

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

SAYI: 397 • OCAK 2014

TEKSTİL İŞVEREN

■ Bir başarı hikâyesi

İpekiş

Tekstil, 2014'te iki haneli büyüyecek

2013 KARNESİ BAŞARILARLA DOLU

Fuarlar * KAZANDIRIYOR MU?

IWTO BAŞKANI PETER ACKROYD: Yünü pazarlamayı unuttuk

Yerli malı + TANIMI DEĞİŞİYOR

Dericilerin gözü ihracat pazarlarında

Sendikamızdan üyelerimize EĞİTİM DESTEĞİ

*
YAZILARIYLA
ŞÜKRÜ KIZILOĞLU VE
SADİ UZUNOĞLU
TEKSTİL İŞVEREN'DE



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

İhracatta olumlu öngörüler var



Tekstil ve hazır giyim sektörleri, geride bıraktığımız 2013 yılında, komşu ülkelerdeki istikrarsızlıklar ve AB ülkelerinde yaşanan ekonomik sıkıntılara rağmen, ihracatta yüksek bir performans gösterdi. **2012 yılında toplam 25.8 milyar dolarlık ihracat** yapan tekstil ve hazır giyimciler, TİM rakamlarına göre **2013'ün Ocak-Aralık döneminde 27.9 milyar dolara** ulaştı. 2014 yılında AB ülkelerinin toparlanmaya başlaması ve komşu ülkelerdeki siyasi istikrarsızlıkların aşılması ile **iki haneli büyüme rakamlarını görebiliriz.**

Ekonomik büyümenin motoru sayılan ihracatımızın daha da artırılması, konulan hedeflere ulaşılmasında önemli bir unsur olarak karşımıza çıkıyor. Bu noktada ihracatçıların ürünlerini dünyadaki alıcılarla buluşturan uluslararası fuarların önemini koruduğunu görüyoruz. Rekabetçi şartlarda avantaj yaratmak için, üyelerimizin, katıldıkları fuarlara yönelik desteklerimizi yeni yılda da sürdürüyoruz. Türk tekstil sektörünün dünya genelinde başarılarını artırmasının yolu, yetişmiş işgücü kaynağından geçiyor. Bu bilinçten hareketle sendikamız, üyelerimizin eğitim ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla 'Eğitim Destek Projesi'ni başlattı. İnsana yapacağımız yatırımın geri dönüşünü en kısa sürede ve fazlasıyla alacağımıza eminiz.

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) 25. Genel Kurul Toplantısı ve Seçimleri yapıldı. **Sendikamızdan Özcan Özenbay, Nevzat Seyok, M. Sinan Abeş ve Nadir Yürüktümen, TİSK Yönetim Kurulu'na** seçildi. Yeni dönemde, daha etkin olmak istediğimiz Konfederasyonda çalışmalar yürütecek üyelerimize başarılar diliyorum.

Muharrem Kayhan
Yönetim Kurulu Başkanı

Sektörlerin İhracat Rakamları (1000 Dolar)

	2012	2013
Tekstil ve Hazır Giyim	25.887.286	27.960.298
Otomotiv Endüstrisi	19.056.057	21.305.104
Çelik	15.441.093	13.835.180
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	11.792.796	11.701.482
Makine ve Aksamları	5.319.030	5.801.970

KAYNAK: TİM

Tekstil İşveren Dergisi

Ocak 2014 Sayı: 397

Türkiye Tekstil Sanayii
İşverenleri Sendikası Adına
İmtiyaz Sahibi
Muharrem Kayhan

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Av. Başar Ay

Yayın Danışma Kurulu
Av. Samim Ergeneli
Levent Oğuz

Basın Müşaviri
Mine Şenkul Ergüven

Yayın Kurulu
Lerzan Öztürk
Av. Çiğdem Subaşı
Av. Ömer Emre Kaynak
Bora Kocaman
Ceren Ermiş
Çiğdem Yıldız

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

Görsel Yönetmen
Murat Kars

Baskı
Bilnet Matbaacılık
Biltur Basım Yayın ve Hizmet A.Ş.
Yukarı Dudullu Organize Sanayi Bölgesi 1. Cadde
No: 16 Ümraniye / İstanbul
Tel: 444 44 03 Faks: 0216 365 99 07-08

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

Tekstil İşveren Dergisi, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası tarafından aylık olarak yayınlanır. Kaynak
gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir. Dergide bulunan
imzalı yazıların sorumluluğu yazarlara aittir.

Dolu dolu geçen bir yıl



2013 yılında birçok etkinliğe, çalışmaya destek verdik. Sonuçlarını da almaya başladık, tıpkı 'Yalın 6 Sigma Ödülleri' gibi. Çalışanların başarılı projelerine, kısa süre önce ödülleri takdim edildi. Eğitim ve istihdama yönelik çalışmalara da ağırlık verdik. Örneğin sektörümüzde çalışacak tekstil mühendisi ve tasarımcıların niteliklerini belirlemeye yönelik anket çalışması başlattık. Yine, 'Eğitim Destek Projesi'ne start verdik. Bu çerçevede sendikamız, üyelerimize 144 başlıkta eğitim verecek. Bu konulara ilişkin detayları dergimizin sayfalarında bulabilirsiniz. Tekstil sektörü, başarılarla dolu bir yılı geride bıraktı. Nitekim bu konuyu kapağımıza taşıyarak, "Tekstilin 2013 karnesi"ni çıkardık. Bu karne, 2014 için bize büyük ümitler verdi. Deri sektörünün geldiği noktadan da gurur duyduk. Malum, fuarlar, sektörümüz için çok önemli. "Hedefe giden yolda gerçekten işe yarıyor mu?" sorusundan hareketle, tekstil ve hazır giyim fuarlarını mercek altına aldık. Acaba, tekstilin olmazsa olmazı 'yün' konusunda ne durumdayız? Bu sorunun yanıtını da Uluslararası Yünlü Organizasyonu (IWTO) Başkanı Peter Ackroyd verdi. Bu özel röportajı dikkatli okumakta fayda var. Umut dolu, başarılı ve sağlıklı bir yıl dileğimle.

Av. Başar Ay
Genel Sekreter



- 3 Başkan'ın mesajı**

5 Editör

8 Kısa haberler

10 Dünyada çalışma hayatı

12 Tekstilin 2013 karnesi
Türkiye'nin lokomotif sektörü, 2013'te büyüme performansını sürdürdü.

18 Dericilerin gözü ihracat pazarlarında
Yeni hedef pazarlarla birlikte sektörün ihracat büyümesinin yüzde 20'leri bulması bekleniyor.

24 Ekonomi, 'yerli malı' silahıyla ateşlenecek
Birçok ülke, kamu alımlarında yerli malını teşvik ederek iç piyasasını canlandırdı. Türkiye de 'yerli malı' tanımını değiştiriyor.

29 Sendikamızdan üyelere eğitim desteği
'Eğitim Destek Projesi'ni başlatma kararı aldık.

30 Sadi Uzunoglu
Kur politikası üzerine

32 Fuarlar kazandırıyor
Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim fuarları, Avrupa'nın yükselen yıldızı haline geldi.

40 TTIP'te üçüncü tur yapıldı
AB-ABD Transatlantik Yatırım ve Ticaret Ortaklığı Anlaşması'nın üçüncü turu Washington'da yapıldı.

42 "Yünü pazarlamayı unuttuk"
IWTO Başkanı Peter Ackroyd'la 'yün' üzerine özel röportaj yaptık.

47 TİSK yönetimi yenilendi
Sendikamızdan dört isim, TİSK yönetimine seçildi.

48 Şükrü Kızılot
Şirkete otomobil ve cip almak mı, kiralamak mı avantajlı?

50 İtalyan markalarının arkasındaki isim
İpekiş'in Genel Müdürü Aşkın Kandil, başarılarının sırrını anlattı.

55 Nasıl bir çalışan istiyoruz?
TTSİS, sektörümüzde çalışacakların niteliklerini anket çalışmasıyla belirlemeye çalışıyor.

56 'Mükemmellik' ödülleri dağıtıldı
'Yalın 6 Sigma' ödülleri sahiplerini buldu.

58 Zamansız hikâyelerin anlatıcısı
Aslı Filinta, Türkiye'nin tek eksiğinin dünyalı olmak olduğunu söylüyor.

62 Kültür-Sanat

64 İngilizce özetler

66 Fuar takvimi



YÜKSEK BÜYÜME SÜRECEK

Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, gelecek 10 yılın, geçmiş 10 yıla göre ortalama büyümelerin daha düşük olduğu bir dönem olacağını, buna rağmen gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere göre çok daha yüksek büyüme oranları sergilemeye devam edeceğini söyledi.

MÜSİAD'ın düzenlediği Genişletilmiş Başkanlar Toplantısı'na katılan Babacan, Türkiye'nin şu anda dünyanın en büyük 16'ncı ekonomisi olduğuna işaret ederek, buna karşın Türkiye'nin tarımda yedinci, gelen turist sayısında ise altıncı sırada olduğunu vurguladı. Babacan, enflasyonla ilgili orta ve uzun vadeli yüzde beş hedefini de koruduklarını belirtti.

“Koreli işçiler yalnız değildir”

G. Koreli demiryolu işçileri, devlet demiryollarının özelleştirilmesine karşı çıkmak için greve gitti. Kore hükümeti, ILO sözleşmelerine aykırı biçimde grevi yasadışı ilan etti. Önce 7 bin işçiyi işten çıkarttı ve Demiryolu Sendikası yöneticileri hakkında tutuklama kararı aldı. Ardından 5 bin polisin katıldığı bir operasyonla Kore Sendikalar Konfederasyonu Genel Merkezi'ni basıp, 130 sendikacıyı tutukladı. Tutuklananlar arasında üç konfederasyon yöneticisinin yanı sıra Belediye İşçileri Sendikası, Öğretmenler Sendikası ve İnşaat İşçileri Sendikası Genel Başkanları da bulunuyor. DİSK üyeleri, bu durumu protesto etmek için, 24 Aralık 2013'te İstanbul'daki Güney Kore Başkonsolosluğu önünde eylem yaptı. Ellerindeki Korece yazılı “Güney Kore işçileri yalnız değildir” pankartları dikkat çekti.



İHRACAT 14 MİLYAR DOLARA YÜKSELDİ!

Türkiye İstatistik Kurumu ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı işbirliğiyle oluşturulan geçici dış ticaret verilerine göre, ihracat 2013 yılı kasım ayında 2012 yılının aynı ayına göre yüzde 3.6 artarak 14 milyar 252 milyon dolar, ithalat ise yüzde 2.2 artarak 21 milyon 403 milyon dolara yükseldi.



ALTIN İTHALATI REKOR KIRDI

Türkiye'nin altın ithalatı aralık ayında bir önceki aya göre yüzde 64 artarak 31.65 ton olurken, 2013'ün tamamında 302.3 ton ile rekor seviyeye yükseldi. Borsa İstanbul Kıymetli Madenler ve Kıymetli Taşlar Piyasası verilerine göre, altın ithalatı kasım ayında 19.29 ton, 2012 yılının aralık ayında ise 3.6 ton olmuştu. Altın ithalatı 2012 yılında ise 120.78 ton olarak gerçekleşmişti. Böylece altın ithalatı 2013'te bir önceki yıla göre yüzde 150 artış göstermiş oldu. Borsa İstanbul'un yayımladığı altın ithalat verileri 1995 yılından başlıyor.



NASDAQ, BORSA İSTANBUL'A ORTAK OLUYOR!

Borsa İstanbul (BIST) Başkanı İbrahim Turhan, NASDAQ-OMX ile yaptıkları stratejik anlaşmanın detaylarını BIST Genel Kurul'unda verdi. İbrahim Turhan konuyla ilgili şöyle konuştu: “Anlaşmayla, NASDAQ-OMX BIST'e işlem platformu Genium Inet'i verecek. İşlem öncesi, işlem sonrası ve takas içinde NASDAQ yazılımları alınacak. NASDAQ-OMX endeks hesaplama modülü de BIST'te kullanılacak.” Turhan, NASDAQ'la anlaşma olması durumunda BIST'in NASDAQ'da azınlık payına sahip olacağını da söyledi. Turhan'ın verdiği bilgiye göre, elektrik güç sözleşmeleri de borsada işlem görecek.



YENİ YIL ZAMLARI

Yeni yılla birlikte yeni zamlar da geldi. Motorlu Taşıtlar Vergisi'nden, pasaport ve ehliyet bedellerine kadar birçok şeyin bedeli değişti. Maliye Bakanlığı, 2014 yılı için değerli kağıt bedellerini de belirledi. Pasaport bedeli 72 TL'den 75 TL'ye, ehliyet bedeli ise 89 TL'den 92.50 TL'ye çıktı. Yabancılar için ikamet tezkereleri 206, nüfus cüzdanları 6.75, aile cüzdanları 69, sürücü belgeleri, sürücü çalışma belgeleri (karneleri) ve motorlu araç trafik belgesi 92.50, motorlu araç tescil belgesi ile iş makinesi tescil belgesi 69.50, her bir çek yaprağı için banka çekleri 4.75, Mavi Kart ise 6.75 liradan satılacak.



KIDEM TAZMİNATI BAŞKA BAHARA!

Kıdem tazminatı konusunda tarafların cesur bir adım atmadığını belirten Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, “Bu nedenle başka bahara kaldı” açıklamasında bulundu. Bilindiği üzere, taraflar, aylardır kıdem tazminatı üzerine çalışıyorlardı. Faruk Çelik ayrıca, asgari ücret için de konuştu: “Ekonomi bakanlarımızla bir araya gelip asgari ücretin bir geçim ücreti değil, bunun bir koruma ücreti olduğunu ele alacağız. Bu bakışın kamuda nasıl ele alınacağı konuşacağız” dedi.



Türk Lirası son beşe yerleşti!

2013'ün ikinci yarısı yaşanan gelişmeler, ülke piyasaları için zor geçmesine neden olurken, kurlar, dolar karşısında eridi. FED'in 22 Mayıs'ta 85 milyar dolarlık varlık alımlarını azaltma sinyali ile güçlenen dolar karşısından gelişen ülke kurları düşüş kaydetti. ABD piyasalarında iyileşme göstergelerinin artması buna karşılık piyasalarından para çıkışının hızlanacağı inancı ile gelişen ülke piyasalarını olumsuz etkiledi. Yılın ikinci yarısında gelişen piyasalarda yaşanan dalgalanma ile Morgan Stanley analistleri beş ülkenin üzerine spotların dönemisine neden oldu. BRICS, MİST gibi kısaltmaların içinde olan Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika gibi ülkeler kırılğan beşli başlığı altında toplandı.



Hindistan'da işçiler parlamentoya yürüdü

12 Aralık 2013 tarihinde Delhi'de bir araya gelen 200 bin işçi, 87 ve 98 sayılı ILO Sözleşmeleri'nin onaylanmasını talep ettiler. Ramlila Meydanı'ndan Parlamento'ya yürüyüşü 11 işçi sendikası düzenledi. Göstericiler, hükümetin işsizlikteki artışa, tarımsal üretimde durgunluğa, ücret kesintilerine ve reel kazançlardaki kayıplara sebep olan neo-liberal politikalarına son verilmesini talep ettiler.

Yedi Çinli işçi, İtalya'daki yangında öldü

İtalya'nın Toskana bölgesinin Prato şehrindeki Macrolotto sanayi bölgesinde, 1 Aralık 2013 tarihinde çıkan yangında, yedi Çinli göçmen konfeksiyon işçisi öldü, üç işçi de yaralandı. Yangın, bir tekstil fabrikanın deposunda başladı. İşçiler deponun üstünde, mukavva bölmelerden oluşan uydurma yatakhane de uyuyorlardı. Macrolotto sanayi bölgesinde birçok Çinli firma faaliyet gösteriyor. Bölgede ticari faaliyette bulunan 4 bin 500'ün üzerinde firma var. Bu firmalar, yaklaşık 30 bin yasal Çinli göçmeni istihdam ediyor.



İsviçre'de Migros ve Coop'a çağrı!

Global istihdam liderleri İsviçre'de bir araya gelerek, süpermarket zincirleri Migros ve Coop'un Bangladeş Yangın ve Bina Güvenliği Anlaşması'nı imzalamasını talep ettiler. Şimdiye kadar 120 global marka anlaşmayı imzaladı. Bu anlaşma, ölümle sonuçlanan trajediler serisini takiben Bangladeş konfeksiyon sektöründe güvenlik ve sürdürülebilirliğin sağlanmasını amaçlayan ve yasal olarak bağlayıcı bir doküman. Ancak, İsviçre'nin iki ticaret devi, isimlerinin listeye ilave edilmesini reddediyor.



Afrika Kalkınma Bankası'ndan ILO şartı

Afrika Kalkınma Bankası, bankadan kredi alan tüm müşterilerin ILO'nun temel çalışma standartlarına ve işçileri koruyan diğer şartlara uymak zorunda olduklarını belirtti. 'Çalışmaya Yönelik Koruyucu Tedbir 5: Çalışma Şartları, Sağlık ve Güvenlik' tedbirinin uygulamaya geçirilmesi hususunda, Afrika Kalkınma Bankası, bankadan kredi alan herkesin, ILO'nun temel çalışma standartlarına uymasını, işçilere çalışma şartları ve hakları konusunda yazılı bilgi vermesini, temel iş sağlığı ve güvenliği standartlarına uymasını ve taşeron işçilerin çalışma şartları için de sorumluluk almasını şart koştu.



Filistin'de sosyal güvenlik çalışması

Filistin Ulusal Sosyal Güvenlik Kurumu, emekli maaşlarını, analık yardımı ve iş kazası yardımlarını kapsayan ve hem işverenler hem de işçiler tarafından finanse edilmek üzere önerilen bir sosyal güvenlik planını gündeme getirdi. Tüm özel sektör işçilerini kapsamak üzere yapılan çalışmalar hakkındaki duyuru, 2 Aralık 2013 tarihinde Başbakan Rami Hamdallah'ın himayesinde düzenlenen bir etkinlikte yapıldı. Sisteme işçiler yüzde 7.7 ve işverenler ise yüzde 10.4 katkı sağlayacaklar. Sisteme iştirak edenlerin toplam sayısının 2015 yılında 82 bin 646, 2025 yılında ise 336 bin 440'a yükselmesi öngörülüyor.



İsveç'te Alfa Laval protestosu

Hindistan'daki fabrikalarında çalışan işçilere lokavt uygulayan Alfa Laval'ın İsveç'in Göteborg ilinde bulunan merkez bürosunun önünde protesto gösterileri yapıldı. 800 işçi ve memurun çalıştığı Alfa Laval'ın Hindistan'ın Pune ilindeki fabrikasındaki işçilerin 540'ı taşeron firmalarda çalışıyor. Bu işçilere ayda 8 ila 10 bin Rupî arasında ücret verilirken aynı işi yapan kadrolu işçilere 30 ila 40 bin Rupî veriliyor. Bir kısmı 15 yılı aşkın çalışmasına rağmen, işçilerin kadrolu olma talepleri işveren tarafından kabul edilmiyor.

Uzun süreli işsizlik tehlike oluşturuyor

Uluslararası Çalışma Örgütü ILO'nun 'Çalışma Hayatının Temel Göstergeleri' yayınına göre, iş arayanların kısa bir sürede yeni bir iş bulabilmeleri zorlaşıyor. Bazı ülkelerde, 2008'deki kriz öncesi durumla mukayese edildiğinde, işsiz kalan süre uzuyor. ILO İstihdam Eğilimleri Bölüm Yöneticisi Ekkehard Ernst, yakın zamanda işsizlik oranlarının düştüğüne ilişkin haberlerin, birçok işsiz makul bir süre içerisinde, yani altı ay veya daha kısa bir süre içerisinde yeni bir işe girmelerinin gittikçe daha zorlaştığına dair acı gerçeği gizlediğini vurguladı. Örneğin İspanya'da, İngiltere'de, ABD'de, Sırbistan ve Bulgaristan'da uzun süreli işsizlik 2008'e kıyasla yüzde 40 veya daha fazla artış gösterdi. Gelişmekte olan ülkelerde de durum farklılık göstermiyor.



Irak'ta, eski çalışma yasalarını değiştirme zamanı

Irak'ta ILO'ya uyumlu çalışma yasası ve sendikalar yasasına hızlı bir şekilde geçişin sağlanması için Iraklı yetkililerle diyalog devam ediyor. Cenevre'deki Irak Büyükelçiliği'nde 9 Aralık 2013'te yapılan toplantıda, işçilerin örgütlenme haklarının engellendiği Saddam Hüseyin dönemindeki kanunların yerine geçmek üzere, yeni çalışma kanunu ve sendikalar kanununun yasama sürecini desteklemek amacıyla yapıcı müzakereler gerçekleştirildi. IndustriAll Global Sendikası, Irak Büyükelçisi Mohammad İsmail'e, ILO'ya uyumlu bir çalışma yasasının hâlâ askıda olduğunu, IndustriAll'a üye Iraklı sendika liderlerinin ise işçileri özgürce örgütleyemediklerini bildirdi.



Tekstil 2013 karnesi başarılarla dolu

Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden tekstil ve hazır giyim, 2013'te büyüme performansını sürdürdü. Karnesi başarılı çalışmalarla dolu. Sektörün 2014 yılında iki haneli büyüme rakamlarını yakalaması bekleniyor.

2013'ün Ocak-Aralık döneminde, 27,9 milyar dolarlık ihracat yapıldı.

