

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 428 - MART 2017

TİSK, ÇALIŞMA HAYATI İÇİN
SEKTÖRLERİ BULUŞTURDU

EURATEX ZİRVESİNDEN
SATIR BAŞLARI

SANAYİ BİRLİKLERİNDEN
AB'YE UYARI İÇİN
ORTAK BİLDİRGE

TURİZMDEKİ DARALMA
EV TEKSTİLİNİ DE VURDU

KOBİ DIŞI İŞLETMELERE
KREDİ GARANTİ
FONU TEMİNATI

YAKIN PLAN:
TÜRK EXİMBANK

ABD PAZARINA GİRİŞ YOLLARI

PROF. DR. BURAK ARZOVA YAZDI:
DONALD TRUMP İLE
DEĞİŞEN EKO-TİCARET
DENKLEMİ

CAZİBE MERKEZLERİ
PROGRAMI'NA
TEKSTİLCİ İLGİSİ NASIL?

DERİCİLER BU YIL
BÜYÜME BEKLİYOR



**Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent - İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr info@tekstilisveren.org.tr



Değişen koşullar ve yeni fırsatlar

2017 yılı ülkemiz dâhil, Avrupa genelinde seçimlere sahne oluyor. Geçen sene sonunda ABD'deki seçimin galibi Donald Trump ile tanık olduğumuz gelişmiş ülkelerdeki korumacı siyasi yönelim, siyasilerin politik söylemlerine de yansımakta. Bu tepkisel yapıda gerçekleşen hem ticari hem de sosyal strateji değişiklikleri ufukta birçok belirsizliğin görülmesine yol açıyor.

Başkan Trump, görevindeki ilk gününde ülkenin Trans Pasifik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı'ndan (TPP) çekileceğini söylemişti. Ayrıca, Trump'ın ABD'nin en büyük

tedarikçilerinden Çin ve Meksika'ya yüksek gümrük vergisi uygulama planı, Trans-Atlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı'ndan (TTIP) geri çekilme düşüncesi ve NAFTA ülkeleri ile yıllardır devam eden Serbest Ticaret Anlaşması'nı (STA) rafa kaldırma isteği gerçekleşirse, bunların dünya ticaretine çok ciddi etkileri olacaktır.

Bu durumun analizini kendi ülkemiz ve sektörümüz için yaparsak, olumsuz koşullara karşın bazı çıkış noktaları bulabiliriz. Tekstil ve hazır giyim sektörümüz bu durumun neresinde olacak, bunu iyi analiz etmemiz gerekiyor. Ülkemizde en büyük dış ticaret fazlası veren, katma değer yaratan, istihdam dostu tekstil ve hazır giyim sanayimiz, hâlihazırda Çin, Hindistan, Bangladeş, Vietnam gibi ülkelerin ucuz üretim maliyetlerine karşı kaliteli üretim yapma becerisiyle dünyada söz sahibi olmaya devam ediyor. Öte yandan, yüksek yatırım bütçeleriyle, Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve imalatla ileri teknolojiler kullanan gelişmiş ülkelerin üretim gamına ulaşmaya çalışıyor.

Tüm bu değişen koşullar, daralan pazarlar Türk tekstil ve hazır giyim sektöründeki sanayicilerimizi ve işbirliği içinde olduğumuz bakanlıkların ortak iki noktada buluşmalarını elzem kılıyor; kurulu sanayimizin rekabet gücünü muhafaza etmek ve de mevcut ihracat pazarlarımızı koruyup, yenilerinin açılmasını sağlayacak stratejiler geliştirmek.

Bu bağlamda, 100 milyar doların üzerinde ithalatı ile tekstil ve hazır giyim sektöründe dünyanın en büyük ikinci pazarı olan ABD de, ihracatçılarımız için önemli bir hedef haline gelmiş durumda. Sektörümüz, dünyanın altıncı en büyük tedarikçisi olmasına rağmen, bu pazardan sadece yüzde 1'lik bir pay almaktadır. Yüksek vergiler ile korunan bu pazara girmek için sektörümüzün farklı yöntemlere ihtiyacı vardır.

ABD'nin toplu halde yapılacak ticari anlaşmalar yerine, ülkeler ile birebir ticaret anlaşmaları yapmayı doğru bulduğu bir döneme girdik. Trump'ın açıklamalarından, dünya konjonktürünün biçimlendirdiği şekliyle Türkiye ile ilişkilerin boyut kazanmasının söz konusu olacağını anlıyoruz. Böyle bir ortamda ABD pazarına girmenin ve sürdürülebilir ticaret yapabilmenin yollarından OIZ (Nitelikli Sanayi Bölgeleri) sistemini önemle ele almalıyız. ABD'ye yapılacak ihracatta gümrük vergilerini sıfırlayacak OIZ, bugüne kadar Ürdün ve Mısır'da uygulanmış, sonucunda bu ülkelerin ihracatında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bahsi geçen ticaret sistemini oluştururken, ABD pazarına ihracat yapmanın olmazsa olmaz koşullarından, büyük ölçekte üretim becerisi ve yenilikçi ürün çeşitliliğine de gitmemiz gerekiyor. Özel sektör, yeni maliyetler getirecek bu yapısal değişiklikler için adımlar atarken, devletimizin de bu önemli pazara girmeye çalışan firmalarımıza yönelik, yeni yardım ve teşvik kalemleriyle, öncelik yaratması son derece yararlı olacaktır.

Muharrem Kayhan
Yönetim Kurulu Başkanı

Tekstil İşveren Dergisi

Mart 2017 Sayı: 428

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Adına
İmtiyaz Sahibi
Muharrem Kayhan

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Av. Başar Ay

Yayın Kurulu
Av. Samim Ergeneli, Levent Oğuz, Mine Şenkul Ergüven
Lerzan Öztürk, Av. Çiğdem Subaşı
Av. Ömer Emre Kaynak, İrem Yılmaz
Gamze Kılınç

İdari Merkezi
Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent-İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx),
Fax: (0212) 344 07 66-67,
www.tekstilisveren.org.tr



Yayına Hazırlayan
Doğan Burda Dergi Yayıncılık A.Ş.

Baskı
APA UNIPRINT
Basım San. ve Tic. A.Ş.
Hadımköy İstanbul Cad. Ömerli Mah. No: 159 34555 Arnavutköy-İstanbul
Tel: 90 212 798 28 40 Faks: 90 212 798 20 63

Yayın Türü:
Yerel, Aylık, Süreli
ISSN: 1307-6566

Bu dergi, Doğan Burda Dergi Yayıncılık A.Ş. tarafından, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası için hazırlanmıştır. Para ile dağıtılıp, satılamaz. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz. Dergide bulunan imzalı yazıların sorumluluğu yazarlara aittir.

Vakit; yatırım, ihracat ve büyüme vakti



Cemreler toprağa düşüp mevsim bahara döndüğünde doğa nasıl canlanmaya başladıysa, ekonomi dünyası da bu bahara yeni heyecanlarla girdi. Donald Trump'ın göreve başlaması ile birlikte ABD'nin ekonomi ve ticaretinde yaşanan yenilikler tüm dünyayı yakından ilgilendiriyor. ABD'nin şu anda Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) ile ilgili çalışmaları rafa kaldırması ve Trump yönetimindeki ABD'nin toplu halde yapılacak anlaşmalar yerine ülkelerle birebir ticaret anlaşmalarından yana bir tavır sergilemesi Türkiye için de bir şans olarak karşımıza çıkıyor. İhracatçılarımız, ABD'nin 104 milyar dolarlık tekstil ve hazır giyim ithalat pazarındaki payımızı bu yıl yüzde 8-10 arasında artırmayı hedefliyor. Bu sayımızda, sektörün önde gelenleri Amerikan pazarında etkinliğimizi artırmanın çarelerini anlatıyor. Gelelim yatırım ve üretimin gündemine... Beş ayrı merkezde 23 ili kapsayan Cazibe Merkezleri Programı'na 3 bin 215 başvuru yapıldı. 75 milyar liralık yatırım ve 330 bin kişilik istihdam öngörülen bu projenin sektördeki yansımalarını sayfalarımızda bulabilirsiniz. Kurumsal bir kefalet kuruluğu olan Kredi Garanti Fonu (KGF), ihracatçı firmaların finansmana daha kolay erişebilmesi amacıyla Hazine Müsteşarlığı ile yapılan protokollerle KOBİ tanımı dışında kalan işletmelere de kefalet sağlamaya başladı. Son 4 ayda 50 bin civarında başvuru aldıklarını anlatan KGF İstanbul Şube Müdürü Murat Gökçe'nin açıklamalarını dikkatle okuyacağınıza inanıyoruz. 2.7 milyar doları bulan kredi hacmiyle en büyük iş ortağı olduğumuz Türk Eximbank'ın yöneticilerinin katılımıyla sendikamızda düzenlenen toplantıda tek resmi destekli ihracat kredi kuruluşumuzu yakından tanıma fırsatı bulduk. Katıldığımız TİSK Çalışma Hayatı İstişare Toplantısı'nda ise tekstil ve hazır giyim sektörünün beklentilerini anlattık. Denimi bir yaşam tarzı haline getirmeyi hedefleyen modacı Aylin Çetinkaya'nın Jean Stop İstanbul'u anlattığı söyleşisi bir denim ülkesi olan Türkiye'de bizlere farklı bir bakış açısı sağlayacak. Turizmdeki daralmadan etkilenen ev tekstili sektörünün durumu, dericilerin 2017'deki büyüme beklentisi ve Avrupa'daki 92 sanayi birliğinin AB'ye yaptığı 'üretime dönün' çağrısı bu sayımızda okuyacağınız renkli haberler arasında. Görüşmek dileğiyle...

Av. Başar Ay
Genel Sekreter



50



40



44



30

- 8 Kısa haberler**
- 10 Aklımızda kalanlar**
- 12 Dünyada çalışma hayatı**
- 14 ABD pazarına nasıl gireceğiz?**
Ekonomi Bakanlığı'nın hedef pazar olarak belirlediği ABD, Türk hazır giyim ve tekstil ihracatçısının markajında. Sektör, 2017'de ABD'ye ihracatı yüzde 8-10 artırmayı hedefliyor.
- 22 Prof. Dr. S. Burak Arzova yazdı:**
Donald Trump ile değişen eko-ticaret denklemi
- 26 Cazibe merkezlerine tekstilci ilgisi nasıl?**
Bu yıl açıklanan Cazibe Merkezleri Programı, bölgesel teşvik yerine, il bazlı teşvik getiriyor. Peki, tekstil sektörü programa nasıl bakıyor?
- 30 TİSK, çalışma hayatı için sektörleri buluşturdu**
Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu toplantısında, sendikamız, tekstil ve hazır giyim sektörünün devletten beklentilerini dile getirdi.
- 34 Dericiler bu yıl büyüme bekliyor**
2016'yı bölgesel krizlerin gölgesinde geçiren dericiler, 2017'den umutlu. Sektör, yıl sonunda yüzde 10'luk büyüme bekliyor.
- 40 Euratex zirvesinden satır başları**
Brüksel'deki Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu zirvesinde, pek çok önemli başlıkta görüş alışverişi yapıldı.
- 44 Sanayi birliklerinden AB'ye uyarı**
Euratex ve 91 AB sanayi birliği, "Uyarının tonunu artırma zamanı geldi" diyerek, güçlü bir AB Sanayi Stratejisi için ortak bildirge imzaladı.
- 46 KGF teminatı KOBİ dışı şirketlere de yansıyor**
Kredi Garanti Fonu, Hazine Müsteşarlığı ile yapılan protokollerle KOBİ dışı işletmelere de kefalet sağlamaya başladı.
- 50 Eximbank'ın en büyük iş ortağı tekstil sektörü**
Tekstil sektörü, 2016 yılında Türk Eximbank'ın en büyük iş ortağı oldu. Sendikamızdaki bir sunum ile bankayı daha yakından tanıdık.
- 53 Kritik sorunlara sektörel çözüm platformu**
Tekstil ve hazır giyim sektörü temsilcileri, "kaçak işçi çalıştırılması" yönündeki haberlerin yarattığı algıya karşı bir platform oluşturuyor.
- 54 Turizmdeki daralma ev tekstilini vurdu**
Terör saldırıları, Suriye'deki savaş gibi sebeplerle 2016'yı ciddi düşüşlerle kapatan sektördeki daralma, tekstil sektörüne de olumsuz yansıyor.
- 58 Aylin Çetinkaya: Denim bir yaşam tarzıdır**
Tasarımcı Aylin Çetinkaya ile Türkiye'de denim alanında bir benzeri olmayan atölye-showroom konsepti Jean Stop İstanbul'u konuştuk.
- 62 1 Şehir 4 Otel: Kotor**
- 64 İngilizce özetler**
- 66 Fuar takvimi**



14



54



58



34



26



Dünyanın en zengin adamı değişmedi

ABD merkezli Forbes dergisinin “dünyanın en zengin insanları” listesinin zirvesinde, bir kez daha Microsoft’un kurucusu, Amerikalı işadamı Bill Gates var. Zirvedeki dördüncü yılına giren Gates, geçen yıl 75 milyar dolar olan kişisel servetini bu yıl 86 milyar dolara yükseltti. Son bir yılda serveti 1 milyar dolar eriyen ABD Başkanı Donald Trump ise listede 220 basamak gerileyerek, 544’üncü sıraya yerleşti. Listede Bill Gates’i 75.6 milyar dolar kişisel varlığıyla Amerikalı yatırımcı Warren Buffet, onu da Amazon’un kurucusu ve yöneticisi Jeff Bezos izliyor. Fransız kozmetik firması L’Oreal’in en büyük ortağı Liliane Bettencourt, 39.5 milyar dolarlık servetiyle, listenin en üst sırasındaki kadın oldu (14’üncü sırada). Forbes listesinde yer alan 2 bin 43 milyarder toplam serveti, yüzde 18’lik artışla 7.67 trilyon dolara ulaştı.



2016’da işsizlik arttı

Geçen yıl Türkiye’de işsizlik oranı, bir önceki yıla göre 0.6 puan artarak yüzde 10.9 olarak gerçekleşti. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, işsiz sayısı da bir önceki yıla göre 273 bin kişi artarak 3 milyon 330 bin kişiye yükseldi. 2015’te işsizlik oranı yüzde 10.3, işsiz sayısı ise 3 milyon 57 bin olarak açıklanmıştı. İşsizlik oranı erkeklerde yüzde 9.6, kadınlarda ise yüzde 13.7 olarak hesaplandı. Tarım dışı işsizlik oranı yüzde 13 olarak tahmin edildi. Bu dönemde istihdam edilenlerin sayısı 27 milyon 205 bin kişi, istihdam oranı ise yüzde 46.3. Bu oran erkeklerde yüzde 65.1, kadınlarda ise yüzde 28.

4 milyon kişi BES’e katılıyor

45 yaş altındaki memurlar ve 250-1.000 arası çalışanı olan özel sektör firmaları, nisan ayı itibarıyla otomatik olarak Bireysel Emeklilik Sistemi’ne (BES) dahil edildi. Böylece yaklaşık 4 milyon kişi BES’e katılmış olacak. BES katılımcılarından otomatik olarak, prime esas kazancın yüzde 3’üne karşılık gelen tutarda kesinti yapılıyor. Çalışanlar tarafından ödenen katkı paylarına, BES ile aynı koşullara tabi olarak yüzde 25 teşvik verilecek. İki aylık cayma süresi sonrasında sistemde devam eden çalışanlara da ek olarak 1.000 TL tutarında devlet katkısı sağlanacak. Ayrıca, emeklilik halinde hesabındaki birikimi yıllık gelir sigortasıyla almayı tercih eden çalışana, birikiminin yüzde 5’i kadar ilave devlet katkısı teşviki verilecek. 1 Ocak’ta başlayan sisteme ilk olarak 1.000 ve üzeri çalışanı olan özel sektör firmaları dahil olmuştu. 100-250 çalışanı olan şirketler sisteme 1 Temmuz’da dahil olacak.



Plastik poşet yasağında son durum

Plastik poşet yasaklanıyor mu, yasaklanmıyor mu? Türkiye Perakendeciler Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Altunbilek, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın Atık Yönetmeliği

kapsamında naylon poşetlerin marketlerde ve mağazalarda 1 Ocak 2018’den itibaren yasaklanacağını açıkladı. Altunbilek, naylon poşetlerin marketlerde ve giyim, ayakkabı gibi tüm mağazalarda yasaklanacağını dile getirdi ve bu poşetlerin satış noktalarında ücretli olması yönünde yasal düzenlemenin 2018’in başında hayata geçeceğini kaydetti. Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Yavuz Eroğlu ise AB mevzuatıyla uyumlu şekilde, alışveriş torbalarının aşırı tüketiminin 31 Aralık 2025 yılına kadar azaltılmasına çalışıldığını kaydetti. Eroğlu’na göre, taslak halindeki yönetmeliğin mevcut şekliyle yürürlüğe girmesi durumunda, 2018 değil, 2019 başı itibarıyla 15 mikron ila 50 mikron arası kalınlıkta olan plastik poşetler, market kasalarında ücretli olarak verilecek. Karar, taslak yönetmeliğin son haliyle netleşecek gibi görünüyor.



ABD’ye uçuşlarda elektronik cihaz yasağı

Mart ayı ortası itibarıyla, aralarında İstanbul’un da bulunduğu sekiz ülkedeki 10 havalimanından ABD’ye doğrudan yapılacak uçuşlarda, yolcu kabinine cep telefonundan büyük elektronik cihaz sokulamıyor. ABD İç Güvenlik Bakanlığı’na ait kararın, kaynağı açıklanmayan bir terör saldırısı riski üzerine alındığı belirtildi. Karar, dizüstü bilgisayar, tablet ve fotoğraf makinelerini de kapsıyor. Tıbbi cihazlar ise yasağa dahil değil. Bu tür ürünler artık uçak altı kargo bölümünde taşınıyor. Yasak şu havayollarından direkt uçuşla ABD’ye giden yolcuları kapsıyor: Kahire, Amman, Kuveyt, Kazablanka, Doha, Riyad, Cidde, Abu Dabi, Dubai ve İstanbul.

Son çeyrekte beklentinin üstünde büyüdük

Türkiye’nin 2016 yılı dördüncü çeyrek gayri safi yurtiçi hasıla rakamları açıklandı. Buna göre ekonomi, son çeyrekte beklentilerin üzerine çıkarak yüzde 3.5 büyüdü. Böylece yıllık büyüme yüzde 2.9 oldu. Bunda hanehalkı tüketim harcamalarının beklentilerin çok üzerinde gelmesi etken olarak gösteriliyor. TÜİK verilerine göre, 2016 yılında kişi başına GSYH cari fiyatlarla 32 bin 676 TL, ABD doları cinsinden 10 bin 807 Dolar olarak hesaplandı. 2015’te söz konusu rakam 9 bin 261 dolar olarak belirlenmişti.



TÜBİTAK’tan girişimciye hibe

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), girişimcilerin teknoloji ve yenilik odaklı iş fikirlerini firma kurarak yenilikçi ürünlere dönüştürebilmeleri için yüzde 100 hibe desteği verileceğini açıkladı. Adaylar, söz konusu destekten yararlanmak için yarışacaklar. İş fikri başvuruları, 10-28 Nisan ve 1-15 Ağustos 2017 çağrı dönemlerinde alınacak. Bireysel Genç Girişim Programı’nın birinci aşaması mentorlük, işbirliği ağlarının oluşturulması, müşteri doğrulama desteklerini içerecek şekilde yeniden tasarlandı. İş fikirlerini bu hizmetlerden faydalanarak geliştiren girişimci adayları, uygulayıcı kuruluşlardan onay aldıkları iş planlarıyla TÜBİTAK’a başvurabilecek.

