, moda severlere unutamayacakları bir fuar deneyimi yaşattı. Bu yıl da ünlü bir modacının katılımıyla gerçekleşecek olan IF Wedding Fashion İzmir, tüm dünyanın ilgisini yine İzmir’e çekecek.



ESNEK ÇALIŞMA YASASI:

Geçici işçi çalıştırma

20 MAYIS 2016 GÜNLÜ RESMİ GAZETEDE YAYINLANARAK YÜRÜRLÜĞE GİREN VE KAMU OYUNDA ESNEK ÇALIŞMA YASASI OLARAK BİLİNER 6715 SAYILI KANUN, İŞ HAYATIMIZDA UYGULAMASI ÇOK SINIRLI OLAN GEÇİCİ İŞÇİ ÇALIŞTIRMA KONUSUNU DÜZENLEMİŞTİR.

Geçici işçi çalıştırma konusundaki katı uygulamayı ve kanunî düzenlemeleri daha esnek ve daha kolay uygulanabilir hale getirmiştir.

GEÇİCİ İŞ İLİŞKİSİ NASIL KURULUR?

Geçici iş ilişkisi, özel istihdam bürosu aracılığıyla ya da holding bünyesi içinde veya aynı şirketler topluluğuna bağlı başka bir işyerinde görevlendirme yapılmak suretiyle kurulabilir. Özel istihdam bürosu aracılığıyla geçici iş ilişkisi kurulmak isteniyorsa, Türkiye İş Kurumunca izin verilen özel istihdam bürosunun bir işverenle geçici işçi sağlama sözleşmesi yaparak bir işçisini geçici olarak bu işverene devri gerekmektedir. Ancak Kanun geçici iş ilişkisinin uygulanabileceği durumları sınırlamıştır. Buna göre;

- a-) İş Kanununun 13. maddesinin 5. fıkrası uyarınca ana babadan birinin ebeveyn izni alması halinde ile 74. maddesinde belirtilen analık, süt izni ve çocuğun üç yaşına gelmesine kadar olan dönemde alınacak ücretsiz izin dönemleri, işçinin askerlik hizmeti hâlinde ve iş sözleşmesinin askıda kaldığı diğer hâllerde,
- b-) Mevsimlik tarım işlerinde,
- c-) Ev hizmetlerinde,
- d-) İşletmenin günlük işlerinden sayılmayan ve aralıklı olarak gördürülen işlerde,
- e-) İş sağlığı ve güvenliği bakımından acil olan işlerde veya üretimi önemli ölçüde etkileyen zorlayıcı nedenlerin ortaya çıkması hâlinde,

- f-) İşletmenin ortalama mal ve hizmet üretim kapasitesinin geçici iş ilişkisi kurulmasını gerektirecek ölçüde ve öngörülemez şekilde artması hâlinde,
- g-) Mevsimlik işler hariç dönemsellik arz eden iş artışları hâlinde, geçici iş ilişkisi kurulabilir.

İŞVEREN ÖZEL İSTİHDAM BÜROSUDUR

Hemen belirtelim ki, geçici iş ilişkisinde işveren özel istihdam bürosudur!

Geçici iş ilişkisinde işveren özel istihdam bürosudur. Özel istihdam bürosu aracılığıyla geçici iş ilişkisi, geçici işçi ile iş sözleşmesi, geçici işçi çalıştıran işveren ile geçici işçi sağlama sözleşmesi yapmak suretiyle yazılı olarak kurulur.

ÖZEL İSTİHDAM BÜROSUYLA YAPILACAK SÖZLEŞMEDE DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN NOKTALAR

Özel istihdam bürosu ile geçici işçi çalıştıran işveren arasında yapılacak geçici işçi sağlama sözleşmesinde; sözleşmenin başlangıç ve bitiş tarihi, işin niteliği, özel istihdam bürosunun hizmet bedeli, varsa geçici işçi çalıştıran işverenin ve özel istihdam bürosunun özel yükümlülükleri yer alır. Geçici işçinin, Türkiye İş Kurumundan veya bir başka özel istihdam bürosundan hizmet almasını ya da iş görme edimini yerine getirdikten sonra geçici işçi olarak çalıştığı işveren veya farklı bir işverenin işyerinde çalışmasını engelleyen hükümler konulamaz. Geçici işçi ile yapılacak iş sözleş-



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

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.

mesinde, işçinin ne kadar süre içerisinde işe çağrılmazsa haklı nedenle iş sözleşmesini feshedebileceği belirtilir. Bu süre üç ayı geçemez.

Yukarıdaki (f) bendi kapsamında kurulan geçici iş ilişkisinde, geçici işçi çalıştıran işveren işyerinde bir ayın üzerinde çalışan geçici işçilerin ücretlerinin ödenip ödenmediğini çalıştığı süre boyunca her ay kontrol etmekle, özel istihdam bürosu ise ücretin ödendiğini gösteren belgeleri aylık olarak geçici işçi çalıştıran işverene ibraz etmekle yükümlüdür. Geçici işçi çalıştıran işveren, ödenmeyen ücretler mevcut ise bunlar ödenene kadar özel istihdam bürosunun alacağını ödemeyerek, özel istihdam bürosunun alacağından mahsup etmek kaydıyla geçici işçilerin en çok üç aya kadar olan ücretlerini doğrudan işçilerin banka hesabına yatırır. Ücreti ödenmeyen işçiler ve ödenmeyen ücret tutarları geçici işçi çalıştıran işveren tarafından çalışma ve iş kurumu il müdürlüğüne bildirilir.

GEÇİCİ İŞ İLİŞKİSİ HANGİ SÜRELERLE KURULABİLİR?

Geçici işçi sağlama sözleşmesi (a) bendinde sayılan hâllerin devamı süresince, (b) ve (c) bentlerinde sayılan hâllerde süre sınırı olmaksızın, diğer bentlerde sayılan hâllerde ise en fazla dört ay süreyle kurulabilir. Yapılan bu sözleşme ikinci fıkranın (g) bendi hariç toplam sekiz ayı geçmemek üzere en fazla iki defa yenilenebilir. Geçici işçi çalıştıran işveren, belirtilen sürenin sonunda aynı iş için altı ay geçmedikçe yeniden geçici işçi çalıştıramaz.

(f) bendi kapsamında geçici iş ilişkisi ile çalıştırılan işçi sayısı, işyerinde çalıştırılan işçi sayısının dörtte birini geçemez.

Ancak, on ve daha az işçi çalıştırılan işyerlerinde beş işçiye kadar geçici iş ilişkisi kurulabilir.

Sözleşmede belirtilen sürenin dolmasına rağmen geçici iş ilişkisinin devam etmesi hâlinde, geçici işçi çalıştıran işveren ile işçi arasında sözleşmenin sona erme tarihinden itibaren belirsiz süreli iş sözleşmesi kurulmuş sayılır. Bu durumda özel istihdam bürosu işçinin geçici iş ilişkisinden kaynaklanan ücretinden, işçiyi gözetme borcundan ve sosyal sigorta primlerinden sözleşme süresiyle sınırlı olmak üzere sorumludur.



GEÇİCİ İŞ İLİŞKİSİ KURULMASI ŞARTLARINDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN NOKTALAR

Çalıştırılabilecek geçici işçi sayısının tespitinde, kısmi süreli iş sözleşmesine göre çalışanlar, çalışma süreleri dikkate alınarak tam süreli çalışmaya dönüştürülür. Geçici işçi sağlama sözleşmesi ile çalışan işçi, 30. maddenin uygulanmasında özel istihdam bürosu ve geçici işçi çalıştıran işverenin işçi sayısına dâhil edilmez.

Geçici işçi çalıştıran işveren, iş sözleşmesi feshedilen işçisini fesih tarihinden itibaren altı ay geçmeden geçici iş ilişkisi kapsamında çalıştıramaz.

Geçici işçi, geçici işçi çalıştıran işverenden özel istihdam bürosunun hizmet bedeline mahsup edilmek üzere avans veya borç alamaz.

GEÇİCİ İŞÇİ ÇALIŞTIRACAK İŞVERENLERİN DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR

Geçici işçi çalıştıran işveren;

- a-) İşin gereği ve geçici işçi sağlama sözleşmesine uygun olarak geçici işçisine talimat verme yetkisine sahiptir.
- b-) İşyerindeki açık iş pozisyonlarını geçici işçisine bildirmek ve Türkiye İş Kurumu tarafından istenecek belgeleri belirle-

nen sürelerle saklamakla yükümlüdür.

c-) Geçici işçinin iş kazası ve meslek hastalığı hâllerini özel istihdam bürosuna ve ilgili mercilere derhâl bildirmekle yükümlüdür.

d-) Geçici işçileri çalıştıkları dönemlerde, işyerindeki sosyal hizmetlerden eşit muamele ilkesince yararlandırır. Geçici işçiler, çalışmadıkları dönemlerde ise özel istihdam bürosundaki eğitim ve çocuk bakım hizmetlerinden yararlandırılır.

e-) İşyerindeki geçici işçilerin istihdam durumuna ilişkin bilgileri varsa işyeri sendika temsilcisine bildirmekle yükümlüdür.

f-) İş Sağlığı ve Güvenliği Kanununda öngörülen eğitimleri vermekle ve iş sağlığı ve güvenliği açısından gereken tedbirleri almakla, geçici işçi de bu eğitimlere katılmakla yükümlüdür.

İŞVERENİN AYNI KALMASI SÜRETİYLE GEÇİCİ İŞ İLİŞKİSİ YARATILMASI

İşverenin, devir sırasında yazılı rızasını almak suretiyle bir işçisini, holding bünyesinde veya aynı şirketler topluluğuna bağlı başka bir işyerinde iş görme edimini yerine getirmek üzere geçici olarak devretmesi hâlinde de geçici iş ilişkisi kurulmuş olur. Bu şekilde kurulan geçici iş ilişkisi, yazılı

olarak altı ayı geçmemek üzere kurulabilir ve en fazla iki defa yenilenebilir. İşçisini geçici olarak devreden işverenin ücret ödeme yükümlülüğü devam eder. Geçici iş ilişkisi kurulan işveren, işçinin kendisinde çalıştığı sürede ödenmeyen ücretinden, işçiyi gözetme borcundan ve sosyal sigorta primlerinden, devreden işveren ile birlikte sorumludur.

ÖZEL İSTİHDAM BÜROSUNDAN ALINACAK HİZMET BEDELLİ MİDİR?

Özel istihdam bürosu, aracılık ve geçici işçi sağlama faaliyeti karşılığı olarak işverenden hizmet bedeli alma hakkına sahiptir. İş arayanlardan ve geçici iş ilişkisi ile çalıştırılan işçilerden her ne ad altında olursa olsun menfaat sağlamaz ve hizmet bedeli alınamaz. Ancak aracılık hizmetleri için özel istihdam bürolarınca, yönetmelikle istisna tutulan meslekler ve pozisyonlar için hizmet bedeli alınabilir.

Özel istihdam bürosunun iflası, kapatılması, aracılık faaliyeti veya geçici iş ilişkisi kurma yetkisinin iptali ya da işçi ücretlerinin büro tarafından ödenmemesi hallerinde, diğer kanunlarda düzenlenen hüküm-

lere bakılmaksızın işçi alacakları teminat-
tan öncelikli olarak ödenir.

SONUÇ

Esnek çalışma dendiğinde, kaydırılmış çalışma saatleri, uzaktan çalışma (evden çalışma), yarım gün çalışma, uzun süre fazla mesai yapıp, sonra ya bu fazla mesailerin ücretini almak veya fazla çalışma süresince izne ayrılmak, belirli bir süre eğitim, tatil yapmak ya da yeni fikirler edinmek üzere işten izin alarak ayrılmak, bir tam zamanlı işi birden fazla kişiyle paylaşmak (Job Sharing), geçici iş ilişkisi gibi çalışma modelleri akla gelir.

Kamuoyunda esnek çalışma diye bilinen 6715 sayılı kanun aslında geçici iş ilişkisini düzenlemektedir. Bu kanuna göre, geçici iş ilişkisi ancak özel istihdam büroları aracılığıyla olabilmekte veya aynı holding veya şirketler topluluğu içerisindeki çalışanların geçici olarak işyerinin değiştirilmesi düzenlenmektedir. Geçici iş ilişkisi iş akdinin askıda kaldığı süre boyunca (hastalık, askerlik, analık veya doğum sonrası ücretsiz izin alınan benzer hallerde), mevsimlik tarım işlerinde ve ev hizmetle-

rinde süre ile sınırlı olmadan ve diğer hallerde dört ayla sınırlı olmak üzere kurulabilir. Sekiz ayı aşmamak üzere de en fazla iki defa uzatılabilir.