Türkiye'nin ihracat yoğun sektörleri arasında yerini alan tekstil ve hazır giyim sektörleri, hedef pazarlarında yaşanan olumsuzluklara rağmen büyümesinden ödün vermiyor. 2013'te temkinli bir büyüme sergileyen tekstil ve hazır giyim sektörleri, 2012 yılında toplamda 25.8 milyar dolarlık ihracat performansı sergilemişti. Sektör, 2013'ün Ocak-Aralık döneminde 27.9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. 2014 yılında ise iki haneli büyüme rakamlarını yakalaması bekleniyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin 2013'te gerçekleştirdiği çalışmalardan yola çıkarak sektörün karnesini araştırdık. Bu sektörlerin 2013 performansında öne çıkan gelişmeler ve ana başlıklar şöyle;

Temkinli performans

Dünya ekonomilerinde yaşanan dalgalanmalardan nasibini alan Türk tekstil sektörü, 2013 yılının ilk 10 aylık döneminde önceki yıla göre daha temkinli bir performans sergiledi. 2013'te hem yatırımlarda hem de ihracat bağlamında artışlar kaydeden tekstil sektörü, dünyadaki ekonomik sıkıntıların

Afrika ülkelerine ve Türk Cumhuriyetleri'ne yapılan ihracatta önemli artışlar olduğunu ifade eden tekstil sektörünün oyuncuları, 2014 yılına daha umutlu bakıyorlar.

Geleneksel pazarlarda düşüş

Türkiye'nin 2012 yılı tekstil ihracatı (halı hariç) 8.3 milyar dolar olarak gerçekleşti. Geleneksel pazarlarında yaşanan düşüşten etkilenen sektör, alternatif pazarlara yönelerek ihracatını artırdı.

İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, tekstil ihracatının 2013'ün sonunda, bir önceki yılın biraz üzerinde bir rakama eriştiğini söylüyor.

Sektörün geleneksel pazarlarında yaşanan düşüşün alternatif pazarlarla telafi edildiğine dikkat çeken Gülle, son yıllarda özellikle Çin'in talebinin artmasının tekstil sektörüne olumlu yansıdığını da vurguluyor. Sektör, son 10 yılda Brezilya, Çin, Tunus gibi yeni pazarlara olan ihracatını önemli ölçüde artırırken, yeni pazarlarla birlikte pazar çeşitlenmesi bakımından önemli başarılarla da imza atmış oldu. Gülle, tekstil sektörünün

İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı İsmail Gülle, Türkiye'nin tekstil ihracatının, 2013 yılının sonunda, bir önceki yılın biraz daha üzerinde bir rakama eriştiğini söylüyor.

yansımalarını en aza indirgeyebilmek için kontrolü elden bırakmadan başarılı bir performans sergiledi. Ekonomideki olumlu göstergeler olarak sıralanabilecek cari açığının küçülmesi, işsizlik rakamlarının azalması ve sermaye girişinin artması, 2013 yılında sürdürülebilir artışı desteklese de, bütçe açığı, büyüme rakamlarında ortaya çıkan azalış ve global ortamda yaşanan dalgalı seyir, tekstil sektöründe adımların temkinli atılmasına neden oldu.

Sektör temsilcileri, ekonominin uzun vadede toparlanabilmesi ve dünya ekonomisi içinde daha iyi bir konuma gelebilmesi için yapısal ve kalıcı tedbirlerin alınması gerektiği konusuna özellikle dikkat çekiyorlar. Sektörün hızlı atılım arayışlarının ancak bu yönde şekilleneceği de vurgulanan bir diğer konu.

AB ülkelerinde devam eden ekonomik istikrarsızlık ile komşu ülkelerde yaşanan siyasal belirsizliklerin giderilmesiyle Türkiye ekonomisinin tekrar yüksek büyüme rakamlarını yakalayacağı da öngörülüyor. Mevcut pazarların daralmasının oluşturduğu alternatif pazar yönelmeleri sonrası Orta Doğu ülkelerine, Eski Doğu Bloğu ülkelerine,

2013'te yaklaşık 8.5 (halı hariç) milyar dolarlık bir ihracat rakamını yakaladığını da söylüyor.

Serbest ticaret anlaşmaları

Tekstil hazır giyim sektörleri için Brezilya, Güney Kore gibi ülkelerle serbest ticaret anlaşmalarının imzalandığı yıl olması ile dikkat çeken 2013 yılı, bu anlamda da önemli bir yere sahip. Türkiye'nin alternatif pazarları arasına girmeyi başaran Güney Kore ile 2013 yılının Mayıs ayında imzalanan serbest ticaret anlaşması sonrası, Türk iş adamları bu ülkeye yönelik ihracat hamlesi başlattı. İki ülke arasındaki ticareti geliştirmek üzere, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) ve Güney Koreli Daegu Gyeongbuk Tekstil Sanayi Derneği (DGTIA) arasında bir mutabakat anlaşması imzalanmıştı.

TGSD Başkanı Cem Negrin, Türkiye ile Güney Kore arasında imzalanan anlaşmanın Türk tekstil ve hazır giyim ticaretinde yeni ufuklar açacağını açıklamıştı.

2012 yılında yaklaşık 6.2 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapan Güney Kore'nin, dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı Türkiye için ciddi bir potansiyel



barındırdığına da dikkat çekilmişti.

Oysa Türkiye'nin 17 milyar dolarlık tekstil ihracatı içinde Güney Kore'nin payı yüzde 0.2 gibi bir rakamla yok denecek kadar az. Tekstil ve hazır giyim sektörleri, ülkeye toplam 22 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, G. Kore'den 240 milyon dolarlık tekstil ürünleri ithal etmiş durumda. Bu durum da ülkenin Türkiye için önemini ortaya koymaya yetiyor.

6.2 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapan Güney Kore, dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı konumunda.

Ev tekstilinde ihracatın yanı sıra iç pazardaki büyüme de tekstil sektörüne olumlu yansıyor. Öyle ki; ev tekstili ve dekoratif ürünlerin Türkiye'de 10 milyar dolarlık bir iç pazar hacmi yarattığına da işaret ediliyor.

İhracatla birlikte iç pazarda evlenmeler, yeni ev açmalarla oluşan ev tekstili talebi, iç pazardaki pastanın her geçen yıl artmasını ve bu alana yapılan yatırımların da hız kazanmasını sağlıyor.

Ev tekstili konusunda üretim yapan orta büyüklükteki firmaların 2013 yılını iyi geçirdiklerine işaret eden Prestige Mensucat Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Yaşar, "Orta çaplı firmalar 2013 yılını iyi geçirdiler.

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, başarılı tasarımları ile de dikkatleri üzerine çekiyor.

Sektörümüzün 2012-2013 Performansı (1000 Dolar)		
	2012 (Ocak-Aralık)	2013 (Ocak-Aralık)
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	16.038.094	17.372.633
Tekstil ve Hammaddeleri	7.839.144	8.391.398
Halı	2.010.048	2.196.267
Toplam	25.887.286	27.960.298

KAYNAK: TİM



Ev tekstili üreticileri, 2014 yılında çok umutlu.

Ev tekstili Türkiye'de son dönemde rayına oturmaya başladı. 2013 yılında firma büyümesinden ziyade kârlılığımız büyüdü ve yılı yüzde 85'lik bir ihracatla kapatıyoruz. 2014 yılının da 2013 yılından daha iyi bir yıl olmasını bekliyoruz” diyor.

Ev tekstili sektörünün büyümesinde, düzenlenen fuarların da büyük katkı sağladığına işaret ediliyor.

Ev tekstili için 2013 yılının özellikle de 2013'ün son çeyreğinin iyi geçtiğini belirten

Ev tekstil sektörü, iç pazarın yanı sıra dış pazarda da büyüme stratejileri geliştiriyor. Durgunlaşan Avrupa'ya alternatif olarak, Arap ve Afrika pazarlarına açılıyor.

Minteks Yönetim Kurulu Başkanı Emin Nallar şunları söylüyor: “Sektörümüz için 2013 çok iyi bir yıld, özellikle de yılın son çeyreği daha iyi geçti. Büyümede düzenlenen fuarların da önemli katkısı oluyor. 2013 sonunda, ihracatta yüzde 20 civarında bir büyüme olmasını bekliyoruz. Ayrıca 2014'ten de çok umutluyum. Doların 2 TL ve üzerinde bir noktada durması ihracatımız açısından çok önemli olacaktır.”

Ev tekstili sektörü, iç pazarın yanı sıra dış

pazarda da büyüme stratejileri geliştiriyor. Bu çerçevede firmalar, durgunlaşan Avrupa pazarına alternatif olarak Arap ülkeleri ve Afrika pazarlarına açılarak ihracat rakamlarını korumaya çalışıyor. Bazı firmalar da, dış pazardaki daralmayı iç pazar satışlarını artırarak telafi etme yoluna gidiyorlar.

Afrika ve Arap ülkeleri

Durgunlaşan Avrupa pazarına alternatif olarak Arap ülkeleri ve Afrika pazarlarına odaklandıklarına işaret eden EKT Tekstil'den Erdal Eken, yaptıkları çalışmaları şöyle özetliyor: “Avrupa'ya alternatif olarak Arap ülkeleri ve Afrika pazarlarına açıldık. Arap ülkelerinde geçmişte de zaten vardık; ancak oradaki etkinliğimizi, kapasitemizi artırarak daha da yoğunlaştırdık. Burada karşımıza Çin'in rekabeti çıkıyor. Arap ülkelerinde de Çin olmasına rağmen Türkiye rekabet edebiliyor. Önceki yıllarda ihracatımız, üretimimizin yaklaşık yüzde 95'ini oluşturuyordu. İç pazar yoğunluğumuz ise yüzde 5 civarındaydı. Ancak rekabetin artmasının ardından yurt dışına satış imkânları daralınca yüzde 40 iç pazar, yüzde 60 dış pazar şeklinde yeniden bir yapılanma yaptık. Firmamız

bazı ürünlerde küçülme yaşarken piyasanın talepleri doğrultusunda örneğin iplik-boya bölümünde büyüdü. Önümüzdeki dönemde de talepler doğrultusunda yeni yatırım yapma kararı verdik. Şu anda bunun araştırmasını yapıyoruz.”

Eylem planı hazırlandı

2013 yılı, tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerini kapsayan 2013-2017 Eylem Planı Taslağı'nın hazırlandığı yıl olmasıyla sektör için önemli bir yıl niteliği taşıyor. Taslak, sektördeki kayıt dışılığı önlemek, sektöre yeni bir vizyon kazandırmak ve Ar-Ge çalışmalarının desteklenmesi gibi önemli başlıkları içermesi ile de önem taşıyor.

Tüm bakanlıkların işbirliği yaptığı çalışmada, TOBB'dan TİM'e KOSGEB'den Deri Sanayicileri Derneği'ne kadar sivil toplum kuruluşları (STK) da aktif rol oynarken, bahsi geçen planın 2014'ün ilk çeyreğinde hayat bulması da bekleniyor.

Sektör için büyük önem taşıyan plan kapsamında, doğu illerinde tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin kümелendiği bölgelerle, İstanbul ve diğer liman şehirleri arasında lojistik maliyetlerini düşürmeye yönelik tedbirler alınması da öngörülüyor.

İstanbul Zeytinburnu'ndaki üretim tesislerinin sanayi bölgelerine taşınması planı da taslağın öne çıkan maddeleri arasında başı çekiyor.

Katma değeri yüksek ürünler

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde son yıllarda rekabetin yoğunlaşması, tekstil ve konfeksiyon üreticilerini daha rekabetçi ürünler olarak tanımlanan teknik tekstillere yönlendiriyor. Çünkü bu ürünler basic ürünlerle kıyaslandığında daha rekabetçi olmaları ve az üretimle daha çok kazandırmaları nedeniyle daha fazla tercih ediliyor. Bu trend doğrultusunda dünyada 200 milyar dolarlık pazar büyüklüğüne sahip olan teknik tekstiller son yıllarda Türkiye'de de hızla büyüyor. Bu alandaki iddiasını artıran Türkiye, 2012'de 1.3 milyar dolarlık teknik tekstil ihracatı gerçekleştirdi. 2013 yılında ise yaklaşık 1.5 milyar dolara ulaştı.

Teknik tekstil üretimi konusunda daha iddialı olan tekstil sektörü, geliştirdiği leke tutmayan, arı sokmasını önleyen giysiler gibi ürünleri Avrupa'dan ABD'ye kadar pek çok coğrafyaya satıyor. Bu konuda son dönemde Çin'in de rekabet yaratmasına karşın Türk üreticileri, kaliteli üretimleri, hızlı sevkiyat özelliği ile bu süreçte öne çıkıyor.



YAKUP GÜNGÖR (TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI İKİNCİ BAŞKANI)

Gelecek daha iyi olacak

“Tekstil ve hazır giyim sektörü, 2013 yılını 26 milyar dolara yaklaşan bir ihracatla kapattı, bu çift haneli büyüme demektir. 8.4 milyar dolar tekstil, 17.4 milyar dolar hazır giyim (hazır giyimin yarıya yakınının tekstil, hazır giyim içindeki tekstilin de en az yarısının yerli ürünler olduğu da unutulmamalıdır) ihracatına, iç pazarı ve kayıttan kaynaklanan belirsizlikleri eklersek, sektör toplamda 80 milyar dolar seviyelerinde bir büyüklüğü temsil ediyor. Net ihracatçı olan sektörün performansını arttıran ana faktörler koruma önlemleri, (iki yıldır süren ve sürdürülmesi gereken), yatırım teşvikleri ve katma değerli ürünlere, tasarıma ve lojistiğe yoğunlaşmaktır. İstihdam deposu olan sektörün geleceğinin daha da iyi olmasının en temel gerekçesini AB ekonomilerinde toparlanmanın ve talebin başlamış olması oluşturmaktadır. AB bizim ana pazarımız olmaya devam edecektir ve etmelidir. Sektörün daha da ivme kazanabilmesi ise devlet politikalarına, özellikle de sektörel yatırım teşviklerine, serbest ticaret anlaşmalarına, hammadde, özellikle de pamuk politikamıza, sektörün stratejik olarak düşünülüp, korunmasına paralel gelişecektir. Hem Türkiye hem de sektör açısından, ABD' nin Avrupa (TTIP) ve Asya (TPP) ile ticaret anlaşmaları hayati önem taşımaktadır ve Türkiye' nin sürecin dışında kalmaması için herşey yapılmalıdır.”



İBRAHİM BURKAY (ULUDAĞ TEKSTİL İHRACATÇILARI BİRLİĞİ BAŞKANI)

Teknik tekstiller büyüdü

“Bir tekstil ülkesi olan Türkiye, bu alandaki tecrübelerini artık katma değeri yüksek tekstil ürünlerine yönlendirmeye başladı. Bu çerçevede konvansiyonel tekstillerden, katma değeri yüksek teknik tekstillere geçiş için büyük adımlar atılıyor. Biz de UIB olarak Ar-Ge Proje Pazarı etkinliği ile teknik tekstillere geçiş konusuna destek vermeye devam ediyoruz. Teknik tekstiller basic ürünlere göre çok daha iyi kazandıran ürünler olması bakımından da hem firmalar hem de ülke ekonomisi için önemli bir yere sahipler.”



İSMAİL GÜLLE (İSTANBUL TEKSTİL HAMMADDELERİ İHRACATÇI BİRLİKLERİ BAŞKANI)

Temkinli büyüme

“Sektörümüz dünyada yaşanan gelişmelerden etkilenen bir sektör olarak öne çıkıyor. Yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen sektörümüz geliştirilen yeni stratejilerle büyümesinde hız kesmiyor. 2013'te hedef pazarlarımızda yaşanan dalgalanmalar ve çevre ülkelerde yaşanan istikrarsızlıklar sektörümüzün temkinli büyümesine neden oldu. Önümüzdeki yıllarda büyümenin hız kazanmasını bekliyoruz.”

Dericilerin gözü ihracat pazarlarında

Türk deri sanayi, 100 yıllara varan tecrübesiyle, dünyada önde gelen ülkeler arasında yer alıyor. Son yıllarda yapılan tanıtım atakları ile direkt ihracat 2013'te yaklaşık 1 milyar 950 milyon dolar oldu. Yeni hedef pazarlarla birlikte sektörün ihracat büyümesinin yüzde 20'leri bulması bekleniyor.

Türkiye'de deri üretimi,
14 organize sanayi
bölgesinde yapılıyor.

Türkiye, deri sektöründe 100 yıllara varan tecrübesiyle, bilgi birikimiyle, kalitesiyle, dünyada öne çıkan ülkelerden biri. Bundan 20 yıl önceye kadar Kazlıçeşme gibi koşulların zor olduğu bölgelerde yapılan üretim, bugün ağırlıklı Marmara ve Ege Bölgesi'nde olmak üzere 14 deri organize sanayi bölgesinde yapılıyor. Dünya standartlarında, çevre sorunlarına duyarlı, doğaya saygılı bir üretim gerçekleştiriliyor. Bunun yanında kalite olarak da dünyada öne çıkmış durumda. 20 bin civarında işletmenin ve 400 bin civarında çalışanın olduğu güçlü bir sektör. Tabakhanelerde yılda 6 milyon büyükbaş, 50 milyon küçükbaş hayvan derisi işleniyor.

Türkiye, kürk ve süet grubu yani yünlü deride dünyanın en önemli üreticisi. Ancak bu ürünler, daha çok iklimi çok soğuk olan ülkelerde kullanılıyor ve bu nedenle pazar payı düşük. Zig adı verilen normal giysilik deride ise Türkiye, İtalya ve İspanya'nın ardından en büyük üçüncü üretici ülke konumunda. Türkiye'de iç pazarın yaklaşık 3 milyar TL büyüklüğe sahip olduğu kaydediliyor. Bunun yanında 2013 yılında 1 milyar 925-1 milyar 950 milyon dolar arasında bir ihracat rakamına ulaşılacak. Özel faturalı, yolcu beraberi ve turistik satışlar da

katıldığında sektörün ihracat gücünün 3,5 milyar dolar seviyelerinde olduğu tahminleri yapılıyor.

Dünyada deri sektörünün büyüklüğü 2011 rakamlarıyla yaklaşık yarısı ayakkabıdan olmak üzere 225 milyar dolar. En büyük ülkeler ise yüzde 31.8 payla Çin ve yüzde 10.8 payla İtalya. Türkiye ilk 10'da değil. Özellikle kaliteli deride öne çıkan Türkiye'nin önemli bir büyüme potansiyelinin olduğu, sektör temsilcileri tarafından ifade ediliyor.

İhracat artıyor

Türkiye deri sektörü, ihracat pazarlarında kaliteli deri ürünlerinde başarılarıyla dikkat çekiyor.

Türkiye'nin toplam ihracat rakamları geleneksel pazarı olan Avrupa ülkelerinde süregelen durgunluk ve yeni açılan pazarlardan Ortadoğu ve Kuzey Afrika'daki Arap Baharı sonrası oluşan istikrarsızlık nedeniyle 2012 yılına yakın yüzde 0.2 aşağıda 124.4 milyar dolar seviyelerinde seyrediyor.

Deri sektörü ise ihracat pazarlarında büyümesini sürdürüyor. Türkiye Deri

Tabakhanelerde yılda 6 milyon büyükbaş, 50 milyon küçükbaş hayvan derisi işleniyor.

Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) verilerine göre, 2008 yılında 1 milyar 337 milyon dolar Türkiye deri ihracatı, 2009 yılında global krizle birlikte 1 milyar 62 milyon dolar seviyelerine indi. Ancak sonrasında yükseliş eğilimi devam etti ve 2012 yılı 1 milyar 605 milyon dolar seviyesine yükseldi. 20 Aralık 2013 itibarıyla 1 milyar 855 milyon dolar ihracat rakamına ulaşıldı. 2013 yılı ise yukarıda da belirttiğimiz üzere 1 milyar 925-1 milyar 950 milyon dolar arasında bir ihracat rakamıyla kapanacak.

TDKD Başkanı Mehmet Ali Dinç'in verdiği bilgilere göre ise, 2013/10 aylık dönemde deri sektörü ihracatını yüzde 17,7 artırdı. Deri ve kürk konfeksiyon grubu ise yüzde 14.4'lük bir artış kaydetti. Mehmet Ali Dinç, sektörün 2023 yılı ihracat hedefinin ise 5.5 milyar dolar olduğunu kaydediyor. Bunun yanında deri sektörünün teşvikler, markalaşma yönünde atılacak önemli adımlarla birlikte 2023 yılında 10 milyar



Deri sektörü, Türkiye iç pazarında yaklaşık 3 milyar TL büyüklüğe sahip.

Türkiye, kürk ve süet grubunda dünyanın en önemli üreticisi. Normal giysilik deride ise, İtalya ve İspanya'nın ardından en büyük üçüncü üretici konumunda.

dolar ihracat rakamına ulaşabileceği yönünde tahminler de yapılıyor.

Rusya en büyük pazar

Türkiye'nin deride ihracat pazarlarına bakıldığında ise hâlâ en büyük pay Rusya'nın. 2012 yılında 435 milyon dolar ihracat yapılan Rusya'ya 2013'ün 10 ayında ise 402.4 milyon dolarlık satış yapıldı. Havaaların sıcak gitmesi gibi iklimsel şartlardan dolayı bu pazarda biraz daralma olduğunu vurgulayan Mehmet Ali Dinç'in dikkat çektiği pazar ise Çin. 2012 yılında bu ülkeye 47.7 milyon dolarlık ihracat yapılmış durumda.