İhracat azaldı, ithalat arttı

Türkiye’nin ihracatı, Şubat 2017’de geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1.9 azalarak 12 milyar 127 milyon dolara gerilerken, ithalat yüzde 1.6 yükselerek 15 milyar 820 milyon dolar oldu. Bu dönemde, dış ticaret açığı 3 milyar 211 milyon dolardan yüzde 15 artışla 3 milyar 693 milyon dolara ulaştı. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne ihracatı, şubatta geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3.2 azalarak 5 milyar 539 milyon dolara geriledi. Geçen ay en fazla ihracat yapılan ülke, 1 milyar 119 milyon dolarla Almanya. İthalatta ise ilk sırayı 1 milyar 643 milyon dolarla Çin aldı.





Japonya ihracatında 2 yılın en yüksek artışı

Geçtiğimiz Şubat ayında Japonya'nın ihracatı, küresel talebin güçlenmesiyle art arda üçüncü artışını kaydederek, ılımlı büyüyen ülke ekonomisine katkı sağlamaya devam etti. Bu artışta, Asya ülkelerindeki ay takvimine göre yeni yıl tatilinin ocak ayında başlaması etkili oldu. Japonya ihracatı önceki yıla göre yüzde 11.3, ithalatı ise yüzde 1.2 artış gösterdi. Şubat ayında, 813.4 milyar yen (7.29 milyar dolar) değerinde dış ticaret fazlası kaydedildi. Japonya'nın ABD'ye ihracatı yüzde 0.4, AB'ye ise yüzde 3.3 arttı. En büyük ticaret ortağı olan Çin'e ihracat da yüzde 28'lik artış gösterdi. İhracat rakamları yeni yıl tatilinin etkisiyle de şişerken, sonuçlar iyileşmeyi doğruladı. Şimdiki risk ise artan korumacılık. ABD baskısı altında 20 ülkeden oluşan bir grubun mart ayında yaptığı Finans Uzmanları ve Merkez Bankası Yöneticileri toplantısında, "her türlü korumacılığın önüne geçilmesi" vaadi verildi.



Dr. Kavita Gupta

Hindistan gözünü teknik tekstile dikti

Hindistan Tekstil Bakanlığı'ndan Dr. Kavita Gupta, Almanya gibi gelişmiş ülkelerde teknik tekstil ürünlerinin tüm tekstil ürünleri içinde yüzde 50 gibi bir paya sahip olduğunu, Hindistan'da ise bu oranın yüzde 10 seviyesinde kaldığını belirtti. Mart ayında Hindistan'da gerçekleştirilen 57'nci Ortak Teknoloji Konferansı'nın açılış konuşmasını yapan Gupta, akademi ve sanayi arasındaki bağın önemini vurguladı. Gupta, yüksek değerli teknik tekstil sektörünü büyütmek için mevcut pazarın taleplerinin araştırılması gerektiği görüşünde. Bu sene Bombay Tekstil Araştırma Birliği'nin organize ettiği konferansın en önemli konu başlığı ise jeosentetiklerdi. Bunun yanı sıra Ar-Ge, koruyucu tekstiller, ürün geliştirme, çevre dostu süreçler ve geleneksel tekstil gibi başlıklar üzerinde de duruldu.

"Küresel ekonomide ılımlı toparlanma etkilenebilir"

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), ekonomide uluslararası bir yapının ve merkez bankalarının farklı politikalarının küresel ekonomideki ılımlı toparlanmayı tehdit ettiğini belirtti. OECD baş ekonomisti Catherine Mann, ABD'deki yüksek faiz oranlarının bazı borçlular için finansal piyasalardaki dalgalanmayı olumsuz etkileyebileceğini ve doların potansiyel olarak daha da yukarı doğru çıkabileceğini söyledi. Mann ayrıca, OECD tahminlerine göre, ABD ithalat maliyetlerindeki yüzde 10'luk bir artışın, nihai olarak ihracat maliyetlerini yüzde 15 artıracaklarını düşündüğünü söyledi. OECD, tüketici harcamaları ve işletme yatırımlarının zayıf seyrini sürdürmesi sebebiyle, birçok ülkede sadece ılımlı bir düzelme ile finansal piyasaların ekonomik gerçeklerden uzaklaştığını kaydediyor. Örgüt, küresel ekonomik büyüme tahminlerini 2017 (yüzde 3.3) ve 2018 (yüzde 3.6) için değiştirmede. ABD ekonomisi büyüme tahminlerini ise 2017 yılı için 0.1 artırarak yüzde 2.4'e, 2018 için de 0.2 düşürerek yüzde 2.8'e revize etti. Euro Bölgesi 2017 yılı büyüme tahmini de yüzde 1.6'da sabit bırakılırken, 2018 tahmini 0.1 düşürülerek yüzde 1.6 olarak belirlendi.



OECD baş ekonomisti Catherine Mann



Pamuktan beklenti büyük

2016-17 döneminde küresel pamuk üretiminde yüzde 9'luk bir artış bekleniyor. ABD'nin pamuk mahsulündeki artışın ardından yayınlanan ABD Tarım Departmanı (USDA) raporunda, bu dönemde küresel pamuk üretiminin, bir önceki döneme göre yüzde 9 artarak 105.7 milyon balyaya yükseleceği kaydedildi. Söz konusu dönemde, hasat edilen toplam bölgenin de bir önceki döneme göre yüzde 4 artışla 29.2 milyon hektara çıkması bekleniyor. 2015-16 döneminde 690 kg/hektar olan küresel verimin, 788 kg/hektara yükselmesi de beklentiler arasında. Bu dönemde Hindistan'ın üretiminin önceki döneme göre yüzde 2 artışla 27 milyon balyaya; Çin'in üretiminin yüzde 2 artışla 22.5 milyon balyaya; Pakistan ve Brezilya'nın üretiminin yüzde 10 artışla, sırasıyla 7.7 milyon balya ve 6.5 milyon balyaya ulaşacağı tahmin ediliyor. Avustralya'da ise pamuk üretilen arazilerin yüzölçümünün ve kurak bölgelerdeki yağmur miktarının artması sebebiyle, yüzde 58'lik muazzam bir yükseliş bekleniyor; üretimin 4.5 milyon balyayı bulacağı öngörülüyor.



Almanya'da üretici fiyatları yükseldi

Almanya'da Şubat 2017'de üretici fiyatları endeksi bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 3.1 artış gösterdi. Bu artış 2011 Aralık ayından bu yana en yüksek yıllık değişim oranı oldu. 2017 Ocak ayında bu değer yüzde 2.4 olarak kaydedilmişti. Aylık değişimde ise Şubat 2017 üretici fiyatları endeksi bir önceki aya göre yüzde 0.2 artmış oldu. Tüm ana sanayi gruplarında 2017 Şubat ayı ücret indisleri bir önceki yılın aynı ayına göre yükseldi: Enerji fiyatları yüzde 5.4, petrol ürünleri fiyatları yüzde 22.7 arttı. Doğalgaz fiyatları ise yüzde 7.5 azaldı. Ayrıca ara mal fiyatları yüzde 3.3, dayanıklı olmayan tüketim malları yüzde 2.3 değerlerinde yükseldi. Dayanıklı mallar ve sermaye malları ise sırasıyla yüzde 1.1 ve yüzde 0.9 arttı. Enerji hariç üretici fiyatları endeksinde de bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 2.2, önceki aya göre yüzde 0.3 artış kaydedildi.



Tekstil boyamada "bakteri" keşfi

Bilim dünyası, renk oluşturmak ve kumaşlara desen vermek için sentetik ve zehirli sentetik boyalara alternatif olarak bakterilerin kullanılabileceğini keşfetti. Rotterdam Üniversitesi'nce yürütülen projede, bilim adamları pigment üreten bakterileri ses frekanslarına maruz bırakınca pigment üretiminin arttığını keşfetti. Tasarımcılar Laura Luchtman ve Ilfa Siebenhaar tarafından yürütülen araştırmaya, ses mühendisi Eduard van Dommelen de katkı sağlıyor. Biyomedikal laboratuvara kurulan ses donanımıyla süren çalışmaların sonucunda daha sürdürülebilir bir boya üretimine gidilebilir.

Çin sanayi üretimi artışta

Çin'in sanayi üretimi, 2017 Ocak-Şubat döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6.3 artarken, sabit varlık yatırımı yüzde 8.9 büyüdü. Reuters haber ajansının yaptığı ankete katılan analistler, sanayi üretiminin ilk iki ayda yüzde 6.2, sabit varlık yatırımının da yüzde 8.2 artacağını öngörmüştü. Özel yatırımlar ise geçtiğimiz yıl yüzde 3.2 olan değerinden yüzde 6.7'ye yükseldi. Çin Ulusal İstatistik Bürosu son birkaç yıldır yaşanan keskin düşüşün ardından özel firmalara yatırım yapmaya başlamalarını önerdi. Özel yatırımlar Çin'deki toplam yatırımın yüzde 60'ını oluşturuyor. Yine 2017 Ocak-Şubat döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 9.5 yükselen perakende satışlarda ise büyüme yüzde 10.5'lik beklentinin altında kaldı. Çin ayrıca, finansal riskleri içeren reformları daha rahat uygulamaya koymak için ekonomik büyüme hedefini bu yıl yüzde 6.5'e düşürdü. Geçen yıl Çin yüzde 6.7 büyüyerek son 26 yıldaki en yavaş büyümesini kaydetmişti.



Sri Lanka hazır giyiminde değişim çağrısı

Sri Lanka Hazır Giyim İhracatçıları Birliği (SLAEA), hazır giyim sanayiini düşük katma değerli giysiler yerine, endüstriyel teknik modernizasyonu benimseyerek yüksek katma değerli kıyafetler üretmeye çağırdı. Sri Lanka'nın kalite ve teslimat açısından itibarlı bir ülke haline gelmek için çabalaması gerektiğini kaydeden SLAEA, doğrudan yabancı yatırımlarla ilgili yeni istatistiklerin yüksek olmaması nedeniyle yatırım politikalarında tutarlılığa ihtiyaç olduğunu da belirtti. Sri Lanka basınında çıkan haberlere göre, SLEA aynı zamanda hükümeti Basitleştirilmiş Askıya Alınan Katma Değer Vergisi'ni kaldırmak için düşünmeye veya sektörü bu vergiden muaf tutmaya çağırdı.





İşçi sendikaları Trump'a karşı birleşiyor

Meksika'da bağımsız işçi sendikaları ve sivil toplum kuruluşları, ABD Başkanı Donald Trump'ın Kuzey Amerika'daki istihdam hareketine etkilerini müzakere etmek üzere 15 Mart'ta Mexico City'de bir araya geldi. Toplantıya ABD işçi sendikaları federasyonu AFL-CIO ve Kanada'dan Unifor işçi sendikası da katıldı. Katılımcılar, nefret ve dışlama politikalarını eleştirdiler. Toplantıda, Trans Pasifik Anlaşması'nın (TPP) feshedilmiş olmasının Meksika'da yaratacağı etkinin Latin Amerika'nın tümüne yansıtacağı vurgulandı. Otomotiv ve çelik gibi temel sanayi sektörlerinde, çokuluslu şirketler bölgenin üç büyük ülkesi olan Arjantin, Brezilya ve Meksika'da faaliyet gösteriyor. Meksika'nın ABD pazarına ihracat yapamaması halinde, Brezilya ve Arjantin'in pazar payı mücadelesine girmesi ve bunun da çalışma şartlarını gerilettiği kaygısı hâkim.



Konfeksiyon işçilerinin “ücret” mücadelesi

Myanmar'ın Yangon şehrinde, Çinlilerin sahibi olduğu Hundred Tex Garment fabrikasının işçileri, fazla mesai ücreti ve daha iyi çalışma şartları talep ediyor. İşçilerin çoğuna günlük 3 bin 600 kyat (2.7 dolar) olan asgari ücretten daha düşük ücret ödeniyor ve yasal hakları olan fazla mesai ücretini de alamıyorlar. Myanmar işçi sendikaları konfederasyonunun (CTUM) desteğiyle Aralık 2016'da fabrika yönetimi ve işçi sendikası arasında bir anlaşmaya varıldı. Ancak, firma anlaşma şartlarını uygulamadığı ve işyeri koordinasyon komitesi kurmayı reddettiği için anlaşmazlık tırmanıyor.

Küresel araştırma: Kadın çalışmak istiyor

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Gallup, kadınların ve erkeklerin “kadınlar ve çalışma” konusundaki algı ve tutumlarını küresel ölçekte ortaya koyan ilk çalışmaya imza attı. 142 ülke ve bölgede gerçekleştirilen araştırma, yaklaşık 149 bin yetişkini kapsıyor. Araştırmaya göre, kadınların çoğu çalışmayı tercih ediyor, erkeklerin çoğu da bunu onaylıyor. Kadınların yüzde 70'i, erkeklerin ise yüzde 66'sı kadınların ücretli işlerde çalışmasını tercih ediyor. Bu sayıların her biri, kadınların evde kalmalarını tercih edenlerin oranının iki katından fazla. Rapora göre, dünya genelinde kadınlar ya ücretli işlerde çalışmayı (yüzde 29) ya da hem çalışacak hem de aileleriyle ilgilenen durumda olmayı tercih ediyor (yüzde 41). Kadınların yalnızca yüzde 27'si evde kalmaktan yana.



Endonezya'da işçi sendikaları yasa iptali istiyor

Endonezya'da işçi sendikaları, asgari ücretin belirlenmesinde işçi sendikalarının rolünü ortadan kaldıran yeni yasanın iptalini istiyor. Bundan önce yerel yönetim, işverenler ve işçi sendikalarından oluşan üçlü bir yapı, her yıl bir bölge için, yaşam maliyeti standardına dayalı olarak asgari ücreti belirliyor, sonrasında bu rakam eyalet başkanınca onaylanıyordu. Ancak, 78/2015 sayılı yasa ile bu süreçten işçi sendikaları çıkarıldı. Artık asgari ücret, enflasyon oranlarına ve ekonomik büyümeye dayalı olarak belirleniyor; bölgesel ücret konseyleri dikkate alınmıyor. Tüm yetki de bölge yönetiminde. Endonezya İşçi Sendikaları Konfederasyonu (KSPI) Başkanı Said İkbâl, hükümetin işçilerden ziyade işletmelere öncelik verdiğini belirtiyor.



Avrupa'da dayanışmanın 10 yılı

Avrupa Küreselleşme Uyum Fonu, bundan 10 yıl önce, fabrikaların kapanması ve bazı sektörlerin küçülmesi sonucunda işlerini kaybedenlere yardımcı olmak amacıyla kuruldu. Genç işsizliğin yüksek olduğu bölgelerde de Fon'dan yararlanma imkânı mevcut. Fon'un kuruluşundan bugüne kadar, Avrupa Komisyonu 21 üye devletten yaklaşık 600 milyon Euro tutarında 148 müracaat aldı. Söz konusu fonlar sayesinde, işten çıkarılmış 138 bin 888 işçiye ve çalışmayan, eğitim görmeyen 2 bin 944 gence destek sağlandı.



Tele çalışmanın zorlukları

Akıllı telefon, tablet, dizüstü ve masaüstü bilgisayar gibi dijital teknolojilerin işte, evde ve her yerde giderek yaygınlaşan kullanımı geleneksel çalışma modelini hızla dönüştürüyor. Uluslararası Çalışma Örgütü ve Eurofound'un 15 ülkeyi kapsayan raporu, tele çalışmanın sunduğu fırsatlara ve ortaya çıkardığı güçlüklerle ışık tutuyor. “Ne Zaman Nerede Olursa Olsun Çalışma” başlıklı rapor, modern iletişim teknolojilerinin daha iyi bir iş-yaşam dengesi kurulmasını kolaylaştırdığını, ancak çalışma hayatı ve özel hayat arasındaki sınırları bulanıklaştırdığını gösteriyor. Tele çalışma iş-yaşam dengesini iyileştirebilir, işe gidiş-gelişte harcanan zamanı azaltabilir ve verimliliği artırabilir. Ama aynı zamanda daha uzun çalışma saatlerine, çalışma yoğunluğunun artmasına, iş ve ev yaşamına müdahale gibi aşırı stres yaratabilecek olumsuz durumlara da yol açabilir.



AB'nin 5 üyesinde istihdam sorunu “kritik”

Avrupa İstihdam, Sosyal Politika, Sağlık ve Tüketici İşleri Konseyi (EPSCO), 2017 yılı ortak istihdam raporunu yayınladı. AB'deki istihdamı ve sosyal durumun resmini çeken rapor, yine bu alanlardaki politikaları analiz ediyor ve üye devletlerin geçen yıl gerçekleştirdikleri reformları inceliyor. Rapora göre, birliğin beş üyesi; Yunanistan, Güney Kıbrıs, Portekiz, İspanya ve İtalya, bu iki alanda kritik sorunlarla karşı karşıya.



BM'de “sosyal kalkınma” toplantısı



Birleşmiş Milletler Sosyal Kalkınma Komisyonu'nun 55'inci oturumu, 1-10 Şubat tarihleri arasında New York'ta yapıldı. 2017-18 çalışma programının öncelikli konusu, “herkes için sürdürülebilir kalkınma sağlamak üzere yoksulluğun ortadan kaldırılması için stratejiler” olarak belirlendi. Toplantıya dünyanın tüm bölgelerinden üye devletlerin temsilcileri, BM birimleri ve STK'lar katıldı.

OECD'den tedarik zincirleri için yeni kılavuz

OECD, hazır giyim ve ayakkabı sektöründe tedarik zincirleri için yeni bir ayrıntılı inceleme ve değerlendirme (due diligence) kılavuzu yayımladı. Hazır giyim ve ayakkabı sektörleri, dünyada önemli bir ekonomik gücü temsil etmekle beraber, 2013 yılında Rana Plaza fabrikasında yaşanan facia dikkatleri imalat ve tedarik zincirindeki olumsuz şartlara çekmişti. Birçok paydaşın katılımıyla kapsamlı bir süreç yürütüldü ve neticede bu sektöre özel kılavuz ortaya çıktı. Kılavuzun dünya genelinde hazır giyim ve ayakkabı tedarik zincirlerinde insan hakları, işgücü, çevre ve yolsuzluk ile ilgili potansiyel olumsuz etkileri tanımlayıp önlemekte firmalara yardımcı olması bekleniyor.



OECD ülkelerinde 38 milyon işsiz var

OECD işsizlik oranı Ocak 2017'de yüzde 0.1 puan düşüşle yüzde 6.1'e geriledi. OECD ülkelerinde toplam 38.3 milyon kişi işsiz durumda. Bu sayı, kriz öncesinde Nisan 2008'deki işsiz sayısından 5.7 milyon kişi daha fazla. Euro Bölgesi'nde işsizlik oranı değişmedi ve yüzde 9.6 seviyesinde kaldı. Avrupa Birliği'nde işsizlik oranı ise yüzde 0.1 puan düşüşle yüzde 8.1 oldu. Yüzde 0.2 puan düşüş kaydeden İrlanda'da işsizlik oranı yüzde 6.7'ye, Lüksemburg'ta yüzde 6.1'e, Slovak Cumhuriyeti'nde yüzde 8.6'ya ve İspanya'da yüzde 18.2'ye geriledi. Avrupa haricindeki ülkelere bakıldığında, Ocak 2017'de ABD'de işsizlik oranının yüzde 0.1 puan artışla yüzde 4.8'e yükseldiği, diğer taraftan Kanada'da yüzde 0.1 puan düşüşle yüzde 6.8'e gerilediği, Japonya'da yüzde 3 ve Meksika'da yüzde 3.6 seviyelerinde seyrettiği görülüyor.

ABD PAZARINA NASIL GİRECEĞİZ?

ABD her yıl 100 milyar dolarlık tekstil ve hazır giyim ithalatı gerçekleştiriyor. Ekonomi Bakanlığı'nın hedef pazar olarak belirlediği ABD, Türk hazır giyim ve tekstil ihracatçısının markajında. Son yıllarda yapılan tanıtım faaliyetleri ve New York'ta açılacak Türk Ticaret Merkezi'nin katkısıyla bu pazarda hızlı bir yükseliş bekleniyor. Sektör, 2017'de ABD'ye ihracatı yüzde 8-10 arasında artırmayı hedefliyor.