Görüldüğü gibi, aslında esnek çalışma yasası olarak bilinen 6715 sayılı Kanun, esnek çalışmayı kapsamlı olarak düzenlemekten uzaktır. Modern teknolojiye uygun çalışma yöntemlerinin uygulanmasında halen büyük aksaklıklar mevcuttur. İstihdamı artırmak için daha kapsamlı esnek çalışma düzenlemelerine ihtiyacımız vardır.

“Esnek çalışma yasası olarak bilinen 6715 sayılı Kanun, esnek çalışmayı kapsamlı olarak düzenlemekten uzaktır. Modern teknolojiye uygun çalışma yöntemlerinin uygulanmasında halen büyük aksaklıklar mevcuttur. İstihdamı artırmak için daha kapsamlı esnek çalışma düzenlemelerine ihtiyacımız vardır”



elastic bands

30 Yıllık Tecrübemiz ile

kaliteyi sunuyoruz...



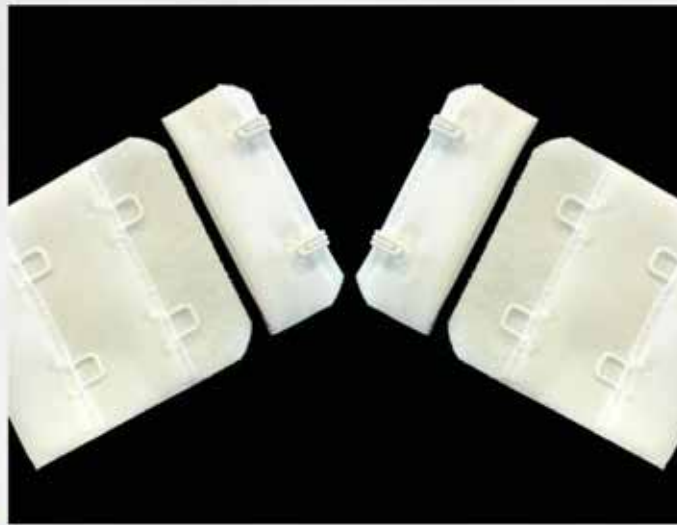
www.ar-teks.com



Sütyen Askı Lastikleri



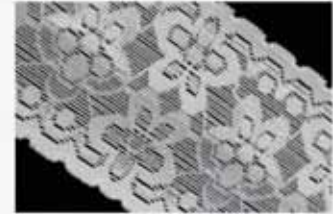
Bel Paça Lastikleri



Agraf



Jakarlı Bel Lastikeri



Danteller

Markalaşma ve markanın korunması

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

"Marka" sözcüğü eski

Norveç dilinde "ateşle yakmak" anlamına gelen "brand" sözcüğünden türemiştir. Eski çağlarda, marka insanlar arasında sahipliği ifade etmek ve üreticisi olduğunu göstermek amacıyla kullanılırken 21.yüzyıl modern yaşamına kadar kudretli bir yol izlemiştir. Öyle ki; markanın gücü ve işlevselliği, iletişim kuramcısı olan Marshall McLuhan'ın yarım yüz yıl önce ortaya attığı "Küresel Köy" kuramının anlamlı hale geldiği günümüzde daha da önemli bir hale gelmiştir.

"Marka"nın resmi tanımı

Sına-i Mülkiyet Haklarından birisi olan "MARKA"nın resmi tanımı; "Marka, bir işletmenin mal ve/veya hizmetlerini bir başka işletmenin mal ve/veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dâhil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işarettir." Şeklinde (556 sayılı KHK. Mad.5)

Markanın bir diğer tanımı;



Figen Konak
Patent & Marka Vekili

"her ne biçimde sergilenirse sergilensin, üreticiler için pazarda ürünlerin tanınmasını, fark edilmesini, aranmasını, tekrar satın alınmasını, değiştirilmesini mümkün kılan, ürüne kimlik vermenin ötesinde ona anlam katan ürünün ve şirketin değerini arttıran önemli bir araçtır" şeklindedir. (Tek, Ö.B., Özgül, E. - 2005)

Alman Marka Kanununa göre; "bir ticari firmanın mal ve hizmetlerini bir başka ticari firmadan ayıran ve kelime, harf, sayı, resim, renk ve sesleri içerebilecek her türlü işaret" olarak tanımlanmaktadır.

Marka kavramının resmi tanımının yanı sıra tüketici ve işletmeler açısından da çeşitli tanımların olmasına karşın bu tanımların en temel noktası markanın aynı türdeki mal ve hizmetleri birbirinden ayırt etmeyi sağlayan işaretler olarak görülmesidir.

Markanın üretici ve ülke açısından avantajları

Ekonomik ölçekte, işletmelerin en değerli gayri maddi varlıklarından birisi olan markanın üretici ve ülke açısından sağladığı avantajlar şöyle sıralanabilir:

- Pazarlama sürecinde kar marjının artmasını sağlar
- Ar-ge çalışmalarının artışı sağlar
- İmajı yüksek bir marka firmasının iç ve dış piyasadaki etkinliğini ve pazar payını artırır.
- İşletmenin rekabet gücünü artırır
- İşletmenin imajını güçlendirir
- Sadık müşteri kitlesinin oluşmasını sağlar
- Güçlü imaja sahip markaların ihracatı ile ülkeye giriş yapan döviz miktarı artar
- Ülkenin dış ticaretteki rekabet gücünü artırır
- İhracattaki artış eğilimine dayalı olarak istihdamı artırır ve ülke ekonomisine katkı sağlar

Türkiye'de 1980 öncesinde yerli üretimi teşvik, ithalatta kısıtlama ve yerli sanayiye korumak amacıyla dışa kapalı olan ekonomi modeli, 24 Ocak 1980 tarihinden sonra değişmeye başlamıştır. Türkiye'nin 1923'te 50,8 milyon dolar olan ihracatı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre 2015'de 144 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Bu gelişme ihracatta büyük değişimlerin olduğunu göstermektedir. Türkiye ekonomisinde sürdürülebilir büyümenin sağlanması için ihracata dayalı model benimsenmiş olup, ihracat miktarını arttırmada katma değer yaratabilir

mek büyük önem arz etmektedir.

İhracat verilerinden de anlaşılacağı üzere ülkemizde marka ve markalaşma yolunda atılan adımlar sayesinde ülke ekonomisine oneli ölçüde katkılar sağlanmıştır. Ülkemizde bu sürece katkı sağlayan oldukça önemli ekonomik, politik ve stratejik adımlar da atılmıştır.

Markalaşmaya katkı sağlayan teşvik programları

Bahsi geçen adımlara paralel olarak, işletmelerin markalaşma sürecine katkı sağlayan teşvik programları da devreye sokulmuştur.

Bunlar;

Proje hazırlama kapasitesi düşük KOBİ'lerin kaliteli ve verimli mal/hizmet üretmelerinin sağlanması, rekabet güçlerini ve düzeylerinin yükseltilmesi, genel işletme geliştirme faaliyetlerinin teşvik edilmesi, yurt içi ve yurt dışı pazar paylarını artırmak amacıyla tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi, amacıyla Küçük Ve Orta

Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından Genel Destek Programı yürürlüğe girmiştir.

2005 yılında hazırlanan ve 2010 yılında revize edilen Yurt Dışı Birim, Marka Ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ (Tebliğ No: 2010/6)'i, Türkiye'de sınai ve ticari veya ticari faaliyet gösteren şirketler ile İşbirliği Kuruluşları üyelerinin yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ve mal ticareti yapmak amacıyla yurt dışında açılan birimlere ilişkin kira giderleri ile Türkiye Ticaret Merkezlerine ilişkin giderlerin bir kısmının desteklenmesi amacı ile yürürlüğe girmiştir.

TURQUALITY® programı ise devlet destekli ilk ve tek markalaşma programıdır

23 Kasım 2004 tarihinde yürürlüğe giren ve firmaları kurumsal, finansal ve operasyonel anlamda destekleyen TURQUALITY® programı ise devlet des-



tekli ilk ve tek markalaşma programıdır.

Bu program, ülkemizin rekabet avantajını elinde bulunduran, markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarına sahip firmaların, üretimlerinden pazarlamalarına, satışlarından satış sonrası hizmetlerine kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yönetsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişimlerini sağlayarak uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla global bir oyuncu olabilmeleri ve söz konusu markalar aracılığıyla olumlu Türk malı imajının oluşturul-

Mal ve Hizmet Sınıflandırma Listesi	2000		2015	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
23. Sınıf: Tekstil amaçlı büküm iplikleri; dikiş, nakış ve örgü iplikleri, tireler, esnek iplikler.	169	33	596	65
24. Sınıf: Dokunmuş veya dokunmamış kumaşlar. Ev tekstil ürünleri: perdeler, yatak örtüleri, nevresimler, çarşafklar, yastık kılıfları, battaniyeler, yorganlar, havlular. Tekstilden bayraklar, flamalar, etiketler. Bebekler için kundak örtüleri.	738	36	2674	419
25. Sınıf: Koruyucu amaçlı olanlar hariç her türlü malzemeden yapılmış iç-dış giysiler, çoraplar, fularlar, şallar, bandanalar, eşarplar, kemerler. Ayak giysileri: ayakkabılar, terlikler, sandaletler. Baş giysileri: şapkalar, kasketler, bereler, takkeler, kepler.	1755	216	8791	1420
TOPLAM	2.662	285	12.061	1.904

ması ve yerleştirilmesi amacıyla Ekonomi Bakanlığı'nca yürütülmektedir.

TURQUALITY® destek programı kapsamındaki firma sayısı 2015 yılı itibarıyla 188'e yükselmiştir. 2016 yılı Ekonomi Bakanlığı verilerine göre 118 firmanın 128 markası TURQUALITY Destek Programı'nda, 66 firmanın 66 markası ise Marka Destek Programı'ndan faydalanmaktadır.

Türk Patent Enstitüsü'nün 2000 yılı istatistiklerine göre Türkiye'de marka başvuru sayısı 29.383 iken, ülkemizde ekonomik ilerlemelere bağlı olarak yürürlükteki program ve teşviklerin de etkisiyle 2015 yılı marka başvuru sayısı 110.679'ulaşmıştır.

2000 yılı verileri ile sektörel olarak 2015 yılı verileri kıyaslandığında "ipelik, tekstil ve hazır giyim" sektörlerindeki marka başvuru sayılarının artışları oldukça dikkat çekmektedir.

Tekstil ve hazır giyimde diğer sektörlerle paralel markalaşmada artış

Marka tescili için yürürlükte olan Mal ve Hizmet Sınıf Listesindeki "ipelik, tekstil ve hazır giyim" sektörlerinin kodlandığı 23, 24 ve 25. Nis Sınıflarındaki

marka başvuru sayılarının Türkiye'nin elektronik, gıda ve hizmet sektörleri gibi diğer lider sektörleriyle neredeyse aynı oranda istikrarlı bir şekilde artış gösterdiği izlenmiştir.

İplik, tekstil ve hazır giyim sektörünün önemi

Birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de "ipelik, tekstil ve hazır giyim" öncelikli sektörler arasında yer almaktadır. Bu sektör toplamda 65 milyar dolar cirosu, 29 milyar dolar ihracatı ve 1 milyon kişiye sağlamış olduğu istihdamla ülkemizdeki en önemli sektörlerden birisi olduğu bilinmektedir.

Gerek işleme ve gerekse ülke ekonomisine sağladığı ekonomik ve sosyal katkılar göz önünde bulundurulduğunda markaya yapılacak yatırımın aslında ilk aşaması markanın fiili olarak kullanıldığı ülkede koruma altına alınmasıdır. Marka tescili, iç ve dış pazarda ticarete girişin ilk adımında yapılması gereken bir yatırım olmasının yanı sıra adeta bir milat niteliğindedir.

Markalaşma sürecinde, markanın sektöründe varlığını sürdürebilmesi ve istikrarlı olabilmesi için tescil edilmesi gerekli ve hatta bürokratik bazı

prosedürlere bağlı olarak zorunludur. Kaldı ki ancak tescilin varlığı durumunda marka üzerinde hak sahipliğinden ve hukuki boyutundan bahsetmek mümkün olabilir.