Giysilik derinin dünyada daha çok markaların tekelinde olduğunu söyleyen Dinç, bu durumun ciddi fiyat baskısı yarattığını kaydediyor. Dinç, "Türkiye olarak, alt grup tüketiciyi Pakistan,

Belli başlı pazarlarda deri ve deri mamulleri ihracatındaki gelişmeler (Bin \$)

Ülkeler	2008	2009	2010	2011	2012	2012 (Ocak-Ekim)	2013 (Ocak-Ekim)
Almanya	126,546	95,935	106,591	126,364	105,698	88,790	94,837
Çin	-	-	23,915	43,184	47,738	35,982	-
Fransa	68,979	60,810	82,383	90,120	71,535	61,901	60,410
Hollanda	33,458	28,912	-	23293	18919	-	-
Hong Kong	-	-	30,308	45,573	49,414	40,085	48,026
Irak	23,036	33,934	47,270	63,012	85,784	69,960	-
İngiltere	64,292	33,574	49,596	66,245	83,085	52,818	57,712
İspanya	57,068	51,031	-	31808	23159	-	-
İtalya	70,077	74,746	103,213	139,731	127,471	107,317	109,199
Kazakistan	67,761	42,513	78,571	41,044	25,908	-	-
Rusya Federasyonu	334,676	276,272	343,033	331,233	435,293	336,630	402,440
Suudi Arabistan	23,662	22,949	-	31,305	43,380	-	-

KAYNAK: TÜRKİYE DERİ KONFEKSİYONCULARI DERNEĞİ (TDKD)



TÜRKİYE DERİ KONFEKSİYONCULARI DERNEĞİ (TDKD) BAŞKANI MEHMET ALİ DİNÇ

Türk dericiliğinin avantajı tecrübesi

“Ham deri fiyatlarının yükselmesi, girdi maliyetlerinin artması ve finansman kaynağı bulmada yaşanan zorluklar sektörün en önemli sorunları. Bu sorunları kısa sürede aşacağımızı düşünüyoruz. Sektör olarak 200-250 bin kişi istihdam ediyoruz. Bizim sektör sanayi değil de daha çok bir zanaat dalı. Hem tabakhane hem konfeksiyonumuz, tamamen tarihi bilgi ve birikime dayanıyor. Zaten sektör olarak bizim büyüklüğümüz, üstünlüğümüz burada. Yoksa rakiplerimiz bizden daha iyi şartlara sahip ama bizdeki tecrübeleri olmadığı için bizim başarılarımızı yakalayamıyor. El emek yoğun bir sektör, zira bir deri koyun sırtından çıkıp satışa gelene kadar 74 el değiştiriyor.”



Hindistan ve Çin'e kaptırmış durumdayız. Ancak dünyada A (+) olarak adlandırılan bütün markalar Türk ürünlerini tercih ediyor” ifadesini kullandı. Türk dericilerinin mercek altına aldığı bir diğer önemli pazar ise Japonya. Çünkü Ağustos veya Eylül 2014'te Türkiye-Japonya arasında serbest ticaret anlaşması imzalanacak. Japonya,

deri ürün ithalatında 12,8 milyar dolar ile beşinci pazar. Türkiye'nin bu ülkeye deri ihracatı yaklaşık 85-90 milyon dolar.

Deri Tanıtım Grubu, geçtiğimiz yıllarda İtalya, Rusya ve Çin'i hedef Pazar olarak belirleyip çalışmalarda bulunmuştu. Deri Tanıtım Grubu Başkanı Lemi Tolunay, Japonya'da deri kullanımının prestij olduğunu, deriye büyük önem verildiğini söylüyor. Son 10 yılda Türk deri sektörünün Japonya'da çalışmalarının olduğunu ancak yüksek ithalat vergileri nedeniyle istenilen sonuçların elde edilemediğini kaydeden Tolunay, “Serbest ticaret anlaşması, bu sorunu ortadan kaldıracak. Biz de Deri Tanıtım Grubu olarak bunun

Deri Tanıtım Grubu, geçtiğimiz yıllarda İtalya, Rusya ve Çin'i hedef pazar belirlemişti.



farkındayız ve anlaşma öncesinde, Türk deri sektörünü Japonya'da tanıtacağız. Bunun için 17-21 Şubat tarihleri arasında Japonya'da tanıtım faaliyetlerimiz olacak” diyor. Lemi Tolunay, Türkiye'nin 3-4 yıl içinde Japonya pazarındaki hacmini 4-5 katına çıkarabilecek kapasitede olduğunu altını çiziyor.

Türkiye deri sektörü için önemli bir potansiyel pazar da ABD. 2006-2008 yılları arasında bu pazarda önemli tanıtım atakları yapılmış olmasına rağmen, 2008'in son çeyreğinde patlak veren global krizle birlikte, bu pazarda istenilen sonuçlar alınamadı. ABD pazarında kaliteli deri tüketimi yüksek ve Türkiye deri sektörü, bu alanda oldukça iddialı bir ülke.

Ham deri ithal ediyoruz

Deri sektöründe hammadde konusu ise önemli bir sorun. Hammadde yetersiz. Hammadde yetersiz olduğu için ithalat yolu ile karşılanıyor. Ham deri, İspanya, İtalya, Kuzey Afrika, İran, Cezayir gibi Akdeniz ülkelerinden sağlanıyor. Ayakkabılık deride ise ABD, , Arjantin, Uruguay'dan ithalat yapılıyor. Üretimde küçükbaşta ithalat oranı ihracatın artışına paralel olarak yüzde 70'lerde, dana ve sığır derisinde ise bu oran yüzde 40'lar seviyesinde.

Ham deri temininde sorun yaşanmasına yol açan bir diğer konu da otomotiv sektörünün talepleri. Özellikle otomotiv sektörünün deri talebi nedeniyle sektör temsilcileri dünyada fiyatlar üzerinde baskı olduğunu altını çiziyor.

Bu durum da fiyatları artırırken, sektördeki kârlılığını azaltıyor.



ABD pazarında kaliteli deri tüketimi yüksek. Türkiye deri sektörü de bu alanda iddialı.

Deri ve deri ürünleri sektöründe türlerine göre ihracat (Bin \$)

Yıllar	Ham Deri	Yarı İşlenmiş Bitmiş Deri	Saraciye	Deri Giyim	Kürk Giyim	Ayakkabı	Toplam
2008	435	118,581	202,026	346,237	269,657	349,171	1,337,105
2009	1,060	88,752	162,560	258,996	204,970	296,342	1,062,327
2010	570	122,914	186,308	262,357	269,443	401,355	1,327,832
2011	160	142,085	236,109	235,854	267,674	450,288	1,440,411
2012	689	161,852	249,737	226,408	314,452	552,110	1,605,069
2012 (Ocak Ekim)	426	128,422	201,738	182,600	246,987	473,663	1,313,630
2013 (Ocak Ekim)	954	153,038	191,341	219,312	272,009	610,767	1,546,360

KAYNAK: TÜRKİYE DERİ KONFEKSİYONCULARI DERNEĞİ (TDKD)

Ekonomi, ‘yerli malı’ silahıyla ateşlenecek

Birçok ülke, kamu alımlarında yerli malını teşvik ederek iç piyasasını canlandırdı, krizlerden çıktı, istihdamını artırdı, teknoloji transferini gerçekleştirdi... Türkiye de bu yönde adımlar atıyor. Hazırlanan bir taslakla bugünkü ‘yerli malı’ tanımını değiştiriliyor.

Yeni yerli malı tanımı,
tekstil sektörünü
yakından ilgilendiriyor.

Kamu kurumları, bağlı kuruluşlar ve kamu yararına faaliyet gösteren tüm kuruluşlar dâhil edildiğinde, kamu alımları, ülkelerin ekonomilerinde önemli bir yer tutuyor. Dolayısıyla kamu yönetimi ekonomik anlamda da çok büyük bir önem taşıyor.

Bugün için birçok ülke politik, ekonomik ve stratejik gerekçelerle ve muhtelif hukuki düzenlemelerle kamu alımlarını milli ekonomik menfaatlerine uygun olacak şekilde yönlendirmeye çalışıyor. Ülkemizde de bu anlamda çeşitli düzenlemeler yapıldı. Bugün itibariyle kamu alımları 1 Nisan 2002 tarih ve 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu çerçevesinde gerçekleştiriliyor.

Çok büyük meblağlara ulaşabilen kamu

2008 sonrasında yaşanan küresel mali kriz ertesinde de birçok ülke krizin ekonomilerine verdiği zararı azaltmak ve reel sektöre destek olmak adına üretimin devamını sağlayacak, istihdamı gözetecek tedbirlere öncelik verdi, kamu alımları da bu anlamda stratejik biçimde kullanıldı.

Bugün için aralarında AB ve ABD gibi gelişmiş ülkelerin de yer aldığı birçok ülke, kendi sanayilerini korumak ve geliştirmek üzere yerli malı kullanımını teşvik ediyor. Bu anlamda birçok idari, teknik ve hukuki düzenlemeyi hayata geçiriyor.

Bu husus, Avrupa Birliği Sayıştay'ının AB Resmi Gazetesi'nde yayınlanan "AB'ye dâhil ülkelerin kamu alımlarında diğer ülkelerin firmaları aleyhine kendi

ekonomik kalkınmaya önemli katkı sağlayacağı düşünülüyor.

2012-2014 dönemini kapsayan 'Orta Vadeli Program'da, üretimin ithalata olan yüksek oranlı bağımlılığını azaltmak amacıyla, özellikle katma değeri yüksek ara mallarının yurt içi üretim kapasitesini artırıcı politikalara ve desteklere önem verileceği ve kamu alımlarında yerli ürünlerin tercih edilmesinin sağlanacağı açıkça vurgulanıyor.

Yine Ekonomi Bakanlığımız tarafından ithalat bağımlılığının ve cari açığın azaltılması, istihdamın artırılmasına yönelik uygulamaya konulan Girdi Tedarik Stratejisi Kapsamında (GİTES), kamunun toplu alım gücünün stratejik bir yaklaşımla ele alınarak, Türk sanayisinin dışa bağımlılığının azaltılması, yurt içi üretim ve katma değer artırılması, teknolojik kazanımların sağlanması, daha önce yurt içinde üretilmeyen ürünlerin üretimine yönelik destek sağlanması amaçlanıyor.

Kaldıraç etkisi yaratabilir

Bu doğrultuda kamu ve mahalli idarelerin ihtiyaçlarının öncelikle yurt içi üretimden temin edilmesine yönelik gerekli mekanizmaların oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapıldı. Özellikle yerli üretim ve teknoloji transferi için kaldıraç etkisi yaratabilecek büyüklük ve nitelikteki kamu alımlarının yerli sanayi lehine kullanılabilmesi için gerekli yasal düzenlemeler hazırlanmaya başlandı. Bu anlamda kamu alımlarında muhtelif sektörler tarafından en önemli sorunlardan biri olarak gösterilen, kamu ihalelerinde kullanılan 'yerli malı' tanımının yeniden tanımlanmasına yönelik çalışmalara hız verildi.

İlgili bakanlıkların ve muhtelif kamu

sağlanmasına yönelik zorunlu olmayan düzenlemede değişikliğe gidildi. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından tespit edilecek orta ve yüksek teknoloji sanayi ürünleri için bu durum zorunlu hale getirildi.

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından her yılın ocak ayında açıklanacak liste kapsamında belirlenecek



orta ve ileri teknoloji sanayi ürünleri için yapılacak kamu ihalelerinde, bundan sonraki dönemde yerli malı lehine yüzde 15 fiyat avantajını kullanmak zorunlu olacak. Söz konusu tasarının TBMM'de ilgili komitelerden geçtikten sonra 2014'ün ilk çeyreğinde yasalaşması bekleniyor.

Tanım değişiyor

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen diğer önemli çalışma da, kamu ihalelerinde kullanılan yerli malı tanımıyla ilgili.

18 Aralık 2002 tarih ve 24967 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Kamu İhale Kurumu'nun 12 Aralık 2002 tarih ve 2002/8 No'lu Düzenleyici Kararı uyarınca, "Bir malın yerli malı olarak değerlendirilmesi için Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret

Yerli malı tanımında yapılacak değişiklik ertesinde, Kamu İhale Kanunu'na bağlı olarak her yıl gerçekleştirilen 10 binin üzerindeki ihalede yerli sanayimiz adına önemli fırsat sağlanmış olacak.

AB ve ABD gibi gelişmiş ülkelerin de yer aldığı birçok ülke, kendi sanayilerini korumak ve geliştirmek üzere yerli malı kullanımını teşvik ediyor.

alımları, potansiyeli itibariyle doğru şekilde planlandığı ve kullanıldığı durumlarda ülke ekonomisinin ve sanayisinin desteklenmesine ve yönlendirilmesine yönelik stratejik bir işlev görebiliyor. Nitekim geline nokta, gelişmiş birçok ülke, geçmişte kendi sanayisinin arkasında itici bir güç olarak yer alan ve teşvik mekanizmasının yanı sıra kamu alımları gibi araçları da kullanarak büyümesine destek verdi.

ülkelerindeki yerli üreticiler lehine çeşitli idari, teknik ve mali ayrımcılıklar yaptığına" dair kararlarında, ABD'de de askeri tekstil alımlarıyla ilgili yürürlükteki 'Berry Amendmend' ve diğer kamu alımlarıyla ilgili 'Buy American' yasalarında da açık şekilde görülüyor..

Ülkemizde de benzer şekilde kamu alımlarının stratejik bir yaklaşımla ele alınmasına yönelik yapılan çalışmalar, 2023 stratejisi kapsamında öngörülen

kurumlarının işbirliği çerçevesinde yürütülen söz konusu çalışmaların ilk sonucu, Aralık 2013'te kanun tasarısı olarak TBMM'ye sunuldu. Söz konusu kanun tasarısı uyarınca, ihalelerde yerli malı teklif eden istekliler lehine fiyat avantajı tanınmasına ilişkin Kamu İhale Kanunu'nun 63. Maddesi'nde yapılan değişikliklerle; mal alımı ihalelerinde daha önce yerli malı teklif eden istekliler lehine yüzde 15 oranına kadar fiyat avantajı

ve Ticaret Borsaları Birliği'ne bağlı ilgili oda tarafından 'Yerli Malı Belgesi' ile belgelendirilmesi şarttır" hükmüne yer verildi.

Söz konusu hüküm uyarınca, kamu ihalelerine yerli malı kullanarak katılacak yerli üreticiler, TOBB tarafından hazırlanan 'Yerli Malı Belgesi Düzenleme Esasları' uyarınca ilgili odalardan 'Yerli Malı Belgesi' alıyor ve kamu ihalelerine bu şekilde katılıyor. Ancak TOBB tarafından



Şu anda ithal mallar veya ithal girdiler ile üretilen ve çok az yerli girdisi olan ürünler için bile yerli malı belgesi kolaylıkla alınabiliyor.

yayımlanan 'Yerli Malı Belgesi Düzenleme Esasları' kapsamında yapılan 'Yerli Malı' tanımı yetersiz kalıyor. İthal mallar veya ithal girdiler ile üretilen ve çok az yerli girdisi olan ürünler için bile yerli malı belgesi kolaylıkla alınabiliyor.

Mevcut yerli malı tanımı uyarınca; tamamen Türkiye'de üretilen veya elde edilen ürünler ile üretim sürecinin önemli bir aşamasının ve ekonomik yönden gerekli görülen en son esaslı işçilik ve eylemi Türkiye'de yapılan ürünler 'Yerli Malı' olarak kabul ediliyor. Mevcut tanımın yeteri kadar açık olmaması, en son esaslı işçilik ve eylemlerin tam olarak tanımlanmamış olması, herhangi bir minimum katkı oranının belirtilmemiş olması nedeniyle birçok ithal ürün için

Bir sanayi ürününün yerli malı olarak tanımlanabilmesi için kamu ihalesine konu olan ürünle ilgili sektörel bazda değişebilecek minimum yerli girdi oranları belirlenecek.

yerli malı belgesi kolaylıkla alınabiliyor. Bu durumda sadece yerli üreticilere sağlanması gereken avantajlı konum anlamsız hale geliyor.

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın koordinasyonunda ilgili bakanlık ve kamu kurumlarının katılımıyla yapılan çalışmalarda, yerli malı tanımının yeniden yapılmasına yönelik önemli çalışmalar yapıldı ve bu anlamda belirli bir noktaya gelindi. Henüz taslak aşamasında olan yeni düzenleme uyarınca, bir sanayi ürününün yerli malı olarak tanımlanabilmesi için

kamu ihalesine konu olan ürünle ilgili sektörel bazda değişebilecek minimum yerli girdi oranları belirlenecek ve ancak bu yerli girdi oranlarını sağlayabilen firmalar yerli malı belgesi alabilecek.

Yerli malı tanımında sektörel bazda yapılacak bu tanımlama ertesinde Kamu İhale Kanunu'na bağlı olarak her yıl gerçekleştirilen 10 binin üzerindeki ihalede yerli sanayimiz adına önemli bir fırsat sağlanmış olacak. Bu konuda olumlu diğer bir gelişme de yerli malı hususunun '10. Kalkınma Planı' çerçevesinde de ele alınarak, henüz taslak aşamasında olan ilgili eylem planlarında yerli malı hususuna da yer verilmiş olması. Diğer taraftan, TOBB, elektronik ortamda düzenlenecek olan yerli malı belgesinin şekil ve içerik yönüyle ilgili çalışmalarını devam ettiriyor. Bu konuda ilgili taraflarla fikir alışverişinde bulunuluyor.

Sektörel bazda tanımlanması öngörülen yerli girdi oranlarının tespitinin NACE kodları bazında belirlenmesine yönelik ön çalışma yapıldı. Örneğin bu oran tekstil sektörü için yüzde 65, konfeksiyon sektörü için yüzde 80 ve gıda için yüzde 82 olarak ifade edildi. Henüz taslak aşamasındaki çalışmaların devam etmesi ve sektör temsilcilerinin de katılımıyla daha ayrıntılı bir çalışma yapılması konusunda fikir birliğine varıldı.

Bilgi için: Bora Kocaman
bora.kocaman@tekstilisveren.org.tr
Tel: (0212) 344 07 77

Sendikamızdan üyelere eğitim desteği

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, üyelerinin eğitim ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, bugüne kadar yapılan desteklerden çok daha geniş kapsamlı olan 'Eğitim Destek Projesi'ni başlatma kararı aldı.

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası 'Eğitim Destek Projesi'; Zorunlu Mesleki Eğitimler, Zorunlu Olmayan Mesleki Eğitimler, İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimleri ve Kurumsal Eğitimler'i kapsıyor.

İlk etapta, zorunlu olan ve zorunlu olmayan mesleki eğitimler ile ilgili olarak gerekli çalışmalar tamamlandı ve Aralık 2013'te üye işyerlerine desteğin kapsamı ve işleyiş biçimi duyuruldu. 28706 Sayılı 'Tehlikeli ve Çok Tehlikeli sınıfta yer alan işlerde çalıştırılacakların mesleki eğitimlerine dair yönetmeliğe göre, alınması gereken 'Zorunlu Mesleki Eğitimler ve Zorunlu Olmayan Mesleki Eğitimler'in gerçekleştirilmesi ile ilgili olarak Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Türk Tekstil Vakfı ve Festo Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile sözleşme imzalandı.

'Zorunlu Mesleki Eğitimler' kapsamında, Türk Tekstil Vakfı, METEMLER'de görevli eğitimciler tarafından verilecek eğitimler sonrasında, başarılı olan çalışanlara Milli Eğitim Bakanlığı'nca onaylı sertifika verilecek.

Eğitim almak isteyen firmalara, 'dokuma, desen tasarım, iplik, örme, terbiye, boyama, mekatronik ve teknik eğitimler' konusunda 144 farklı eğitim başlığında hizmet verilecek. Festo Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından verilecek olan makinelerin bakım, arıza tespiti, onarım, montaj, taşıma, devreye alma v.b. görevlere yönelik mekatronik ve teknik eğitimlerin sonucunda ise başarılı olan



Sendikamız, üyelerimize 144 başlıkta eğitim verecek.

çalışanlara uluslararası geçerliliği olan Festo Sertifikası verilecek.

İkinci etapta 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile birlikte önemi iyice artan iş sağlığı ve güvenliği eğitimleri ile ilgili olarak gerekli çalışmalar tamamlandı ve üye işyerlerine desteğin kapsamı, uygulama esasları duyuruldu.

Üye işyerlerinde iş sağlığı ve güvenliği kültürünü oluşturmayı amaçlayan sendikamız, 43 ayrı eğitim başlığında, beş ayrı uzman firma ile sözleşme imzalandı. Bu firmalar; Artı Danışmanlık, Dönüşen Adam, BSI Group Eurasia Belgelendirme, Lokman Hekim Sağlık Vakfı, Akademika Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri.

Üye işyerlerinin, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili eğitim ihtiyaçlarının tamamını karşılayacak şekilde seçilen eğitimler birçok ayrı kategoride yer alıyor. Bu eğitimler 'Temel İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi, İlk Yardım Eğitimi, Uykusuzlukla ve Yorgunlukla Mücadele Eğitimi, Etiketleme Kilitleme Eğitimleri, Taşeron Eğitimi, OHSAS 18001 İç Tetkikçi Eğitimi, NEBOSH' gibi eğitimlerden oluşuyor.

Akademika Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri ile gerçekleştireceğimiz

çalışma kapsamında, yaratıcı drama/ forum tiyatro tekniği ile birçok çalışana ulaşılmak isteniyor.

Kurumsal eğitimler

Sendikamız, üye işyerlerinin Zorunlu – Zorunlu Olmayan Mesleki Eğitimler ile İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimleri dışındaki kurumsal eğitim ihtiyaçlarını tespit etmek adına, talep eden üye işyerlerinde eğitim ihtiyaç analizi yaptırılması kararı aldı.

İzgören Akademi Eğitim Danışmanlık firması tarafından yapılacak 'Eğitim İhtiyaç Analizi' sonrasında üye işyerlerinin yönetim, insan kaynakları, pazarlama ve finans, satış ve tedarik zinciri, çalışan performansı ve süreç iyileştirme gibi konulardaki eğitim ihtiyaçları ve öncelikleri tespit edilecek ve sonrasında bu eğitimlerin üye işyerlerine verilmesi ile ilgili uygulama esasları belirlenecek.

Eğitim ihtiyaç analizi anlaşmalı danışman firmamız tarafından üye işyerlerinde gerçekleştirilecek, yönetim toplantısı, odak grup çalışması ve bire bir görüşmeleri kapsayacak.

Bilgi için: Ceren Ermiş
ceren.ermis@tekstilisveren.org.tr
Tel: (0212) 344 07 77



PROF. DR. SADİ UZUNOĞLU
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ

Kur politikası üzerine

Yaklaşık 10 yıldan bu yana Türk Lirası'nın değerli tutulmasına yönelik politikaların bugün yaşadığımız kırılganlığın temel nedenlerinden birisi olduğu gerçeği unutuluyor. Zararın neresinden dönersek kârdır.