Yaklaşık 321 milyonluk nüfus ve yılda 104 milyar dolara yaklaşan tekstil ve hazır giyim ithalatı... ABD pazarının potansiyelini anlamak için bu iki rakama bakmak yeterli. Türkiye'deki hazır giyim ve tekstil sektörü de gözünü son yıllarda hızla büyüyen bu pazara çevirmiş durumda. Özellikle Rusya ile yaşanan sorunlar, Suriye ve Irak'taki problemlerin etkisiyle yeni pazar arayışına giren tekstil ve hazır giyimciler, ABD'yi bir kez daha



KAMİL EKİM ALPTEKİN / DEİK/TÜRKİYE-ABD İŞ KONSEYİ BAŞKANI

Büyük ölçekli siparişleri karşılayamıyoruz

Amerika pazarına girmek için fuarların, konferansların, ikili görüşmelerin, devlet kademesiyle görüşmelerin, imzalanabilecek potansiyel anlaşmaların önemi büyük. Bunu başarabilmek için gidip, görünür olmalıyız. Türkiye tanıtımı yolunda bu seneki ilk büyük etkinliğimiz Washington'da gerçekleşecek olan 36'ncı yıllık ATC-TAİK Ortak Yıllık Konferansımız olacak. Bu konferansta her sene olduğu gibi, ABD ve Türkiye'deki gelişen iş ve yatırım ortamlarına dair görüş alışverişinde bulunulmak üzere çeşitli alanlarda, farklı sektör katılımcıları ile paneller gerçekleştirilecek. Türkiye imajını geliştirmek ve potansiyelini tanıtmak için başka etkinliklerimiz de planlanıyor. ABD pazarı kaliteli ürün ve süreklilik tercih ediyor. Bizim ürünlerimizde genelde yaşanan problemler bu yönde. Büyük ölçekli siparişleri karşılayamıyoruz; ABD'nin beklentilerine göre yetersiz satış sonrası hizmet sunuyoruz ve en önemlisi de talep yapısını tam eşleyemeyen ve teknik düzenleme ve standartlar ile uyumlu olmayan üretim yapımıza yeniliyoruz. ABD pazarı nitelikli ürün istiyor ve ülkemizin potansiyeli bu alanda son derece yüksek.



İSMAİL GÜLLE / İTHİB BAŞKANI

Hak ettiğimiz pazar payını yakalayacağız

2015 ve 2016 yıllarında ABD'ye yönelik çeşitli çalışmalarımız oldu. 2016 yılında İTHİB olarak IDEA Boston Teknik Tekstiller Fuarı'na info stand ile katılım sağladık. 2016 Eylül'ünde dünya tekstil devlerini ağırladığımız; ülkemize yönelik negatif algıyı kırmak ve güven tazelemek için Textile Talks Paris etkinliğimiz olmuştu. Bu çalışmanın bir benzerini, 2017 yılında Premier Vision etkinliğinin olduğu tarihlerde New York'ta yapmayı hedefliyoruz. Çok önemseydiğimiz ABD pazarına sürdürülebilir ihracat yapabilmemiz için bir giriş kapısı olarak gördüğümüz bu etkinliğe yönelik çalışmalarımız şimdiden başladı. İnaniyorum ki 27 milyar dolarlık ABD tekstil pazarında bu ve buna benzer çalışmalar ile hak ettiğimiz pazar payını yakalayacağız.

odağına aldı. ABD, 104 milyar doları tekstil ve hazır giyim olmak üzere, toplam 2.3 trilyon dolar ile dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi. Türkiye, 2016 yılında ABD'ye toplam 6.5 milyar dolar civarında ihracat gerçekleştirdi. Son beş yılda Türkiye'nin ABD'ye olan genel ihracatında yüzde 45 oranında bir artış söz konusu.

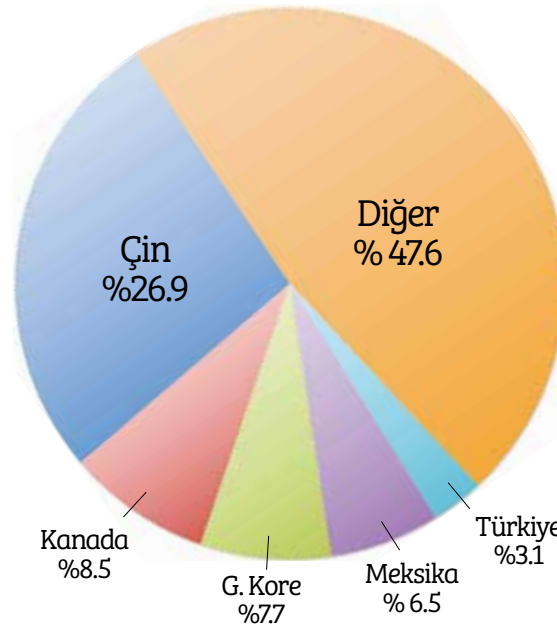
Yüzde 8-10 büyüme hedefi

Türkiye'nin ABD'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2011 yılında 442 milyon dolardı. Rakamlara bakıldığında, istikrarlı bir büyüme olduğunu söylemek mümkün. Bu rakam 2012'de 451, 2013'te 446, 2014'te 464, 2015'te 495, 2016'da ise 536 milyon dolara yükseldi. 2016 yılında ABD'ye ihracat bir önceki yıla göre yüzde 8.3'lük artışla 536 milyon dolara ulaştı. ABD pazarına uzun yıllar sonra ilk kez 500 milyon doların üzerinde ihracat yapıldığını söyleyen Türkiye Geyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Şeref Fayat, "Amerika, bizim için hedef pazarlar arasında birinci sırada yer alıyor. Parite avantajı ve güçlü dolar beklentisiyle üyelerimizin pazara yoğun girişimleri var. 2017'de de ABD'ye ihracatımızı yüzde 8-10 arasında artırmayı hedefliyoruz" diyor.



ABD TEKSTİL PAZARINDA TEDARİKÇİLER

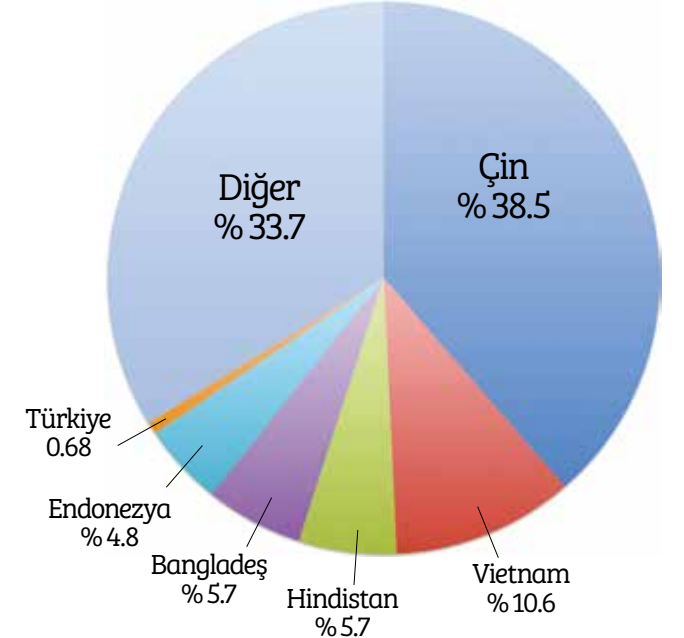
KAYNAK: İTKİB HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON AR-GE ŞUBESİ / ABD ÜLKE RAPORU / ŞUBAT 2017



Tekstil ve hammaddeleri ihracatına bakıldığında ise 2011 yılında yaklaşık 483 milyon dolar olan ihracatın, 2016'da yüzde 15.1 artarak 555 milyon dolar seviyesine yükseldiği görülüyor. Tekstil ve

ABD HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İTHALATINDA TEDARİKÇİLER

KAYNAK: İTKİB HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON AR-GE ŞUBESİ / ABD ÜLKE RAPORU / ŞUBAT 2017



hammadeleri ihracatında son beş yıldır istikrarlı bir artış yaşanırken, 2016 yılında ABD'ye tekstil ihracatında yüzde 1.8'lik bir gerileme söz konusu oldu. Bu yıl ise tekrardan bir büyüme ivmesi bekleniyor. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, 2017 yılında hem Türkiye'nin genel ihracatının hem de tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatının kayda değer şekilde artacağı görüşünde.

Trump nasıl etkiler?

Genel olarak istikrarlı bir büyüme söz konusu olsa da dünyanın en büyük üreticilerinden biri olan Türkiye'nin ABD'ye ihracatının yeterli seviyede olduğunu

2016'da ABD'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 536 milyon dolara ulaştı.

söylemek mümkün değil. Bunun da pek çok sebebi var. ABD'nin çok uzak bir pazar olması ve pazar dinamiklerinin farklılığı, bu pazarın geri planda kalmasına neden olmuş. Sektör temsilcileri ise önümüzdeki dönemde bu durumu değiştirmeye hazırlanıyor.

ABD'nin yeni Başkanı Donald Trump'ın politikaları, Türkiye ile ABD arasındaki ticareti etkileyecek en önemli faktörler arasında yer alıyor. Trump'ın politikaları iki alanda yoğunlaşıyor. İlk olarak; imalat



sanayinde üretimi yeniden kendi ülkesine çekmeye çalışıldığını görüyoruz. Bu bakımdan, hazır giyim üretiminin ABD'de artmasının Türk hazır giyimine olumsuz yansıyabileceği ifade ediliyor. Ancak bu durum tersine tekstil ihracatı için avantaj da yaratabilir. İkinci olarak; ticarete korumacı politikalar benimsiyor. Özellikle Meksika ve Çin'den gelen ithal ürünlere

ABD ile ticaretimizi etkileyen diğer önemli iki konu ise Trans Pasifik Ortaklığı (TPP) ve Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTYO) anlaşmaları. TPP anlaşmasının 12 Pasifik ülkesi (ABD, Kanada, Meksika, Şili, Peru, Avustralya, Yeni Zelanda, Japonya, Malezya, Brunei, Vietnam ve Singapur) arasında imzalanması planlanıyordu. Trump'ın başa gelmesinin ardından ABD bu anlaşmadan çekildi. ABD ve AB arasında yürütülen ve Türkiye'yi doğrudan ilgilendiren TTYO anlaşmasıyla ilgili görüşmeler ise hâlâ devam ediyor. Türkiye ile AB arasında devam eden Gümrük Birliği anlaşması düşünülürse, AB ve ABD arasında imzalanacak bir serbest ticaret anlaşmasının Türkiye'nin ihracatına olumsuz yansması mümkün.

Devam eden süreçte Türkiye'nin kendi

adımlarını atması ve ABD ile ticari ve ekonomik işbirliğini artırmanın yollarını araması gerektiğine dikkat çeken sektör temsilcileri, bu bakımdan fuarlar, ticaret heyetleri ve alım heyetlerinin önemine dikkat çekiyor. Son beş-altı ayda doların TL karşısında değer kazanmasıyla birlikte, hazır giyim firmaları ABD pazarında fiyat tutturmakta daha avantajlı bir noktaya geldi. Son yıllarda ihracatçı birlikleri tarafından yapılan tanıtım faaliyetleri ve bu yıl New York'ta açılması öngörülen Türk Ticaret Merkezi'nin katkısıyla ABD pazarında hızlı bir yükseliş trendi yakalanması bekleniyor.

TGSD Başkanı Şeref Fayat da, hedef pazarları arasında ilk sırayı ABD'nin aldığını belirterek, "Parite avantajı ve güçlü dolar beklentisiyle üyelerimizin pazara yoğun girişimleri var. Dernek olarak bu yıl

TÜRKİYE'DEN ABD'YE HAZIR GİYİM İHRACATI (MİLYON DOLAR)



Türkiye'nin ABD pazarında yeterince etkin olmamasının en önemli sebeplerinden biri de yüksek gümrük vergileri.

vergi getirilmesi gündemde. ABD'nin en büyük tedarikçileri olan bu ülkelere yönelik vergilerin Türkiye'nin önünü açabileceğine dikkat çeken İTHİB Başkanı İsmail Güllü, "ABD'nin hazır giyimde özellikle Çin ve diğer Asya ülkelerine karşı korumacı olması Türkiye için fırsat olabilir. İhracatta payımızı üst seviyelere taşıyabiliriz" diyor.



ABD pazarında nelere dikkat edilmeli?

- ABD pazarında ciddi bir rekabet söz konusu. Pazarın yakından takip edilmesi gerekiyor.
- Satış ve pazarlama alanında uzun vadeli politikalar üretilmeli.
- Tüketicilerin, kalite sorunları, hizmet aksamaları ve istikrarsızlık gibi konularda çok hızlı tepki verdiği göz önünde bulundurulmalı.
- ABD kültüründe “vakit nakittir” mantığı hakim. Görüşme ve randevulara zamanında gitmek önem taşıyor.
- Şirket politikalarında uzmanlığa önem veriliyor.
- ABD, dünyada iş davalarının en fazla yaşandığı ülkelerden biri. Her sektörde uzmanlaşmış avukatlar bulunuyor. Bu pazarda doğru danışmanlarla çalışmak gerekiyor.
- İş ilişkilerinde hiyerarşi önem taşıyor.
- 50'den fazla eyaletin bulunduğu ülkede her eyalet kendine has demografik ve tüketici özelliklerine, farklı pazar yapısına sahip. Bundan dolayı stratejilerin eyalet bazlı olması tavsiye ediliyor.



ABD'deki hedef müşterileri belirleyerek roadshow yapmayı düşünüyoruz. ABD pazarı çok büyük. Siparişler büyük hacimli ve süreklilik gerektiriyor. Türk hazır giyim sektörünün dönüşen yapısı içinde böyle bir kapasite artık yok. Bu nedenle Türk firmaları ABD pazarına ya kendi markaları ile girecekler ya da Amerikan markalarına tasarım ve koleksiyon içeriği zengin, yüksek katma değerli, yenilikçi ürünler ile ihracat yapacaklar” diyor.

QIZ ihracatı olumlu etkiler

Dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında 6'ncı büyük ülke olan Türkiye'nin ABD pazarında yeterince etkin olmamasının en önemli sebeplerinden biri de yüksek gümrük vergileri. ABD, Türkiye'den gelen tekstil ve hazır giyim ürünlerine yüzde 15-30 arasında değişen gümrük vergisi uyguluyor. Türkiye'nin bu vergileri aşarak rekabetçi hale gelmesinin en etkili yolu, ABD ile imzalanacak Serbest Ticaret Anlaşması (STA) ya da AB ile ABD arasında yürütülen Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı'nın (TTIP) bir parçası olmaktan geçiyor. Ancak yetkililer bu iki anlaşmaya Türkiye'nin dahil olması için zamana ihtiyaç olduğunu ifade ediyor.

Bu noktada ABD'nin Türkiye'den giden ürünlere uyguladığı vergileri aşmanın en hızlı yolu, QIZ'ler (Nitelikli Sanayi Bölgeleri) olarak görülüyor. QIZ'ler kısaca ABD'nin Ortadoğu'daki barış sürecini ekonomik

anlamda desteklemek amacıyla özel bir kanun çerçevesinde oluşturduğu üretim bölgeleri olarak tanımlanıyor. QIZ fikri, ABD'nin Ortadoğu'daki barış sürecine özel sektörün desteklenmesi yoluyla katkıda bulunması amacıyla ortaya çıktı.

Bu kapsamda 1998'de QIZ sistemini kullanmaya başlayan Ürdün, 2015 yılında ABD'ye 1.3 milyar dolarlık tekstil ve hazır giyim ihracatı gerçekleştirdi. Mısır'ın ise 2015'te ABD'ye yaptığı tekstil ve hazır giyim ihracatı 1 milyar dolara ulaştı.

Yapılan hesaplamalara göre, Türkiye'de ABD'ye yönelik bir QIZ sisteminin başlamasıyla şu an için 1.2 milyar dolar olan ABD'nin tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payının beş yıl içinde 5 milyar doları aşması mümkün. Takip eden dönemlerde diğer sektörlerin de katılımı ve ayrıca farklı bölgelerde yeni QIZ'lerin kurulmasıyla ihracat artışının 10 milyar doları bulması öngörülüyor. ABD'ye 2016 yılında 63 milyon dolarlık ihracat yapan Yeşim Tekstil CEO'su Şenol Şankaya, “QIZ uygulamaları tabii ki faydalı olur. Bu tarz uygulamalar henüz Türkiye'de olmamakla beraber ekonomik açıdan büyük önem taşıyor. Global olarak Amerika'nın da yeni başkanlık döneminde de gösterdiği gibi FTA (Free Trade Agreements) yani gümrüksüz anlaşmalı ülkeler içinde ticaret anlaşmaları çok büyük önem kazandı. Bu tarz anlaşmalarda mevcut olanların şekli değişeceği gibi bunlara yenileri de eklenecektir” diyor.

CÜNEYT YAVUZ / MAVİ CEO'SU

E-ticarete de yatırım yapıyoruz

Mavi'nin gelişimindeki mihenk taşlarından biri, markayı yurtdışına taşımak ve bu yolculuğa Amerika'dan başlamak üzerine verilen karardır. Türkiye'deki şirketlerin aksine, komşu ülkelere değil, jean'in anavatanından işe başladık. Amerika pazarındaki ilk Türk markası olmanın yanı sıra yurtdışında reklam kampanyası yapan, Times Meydanı'nı Mavi'ye boyayan ilk marka olduk. Bugün geldiğimiz noktada ise dünya premium jeans pazarının ilk beş markasından biri konumundayız. 2016'da Amerika'da dolar bazında yüzde 13 büyüdük ve bu ivmeyi sürdürmeyi planlıyoruz. Bugün New York'ta bir, Vancouver'da dört Mavi mağazası bulunuyor. Mağazalarımızın yanı sıra mavi.com online alışveriş kanalıyla, Türkiye'nin yanı sıra Amerika ve Kanada'da hem kendi monobrand sitemizde hem de multibrand online kanallarda hızla büyüyüyoruz. Dolayısıyla e-ticarete yatırım yapmayı ve yakaladığımız bu ivmeyi 2017'de de korumayı hedefliyoruz.



ŞENOL ŞANKAYA / YEŞİM TEKSTİL CEO'SU

Müşteriyi buraya getirebilmeliyiz

Nike ve Under Armour markalarına üretim yaparak Amerika'ya ihracat yapıyoruz. 2017'de bu iki markayla gerçekleştirmek üzere yaklaşık 90 milyon dolarlık Amerika ve Avrupa'ya ihracat hedefimiz bulunuyor. Bunun yanında beş senelik büyüme planımızda, 2021 sonuna kadar 200 milyon dolarlık büyüme hedefliyoruz. Türkiye ve Amerika arasında ticareti artırmanın en önemli unsurlarından biri olarak, başta ülke güvenliği geliyor. İlk olarak müşterinin buraya gelebilmesini sağlamalıyız. Maalesef bugün içinde bulunduğumuz durumlardan dolayı müşterilerin biraz çekingen davranıp gelmeme gibi durumları olabiliyor. Şu sıralarda biz müşterilerimizin ülkelerine hizmeti götürüyoruz. Ekiplerimiz en az ayda bir müşteri ile birebir kontağa geçiyor ve onlara bizzat kumaş sunumları, baskı ve dikiş gibi alanlarda inovasyon gösteriyor, bu alanlarda danışmanlık alıyoruz.



VEDAT AYDIN / ZORLU TEKSTİL GRUBU BAŞKANI

Depo ve dağıtım altyapısı kurulmalı

2002 yılından beri Amerika'da faaliyet gösteriyoruz. New York'ta showroom ve pazarlama ofisimiz, Atlanta'da ise depo ve dağıtım merkezimiz var. 2017'de yüzde 10 büyüme hedefledik. ABD'de bin 500'den fazla noktada bulunuyoruz. Biz ev tekstili ürünleri ve bilhassa havlu satıyoruz. Genelde Uzakdoğu mallarına göre kalite ve değer algısı daha yüksek olduğu için Türk malları tercih ediliyor. ABD pazarında girmek için satış-pazarlama ofisleri açılması lazım. Ayrıca depo ve dağıtım konularında da altyapı kurulursa Amerika'da işleri büyütmek mümkün olur.