Marka hakkı tescil ile hukuki işlemlere konu edilebilir. Mesela tescil edilen bir marka üzerinde devir, miras, lisans, rehin, haciz ve teminat işlemleri yapılabilir.

Tescilli bir markanın ticaret hayatında işletmelere sağladığı en pratik faydalar

- İşletmelere itibar sağlaması, reklam yönünün olması
- Hak sahipliği konusunda işletmeyi ispat yükünden kurtarması (Bakanlıklar nezdinde, Hukuki süreçlerde, İhracat sürecinde Gümrüklerde, Belediyelerde, TSE ve ISO Sertifikasyon süreçlerinde)
- Haksız rekabetin önüne geçilmesinde tescil kaydının hukuk otoritelerince kabul edilmesi ve hızlıca haksız rekabete yönelik tedbirlerin alınabilmesi
- Taklit malların toplatılabilmesi ve buna bağlı olarak ticari kaybın önlenmesi bakımından işyeri kapatma, hapis cezası, maddi tazminat ve man-

evi tazminat cezalarının bulunması, bir diğer açıdan taklit üretime yönelenler üzerinde caydırıcı etkisinin olması

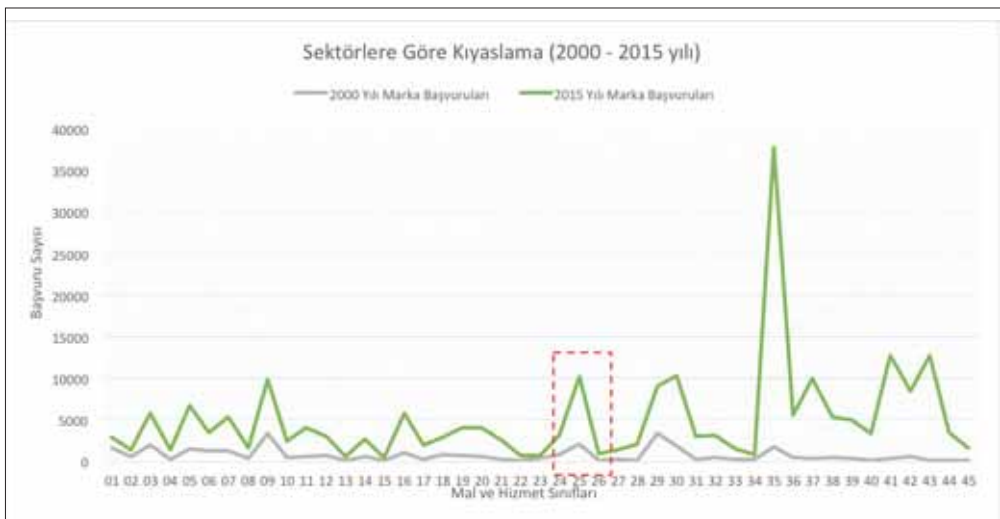
- Kayıt dışı ekonominin önüne geçilerek hem firma hem de ülke menfaati açısından maddi kayıpların önlenmesidir.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın "Türkiye Tekstil, Hazır giyim Ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve 2015-2018 Eylem Planı"nda "İmalat Sanayinde Dönüşüm" başlığı altında; "Tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin müşteri odaklı, hız ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen, yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü desteklenecektir." hususu yer almaktadır.

Bu çerçevede eylem planında, Türkiye'deki diğer lider sektörlerde olduğu gibi Tekstil, Hazır giyim Ve Deri Ürünleri Sektöründe de

- Tanıtım faaliyetlerindeki yetersizliklerin giderilmesi
- Markalaşmada yetersizliğin giderilmesi
- Firmaların kendi markaları ile satışlarını gerçekleştirme si,
- Ülkemizden çıkan güçlü markaların çıkarılmasının yanı sıra firmaların uluslararası arenada satışa sunduğu markalarda kalite algısının yükselmesi
- Hem ulusal hem de uluslararası marka, tasarım ve coğrafi işaret tescillerine ve korunmasına ilişkin başvuru prosedürlerinin bilinirliğinin artırılması,
- Destekleme faaliyetlerinin etkin şekilde kullanılması için bilinçlendirme faaliyetlerinin artırılması

Konularında başarılı bir süreç yönetimi beklenmektedir.



SAYGIN MAKİNE'DEN SATIŞ SONRASI GÜVENCEYLE

Her boy inci, taş, trop ve kapsül çakma makineleri



İnci Çakma Makinesi



Titreşimli Trop Çakma Makinesi



Trop Çakma Makinesi



Kapsül Çakma Makinesi



Üstten İnci Çakma Makinesi



Ultrasonik Programlanabilir Taş Sabitleme Makinesi



SAYGIN TEKSTİL ve AYAKKABI MAKİNALARI

6134 Sok. No: 4/A Işıkkent - İZMİR
Tel: 0 232 265 47 04 • GSM: 0 532 254 18 97
info@sayginmakine.net • www.sayginmakine.net

“Delta Teknoloji Müzesi Çatalca” ile zamana yolculuk

DELTA MOBİLYA FİRMASININ ORTAĞI VE AYNI ZAMANDA ÇATALCA SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ (ÇASİAD) BAŞKANI ADEM YILMAZ, ÇATALCA'DA PARASINI, ZAMANINI HARCAYARAK BÜYÜK BİR HAYALİNİ GERÇEKLEŞTİRMİŞ VE “DELTA TEKNOLOJİ MÜZESİNİ” AÇMIŞ. TEKNOLOJİNİN BİRÇOK DALINDAN NADİDE ÖRNEKLERİN BULUNDUĞU MÜZE 7'DEN 77'YE HERKESİN İLGİSİNİ ÇEKİYOR.

Adem Bey öncelikle kendinizden bahseder misiniz?

Uzun yıllardır iş hayatının içindeyim, bunun artılarını kullanarak, fırsatları yakalayarak hep çıtayı yukarı çekmeye çalıştım. Aslında benim eğitimim ve çalışmalarım hep gazetecilik üzerineydi. 68 yılında öğrencilik ve çalışma hayatı çok yoğundu, bugünkü gibi değildi. İnsanlar hem çalışıyor hem okuyordu. O yıllarda Son Saat gazetesinde gazeteciliğe başladım. Çok zevkli ve hareketli bir meslek olduğunu görünce oradaki tutkum çok arttı.

Gazetecilikten, sanayiciliğe...

Hemen hemen bütün branşlarda çalıştım ve bu benim daha hızlı ilerlememi sağladı. Mesela o yaşlarda, yani 19 yaşında iken gazetenin sayfa sekreterliğini yapmaya başladım ki biliyorsunuz bu gerçekten çok önemli bir şeydir. Oradaki iştahım sayesinde bana bu fırsatı verdiler. Daha sonra spor yazıları ile daha hareketli bir döneme geçtim. Bu şekilde giderek en son Milliyet Gazetesi'nden emekli oldum. Gazetecilik bana çok büyük kapılar açtı, çevremi oluşturdu, genel kültürüme katkı sağladı, bakış açımı çok geliştirdi. Gazeteciliğin imkanları ile yurt dışına çıkma fırsatım oldu ki; bu o dönemde şimdiki gibi kolay bir şey değildi. Daha sonraki aşamalarda ise özel yaşamdaki hareketlilik sebebiyle, ekonomimizin sınırlı olduğu dönemlerde babamın yanına gelmeye ve onunla birlikte çalışmaya mecbur kaldık, çünkü evlenecektik. Böylelikle 1986-1987 yıllarında



Delta şirketine geldim. Şirketin içinde eşimle birlikte aktif rol almaya başladım. Eşimin İtalyan Lisesi'nden mezun olması ve İtalya ile ilişkilerinin iyi olması bizim ortaklığımızı da oluşturdu. Bu ortaklık bizi teknoloji anlamında, sektörün kültürü anlamında yukarıya taşıdı. O yıllarda bizim sektörümüz hemen hemen yok sayılacak seviyedeydi. Türkiye'de mobilya veya ofis mobilyalarının geçmişi fazla değil. Dünya geneline baktığımız zaman 200-300 yıllık şirketler var iken bizde 1960'larda çok ufak atölyeler söz konusu idi. Asıl sanayileşme 1980'den sonra başladı. Biz o yılları başında

yakaladık. Ofisler derme çatma yerlerdeydi. Fakat seksenlerden sonra özel ofisler dönemi başladı. Levent'te Yapı Kredi Plazaları ilk örnektir. O dönemde gerçek ofis kültürü doğmaya başladığında biz sektörde hazır haldeydik. Böylelikle de sistemin içine girmeye başladık. Öyle zamanlar olduk ki; 24 saat çalışır hale gelmiştik. Çünkü farklı ürünler vardı, farklı teknolojiler üretilmeye başlamıştı. Biz çok iş yaptıkça geliştik, birçok konuda sıçrama imkanı bulduk. Özellikle sosyal yaşamda çok etkin olmaya başladık. Birçok sivil toplum örgütünde başkanlıklar ve kurucu başkanlıklar yaptım. Bunların

içinde sektörde çok önemli olan OMSİAD'ı kurdum. Uzun yıllar kurucu başkanlığını yaptım. Şimdi onursal başkanlığını yapıyorum. Bu arada ihracatçılara katkı verebilecek, ihracatta nelere dikkat edileceğini anlatan "Hedef İhracat" adlı el kitaplarımı kendi imkanlarımla bastırıp dağıttım.

Teknoloji Müzesi, geleceğe katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirdiğim projelerden bir tanesi

Ayrıca tasarım konularına ve sanayi-öğrenci iş birliğine önem verdim. O dönemde öğrenciler yapılabirlik, satılabilirlik konularında iyi değildi, çizmek ile sınırlı kalıyorlardı. Bundan dolayı öğrencinin her çizdiği ilgi görmemekteydi. Daha sonra o noktaları aştık. Konuyla ilgili Türkiye'nin ilk kitapçığını, kaynakça olarak kullanılabilecek, mobilyanın tasarımını anlatan bir kitap hazırladık. Bu kitaplar günümüzde hala kullanılmakta. Geleceğe katkı sağlamak amacıyla bunun gibi projelerimiz oldu. Bir tanesi de Teknoloji Müzesi idi. 23 yıl önce bu teknoloji ve tasarım müzesinin temelleri atıldı. Bunda Rahmi Koç Beyin destekleri çok fazladır. Onun önerileri doğrultusunda oluşturduğum bu kırsal alandaki müze, bölge için o kadar önem arzetti ki; çok büyük mutluluk duyduk.

Teknoloji Müzesi fikrinin ortaya çıkışı nasıl oldu?

Yurt dışına çok fazla gittiğimiz dönemlerde orada görürdük ve içimizde ukteydi. Eşim Ayşenur Yılmaz'ın bu konuda çok büyük donanımı var. Özellikle tarihi yapılar konusunda çok meraklı. Müzeciliği hep isterdi, o bana bu konuda daha çok yardımcı oldu.

Sonra dünyanın her yerine gitmeye başladığımızda her ülkeden parçalar, kitaplar getirmeye başladık. Kendi ülkemizde hiçbir şey bulamadık. Müzecilik ve koleksiyonculuk kültürü oluşmadığı için her şey atılıp, hurdaya dönüştürülüyordu. Bu sebeple yurt dışından materyaller getirdik. Bunlar belirli bir sayının üstüne ulaşmaya başladığında artık müze açma vakti gelmişti. Ancak müze açmak oldukça zordu. Hem maddi-manevi, prosedürler bakımından, hem de bürokrasi açısından. 10 yıl önce devlete yaptığımız müracaatlar bir-ki sene önce neticelendi. Alt-

yapımız hazır olduğu için ürünleri hemen sergilemeye başladık.