ABD Merkez Bankası FED'in Başkanı Bernanke'nin 22 Mayıs 2013 tarihinde varlık alımlarını azaltacağını açıklamasının ardından, finansal piyasalarda olağanüstü günler yaşanmaya başladı. Bernanke'nin açıklaması, aslında 1997 yılında başlayan ve neredeyse 2001 yılı sonuna kadar ABD, Japonya ve AB bölgesi dâhil neredeyse tüm ülkeleri etkisi altına alan krizden çıkmak üzere başlatılan 'büyük boyutlu parasal genişlemenin' artık sonunun geldiği biçiminde yorumlandı. Krizin çözümünün salt merkez bankalarına yüklenmesi sorunları belki azaltıyor ama bir taraftan istenmeyen başka dengesizliklere yol açarken diğer taraftan da reel kesimde istenen ve beklenen toparlanmalar sağlanamıyordu. Bernanke'nin açıklamalarının ardından ABD'de gösterge niteliğindeki 10 yıllık devlet tahvillerinin faizi neredeyse yüzde 100 artarak yüzde üçlere ulaştı.

Bernanke'nin açıklamaları bizim



Türkiye, 2013'ü cari açığı düşürmeye yönelik çalışmalarla geçirdi. Yapısal reformlar ise gerçekleşmedi.

yatırım pozisyonundaki açık (kısaca ülkenin döviz pozisyon açığı), özel kesimin yüksek oranda yabancı para ile borçlanması, dış borcun kısa vadeli yapısı, ülkenin uluslararası rezervlerinin düzeyi gibi özellikler, ülkelerin paralarındaki değer kaybını belirleyen göstergelerdi. Türkiye de bu göstergeler açısından 'kırılgan' sayılan ülkelerden biri konumunda.

Mayıs ayından itibaren Türk

ardından enflasyonu yukarı itmesi ile sonuçlanıyor. Bu durumda Merkez Bankası'nın görevi olan ve genelde yüzde 5 olarak belirlenen enflasyon hedefinin tutturulmasında sorun yaşanıyor. Yüksek enflasyon, faiz oranlarını da yukarı doğru itiyor.

İkicisi, kurdaki artış, finansal kesim dışındaki firmaların, yaklaşık 165 milyar ABD doları civarında olan döviz pozisyon açıkları nedeniyle mali tablolarını

tahrip ediyor. Kur farkından büyük darbe yiyen reel kesim, bu sorununu bankacılık kesimine kredi riski olarak yansıtıyor.

Üçüncü olarak da kur artışının yurt içi faiz oranlarını yükseltmesi sonucu, finansal varlık fiyatlarını düşürmesi ve teminat sistemini zayıflatması. Bu etki de yükselen faiz ortamında varlık satışlarının artmasına ve yabancı yatırımcının risk alma iştahının azalmasına, dolayısıyla sermaye çıkışına yol açarken; teminat sisteminin zayıflaması bankaların

kredi mekanizması üzerinde olumsuzluk yaratıyor.

Bu korkularla hareket eden Merkez Bankası'nın kur artışlarına karşı duyarlılığını anlayabiliyoruz. Bu duyarlılık yalnızca Mayıs ayından bu yana başlayan bir kaygı değil. 2002 yılı başından itibaren Merkez Bankası, Türk Lirası'nı değerli tutma çabasını sürdürüyor. Yaklaşık 10 yıldan bu yana Türk Lirası'nın değerli tutulmasına yönelik politikaların bugün yaşadığımız

kırılganlığın temel nedenlerinden birisi olduğu gerçeği unutuluyor. Yüksek cari açığın nedenleri olarak enerji fiyatlarındaki artış ve somut olarak tam da tanımlanamayan 'yapısal sorunlar' gösteriliyor.

Türk Lirası'nın değerliliğine dayalı üretilen politikalar; dış talep yerine iç talebe dayalı mal ve hizmet üretimi tercihinin yapılmasına, üretimin gittikçe artan oranda ithal girdiye dayanmasına ve yabancı para ile finansman sağlanmasına, dolayısıyla da özel kesimin dış borcunun artmasına neden oluyor. Kısaca Türk Lirası'nın değerli tutulmasına yönelik politikalar cari açığın yapısallaşmasına neden oluyor. Oluşan bu yapı ekonomiyi, üretim yerine sermaye

TL'nin değerli tutulmasına yönelik politikalar cari açığın yapısallaşmasına neden oluyor. Oluşan bu yapı ekonomiyi sermaye akışına bağımlı kılıyor.

girişine bağımlı hale getiriyor. Sermaye girişinin olduğu dönemlerde ekonomi rahatlarlarken tersi durumda sorunlar büyümeye başlıyor.

2013 yılının Mayıs ayından bu yana sepet kurun yüzde 10'un üzerinde değer kaybetmesi bu tablonun tersine dönmesi için yeterli olabilir mi? Bu sorunun yanıtını olumlu olarak vermek zor görünüyor. 17 Aralık itibariyle gün yüzüne çıkan 'politik risk' faktörünün kur üzerine yaptığı etkiyi bir tarafa bıraktığımızda, yani sepet kuru 2.40 TL'ye taşıyan dış gelişmeler dikkate alındığında, Merkez Bankası'nın açıklamasına göre TL'nin değerli olup olmadığını ve/veya rekabet gücünü ifade eden Reel Efektif Döviz Kuru Endeksi (REDK) 109 civarında bulunuyordu. Buna göre Türk Lirası, 2003 yılı baz alındığında, yüzde 9 oranında değerliydi. Bir diğer ifade ile Türkiye'nin, 2003 yılına göre rekabet gücü yüzde 9 oranında gerilemişti.

Bu durumda Merkez Bankası'nın endeksi 112-118 bandı içinde tutmaya çalışmasını doğal olarak yorumlamak mümkün görünmüyor. Politik risk ile

birlikte sepet kurun 2.50'nin üzerine çıkması da hâlâ Türk Lirası'nın yaklaşık yüzde 5 oranında değerli olduğunu gösteriyor. REDK'nun verimlik artışlarını dikkate almadığı konusunun ardına sığınmak da mümkün değil. Çünkü 2009 yılından bu yana faktör verimliliği geriliyor. Diğer taraftan da diğer ülkelerin verimlilik artışlarını küçümsemek, sorunu çözmeye yetmiyor.

Belki de yalnızca ülkeler arasındaki enflasyon farklarına göre yapılan REDK Endeksi'ne bakmak yeterli değil. 2008 yılından bu yana Cline ve Williamson tarafından, ülkelerin özellikle cari açıklarına dayalı hesapladıkları yapısal döviz kuru dengesine (Fundamental Equilibrium Exchange Rates (FEERs) bakmak gerekiyor. William R. Cline, 'Estimates of Fundamental Equilibrium Exchange Rates, November 2013' makalesinde, Türk Lirası'nın yüzde 10'un üzerinde değer kaybetmesine karşın REER'e göre yüzde 18 oranında değerli olduğunu ortaya koyuyor. Politik risk nedeniyle artan döviz kuru (sepet kur 2.5 TL)

dikkate alındığında, Türk Lirası'nın yüzde 10'un üzerinde değerli olduğu söylenebilir.

Uluslararası likidite kanallarının kısılacağı yeni dönemde Türk Lirası'nın değerliliğini savunmak için yapılan mücadelenin yüksek faiz ve daralan kredi kanalı gibi maliyetlerinin olacağı açık. Tek yol Türk Lirası'nın değerli tutulmasına yönelik uygulayacağı politikalar değil. Alternatif maliyetlerine katlanarak değerli Türk Lirası'ndan vazgeçme gibi bir seçenek de mevcut. Belki de fırsatı demek daha doğru.

Cari açığın yapısallaşması sorununu salt 'yapısal reformlar' ile çözmek mümkün değil. Ülkelerin para basarak yaşadıkları 'kur savaşları' ortada. Kur politikası ile desteklenen 'yapısal reformlar' olmadan Türkiye ekonomisinin sermaye girişlerine bağımlı ekonomiden, üretime dönük ekonomiye dönüşme olanağı neredeyse mümkün görünmüyor. Tabii ki bunun maliyetlerine katlanmak gerekiyor.

Son söz: Zararın neresinden dönersek kârdır.

FUARLAR kazandırıyor!

Tekstil ve hazır giyim sektörü için global ticaretin vazgeçilmez araçlarından olan fuarların önemi büyük. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim fuarları, Avrupa bölgesinin yükselen yıldızı haline geldi. Özellikle krizlerden sonra fuarlara ilgi artıyor.

Fuarlar hâlâ uluslararası platformda dünyanın dört bir yanından gelen müşterilerle tanışma ve ürünlerini sunabilmenin en başarılı yolu. Tekstil sektörünün rekabeti içerisinde markalaşma, globalleşme ve firmaların tanıtımı açısından uluslararası fuarlara katılım artık kaçınılmaz hale geldi. Ülke ekonomilerinin vazgeçilmez unsurlarından olan ve en büyük pazarlama mecrası olarak nitelendirilebilecek fuar organizasyonları sektörel yeniliklerin, farklı teknolojilerin, üretim modellerinin vitrine çıkarıldığı ve rekabet şartlarının görülebildiği alanlar olarak dikkat çekiyor. Fuarların dışında başka hiçbir mecrada alıcıları, satıcıları ve sektörün diğer bileşenlerini bir arada görmek mümkün olmayabiliyor. Mevcut iş potansiyelini artırmak, ihracat yapmak, büyüme hedefi ve pazar paylarının artmasını amaçlayan firmalar açısından fuarlar pozitif bir güç yaratıyor. Türkiye, tekstil üretiminde dünyada önemli bir yere sahip. Tekstilde 2012 yılını 8 milyar dolar ihracat ile kapatan ülkemiz, fuarlar konusunda da önemli atılımlar yapıyor. Türkiye'deki tekstil fuarları dünyanın her noktasından önemli sayıda katılımcı firma ve ziyaretçi çekiyor. Firmalar, markalaşma, ürünlerini tanıtmaya ve yeni pazarlara girerek ihracatlarını artırmak amacıyla fuarlara katılıyor.

Ekonomiye çok yönlü katkı

Türkiye'de ve dünyada düzenlenen fuarlar, firmalara ürün sunumu, alıcıların tepkisinin ölçülmesi, potansiyel müşterilerin tespiti, rekabeti izleme ve yeni dağıtım kanalları bulma gibi çok fazla imkân sunuyor. Düzenlendiği ülkenin ekonomisine, kültürüne katkıda bulunma, konaklama, yeme içme,

Firmalara ürünlerinin hem satılması hem de tanıtılması açısından önemli kazanımlar sağlayan fuarlar, doğrudan hedef kitleye ulaşmada önemli araçlardan biri.



Texbridge Fuarı'nın uzun vadede dünyanın en büyük kumaş fuarı haline gelmesi ve dünya kumaş trendlerinin Türkiye'de belirlenmesi bekleniyor.

hediyelik eşya alımı, ulaşım harcamaları ile ülke ekonomisine katkısı bir yana, fuar etkinliklerinin alt ve üst yapı yatırımları ile ülke ekonomisinin canlandırılmasına kadar çok yönlü etkileri var. Peki, böylesine önemli organizasyonlarla ilgili olarak sektör temsilcileri ve fuarcılık şirketleri ne düşünüyor? Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burkay'a göre, firmalar herhangi bir fuara katılım sağlarken bazı noktalara dikkat etmeli. Bunların başında ürünlerinin fuara katılacağı ülke veya bölge pazarı için uygun olup olmadığı ve fuar katılımı

sağlanan ülke veya pazardaki arz-talep dengesinin araştırılması geliyor. Burkay ayrıca, fuarın hitap ettiği alan ve kitlenin incelenmesinin, pazarda faaliyet gösteren rakip firmaların ürün ve fiyatları hakkında bilgi edinilmesinin, pazarla ilgili ihracat kolaylıklarının araştırılmasının ve pazardaki sektöre ilgili boşlukların ve ihtiyaçların tespit edilmesinin, katılımcı firma için çok önemli olduğuna vurgu yapıyor. Tüm bunların yanında fuarın geçmiş yıllardaki ziyaretçi kitlesinin, katılımcı firmaların sergilediği ürünlerin ve fuar hakkındaki görüşlerinin incelenmesi ve pazara girişte olası ticari engeller hakkında bilgi edinilmesi (nakliye, gümrük, kota, vergiler, vb.) de büyük önem taşıyor.

İstanbul'un yükselişi

Son yıllarda şekil değiştirdiği gözlenen fuarlarda da diğer sektörlerde olduğu gibi evlilikler, şirket alımları, isim hakkı devirleri gündeme geliyor. Daha profesyonel yönetimler, farklı bakış açıları, tecrübeli ekipler, farklı sunumlarla güzel fuarlar düzenleniyor. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, özellikle global kriz öncesinde, döviz kurlarının

rekabeti olumsuz yönde etkilediği yönünde olumsuz bir dönem yaşandığını, o süreçte tekstil sektörü olarak bazı fuarlara katılmamayı tercih ettiklerini ifade ediyor. "Ancak kriz sonrası dünya ekonomilerinde yaşanan canlanma ile tekstil sektörü hızla büyümeye başladı ve buna paralel olarak fuarlara olan ilgi tekrar artış gösterdi" diyen Gülle, tekstil ihracatçıları olarak İstanbul'un da uluslararası fuarlara ev sahipliği yapması gerektiğini düşündüklerini belirtiyor ve sektöre yeni bir fuarın müjdesini veriyor. Gülle, dünyaca ünlü Munich Fabric Start Kumaş ve Aksesuar Fuarı'nı gelecek yıldan itibaren İstanbul Fabric Start olarak başlatmayı planladıklarını söylüyor.

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burkay ise, Türkiye'nin fuarcılık anlamında ciddi bir atılım yaptığını, özellikle Texbridge Fuarı'nın uzun vadede dünyanın en büyük kumaş fuarı haline geleceğine ve dünya kumaş trendlerinin Türkiye'de belirleneceğine inandıklarını söylüyor. Burkay'a göre Texbridge, dünya kumaş

Firmalar markalaşma ve yeni pazarlara girmek amacıyla fuarlara katılıyorlar.

fuurları arasındaki yerini almış durumda. "Sektörün tüm paydaşları ile oluşturduğu sinerji, ülkemizin konumu ve katma değeri yüksek üretim gücü sayesinde bunu hep birlikte başardık" diyen Burkay, Türkiye'nin, fuarcılık sektörü için de cazibe merkezi konumunda olduğuna dikkat çekiyor. Burkay, halihazırda büyük fuar markalarının Türkiye yatırımlarının sürdüğünü ve her geçen gün daha fazla markanın Türkiye'de kendi markaları ile fuar düzenleyeceklerine inandıklarını ifade ediyor.

Devlet desteği etkiliyor

Devlet destekleri, ihracatçı birlikleri veya ticaret ve sanayi odalarının başarılı organizasyonları sayesinde firmaların uluslararası fuarlara katılımları da artıyor. UTİB Başkanı Burkay, bununla ilgili olarak şu örneği veriyor: "Örneğin, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği olarak Şangay Ev Tekstili Fuarı'na düzenlediğimiz milli katılım organizasyonları ile katılımcı firma sayısı 2008 yılında 19 iken, 2010 yılında bu sayı 42'ye ve ardından 2012 yılında



Messe Frankfurt tarafından düzenlenen Texworld Fuarı, Kasım 2014'te İstanbul'da düzenlenecek.



ALEKSANDAR MEDJEDOVIC, MESSE FRANKFURT İSTANBUL GENEL MÜDÜRÜ

Fuar organizasyonları da taleplere göre şekillenir

"800 yıllık fuar kültürü olan bir firma olarak bizim en başarılı olduğumuz alan katılımcı firmaların istedikleri pazarlarda büyüme ve geliştirme imkânı sağlayabilmemizdir. Bunun nedeni sektörlerle göre doğru pazarda, doğru sezonda ve en önemlisi doğru alıcı kitlesini fuar zamanında bir araya getirmemiz. Firmaların, fuarlardan en iyi verimi alabilmeleri için, doğru fuara katılım göstermeye karar vermenin dışında, en önemli çalışma, firmanın fuardan önce yapacağı hazırlıktır. Hazırlıktan kastım, stand kurulumu, görsel çalışmalar vs. dışında firmaların pazar araştırmasını iyi yapmalarıdır. Pazarla göre doğru ürünün sunulması, hedef kitlesini kendi standlarına getirecek pazarlama stratejileri gibi çalışmalar, fuarın başarılı olması için en önemli unsurlar. Fuar organizasyonu da her sektörde olduğu gibi zamana, trendlere ve taleplere göre şekillenmek zorundadır. Önemli olan katılımcı ve ziyaretçilerden gelen geri dönüşleri iyi değerlendirmektir."



CEM ŞENEL, CNR HOLDİNG FUARCILIK GRUBU CEO

Alıcılar Türkiye'deki fuarları tercih ediyor

“Kuzey Afrika ülkeleri ve Orta Doğu coğrafyasında yaşanan ekonomik ve siyasi olayların yanı sıra 2008 ile birlikte Avrupa'da yaşanan ekonomik daralma, sektörü olumlu ve olumsuz yönde etkiledi. Ancak yeniden yapılanmakta olan ülkelerle iş birliği içerisine girebilme, ticaret olanaklarını artırma konusunda fuarlar bu dönemde daha da önem kazandı. Sektör batıdan doğuya doğru kayıyor. Bunun en önemli nedeni doğuda üretimin artması. Dolayısıyla Türkiye önemli bir rol üstlendi. 11 Eylül terör saldırılarının ardından batı ülkelerinin vize konusunda çok hassas davranması Doğu'daki alıcı gruplarının ülkemizdeki fuarları tercih etmesinde etkin rol aldı. Lehimize olan bu tabloyu yeniliklerle daha da güçlendirmek durumundayız. Örnek vermek gerekirse, ürünleri ön plana çıkaracak tasarıma sahip standlar, yeni bir trend olarak tüm dünyada önem kazandı. Home&Tex Fuarı'nda bunu büyük başarı ile uyguladık ve övgüler aldık. Texbridge'de de aynı metodu uyguluyoruz.”



SEYHAN AKTEMUR, SÖKTAŞ DOKUMA A.Ş. GENEL MÜDÜR YARDIMCISI, PAZARLAMA & ÜRÜN GELİŞTİRME

Fuarlarla ürünümüzün arkasındaki değeri anlatıyoruz

“Fuarlar moda trendlerini belirlemede çok önemli bir yere sahip. Önemli kumaş fuarları moda dünyasının temsilcileri tarafından yeni fikirler bulmak üzere her sezon mutlaka ziyaret ediliyor. Tüm müşterileri ziyaret etmek hem zaman hem de maliyet açısından mümkün olmadığı için özellikle orta ve küçük ölçekteki müşterilere fuarlar vasıtasıyla ulaşılabilir. Katılacağımız fuarları seçerken iki önemli kriterimiz var; birincisi marka bilinirliğimizin artması ve konumumuzun dünya tekstil sektörü içerisinde güçlenmesine fayda sağlayacak önemli ve prestijli tekstil fuarlarına katılmak. Diğeri ise geleneksel pazarların ötesine geçmek ve globalleşme sürecimizin hızlandırılması amacıyla Asya Pasifik, Latin Amerika gibi gelişmekte olan pazarlara odaklanarak bu pazarlarda bilinirliğimizi ve iş hacmimizi artırmak. Fuarlar sadece koleksiyonlarımızı tanıttığımız alanlar değil aynı zamanda küresel giyim pazarı temsilcilerine markamızı, ürünümüzün arkasındaki değeri anlattığımız ve marka bilinirliğimizi artırdığımız alanlardır. Bu nedenle fuarlarda markamızı ve marka değerlerimizi en iyi şekilde ifade edecek, diğer üreticilerden farklılaştıracak stand tasarımlarına özellikle önem veriyoruz. Sektörde Premiere Vision, Milano Unica gibi Avrupa'da düzenlenen önemli kumaş fuarlarının tüm dünyadan gelen sektör temsilcileri için önemini koruyup güçlenmesiyle birlikte özellikle yeni gelişen pazarlarda penetrasyonu artırmak üzere, uluslararası katılımcıların sayısının arttığı yerel fuarların geliştiğini görüyoruz.”

54'e yükseldi. Bir diğer örnek başarımızı Rusya'da düzenlenen Heimtextil Rusya fuarında sergiledik. Bu fuara katılan firma sayımız 2010 yılında sadece 10'du. Bu sayı 2011 yılında 26, 2012 yılında 36 ve 2013 yılında 57'ye yükseldi. 2014 yılında ise 60'ın üzerinde firma ile Rusya'nın bu en prestijli ev tekstili fuarında yerimizi alacağız. Bu olumlu gelişmeler fuarların firmalarımızın beklentilerini ne ölçüde karşıladığının en güzel göstergeleridir.”

Ekonomi için vazgeçilmez

Türkiye'nin önemli fuarcılık şirketlerinden biri olan CNR Holding Fuarcılık Grubu'nun CEO'su Cem Şenel de fuarların ekonomi için vazgeçilmez olduğunu söylüyor. Beş duyu organına da hitap eden bir platform olan fuarların önemini kaybetme gibi bir durumun söz konusu olmadığını düşünen Şenel, Kuzey Afrika ülkeleri ve Orta Doğu

Fuarlar, beş duyu organına hitap ediyor. Bu nedenle önemini kaybetmez.

coğrafyasında yaşanan ekonomik ve siyasi olayların sektörü etkilediğini ayrıca 2008 ile birlikte Avrupa'da yaşanan ekonomik daralmanın da sektörü olumlu ve olumsuz yönde etkilediğine dikkat çekiyor. Ancak Şenel, yeniden yapılanmakta olan ülkelerle işbirliği içerisine girebilme, ticaret olanaklarını artırma ve hedef pazarlara girebilme konusunda fuarların bu dönemde daha da önem kazandığını, sektörün Batı'dan Doğu'ya doğru kaydığını, bunun en önemli nedeninin de Doğu'da üretimin artması olduğunu söylüyor. Şenel'e göre Türkiye bu anlamda fuarcılık konusunda da önemli bir rol üstlenmiş durumda; çünkü artık doğudaki alıcı gruplar Türkiye'deki fuarları tercih ediyor. Şenel, CNR olarak düzenledikleri ve dünyanın pek çok bölgesinden geniş katılımın olduğu Evtex ve Texbridge fuarları hakkında da şu bilgileri veriyor: “Evtex Fuarı sektörün gözbebeği, lokomotif bir fuar. Yerli üreticilerimizin ürünlerini dış pazarlara taşımada baş aktör. Ev tekstili endüstrimizin yıl bazında gerçekleştirdiği ihracatın iş bağlantıları bu fuarda yapılıyor. Bine yakın katılımcısı var ve 100 bini aşkın ziyaretçi, fuarda yeniliklerle tanışıyor. Bir sonraki yılın trendleri de Evtex'te belirleniyor.