TİSK, ÇALIŞMA HAYATI İÇİN SEKTÖRLERİ BULUŞTURDU

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) İstanbul'da yapılan Çalışma Hayatı İstişare Toplantısı'nda yeni teşvik sisteminden vergi indirimine, önemli başlıklar masaya yatırıldı. Toplantıda konuşan Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan, tekstil ve hazır giyim sektörünün devletten beklentilerini dile getirdi.

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) 24 Şubat 2017 tarihinde gerçekleştirilen Çalışma Hayatı İstişare Toplantısı'na Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu, TİSK Yönetim Kurulu Başkanı Kudret Önen, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Müsteşar Yardımcıları Osman Arıkan Nacar ve Tarkan Alpay ile bakanlık üst düzey bürokratları, TİSK Yönetim Kurulu üyeleri, üye işveren sendikaları ve üye işyerlerinin üst düzey temsilcileri katıldı.

Toplantıya Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) adına Yönetim Kurulu Başkanımız Muharrem Kayhan, TİSK Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi Nevzat Seyok, TİSK ve TTSİS Yönetim Kurulu üyelerinden Nadir Yürüktümen ve Sinan Abeş ile üyelerimizden bir

heyet de katıldı.

TİSK Yönetim Kurulu Başkanı Kudret Önen toplantının açılış konuşmasında, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın liderliğinde gerçekleşen “Çalışma Hayatında Milli Seferberlik” girişimini hatırlatarak, yeni işe alınacak çalışanlar için ödenecek primler ve gelir vergisinin devlet tarafından karşılanmasını öngören yönetmeliğin işverenlerce memnuniyetle karşılandığını belirtti.



TİSK Yönetim Kurulu Başkanı Kudret Önen

Bugüne kadarki en kapsamlı istihdam teşviki olan bu desteğin, işsizlik oranını azaltmasını öngördüklerini söyleyen Önen, sözlerine şöyle devam etti:

“TBMM Genel Kurulu’nda kabul edilen Gelir Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi’nin TBMM’deki görüşmelerinde, ücretlere sağlanacak Hazine desteğine esas matrahı toplu iş sözleşmeli işyerleri için farklı düzeyde belirleme yetkisi, Bakanlar Kurulu kararına bırakıldı. Kabul edilen bu yasa ile ilk kez toplu iş sözleşmesini özendiren, sendikali işçi ve işvereni gözetan bir istihdam teşviki uygulanacak.”

Önen ayrıca, Maliye Bakanı Naci Ağbal’ın, Meclis görüşmeleri sırasında vergisel yükümlülüklerini belli süreler içinde düzenli yerine getiren, yani “karnesi pekiyi olan” mükelleflere

yüzde 5’lik indirim imkânını sağlayacaklarını ifade ettiğini söyledi.

İşletmelerin beklentileri

Son teşvik düzenlemelerinin yatırımlar ve istihdamda ilerleme kaydetme azmini güçlendirdiğini belirten Kudret Önen, bu teşviklerin, işgücü piyasasının yapısal sorunlarını çözmeye yarayacak düzenlemeler ile entegre olmasının önemine işaret etti.

Önen, işletmelerin beklentileri

Müezzinoğlu, toplantıda yaptığı konuşmasında Rusya ile yaşanan uçak krizi, terör olayları ve 15 Temmuz darbe girişiminin 2016 ekonomik hedeflerine olumsuz etkisini anlattı. Konuşmasında istihdam seferberliğine de değinen Müezzinoğlu, toplam 2 milyon kişilik istihdama destek verileceğini; ayrıca 1.5 milyon kişinin tüm vergi yüklerini, sigorta primlerini; yeni başlayan çalışan başına yaklaşık 773 TL’lik yükü hükümet olarak üstleneceklerini belirtti.

Mehmet Müezzinoğlu, bu yılki hedefin işsizlik oranını yüzde 10’ların altına indirmek olduğunu söyledi. Türkiye’nin genç girişimcilerin katkılarıyla daha güçlü ve daha zengin hale geleceğini belirten Bakan Müezzinoğlu, bu sebeple 100 bin gence girişimcilik eğitimleri verildiğini kaydetti.

Önümüzdeki dönem için kıdem tazminatı konusuna da değinen Mehmet Müezzinoğlu, işveren ve işçi taraflarının birbirini anlayarak ve devletin güçlü hakemliği ile bu yıl konuyu tamamlamış olacaklarını söyledi.

Görüş alışverişi

Toplantının devamında, çalışma hayatının temel konularına ilişkin olarak TİSK’e üye işyerlerinden derlenen sorunlar ve çözüm önerileri konusunda Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma Genel Müdürü Nurcan Önder, SGK Sigorta Primleri Genel Müdürü Ahmet Açıkgöz, İŞKUR Genel Müdür Vekili Mehmet Ali Özkan, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’ndan İş Teftiş Kurulu Başkan Yardımcısı Arif Şimşek, İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdür Vekili İsmail Gerim ve Mesleki Yeterlilik Kurumu Başkan Yardımcısı Metin Karaman, işveren camiası ile görüş alışverişinde bulundu.

Sendikamızdan “yerinde teşvik” vurgusu

Sendikamız Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan, toplantıda sektörümüz adına görüşlerini dile getirdi. Kayhan, bu zorlu rekabet ortamında ülkemize en büyük dış



TİSK Çalışma Hayatı İstisare Toplantısı’ndan...

ticaret fazlası sağlayan, katma değer yaratan, istihdam dostu olan tekstil ve hazır giyim sektörünün devletten iki temel beklentisi olduğunu dile getirdi.

Kayhan beklentilerden ilkinin, kurulu sanayimizin rekabet gücünü muhafaza edecek politikaların gözetilmesi, ikincisinin ise yeni ihracat pazarlarının açılmasını sağlayacak stratejileri geliştirip, eskilerini muhafaza edecek

desteklerin sağlanması olduğunu vurguladı. Bütün sektörlerle bölgesel olarak değil, yerinde de teşvik sağlanmasının gerekliliğine işaret eden Kayhan, bölgesel kalkınma aracı olarak genel teşvik sistemi değerlendirildiğinde bazı sanayilerin büyüme imkânının kısıtlanmış olacağını dile getirdi.

Muharrem Kayhan, ilk olarak 2011 yılında sektörümüzde



Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan

uygulamaya başlanan, devamında diğer sektörlerde de yaygınlaşan ek vergilerin, devlet gelirlerine önemli katkıda bulunduğunu belirtti. Ancak bu uygulamayı aşmak üzere yapılan trafik sapmalarına karşı denetimlerin artırılması ve sektörlerin katma değer yaratma esasına göre ek vergilerin yeniden düzenlenmesi ile bu uygulamanın daha etkili sonuçlar doğuracağını sözlerine ekledi.

Gümrük Birliği’nde modernizasyon

Uluslararası ilişkilere de değinen Kayhan, en büyük pazarımız olan Avrupa Birliği ile yapmış olduğumuz Gümrük Birliği Anlaşması’nın modernizasyonunun önemini ve bu konudaki çalışmaların hızla ilerlemesi yönündeki beklentilerini dile getirdi.

Muharrem Kayhan ayrıca, dünyanın en büyük ikinci tekstil ve hazır giyim pazarı olan ABD ile ihracatımızı artırmak için Nitelikli Sanayi Bölgeleri (OIZ) gibi uygulamaların da yararlı olacağını belirtti.

Son olarak, kıdem tazminatına dair görüşlerini ifade eden Kayhan, kıdem tazminatının bütünsel bir yaklaşımla, işsizlik sigortası fonu ve İş Güvencesi Yasası ile birlikte ele alınması gerektiğini söyledi.

DERİCİLER BU YIL BÜYÜME BEKLİYOR

2016'yı bölgesel krizlerin gölgesinde geçiren dericiler, 2017'den umutlu. Yıl sonunda yüzde 10'luk büyüme bekleyen sektörün ihracat hedefi, 1,5 milyar dolar. Dericiler özellikle ABD, İran ve Afrika gibi pazarlardaki varlıklarını artırmaya hazırlanıyor.

Piyasalar çalkantılı bir yılı geride bıraktı. 2016, yurtiçi ve yurtdışındaki gelişmelerin paralelinde, belirsizliğin ve dalgalanmaların yoğun biçimde hissedildiği bir yıl olarak belleklere kazındı. Hemen her sektör gibi deri sektörü de bu durumdan etkilendi. Bu bağlamda, dünya genelinde emtia fiyatlarında yaşanan düşüşe benzer şekilde, sektörün hem ihracatında hem de ithalatında bir miktar gerileme görüldü. 2016 yılında Türkiye'nin deri ve deri mamulleri ihracatı 1.4 milyar dolar olarak gerçekleşirken, bir önceki yıla göre, değer bazında yüzde 6'lık bir düşüş kaydedildi. Ancak miktar bazındaki verilere bakıldığında, ihracatta yüzde 11 seviyesinde bir artış yaşandığı da

2016'da Türkiye'nin deri ve deri mamulleri ihracatı, bir önceki yıla göre değer bazında yüzde 6 oranında düştü.

AB ve ABD'ye ihracat arttı

Deri sektörü ihracatında kaydedilen bir diğer önemli gelişme, AB ülkelerine yönelik deri ve deri mamulleri ihracatında kaydedilen yüzde 7'lik artış oldu. Dericiler, 2016 yılında AB ülkelerine yaklaşık 600 milyon dolarlık ihracat yaparken, geçen yıl en fazla ihracat yapılan ilk üç ülke, Almanya, Rusya ve Irak oldu. Almanya'ya ihracatta ise yüzde 5.3'lük artış sağlandı. En önemli pazarlardan ABD'ye ihracatta yüzde 22'lik büyüme kaydedildi. Bu artış sektör için oldukça önemli olsa da, sektörün önde gelenleri bu büyümenin daha da artabileceği konusunda hemfikir. Sektörün 2016 yılı ihracatında diğer artış gösteren ülkeler ise Fransa, Bulgaristan ve İspanya oldu.

dikkatlerden kaçmadı. 2016 yılında deri ve deri mamulleri ihracatında ayakkabının payı yüzde 51'e yükselirken, geriye kalan yüzde 49'luk payı deri konfeksiyon, yarı işlenmiş/bitmiş deri ve kürk ihracatı ve saraciye ürünleri gerçekleştirdi.

2017 yılında ise deri sektörü geçen yıla göre umutlu. Bu yılın sonunda deri ihracatında yüzde 10'luk büyüme beklenirken, Rusya ile ilişkilerin normale döneceği ve yerel para ile ticaret yapılacağı beklentisi sektörü heyecanlandırıyor.

AB ve Rusya zorladı

2015 yılında 1 milyar 473 milyon dolar olan deri sektörünün ihracatı, 2016 yılında 1 milyar 389 milyon dolara düştü. Değer bazında yaşanan düşüşün en büyük nedeni elbette ki yüksek döviz. Bunun yanı sıra Rusya ile yaşanan uçak krizi sonrası normale dönmeye çalışılsa da, bu pazarda kaybedilen hacim deri sektörünü de etkiledi.

2016 yılında tüm sektörlerde dünya ticaret hacminin gerilediğini görüyoruz. Bu bağlamda İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, geçen yıl toplam ihracatın yüzde 41.6'sını gerçekleştirdikleri ana ihraç pazarları Avrupa Birliği'nde devam eden ekonomik durgunluk ve siyasi sıkıntılara dikkat çekiyor. "Önce Brexit, sonra İtalya referandumlarının, topluluğun siyasi geleceğine etkileri hâlâ tartışılıyor. Bir başka çok önemli pazarımız olan

Ortadoğu ülkelerinde yaşanan siyasi ve ekonomik çatışmalar, iç savaşlar doğal olarak bu ülkelere ihracatımızı önemli ölçüde azalttı" diyen Şenocak, bununla beraber ihracatı azaltıcı dış etkenlerin çoğunun geçici olduğunu belirtiyor.

Aslan payı ayakkabının

1 milyar 389 milyon dolarlık deri ihracatında alt sektörlerle bakıldığında ise ayakkabı ihracatının tüm deri ürünleri içinde yüzde 51'lik bir paya yükseldiği görüldü. Ayakkabı sektörünün son yıllarda ihracatta ciddi bir gelişim gösterdiğini belirten Ege Deri ve Deri Mamulleri



İhracatçıları Birliği Başkanı Jak Galiko, ayakkabı ihracatının Ege Bölgesi'nde deri ve deri mamulleri ihracatında birinci sıraya yükseldiğini kaydediyor.

Bu performansı değerlendiren Galiko, "1995 yılında deri ürünleri ihracatında yüzde 10 pay alan ayakkabı sektörü, 2016 yılında deri ürünleri ihracatında yüzde 51'lik paya ulaştı. Türk ayakkabı sektörü kısa sürede ihracatta 1 milyar doları geçecek potansiyele sahip" derken, Avrupa Birliği, Rusya ve Ortadoğu pazarlarında yapılacak tanıtım çalışmalarıyla 2017 ya da 2018 yılında 1 milyar dolar barajını aşabileceklerinin altını çiziyor.

2016 yılında deri ve kürk konfeksiyon sektörü ihracatta yüzde 19 pay alırken, işlenmiş deri ve kürkler yüzde 17, saraciye sektörü ise toplam ihracatın yüzde 13'ünü oluşturdu.

'Para takası' can suyu olacak

Son dönemde dolar ve Euro'nun ateşinin söndürülememesi üzerine, 'para takası' anlaşmaları giderek arttı. Cari kapasiteyi muhafaza etmek isteyen ülkeler için para takası anlaşmalarının en önemli çözüm yolu olduğunu ifade eden Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) Yönetim



Kurulu Başkanı Kıyasettin Temuçin, yetkililerin, ‘şu anda farklı ülkelerle bunun yapıldığı ve Rusya gibi büyük bir ekonomiyle para takası anlaşması yaparak ticareti daha da artıracakları’ yönündeki açıklamalarını hatırlatıyor. “Gaz ve petrol alınan Rusya’yla yapılacak böyle bir anlaşma ile dünya piyasalarının dalgalanmasından etkilenmeden alışveriş yapılmasının sağlanacağı düşünülüyor” diyen Temuçin, FED’in tahvil alımını azaltması sonrasında, dövizde dalganma olsa bile, para takası ile her iki ülkenin ticaretinin de bundan etkilenmeyeceğini belirtiyor.

Bunun yanı sıra deri ve deri ürünleri ihracatının, 2017 Ocak rakamları TİM verilerine göre 90 milyon 974 bin dolar olduğunu kaydeden Temuçin, “Bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 3.1 artış gösteren deri sektörünün 2017 yılında

yükselişe geçeceği inancındayız” şeklinde konuşuyor.

Tek pazar odaklı üretim sıkıntı yaratabiliyor

Bu yıl ihracatta artış trendi yakalayacaklarına inandıklarını söyleyen İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, 2017’yi geçen yıla göre yüzde 10 gibi bir artışla kapatmayı beklediklerini, ihracat hedeflerinin de yaklaşık 1.5 milyar dolar olduğunu vurguluyor.

Rusya ile yaşanan sıkıntılı süreçten sonra tek pazar odaklı üretim ve ihracat stratejisinin ne denli zararlı olabileceğini yaşayarak öğrendiklerini belirten Şenocak, İran’a gönderdikleri ticaret heyeti sonrasında yüzde 85’lik ihracat artışı yakaladıklarını, fakat İran’ın Türkiye’ye uygulamakta olduğu gümrük vergilerinin bu ülkeye ihracatı

zorlaştırdığından dem vuruyor. Bu sorunun tercihli ticaret anlaşmalarında deri ve deri mamulleri sektörünün de dahil edilmesi ile çözülebileceğine inandıklarını söyleyen Mustafa Şenocak, “Alternatif pazarlar olarak çeşitli ülkeler belirledik. En önemlisi ABD. ABD gibi dünyanın en büyük ithalatçısındaki payımızı artırmamız öncelikli hedefimiz. Ayrıca Çin, Japonya, Güney Kore pazarları var. Uzakdoğu ülkeleri, Türk ürünlerini oldukça beğeniyor” diyor. Şenocak, Afrika’nın da diğer hedef pazarlar arasında yer aldığını ifade ediyor.

2023 hedeflerinden vazgeçilmedi

Deri sektörünün 2023 ihracat hedefinin 5.2 milyar dolar olduğunu kaydeden TÜRDEV Yönetim Kurulu Başkanı Kıyasettin Temuçin, hedeflerinin satış



ERDAL MATRAŞ / TDSD YÖNETİM KURULU BAŞKANI:

Üreticiler risk iştahına kapılmamalı

2016 yılı hem iç hem de dış gelişmelerin tavan yaptığı bir yıl oldu. İç gelişmeler tüketicileri tedirgin ederken, harcama eğiliminin düşmesi ve aynı şekilde dış gelişmeler -özellikle de komşu ülkelerdeki gelişmeler- ihracatımızı etkilemeye devam etti. Yanı sıra yüksek kur söz konusuydu. Bu genellikle ihracatçı sektörleri olumlu etkiler, özellikle de en temel girdi kalemlerini kendi para birimleri ile karşılayabiliyorlarsa... Bu anlamda kur artışı normal şartlarda oldukça olumlu yansıyabilirdi, ancak tüm faktörler bir arada değerlendirildiğinde etkisi sınırlı oldu. 2017 yılı içinse mevcudu korumanın önemli olduğunu düşünüyorum. Düşüş trendinin belli bir taban oluşturarak yukarı yönde hareket etmesi daha sağlıklı olabilir. Bu durum üreticilerin tedbiri elden bırakmadan, risk iştahına kapılmadan yollarına devam etmelerine olanak sağlayacaktır. 2023 hedeflerimizde henüz bir güncelleme söz konusu değil. Ancak 2023 hedeflerinin belirlendiği zamanın biraz gerisindeyiz. O nedenle eğer 2017 yılı normalleşmenin başlayacağı yıl olarsa, 2023 hedefleri için daha çok çalışılması gerektiği de açıkça ortadadır.



REMZİ ÖZBAY / TDKD GENEL SEKRETERİ:

Üretim ve satışta farkımızı ortaya koyacağız

İyi bir ürün yaptığınız takdirde, o ürünü kimin yaptığının çok önemi kalmıyor. Çünkü o noktadan sonra, o ürün satıcısını bulacaktır. Bunun yanı sıra zor dönemler de, kendini geliştirme ve fırsat yaratma olanaklarını beraberinde getiriyor. Türk sanayicileri olarak gerçek yetenek ve becerilerimizin işletmecilik olduğunu söyleyebilirim. Biz deri işini çok iyi biliyoruz. Bunu satmasını da bilmeliyiz. Mesela Rusya’da milli gelir artarken, bizim ihracatımızda gerileme yaşanıyor. O nedenle hem üretim hem de satış aşamasında beceri ve yeteneklerimizi ortaya koymalıyız.



ve ihracat miktarlarını sadece hacim olarak artırmak değil, katma değerini de yükseltmek olduğunu belirtiyor. Türkiye’nin 2023’te dünya deri sektörü ticaretinden aldığı payın yüzde 0.9’a çıkarılmasının hedeflendiğini söyleyen Temuçin, bu hedef için inovasyon, tasarım, Ar-Ge ve markalaşma çalışmalarının devam ettiğini aktarıyor.

1-3 Şubat tarihleri arasında Alleather-IDF İstanbul Fuarı’nda Rusya dahil 18 ülkeden 100 alıcıyı ağırladıklarını belirten Temuçin, ihracat rakamlarının yükselmesini hedeflediklerini belirtiyor. Temuçin, Rusya’nın başlattığı ‘Chip’ uygulamasının birçok işletmeyi mağdur ettiğini de dile getiriyor. Rusya’nın, 30-40 dolar olan nakliye bedellerini 100-120 dolara kadar çıkarması sonrasında küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu durumdan fazlasıyla etkilendiği biliniyor.