"13 branş arasında mükemmel bir tekstil sergimiz var"

Çok ilginç ürünler getirdik ve 13 branş oluşturduk. Mesala müzik aletleri branşı da var. Tahtadan makineler, onlarla neler, nasıl yapılmış burada sergiliyoruz. Yurt dışında başlı başına bir müze konusudur. Tarım, otomobil sektörü ve en önemlilerinden bir tanesi metal sanayi. Mükemmel bir tekstil sergimiz var. 145 yıllık iplik dokuma makinelerinin zincirini burada sergiliyoruz. Tahtadan yapılan, çalışan bir dokuma tezgahı da var. Bildiğimiz el yordamıyla olan halı dokuma tezgahlarının üstündedir ve o yılların en teknolojik makinesidir. Özetlersek; hemen hemen tüm branşları burada sergilemekteyiz. İnsanlar ilk etapta bisiklet, motorsiklet tarzı şeyleri pek ciddiye almıyorlardı. Onların hikayesini ve yaratılışlarını özetleyince, nasıl meydana geldiğini öğrendikten sonra daha çok ilgi göstermeye başladılar. Hatta çocuklarının bisikleti, kahve değirmeni gibi bazı eşyalarının müzede sergilenmesini teklif edenler oldu. Çünkü bölgemiz kırsal bölge olmasından dolayı ekonomisi çok zayıf. İki çocuklu bir ailenin müzeye gelme maliyeti 150 lira, ve bunu vermeleri mümkün değil. Bundan dolayı biz onların ayağına gittik. Onlar da bundan sonra evlerindeki eski kazan, değirmen, radyo gibi eşyaları hiçbir şekilde atmacaklarını, önem vermeleri gerektiğini öğrendiler. Bunu onlara aşıladık.





Müze'yi genelde kimler geziyor? İşadamları mı öğrenciler mi?

Bölgedeki sanayi derneklerinin ve federasyonlarının üyelerinin tamamı geliyor. Öğrenciler çok geliyor. Beni en çok sevindiren ve etkileyenlerden bir tanesi, geçtiğimiz günlerde yaşları 5 ile 11 arası değişen öğrencilerin müzemizden ayrılmak istememeleri idi. Oyun gibi algıladılar. Ama neyin ne olduğunu kavrama imkanı yarattık. Burada öğrenciler için oluşturduğumuz, piknik alanı gibi bir sosyal alan var. Böylelikle

geldiklerinde sıkılanlar hoşça vakit geçirebiliyor. Aynı zamanda bahçedeki uçağın içine girip güzel bir anı oluşturuyorlar, ya da diğer araçlara binip düğmeleriyle oynayarak ne olduğunu anlamaya çalışıyorlar. Her alanda gelenleri özendirip sevindirecek aktiviteler oluşturuyoruz.

Peki müze'yi ileride taşımak istediğiniz nokta ve hedefleriniz nelerdir?

Bugün etkileyici bir alandayız ama bizim asıl hedefimiz; önümüzdeki 20 dö-

nümlük alanın müze için organize edilmesi- dir. Yaklaşık 11 yıldır bunun için izin bekliyoruz. Oraya açık müze yapmayı planlıyoruz. Maalesef devletin bürokratları bu konuları hem algılamakta zorluk çekiyor, hem de cesaretleri sınırlı. Bunu aşamıyoruz. Devletin a birimi ile b birimi kendi aralarında anlaşamıyor. Bu, motivasyonumuzu da olumsuz etkiliyor. Elimizde yüzlerce eser var. Depolardan bir an önce çıkması ve sunulması gerekiyor. Yerimiz sınırlı olduğu için pek çok şeyi gün yüzüne çıkaramıyoruz.

Müzecilik hem vaktinizden hem zamanınızdan büyük bir kısım alan ciddi, gönüllülük esasına dayalı bir uğraş. Bu konuda destek alabildiniz mi?

Biliyorsunuz bu bürokrasiyle ilgili ve bunu aşamıyorsunuz. Bu sıkıntılar her alanda yaşanıyor zaten. Bu konuda yeniliklere ihtiyacımız var. Bunları aşmamız lazım. Dünya çok hızlı geliyor, bu konuda bırakın hızı, değişimi bile malesef yakalayamıyoruz. Güncelle dönmemiz lazım.

Otomobil bölümü oldukça etkileyici. Biraz bu bölümden bahseder misiniz?

Otomobile nokta kadar ilgilim ve hevesim yok. Ancak çok ilginç araçlar var. Bunun müzeye hareket getireceğini ve ilginin daha da artacağını söylediklerinde mantıklı bir fikir olarak değerlendirdik ve çok ilginç araçlar koyduk. Bu bölümde çok ilginç örneklerin de yer aldığı 65 aracımız var. Yer sıkıntısı sebebiyle tamamını sergileyemiyoruz. Alt kısımda daha fazla araç var. Sıfırdan alıp en ince ayrıntısına kadar tekrar yapıyoruz ve orijinalliğini bozmadan çalışır hale getiriyoruz. Sonra da sergiliyoruz.

Birkaç tanesinden bahseder misiniz?

Mesela Türkiye'de ilk üretilen Ana-dol'luların 3. sırada olanı var. Chevrolet'nin çok ilginç bir modeli var. Bu koleksiyondan özellikle bir tanesi Türk filmlerinde çok kullanılan 56 model Chevrolet. Yine buna benzer çok ilginç bir Jaguar'ımız var ama o henüz aşağıda. Bunlar hep sergilenmek için sıra bekliyor.

Çalışmalarınızda başarılar diliyor, Adres okurları adına teşekkür ediyoruz.



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

İNSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI ZAFER ÖZBİLGE:

“Nakış, hazır giyime önemli katma değer sağlıyor”



NAKİŞ SEKTÖRÜNÜN İLK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINDAN AYNI ZAMANDA MHGF’NİN ÜYE DERNEKLERİNDEN İNSAD’IN NİSAN AYINDA BAYRAĞI DEVRALAN BAŞKANI ZAFER ÖZBİLGE İLE HEM SEKTÖRÜ HEM DE DERNEKÇİLİĞİ KONUŞTUK.

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) üyesi İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği’nin (İNSAD) Nisan ayında yapılan olağan genel kurulunda başkanlığı Metin Çetinka-ya’dan devralan yeni başkanı Zafer Özbilge sektörde uzun yıllardır deneyimi olan bir nakışçı. 1996’da kendi firmasını kuran Özbilge, 20 yıldır kendi firması ile hazır giyim sektörünü hizmet veriyor. İkinci kez İNSAD’da başkanlığa seçilen Zafer Özbilge ile son gelişmeler ışığında sektör ve sektö-

rel dernekçilik üzerine bir sohbet gerçekleştirdi.

İNSAD’da ikinci kez görev aldınız sanıyorum. Dernekte aldığınız görevlerden bahsedermisiniz?

Yaklaşık 12 yıldır farklı görevlerle dernek yönetiminde yer aldım. Firma olarak 2000’li yıllardan beri derneğe üyeyiz. 2008 yılında ilk kez yönetim kurulu başkanlığına seçildim. Bu sırada bir şeyler yapmaya, derneği bir adım daha ileriye götürmeye

çalıştık. Sonraki dönemlerde diğer arkadaşlarımız bayrağı devraldılar, bir yere getirdiler. Arkadaşlarımız son dönemde de tekrar başkan olmamı istediler ve yeniden başkan oldum. Şimdi bayrağı yine ileriye götürmeye çalışacağız.

“Amacımız ülkemize, sektörümüze faydalı olmak”

İNSAD 1994 yılında Çağlayan’da nakış sanayicileri arkadaşlar tarafından birliktelik kurmak amacı ile kuruldu. Kurulduğu gün-

den bu yana sayısız faydalar sağlandı. Fuarlar, yurt dışı geziler, iş birlikleri gibi sektörümüze bir çok yarar sağlandı. Bunu yeni arkadaşlara da aktarmak istiyoruz. Önceden 500 civarında üyemiz vardı. Ancak biz sivil toplum kuruluşunun ne anlama geldiğini ciddi anlamda bilmiyoruz. Arkadaşlar “Dernek bize ne verecek?” diye bakılıyor. Aslında bakış açısı “Biz derneğe ne verebiliriz?” olmalıdır. Bu zihniyet problemini umarım aşarız. Ülkemize, sektörümüze faydalı olmak için bu gerekli.

Nakış sektörü hazır giyimin çok önemli bir parçası, görünmeyen kahramanı diyebiliriz. Sektörün önemini nasıl anlatırsınız?

Gerçekten böyle, nakış sektörü görünmeyen ama bir ürüne katma değer sağlayan bir alan. Standart iki dolarlık tişört üzerine bir işleme, bir pul, bir payet, nakış geldiğinde 10 dolara kadar satış fiyatı yükselebiliyor. Bu kadar önemli bir sektör ve ürüne katma değer veriyor. Ayrıca bizim sektörümüz ihracata doğrudan katkı sağlayan bir sektör. Ürünün üzerinde nakış olduğunda katma değer sağlıyor. Fiyat farkı ihracata gidiyor. Biz direkt olarak değil ama müşterilerimiz üzerinden ihracat yapıyoruz. Faturayı müşterimize kesiyoruz. Müşterimiz KDV iadesi alıyor biz alamıyoruz.

Bu konuda yasal bir düzenleme yapılabilir mi? İNSAD olarak girişimleriniz oldu mu?

Girişimlerde bulunduk ama bir başarı elde edemedik. Artı olarak bir de tevkifatlı fatura kesiyoruz. Bunu çözmeye çalışıyoruz. Hatta daha acısı nakışta kullandığımız materyalleri yüzde 18 KDV ile alıyoruz. Faturaya ise Yüzde 4 olarak yansıtabiliyoruz. Aradaki fark birikiyor ne yazık ki.

“Hala 12 yıl önceki fiyatlarla nakış yapıyoruz”

Peki size göre sektörün belli başlı sorunları neler?

İlk problem işçilik. Kalifiye eleman problemi var. Bu açığı Suriyeli işçilerle kapatan arkadaşlarımız var. İkincisi maliyet problemimiz var. Şu anda 12 yıl önceki fiyatlarla nakış yapılıyor. Tüm nakış sektörü kârından fedakarlık yaparak sadece işlet-



mesini devam ettirebilmek adına nakış yapıyor. Peki bu durum sürdürülebilir mi? Sürdürülemez, çünkü yatırımlarımız durmuş halde.

Ödemelerde sıkıntı yaşıyor musunuz?

Tabi ki, en büyük sıkıntı çok uzun vadeli çekler dönüyor. Biz SGK'mızı, vergilerimizi, kiramızı, aracımızın yakıtını, işçiliğimizi peşin ödüyoruz ancak altı ay, sekiz ay vadeli çek alıyoruz.

Federasyonda dört tane nakış derneğimiz var. Kendi aranızda müthiş bir dayanışmanız var. Birlikte hareket etme kültürünüz var. Bu konuda da sizden bir kaç şey alalım.

İNSAD olarak İzmir, Denizli, Gaziantep'teki nakış derneklerinin kurulmasına katkı sağladık. Aramızdaki müthiş bir sektörel yardımlaşma, dayanışma var. Her konuda birbirimize destek oluyoruz. Biz bu müthiş gücümüzle Federasyonda İNSAD olarak yer alıyoruz, elimizden gelen her şeyi yapmaya gayret ediyoruz. Çünkü Federasyonun başarısı bizim başarımızdır, bunun bilincindeyiz. Bu anlayışla inşallah önümüzdeki dönemde daha güzel yerlere yelken açacağız.

MHGF İstanbul Dernekleri İftarı'nın organizasyonunda İstanbul derneklerini organize ederek, büyük bir başarı sağladınız, önemli bir görev üstlendiniz. Organizasyonu amaç ve sonuç açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bence bir dönüm noktası diyebilirim. Öncelikle israf oluyordu. İstanbul'da Beylikdüzü'nde 2 bin kişilik bir organizasyon yapıp, herkesi orada toplamak her babayığdın harcı değildir. Bence mükemmel bir organizasyon oldu. Hüseyin Öztürk Başkanımıza bu vesileyle teşekkür ediyorum. Elimizden geldiği kadar omuz vermeye, katkı sağlamaya çalıştık. Bu, bir milattır diyebilirim.

“Dernek bize ne verecek?” diye bakılıyor.

Aslında bakış açısı

“Biz derneğe ne verebiliriz?” olmalıdır. Bu zihniyet problemini umarım aşarız. Ülkemize, sektörümüze faydalı olmak için bu gerekli”

İNSAD'da ikinci Zafer Özbilge dönemi

NAKIŞ ÜRETİCİLERİNİN TANINAN SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNDEN BİRİ OLAN İSTANBUL NAKIŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (İNSAD), GEÇTİĞİMİZ NİSAN AYINDA YAPTIĞI OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI İLE YENİ YÖNETİMİNİ BELİRLERDİ. KURULA DERNEK ÜYELERİ VE BİRÇOK SEKTÖR TEMSİLCİSİ KATILDI. SEÇİM SONUCUNA GÖRE ÖNCEDEN DE İNSAD BAŞKANLIĞINI YAPMIŞ OLAN ZAFER ÖZBİLGE, YENİDEN BAŞKANLIĞA SEÇİLDİ.