Düzenlenen trend seminerlerinde yurt içi ve yurt dışından gelen uzman konuklar konuşuyorlar. Avrupa, Orta Doğu, Uzak Doğu ve Amerika'dan yani dünyanın hemen her bölgesinden ziyaretçiler Evtex'i ziyaret ediyorlar. Texbridge Kumaş ve Aksesuarları Fuarı da yine

dönüşüme ayak uydurmak çok önemli. Sektörün önde gelen isimlerine göre, son yıllarda ev tekstili sektöründe Heimtextil Frankfurt fuarı önemini korumakla beraber, Türkiye'de düzenlenen Evtex fuarı, Intertextile Shanghai Home Textile Fuarı, Heimtextil Russia Fuarı ve yine

Yurt içi ve yurt dışından 20 bine yakın sektör profesyoneli, Texbridge Fuarı'nı ziyaret ediyor. 500 milyon doları aşan bir dış ticaret hacmi oluşuyor.

ihracat odaklı bir organizasyonumuz. Yurt içi ve yurt dışından 20 bine yakın sektör profesyoneli fuarımızı ziyaret ediyor. 500 milyon doları aşan bir dış ticaret hacmi Texbridge'de oluşuyor. 2014 yılında İstanbul Evtexstil Fuarı'nın 20'ncisini gerçekleştireceklerini belirten Şenel, fuarın, firmalar açısından büyük bir değeri olduğunu söylüyor ve öyle ki, her yıl 500'e yakın firmanın fuar alanının yetersizliğinden dışarıda kaldığına dikkat çekiyor.

Son yılların yükselen fuarları

Sektörün dünya pazarlarındaki rekabetini artırmanın en önemli yollarından biri olan fuarların geçirdiği

İstanbul'da düzenlenen Texbridge fuarları yükselen fuarlar olarak dikkat çekiyor. Dünya ev ve mekân tekstilleri sektöründeki tüm aktörlerin de bildiği üzere Heimtextil bu sektördeki en geniş kapsamlı ve en büyük uluslararası ticaret fuarı konumunda. Bu fuar, tasarım ve yenilikçi fonksiyonellik için küresel referans noktası ve sektördeki temel göstergelerin merkezi olarak kabul

2014 Yılı İTHİB'in milli katılım sağladığı fuarlar

Colombiatex.....Medelline-Kolombiya..... 21-23 Ocak 2014
Ispo Munich.....Münih-Almanya..... 26-29 Ocak 2014
The London Textile Fair.....Londra-İngiltere 22-23 Ocak 2014
Munich Fabric Start.....Münih-Almanya 04-06 Şubat 2014
Premiere Vision ParisParis-Fransa 18-20 Şubat 2014

Dünyanın en geniş ev tekstili ürün gamını aynı çatı altında birleştiren ev tekstili ürünleri fuarı Heimtextil, bu yıl 8-11 Ocak 2014 tarihleri arasında düzenlenecek ve Türkiye'den yaklaşık 160 katılımcı yer alacak.



Evtexs Fuarı sektörün gözbebeği. 1000'e yakın katılımcısı var ve 100 bini aşkın ziyaretçi fuarda yeniliklerle tanışıyor.

Tekstil sektöründeki firmaların fuarlara katılım maliyetleri, metrekare ihtiyacına, ülkeye ve kurulacak standı göre değişiyor. Aynı zamanda, ihracatçı firmalar için teşvik programları da bulunuyor.

Fuarlara nasıl hazırlanmalısınız?

Aynı dili konuşmadığınız, aynı kültürü paylaşmadığınız müşteriler ve ziyaretçilerle temas edeceğiniz yurt dışı fuarlarına hazırlanmak ayrı bir özen ister. Her yıl dünya genelinde 30 bin civarında fuar düzenleniyor. Bunlar içinden size en uygun olanını tercih etmeniz çok önemli. Peki, bu fuarlara giderken nelere dikkat etmelisiniz? İşte bu konuda birkaç ipucu...

- Hazırlığa erken başlayın, bütçenizi planlayın; bütçe, karar almada önemli bir etkidir, planlama başarının anahtarıdır.
- Hedefine ulaşması için, tanıtım ve promosyon faaliyetlerini fuardan önce yapmayı unutmayın.
- Standınızın tasarımı ve ürünlerinizin hedefe ulaşacak şekilde yerleştirilmesi için profesyonel yardım alabilirsiniz.
- Göz önünde bulundurmanız gereken önemli noktalardan biri, fuarda firmanız için hevesle çalışacak kişileri seçmenizdir. Çok dil bilen personel faydalı olacaktır.
- Büyük bir standınız varsa, standınızda görevlendireceğiniz yöneticiler, satış ve pazarlama uzmanları, teknik destek elemanları uyum içinde çalışmalı.
- Stand görevlileri, firma ve ürünler hakkında yeterli bilgiye sahip olmalı, her fuar öncesi çalışacak kişilerle mutlaka toplantı yapın.
- Ürünlerinizi ve firmanızı tanıtan çeşitli materyallerin bulunduğu bir medya kitiniz olsun.
- Daha kolay olması için tüm yükleme, taşıma, ve fuarın düzenlendiği ülkeden malların tekrar taşınması işini tek bir nakliye firmasıyla halletmeye çalışın.
- Fuar esnasında görüştüğünüz tüm firma ve şahıslara bir teşekkür mektubu göndererek istedikleri ekstra bilgi varsa bu vesileyle onları da gönderin.

ediliyor. Fuar, aynı zamanda ev ve mekân tekstillerinde faaliyet gösteren profesyonellerin en önemli buluşma noktalarından biri. En son ürünler, trendler, teknolojiler, tasarımlar ve güncel gelişmeler burada paylaşılıyor.

UTİB Başkanı İbrahim Burkay, Türkiye ev tekstili sektörü için bugün Almanya pazarının ihracat değeri bakımından halen en büyük pazar konumunda olduğunu söylüyor. Türkiye'nin 2012 yılında Almanya'ya 520 milyon doların üzerinde ev tekstili ihracatı gerçekleştirdiğini belirten Burkay, ayrıca Türkiye'nin halen Almanya pazarının en büyük ikinci tedarikçisi konumunda olduğuna dikket çekiyor (Birinci sırada Çin yer alıyor). Türkiye'nin bu pazarda yüzde 14 gibi çok önemli düzeyde pazar payı mevcut. Burkay, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği tarafından Heimtextil Frankfurt 2014 Fuarı'na "Turkish Home Textile" konseptiyle altıncı kez katılım sağlanacağını belirtiyor ve Türkiye ev tekstili sektöründeki

Türk markalarını dünyaya tanıtmayı, imajını geliştirerek yurt dışında markalaştırılmasına öncülük etmeyi, mevcut pazarlardaki payını artırmayı hedeflediklerini belirtiyor ve Türkiye'nin ev tekstilindeki iddiasını ortaya koyacağı ve fuara katılan Türk firmalarını temsil edebilecek büyüklükte bir stand ile tanıtım yapmayı amaçladıklarını ifade ediyor. Burkay, ziyaretçilere, içinde katılımcı Türk firmalarına ait bilgilerin olduğu Turkish Home Textile Pocket Guide verilerek firmalarla doğrudan bağlantı kurmalarının sağlanacağını belirtiyor. Burkay ayrıca, Türkiye ev tekstili sektöründe faaliyet gösteren firmaların etkin tanıtımının yapılabilmesi için üretici/ihracatçı firmaların bilgilerini içeren Turkish Home Textile kataloğu ve CD'sinin yanı sıra Turkish Contract Business dergisinin ve hazırlanacak Trend Book'un da katılımcı firmalara ve ziyaretçilere dağıtılacağı bilgisini veriyor.

Heimtextil, en büyüklerden

Heimtextil Frankfurt Fuarı senede bir kez yapılıyor, fakat farklı pazarlarda da Heimtextil fuarları bulunuyor (Rusya ve Hindistan gibi). Katılımcı sayısı 62 ülke'den 2 bin 600'den fazla firma. 129 ülkeden 66 bin civarında da ziyaretçi çekiyor. Türkiye'den yaklaşık 160 firmanın

Heimtextil'e 62 ülkeden 2 bin 600'den fazla firma katılıyor. 66 bin civarında ziyaretçi çekiyor.

katıldığı fuarın en önemli bölümü trend alanı olup ev tekstili sektörünün en değer verdiği trend belirleme platformlarından biri.

Tam da bu noktada Messe Frankfurt İstanbul Genel Müdürü Aleksander Medjedovic'e firmaların, fuarlarda tüm beklentilerini karşılamayı hedeflediklerini ve kendilerine göre bunun mümkün olup olmadığını sorduk. Medjedovic'e göre Messe Frankfurt'un organize ettiği tekstil fuarlarında bu mümkün. Medjedovic bunu şöyle açıklıyor: "800 yıllık fuar kültürü olan bir firma olarak bizim en başarılı olduğumuz alan katılımcı firmaların istedikleri pazarlarda büyüme ve geliştirme imkânı sağlayabilmemizdir. Bunun nedeni sektörlerle göre doğru pazarda, doğru sezonda ve en önemlisi doğru alıcı kitlesini fuar zamanında bir

araya getirmemizden kaynaklanmaktadır." Medjedovic, firmaların fuarlardan en iyi verimi alabilmeleri için öncelikle doğru fuarı seçmenin çok önemli olduğunu söylüyor. Bunun dışında en önemli çalışma firmanın fuardan önce yapacağı hazırlık. Hazırlıktan kastının stand kurulumu, görsel çalışmalar vs. dışında firmaların pazar araştırmasını iyi yapmaları olduğunu belirten Medjedovic, firmaların pazara göre doğru ürünü sunmalarının,

Heimtextil Frankfurt senede bir kez yapılıyor, fakat farklı pazarlarda da Heimtextil fuarları bulunuyor.



hedef kitlesini kendi standlarına getirecek pazarlama stratejileri gibi çalışmalar yapmalarının fuarın başarılı olması için en önemli unsurlar olduğuna dikkat çekiyor.

Özellikle tekstil sektöründeki firmaların fuarlara katılım maliyetlerinin metrekare ihtiyacına, ülkeye ve kurulacak standı göre değiştiğini söyleyen Medjedovic, aynı zamanda ihracatçı firmalar için çok güzel teşvik programları bulunduğunu ifade ediyor.

Dünyaca ünlü Munich Fabric Start Kumaş ve Aksesuar Fuarı'nın gelecek yıldan itibaren Türkiye'de de İstanbul Fabric Start olarak başlatılması planlanıyor.

TTIP'te üçüncü tur yapıldı

AB-ABD Transatlantik Yatırım ve Ticaret Ortaklığı Anlaşması'nın üçüncü tur müzakereleri 16-20 Aralık 2013 tarihleri arasında Washington'da yapıldı.

AB, kamu alımlarındaki kısıtlamaların karşılıklı kaldırılmasını istiyor.

AB-ABD Transatlantik Yatırım ve Ticaret Ortaklığı Anlaşması'nın üçüncü tur görüşmelerinde, toplantı öncesinde planlandığı üzere, mal ticaretinin serbestleştirilmesi, karşılıklı yatırımların kolaylaştırılması, hizmetler, enerji ve hammadde ticaretinin geliştirilmesi, karşılıklı regülasyonların uyumlaştırılması, AB ve ABD'li regülatörlerin gelecekte daha yakın bir işbirliği içinde çalışmalarının sağlanmasına yönelik konularda müzakereler yapıldı.

Toplantı ertesinde yapılan basın toplantısında; AB Başmüzakerecisi Ignacio Garcia Bercero; "Yapılacak anlaşmanın tüketici, çevre, sağlık ve işçi hakları bakımından bugüne kadar yapılmış en yüksek standartlara sahip olacağını, müzakerelerin üçüncü turu sonunda oldukça tatminkâr sonuçlar elde edildiğini, imzalanması öngörülen bu oldukça iddialı ticaret ve yatırım anlaşması çerçevesinde gerçekleşecek ekonomik büyümenin Avrupa ve ABD'de ihtiyaç duyulduğu üzere istihdamı arttıracğını" söyledi.

Müzakereler sırasında her iki taraf anlaşmada yer almasını istediği tüm

konuları açık bir şekilde ortaya koydu ve tüm konular her iki tarafın uzmanları tarafından görüşüldü.

Beş gün süren üçüncü tur görüşmelerinin bir bölümü, açıklık politikası çerçevesinde paydaşlarla yapılan görüşmelere ayrıldı ve bu anlamda paydaşlardan gelen tüm sorular cevaplandı.

Müzakereler sırasında, TTIP'in üç temel konusu arasında yer alan ve Mart 2014'te gerçekleştirilecek dördüncü tur görüşmelerinde yazılı düzenlemelere geçilmesi öngörülen pazara erişim, hukuki düzenlemeler ve kurallar hususlarında önemli ilerlemeler kaydedildi.

AB'nin kararlı tutumu

Görüşmelerde, pazara erişim konusunda AB kararlı tutumunu net şekilde bir kez daha dile getirdi. Bu anlamda vergi oranlarının sıfırlanmasını, kamu alımlarındaki kısıtlamaların karşılıklı kaldırılmasını, hizmetlerde serbestinin sağlanmasını ve karşılıklı yatırımları kolaylaştıracak düzenlemeler yapılmasını talep etti.

TTIP'le ilgili yapılan etki analiz

çalışmaları ve araştırmalarda, anlaşma kapsamında elde edilecek kazançların yüzde 80'inin teknik alanlarda yapılacak düzenlemelerden kaynaklanacağı ifade edildi. Bu anlamda teknik düzenlemelerin büyük önem taşıdığı sağlık, güvenlik, çevre, finans ve bilgi güvenliği konularında derinlemesine görüşmeler yapıldı.

AB'li müzakereciler, ABD'li muhataplarıyla Mart 2014'te gerçekleştirilecek dördüncü tur görüşmelerinde karşılıklı kuralların uyumlaştırılmasına yönelik düzenlemelerin yazımına başlamayı planlıyor. Yine gelecekte, teknik mevzuatla ilgili olası yeni kuralların yazımında uzmanların daha yakın çalışmasını sağlayacak bir işbirliği ortamı geliştirmeyi istiyorlar. Bu anlamda gıda güvenliği, hayvan ve bitki sağlığı gibi spesifik alanların yanı sıra, Ticarete Teknik Engeller (TBT) olarak da adlandırılan ürün standartlarıyla ilgili teknik regülasyonlar, test ve sertifikasyon prosedürleriyle ilgili konuları bir sonraki müzakere tarihine kadar netleştirmeyi istiyorlar.

Gelecek toplantılarda uzmanlardan, AB ve ABD tarafında halen uygulanmakta olan farklı düzenlemelere uyum sağlamak adına tüketiciler veya firmalar tarafından yapılan fazladan ödemeleri engelleyecek ve gerçek anlamda tasarruf sağlayacak bir yol haritası hazırlamaları bekleniyor.

Taraflar, TTIP kapsamında yapılan müzakerelerin hiç bir surette mevcut düzenlemeleri elimine edecek, gevşetecek veya kaldırarak bir yaklaşımda ele alınmayacağını açık şekilde ifade ettiler. AB ve ABD tarafı, tüketici, çevre, sağlık, işçi veya bilgi güvenliği gibi alanlardaki yüksek standartlardan taviz vermeyi veya kendi düzenleme yapma yetkilerinin kısıtlanmasına müsaade etmeyeceklerini

belirttiler.

Üçüncü tur görüşmelerinde ticaret konusu da önemli başlıklardan biri oldu. AB-ABD ticaretine büyük katkı yapacağına inanılan bu alanda; firmalar arasında serbest ve adil rekabet, enerji ve hammadde temini, işçi hakları, çevre, ithalat-ihracat işlemlerinde bürokrasinin azaltımı (ticaretin kolaylaştırılması) gibi hususlar ele alındı. Bu anlamda gümrüklerle ilgili düzenlemelere daha kolay ulaşılması, daha basit gümrük prosedürleri



uygulanması gibi konular görüşüldü.

AB, Mart 2014'te yapılacak müzakereler sırasında uzlaşılan konularda yazılı metinlerin hazırlanmasına başlanılmasını bekliyor. AB tarafı söz konusu düzenlemelerin küçük ve orta ölçekli firmalar (SME) açısından önemli bir fayda sağlayacağına inanıyor. Yine bu anlamda TTIP'de, SME'lere özel bir bölümün yer almasını da öngörüyor.

TTIP müzakerelerinin dördüncü turu Mart 2013'te, Brüksel'de gerçekleştirilecek. Görüşmeler öncesinde tahminen 2014'ün ilk aylarında, AB Ticaret Komiseri Karel De Gucht ve ABD Ticaret Temsilcisi Büyükelçi Michael Froman tarafından müzakerelerdeki gelişmelerin aktarılacağı bir toplantı organize edilecek.

TTIP'in üç temel konusu; pazara erişim, hukuki düzenlemeler ve kurallar maddelerinde önemli ilerlemeler kaydedildi.

Bilgi için: Bora Kocaman
bora.kocaman@tektisilveren.org.tr
Tel: (0212) 344 07 77

Peter Ackroyd: Yünü pazarlamayı unuttuk

Bir insan düşünün. Hem Uluslararası Yünlü Tekstil Organizasyonu (IWTO) hem Avustralya'nın en önemli yün şirketi Woolmark'ın başkanı, hem de Prens Charles'ın kurucusu olduğu 'Campaign for Wool'un direktörü. Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nda röportaj yapma imkânı bulduğumuz Peter Ackroyd'a 'yün'e ilişkin ne varsa sorduk, ilginç cevaplar aldık.

İstanbul'da karlı ve gök gürültülü bir gün. Tekstil Sanayii İşverenleri Derneği'nin Levent'teki ofisinde Türk yün tekstilinin önde gelenleri bir arada. Uluslararası Yünlü Tekstil Organizasyonu (IWTO) Başkanı Peter Ackroyd sunum yapıyor. Sunumun ardından Ackroyd'la röportaj yapacağız.

IWTO, dünya yünlü tekstil ticaret ve sanayinin menfaatlerini temsil eden uluslararası bir kuruluş. 1924 yılında, İngiliz ve Fransız yünlü tekstil sanayilerini temsil eden kurumlar arasında imzalanan bir anlaşmadan doğdu. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, 1977 yılında IWTO'ya üye oldu. Kuruluş, yıllar içinde dünyanın dört bir yanındaki yün tekstil üreticilerine ulaştı. Şimdi, Arjantin, Avustralya, Brezilya, Çin, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Litvanya, Moğolistan, Yeni Zelanda, Portekiz, Güney Afrika, İspanya, İsviçre, Türkiye, Büyük Britanya, ABD, Uruguay yün üreticileri kuruluşun üyesi konumunda. IWTO Başkanı Peter Ackroyd, Prens Charles'ın öncülük ettiği 'Campaign for Wool'un direktörlüğünü yürütüyor. Aynı zamanda Avustralya'nın en önemli yün üreticisi şirketi Woolmark'ın yönetim kurulu başkanlığı yürüten Ackroyd'la dünya ve Türk yün tekstil piyasası hakkında keyifli

bir sohbet gerçekleştirdik.

Öncelikle Peter Ackroyd'u tanımak istiyoruz. Ackroyd hayatı boyunca yün işinde çalışmış. Üç nesildir yün üreten bir ailenin üyesi. Kendi ifadesiyle, 'yün kanında' var. Liseyi bitirdikten sonra önce İngiltere'de daha sonra Fransa'da yün üzerine eğitim aldı. Yün konusunda uzmanlaştı. Woolmark'ın yönetim kurulu başkanlığını yürütürken beş yıl önce IWTO'nun başkan yardımcılığı görevini üstlendi. Alman Günther Beier'in görevini bırakmasıyla da üç yıl önce IWTO başkanı oldu.

Hedef kitle kadınlar

Dünyada yün üretiminin giderek düşmesi ve toplam elyaf üretiminin ancak yüzde 1'ini oluşturması yün üreticilerini önlem almaya itiyor. Sentetik elyafın gelişimi, yayılma gücü ve ucuzluğu

karşısında yün sektörü neler yapmalı? Ackroyd, yünün tanıtımı

konusunda atılacak adımları öğrenmek için doğru adres. Son zamanlarda yünün adını daha çok duymamızın sebeplerini soruyoruz. Ackroyd'a göre, "Dünya tekstilinin asıl tüketicileri kadınlar. Ve yün üreticileri olarak biz, daha fazla kadının yün giymesini sağlamalıyız. Erkekler



IWTO Başkanı Peter Ackroyd aynı zamanda Woolmark'ın Yönetim Kurulu Başkanı.

zaten yün giymeyi tercih ediyor. Yünün sıcakta ve soğukta daha iyi koruduğunu tüketicilere hatırlatmalıyız. Bunu pazarlamayı unuttuk. Yün giyiyorsanız garanti veriyorum yazın daha az terlersiniz.”