EURATEX ZİRVEŚİNDEN SATIR BAŐLARI

Yeni başkan Klaus Huneke'nin yönettiği, Brüksel'de düzenlenen Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu (Euratex) Yönetim Kurulu ve Genel Müdürler ortak toplantısında, AB içi bölgesel yapılanmadan boyarmaddelere, Brexit'ten sürdürülebilir iş önceliklerine pek çok konuda görüş alışverişı yapıldı.

B elçika'nın başkenti Brüksel'de 10 Mart'ta gerçekleştirilen Euratex toplantısına katılan Türk heyetinde, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'ni (İTKİB) temsilen Ahmet Öksüz ve Haluk Özelçi, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği'ni (TGSD) temsilen Hadi Karasu, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nı temsilen ise Yönetim Kurulu Üyesi Kenan Koç, Danışma Kurulu Üyesi Harun Tavaşı ve Genel Sekreter Yardımcısı Levent Oğuz yer aldı.

1. AB içi RegioTex yapılanması

Avrupa Birliği'ne üye ülkeler arasında, tekstil ve hazır giyimde -bölgesel avantajlarına göre- KOBİ düzeyindeki firmaların oluşturulmasına, iş potansiyellerinin geliştirilmesine yönelik bir yapılanma hazırlanıyor. Böylece, ne doğrutuda iş yapacaklarını öngöremeyen küçük ve orta ölçekli tekstil firmalarına, RegioTex yapılanması içinde bölgesel otorite konumunda olan kişi tarafından yönlendirme yapılacak. Bu oluşumun mali kaynağı AB Yapısal Fonları'ndan sağlanacak. Türkiye'nin



birliğe tam üye olmadığı için fondan yararlanma şansı bulunmuyor. Toplantı sırasında katılımcılar iki ana eleştiri getirdi:

- “RegioTex yapılanması çok karmaşık, ABD’nin siteminde KOBİ’lerin desteklenmesi gerekir” dendi (Fonlara ulaşma, vergi vb.).
- Bu oluşumun içinde “tüketici” yok. Talep tarafının düşüncesi olmadan üretimde yapılanmanın yanlış olduğu belirtildi.

W2017-18 REGIOTEX ADIMLARI

Birinci safha

- EC resmi olarak Tematik Bölgeler’i kabul eder - Sanayi Modernizasyonu için Tekstil İnovasyonu: 2016 sonlarında
- Bölgesel durum ve kapasitelerin haritalandırması, paydaş çalışmaları: Aralık 2016-Mayıs 2017
- Her ortak bölge ve bölgelerarası stratejik projelerin tanımı için eylem planı: Nisan 2017’ye kadar
- Kesin potansiyel ve gereksinim

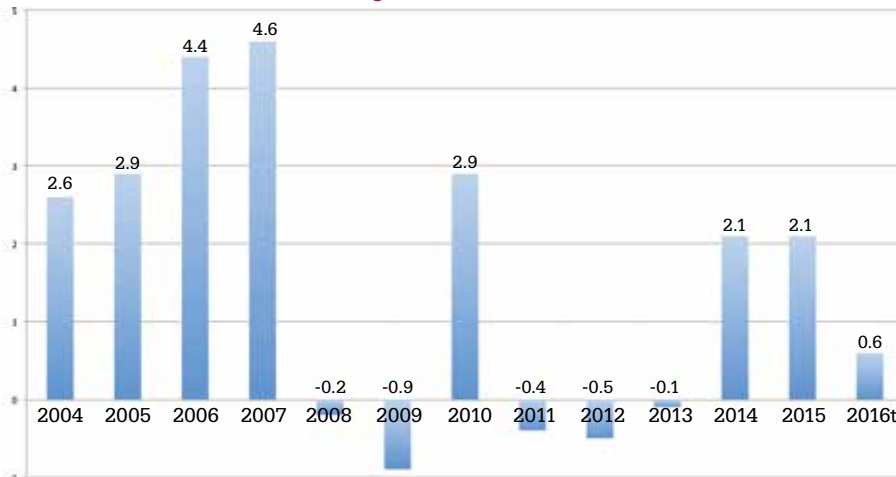
Toplantıda, AB’de kullanılan boyarmaddelerle ilgili teknelci bir yapı oluştugu ifade edildi.

duyulan stratejik projeleri tanımlamak için bölgeler arası network (şirketler, araştırmacılar, teknoloji sağlayıcıları): 2017 Mayıs’tan itibaren başlayacak.

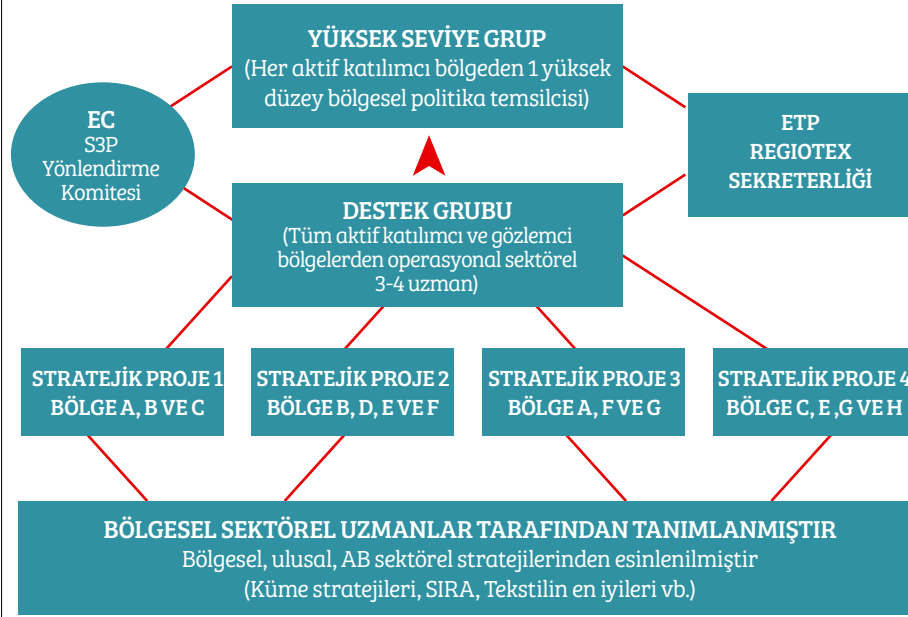
İkinci safha

- Üst düzey grup tarafından 1. Stratejik projelerin onaylanması, proje uygulamasına başlanması: 2017 yazdan itibaren

AB TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE PERAKENDE SATIŞLAR YILLIK DEĞİŞİM %



REGIOTEX YÖNETİM ÇALIŞMA YAPISI



- Bölgelerarası Ar-Ge, eğitim ve öğretim, yeni sanayi değer zinciri oluşumunda yatırım ve pilot yatırımlar (AB ve bölgelerarası projeler

boyarmaddelerle ilgili teknelci bir yapı oluştugu, bu nedenle fiyatlandırma konusunda sıkıntı yaşandığı ifade edildi. Genel görüş, bu kartel düzeninin kontrolü için monitör edilmesinin gerekliliğiydi. Bu kapsamda Euratex üyelerinden, 25 Mart’a kadar konuya ilişkin anketin cevaplanması istendi. 24 Mart itibarıyla Türkiye’den gelen yedi cevabın altısı sendikamız üyelerindendi. Anketin ana konusu, temel, doğrudan, dispers, reaktif, sülfür, vat boyar maddelerinin fiyat gelişimini takip etmek.

Şu ana kadar anketten çıkan 2016 yılına ait ana trendler:

- 2016’da boyarmadde fiyatlarındaki artışlarda belirgin bir yumuşama yaşandı.
- Bazı istisnalar haricinde çoğunluk, temel boyarmaddelerde fiyatların sabit kaldığını, hatta azaldığını belirtti.
- Dispers boyarmaddeler en yüksek artışa maruz kaldı.

3. AB tekstil ve hazır giyim dış ticaret rakamları

Tekstil ve hazır giyimde perakende satışları 2016 yılında bir önceki yıla göre yüzde 0.6 arttı.

2015/2016 AB’NİN BAŞLICA PAZARLARINA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İTHALATI DEĞİŞİM ORANI

Çin	-5%	ABD	-8%
Türkiye	1%	Sri Lanka	-8%
Bangladeş	8%	İsviçre	1%
Hindistan	0%	Myanmar	61%
Pakistan	6%	Japonya	11%
Kamboçya	14%	Güney Kore	-3%
Fas	10%	Mısır	-5%
Vietnam	6%	Tayland	-5%
Endonezya	-2%	Hong Kong	-9%
Tunus	-2%	Tayvan	-4%

2015/2016 AB’NİN BAŞLICA PAZARLARINA YAPTIĞI TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACAT DEĞİŞİM ORANI

İsviçre	0%	BAE	-9%
ABD	-1%	S. Arabistan	-13%
Çin	3%	Kore	5%
Rusya	0%	Ukrayna	13%
Türkiye	-5%	Meksika	8%
Hong Kong	-2%	Kanada	6%
Japonya	2%	Avustralya	4%
Tunus	2%	Sırbistan	13%
Fas	8%	Hindistan	7%
Norveç	0%	İsrail	8%

4. Brexit ve Birleşik Krallık serbest ticareti

Brexit ile ilgili genel görüşler:

- İngiltere ile yakın ticari ilişkileri bulunan tüm kıta Avrupa’sındaki üye ülkeler bundan büyük zarar görecektir.
- Euratex üyeliğinden istifa eden İngilizlerin tekrar kazanılması sağlanmalı.

AB ile Birleşik Krallık arasında olası serbest ticaret anlaşmasının önemli başlıkları:

Ticaret:

1. Ücretsiz tarife girişlerine yakınlık
2. Malların serbest dolaşımı
3. Ticarete yönelik tarife dışı engellerin yaygınlaşmasının önlenmesi
4. Önemli ihracat pazarları ve tedarikçi ülkelerle hızlı ticaret anlaşmaları

AB DIŞI TİCARET İSTATİSTİKLERİ 2015/2016 DEĞİŞİMİ

	Toplam T&HG	Tekstil	Hazır giyim
İhracat (44,7 milyar euro)	0.6%	0.1%	1.1%
İthalat (109,9 milyar euro)	0.4%	1.3%	0.1%
Ticaret Dengesi	0.3%	5.3%	-0.3%

2015/2016 GELİŞİMİ-TEKSTİL VE HAZIR GİYİM RADAR EKRANI

	Tekstil	Hazır Giyim
Üretim	+1.5%	-2.7%
Ciro	+2%	+0.7%
İstihdam	+2.8%	-1.4%
Üretim Değeri	+0.,5%	+0.7%
AB Dışı İhracatı (Euro)	+0.1%	+1.1%
AB Dışı İthalat (Euro)	+1.3%	+0.1%
Perakende Satışlar	+0.6%	



İstihdam

1. AB mevzuatı: İstihdam koşulları, sağlık ve güvenlik
 2. Birleşik Krallık’ta AB vatandaşlarının statüsüne ilişkin açıklık
 3. Kalifiye AB vatandaşlarını çalıştırmaya devam etmek
- #### Diğer
1. AB mevzuatında yer alan “çevre” konusu
 2. Fikri mülkiyet hakkının korunması ve buna ilişkin yaptırımların durumu
 3. Kritik öneme haiz AB’nin Ar-Ge programlarına devam etme olanağı

5. Sürdürülebilir iş öncelikleri

Euratex’in IndustriALL ile ortak yürüttüğü tekstil ve hazır giyimde kurumsal sosyal sorumluluk için risk

değerlendirme araçlarına dair görüşler öncelikle dile getirildi.

Bu görüşler şöyle:

- Uyumlu hale getirilmesi 4 yıl süren aracın korunması ve yaygınlaştırılması hususunda komisyonun politik ilgisi çok yüksek.
- PR olmadan artan ilgi; Ortakları arasında dağıtılması için aracı veya diğer aktörlerde dahil olan girişimler. Diğer girişimler ile büyüyen temasların, işbirliğini artırmak için makul yapılacakları görmek. Bazı fuar ve şirketlerin ilgisi (kümeler) Üyeler ulusal düzeyde ve makul destekle çok aktif dağıtımı değerlendiriyor.
- Nisan sonunda danışman, Euratex ve IndustriALL Europe tarafından belirlenecek pazarlar ve ücret.

SANAYİ BİRLİKLERİNDEN AB'YE UYARI

Euratex ve 91 AB sanayi birliği, “Karşı karşıya olduğumuz zorluklar konusunda uyarının tonunu artırma zamanı geldi” diyerek, güçlü bir AB Sanayi Stratejisi için ortak bildirme imzaladı. AB Komisyonu'na sunulan bildirmede, Hindistan, Çin ve ABD örnek gösterildi.

Geçtiğimiz Şubat sonunda gerçekleştirilen Rekabet Edebilirlik Konseyi ve AB Sanayi Günü öncesinde, Avrupa Sanayi Birlikleri, AB kurumlarını ziyaret ederek, sektörlerinin karşılaştığı zorluklarla başa çıkabilmek için bir eylem planı önerdi. Euratex, bu planın zamanında uygulanıp ilerlemesine dair düzenli olarak rapor verilmesi için taahhüt istedi. Ayrıca AB liderlerinin, mevcut küresel piyasa koşullarına cevap verecek şekilde, birliğin sanayi politikasını etrafıca değerlendirmesi çağrısı yapıldı.

Euratex ve 91 AB sanayi birliğinin, 16 Şubat tarihinde AB Komisyonu üyesi Elzbieta Bienkowska'ya göndermek üzere imzaladığı ortak bildirme şöyle:

İddialı bir AB sanayi stratejisi için ortak bildirme

“Avrupa, imalat sanayinin beşiği ve endüstriyel devrimler ile teknolojik yeniliklerin en başında yer alıyor. Avrupa sanayisi, tüm üye ülkelerinde yüzbinlerce KOBİ'yi ve daha büyük tedarikçileri içeren tedarik zincirlerinde, doğrudan 34 milyon üzerinde kişiye istihdam sağlıyor. Dolaylı olarak da ilişkili sektörlerle milyonlarca ilave istihdam yarattı. Avrupa imalat sanayisi araştırma ve



yenilikler için muazzam bir kapasiteye ve nitelikli işgücüne sahip olup, kalitede ve sürdürülebilirlikte küresel bir ün kazanmış durumda. Şimdi ise ihtiyaç duyulan, Avrupalı kurumlar ve üye ülkelerin Avrupa'da daha fazla iş ve büyüme yaratılması için hızlı ve kararlı bir şekilde destek olmaları. Karşı karşıya olduğumuz büyük zorluklar konusunda uyarının tonunu artırmanın zamanı geldi. 2000 ve 2014 yılları arasında toplam AB üretimindeki imalatın payı yüzde 18.8'den yüzde 15.3'e düştü ve 2008-14 yılları arasında imalat sanayiinde 3.5 milyon istihdam kaybı yaşandı.

Bu süreçte, dünyadaki diğer ülkeler sanayiye siyasi gündemlerinin en üst sırasına koydu. “Hindistan'da üret” (Make in India) stratejisi Hindistan'ın “gelecek imalat noktası” olmasını sağlamakta, “Çin malı” (Made in China) stratejisi ise Çin'i “önde gelen imalat gücü”ne dönüştürmeyi amaçlamakta. Amerika'nın “Önce Amerika” stratejisine doğru son değişimi de kendi sanayi politikaları üzerinde kesinlikle güçlü bir etkiye sahip olacaktır. Avrupa Komisyonu Başkanı Jean-Claude Juncker vekilliğinin başlarında, Avrupa'nın yeniden

sanayileşmesinin kendisinin ilk önceliği olduğunu belirtmiş ve AB GSYİH'de imalatın payını 2020'ye kadar yüzde 20'ye çıkarma amacını teyit etmişti. Bir sonraki Çok Yıllı Mali Çerçeve'nin hazırlanması yaklaştıkça, Avrupa Komisyonu'nun daha adil bir dünya pazarında rol alan rekabetçi bir küresel endüstriyel güç olarak hareket etmesi ve AB'ye yardımcı olması hayati önem taşıyor. Bu nedenle, biz, çeşitli sektörleri temsil eden Avrupa imalat sanayisi olarak Avrupa Komisyonu'nu; • İddialı ve gerçekçi bir zaman çizelgesi ile imalat sanayinin, AB

GSYİH'sinin yüzde 20'sine hedef olma taahhüdünü tekrar teyit etmeye çağırıyoruz.

• Sanayi sektörlerinin karşılaştığı zorluklarla başa çıkması için somut adımlar ve dönüm noktaları içeren bir iletişim çerçevesinde Eylem Planı hazırlamalarını talep ediyoruz. • Ve bu Eylem Planı'nı zamanında uygulamaya ve düzenli olarak ilerleme kaydedeceklerini duyurmaya çağırıyoruz. Üye ülkeler ve Avrupa Parlamentosu, AB'nin sanayi tabanının güçlendirilip modernize edilmesi çağrısı yapan Avrupa Konseyi Sonuçları (15

Aralık 2016) ve Avrupa'nın yeniden sanayileşmesi politikasına duyulan ihtiyaca dair Parlamento Kararı (5 Ekim 2016) aracılığıyla güçlü bir Avrupa sanayi stratejisine tam destek verdiklerini açıkça belirtti. Biz, ortak bildirmeyi imzalayan taraflar olarak, Avrupalı üreticilerin ve Avrupa'daki istihdamın liderliğini korumaya yardımcı olacak bu iddialı ve eşgüdümlü Avrupa endüstriyel stratejisini tanımlamak ve uygulamak için Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu ve Rekabet Edebilirlik Konseyi ile olan işbirliğimizi hızlandırmaya hazırız.”

KGF teminatı KOBİ dışı şirketlere de yansıtılacak

Kredi Garanti Fonu (KGF), ihracatçı firmaların finansmana daha kolay erişebilmesi için Hazine Müsteşarlığı ile yapılan protokollerle KOBİ tanımını dışında kalan işletmelere de kefalet sağlamaya başladı. KGF İstanbul Şube Müdürü Murat Gökçe ile konuştuk.



1 993'te kuruluş organizasyonunu tamamlayan Kredi Garanti Fonu (KGF), ilk kefaletini 1994 yılında vererek faaliyetlerine başladı. Kurumsal bir kefalet kuruluşu olarak, teminat yetersizliği nedeniyle çeşitli kredi ve destek imkânlarından yeterince yararlanamayan KOBİ'lerin "müteselsil kefil" olmak suretiyle krediye erişimlerini sağlıyor. Sadece teminat yetersizliği içindeki KOBİ'ler değil, çiftçiler, esnaf ve sanatkarlar ile serbest meslek mensupları lehine kefalet vermek suretiyle finansmana erişimlerini kolaylaştıran Fon, bu amacı doğrultusunda vergi ve harçlardan muaf tutuluyor. Kredi Garanti Fonu İstanbul Şube Müdürü Murat Gökçe, Hazine Müsteşarlığı'yla yapılan protokoller sonucunda, Mart 2017 ortasında kefalet rakamlarının 21 milyar TL'ere geldiğini ifade ederken, yıl sonunda 250 milyar TL kefalet hacmine ulaşmayı hedeflediklerini belirtiyor. Gökçe, diğer sorularımızı şöyle yanıtladı:

Kefalet verilen şirket sayısı hızla artıyor

Öncelikle KGF'nin ortaklık yapısını anlatır mısınız?

Kredi Garanti Fonu'nun ortaklık yapısında üç ana grup bulunuyor: Yaklaşık üçte birlik payda TOBB, üçte birlik payda KOSGEB,

Şirketler KGF kefaletli kredilere nasıl başvuracak?