Başkanlık görevini Özbilge'ye devreden İNSAD Başkanı Metin Çetinkaya, faaliyet raporunu şöyle özetledi: "Ben ve yönetim kurulum görev yaptığım bu süre içinde derneğimizin federasyon, dernek ve birlikler ile olan iletişimini en üst seviyeye taşımak için gereken çabayı gösterdik. İki yıl içinde 20 dernek toplantısı düzenledik. 2014 ve 2015 yıllarındaki iftar yemeklerimizi Wyndham Grand Hotel'de yaptık. Güneşli, Yenibosna, Merter, Güngören ve Çağlayan'daki üyelerimizle bölgesel toplantılar gerçekleştirdik. Üyesi olduğumuz Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF)'nin birçok etkinliğine katıldık ve birine de sponsor olduk. Üye sayımız ile ilgili güncellemelerimiz de oldu.



Bugüne kadar bize destek veren ve birlikte çalıştığımız tüm sektör dostlarımıza teşekkür ediyoruz."

"Daha Dinamik Bir Yapıyla Çalışacağız"

Çetinkaya'dan sonra sözü alan yeni başkan Zafer Özbilge ise şunları söyledi: "İNSAD olarak yirmi yılı aşkın süredir faali-

yet gösteriyoruz. Geçen bu süreçte öncelikli amacımız, üyelerimize sektördeki yenilikleri sunmak ve sorunlarımızı üst mercilere taşımaktı. Bunu da başardığımızı düşünüyorum. Bugüne kadar görev yapan tüm yönetimlerimize bu konularda yaptıkları çalışmalardan dolayı teşekkür ediyorum. İlk başkanlık yaptığım süreçte sektörü

daha iyi tanıma fırsatı bulmuştum. Yeni dönemde de bu tecrübelerimin üzerine çıkarak derneğimizi daha dinamik bir yapıyla hareket eder hale getirmek hedeflerim arasında başı çekiyor. Tüm faaliyetleriyle ve duruşuyla derneğimiz, Anadolu'daki dernekler için de bir örnek oluşturuyor. Bu aslında bizim en önemli başarılarımızdan biri ve yeni dönemde de benzeri başarılar yaşamak için kolları sıvamış durumdayız. Üyesi olduğumuz MHGF ile işbirliğimizi daha da güçlendirerek tanınırlığımızı artırmak da hedeflerimiz arasında yer alıyor."

Yeni Yönetimde Kimler Yer Alıyor?

Seçim sonucuna göre Zafer Özbilge, Günay Kaba, Hakan Ertunç, Rasim Başoğlu, Mehmet Toy, Ömer Karaca ve Muzaffer Yüksel derneğimiz asıl üyelik görevine seçilirken, Kenan Göğher, Osman Sevim, Fatih Başak, Cihan Karaman, İhsan Sabay ve Erol Çınar, yedek üye olarak görev aldılar. Mahmut Özyavuz, Metin Çetinkaya ve Yako İbrahimof, denetleme kurulu asıl üyeliğine getirilirken, Mehmet Çaç, Bayram Gündüz ve İskender Uzun ise denetleme kurulu üyesi olarak derneğimizi temsil edecekler.



Şimşek, 1987'den beri her marka dikiş makinelerin yedek parça satışı konusundaki uzmanlığının yanı sıra; konfeksiyon üreticilerinin numune, kesimhane, dikimhane, kalite-kontrol ve ütö-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

**ARTOS
POWER**

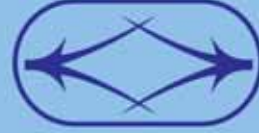
Lake temizleme, hava, boya, airbrush, kumlama, mazot, pütür tabancaları

TAGGY 2

Etiketleme tabancaları

MAIER

Dikiş ve kesim makineleri için bıçak ve lüperler



Koban



Çığanoz, mekik ve masura

ŞİMŞEK

Tüm bu markaların Türkiye Mümessiliği:

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

simsek

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

MODA TASARIMCILARININ YENİ İLHAM KAYNAĞI:

Doğadan esinlenen tasarımlar



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

MODANIN KENDİ DÖNGÜSÜ İÇERİSİNDE FARKLI ETKİLENİMLER İLE ŞEKİLLENEN TASARIMLAR MALZEME, FORM VE TEKNOLOJİLER BAĞLAMINDA GÜNCELE DAİR YENİ GÖRÜNÜMLERE SAHİP OLMAKTADIR.

Doğanın ekosistemi içinde yer alan tüm canlı ve cansız nesnelerin kendine özgü nitelikleri de teknolojik gelişmelerin üretilmesine yol açmakla birlikte, bu gelişimler, modanın tasarım olgusu içerisinde evrilerek yeni estetik ve işlevsel dönüşümlerin oluşmasına olanak sağlamıştır.

Geçmişten günümüze, doğadan ilham alan birçok tasarımcı ve bu doğrultuda ortaya çıkan tasarım ürünleri bulunmaktadır. Soyutlama, doğaya öykünme, doğaya benzetme kavramlarıyla açıklanan bu yöntemler, tasarımcının, farklı disiplinlerle işbirliği yapmadığı; doğayı, görsel esinlenme veya

gözlemleri üzerinden gerçekleştirdiği bir tasarım dilini ifade etmektedir. Bunun ötesinde, tasarlama eyleminin doğaya özgü niteliklerinin teknik, işlevsel ve biyolojik yapıları noktasında, tasarım problemlerinin çözümlendiği, tasarımcıya farklı bakış açıları kazandırdığı, yenilikçi fikirlerle ilham oluşturma



yöntemleri de içinde barındırmaktadır.

Doğa, tasarımcılar için vazgeçilmez ilham kaynakları ile dolu

Doğadan esinlenen tasarımlar ister görsel esinlenme olsun isterse teknik ve işlevsel çözümler olsun, moda tasarımı alanında görsel bir şöleni çağrıştırdığı kuşku götürmez bir gerçekliktir. Doğa, tasarımcılar için vazgeçilmez ilham kaynakları ile doludur. Tasarımcılar, mekanik yapılar bağlamında doğadan esinlenme biçiminde sadece doğaya benzeme kaygısı taşımaz, biyomekanik açıdan da doğayı taklit eder. Doğadaki tekniğin tasarım uygulamalarına dönüştürülmesindeki biyomimetik süreç, problem çözümüne yönelik olarak, neyin gerekli olduğunu tanımlamakla başlayarak doğadaki örneklerin gözlemlenmesi ve gözlemlenen çözümlerin tasarım projesine uygulanması olarak ifade edilebilir.

İnsan, doğadan öğrendiklerini yaşamlarını kolaylaştırmak adına taklit ederek akılcı nesneler üretti

Tasarlama olgusunun oluşmadığı dönemlerde insan doğadaki herhangi bir nesneyi bir amaç doğrultusunda kullanmıştır. Sonraki dönemlerde insan, doğa ile uyum içerisinde yaşarken doğayı gözlemlemiş, doğadan öğrendiklerini yaşamlarını kolaylaştırmak adına taklit ederek günlük hayatta kullanabilecekleri akılcı nesneler ortaya çıkarmıştır. Tasarlama eylemi bilimsel düzeye erişmiş ve bu konuda uzman kimselere ihtiyaç duyulmuştur. Zamanla ihtiyaçlar doğrultusunda tasarım problemleri gittikçe daha karmaşık hale gelirken tasarımcılar

çözüm bulmak için doğadaki sistemleri inceleme yöntemine başvurmuşlar ve biyomimetik, canlılarda bulunan hazır teknolojik tasarımları, mühendisliği, mimariyi, endüstriyel tasarımları taklit yoluyla hayatımızda yeni bir tasarım dili oluşturmuştur.

DaVinci kuşları gözlemleyerek uçan araçlar tasarladı

Doğadan esinlenmenin özü geçmişe dayanmaktadır. Canlıları, özellikle kuşları inceleyerek uçan araçların tasarımları üzerine çizimler yapan ilk bilinen sanatçı ve bilim insanı, 1500'lerde yaşayan Leonardo Da Vinci'dir. Kendi çağında uygulanmamış olmasına karşın, Vinci'nin uçan makinesi kuşların izlenmesi sonucu tasarlanan ilk hava aracıdır. Doğadaki kanatlı hayvanların uçuşunu gözlemleyerek makinelerinde bu sistemleri kullanan Vinci "Doğa yerine doğadan başka bir modelden ilham alanlar boşa çabalar" sözüyle doğanın, her alanda ne kadar ilham verici olduğunun bir kez daha kanıtı niteliğindedir.

Tasarımda doğadan esinlenmeye diğer önemli örnek ise Eyfel Kulesi'dir. 1832 yılında Anatomist Herman Meyer'in kalça kemiği dokusunun enine kesitini ayrıntılı olarak çizmesi mühendis Karl Cullman için bir ilham kaynağı olmuştur. İnsan iskeletini oluşturan ince kemiklerin devasa vücut yükünü taşıyıp, kararlı bir denge sağlayabildiğini, gözenekli kemik dokunun çekme ve sıkıştırma kuvvetlerini mükemmel bir şekilde dengelediğini gözlemleyerek, kemik dokunun mekanik özellikleri ile ilgili matematiksel bir model geliştirmiştir (1862). Yaklaşık 25 yıl sonra, Gustavo Eyfel, Cullman'ın çalışmalarını inceleyerek kemik doku ile ilgili biyo-

mekanik modellemeye dayanarak Paris'te 324 metre yüksekliğe sahip 82 katlı Eiffel Kulesi'ni tasarlayarak inşa etmiştir (1889).

Yeni lifler ve dokuma teknikleri

Tekstil tasarımına baktığımızda yeni lifler ve yeni dokuma teknikleri ile yapılan mayoların, yüzücünün vücudunu sararak suya en az direnç gösterecek şekilde üretildiği bilinmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan araştırmalar, bu mayoların diğer mayo tiplerine oranla sürtünme direncini %8 oranında azalttığını göstermiştir. Kumaşların UV geçirgenlikleri, kumaşın bileşimindeki lifler, liflerin içerdiği katkı maddeleri, kumaşın yapısal özellikleri, renk ve renk şiddeti, optik ağartıcı maddelerin varlığı, bazı bitim işlem maddeleri, gerginlik ve nem oranı faktörlerine bağlıdır.

Tasarımın ötesinde işlevsel anlamda da doğadan ilham alınıyor

Sentetik liflerde ise polyes-ter en iyi UV korumayı sağlar. Tekstilde UV koruyucu amaçlı kıyafetlerin ortaya çıkışı, ayı kürkünün UV koruma özelliğinden yararlanılarak oluşturulmaya çalışılmıştır. Kutup ayısı kürkü üzerine gelen UV ışınlarını deriye geçirmeyen, ışınları soğuran ve ısı kaybını engelleyen mekanizmaya sahiptir. Tekstil sektöründe kutup ayısının çalışma mekanizmasından esinlenilerek yapılan yarı saydam silikon kaplama uygulamalarına rastlanmaktadır. 1997 yılında koza etkisi mekanizmasının kıyafetlere aktarımı Dawson tarafından yapılmıştır. Koza mekanizması yüksek nemli ortamlarda kıyafetin hava geçirgenliğini artırarak giysiyi kullanan kişiye ferahlık sağlamıştır. Koza etkisi, kıya-





fetlerde kompozit bir yapı içerisinde oluşturulur. Kompozit sistem içerisinde düşük ağırlığa sahip sentetik dokunmuş kumaş ve bu dokuma üzerine lamin edilmiş gözenekli olmayan poliüretan kullanılmıştır. Koza etkisine sahip kumaşların çalışmaları bimetalik özellik ile sağlanır. İki farklı malzemenin genişleme katsayıları farklılık gösterir. Genişleme katsayısı farklılıkları kumaş içerisinde bulunan malzemelerin ısı ve nem altında farklı genişlemelerine sebep olur. Farklı seviyedeki genişlemelerde kumaşın hava geçirgenliğini artırır ve konfor artır.