Ackroyd, Büyük Britanya Kraliçesi II. Elizabeth'in varisi Galler Prensi Charles'ın kurucusu olduğu 'Campaing for Wool'un kurulmasında büyük pay sahibi. Bu organizasyonun temellerinin 2009 yılında atıldığını anlatıyor. Prens Charles bir yün üreticisi, çiftlik sahibi olarak yünün geleceğinden endişe duyuyor. Büyük Britanya'dan Yeni Zelanda'ya, Güney Afrika'dan Avustralya'ya, yün tekstilinin

kaybetmesi, hayvancılıkta yaşanan zorluklar yün üretimini etkiliyor. Peki, IWTO Başkanı bununla ilgili ne düşünüyor? Ackroyd, insanoğlunun 5 bin yıldır yün ürettiğini ve giydiğini söylüyor. Yün üretiminde hiçbir şekilde kimyasala ihtiyaç duyulmadığını hatırlatıyor. “İyi bir yünün yetişmesi için iki şeye ihtiyaç duyuluyor: Güneş ve çim. Bu nedenle yün tamamen sürdürülebilir bir yatırım” diyor. Ayrıca Ackroyd, Prens Charles'ın davetine bu denli ilgi gösterilmesinde bir nedeni öne çıkıyor; oluşturulacak kuruluşun çevreci bir gündeme sahip olması. 2007'de yaşanan Lehman Brothers krizi ve ardından



İnsanoğlu, 5 bin yıldır yün üretiyor ve giyiyor. Yün üretimi için güneş ve çim yeterli.

Ackroyd: “Artık insanlar satın aldıkları, büyük paralar harcadıkları ürünlerin tarihine, hikâyesine değer veriyor. Yün, tarihiyle, hikâyesiyle her tüketicinin sahip olmak isteyeceği bir ürün.”

önde gelenlerini bir akşam yemeğinde bir araya getiriyor. Ackroyd da Avustralya merkezli yün şirketi Woolmark'ı temsil etmek üzere çağırılıyor. O gece önemli kararlar alınıyor. Bir yıl boyunca yapılan çalışmalar sonucunda tüm ihtiyaçlar tamamlanınca organizasyon hayata geçiriliyor. Ackroyd da yönetim kuruluna giriyor. Başkanın görevi bırakmasıyla kurulan yeni yönetimde de genel müdür olarak görev alıyor.

5 bin yıllık tarih

Yün, koyunlardan elde ediliyor. Dolayısıyla hayvancılığın önemini

meydana gelen dünya finansal krizinin tüketici normlarını değiştirdiğini iddia ediyor. Ackroyd'a göre, “Artık insanlar satın aldıkları, büyük paralar harcadıkları ürünlerin tarihine, hikâyesine değer veriyor. Eğer bir ürünü satmak istiyorsanız bir tarihi, hikâyesi olmalı. Yün tarihiyle, hikâyesiyle her tüketicinin sahip olmak isteyeceği bir ürün.”

Konu dönüyor dolaşüyor, yünün diğer elyaflarla olan ilişkisine geliyor. Ackroyd, sentetik elyafın kat ettiği ilerlemeye saygı duyuyor, ancak halen doğa için çok iyi olduğunu düşünmüyor. En doğal elyafın yün olduğunu aktarıyor. Yünün diğer

Bugün yün üretimi, toplam elyaf üretiminin ancak yüzde 1'ini oluşturuyor.

“El örgüde dünya piyasasının lideriyiz”

Son zamanlarda el örgüsünün önemi giderek artıyor. Ackroyd'un bu konudaki fikirlerini de öğrenmek istiyoruz. O sırada “Osman” diye sesleniyor ve bu konuda sözü Ormo Group ve IWTO İcra Heyeti Üyesi Osman Kılıç'a bırakıyor.

“El örgü enteresan bir sektör. Eskiden kadınlar boş vakitlerinde aldıkları yünü örüp çarşıda pazarda gördüklerini üçte bir fiyatına üretiyordu. Daha sonra hızlı triko makineleriyle ucuz el işçiliğinin bulunduğu ülkelerden gelen malların bombardımanına uğradık. Ancak dünyada geçmişe yönelik bir trend var. El örgüsü moda oldu. Hatta el örgüsünün yeni yoga olduğu söylendi. El örgü strese karşı iyi geliyor. El örgüde değişiklikler yaşandı. Yün azaldı, akrilik çoğaldı. El örgüsü ucuz bir hobi. El emeği ön planda olduğu için hoş bir hediye oluyor. İnsanlar, içlerindeki modacıyı öne çıkarıyor. Bunun hiç azalmayacağını düşünüyoruz. Bizimle beraber Türkiye’de 4-5 şirket daha, dünyanın önde gelen el örgü şirketleriyiz. El örgüde dünya piyasasının lideri konumundayız. Dünyaya ve Türkiye’ye bu ürünü satıyoruz. Avrupa’nın en önemli ülkelerindeki fabrikalar kapandı. Türkiye bu yüzden çok öne sıçradı. Çin, önemli bir üretici, ancak uzaklık nedeniyle bizi silemedi. Küçük, niş bir sektörde iyi durumdayız.”



IWTO Başkanı Peter Ackroyd'un konuk olduğu 'Yünlü Sektör Buluşması', sendikamızın 20'nci katında gerçekleşti.

“Yüzde 100 yün kullanmanın sentetik elyafla karışan bir tekstil ürünü kullanmaktan daha iyi olduğunu düşünüyorum.”

elyaflarla karıştırılıp satılmasına yine çevreci kaygılarla sıcak bakmıyor. “Yüzde 100 yün kullanmanın sentetik elyafla karışan bir tekstil ürünü kullanmaktan daha iyi olduğunu düşünüyorum. Yine yünün pamukla karıştırılmasını da gerekli bulmuyorum” diyor.

Alpaka merinos olur mu?

Şu sıralar yün tekstil üreticileri, merakla dünyanın en kaliteli yününe sahip Alpaka develerinin Türkiye’ye getirilmesini bekliyor. Nisan ayından bu yana görüşmeler sonucunda Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın onayıyla söz konusu hayvan cinsi Konya Selçuk Üniversitesi’ne getirilecek. Ackroyd’a bu girişimin akıbetinin ne olabileceğini soruyoruz. Hemen aklına merinos koyunları geliyor. Kuzey Afrika ve İspanya’dan dünyanın diğer bölgelerine yayılan merinosun gemilerle Avustralya’ya götürüldüğünü anlatıyor. Merinos artık Avustralya’nın yerel hayvanı. Yüz yıllar içinde iklime uyum sağlayabilip kaliteli yünlerin

ortaya çıkmasını sağlamış. Ackroyd, “Alpaka devesi, eğer sevdiği iklimde yetiştirilebilirse kaliteli yün elde edilebilir. Ancak Konya’nın soğuk havasında aynı kaliteyi elde etmenin kolay olmadığını düşünüyorum” diyor. Ackroyd, Türk yününü ‘kusursuz’ tanımlıyor. Türkiye’de üretilen yünlerin Avustralya tekstilini de beslediğini aktarıyor. Ancak Türk yün tekstili için önerileri var: “Artık ürünlerde ‘Made in Turkey’ yazması son derece prestijli. Türk yünü teknolojinin son imkânlarıyla üretiliyor. Kaliteli, sürdürülebilir ve çevre dostu. Yün tekstil üreticileri markaları daha da öne çıkarmalı.”

Ackroyd, daha önce birkaç kez Türkiye’ye gelmiş. Türk tekstilinin gösterdiği gelişimi takdir ettiğini saklamıyor. Ancak gerek dünya gerek Türkiye yün tekstil üreticilerinin ellerindeki kıymetli ürünü daha iyi pazarlamaları gerektiğini vurguluyor. Bunun için IWTO ve Campaign for Wool aracılığıyla harekete geçilmiş durumda. Bakalım bir adım geri atılan yün iki adım ileri atılabilecek mi?



M. Sinan Abeş



Nevzat Seyok



Nadir Yürüktümen

TİSK YÖNETİMİ YENİLENDİ

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu’nun (TİSK), ‘25. Genel Kurul Toplantısı ve Seçimleri’ 14-15 Aralık 2013 tarihinde Ankara’da gerçekleşti. Sendikamızdan dört isim TİSK, Yönetim Kurulu’na seçildi.

Ankara’da yapılan seçimler sonrası TİSK Yönetim Kurulu Başkanlığı’na Tuğrul Kudatgobilik (MESS), dördüncü kez yeniden seçildi. Yönetim Kurulu Başkan Vekilliklerine; Erol Kiresepi (KİPLAS) ile N. Özcan Özenbay (TEKSTİL) getirildiler. TİSK Yönetim Kurulu’na sendikamız’dan dört kişi; N. Özcan Özenbay, Nevzat Seyok, M. Sinan Abeş, Nadir Yürüktümen seçildi.

22 kişilik yeni yönetim kurulu aşağıdaki üyelerden oluştu: Ertan İren (CAM), Ahmet Hilmi Eren (ÇEİS), Bekir Burak Uyguner (TÜDİS), Necdet Buzbaş (TÜGİS), Ali Cüneyt Arpacıoğlu (İEİS), İlhan Adiloğlu (İNTES), Rıza Kutlu Işık (KAĞIT), Erhan Polat (KAMU-İŞ), Erol Kiresepi (KİPLAS), Tuğrul Kudatgobilik (MESS), Cenk Yöney (MESS), Mehmet Betil (MESS), Yağız Eyüboğlu (MESS), Rahmi Cıbrıoğlu (MİKSEN), Dr. Bülent Üzümcü (ŞEKER), N. Özcan Özenbay (TEKSTİL), Nevzat Seyok (TEKSTİL), M. Sinan Abeş (TEKSTİL), Nadir Yürüktümen (TEKSTİL), Zekai Erez (TOPRAK), Atilla Ahmet Silahtaröğlu (TURİZM), Adnan Çiçek (TÜHİS) Solmaz Coşkun (AĞAÇ), Turhan



Tuğrul Kudatgobilik, dördüncü kez seçildi.

Topçuoğlu (MİS), Muhsin Alkan (PÜİS) ve Metin Demir (SEİS) Gözlemci Yönetim Kurulu Üyesi seçildiler. Denetleme Kurulu’nu M. Feridun Uzunyol (KİPLAS), Özcan Aydılek (MESS), Aydın Fethi Baytan (TEKSTİL) oluşturdu.

Disiplin Kurulu ise şu üyelerden oluştu: Kemal Doğansel (ÇEİS), Haydar Kurt (İNTES), Ünsal Hekiman (KİPLAS), M. Kamil Eser (MESS), Selahaddin Bitlis (TEKSTİL).



*N. Özcan Özenbay
TİSK İkinci Başkanı*

Şirkete otomobil ve cip almak mı, kiralamak mı avantajlı?



PROF. DR. ŞÜKRÜ KIZILOOT

Tekstil şirketleri de dâhil olmak üzere, birçok şirkette veya şahıs işletmesinde otomobil ya da cip kullanılması yaygın bir uygulama. İşte bu aşamada 'ince bir nokta' var. O da "Şirkete otomobil veya cip almak mı, yoksa kiralamak mı avantajlı?" sorusunun yanıtında gizli.

Vergi mükelleflerinin, otomobil veya cip alma yerine, kiralamaları daha avantajlı. Nedenine gelince;

1) Gider Yazma Yönünden:

a) Otomobil ve cip alımındaki ödemenin, tamamı gider yazılamıyor. Hesaplanan amortisman gider yazılabiliyor. Bu da ilk yılda, alındığı aydan yıl sonuna kadar olan dönem için aylık amortisman hesaplanıp, gider yazılması şeklinde oluyor (VUK Md. 320/2). Örneğin, aralık ayında alanlar, yıllık amortismanın 1/12'sini gider yazabiliyorlar.

b) Kiralama nedeniyle yapılan ödemenin tamamı gider yazılabiliyor.

2. KDV Yönünden:

a) Binek otomobili veya cipleri alırken ödenen KDV indirilemiyor (KDV Kanunu Md.30/b). Gider veya maliyet unsuru oluyor.

b) Aynı taşıtlar kiralandığında, kiralama faturaları karşılığı ödenen KDV indirilebiliyor.

3. Özel Tüketim Vergisi Yönünden:

a) Binek otomobil veya cip alınırken, yüzde 37-130 arasında değişen Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) ödeniyor. Ayrıca ÖTV'nin de yüzde 18 KDV'si ödeniyor.

b) Binek otomobil veya cip kiralınırken, ÖTV ödenmiyor.

4. Motorlu Taşıtlar Vergisi Yönünden:

a) Binek otomobil veya cip için ödenen Motorlu Taşıtlar Vergisi, gider yazılamıyor (MTV Kanunu Md.14).

b) Araç kiralandığında, Motorlu Taşıtlar Vergisi de kiralama bedelinin içinde hesaplandığından, gider yazılabiliyor.

5. Taşıtın Satılmasındaki Vergiler Yönünden

a) Otomobil satıldığında, bundan doğan kazanç için gelir ya da kurumlar vergisi ödeniyor. Ayrıca, düşük oranda da olsa (yüzde 1) KDV'ye tabi oluyor.

b) Kiralanan aracın

satılmasındaki vergiler, kiracıyı ilgilendirmemektedir.

ŞİRKETE, PERSONELE AİT OTOMOBİLİN KİRALANMASI

1) Personele, aylık bir kira ödeniyor ve kiranın tamamı, şirket hesaplarına gider yazılabiliyor. Ödenen kiranın, yüzde 20 stopaj (vergi kesintisi) yapılıyor. Sorumlu sıfatıyla yüzde 18 KDV ödeniyor, ancak aynı KDV indirim konusu yapılıyor (Bkz. 117 Seri No.lu KDV Tebliği).

2) Otomobil için yapılan masraflar (yakıt, bakım-onarım gideri dâhil), şirket defterine gider yazılabiliyor.

3) Otomobilin sahibi olan personel, 2013'te yıllık kira tutarı 26 bin TL'yi aşmadığı sürece, bu kira gelirini beyan etmeyecek. Aşması durumunda, tamamını beyan edecek ancak, yıllık tutarı 114 bin TL'yi aşmadığı ve beyana tabi başka geliri olmadığı sürece, gelir vergisi ödemeyecek hatta üste 'vergi iadesi' alacak.

4) Otomobil satıldığında, sahibi olan gerçek kişi tarafından elde edilen kazanç beyana tabi değil. Ayrıca, KDV'de söz konusu değil.

KİRALAMANIN DİĞER AVANTAJLARI

1. İşletmeden toplu olarak para çıkışı olmadığından, finansal açıdan önemli bir avantaj sağlanıyor.

2. Aracın kaza yapması, arızalanması ya da serviste kalması gibi durumlarda, kiralama şirketi yeni bir araç tahsis ederek, zaman ve iş kaybını önlemektedir.

3. Kiralama konusu araçların yağ değişimi, motor arızaları, periyodik bakımları ve akü değişimleri gibi her türlü bakım onarım hizmetleri kiralama şirketlerince yapılmaktadır. Bazı araç kiralama şirketleri, araç lastik değişimlerini de ücretsiz yapmaktadır.

4. Yıl içinde yapılan araç muayene, egzoz vergisi, zorunlu trafik sigortası, kasko gibi giderler, kiralama şirketlerince karşılanmaktadır. Bunları okuduktan sonra ne dersiniz; araç kiralama yoluna gitmek daha avantajlı değil mi?

■ İtalyan markalarının arkasındaki isim

İpekiş

Müşterileri arasında dünya modasına yön veren Versace, Armani, Cavalli, Dolce&Gabbana gibi markalar var. Bursa'da doğup İtalya'ya damgasını vuran İpekiş'in Genel Müdürü Aşkın Kandil'e başarılarının sırrını sorduk.



İpekiş, bu yıl 'Lana Bugella by İpekiş Italia' markasıyla İtalyan kumaş fuarı 'Milano Unica' fuarına katılımcı olarak giren ilk Türk markası olacak.

Mustafa Kemal Atatürk tarafından 1925 yılında temelleri atılan İpekiş, bugün Türkiye'de ve dünyada en ünlü markaların yünlü kumaş üreticisi. Şirket, ilk kurulduğunda, bırakın Türkiye'yi, dünya modasına damgasını vuran markalarla çalışacağı kimsenin aklının bir köşesinden bile geçemezdi. Bugün bu rüya gerçek oldu. Genel Müdür Aşkın Kandil, İpekiş'in yüzyıla yakın geçmişini, başarı hikâyelerini ve yurt dışı açılımlarını anlattı.

Kuruluşunuzdan kısaca bahsedebilir misiniz?

İpekiş, 1 Ekim 1925 yılında Cumhuriyetin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk tarafından, Bursa ve çevresindeki ipek böcekçiliği ve

devam ettirmekte olup, halen Tarman Group bünyesindeki şirketlerden biridir.

Yeni atılımlarınızı nasıl planladınız?

2005 yılında bütün şirket ve markaların aralıksız olarak yapması gerektiğine inandığımız bir şey yaptık. Dinamik bir yapının gerekliliği olan yeniden yapılanma faaliyetleri başlattık. Bunlardan ilki; dünya kadar daha ziyade kadın ve erkek için kalın paltoluk ve mantoluk fantezi kumaşlar üretirken, bu ürün yelpazesini, dört mevsim giyilebilen ve yüzde yüz yün özelliklerine sahip takım elbiselik kumaş üretimine çevirdik. Hedef kitlemizi şehirli ve iş yaşamına uygun erkek ve kadın takım elbise kullanıcıları olarak belirledik. İş modelimizi

"Hedef kitlemizi şehirli ve iş yaşamına uygun erkek ile kadın takım elbise kullanıcıları olarak belirledik."

tarımını desteklemek, çıktılarını endüstriyel olarak değerlendirmek ve dış giyimlik ipek kumaş üretimi gerçekleştirerek Türkiye'nin ilk ihracatını yapmak üzere kuruldu. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk sanayi tesislerinden biri. O dönemde henüz müteşebbis sermayesi gelişmediği için devlet eliyle kurulan birçok fabrika gibi İpekiş de devletin olmakla beraber, Türkiye İş Bankası'nın bir iştiraki olarak kuruldu ve 1991 yılına dek ipekli ve yünlü dış giyim kumaş üretmeye devam etti. 1991 yılında, İş Bankası'nın satış kararı sonucunda, Tarman Group tarafından satın alındı. İpekiş, yünlü kumaş sanayiindeki faaliyetini 88 yılı aşkın süredir aralıksız

butik üretim, müşteriye özel tasarım ve hızlı servis olarak dizayn ettik. Ve son olarak da ürün gamımızı geliştirmeye karar verdik.

İlk adımınız neydi?

İlk olarak, yeni ürün yapımızı pazar, fiyat ve tüketici segmenti olarak



İpekiş tasarım ekibi, İtalyan desinatörler eşliğinde her yıl dört koleksiyon hazırlıyor.



İpekiş, genç tasarımlara destek olmak için koleksiyonlarında İpekiş kumaşlarını kullanmalarını teşvik ediyor.



“Ürettiğimiz akıllı kumaşların etkisi belki 10 yıl sonra anlaşılacak ve yaygınlaşacaktır. Fakat biz bunları 2010 yılında ticari bir kaygı gözetmeksizin geliştirdik.”

odaklı rekabet içinde olduklarını ve bunun da kârlılık başta olmak üzere sürdürülebilirlik anlamında büyük sıkıntılar yaşattığını gördük. Ciddi bir kıyaslama yaptık. Özellikle yaratıcı anlamda da çok ileride olan İtalyan markalarını da kıyaslama çalışmaları içerisinde değerlendirdik. Biz, bu işte yüz yıla yakın geçmişi ve tecrübesi olan bir firmayız. Sonuçta bir kaniya vardık; Çinlilerle rekabet etmek, kaybedeceğimiz bir savaşa benzer. Bunun yerine İtalyanlarla rekabet etmeyi ve kazanabileceğimiz bir savaşa girmeyi tercih ettik. O günden itibaren sadece ürün yapısı ve kalite ile sınırlı olmayan bir düşünce yapısı benimsedik. Bize göre, o gün de bugün de inandığımız, üretmek, özellikle kaliteli üretmek enteresan olmaktan çıkmıştı. Bugünkü teknolojiye erişebilen herkes bunu başarabiliirdi. Bundan sekiz-dokuz yıl öncesinden bahsediyorum. İtalyanların trend belirleyici olmak gibi kesinlikle marifet sayılabilecek üstünlükleri vardı. Bunları da bir kenara not ettik.

Peki başarının sırn ne?

Kendimizi çok sert yargıladık. Samimi ve sert bir özeleştiri yapıp çuvaldızı kendimize batırdık. Geride kalan 80 kusur yıllık tecrübemiz ve bilgi birikimimizle diğer eksiklerimizi gidermemizin mümkün olduğunu gördük. Bugün “sektörde gördüğümüz tehditleri ve eksiklikleri fırsata çevirebiliriz” dedik ve yola buradan çıktık.

Sizi bunu yapmaya çalışan diğer firmalardan farklı kılan nedir?

Kimsenin belirlemediği bir tavır benimsedik. Bütün bunları yaparken fütüristik bir düşünceyle hareket ettik. Yaptığımız dört mevsim giyilebilen zamansız ürünlerin fütüristik bir tavır içerisinde olması gerekiyordu. 2005 yılında bir senaryo yazıp bu senaryonun birkaç yıl geçerli olmasını göze alamadık. Biz, aslında 2005 yılında, 2015-2020 yılının kumaşlarını tasarlamalıydık. Öyle de oldu. Bugün fütüristler derneğinin de bir üyesi olarak, markamız İpekiş adına öngörümüzün gerçekleşmesiyle övünüyorum.

Bu alanda nasıl bir vizyon geliştirdiniz?

O yıllarda özellikle küresel ısınma haberleri herkes tarafından dikkatle takip ediliyordu. Bunun yanı sıra ev, iş yeri ve otomobil olarak baktığınızda iklimatik yaşam ulaşılabilir bir duruma gelmişti. Satın alma gücü yüksek bir müşteri segmenti gerekiyordu. Şehirde yaşayan ve iş yaşamında da olan müşteri segmenti, iklimatik yaşama adapte olmuştu. Küresel ısınmadan yola çıkıp “İnsanlar gelecekte nasıl yaşayacaklar?” sorusuna yanıt aramamız, bizi iklimatik yaşamın içerisinde, üzerimizden çıkarmamıza hiç gerek kalmayacak takım elbiselerin, ceketlerin kumaşını üretmeye yönelik fikirlere dönüştü.