KOBİ'ler için hem özkaynak hem de Hazine kaynaklı kefaletlere başvurmanın iki yolu bulunuyor:

1. BANKALAR ARACILIĞIYLA BAŞVURU: Mevcut veya yeni çalışmaya başlayacağı bankalarda KGF kefaleti şartını içeren nakit, gayri nakit ya da Eximbank kredileri için limit tahsis yapıldıktan sonra firma adına banka şubesi KGF'ye başvuruda bulunmak.

2. DOĞRUDAN BAŞVURU: Eğer firmalar arada bir banka olmadan Eximbank ihracat kredilerinden yararlanmak, KOSGEB, TÜBİTAK, TTGV gibi özel fon sağlayan kuruluşlar için kefalet mektubu talebinde bulunmak isterse, KGF'ye doğrudan başvurabiliyor. Başlangıç işlemi için başvuru kgf.com.tr/dogrudan-basvuru adresinden gerçekleştiriliyor.

KOBİ DIŞI FİRMALAR: Kasım 2016 tarihinde yayınlanan Bakanlar Kurulu Kararı ve ardından yapılan protokoller doğrultusunda, şu an itibarıyla KGF'ye sadece bankalar aracılığı ile döviz kazandırıcı işlemler için kullanılacak krediler kapsamında başvuru imkânı bulunuyor.



üçte birlik payda da 21 banka ve özel finans kurumu bulunuyor. Ayrıca bindelik paylarla Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK), Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV), Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA) da ortaklarımız arasında.

KGF olarak finansmana erişimde kendinizi nasıl konumlandırıyorsunuz? KGF doğrudan fon aktarımı yapmazken, dünyadaki diğer kefalet kuruluşlarında olduğu gibi, krediyi kullanacak firmaya

“Yıl sonunda yüzde 1.6 olan KOBİ kredileri içindeki payımızın yüzde 30'lara varmasını hedefliyoruz.”

önceden belirlenmiş bir oranda kefil olarak finansmana erişimini kolaylaştırıyor. Bu da KGF'nin bankalar ve (KOSGEB, TÜBİTAK gibi) diğer fon sağlayıcı kuruluşlar ile esnaf ve işletmeler arasında bir konumda yer almasını sağlıyor.

Bugüne kadar toplamda kaç KOBİ'yi desteklediniz?

KGF özkaynaklarından 2015 yılı boyunca bin 888 KOBİ'ye toplam 541 milyon TL kefalet hacmi kullandırıldı. 2016 yılında ise yüzde 90 artışla 3 bin 170 KOBİ'ye toplam 1.033 milyon TL kefalet sağlandı. 2015 sonu itibarıyla KGF özkaynaklarından verilen kefalet riskimiz 695 milyon TL iken, 2016 yılı sonu kefalet riskimiz 1.243 milyon TL olarak gerçekleşti. 2015 yılı boyunca 2 bin 777 işletmeye toplam 1.307 milyon TL tutarında Hazine

destekli KGF kefaleti sağlanmışken, 2016 yılında yüzde 213 artışla 16 bin 336 işletme için toplam 4.094 milyon TL kefalet verildi. 2015 yılı sonu itibarıyla Hazine destekli KGF kefaleti riskimiz 1.883 milyon TL iken, 2016 yılı sonu kefalet riskimiz 5.032 milyon TL seviyesine geldi.

Bankaların KGF teminatlı kullandığı toplam kredi tutan hangi seviyelere ulaştı?

2016 sonunda kefalet rakamımız 5.5 milyar TL iken, Mart 2017 ortasında, iki buçuk ay gibi bir sürede 21 milyar TL seviyesine gelindi.

KGF'nin hedeflerini öğrenebilir miyiz?

2017 sonu hedefimiz, bize tanımlanmış bu görev doğrultusunda ekonomideki canlılığı, istihdamı, üretimi, ihracatı artırıcı şekilde işletmelere, esnafımıza, çiftçilerimize verilecek destekler ile 250 milyar TL kefalet hacmine ulaşmak. Ayrıca yıl sonunda yüzde 1.6 olan KOBİ kredileri içindeki payımızın yüzde 30'lara varmasını hedefliyoruz.

Yıllardır yaşanan teminat sorununa KGF'nin etkisi nasıl oldu?

KGF birkaç açıdan kredi mekanizmasında kolaylaştırıcı etki yaratabiliyor. Öncelikle bankaların teminata kabul etmekte zorlandığı bazı teminatları kabul ederek işletmelerin finansmanında alternatif yaratabiliyor. Bu teminat türlerine örnek olarak, yoğun olarak kullanılan makine rehini, araç rehini, işletme rehini, ekspertiz değeri ve üzerindeki mevcut tesis edilmiş

ipotek rakamı ile uyumlu olacak şekilde birinci derece ipoteğin arkasından gelen gayrimenkul ipotekleri, hisseli gayrimenkul ipotekleri sayılabilir. Ayrıca fikri ve sınai hakların da teminata alınabilmesi mümkün. Örnek olarak; Sağlık Bakanlığı tarafından tescillenmiş bir ilaç ruhsatını rehin alarak Eximbank kefaleti sağladığımız örnekler de oldu. Tabii buradaki sorun, bu teminatların değerini belirleyebilmek.

“‘Nefes’ kredileri ve Hazine destekli krediler ile birlikte son 4 ayda alınan başvuru sayısı 50 bin civarında.”

KGF aracılığıyla başvuru alan kredilerin başka ne tür avantajları bulunuyor?

Bankalar açısından KGF aracılığı ile verilen kefaletlerin önemli bir etkisi de sermaye yeterlilik rasyosuna pozitif katkı sağlayabilmesi. Basitçe anlatmak gerekirse; bankanın bir gayrimenkul ipoteğini, müşteri çeklerini ya da sadece ortak kefaletini alarak, vereceği kredilerde ayırması gereken sermaye karşılığı maliyeti, aynı krediyi KGF kefaleti olarak vermesine göre daha yüksek. Çünkü KGF kefaleti teminatı, BDDK'nın yayınladığı karşılıklar karnamesine göre ipotek, müşteri çeki ve ortak kefaleti teminatına göre daha yüksek teminat değerliliğine sahip. Diğer bir avantajı da, teminatın, gerektiğinde krediyi geri ödeme süresinde... Bir ipoteğin nakde dönme süresi 2 ila 5 yıl alabilmekteyken, bankanın KGF teminatını kredinin temerrüde düşmesi sonrası talebinden itibaren 5 iş gününde ödeniyor.

Toplamda kaç KOBİ, KGF teminatlı kredi için banka ve finans kurumlarına başvurdu?

“Nefes” kredileri ve Hazine destekli krediler ile birlikte son 4 ayda alınan başvuru sayısının 50 bin civarında olduğunu belirtebilirim.

KOBİ tanımı dışında kalan işletmelere de teminat verecek misiniz? Bu işletmelerin krediye ulaşmasında rol alacak mısınız?

Kasım 2016'da yayınlanan Bakanlar Kurulu kararı ve sonrasında Hazine Müsteşarlığı ile yapılan protokollerle, KOBİ tanımı dışında kalan işletmelerin de KGF kefaletinden yararlanması mümkün hale geldi. An itibarı ile döviz kazandırıcı faaliyetler için verilen krediler ve Eximbank kredileri için bu imkânlardan KOBİ ölçeği üzerindeki firmalar da yararlanabiliyor.

KGF'nin, yüzde 75 ve yüzde 100 oranında kefil olabildiği kredi türleri

hakkında da bilgi verir misiniz?

KGF'nin kefalet verirken kullandığı iki ana kaynağı bulunuyor. Bunlardan ilki, ortaklarımızın sağladığı sermayemiz ile verilen kefaletlerimiz. Kısaca “özkaynak kefaletleri” olarak adlandırılıyor. Bu kapsamda kefalet oranımız bankalardan gelen taleplerde “kadın girişimci”, “genç girişimci” gibi özel bir protokole bağlı olmadıkça yüzde 80. Eximbank, KOSGEB,

TÜBİTAK, TTGV gibi kuruluşların sağladığı destekler için yapılan doğrudan başvurularda ise yüzde 100 kefalet verebiliyoruz. Bunun dışında Türkiye Cumhuriyeti Hazine Müsteşarlığı kaynaklı kefaletlerimiz



Kredi Garanti Fonu İstanbul Şube Müdürü Murat Gökçe

bulunuyor. Kamuoyunun yakından takip ettiği şekilde, 2017 sonuna doğru bu programla sağlanabilecek kefalet sınırının 20 milyar TL'den 250 milyar TL'ye çıkarılacağı devlet yetkililerimizce duyurulmuştu. Bu kaynağımız da kısaca “Hazine kefaletleri” olarak biliniyor. Hazine kefaletlerindeki kefalet oranımız yüzde 75 iken ve (havayolu işletmeleri, gemi inşa sanayi, turizm işletmeleri, seyahat acenteleri gibi özel belirlenmiş birkaç sektör hariç) sadece KOBİ'lere verilebilen bir kefalet türü iken, yeni Bakanlar Kurulu Kararı sonrası yapılan protokoller ile bu yüzde 75 kefalet oranı değiştirildi. KOBİ'ler için banka aracılığı ile yapılan kefalet başvurularında oran yüzde 85'e, Eximbank kredilerinden yararlanmak için doğrudan başvuru alan kefalet talepleri için yüzde 100'e varabiliyor.

Eximbank'ın en büyük iş ortağı tekstil sektörü

Tekstil sektörü, 2.7 milyar doları bulan kredi hacmiyle 2016 yılında Türkiye İhracat Kredi Bankası'nın (Türk Eximbank), en büyük iş ortağıydı. Sendikamızda gerçekleştirilen bir sunum ile halihazırda Türkiye'nin tek resmi destekli ihracat kredi kuruluşu olan bankayı daha yakından tanıma fırsatı bulduk.



Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nın 26 Ocak 2017 tarihinde gerçekleşen Yönetim ve Danışma Kurulları müşterek toplantısında, Türk Eximbank yöneticilerinden Sigorta Analiz, Tahsis ve Reasürans Daire Başkanı Özcan Özverim, Pazarlama Müdür Yardımcısı Aynur Yılmaz ve Sigorta Uzmanı Pervin Balcı'nın katılımıyla "Eximbank Kredi ve Sigorta Hizmetleri ile Süreçleri" konulu sunum gerçekleştirildi.

İhracat kredi kuruluşları

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurulmaya başlayan ihracat kredi kuruluşlarının varlığı, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ticaret sistemine verilen destek ile toparlanmaya katkıda bulunması

bakımından önem taşıyor.

2000'li yılların başlarında oluşan likidite bolluğu nedeniyle Eximbank'ların varlığı sorgulanmaya başlamıştı. 2008 küresel krizi sonrasında ise Eximbank'ların önemi tekrar arttı.

İhracat kredi kuruluşlarınca sağlanan desteğin ülke ihracatına oranı irdelendiğinde, 2015 yılı itibariyle bu oranın Çin'de yüzde 18.2, Hindistan'da yüzde 19.7, Japonya'da yüzde 9.2, Güney Kore'de yüzde 27.7 ve Türkiye'de yüzde 21 gibi önemli seviyelerde olduğu görülüyor. Toplam ihracatı 2015 yılında 2 trilyon 281 milyar dolar olan Çin'de ihracat desteği 415 milyar dolar tutarında ve toplam ihracata oranı yüzde 18.2. Toplam ihracatı 2015 yılında 144 milyar dolar olan Türkiye'de ise

ihracat desteği 30.3 milyar dolar tutarında ve toplam ihracata oranı yüzde 21 seviyesinde.

2015 yılında Türkiye tarafından sağlanan desteğin ürün türü bazında dağılımı, 10.1 milyar dolar sigorta ve 20.2 milyar dolar kredi şeklinde.

Genel olarak Türk Eximbank

Türkiye'nin tek resmi destekli ihracat kredi kuruluşu olan Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Türk Eximbank), 1987 yılında kuruldu.

Kalkınma ve yatırım bankaları grubunda yer alan kuruluşun sermayesinin tamamı Hazine'ye ait. Banka, ihracatçılara, yurtdışında faaliyet gösteren müteahhitlere ve döviz kazandırıcı sektörlerle nakdi kredi ve sigorta/garanti imkânı sağlıyor.

İhracat kredi kuruluşlarının temel fonksiyonları nedir?

Dünyada ihracat kredi kuruluşları üç temel fonksiyonu yerine getiriyor.

İhracatçılara doğrudan finansman sağlamak: Dış ticaret kredileri, yurtiçi ticaret faaliyetine göre hem farklı bir ülkenin hem de farklı bir para biriminin riskini içinde barındırıyor. Bu durum, herhangi bir finansal şok ya da belirsizlik durumunda, ticari bankaların ilk olarak dış ticaretin finansmanına ayırdıkları kaynakları kısımlarına yol açıyor. Finansal dalgalanma dönemlerinde ihracatçıların karşılaşılabileceği olumsuz finansman koşullarını bertaraf etmek, ihracat kredi kuruluşlarının misyonlarından biri.

İhracatçının rekabet gücünü artırmak: Bu kuruluşlar sermaye ve tüketim malı ithal etmek isteyen ülkelerin alıcılarına uygun maliyetli doğrudan kredi kullanarak, ihracatçıların rekabet gücünü artırmayı hedefliyor. Ayrıca, yurtdışı müteahhitlik projeleri için de finansman imkânları sunuyor. Böylece, ihracatçıların ve müteahhitlerin yeni pazarlara

İHRACAT KREDİ KURULUŞLARINCA SAĞLANAN DESTEĞİN ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

Milyar ABD Doları, 2015 (kredi ve sigorta/garanti toplam rakamlarıdır)

Ülke	Kısa Vadeli İhracat Desteği	Orta-Uzun Vadeli İhracat Desteği	Toplam İhracat Desteği	Toplam İhracat	Verilen Desteğin Oranı
Çin	364	51	415	2.281	18.20%
Hindistan	48	4	52	264	19.70%
Japonya	53	4	57	624	9.20%
Kore	136	10	146	527	27.70%
Türkiye	28	2.3	30.3	144	21%

girmesinde ve ilişkilerin geliştirilmesinde önemli rol oynuyorlar.

Alıcıların, yani ithalatçıların risklerinin üstlenilmesi: İhracat kredi kuruluşları, ihracatçılarına, alacağını ticari ve politik riskler nedeniyle tahsil edememe durumuna karşı güvence veriyor. Bu sayede ihracatçı istediği pazarda, alıcı firmanın veya ülkenin risklerini daha az dikkate alarak faaliyet gösterebiliyor. Bu durum pazar çeşitliliğinin artışına katkı sunuyor.

Türk Eximbank'ın faaliyetleri

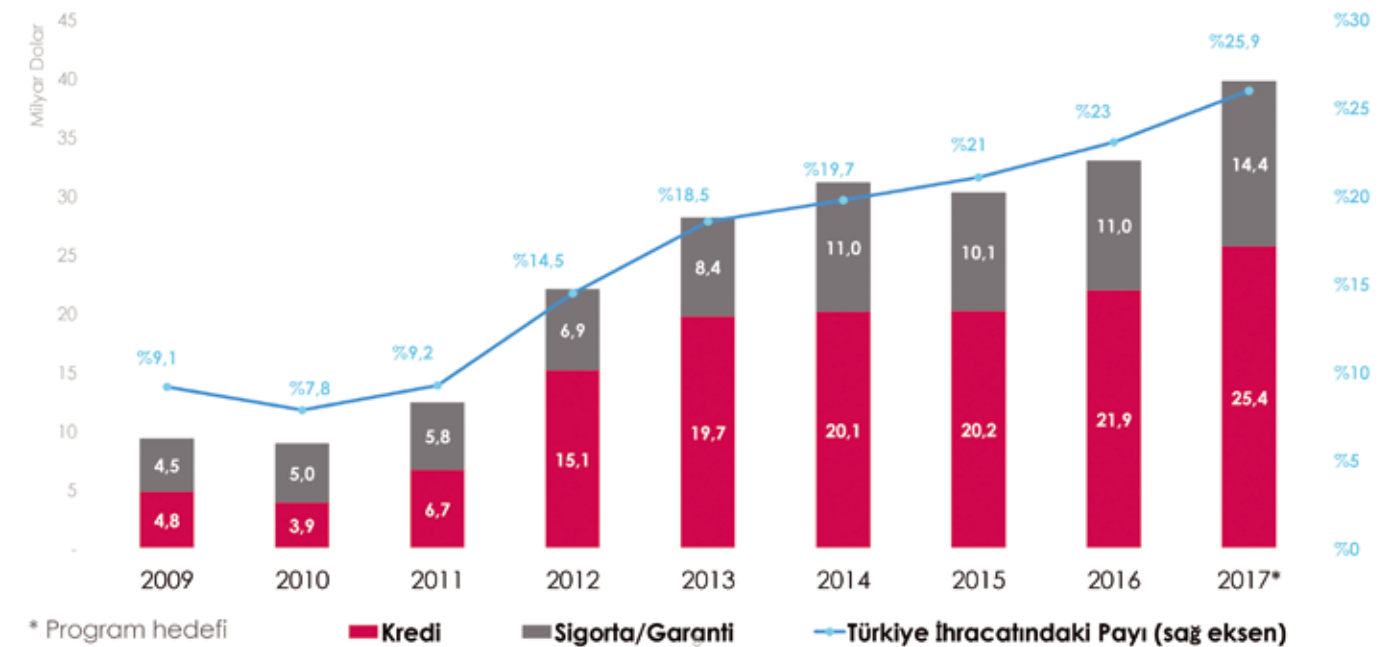
Türk Eximbank'ın faaliyetleri

yurtiçi krediler, sigorta ve uluslararası krediler olmak üzere üç gruba ayrılıyor.

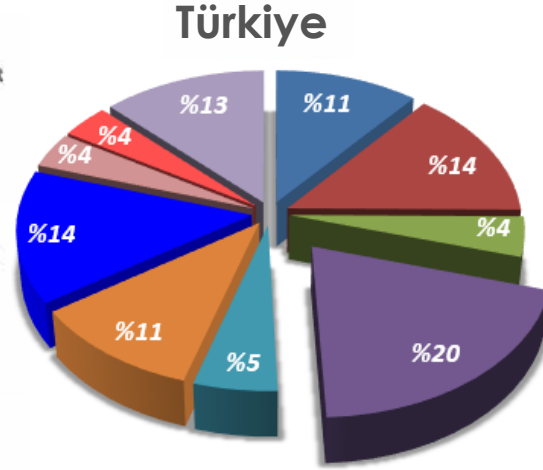
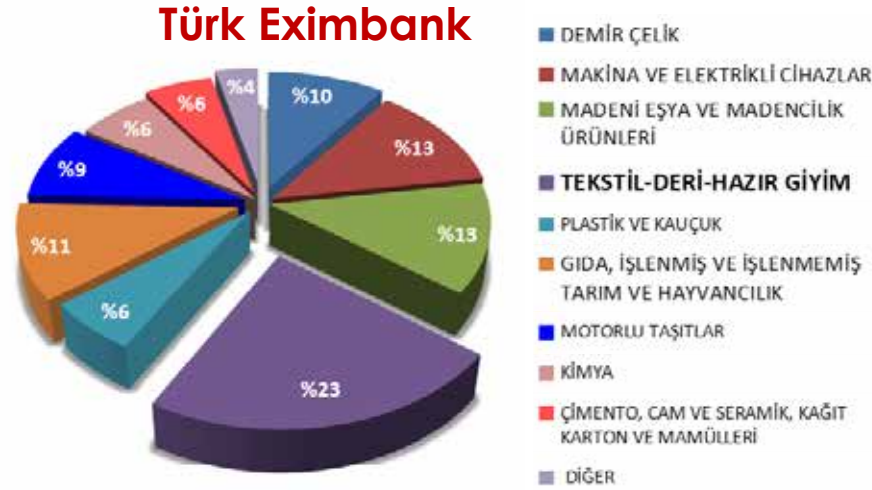
Yurtiçi kredilerde Türk firmalarının mal ve hizmet ihracatının finansmanında asgari 120 gün ve azami 10 yıl vade sağlanıyor. Sigorta işlemlerinde Türk firmalarının vadeli ihracat alacaklarında ticari ve politik risklere karşı güvence sağlanıyor. Uluslararası kredilerde ise Türk firmalarının alıcıları olan yabancı firmalara 10 yıla kadar vadeli işlem yapılıyor.