Bulunduğu ortama göre bukalemun gibi renk değiştiren tasarımlar

Kozanın yapı mekanizmasından faydalanılarak NIKE tarafından geliştirilmiş NIKE Sphere Macro React ürününü piyasada bulmak mümkündür. Bukalemunların bulunduğu ortama göre renk değiştirebilmeleri son derece şaşırtıcı ve en az o kadar da estetik bir olaydır. Bukalemun öylesine üstün bir kamuflaj yeteneğine sahiptir ki, bu işi yapmaktaki çabukluğu ile insanı hayrete düşürür.

Bukalemun, derisinin altındaki kırmızı ve sarı renk taşıyıcılarını, mavi ve beyaz yansıtıcı tabakayı ve en önemlisi de rengini koyulaştıran hücrelerini büyük bir ustalıkla kullanabilir. Örneğin, bir bukalemunu sarı bir ortama koyduğunuzda vücudunun renginin de hızla sarı renge dönüştüğü görülür. Bukalemun, sadece tek bir renge değil

alacalı renklere de tam bir uyum gösterebilir. Derisinin altındaki renk hücrelerinin boyutça büyümeleri ve hızla yer değiştirerek bulundukları yere göre uyum göstermesi bu kamuflajı başarabilmesindeki en büyük etkidir.

ABD'de MIT laboratuvarlarında bukalemunlardaki gibi renk değiştirme özelliğine sahip giysi, ayakkabı ve çanta yapmayı amaçlayan çalışmalar yürütülmektedir. Üzerinde çalışılan bu teknoloji, özel bir silikon malzemenin küçük bir elektron yüklemesi ile istenen renge dönüşmesini sağlar. Böylece, kumaş ve benzeri materyalden üretilen her türlü giyim eşyası ve aksesuarın birkaç saniyede renk ve desen değiştirmesi mümkün olmaktadır.

Hiçbir pigment veya boya kullanmaksızın, optik olarak renk elde eden liflerden üretilen kumaş

Birçok kelebek türünün kanatları ışık ile etkileşim içine girerek renk alır. Kanatların içinde renk veren pigment hücreleri bulunmaz. Bu mekanizma insanların kullandığı renklendirme mekanizmasından çok farklıdır. Endüstriyel üretim sistemleri ürünlere renk vermek için genelde kimyasal boya kullanır. Kimyasal boyanın içindeki pigmentler ışığın dalga boylarını emerek veya yansıtarak renk yayar. Morfo keleşbeği ışığın etkisi ile rengini oluşturur. Teijin Fibers isimli şirket, Morfo keleşbeğinden esinlenerek "Morphotex" isimli özel kumaş geliştir-

miştir. Morphotex, hiçbir pigment veya boya kullanmaksızın, optik olarak renk elde eden liflerden üretilmektedir. Keleşbeğler, zehirli ağır metaller kullanmadan canlı renkler elde etmenin yolunu gösteren önemli bir araçtır. Endüstriyel atığın hücrelerimize işlediği bir çağda, Morfo keleşbeği daha verimli yollarla renk üretiminin ipuçlarını insanlığa sunmaktadır.

"Şekil hafızalı" alaşımların kullanıldığı tasarımlar

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü Moda Aksesuar Tasarımı Anasanat Dalı 2016 Yılı Mezunlarından Gözde Rüstem de "Biyomimetik Kavramının Araştırılması, Takı Tasarımı Koleksiyonu Üzerine Bir Uygulama" isimli Lisans Tezi çalışmasında doğadan ilham alan tasarımlar ve tasarımcılar üzerinde araştırmasını gerçekleştirmiştir. "Şekil hafızalı" alaşımların, şekilleri bozulduktan sonra yeniden orijinal hallerini almasını örnek alarak takı tasarımı koleksiyonu hazırlamıştır. Koleksiyonda, Araneus Diadematus örümceğinin ağ yapısının herhangi bir dış müdahale sonucunda eski haline geri dönmesi fikrine uygun olarak şekil hafızalı alaşımlardan biri olan nitinol kullanılmıştır.

Detaylı bilgi için bakınız: Gözde Rüstem, Biyomimetik Kavramının Araştırılması, Takı Tasarımı Koleksiyonu Üzerine Bir Uygulama, DEÜ GSF Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü Aksesuar Tasarımı Anasanat Dalı, Yayınlanmamış Lisans Tezi, 2016, İzmir
İLETİŞİM: gozderustem35@gmail.com

KAYNAKÇA:

- CANBOLAT, Şeyda, KILINÇ, Mehmet, GÜRBÜZ Nihal Ruken, KUT Dilek, "Tekstil Uygulamalarında Biyomimetik Yaklaşımlar", İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Sayı: 25, Bahar 2014
- Doğadan Esinlenen Akıllı Biyomimetik Tekstiller, Cumhuriyet Arşivi, 30.11.2012
- KARAKAN, G., "Teknik Tekstillerin Koruyucu Yapılarda Kullanımı", Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi, Cilt: 3, No: 1, 2009
- YUSUF, Süleyman, Biyomimetik, Teknoloji Doğayı Taklit Ediyor, Güneş Yay. İstanbul, 2003
- Zhi-guo Zhou, Zhi-wen Liu, Journal of Bionic Engineering, 2008

- KARAKAN, G., "Teknik Tekstillerin Koruyucu Yapılarda Kullanımı", Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi
- CANBOLAT, Şeyda; KILINÇ, Mehmet; GÜRBÜZ Nihal Ruken; KUT, Dilek, "Tekstil Uygulamalarında Biyomimetik Yaklaşımlar", İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Sayı: 25, Bahar 2014
<http://www.trenddesk.com/wp-content/uploads/2013/07/Biomimicry-Shapes-Business-Strategies-Platin-Mar-2012.pdf>
- <http://www.cumhuriyetarsivi.com/katalog/4199/sayfa/2012/11/30/12.xhtml>
- http://www.chip.com.tr/forum/bukalemunlar-ve-renk-degistiren-elbiseler_t293151.html

Patates?

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

Rapsodi®



“Right Management and Auditing of OIZ is important as much as opening of new OIZ”

Organized industry applications, which started in the end of 18th Century in the world for the first time, came to the fore in Turkey in 60's when industrial production was decided as the locomotive of development. Bursa OIZ, which was established by the support of the World Bank in 1962, became the first and leader at this point. According to data of Turkish Ministry of Science, Industry and Technology, the number of OIZ opened until today has reached to 288 and now it is nearly to see an OIZ in every Turkish city.

The necessity of OIZ's, which is crucial for disciplined industrialization, planned urbanisation and rapid development, can never be ignored. Providing common use of the investments like energy and treatment, its advantages for industrialists in terms of infrastructure, adjoining of business lines completing and stimulating each other and above all its synergy created by the power of togetherness cannot be discussed. OIZ's, which are preferred by Small and Medium Enterprises (SME) most in terms of investment and management costs, also

play an important role in incentive system.

The right management, being efficiently working and auditing of OIZ's, which has a big importance in terms of industrial development in Turkey and economic growth, is an important subject as much as opening of new OIZ's. Because the problems caused by lack of control and management seriously impede our industrialists manufacturing in OIZ. I think Republic of Turkey Ministry of Science, Technology and Industry, where OIZ inhere in Turkey, must consider the problems impeding industrialists and ones in process by taking the views of industrialists, local governments and sectoral non-governmental organizations and it is necessary to make arrangements if required.

We decided to start article series, which we publish the views of executives, experts, managers of non-governmental organizations, industrialists and local governments on OIZ, from this issue of our magazine due to the importance of this subject. I hope, we will be able to avail in terms of OIZ's, which are so much important in terms of Turkish economy,

industry and urbanisation in the direction of these views so that they work as more productive bases.

As Turkey, the way of development depends on production. We must always keep manufacturing in the highest level of our agenda. In this sense, we must clear and smooth the way of our industrialists. As an umbrella organization representing the sectors exporting to 211 countries of the world and producing, we want to state that we are ready to do our part.

Hüseyin Öztürk

Fashion and Apparel Federation
Chairman of Executive Board

Unity, Solidarity and Fraternity Messages were Given in MHGF Fast-Breaking Dinner

THE FAST-BREAKING DINNER OF ISTANBUL ASSOCIATIONS OF FASHION AND APPAREL FEDERATION (MHGF) REALIZED BY THE PARTICIPATION OF 2000 PEOPLE AT TÜYAP FAIR AND CONGRESS CENTRE. SOLIDARITY, UNITY AND FRATERNITY MESSAGES WERE GIVEN IN THE INVITATION.

The fast-breaking dinner of MHGF, which is the umbrella organization representing 23 sectoral and regional associations throughout Turkey in leather wear, leather, fashion, clothing and textile, realized by the participation at TÜYAP Fair and Congress Centre.

Hüseyin Öztürk, President of MHGF, who made a speech in the organization hosted by eight organizations under the umbrella of the Federation, told: "I wish the unity, fraternity and peace shown in this hall will be a sample to all our country and Islamic world.", by stating richness and colours of the country, sector and business world came together.

Kadooğlu, President of TÜRKONFED: "I wish a country where terror ends and fraternity wins"

Tarkan Kadooğlu, President of Turkish Enterprise and Business Confederation (TÜRKONFED) said he considered the work of MHGF, which provides added value to national economy on one hand and is the most important solution point for unemployment, the biggest problem of the country, on the other hand, as a worship. Kadooğlu expressed: "I wish a country where peace and love surpasses, terror ends and fraternity wins at once."

İsmail Gülle, President of İTHİB: "You Show a Very Good Civil Society Solidarity"

İsmail Gülle, President of Istanbul Textile and Raw Material Exporters' Association

(İTHİB, drew attention that this was the biggest fast-breaking dinner organized by a sectoral non-governmental organization so far. Gülle celebrated MHGF and the contributed people, by saying: "You make a very beautiful Ramadan photo here and show a very good civil society solidarity and the power of textile sector very well here."

Umut Oran: "Textile and Clothing are the Sectors Providing Social Peace"

Umut Oran, politician, old sectoral member performed national and international duties in textile and clothing fields went up to the rostrum later, emphasized

textile and clothing is sector, which is an antidote against terror, producing employment, bread and butter and providing social peace, by stating Turkey passes through a hard period.

Fikri Kurt, President of Knitting Industrialists' Association (ÖRSAD), who made a speech on the behalf of Istanbul organizations participated to fast-breaking dinner of MHGF, also drew attention to unity and solidarity. Cem Seymen, who is a famous television programmer, also realized a presentation displaying the position of Turkey in global competition. The night ended with the ballads all-around of Turkey sung by regional folk singers.



Manufacturing with high added value and exportation in apparel: Wedding Dress Sector

THE WEDDING DRESS SECTOR, WHICH IS ONE OF THE BRANCHES OF APPAREL WITH ITS HIGH ADDED VALUE, HAS A DIFFERENT MEANING WITH ITS ECONOMIC CONTRIBUTION TO TURKEY IN TERMS OF ITS MANUFACTURING AND EXPORTATION.

Textile and apparel are the important sectors seriously contributing to Turkish economy with its manufacturing,

employment it provides and exportation it realizes. It has a 10 percent share in gross domestic product (GDS), 20 percent in export and a very

important share in Turkish economy and especially in Turkey's foreign trade. Ready-to-wear is in the second place in exportation after automotive sector. Ready-to-wear, which realizes less importation comparing to automotive in the first place, comes into prominence as a sector providing current surplus most and contributing positively most for narrowing the foreign deficit of Turkey in this way. Turkish ready-to-wear sector, which has an important advantages like its proximity to its biggest market Europe, its manufacturing quality and skilled workforce, is the seventh biggest exporter of the world with its broad range of products ranging from standard products to qualified ones and has set its biggest target as standing out in competition with qualified and value added products in near future.

Wedding Dress is a successful niche branch of apparel

As a niche branch in terms of its being a product with labour intensive and added value, wedding dress sector has covered a lot of ground in



years. Turkish manufacturers earned so big successes in both workshop and boutique level and mass production, they made Turkey leading centres in the world when the subject is “wedding dress”.