AR-GE bölümünüz ne tür kumaşlar geliştirdi?

Bütün bu parametreleri birbiriyle uyumlu çalıştırmaya odaklandık ve sonuçta ortaya hakikaten dört mevsim giyilebilen ürünler çıktı. Hemen ardından da, yünün yazın da giyilebilen hatta en doğru ürün olduğunu



vurgulamak adına ‘Cool Wool’ sınıfında ürünler çıktı. Hemen hemen tamamı yüzde 100 olan üretimimizin yine yün olan bölümünün neredeyse tamamı ‘Cool Wool’ sınıfında. Aslında o zaman başladığımız üretimde ‘Cool Wool’ o günlerde ihtiyaç değilken bugünlerde üretimimizin tamamı ‘Cool Wool’ olup, talep görüyor. Sebebinin gayet açık olduğuna inanıyorum. O yıllarda ileriye dönük yaptığımız fütüristik tavır şuydu; insanlar artık her mevsim hafif giyinmek isteyecek, çünkü; ofislerindeki, çalıştıkları plazalardaki ortam sıcaklığının 365 gün aynı seviyede kalması sağlanabiliyor. Otomobil ve evler de aynı şekilde. Yaşam mühendisliğini işin içine dâhil etmek zorundaydık. İnsanların yaşam konforunu ve kalitesini artırmak adına

“Çalışmalarımız sonrası dört mevsim giyilebilen ürünler ürettik. Ardından, yünün yazın da giyilebilen hatta en doğru ürün olduğunu vurgulamak adına ‘Cool Wool’ sınıfında ürünler çıktı.”

yola çıktık. Dolayısı ile bugün ‘Cool Wool’ ürünlerimiz bizim için çok değerli. Hepsi de birer dünya markası olan hazır giyim markaları tarafından kullanılıyor.

Ama bununla da sınırlı kalmadınız.

Evet. Biz de bir tüketicimiz ve “yetmez” dedik. Dört mevsim giyilebilen, yüzde 100 yünlü kumaşlarla ‘Cool Wool’ alanında başarıya ulaştığımız sıralarda, özellikle nano teknolojinin insan hayatına etki

etmeye başladığı 2010’ların başında, teknoloji partnerimizle birlikte yeni ürünler geliştirdik. Müşterimizin müşterileri adına onları temsil edercesine beyin fırtınası yapmaya başladık. Bir bakıma “atış serbest” dedik. “Giydiğiniz yün takım elbisede daha neler istersiniz?” sorusunu kendimize sorduk ve toplamda yedi Smart Fabric (akıllı kumaş) ürettik. Bir arkadaşımız takım elbiseye yağ, su damlasın ama üzerinde kir kalmasın fikri ile ‘Bionic Finish’i tasarladı. Polene alerjisi olan müşteriler için polen itici bir kumaşımız olsun istedik ve ‘ZeroPolen’i ürettik. Kadınlara özel zayıflatma etkili ve cilt bakımını destekleyen ‘Slimming’, koyu renklerde yakıcı güneşin etkisini azaltan



İpekiş, ileri teknolojiyi kullanarak sekiz farklı akıllı kumaş üretti.

içerisinde bizi strese sokan, havada asılı halde bulunan pozitif yüklü iyonların birbirini nötrlemesi sayesinde iş yerinde bile size kendinizi deniz kıyısında veya ormanın içerisindeymiş gibi hissettirerek rahatlatıyor.

22'nci yüzyıldan konuşuyormuşuz gibi!

Evet. Bu kumaşların etkisi belki 10 yıl sonra anlaşılacak ve yaygınlaşacaktır. Fakat biz bunları 2010 yılında, ticari bir kaygı gözetmeksizin geliştirdik. Bütün bunları yaparken akıllı kumaşların kârlılık anlamındaki katma değerini göz ardı ettik. Amacımız, bizim kumaşımızı tercih eden

yapıyor, İstanbul'daki satış ofisimizde müşterilerle iletişimimizi sağlıyoruz ve bunu her geçen gün başarı ile devam ettiriyoruz. Baktık ki bizim bir İtalyan'dan farkımız kalmamış. "Biz aslında İtalya'da olmalıyız" dedik. Sonunda İtalya'da bir İtalyan gibi başlamayı ve var olmayı tercih ettik. Dolayısı ile bir anonim şirket kurmaya karar verdik. Adını da İpekiş markasını da devam ettirmek adına İpekiş İtalia SPA koyduk.

Bu adımınızla müşterilerinizde artış oldu mu?

Kesinlikle ve bu artış süratle gerçekleşti. Kuruluşunun ilk yılı içerisinde başta



İpekiş kumaşları, yüzde yüz Avustralya merinos yününden üretiliyor.



"Çinlilerle rekabet etmek, kaybedeceğimiz bir savaşa benzer. Bunun yerine İtalyanlarla rekabet etmeyi ve kazanabileceğimiz bir savaşa girmeyi tercih ettik."

müşterilerimizle birlikte iş birliği yapmaktan son derece mutlu olduğumuzu ifade etmek ve satın alma sebeplerine birkaçını daha eklemek. Sadece maaliyet farkını istemekle yetindiğimiz, bugün için sekiz akıllı kumaşlarımızla müşterilerimizin yanındayız. Bunları dokuzusu ve onuncusu da izleyecek.

İtalya'daki markalaşma süreciniz nasıl oldu?

2008 yılının son çeyreğinde, o günlerde yaptığımız araştırma doğrultusunda İtalyanlarla tasarım, ürün ve hizmette rekabeti Avrupa'nın yanı sıra başta Rusya olmak üzere doğuda pazar payımızı artırmaya karar verdik. Üretimimizi Bursa'da

Versace olmak üzere, Armani ve Patrizia Pepe müşterimiz oldu. Versace'nin, ikinci yıldan sonra erkek yüzde yün takım elbise kumaşlarının ve tasarımlarının yüzde 60'ını, ürün adedinin de yüzde 80'ini biz karşılıyoruz. Bugünkü en büyük ikinci müşterimiz Patrizia Pepe. Bunun yanı sıra Armani, Cavalli, Dolce&Gabbana, Fendi ikinci yıldan itibaren bizimle olan ve halen güçlenerek devam eden müşterilerimiz arasında. Türkiye'de de Abdullah Kığılı, Exclusive, Sarar, Bisse, Kip, Ramsey, Cacharel, Piere Cardin, Vakko gibi sektörün bilinen en iyi, en güçlü markaları ile çalışmayı ilk günden beri sürdürüyoruz.



Anketin asıl hedefi, meslek eğitim sistemine katkıda bulunmak.

Nasıl bir çalışan istiyoruz?

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışacak tekstil mühendisi ve tasarımcıların niteliklerini anket çalışmasıyla belirlemeye çalışıyor.

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası üyeleri arasında yapacağı anket çalışmasıyla sektördeki tekstil mühendisi ve tasarımcı algısını, bu mesleği icra eden kişilerden beklentileri ortaya koyuyor. Sendikamız, çalışma ile mesleki eğitim sistemi çerçevesindeki sorunları ve olası çözüm önerilerini saptayarak, tekstil ve tasarım eğitimi veren kurumlarla paylaşacak.

Anketin ana amaçlarından biri TTİS'in büyük önem verdiği üniversite-sanayi işbirliğinin en önemli bileşenlerinden biri olan meslek eğitim sistemine katkıda bulunmak.

Hali hazırda sektörde çalışmakta olan kişilerle yapılacak ankette, üniversitelerin eğitim programlarının teknolojinin hızlı değişimine ve dolayısıyla reel sektörün beklentileriyle ne derece uyumlu olduğu, yoğun rekabet koşullarında

sanayicilerin beklentilerinin ne derece karşılandığı, eğitim programlarında nelerin değişmesi gerektiği, çalışanlarda ne tarz yetkinliklerin arandığı gibi muhtelif sorulara cevaplar aranacak. Anket ertesinde hazırlanacak raporun üniversitelerimizle paylaşılması ile üniversitelerimizdeki eğitim kalitesinin artırılması ve diğer ülkelerle rekabette sanayimizin üst sıralara taşınması hedefleniyor.

Anket ile, firmaların tekstil mühendisi ve tasarımcılardan beklentilerinin yanı sıra, firmaların çalışanlarına sundukları kariyer planı, çalışanların kıdem süreleri, başlangıç ücretleri gibi muhtelif konularda elde edilecek bilgilerle, sektörün gençlere tanıtımı da gerçekleştiriliyor.

Sonuçlar, tekstil sanayicisinin hangi niteliklere sahip tekstil mühendisi ve tasarımcıyla çalışmak istediğini ortaya koyarken, üniversitelerimizdeki eğitim kalitesini artırarak, nitelikli işgücü yetişmesine katkı sağlayacak. Çalışma, sendikamızın önümüzdeki dönem eğitime yapacağı yatırımlara da yön verecek.

Bilgi için: Gamze Kılınc
gamze.kilinc@tekstilisveren.org.tr
Tel: (0212) 344 07 77



Anket sonrası hazırlanacak rapor, üniversitelerle de paylaşılacak.

‘Mükemmellik’ ödülleri dağıtıldı



Ödül töreninin açılış konuşmasını Muharrem Kayhan yaptı.

Sendikamız tarafından 2007 yılından beri desteklenen ‘Yalın 6 Sigma’ eğitimleri kapsamında, ürettikleri projelerle firmalarına katkı sağlayan çalışanların ödüllendirilmesi ve proseslerde mükemmellik amaçlayan bu tip projelerin desteklenmesi amacıyla başlatılan ‘Yalın Sigma Proje Yarışması’nın ödül töreni, 26 Aralık 2013’te Point Otel Barbaros’ta gerçekleştirildi.

Toplantının açılış konuşmasını Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan yaptı. Kayhan şunları söyledi: “Günümüzde, rekabet baskısı altında çok zorlanan işverenler, esas faaliyet gelirlerini artırmak için maliyetlerini kısmayı hedeflemektedirler. Rekabete bağlı olarak kârlılıklar tek haneli rakamlara düşmeye başlayınca, maliyetleri kontrol edebilmek için yetkinliği yüksek çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. İşini derinlemesine bilen çalışanlar için eğitimler alınmaktadır. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası olarak biz, bu aşamadaki işverenlere yardımcı olabilmek, rekabet güçlerini arttırabilmek için 2007 yılından bu yana Yalın 6 Sigma eğitimlerinin tamamını destekliyoruz.”

Bu desteğimizden bugüne kadar kurumsal düzeyde 21 üye firma yararlanmıştır. Bu firmalardan birkaçı Bossa, Coats, Söktaş, Yünsa, Kordsa,

Saray Halı, Yataş, Bahariye, Levis, Dinarsu, Karsu, Harmacı Etiket, Aktops’dur.

Bu dönemde, eğitimleri hayata geçiren firmalarda 270 KK, 175 YK, 9 UKK yetiştirilmiş, proje liderlerince 600’ün üzerinde proje tamamlanmış, sendikamız tarafından söz konusu projelere yaklaşık 5 milyon TL kaynak aktarılmış, firmalardan yıl sonlarında alınan raporlarda belirtildiği üzere, tamamlanan projelerden yaklaşık 70 milyon TL getiri sağlanmıştır.”

İkinci açılış konuşması, eğitim ve yarışma sürecinde birlikte çalışılan SPAC Danışmanlık Genel Müdürü. Akın Polat tarafından yapıldı. Polat, 1. Yalın 6 Sigma Proje Yarışması’na başvuran 60 özgün projenin hangi metodolojiye bağlı olarak değerlendirildiğini katılımcılara aktardı. Sonrasında, ilk dörde giren projelerin sunumları, proje liderleri tarafından yapıldı ve ardından proje liderleri ve ekibine ödülleri takdim edildi.

Dereceye giren projeler

1-İplik İmalatında Enerji Maliyetlerinin Düşürülmesi
Coats Türkiye İplik San. A.Ş. firmasında Bez Üretim Direktörü olarak görev yapan Onur Yüksel’in ‘İplik İmalatında Enerji Maliyetlerinin Düşürülmesi’ isimli projesi, 1. Yalın 6 Sigma Proje Yarışması’nda birinci olmaya hak kazandı.

2. Dokuma Tezgâhlarında Setup Sürelerinin Azaltılması
Yünsa Yünlü San. ve Tic. A.Ş. firmasında Çözgü ve Dokuma İşletmeleri Mühendisi olarak görev yapan Şevket Serdar Tok’un “Dokuma Tezgâhlarında Setup Sürelerinin Azaltılması” isimli projesi, ikinci oldu.

3. Atık Su Arıtma Tesisi Maliyetlerinin Azaltılması
Bossa Tic. ve San. İşl. T.A.Ş. firmasında Dış Giyim İşletmeleri Makine ve Enerji Şefi olarak görev yapan Ali Delikanlı’nın ‘Atık Su Arıtma Tesisi Maliyetlerinin Azaltılması’ projesi, üçüncülük ödülü aldı.

Mansiyon-İplik Kalitesinin İyileştirilmesi (Bahariye Mensucat)
Bahariye Mensucat San. ve Tic. A.Ş. firmasında Kalite Güvence Müdürü olarak görev yapan Şansal Çetin’in ‘İplik Kalitesinin İyileştirilmesi’ projesine mansiyon ödülü verildi.



Onur Yüksel, Fethi Giray, Selim Aybey, Halit Narin, Mehmet Alhan.



Şevket Serdar Tok, Hasan Yorulmaz, Samet Otman, Bekir Muslu, Muharrem Kayhan, Recep Baltacı, Ahmet Kaçar.



Şansal Çetin, Gökhan Ercan, Yakup Güngör, Murat Elyürek, Özlem Kahraman, Mustafa Bakır.



Ahmet Hamdi Topbaş, Ali Delikanlı.

Ödüller

Birincilik ödülü: 20.000 TL.+ (Spac Danışmanlık tarafından) iPad

İkincilik ödülü: 15.000 TL. + (Spac Danışmanlık tarafından) iPad

Üçüncülük ödülü: 10.000 TL.+ (Spac Danışmanlık tarafından) iPad

Mansiyon ödülü: 5.000TL+ (Spac Danışmanlık tarafından) iPad

Zamansız hikâyelerin anlatıcısı: Aslı Filinta

O sadece kıyafet tasarlamıyor, her bir koleksiyonu ile farklı bir hikâye anlatıyor. Bazen sizi Piri Reis'in gemisine, bazen de Tim Burton'un dünyasına götürüyor. Türkiye'den önce dünya moda arenasında kendini gösteren Aslı Filinta, Türkiye'nin tek eksisinin dünyalı olmak olduğunu söylüyor.



Filinta'nın ürünlerine
www.orderanddance.com
sitesinden ulaşabilirsiniz.

Tasarımları Chanel, Dior, Fendi, Lanvin ve Marni gibi isimlerin koleksiyonlarının yanında yer aldı. Türkiye'den önce Vogue Japonya'nın dikkatini çekti. Amacı zamansız, yaratıcı, renkli ve özgün parçalar üretmek olan Aslı Filinta, koleksiyonlarıyla genç feminen kadınlar yaratıyor. Parsons New School New York'tan mezun olan Filinta'nın tasarımları bugün dünyada 18 farklı noktada satışa sunuluyor. Bütün bu başarılarına rağmen karşımızda mütevazı ama kendinden emin bir genç kadın duruyor. Adana'da doğan,

markasını New York'ta kuran, ünü ise Japonya'ya kadar yayılan genç tasarımcı, konu tekstil olduğunda, üretim ve kalite açısından Türkiye'nin çok iyi olduğunu söylüyor. Ama markalaşma çalışmalarında fazla Türk kalındığını belirtmeden de geçmiyor.

Çizginizi nasıl tanımlıyorsunuz?

Koleksiyonlarımın her birinin ayrı bir hikâyesi var. Fakat silüetler, desenler ve ölçüler birbirleriyle uyumlu. Esin kaynağını detaylı şekilde dinleme fırsatı olanlar, koleksiyonun dünyasını daha yakından anlayabilirler. O kısmıyla ilgilenmeyip kıyafetin kendisine âşık olanlar da çıkıyor. Benim için her ikisi de makbul.

Yaratım sürecinde nelerden besleniyorsunuz?

Çalıştığım konularla ilgili bütün kitapları topluyorum, belgeselleri izliyorum ve varsa

Ressam Fikret Mualla,
Filinta'nın 'Mualla'
koleksiyonunun ilham
kaynağı oldu.



'40 Gün 40 Gece'
koleksiyonunda,
16'ncı yüzyıl Osmanlı
yaşamından esinlenildi.

'Mualla' koleksiyonunda, Semiha Berksoy'un sahne kostümlerinin esintisi var.



'The Great Sinan' koleksiyonu Mimar Sinan'ın Selimiye Camii'nden yola çıkılarak hazırlandı.



farklı kaynaklara ulaşıyorum. Hikâyeyi çalıştıktan sonra desene geçiyorum. Desen çalışmak benim için en keyifli kısmı; çünkü boş zamanlarımda da çizim yapıyorum. Tabii boş zamanlarımda kıyafet çizmiyorum, o genelde dolu zamanlarımda oluyor! Kıyafete uyarlarken de küçük bir numara yapıyorum. O da anlatabileceğim bir şey değil, sanırım içimden gelen bir şey.

Aslı Filinta tasarımları New York'ta nasıl karşılandı?

İnsanlar, İstanbul'u duyduklarında gülümsüyorlardı. Önceleri buna şaşırıyıştım; fakat daha sonra alıştım. İstanbul'dan gelmiş olmak, yaptığınız işe ister istemez

“Sanat, biraz daha başına buyruk olduğu için zamanlama ve uygulama zorunlulukları olan moda yön veren olabiliyor.”

egzotik bir hava veriyor. Tasarımlarımı yolda yürürken birilerinin üzerinde görmek beni çok mutlu ediyor.

Tasarımlarınız pek çok dizide de kullanılıyor. Styling açısından Türk dizileri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bence dizi prodüksiyonlarında kıyafetin önemi anlaşıldığından beri bu işin başına işi bilenleri koymaya başladılar. O yüzden de güzel işler çıkıyor. 'İntikam' dizisinin kıyafet



Filinta, renklerle oynamayı ve maskülen detaylar kullanmayı seven bir tasarımcı.

seçimlerini beğeniyorum. Hafize ve Seda Çeliktürk kardeşler çok iyi iş çıkarıyorlar.

Koleksiyonlarınızda farklı disiplinlerden de faydalaniyorsunuz.

Evet! Sanat ve moda ortak noktada buluşturabilmenin insana keyif veren bir özelliği var. Sanat, biraz daha başına buyruk olduğu için zamanlama ve uygulama zorunlulukları olan moda yön veren olabiliyor. Tasarımlarımı tanıtmak için bazen videoya da başvuruyorum. Bu noktada arkadaşlarım ve etrafımdaki yaratıcı insanlar beni çok esinlendiriyor. İstanbul Moda Filmleri etkinliği için Özge Özpınar'ın da olduğu bir video

hazırlamıştık. Filmi Emre Doğru çekti. Ünlü ünsüz birçok insanla çalışıyorum. Kendi dünyalarını yaratırken eğlenceye açık olmaları bana yetiyor.

Berlin Moda

Haftası'nda tanıttığınız son koleksiyonunuzdan bahsedebilir misiniz?

2014 ilkbahar-yaz koleksiyonumuzun teması Piri Reis'in korsanlık günlerinden Kitab-ı Bahriye'ye uzanan serüveniydi. Beni en çok heyecanlandıran da, Berlin'deki sunumun müziklerini Kaan Düzarat'ın (Foc Edits) hazırlaması oldu. İlgi inanılmazdı. Defileyi izleyenler daha önce benzerini görmedikleri ürünlere bakıp fotoğraf çektiler. Eski Türkçe şarkıları dinleyerek içindeki yeni oluşumu tattılar. Ben de ilk kez uluslararası bir arenada sunum yaptım. Bütün misafirlerin yabancı olması ve müzikler dâhil sunulan her şeyin özünün Türkçe olması beni çok mutlu etti.

Tasarımlarınızda kullanmayı en çok sevdiğiniz doku nedir?

Desen çalışmayı ve kıyafetleri, hikâyelerle birleştirmeyi seviyorum.

Türkiye'nin tasarım ve tekstil açısından sahip olduğu ama çok iyi değerlendirmede düşündüğünüz bir nokta var mı?

Türkiye, tekstilde üretim hızı ve kalite olarak çok iyi. Fakat markalaşma çalışmalarının daha çok dünya dilinde olması yönünde çalışmalar yapılmalı. Daha dünyalı olmalıyız.



Natalie Portman, Charlotte Gainsbourg ve Lindsay Lohan, ünlü tasarımcının tasarımlarını tercih eden isimler arasında.

Kitap



Mutluluğun peşinde

Marc Levy'den 'tuhaf' bir İstanbul macerası: 'Bay Daldry'nin Tuhaf İstanbul Yolculuğu'! Romanları kırk dile çevrilen usta bir anlatıcı olan Marc Levy, bu kez mutluluğun peşinden giderken hiç ummadıkları gerçeklerle karşılaşan insanların dokunaklı, sıcak, aşk, dostluk ve cesaret dolu yolculuklarını anlatıyor. Okuyucuyu, 1950'lerin Londra'sına götüren Levy, parfümler yaratarak hayatını kazanan Alice ile aksi kapı komşusu Daldry'yi buluşturuyor.



Tiyatro

DÜNYANIN EN ÜNLÜ KEDİLERİ

1981 yılından bu yana izleyici ve ödül rekorlarıyla fenomen haline gelen 'CATS' müzikali, 21 Ocak – 2 Şubat tarihleri arasında Türkiye'de ilk kez Zorlu Center PSM'de sahne alacak. T.S. Eliot'in 'Yetenekli Kediler' adlı şiirinden esinlenerek yazılan ve Andrew Lloyd Webber'in imzasını taşıyan 'CATS', müziğin, dansın, şiirin, hayallerin, tiyatronun ve aşkın mükemmel uyumunu içinde taşıyor. Tony ve Grammy ödüllerine sahip bu unutulmaz müzikal, Broadway'in en uzun soluklu müzikali unvanını taşıyor.