Türk Eximbank'ın ihracat finansmanındaki rolü 2010 yılından itibaren artarak gelişme kaydediyor.

TÜRK EXIMBANK'IN İHRACAT FİNANSMANINDAKİ GELİŞEN ROLÜ



TÜRK EXIMBANK DESTEKLERİNİN VE TÜRKİYE İHRACATININ SEKTÖREL DAĞILIMI



2010 yılında Türkiye ihracatındaki payı yüzde 7.8 iken, takip eden yıllarda sürekli artış gösterdi ve 2016'da yüzde 23'e çıktı. 2017 için program hedefi yüzde 25.9.

Türk Eximbank'ın ihracat finansmanındaki gelişen rolü

2016 yılı itibarıyla, Türk Eximbank'ın kredi faaliyetlerinden faydalanan firma sayısı 6 bin 388, sigorta faaliyetlerinden faydalanan firma sayısı 2 bin 380 olmak üzere, toplam müşteri sayısı 7 bin 468.

Sektörel dağılım incelendiğinde, Türkiye ihracatında yüzde 20 paya sahip olan tekstil, deri ve hazır giyim

sektörünün Eximbank desteklerinden aldığı payın yüzde 23 olduğu görülüyor.

Yurtiçi krediler

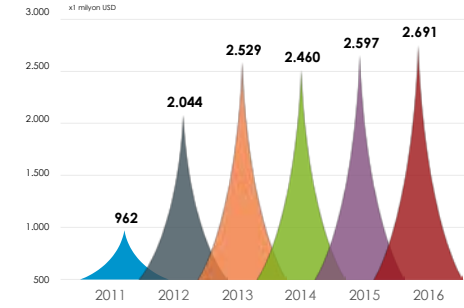
Yurtiçi krediler kısa, orta ve uzun vade seçenekleriyle 22 ayrı kredi programı aracılığıyla 120 gün ile 10 yıl arasında vadelerle kullanıma sunuluyor.

Piyasa koşullarından daha uygun maliyetle Libor/Euribor +yüzde 0.50'dan başlayan faiz oranlarıyla çözümler sunuluyor.

Tekstil sektöründe kredi kullanımı

Toplam 2.7 milyar dolar tutarındaki kredi hacmiyle tekstil sektörü 2016

YILLARA GÖRE TEKSTİL SEKTÖRÜ KULLANDIRIM TUTARLARI



yılında Eximbank'ın en büyük iş ortağı oldu.

2016 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalara orta-uzun vadeli kredi olarak 390 milyon dolara yakın finansman sağlandı.

Sigorta ve garanti programları

Türk Eximbank sigorta ve garanti programları çerçevesinde, 2016 yılında 11 milyar dolar sevkiyat sigortalandı. 2017 yılı için program hedefi 14.4 milyar dolar.

Alacak sigortası, firmaların vadeli satışlarından doğan alacaklarına tahsilat güvencesi sağlıyor. Firmaların rekabet gücünü artırıyor, alacaklarını yönetmelerini sağlıyor, müşteri portföylerini ve pazar paylarını artırmalarına yardım ediyor. Buna ek olarak, maliyeti de düşük.

ALACAK SİGORTASI NASIL İŞLER ?

1 Alacaklarına tahsilat güvencesi sağlamak isteyen satıcı firma Türk Eximbank'a gelir. Ön değerlendirme yapılır.

3 Satıcı firma, müşterileri için Türk Eximbank'tan alıcı limiti talep eder.

5 Satıcı firma, alıcı limiti çerçevesinde alıcı firmaya sevkiyat gerçekleştirir.



2 Satıcı firma Türk Eximbank'tan alacak sigortası poliçesi yaptırır.



4 Türk Eximbank satıcı firmanın müşterilerini finansal açıdan değerlendirir. Alıcı limiti tahsis eder.



6 Olası bir ödeyememe durumunda Türk Eximbank mal bedellerini tazmin eder.

Kritik sorunlara sektörel çözüm platformu

Suriyeli mülteci krizi ile birlikte anılmaya başlanan "kaçak işçi çalıştırılması" gibi uluslararası basında çıkan haberler, tekstil ve hazır giyim sektörü temsilcilerini bir araya getirdi. Sektör temsilcileri özellikle yurtdışı algısını değiştirmek için bir platform oluşturuyor.



Devlet kurumlarının çocuk işçiliğiyle mücadele, çalışan haklarıyla ilgili çalışmalar ve Suriyeli sığınmacıların entegrasyonu konusunda yaptığı ciddi çalışmaların yanı sıra, tekstil ve hazır giyim sektörü de bu konuları ayrı bir platformda ele alacak yeni bir girişimde bulundu.

29 Kasım 2016 tarihinde İstanbul Divan Otel'i'nde sendikamızın da dahil olduğu birçok çatı kuruluş, bu önemli başlıkların yarattığı algıya karşı bir platform oluşturmak amacıyla bir araya geldi. 110 kişinin katıldığı toplantıda, markalar, ihracat ve sanayi birlikleri, tedarikçiler, işçi sendikaları, sivil toplum kuruluşlarından temsilciler ve uluslararası delegeler yer aldı.

Platformun temel amacı; söz sahibi çatı kuruluşları, markalar ve satın alma gruplarını bir araya getirerek ilgili bakanlıkların desteğiyle ortak bir çalışma

yürütmek. Platform kurulduktan sonra yapılan ikinci toplantı ise 28 Mart'ta sendikamızın ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Toplantıya, sanayici ve işverenleri temsilen sendikamız ile birlikte İTKİB, TGSD ve sektörümüzde faaliyet gösteren en büyük üç işçi sendikasını temsilen de IndustriALL katıldı. Toplantıda satın alma gruplarından Inditex, H&M ve ASOS temsilcileri de yer aldı. Platformun şekillenmesine yardımcı olan Ethical Trading Initiative'i (ETI) de girişimin direktörü Peter McAllistar temsil etti.

3 çalışma grubu

Platformda, "İşyeri Sosyal Diyalog ve Şikâyet Mekanizması", "İş ve İnsan Hakları" ve "Satın Alma Pratikleri" başlıkları altında üç ana çalışma grubu yer alıyor. Mart ayında yapılan toplantıda, platformun çalışma



gruplarında yer alacak marka ve kuruluşlar da belirlendi.

Toplantıda İTKİB, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (ÇSGB) ve Milli Eğitim Bakanlığı'na (MEB) konuyu aktardıklarını ve söz konusu bakanlıkların konuyla ilgilendiklerini bildirdi.

Mayıs ayında gerçekleşmesi planlanan bir sonraki toplantıya, ÇSGB, MEB ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı gibi ilgili bakanlıkların katılım sağlamaları bekleniyor.

TURİZMDEKİ DARALMA EV TEKSTİLİNİ VURDU

Türkiye'nin yıldız sektörlerinden turizm, son 25 yıldır her geçen yıl büyüdü. Ancak terör saldırıları, Suriye'deki savaş gibi sebeplerle 2016'yı ciddi düşüşlerle kapatan sektördeki daralma, tekstil sektörüne de olumsuz yansıyor. Perdeden yatak örtüsüne, battaniyeden halıya, havludan çarşafa kadar tekstil ürünlerine talepte yüzde 50'lere varan düşüş söz konusu.

Turizm sektörü en zorlu dönemlerinden birini yaşıyor. Sadece bizim değil, dünya turizminin en büyük sorunu olan terörizme, komşumuz Suriye'deki savaşın etkilerinin de eklenmesiyle, turizmde yüzde 40'ları aşan bir daralma yaşandı. Geçtiğimiz yıl kıyı bölgelerindeki birçok otel kapılarına kilit vururken, İstanbul ve Anadolu'daki şehir otellerinde de doluluklar yüzde 40 seviyelerine kadar geriledi. İşlerin yolunda gittiği dönemlerde 200'ün üzerinde sektöre iş yaratan turizm sektörü, bu olumsuz gelişmeler nedeniyle diğer sektörlerle de katkısını azalttı.

Ülkemizde her yıl 100'e yakın otelin devreye girdiği geçmiş yıllarda turizm, tekstil sektörüne yaklaşık 3.5 milyar TL'lik iş hacmi yaratıyordu. Mevcut otellerdeki yenilemeler de eklendiğinde bu rakamın 5 milyar dolarları aştığı tahmin ediliyor.

Yüzde 50 daralma

Rusya ile yaşanan uçak krizi nedeniyle Rus turist sayısında ciddi anlamda düşüş yaşanırken, ardından metropollerde düzenlenen terör saldırıları otellerin planlarını revize etmelerine yol açtı. Turizm sektörünün daralmasıyla beraber, son 1.5 yılda tekstil şirketlerinin otellere dönük satışları da yüzde 50'lere varan oranda azaldı.

Perdeden halıya, çarşaftan havluya kadar çeşitli yelpazedeki tekstil ürünlerini kullanan oteller, yenilenme yatırımlarına ara verirken, zorunlu alımlarını da olabildiğince azalttı. Turizm yatırımlarında yavaşlama gözlenirken, başlayan yatırımların da açılış tarihleri ertelendi. Az yataklı küçük işletmelerden kapananlar oldu. Sermayesi güçlü olan ve başka sektörlerde de iş yapan bir kesim turizmci ise bu nispeten boş dönemi renovasyon yaparak değerlendirdi. Bu kritik süreçte alımlarında hassas davranan tesisler, stoklu alım yapmaktan ziyade daha temkinli alımlar gerçekleştiriyorlar. Dekorasyonda farklılık yaratmak için yapılan perde, yatak örtüsü vb. yenilemeleri ile müşteriye

Bu dönemde tedarikçiler arasında rekabet artarken fiyatlar düştü ve maliyet seviyesinin bile altında fiyatlar oluştu.

etkilemek için tercih edilen lüks ürünler öncelikle kısılan kalemler. Oda fiyatları düşse de, ağırlanan misafir sayısının önceki dönemlere göre daha az olması yıpranma ve kayıp oranını da azaltıyor. Bu durum da alım adetlerinin düşmesine yol açan bir diğer etken. Bu dönemde tedarikçiler arasında rekabet artarken fiyatlar düştü ve kimi durumlarda, maliyet seviyesinin bile altında fiyatlar oluştu.

Ne zaman toparlanır?

Sektör temsilcileri, bu sürecin en az bir yıl daha devam edeceğini öngörüyor. Titan Tekstil şirketi sahibi Mürvet Sütçüoğlu, “En az bir yıl daha zor geçecek düşüncesindeyim” diyor. 2018’de doluluklar artsa bile fiyatların tekrar yükselmesinin biraz zaman alacağını kaydeden Sütçüoğlu, “2019’da hem dolulukların hem de geceleme fiyatlarının artacağını ve çok iyi bir yıl olacağını tahmin ediyorum. Tabii bu durum tekstil sektörümüzü de olumlu yönde etkileyecek” diye konuşuyor.

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği’nin (TETSİAD) Başkanı Ali Sami Aydın ise “Türkiye’nin, turizm potansiyelinin yüksek olması, giderilen krizler ve hükümet teşvikleri vesilesi ile iyileşmenin bu yıl başlayacağı, asıl toparlanmanın ise 2018 yılı itibari ile gerçekleşeceği kanaatindeyim” diyor.

Ali Sami Aydın, bu süreçte, belirli bir kaliteye sahip büyük kurumların kaliteden ödün vermeden piyasayla rekabeti sürdürebilmek için kendi kurum



şemsiyeleri altında, farklı segmentlerin ihtiyacına yönelik ve standart ürün (nakışsız, baskısız vb.) kullanabilecekleri alt markalar oluşturmaya ve konumlandırmaya başladıklarını vurguluyor.

Nevresim, yatak örtüsü, perde, havlu ve bornoz gibi otel tekstilleri ile gerçekleştirilecek küçük dokunuşların şirketin yüzünü yenilemesini sağlayacağına dikkat çeken Aydın, “Şirketler tarafından tesislerini daha çekici hale getirmek, tercih edilebilirliğini artırmak gibi sebeplerle gerçekleştirilen bu alımlar, zorunlu ihtiyaç niteliğinde olmadığından yenileme hareketleri yavaşlatıldı, stoklu alımlar durduruldu diyebiliriz. Türkiye’nin, turizm potansiyelinin yüksek olması, giderilen krizler ve hükümet teşvikleri vesilesi ile iyileşmenin bu yıl başlayacağı, asıl toparlanmanın ise 2018 yılı itibari ile gerçekleşeceği kanaatindeyim” diyor.

Ev tekstili sektörü için üretimin önemli bir kısmını konaklama, sağlık ve hizmet tekstilleri teşkil ediyor.

Yatırımlar ne durumda?

Ocak 2017’de otel yatırımları miktar olarak yüzde 19 azalırken, proje sayısı

yüzde 11 arttı. Trabzon başta olmak üzere Anadolu’daki yatırımların hareketlendiği gözlemlendi. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Başkanı Timur Bayındır, bu yılın ocak ayında ülke genelinde 14 şehirde toplam yatırım bedeli 187.9 milyon TL olan 20 yeni otel projesinin teşvik belgesi, toplam 10.5 milyon TL yatırım tutarı olan 4 otelin ise yenileme belgesi aldığını söylüyor.

Turizm sektörünün aralarında tekstil sektörünün de yer aldığı 200 sektörü beslediğine dikkat çeken Bayındır, “İstanbul ve Antalya gibi turizm merkezlerinde artık yeni kapasite yatırımlarına ihtiyaç yok. Buralarda yeni otel değil, mevcut otellerin yenilenmesine yönelik yatırımlar yapılmalı” diyor ve teşviklerin de buna göre düzenlenebileceğini belirtiyor. Ocak 2017’de yapılan teşvik başvurularının sonuçlanmasıyla turizmde yatak kapasitesi 2 bin 543 adet artacak. Ocak 2017’de yapılan başvurularda yatak sayısı açısından 654 yatakla İstanbul ilk sırada yer alırken, 354 yatak ile Trabzon ikinci ve 230 yatak kapasitesiyle Antalya üçüncü konumda. İstanbul, yeni yatırım yapılacak tesis sayısı bakımından da 4 otel ile ilk sıraya yerleşti.

ALİ SAMİ AYDIN / TETSİAD BAŞKANI

İşletmeler alımları yavaşlattı

Turizm sektöründeki daralma, dünya ve ülkemizdeki anlık ekonomik gelişmelerin ışığında değerlendirilmemeli. Otel yatırımları, uzun soluklu ve köklü yatırımlar. Ancak son dönemde dünya genelinde yaşanan terör olayları, kişilerde güvenlik kaygısına sebep olurken sosyal hayatı tehdit eden hadiseler dönüştü. Gerçekleşen bu hadiseler sebebiyle seyahatler ötelenmiş, ertelenmiş ya da rotaları değiştirilmiştir. Yaşanan bu değişimler turizme yansıyor daralmaya sebep oldu. Daralmaya yönelik olarak işletmeler de piyasa şartlarındaki belirsizlik, tasarrufa yönelme eğilimi ve ihtiyaçları erteleme güdüsü ile doğru orantılı olarak alımları yavaşlattılar. Bu noktada ev tekstili sektörünün de yaşanan gelişmeler doğrultusunda daralmadan etkilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

İSA DAL / EVTEKS TEKSTİL ŞİRKETİ SAHİBİ

İhracata yönelenler oldu

Ev tekstili sektörünün önemli bir payını konaklama, sağlık ve hizmet tekstilleri teşkil ediyor. Global anlamda sosyal yaşamı tehdit eder ve endişe oluşturur nitelikteki hadiseler, piyasaları da olumsuz yönde etkiliyor. Seyahat etmeyen bireyler, aynı zamanda tüketimde de çekimser davranıyor. Bu anlamda ev tekstili tüketiminin, hizmet sektörüne ilişkin üretimin paralelinde olumsuz etkilendiğini söyleyebiliriz. Bu sezon beklentilerin gerçekleşmemesi durumunda, krizin yansımalarını daha fazla hissedeceğimizi söyleyebilirim. İç piyasaya yönelik üretim ve satış yapan firmaların birçoğu ihracata ağırlık vererek beklenen durağan dönemi daha aktif atlatabilme beklentisi içine girmişlerdir.



MÜRRET SÜTÇÜOĞLU / TİTAN TEKSTİL ŞİRKETİ SAHİBİ

Daralmayı çok net hissediyoruz

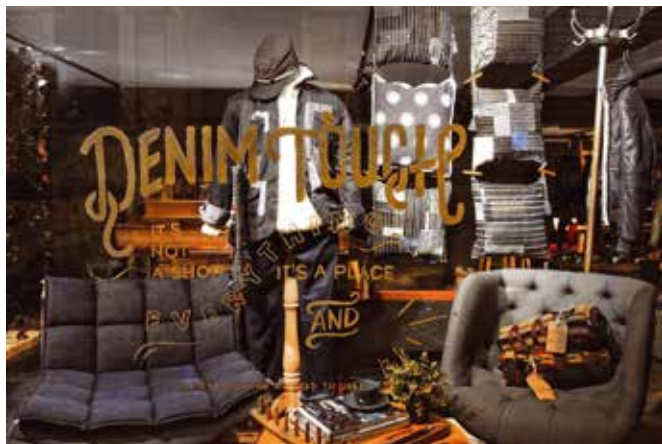
Şirket olarak sadece otel tekstili konusunda siparişli iş (contract business) yaptığımız için bu alandaki daralmayı çok net hissedebiliyoruz. Maalesef son 1.5 yıldır satışlarımız yarı yarıya azaldı. Dolayısıyla çalıştığımız üreticilere verdiğimiz siparişler de aynı doğrultuda düştü. Otellerin birçoğu zorda kalmadıkça alım yapmıyor veya ihtiyacı olan minimum adette alım yapıyor. Zincir otellerde bir standart zorunluluğu olduğu için kalitede pek değişiklik yapamıyorlar fakat diğer otellerde kalitesiz değil ama biraz daha ekonomik ürünlere yönelme var. Alınmayan ürün yok çünkü otel müşterisi sıfırlanmadığı sürece servis verilmek zorunda. Sadece az misafir ağırlandığı için yıpranma ve kayıplar da az oluyor, alım adetleri düşüyor.

Yaşanan 4 değişim

- Yeni tesis yatırımları ya beklemeye alındı ya da ötelendi.
- Doluluk oranları düşen tesislerin tekstil talepleri yüzde 50'lere varan oranda azaldı.
- Eskiden stoklu alım yapan oteller bu eğilimlerinden vazgeçti.
- Yurtiçi pazarda yaşanan daralmadan olumsuz etkilenen tekstilciler dış pazarlara, ihracata yöneldi.



Jean Stop İstanbul



AYLİN ÇETİNKAYA: Denim bir yaşam tarzıdır

Tasarımcı Aylin Çetinkaya'ya göre denim, yalnızca bir kumaş değil, günlük hayatın içinde ortak bir dili olan, bizden bir parça. Tasarım ise “derin bir felsefe”. Çetinkaya ile Türkiye’de denim alanında bir benzeri olmayan atölye-showroom konsepti Jean Stop İstanbul’u konuştu.

Tasarımcı bir aileden geliyor Aylin Çetinkaya ve hal böyle olunca onun da bu tasarım evreninin dışında kalması imkânsızlaşıyor. 70’li yıllarda annesinin kendisi için İngiltere’den getirdiği İspanyol paça jean pantolona duyduğu hayranlıkla başlıyor her şey ve kendi deyimiyle onu “perişan ederek” kesip biçiyor ve ortaya bir etek çıkartıyor. O günden sonra da artık her şeyi denim kumaşla tasarlamak istiyor. Önce Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi’nde Sahne Görüntü Sanatları Dekor ve Kostüm Bölümü’nü

Jean Stop İstanbul’u anlatabilir misiniz biraz?