100 Dollar Export Value in Average per Kilogram

We have heard many times discourses of state authorities and opinion leaders about the added value products must increase in textile and apparel. Although Turkey gradually develops its export from standard products to qualified ones, it is not on the expected level yet. And wedding dress sector comes to prominence in exportation with a serious figure like 100 Dollar Export Value in Average per Kilogram in this sense. Besides, the developed countries like Germany, Austria, Holland, Spain, Italy, USA and England draw attention among the buyers. Turkish wedding dresses, which are exported to the fourth corners of the earth, gain recognition with their quality and are appreciated with their designs.

The magnitude of wedding dress sector is directly related with the number of marriages

According to Wedding Dress and Evening Gown Sectors Report prepared in the scope of Development of International Competitiveness Project Needs Analysis prepared by İzmir University of Economics, marriages and population movements directly influences wedding dress sector. According to this position, 1 million 200 thousand couples in Africa, 2

million 200 thousand ones in USA, 1 million 400 thousand ones in South America, 17 million ones in Asia and 3 million 700 thousand ones are got married in a year. The number of marriages is annually 700 thousand in Turkey. When we research the biggest wedding exporters of the world, we also face with China at the top. It is followed by Italy and Spain.

Nearly 4 thousand companies displays activity across Turkey

Nearly 4 thousand companies especially in boutique level displays activity across Turkey. The mostly clustered in Marmara and Aegean regions. One thousand of four thousand companies positioned in İzmir. But unfortunately there is no statistical data for this sector in Turkey. Actually, Turkey has become one of the biggest suppliers of Europe and Middle East with its developments in this sector during the recent years. Turkey mostly exports to the countries like Spain, Italy, Portugal, Russia, Egypt and Saudi Arabia. It is not possible to give certain numbers about the exportation figures of wedding dress sector. It is anticipated that 400 thousand pieces of wedding dress is annually exported except shuttle trade. When it is considered in figures, the value of exportation is nearly 250 million dollars including shuttle and cargo trades.

A Sector Mostly Employs Women

Wedding dress is also a sector drawing attention in terms of its women employment. The women employment rate, which is 50 percent in Turkish apparel sec-

tor, is much more in wedding dress and evening gown sectors. The employees of the sector, which depends on hand workmanship, are mostly women. Nearly more than 80 thousand people work in Turkish wedding dress sector, which has nearly a 650 million dollar trade size.

İzmir got the title of “Capital of Wedding Dress” with IF Wedding

One thousand of four thousand companies positioned in İzmir and an increase in the number of companies in this city is observed. There is an important increase not only in wedding dress companies but also evening gown and wedding suit companies in İzmir. An important wedding suit company of İzmir returns with awards from Paris for last few years and İzmir also has become an important suit manufacturing base during the recent years. IF Wedding Fashion İzmir Wedding Dresses, Suits and Evening Gowns Fair, which is organized for the first time by the support of Aegean Clothing Manufacturers’ Association (EGSD) and Fashion and Apparel Federation (MHGF) and the collaboration of İzfaş in 2006, has an important role on İzmir’s being the most important centre of Turkey in wedding dress manufacturing. The fair, which is founded 10 years ago to open the sector to international arena and make the existing natural clustering in İzmir into action, has become one of the most important trade events of the world meeting Turkish manufacturers with international buyers, showing design talent,

power and quality of the sector from that day to this. The domestic and foreign buyers, which visits the fair for years, also continues to visit İzmir in the other months of the year. Finally, it is clearly understood that there is a natural clustering in wedding dress, evening gown and suit sectors in İzmir. İzmir is one of the supplier for domestic market and the world.

The wedding dress sector has a craft-production system and this increases its added-value. It has an important competitive power with its skilled workforce, there is even a job vacancy in this field in Turkey. The number of the companies displaying activity in the sector rapidly increases due its small starting capital. And this causes the majority of small and micro enterprises. Mass production in the sector is mostly seen in İzmir.

The advantages of Turkey in competition

The sector, which aims to leave behind Italy and Spain with quality-price rate instead of competing with China in price, proved its importance to the world especially with its export performance in Europe. Contributing qualified personnel especially like designers preparing original and creative collections by developing university-industry collaboration also in Turkish wedding dress sector like in branches of apparel, focusing on branding and institutionalization are seriously important. The studies on mentioned fields will undoubtedly carry Turkey, which locates at intersection point of giant markets of the world, to much better positions in wedding dress.

TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

2016 OCAK-NİSAN

Birim: 1.000 \$		2015 NİSAN	2016 NİSAN	DEĞİŞİM %	2015 OCAK-NİSAN	PAY %	2016 OCAK-NİSAN	PAY %	DEĞİŞİM %
1	İTALYA	72.828	75.642	3,9	288.285	8,8	291.574	9,0	1,1
2	ALMANYA	70.842	75.936	7,2	275.234	8,4	280.364	8,6	1,9
3	BULGARİSTAN	27.585	49.558	79,7	107.183	3,3	165.699	5,1	54,6
4	A.B.D.	46.634	43.306	-7,1	174.470	5,4	164.349	5,1	-5,8
5	İNGİLTERE	38.214	33.184	-13,2	135.570	4,2	131.799	4,1	-2,8
6	İRAN (İSLAM CUM.)	30.247	38.562	27,5	141.395	4,3	125.716	3,9	-11,1
7	İSPANYA	29.175	26.755	-8,3	97.036	3,0	118.790	3,7	22,4
8	POLONYA	22.853	29.535	29,2	93.213	2,9	111.254	3,4	19,4
9	ROMANYA	28.136	30.971	10,1	108.773	3,3	110.677	3,4	1,7
10	HOLLANDA	24.619	26.587	8,0	99.295	3,0	105.398	3,2	6,1
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		391.133	430.036	9,9	1.520.453	46,6	1.605.621	49,4	5,6
11	FRANSA	24.025	23.983	-0,2	95.940	2,9	93.866	2,9	-2,2
12	MİSİR	27.775	22.251	-19,9	91.976	2,8	81.667	2,5	-11,2
13	PAS	22.779	22.914	0,6	79.559	2,4	79.805	2,5	0,3
14	BELÇİKA	17.541	16.378	-6,6	63.619	2,0	70.953	2,2	11,5
15	İRAK	21.052	11.840	-43,8	67.196	2,1	68.137	2,1	1,4
16	TUNUS	17.582	16.874	-4,0	60.419	1,9	66.541	2,0	10,1
17	İSRAİL	10.664	12.978	21,7	41.974	1,3	50.862	1,6	21,2
18	YUNANİSTAN	12.245	12.965	5,9	44.757	1,4	49.838	1,5	11,4
19	UKRAYNA	21.919	10.015	-54,3	68.491	2,1	47.001	1,4	-31,4
20	PORTEKİZ	15.656	13.157	-16,0	49.051	1,5	46.435	1,4	-5,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI		582.371	593.390	1,9	2.183.434	67,0	2.260.725	69,6	3,5
21	MOLDAVYA	4.045	14.734	264,3	17.063	0,5	43.312	1,3	153,8
22	SİRBİSTAN	9.194	11.603	26,2	38.417	1,2	42.136	1,3	9,7
23	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11.315	8.753	-22,6	53.951	1,7	39.232	1,2	-27,3
24	SUUDİ ARABİSTAN	12.145	9.453	-22,2	39.415	1,2	36.860	1,1	-6,5
25	CEZAYİR	12.832	10.617	-17,3	37.612	1,2	33.978	1,0	-9,7
26	MACARİSTAN	6.727	7.676	14,1	23.071	0,7	29.755	0,9	29,0
27	LİTVANYA	6.292	6.773	7,6	22.823	0,7	28.682	0,9	25,7
28	ÜRDÜN	3.819	6.250	63,7	15.199	0,5	26.261	0,8	72,8
29	SURİYE	12.544	6.966	-44,5	39.536	1,2	25.992	0,8	-34,3
30	AVUSTURYA	6.158	7.617	23,7	22.832	0,7	24.894	0,8	9,0
31	MERSİN SERBEST BÖLGE	5.627	6.475	15,1	19.147	0,6	24.526	0,8	28,1
32	ÇEK CUMHURİYETİ	7.069	5.963	-15,7	24.444	0,7	23.942	0,7	-2,1
33	RUSYA FEDERASYONU	47.732	5.407	-88,7	169.236	5,2	22.386	0,7	-86,8
34	ESTONYA	1.829	7.226	295,1	4.761	0,1	21.453	0,7	350,6
35	KIRGIZİSTAN	3.314	6.818	105,7	12.327	0,4	21.105	0,6	71,2
36	ÖZBEKİSTAN	6.301	4.944	-21,5	20.331	0,6	20.504	0,6	0,9
37	HONG KONG	6.656	5.073	-23,8	26.033	0,8	20.222	0,6	-22,3
38	BANGLADEŞ	3.893	5.045	29,6	20.060	0,6	19.979	0,6	-0,4
39	MAKEDONYA	4.735	5.165	9,1	15.236	0,5	18.417	0,6	20,9
40	BEYAZ RUSYA	4.601	4.364	-5,2	17.010	0,5	17.433	0,5	2,5
41	GÜRCİSTAN	4.302	4.535	5,4	12.704	0,4	16.855	0,5	32,7
42	LÜBNAN	4.469	4.311	-3,5	13.565	0,4	16.747	0,5	23,5
43	İSVİÇRE	3.805	4.509	18,5	13.919	0,4	16.562	0,5	19,0
44	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	4.346	3.982	-8,4	13.602	0,4	14.739	0,5	8,4
45	DANİMARKA	3.892	3.852	-1,0	13.163	0,4	14.626	0,4	11,1
46	HRİVATİSTAN	2.265	4.312	90,4	7.301	0,2	13.684	0,4	87,4
47	BREZİLYA	3.559	6.186	73,8	12.717	0,4	13.673	0,4	7,5
48	SLOVAKYA	4.331	3.251	-24,9	14.436	0,4	13.360	0,4	-7,5
49	VIETNAM	2.870	4.728	64,8	14.402	0,4	13.250	0,4	-8,0
50	LETONYA	941	2.540	169,8	3.063	0,1	12.798	0,4	317,8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		793.980	782.518	-1,4	2.940.811	90,2	2.948.091	90,7	0,2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		84.743	73.668	-13,1	319.361	9,8	302.122	9,3	-5,4
AB (28) TOPLAMI		433.041	473.179	9,3	1.629.801	50,0	1.798.987	55,3	10,4
TOPLAM TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI		878.723	856.186	-2,6	3.260.172	100,0	3.250.213	100,0	-0,3