Portekiz'in Billie Holiday'i

Portekiz'den caz dünyasına muhteşem armağan olarak tanımlanan Luisa Sobral, 24 Ocak'ta Türkiye'deki ilk konseri için İş Sanat'a geliyor. 2011 yılında çıkardığı ilk albümü 'The Cherry on My Cake' ile platin plak satışlarını geride bırakan Sobral, yakaladığı büyük başarıyı yeni albümü 'There's a Flower in My Bedroom' ile sürdürüyor. Eleştirmenlerin Portekiz'in Billie Holiday'i diyerek övdüğü genç şarkıcı, sahnede yarattığı romantik ve otantik tarzıyla büyük ilgi görüyor.

Konser

Beyoncé sürprizi

Anne olduktan sonra sessizliğe bürünen Beyoncé, müzik severleri hiç beklemedikleri bir anda yakaladı. Kendisiyle aynı adı taşıyan, 14 şarkı ve 17 videodan oluşan beşinci stüdyo albümünü iTunes üzerinden satışa sundu. Beyoncé'nin sürpriz yeni albümü üç günde yaklaşık 830 bin satarak iTunes Store'da en hızlı satan albüm rekorunu kırdı. 'XO', 'Drunk in Love' ve 'Pretty Hurts', albümün öne çıkan şarkılarından. Şu sıralar 'Mrs. Carter World Tour' ile dünyayı sallayan Beyoncé'nin 2014 yılında Türkiye'ye de geleceği konuşuluyor.

Albüm



DVD

HOLLYWOOD GEÇİT TÖRENİ

Hollywood'un usta oyuncularının bir araya geldiği, son yılların en iyi aksiyon filmi 'Red' ve devamı 'Red 2'nin DVD'si Tiglon etiketiyle satışa sunuldu. Hellen Mirren, John Malkovich, Bruce Willis ve Morgan Freeman gibi efsane isimlerin başrolleri paylaştığı seride, emekli CIA ajanları Avrupa'da düşman avına çıkıyor. En iyilerin asla dinlenmediği 'Red' ve 'Red 2'de, heyecan, aksiyon ve komedi unsurları bir arada!

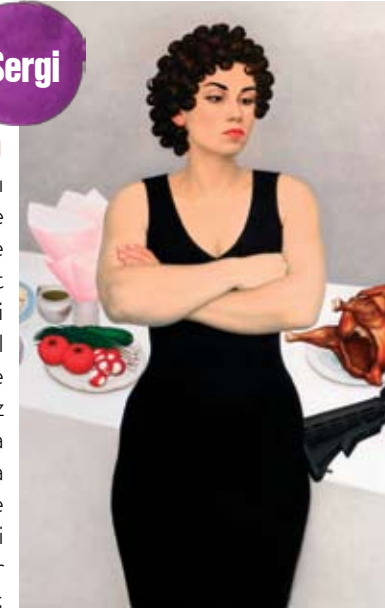
Tiyatro



Asker yolu bekleyenler

"Aynı şeyleri seven insanlar birbirlerini de severler demiydi bir keresinde. Daha sevgili olmamıştık..." Aykırı işlere imza atan Berkun Oya son oyunu 'İska'da, oyuncuları altı kabine yerleştiriyor. Abla, arkadaş, sevgili, anne, baba ve eş olan bu altı insan asker yolu gözlüyorlar. Hare Sürel, Nazan Kesal, Ushan Çakır, Gülce Oral, Bige Önal, Hakan Yüfkacgil ve Metin Coşkun rol aldığı 'İska'yı, Fuat Mete kaleme aldı. Her çarşamba ve perşembe Krek'te izleyebileceğiniz oyunda sadece asker özlemi çeken insanları değil, aynı zamanda içinde oldukları kabinde günah çıkaran insanlara da tanık olacaksınız.

Sergi



Türkiye'den Balkanlar'a

İstanbul Modern'in kuruluşunun 10'uncu yılı kapsamında hazırlanan 'Komşular – Türkiye ve Çevresinden Güncel Anlatılar', Türkiye ve çevresindeki güncel sanat pratiklerini sanat severlerle buluşturuyor. 9 Ocak – 8 Mayıs tarihleri arası gezilebilecek sergi, Türkiye ile tarihi, siyasal ve kültürel bağları olan Balkanlar, Kafkasya ve Orta Doğu gibi komşu coğrafyalardan günümüz sanatının öncü sanatçıları ve yapıtlarını bir araya getiriyor. 17 ülkeden 35 sanatçının çalışmalarına yer veren 'Komşular' sergisi için bölge kültür ve sanatına dair gösterim, performans, panel, söyleşi ve atölye çalışmalarından oluşan kapsamlı bir etkinlik programı hazırlanıyor.

Modern klasikler

'Minnie the Moocher', 'Puttin' on the Ritz' ve 'Dream a Little Dream'. İngiltere'nin 'haşarı çocuğu' Robbie Williams, son albümü 'Swing Both Ways'de, pop müzik tarihinin klasiklerini yeniden yorumluyor. 13 şarkılık albümde, altı yeni şarkı da yer alıyor. Lily Allen, Michael Bublé, Kelly Clarkson, Olly Murs ve Rufus Wainwright gibi sevilen sanatçıların Williams'a eşlik ettiği albüm, İngiltere resmi satış listelerinde 1 numara olan 1000'inci albüm olma özelliğini taşıyor.

Albüm



Tiyatro

AŞKIN HALLERİ

Oyun Atölyesi, 2013-2014 sezonuna 'Nehir' ile başladı. Oyunda, aşkın peşinden giderken aşkı ezbere yaşamaya yönelik 'Adam'ın hayatına giren kadınlar ile yaşadıkları anlatılıyor. Hira Tekindor'un çevirisini yaptığı 'Nehir'de Haluk Bilginer hem başrolde hem de yönetmen koltuğunda. Canan Ergüder ve Ayça Bingöl'ün Bilginer'e eşlik ettiği oyun, 8-12 Ocak tarihleri arasında Oyun Atölyesi'nde tiyatro severlerle buluşuyor.



Tradeshows are helping the bottom line

On an international level, tradeshows still represent the best way to meet customers from around the world and showcase products. For a textile sector engaged in competition, participating in international tradeshows is now a must in terms of branding, globalization and firm promotion. Tradeshows, which have become a sine qua non for national economies and a conduit for large trade, have grabbed attention with developments in the sector and alternate technologies, as well as for showcasing production models and presenting a space to view the terms of competition. In this, it is not always possible to see buyers, sellers and other sectoral players in the same place apart from tradeshows. Tradeshows create positive momentum for firms that are seeking to increase their current potential, conduct exports and improve their growth targets and their share of the market. Turkey has carved out an important place for itself in global textile production, having conducted \$8 billion in exports in 2012 and made important advancements with tradeshows. Textile tradeshows in Turkey are attracting a large number of firms and visitors from around the world, as companies participate with the aim of branding, promoting their products and entering new markets with the goal of increasing exports.

Economy to take off with power of 'domestic products'

When public corporations, relevant associations and other organizations that act for the public benefit are included in the mix, public purchases assume an important place in a country's economy. As a result, public administration is of crucial importance for the economy. A number of countries are currently attempting to ensure public purchases benefit the national economy for political, economic and strategic reasons and by enacting various legal amendments. Several amendments have been passed in Turkey in relation to these aims, and public purchases are now conducted within the framework of the Law No. 4734 on Public Tenders, which has been in effect since 1 April 2002. Public purchases that have

reached large figures can have the strategic benefit of supporting and directing a country's economy and industry when the transactions are planned and used properly in regards to potential. At present, a number of developed countries have boosted growth by building on the foundation of the strength of their own industries and using tools such as incentive mechanisms and public purchases. In the interests of reducing damage to their economies and supporting the real sector following the 2008 global financial crisis, a number of countries prioritized measures to ensure continued production and oversee employment, strategically conducting public purchases to this end. A number of countries,



including developed ones in the European Union, as well as the United States, are encouraging the usage of domestic products to protect their own industries and ensure development. To achieve these ends, these countries have enacted a number of administrative, technical and legal amendments. As part of similar efforts to adopt a strategic approach to public purchases in Turkey, observers are expecting moves to contribute to economic development as part of its

vision for 2023, the country's centenary. In the Medium-Term Program, which encompasses the 2012-2014 period and aims to reduce the high rate of dependence on imports for production, many have emphasized the importance of support and policies that increase the capacity to conduct the domestic production of semi-finished goods with high value-added, as well as moves to ensure that domestic goods will be selected in public purchases.



Textile turns in a successful report card

Turkey's textile and readywear sectors, which are prominent among Turkey's exporters, remain on the path to growth despite some difficulties in their target markets. After conducting \$25.6 billion in exports in 2012, the textile and readywear sectors displayed more cautious growth in 2013. Between January and November of 2013, the sector conducted \$23.6 billion in exports; in 2014, meanwhile, sector players are expecting double-digit growth figures. Taking the textile and readywear sectors' activities in 2013 as a start point, we set out to give the industry a report card, summarizing the eye-catching developments and main stories from the past year. The textile sector displayed more cautious growth through the first 10 months of 2013 year-on-year, as it was also affected by the waves that have buffeted the world economy. Despite this, the textile sector registered increases in both investments and exports in 2013, achieving successes in retaining control in an effort to reduce the problems stemming from problems in the global economy. The textile sector might have supported the positive signs seen in the economy, such as a fall in the current account deficit, a drop in unemployment, a growth in capital and a rise in sustainability in 2013, but the budget gap, falling growth rate and greater difficulties for the global economy forced the industry to take more cautious steps. Sector players notably devoted much attention to taking structural and lasting measures to aid the economy in the long term and carve out a better place in the world economy. In the end, the realization that the sector's search for rapid development can only be shaped in this fashion was another point that grabbed attention.



Leather sector eyeing exports

Turkey is one of the leading countries in the leather sector thanks to 100 years of experience, an accumulation of knowledge, as well as quality. Up until 20 years ago, goods were produced under difficult conditions in places like Kazlıçeşme in suburban Istanbul, but production is now being undertaken at 14 organized leather industrial zones that are mostly located in the Marmara and Aegean regions in accordance with global standards, environmental sensitivity and respect for nature. At the same time, the sector is also increasingly showcasing its quality on the world stage, displaying a strength born of its 20,000 producers employing around 400,000 workers. At present, tanneries can process the hides of 6 million cows and 50 million sheep per year. Turkey is the world's most important producer of fur, suede and wool, but because these products are generally worn in countries with colder climates, Turkey's share in these markets is fairly low. Turkey, however, is the world's third biggest producer of the leather product known as "Zig" after Italy and Spain. Turkey's domestic leather market is worth approximately \$3 billion, while export figures for 2013 are expected to come in at around \$1.925 billion and \$1.95 billion.

OCAK 2014**PITTI IMAGINE
CLOUDNINE**

07.01.2014 - 10.01.2014
Moda- Floransa, İtalya

INTERMEZZO NEWYORK

09.01.2014 - 11.01.2014
Hazır Giyim-New York, ABD

EXPO RIVA SCHUH

11.01.2014 - 14.01.2014
Deri Ürünleri, Ayakkabı -
Riva del Garda, İtalya

MILANO MODA UOMO

11.01.2014 - 15.01.2014
Moda - Milano, İtalya

**SAO PAULO PRET A
PORTER**

12.01.2014 - 15.01.2014
Tekstil - Sao Paulo, Brezilya

CHILDREN'S CLUB

13.01.2014 - 15.01.2014
Tekstil - New York, ABD

COUROMODA

13.01.2014 - 16.01.2014
Deri Ürünleri - Sao Paulo,
Brezilya

**HKTDC HONG KONG
FASHION WEEK FAL/
WINTER**

13.01.2014 - 16.01.2014
Moda - Hong Kong, Çin

**HKTDC WORLD
BOUTIQUE**

13.01.2014 - 16.01.2014
Hazır Giyim - Hong Kong, Çin

**INTERMODA
MEXICO**

14.01.2014 - 17.01.2014
Tekstil ve Hazır Giyim
Guadalajara, Meksika

**PREMIERE
VISION NEWYORK**

14.01.2014 - 15.01.2014
Tekstil - New York, ABD

TEXWORLD USA

14.01.2014 - 16.01.2014
Tekstil - New York, ABD

BREAD & BUTTER

14.01.2014 - 16.01.2014
Hazır Giyim - Berlin, Almanya

KINGPINS SHOW

21.01.2014 - 22.01.2014
Tekstil - New York, ABD

**PREMIERE
VISION NEWYORK**

15.01.2014 - 16.01.2014
Tekstil - New York, ABD

Blue

16.01.2014 - 18.01.2014
Denim Hazır Giyim, Spor Giyim
- New York, ABD

ENK NY

16.01.2014 - 18.01.2014
Hazır Giyim ve Moda
New York, ABD

INDIA IN FASHION

16.01.2014 - 18.01.2014
Tekstil Sanayii - Mumbai,
Hindistan

**PETTI IMAGINE
BIMBO**

16.01.2014 - 18.01.2014
Çocuk Giyim ve Moda
Floransa, İtalya

IFAI EXPO 2014

17.01.2014 - 19.01.2014
Tekstil, Tekstil Makineleri
Orlando, ABD

MRKET

17.01.2014 - 19.01.2014
Erkek Hazır Giyim - New York,
ABD

THE COLECTIVE

17.01.2014 - 19.01.2014
Bay Hazır Giyim ve Aksesuar
New York, ABD

**THE LONDON
TEXTILE FAIR**

17.01.2014 - 18.01.2014
Tekstil, Giyim - Londra, İngiltere

KOMM

17.01.2014 - 19.01.2014
Bebek ve Çocuk Tekstil -
Frankfurt, Almanya

**JFWINTERNATIONAL
FASHION FAIR**

18.01.2014 - 21.01.2014
Moda - Tokyo, Japonya

TRANOI HOMME

18.01.2014 - 20.01.2014
Erkek Giyim - Paris, Fransa

KLEINE FABRIEK

19.01.2014 - 20.01.2014
Çocuk Giyim ve Moda
Amsterdam, Hollanda

HOMI

19.01.2014 - 22.01.2014
Ev Dekorasyonu ve Hediyelik
Eşya - Milano, İtalya

BELLEGMASH

21.01.2014 - 24.01.2014
Tekstil ve Ayakkabı Makine ve
Ekipmanı Minsk, Belarus

**COLOMBIATEX - TEXTILE
EXHIBITION**

21.01.2014 - 23.01.2014
Tekstil, Kumaş ve Ev Tekstili
Medellin, Kolombiya

PREMIÈRE BRASIL

21.01.2014 - 22.01.2014
Tekstil - Sao Paulo, Brezilya

TEXWORLD USA

21.01.2014 - 23.01.2014
Tekstil - New York, ABD

MRKET NY

22.01.2014 - 24.01.2014
Hazır Giyim, Aksesuar ve Spor
Giyim, New York, ABD

PITTI IMMIGINE FILATI

22.01.2014 - 24.01.2014
Tekstil - Floransa, İtalya

**PREMIERE
BRASIL BY PREMIERE
VISION**

22.01.2014 - 23.01.2014
Tekstil - Sao Paulo, Brezilya

MAISON&OBJET

24.01.2014 - 28.01.2014
Ev Tekstili ve Aksesuar
Paris, Fransa

FIMI

24.01.2014 -26.01.2014
Bebek Eşyaları, Çocuk Giyim-
Madrid, İspanya

INTERFILIERE

25.01.2014 - 27.01.2014
Tekstil, Kumaş ve
Aksesuar
Paris, Fransa

SALONDE LA LINGERIE

25.01.2014 - 27.01.2014
İç Giyim - Paris, Fransa

**WHO'S NEXT PRET-A-
PORTER PARIS**

25.01.2014 - 28.01.2014
Hazır Giyim ve Aksesuar
Paris, Fransa

MODAFABRIEK

26.01.2014 -27.01.2014
Moda - Amsterdam, Hollanda

**NEWYORK HOME
TEXTILE SHOW**

26.01.2014 - 30.01.2014
Ev Tekstili - New York, ABD

CHICAGO COLECTIVE

27.01.2014 - 29.01.2014
Erkek Giyim - Şikago, ABD

**CIFF - COPENHAGEN
INTERNATIONAL
FASHION FAIR**

30.01.2014 - 02.02.2014
Hazır Giyim, Moda -
Kopenhag, Danimarka

EXPORT HOME

30.01.2014 - 02.02.2014
Mobilya ve Ev Dekorasyonu
- Porto, Portekiz

MUNICH FABRIC START

31.01.2014 - 02.02.2014
Tekstil - Münih, Almanya

THE GALLERY DÜSSELDORF

31.01.2014 - 03.02.2014
Bayan Giyim ve Aksesuar
Düsseldorf, Almanya

ŞUBAT 2014**PREMIUM ORDER**

01.02.2014 - 01.02.2014
Hazır Giyim - Düsseldorf,
Almanya

INTIRIO

02.02.2014 - 05.02.2014
Tekstil, Ev Tekstili, İç
Dekorasyon - Gent, Belçika

CIPRINT

04.02.2014 - 06.02.2014
Tekstil, Dijital Baskılı ve Kişiye-
Kuruma Özel - Lyon, Fransa

**COMMUNIQUEZ
TEXTILE -CTCO**

04.02.2014 - 06.02.2014
Tekstil, Giyim, Promosyon ve
Reklam Amaçlı Tekstil Ürünleri
- Lyon, Fransa

LINGERIE - EXPO

04.02.2014 - 07.02.2014
İç Giyim - Moskova, Rusya

DECORATION AND DESING

05.02.2014 - 07.02.2014
Dekorasyon - Avustralya
BAUEN + WOHNEN
06.02.2014 - 09.02.2014
Mobilya, Dekorasyon
Salzburg, Avusturya

PROJECT LAS WEGAS

10.02.2014 - 12.02.2014
Hazır Giyim - Las Vegas, ABD

**LIFE INSTYLE
SYDNEY**

13.02.2014 - 16.02.2014
Moda, Dizayn, Dekorasyon, Stil
- Sidney, Avustralya

**TV TECSTYLE
VISIONS**

13.02.2014 - 15.02.2014
Tekstil Dekorasyon - Stuttgart,
Almanya

PREMIERE VISION

14.02.2014 - 16.02.2014
Tekstil, Kumaş - Paris, Fransa

MODAMONT

18.02.2014 - 20.02.2014
Moda - Paris, Fransa

**PREMIERE
VISION**

18.02.2014 - 20.02.2014
Tekstil, Kumaş -
Paris, Fransa

**ZOOM BY
FATEX**

18.02.2014 - 20.02.2014
Hazır Giyim -
Paris, Fransa

**MI MILANO
PRET-APORTER**

22.02.2014 - 24.02.2014
Moda, Hazır Giyim
Milano, İtalya

**MODA
MANHATTAN**

22.02.2014 - 24.02.2014
Hazır Giyim-New York, ABD

**TEXTIL
HOUSE FAIR**

22.02.2014 - 25.02.2014
Ev Tekstili-Sao Paulo, Brezilya

**FASHION
EXPOSED**

22.02.2014 - 24.02.2014
Moda-Melbourne, Avustralya

**2014 HONG KONG
INTERNATIONAL FUR &
FASHION FAIR**

25.02.2014 - 28.02.2014
Kürk ve Moda
Hong Kong, Çin

CJF

25.02.2014 - 28.02.2014
Hazır Giyim - Moskova, Rusya

CPM

25.02.2014 - 28.02.2014
Hazır Giyim-Moskova, Rusya

**PREMIERE VISION
MOSCOW**

25.02.2014 - 26.02.2014
Tekstil -
Moskova, Rusya

MODTISSIMO

26.02.2014 - 27.02.2014
Hazır Giyim Moda
Porto, Portekiz

**POZNAN
FASHION FAIR**

26.02.2014 - 28.02.2014
Hazır Giyim, Moda, Ayakkabı, İç
Giyim, Tekstil, Kumaş,
Poznan, Polonya

**TRANOI
FEMME**

28.02.2014 - 03.03.2014
Hazır Giyim - Paris, Fransa

**PARIS SUR MODE
ATELIER**

28.02.2014 - 03.03.2014
Hazır Giyim - Paris, Fransa

**MILANOUNICA**

11.02.2014 - 13.02.2014
Tekstil, Kumaş, Ev Tekstili
Milano, İtalya

**MODA IN TESSUTO &
ACCESSORI**

11.02.2014 - 13.02.2014
Tekstil ve Hazır Giyim
Aksesuarları - Milano, İtalya
DTG
12.02.2014 - 15.02.2014
Tekstil ve Tekstil Makineleri
Dakka, Bangladeş

BRIDE SHOW 2014

12.02.2014 - 15.02.2014
Moda, Hazır Giyim, Evlilik
Abu Dabi, BAE

**PALM BEACH
JEWELERY, ART & ANTIQUE
SHOW**

15.02.2014 - 19.02.2014
Ev Dekorasyonu
West Palm Beach, ABD

**APPAREL
SOURCING**

17.02.2014 - 20.02.2014
Tekstil - Paris, Fransa

TEXWORLD

17.02.2014 - 20.02.2014
Tekstil, Paris, Fransa

DACH & HOLZ 2014

18.02.2014 - 21.02.2014
Teknik Tekstil - Köln, Almanya

**MILANO MODA
DONNA**

19.02.2014 - 25.02.2014
Moda, Kadın Hazır Giyim
Milano, İtalya

TEXTILLEGPROM

19.02.2014 - 22.02.2014
Tekstil - Moskova, Rusya

FASHION COTERIE

20.02.2014 - 22.02.2014
Hazır Giyim-New York, ABD

**WINTER JEMELRY,
FASHION AND
ACCESSORIES SHOW**

20.02.2014 - 23.02.2014
Moda - Rosemont, ABD



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