Jean Stop bir marka değil, benim iş modelimin adı. Hatta ben kendi tasarladığım jean pantolonlara bile marka koymuyorum, onu alan şekillendirsin istiyorum, üzerine giyeceği bir tişört ya da trikoyla... Bu mühür gibi şeylere karşıyım.

Bu iş modelini ne zaman kurdunuz?

Jean Stop’u bundan yaklaşık 15 yıl önce İstanbul Beyoğlu’nda açtım. Burada, özel denim tasarımlarım yer alıyor, ayrıca kişiye özel jean stil

“Biz bir denim ülkesiyiz. Dünyanın sayılı kumaşçıları bizde. Buna rağmen kendi markalarımızı çıkarmak konusunda eksikiz.”

bitiriyor, ardından Yıldız Teknik Üniversitesi’nde Pazarlama ve Marka Yönetimi micro MBA yapıyor. Üniversite birinci sınıftayken Cem Hakkı ile tanışıyor ve Vakko’da part time işe başlıyor. Tekstile yönelmesindeki en büyük etkenlerden biri de bu zaten. Daha sonra, tasarımcı olarak işe başladığı yerlerde, pazarlamaya yatkınlığı sebebiyle kısa sürede marka yöneticisi olarak atanıyor. “Denimde ilk marka yöneticilerindenim” diyor. Bugüne dek Vakko, Motor, Cross ve Loft gibi markalarda tasarım ve marka yöneticiliği yapan Çetinkaya ile bundan yaklaşık 15 yıl önce kurduğu atölye-showroom konseptli Jean Stop İstanbul projesini, tasarımlarını, Türkiye’de denim sektörünü ve dahasını konuştu.

danışmanlığı veriyorum. Çok eski çağlardan bu yana dokumalara doğal mavi renk verilmesinde kullanılan bir boya olan indigo ve denimle ilgili pek çok workshop yapılıyor, seminerler veriliyor. Aynı zamanda denim



Aylin Çetinkaya



kumaşla tasarlanmış aydınlatma malzemelerinden yastıklara, çantalarından defterlere daha pek çok ürünü de bulabiliyorsunuz. Burada bir de indigo ve denim hakkında referans alınabilececek, özellikle Türkiye’de eşine nadir rastlanan yayınlarla dolu bir kütüphanem var. Müşterilerimle oturup saatlerce denim hakkında konuştuğumuz da oluyor. Böylelikle onlar da konuya farklı açılardan bakmaya başlıyor, konuyla ilgili bir bilinç oluşuyor, ardından da talep artışı başlıyor. Bu, satın alma davranışına dönüşme bile, dünyada küçük küçük yerde bir değişime sebep oluyor. Bana asıl keyif veren de bu. Hatta bu tatmin, bin kişinin “Aylin” yazan bir jean giyip göstermesinden çok daha önemli benim için.

Jean stil danışmanlığı

Jean stil danışmanlığı verdiğinizizi söylediniz. Tam olarak nasıl bir hizmet bu?

İki alanda danışmanlık veriyorum;

sektörel ve kişi bazında. Sektörel danışmanlık daha çok konsept danışmanlığı gibi. Bir markanın showroom’larından tutun, kumaş kartelalarına kadar o markaya bir konsept oluşturmak örneğin. Kişiyse özel jean stil danışmanlığında ise, mağazama gelen ve benim “jean lover” diye tabir ettiğim; jean seven kişilerin bedenine, yaşam tarzına, nasıl görünmek istediklerine bakıp hepsini harmanlayıp önerilerde bulunuyorum. Burada kumaş ve yıkama seçimi kişinin kendi tercihinine kalmış. Ama bu tercihlere müdahale ettiğim anlar da olmuyor değil. Sonuçta işim bu, rengiyle, şekliyle, kumaşıyla kişiye en uygun jean’i yaratmak. Jean’i hiçbir zaman tek başına düşünmüyorum. Hep nerede, neyle, nasıl kullanılır onu hayal ediyorum. Çünkü jean bir yaşam tarzı, bir kültür. **Bu pahalı bir hizmet mi?** Seçtiğiniz kumaşa ve yıkamaya göre değişiyor. Bazı tasarımlarda aksesuar kullanmamız da gerekebiliyor.

Bunlar fiyatı çok değiştiriyor. Ama zor ve meşakkatli süreçleri de olan bir iş olduğu için pahalıya çıktığını söyleyebilirim.

Türkiye’de denim sektörü

Kumaşları nerelerden temin ediyorsunuz?

Sadece Türkiye’den aldığımı söyleyebilirim. Çünkü en iyi kumaşlar bizde ve büyük keyifle seçip kullanıyorum.

Türkiye’de denim sektörünü nasıl görüyorsunuz?

Tecrübeli büyüklerimiz varken sektörü değerlendirmek bana düşmez ama bir beklentimi paylaşabilirim sizinle: Biz denim ülkesiyiz, dünyanın sayılı kumaşçıları, konfeksiyonları bizde. Dünyaca ünlü bazı büyük markaların ürünlerini çoğunlukla bizim ürettiğimizi görebilirsiniz fakat kendi markamızı çıkaramıyoruz.

Bu noktada dünya arenasında Türk tasarımcı olmanın avantajları neler?

En büyük avantajımız pratik zekâmız. Dünyanın neresinde olursak olalım, karşılaştığımız her türlü sıkıntıda hep bir çıkar yol yaratabiliyoruz. Ayrıca dünyanın en bereketli topraklarında yaşıyoruz. Folklorumuz çok zengin. Bundan yararlanabilen tasarımcılar var ise, ki var, bundan büyük avantaj mı olur?

Sizce iyi bir tasarımın en önemli unsuru nedir?

En iyi tasarım, kimin için tasarlandığı ve ne için tasarlandığıyla bütünlük taşıyan tasarımdır her zaman için. Tabii benim söylediğim işin felsefesi. Çünkü benim gözümde, işin özünde tasarım da bir felsefedir.

Profesyonel bir gözle bakınca, jean kullanımında en sık yaptığımız hatalar neler sizce?

Kadın-erkek fark etmez, yapılan en büyük hata insanın bedenini ve ruhunu tanımadan aldığı ürünü giymesi. Bu hatayı azaltmak için “Fit Guide” isimli bir proje üzerinde çalışıyoruz; insanları en doğru ürüne

yönlendirmeyi amaçlıyoruz. Yapılan bir diğer hata da imitasyon ürün giymek.

“Denim kaprisli kumaştır”

Türkiye’den ve dünyadan koleksiyonlarını beğendiğiniz meslektaşlarınız var mı?

Türkiye’den ilk söylebileceğim isim Ümit Ünal. Ayşe Birsell’i de sayabilirim. İtalyan moda tasarımcısı Adriana Goldschmidt, ki sektörün duayeni sayılır. Bunların haricinde tasarımcı değil ama ilham alınacak çok sanatçı var ülkemizde. Ben “tasarımcı” deyince ressamı da, heykeltıraşı da aynı kategoride değerlendiriyorum. Çünkü bana göre bir tasarımcı her şeyi tasarlayabilmeli. **Ünlü isimlerle çalışıyor musunuz?**

Evet, tabii. Galalar için denim pantolonlar tasarlıyoruz.

Zorlukları var mı?

Bana zor biri denk gelmedi. Ama zaten denim çok kaprisli bir kumaştır, belki de onu görünce kendi kaprislerini bir

kenara bırakıyor olabilir insanlar.

Yurtdışı çalışmalarınız var mı?

Jean Stop İstanbul’u açtığım ilk yıllarda Türkiye’de henüz duyulmamışken, Adriana Goldschmidt de bir firmaya danışmanlık yapmak için ülkemize gelmiş. Beni de araştırmış, görmek istemiş sonra geldi, mağazayı gezdi, röportaj yaptık, ülkesinde bazı mecralarda yayınlandı. Onun haricinde bu yaptığım Türkiye’de benzeri olmayan bir şey olduğundan, insanlara da değişik geliyor. Mesela geçtiğimiz kasım ayında ‘Dünyanın en ilham verici 10 bağımsız jean store’sinden biri olarak seçildim ve bu Sports Wear International dergisinde çıktı. Ayrıca yaptığım yıkama çalışmalarından bir tanesi, bir grubun dünya çapında düzenlediği bir yarışmada birinci seçildi. İlerleyen günler için de yine inovatif birtakım projelerimiz var üzerinde çalıştığımız, bu sebeple şimdiden açıklamam çok doğru olmaz.

Kotor

Tarihi dokusu, doğal güzelliği ve huzurlu atmosferiyle Yunan adaları ve Dubrovnik'e kafa tutan Karadağ'ın Kotor kenti, tatil planlarının yeni yönü.

	HOTEL FORZA MARE <i>Lüks</i>	PALAZZO DRUSKO DELUXE <i>Tarihi</i>	PALAZZO RADOMIRI <i>Butik</i>	VILLA PANONIJA <i>Hesaplı</i>
NEREDE?	Kotor'un Eski Şehir bölgesine 3 kilometre mesafede, Dobrota adlı küçük bir köyde, Boka Körfezi'nin hemen dibinde.	Sadece yaya trafiğine açık, UNESCO'nun Dünya Miras Listesi'nde olan Eski Şehir bölgesinde. Plaj yürüyerek altı dakika ötede.	Şehir merkezine otomobile 15 dakika mesafede, Boka Körfezi'nin kalbinde.	Kotor Körfezi'ne 50 metre uzaklıkta. Plaja ise iki dakikalık yürüme mesafesinde.
AMBIYANS	Kotor'un ilk tasarım otellerinden biri olarak, kendisine neredeyse "modernizm üssü" diyeceğiz. Yöresel dokunuşlar ufak çaplı.	Ahşap panjurlar, taş avlu, şehrin Venedik himayesi günlerinden aristokrat portreleri, antika saatler sizi bekliyor.	Tarihi 1720 yılına dayanan bir taş yapı bu. Ahşap doku, antika mobilyalar ve açık havuz, François Ozon filmlerindeki gizemli Fransız Riviera'sını andırıyor.	San Giovanni Dağları'na sırtını dönen, mavi ile yeşilin keşim kümesinde yer alıyor. Şehir otellerine benzer modern dokuya sahip. Taş ve ahşap ağırlıkta.
KİMLER GİDER?	Beş yıldızlı bir otelin, beş yıldızından da yararlanmak isteyenler, işini şansa bırakmayanlar.	Tatil romanı olarak seçimini ansiklopididen hallice tarih kitaplarından yana kullananlar.	Evlilik yıldönümü, evlilik teklifi; uzun lafın kısası bilimüm evliliğe dair özel anları yaşamak isteyenler.	"Bir kere de Airbnb'ye bakmayalım, şanımız yürüsün" diyen genç nesil.
ODALAR	Ortalık 'Stepford Kadınları'nın eli değmiş gibi düzenli. Burada aydınlatma düğmesini bulmak için hazine avına çıkmanıza gerek yok.	'Dük' odasında şömine, 'Tüccar' odasında hidromasajlı küvet var. 3D film de izlenebiliyor.	Ahşap dokuyu sadece aynalar kırıyor. Odalarda, tek eksik ABBA şarkısı 'I Have a Dream'.	Süit dairelerden oluşan otelde, lacivert renk ağırlıkta. Fiyata aldanmayın, odalarda sizi yatakların üzerinde havludan kuğular karşılamıyor.
YEME - İÇME	Akdeniz'in nişanesi, Rus turistlerin gözbebeği 'açık büfe kahvaltı'yı burada en görkemli haliyle bulabilirsiniz.	Odalar böylesine lüks iken kahvaltının sunulmaması üzüyor. Ortak kullanım alanında kendi çay, kahvenizi hazırlayabilirsiniz.	Yeşilliklerle örülü bir duvar, begonvil, yasemin ve zakkumların yer aldığı, mum ışıklarının masaları aydınlattığı bahçe Van Gogh tabloları kıvamında.	Söz konusu tatilin başrolündeki lezzet olduğunda otel, zengin kahvaltısı haricinde "Otelimizin yakınında güzel pizzacılar bulunuyor" diyerek dışarı yönlendiriyor.
NEDEN GİTMELİ?	Otel çalışanları Rusça, İtalyanca, Fransızca ve İngilizce olmak üzere dört dil biliyor.	Tarihi kökleri 600 yıl öncesine dayanıyor.	Cuma gecelerinin barbekü gecesi olduğunu söylemiş miydik?	Fransız balkonlarıyla kandırılan metropol insanının dramına, deniz manzaralı balkonlarıyla son veriyor.
NEDEN GİTMEMELİ?	Otel yeni açıldığı ve online platformlara aralık ayında dahil olduğu için bazı aksaklıklar olabilir.	"Mükellef bir kahvaltı olmadan güne başlayamam" diyenler otelden sakince uzaklaşsın!	Cennetin özizlemesi niteliğindeki mekân, çocuklu aileler için işkenceye dönüşebilir.	"Oda servisi nasıl olmaz?" şaşkınlığını yaşamak istemeyebilirsiniz.
FIYAT	167 Euro	58 Euro	121 Euro	50 Euro
İLETİŞİM	Adres: Kriva ulica Tel.: +38 2323 33500 www.forzamare.com	Adres: Stari Grad 484 Tel.: +38 2323 25257 palazzodrusko.me	Adres: Dobrota 220 Tel.: +38 2323 33172 palazzoradomiri.com	Adres: Dobrota 1 Tel.: +38 2323 34893 vilapanonija.com

HOW WILL WE PENETRATE INTO THE USA MARKET?

USA imports textiles and garments in the amount of 100 billion dollars per year. On the other hand, Turkey's total export to the USA in 2016 is approximately 6.5 billion dollars. Within the last five years, there is an increase in Turkey's general export to the USA in the rate of 45 percent. Even though there is a steady growth generally, it is not possible to say that Turkey's exports to the USA is at an adequate level. This has many reasons. The fact that the USA is a very far market and the difference of the market dynamics have been the reasons that this market has remained in the background. The representatives of the industry are preparing to change this situation in the forthcoming period. The USA market, which is determined as the target market by the Ministry of Economy, is now in the close marking of the garment and textiles exporters as well. Together with the contribution of the promotional activities that are carried out by the exporters associations within the recent years and of the Turkish Trade Center that is projected to be opened in New York by this year, it is expected to achieve a rapid increase trend in the USA market. The industry aims to increase its export to the USA in the rate of 8 to 10 percent in 2017.



AYLİN ÇETİNKAYA: "DENIM IS A LIFESTYLE"



According to designer Aylin Çetinkaya, denim is not only a kind of fabric, but also a part from us that has a common language inside the everyday life. The workshop/showroom concept Jean Stop İstanbul, about which Çetinkaya mentions as "It is not my brand but my business model" is a first in the field of denim in Turkey. The designer's special denim designs are displayed in Jean Stop, which she opened in İstanbul Beyoğlu approximately 15 years ago. In addition, personal special jeans style consulting services are rendered there. Workshops regarding indigo and denim are held and seminars are given. In the meantime, many products from lightening equipment to pillows and from bags to notebooks that are designed with denim fabric can be found. There is also a library, from where reference can be taken about indigo and denim, and particularly which is full of publications that can rarely be found in Turkey.



THE RECESSION IN TOURISM STROKE HOME TEXTILES

Being one of the number one sectors of Turkey, tourism has achieved a growth every year during the last 25 years. However, the recession in the sector that completed the last year with severe downfalls due to the reasons such as the terror attacks and the war in Syria has negative reflections on the textiles industry as well. Along with the recession in tourism that exceeded 40 percent, there has been a downfall that reaches up to more than 50 percent in demand to textile products from blanket to carpet, from towel to bed sheet.

In the previous years when almost 100 hotels per year were set into operation in our country, tourism used to provide a business volume of around 3.5 billion TL to the textile industry. When the refurbishments in the present hotels are added too, this amount is estimated to exceed 5 billion dollars. The jet crisis with Russia and the terrorist attacks in the metropolises caused the hotels to revise their plans. Thus, the sales of the textile companies within the last 1.5 year towards the hotels decreased in the rates that reach up to more than 50 percent.

LEATHER MANUFACTURERS EXPECT GROWTH THIS YEAR

The leather manufacturers, who spent 2016 in the shadow of regional crisis, started 2017 with hope. Turkey's export of leather and leather products in 2016 was 1.4 billion dollars, which means that a decrease of 6 percent in value terms was recorded in comparison with the previous year. However, considering the data in volume terms it is noted that a rate of 11 percent increase was recorded in export. While the share of shoes in the export of leather and leather products in 2016 increased to 51 percent, the remaining 49 percent share comprised of leather garment, semi-finished/finished leather and fur export and leathercraft products. As for 2017, the leather industry is hopeful when compared to the previous year. While an increase of 10 percent is expected in the export of leather by the end of this year, the expectations that the relations with Russia will be recovered and trade will be made with local currency excite the industry. Leather manufacturers get prepared to increase their shares especially in the markets such as the USA, Iran and Africa.





MAYIS

Bauen+Wohnen Salzburg

02/05/2017-05/05/2017
Mobilya, Dekorasyon
Salzburg/Avusturya

Türkmen Home Decor

02/05/2017-04/05/2017
Mobilya, Dekorasyon
Aşgabat/Türkmenistan

Proposte

03/05/2017-05/05/2017
Kumaş
Como/İtalya

Techtextil

09/05/2017-12/05/2017
Teknik Tekstil
Frankfurt/Almanya

Texprocess

09/05/2017-12/05/2017
Teknik Tekstil İşleme
Frankfurt/Almanya

Maison & Objet Americas

09/05/2017-12/05/2017
Dekorasyon ve Mobilya
Miami/ABD

Chinaprint

09/05/2017-13/05/2017
Baskı Teknolojileri
Pekin/Çin

Austech

09/05/2017-12/05/2017
Makine Teknolojileri
Melburn/Avustralya

For Industry

09/05/2017-12/05/2017
Makine ve Teknolojileri
Prag/Çek Cumhuriyeti

Tinimtex

10/05/2017-14/05/2017
Hazır Giyim ve Ayakkabı
Köstence/Romanya

Kingpins Show New York

10/05/2017-11/05/2017
Hazır Giyim, Tekstil
New York/ABD

61st International Fair Of Technics And Technical Achievements - Sajmu Tehnike

15/05/2017-19/05/2017
Makine, Makine Aksamaları
ve Endüstriyel Ürünler
Belgrad/Sırbistan

Imdex Asia

16/05/2017-18/05/2017
Savunma Sanayii
Singapur/Singapur

Interzum

16/05/2017-19/05/2017
Mobilya
Köln/Almanya

Bangladesh Denim Expo

17/05/2017-18/05/2017
Hazır Giyim, Tekstil
Dakka/Bangladeş

Sitdef

18/05/2017-21/05/2017
Savunma Sanayii,
Arama-Kurtarma
Lima/Peru

Chibimart

19/05/2017-22/05/2017
Hazır Giyim, Aksesuar,
Mücevherat
Milano/İtalya

Surtex

21/05/2017-23/05/2017
Tekstil, Ev Tekstili,
Halı, Dekorasyon,
Zemin Kaplamaları
New York/ABD

Index

22/05/2017-25/05/2017
Mobilya ve Dekorasyon
Dubai/BAE

Supreme Kids Celebration

23/05/2017-24/05/2017
Çocuk Giyim
Münih/Almanya

Movexpo

23/05/2017-26/05/2017
Mobilya
Olinda/Brezilya

Kingpins Show Hong Kong

24/05/2017- 25/05/2017
Hazır Giyim, Tekstil
Hong Kong/Çin

Fit 0/16 (Spring/Summer)

26/05/2017- 29/05/2017
Bebek ve Çocuk Giyimi
Sao Paulo/Brezilya

The Canadian Home Furnishings Market

27/05/2017-29/05/2017
Mobilya, İç Tasarım
Toronto/Kanada





**Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent - İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr info@tekstilisveren.org.tr