Kaynak: İTKİB

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI
TEMMUZ 2016

		2015 TEMMUZ 1000 \$	2016 TEMMUZ 1000 \$	DEĞİŞİM %	2015 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2016 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2015 / 2016 DEĞİŞİM %
1	ALMANYA	315.575	263.094	-16,6	1.868.556	19,4	1.855.033	18,6	-0,7
2	İNGİLTERE	203.179	150.334	-26,0	1.238.591	12,8	1.197.438	12,0	-3,3
3	İSPANYA	106.714	138.218	-17,1	889.116	9,2	1.020.488	10,2	14,8
4	FRANSA	96.067	69.661	-19,1	514.088	5,3	510.710	5,1	-0,7
5	HOLLANDA	78.050	65.330	-16,3	474.386	4,9	460.961	4,6	-2,8
6	POLONYA	42.341	34.888	-17,6	252.033	2,6	431.958	4,3	71,4
7	İTALYA	54.225	52.988	-2,3	362.633	3,8	388.839	3,9	7,2
8	İRAK	38.030	25.572	-32,8	414.731	4,3	306.964	3,1	-26,0
9	ABD	52.238	43.123	-17,4	267.404	2,8	293.894	2,9	9,9
10	DANİMARKA	38.133	36.654	-3,9	232.823	2,4	244.446	2,5	5,0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		1.074.551	879.861	-18,1	6.514.361	67,5	6.710.730	67,3	3,0
11	SUUDİ ARABİSTAN	13.558	12.323	-9,1	179.964	1,9	205.962	2,1	14,4
12	İRAN	6.609	17.311	161,9	63.432	0,7	193.883	1,9	205,7
13	BELÇİKA	28.220	26.490	-6,1	192.753	2,0	189.726	1,9	-1,6
14	İSRAİL	16.103	14.907	-7,4	152.620	1,6	181.791	1,8	19,1
15	UKRAYNA	19.387	15.909	-17,9	149.373	1,5	176.574	1,8	18,2
16	İSVEÇ	23.027	24.424	6,1	130.143	1,3	146.711	1,5	12,7
17	CEZAYİR	10.946	9.633	-12,0	113.044	1,2	123.874	1,2	9,6
18	BULGARİSTAN	7.192	25.171	250,0	42.350	0,4	107.724	1,1	154,4
19	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	13.183	8.102	-38,5	90.847	0,9	83.913	0,8	-7,6
20	MİSİR	5.195	3.449	-33,6	78.154	0,8	79.354	0,8	1,5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI		1.217.971	1.037.581	-14,8	7.707.040	79,9	8.200.244	82,2	6,4
21	ROMANYA	31.964	7.972	-75,1	253.461	2,6	79.106	0,8	-68,8
22	AVUSTURYA	9.658	10.352	7,2	66.430	0,7	77.082	0,8	16,0
23	İSVİÇRE	11.349	9.107	-19,8	66.449	0,7	71.171	0,7	7,1
24	LETONYA	1.595	358	-77,6	8.888	0,1	69.652	0,7	683,7
25	RUSYA FEDERASYONU	20.471	9.801	-52,1	128.126	1,3	65.107	0,7	-49,2
26	ÜRDÜN	2.829	4.776	68,9	40.972	0,4	63.578	0,6	55,2
27	KAZAKİSTAN	11.574	7.923	-31,5	58.292	0,6	63.142	0,6	8,3
28	LIBYA	6.580	2.218	-66,3	107.390	1,1	62.268	0,6	-42,0
29	KIRGIZİSTAN	7.039	10.867	54,4	51.000	0,5	61.767	0,6	21,1
30	ÇEK CUMHURİYETİ	7.797	9.870	26,6	50.073	0,5	61.574	0,6	23,0
31	YUNANİSTAN	6.256	7.741	23,7	54.024	0,6	61.248	0,6	13,4
32	SLOVAKYA	19.054	4.607	-75,8	109.490	1,1	49.626	0,5	-54,7
33	AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	4.262	4.542	6,6	34.002	0,4	48.583	0,5	42,9
34	TUNUS	2.434	5.472	124,8	33.620	0,3	42.227	0,4	25,6
35	FAS	2.986	3.594	20,4	26.283	0,3	38.339	0,4	45,9
36	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4.993	4.363	-12,6	30.834	0,3	36.444	0,4	18,2
37	ESTONYA	7.465	9.634	29,0	36.137	0,4	35.827	0,4	-0,9
38	LÜBNAN	3.007	3.307	10,0	37.297	0,4	35.400	0,4	-5,1
39	NORVEÇ	7.070	6.698	-5,3	39.404	0,4	34.658	0,3	-12,0
40	BOSNA-HERSEK	3.143	3.470	10,4	25.844	0,3	34.282	0,3	32,7
41	İRLANDA	4.611	6.094	32,2	22.727	0,2	33.883	0,3	49,1
42	KANADA	5.535	4.719	-14,7	31.429	0,3	33.750	0,3	7,4
43	GÜRCİSTAN	5.973	5.153	-13,7	28.044	0,3	31.504	0,3	12,3
44	FINLANDİYA	6.223	11.741	88,7	31.967	0,3	31.398	0,3	-1,8
45	KUVEYT	1.934	1.721	-11,0	20.804	0,2	29.600	0,3	42,3
46	HRVATİSTAN	2.256	2.228	-1,2	16.991	0,2	26.089	0,3	53,5
47	TÜRKMENİSTAN	3.065	1.571	-48,8	21.068	0,2	22.967	0,2	9,1
48	KOSOVA	3.773	2.299	-39,1	20.361	0,2	22.388	0,2	10,0
49	SİRBİSTAN	1.775	2.235	25,9	17.849	0,2	22.369	0,2	25,3
50	AVUSTRALYA	3.956	3.370	-14,8	22.218	0,2	21.601	0,2	-2,8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		1.428.596	1.205.385	-15,6	9.198.514	95,4	9.566.895	95,9	4,0
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		61.482	46.166	-24,9	447.441	4,6	407.150	4,1	-9,0
AB (28) TOPLAMI		1.157.884	964.349	-16,7	6.979.050	72,4	7.137.090	71,6	2,3
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI		1.490.078	1.251.551	-16,0	9.645.955	100,0	9.974.045	100,0	3,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları / e-Birik Sistem

Kaynak: İTKİB

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

2016 OCAK-NİSAN

Birim: 1.000 \$		2015 NİSAN	2016 NİSAN	DEĞİŞİM %	2015 OCAK-NİSAN	PAY %	2016 OCAK-NİSAN	PAY %	DEĞİŞİM %
1	ALMANYA	8.109	10.783	33,0	35.448	6,8	37.113	8,1	4,7
2	IRAK	12.414	8.277	-33,3	44.127	8,5	34.751	7,6	-21,2
3	RUSYA FEDERASYONU	29.395	7.517	-74,4	97.356	18,8	28.903	6,3	-70,3
4	İTALYA	10.208	9.597	-6,0	43.543	8,4	28.672	6,3	-34,2
5	FRANSA	3.962	4.239	7,0	16.312	3,1	17.832	3,9	9,3
6	BİRLEŞİK KRALLIK	5.344	3.801	-28,9	22.372	4,3	16.449	3,6	-26,5
7	SUUDİ ARABİSTAN	3.323	5.370	61,6	13.808	2,7	15.368	3,4	11,3
8	HOLLANDA	4.316	3.041	-29,5	13.602	2,6	14.962	3,7	10,0
9	BULGARİSTAN	1.350	3.666	171,5	6.715	1,3	14.589	3,2	117,3
10	İSPANYA	3.434	2.937	-14,5	8.004	1,5	11.617	2,5	45,1
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		81.856	59.229	-27,6	301.286	58,1	220.255	48,1	-26,9
11	ROMANYA	1.984	3.081	55,3	7.538	1,5	11.321	2,5	50,2
12	CEZAYİR	2.816	2.294	-18,5	9.676	1,9	9.850	2,1	1,8
13	BİRLEŞİK DEVLETLER	1.957	2.809	43,6	8.057	1,6	9.312	2,0	15,6
14	LETONYA	118	3.006	2.457,7	486	0,1	9.070	2,0	1.764,4
15	İRAN (İSLAM CUM.)	4.023	3.805	-5,4	8.853	1,7	8.735	1,9	-1,3
16	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4.835	3.447	-28,7	14.105	2,7	8.588	1,9	-39,1
17	KAZAKİSTAN	1.422	2.555	79,7	4.084	0,8	7.265	1,6	77,9
18	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2.598	2.009	-22,7	9.137	1,8	7.136	1,6	-21,9
19	İSRAİL	2.103	2.306	9,7	5.855	1,1	7.072	1,5	20,8
20	ÜRDÜN	413	2.562	520,7	1.575	0,3	6.379	1,4	305,0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI		104.124	87.102	-16,3	370.653	71,5	304.982	66,6	-17,7
21	AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1.622	3.423	111,0	4.295	0,8	6.077	1,3	41,5
22	TÜRKMENİSTAN	1.352	1.501	11,0	4.798	0,9	5.739	1,3	19,6
23	HONG KONG	2.217	1.736	-21,7	6.351	1,2	5.298	1,2	-16,6
24	UKRAYNA	2.001	1.240	-38,0	9.929	1,9	5.221	1,1	-47,4
25	YUNANİSTAN	837	1.644	96,5	4.329	0,8	5.205	1,1	20,2
26	LİBYA	2.208	2.476	12,1	5.183	1,0	4.899	1,1	-5,5
27	HİNDİSTAN	1.489	1.159	-22,2	4.583	0,9	4.544	1,0	-0,8
28	MAKEDONYA	618	1.339	116,6	1.529	0,3	4.514	1,0	195,1
29	TACİKİSTAN	1.498	918	-38,7	3.643	0,7	4.400	1,0	20,8
30	İSVİÇRE	727	1.011	39,0	4.131	0,8	3.976	0,9	-3,7
31	ÖZBEKİSTAN	1.489	745	-50,0	5.020	1,0	3.810	0,8	-24,1
32	ARNAVUTLUK	946	1.186	25,4	2.944	0,6	3.678	0,8	24,9
33	SİRBİSTAN	595	1.036	74,0	3.098	0,6	3.662	0,8	18,2
34	KIRGIZİSTAN	1.099	1.509	37,3	4.659	0,9	3.658	0,8	-21,5
35	GÜNEY KORE CUMHURİYETİ	1.202	1.034	-14,0	2.928	0,6	3.653	0,8	24,8
36	LİTVANYA	790	630	-20,2	5.541	1,1	3.464	0,8	-37,5
37	KKTC	1.498	1.093	-27,0	3.584	0,7	3.428	0,7	-4,4
38	TUNUS	963	950	-1,4	2.837	0,5	3.366	0,7	18,7
39	DANİMARKA	864	572	-33,8	3.482	0,7	3.296	0,7	-5,3
40	POLONYA	1.188	849	-28,5	3.856	0,7	3.241	0,7	-15,9
41	YEMEN	190	1.113	485,6	2.011	0,4	3.078	0,7	53,1
42	GÜRCİSTAN	556	1.165	109,6	3.179	0,6	3.072	0,7	-3,4
43	PORTEKİZ	1.417	1.069	-24,5	4.389	0,8	3.063	0,7	-30,2
44	MISIR	679	885	30,3	2.788	0,5	3.054	0,7	9,5
45	AVUSTURYA	1.177	589	-50,0	3.886	0,7	2.996	0,7	-22,9
46	BELÇİKA	455	588	29,2	2.507	0,5	2.995	0,7	19,5
47	BOSNA-HERSEK	655	882	34,6	2.479	0,5	2.620	0,6	5,7
48	FAS	678	870	28,3	1.994	0,4	2.330	0,5	16,9
49	SURİYE	498	518	4,0	3.039	0,6	2.225	0,5	-26,8
50	KOSOVA	655	608	-7,1	1.526	0,3	2.039	0,4	33,6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		136.287	121.440	-10,9	485.171	93,5	417.585	91,1	-13,9
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		9.702	13.312	37,2	33.551	6,5	40.610	8,9	21,0
AB (28) TOPLAMI		45.553	50.094	10,0	182.009	35,1	185.885	40,6	2,1
TOPLAM DERİ İHRACATI		145.990	134.751	-7,7	518.722	100,0	458.194	100,0	-11,7

Kaynak: İTKİB

KAMEROĞLU METROHOME SUITES & RESIDENCE

1600
KONUT
130
MAĞAZA



BEYLİKDÜZÜ'NE DEV PROJE

METROHOME'u tercih etmeniz için o kadar çok neden var ki;



- ✓ **Metrobüs** ve yakında inşası başlayacak **Metro'ya 1 dk yürüme mesafesinde.**
- ✓ Tüm araçlara yetecek kapasitede **3 katlı otopark.**
- ✓ İki farklı parselden oluşan, ayrı sosyal tesisi, ayrı yönetimi, ayrı giriş-çıkışları olan **Suites ve Residence** yaşam konseptleri.
- ✓ Bir yanında **E-5** ulaşım avantajları, diğer yanında **dev yaşam vadisi** üzerinde yer alan **koşu parkurları, göletler, konser alanı, çocuk oyun bahçeleri, kafeler** ve daha bir çok sosyal imkanlarıyla benzersiz konum.
- ✓ Ortağı olduğumuz AVM'ler deneyimiyle gerçek cadde **alışveriş merkezi** konseptini gerçekleştireceğimiz, marka değeri yüksek **kafeler ve mağazalardan** oluşan yaklaşık **130 seçkin mağaza**

Proje tanıtım ve rezervasyon için;

www.kameroqlumetrohome.com - **0850 477 81 13**

KAMEROĞLU
İNŞAAT



PELICAN HILL İhlamur Evleri

Tek katlı villa konforu...

445 - 540 m² FULL DEKORASYON SEÇENEKLERİ İLE...



Örnek villalarımıza, ziyaretinizi bekleriz...

Haftalık hava çekimlerimizi www.ihlamurevleri.com.tr sitesinden takip edebilirsiniz. İlanda kullanılan görseller 24 Mayıs 2016 tarihli güncel resimlerdir.



Pelican Hill Evleri II. Etap No: 145
Göl Vadisi, Büyükçekmece / İSTANBUL
Tel: 0850 477 81 13 - 0530 327 05 18
satis@ihlamurevleri.com.tr

www.ihlamurevleri.com.tr

KAMEROĞLU
İNŞAAT