



Dergimizin  
dijital versiyonuna  
ulaşmak için  
QR kodu  
kullanabilirsiniz



63  
ülkeden  
12.000  
ziyaretçi



## TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN İLK YERLİ VE MİLLÎ FUARI TEXHIBITION GERÇEKLEŞTİRİLDİ



### *Fashion Week Istanbul modaseverlere hibrit bir deneyim yaşattı*

İHKİB organizasyonu ile düzenlenen Türkiye'nin küresel vitrini Fashion Week Istanbul, yeni sezonu ile 15-18 Mart'ta gerçekleştirildi.



# StyleShoots

## Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu

eren  
morhipo.com

ebebek  
trendyol.com

Civil  
Bebato  
İngilizce mekânlık

COLIN'S  
Özdelek

SARAR  
sıkmakas  
CROSS JEANS

SAFRAN  
TEXTILE  
LC WAIKIKI



Styleshoots Horizontal'i Instagram'da  
keşfedin! @astasjuki

### ASTAS JUKI

Ataş Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Koçman Cad. No: 57 34212 Güneşli/İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) Faks: (0212) 630 89 27 Web: www.astasjuki.com - E-mail: cadcam2@astasjuki.com

f t i p y /astasjuki



İTKİB HEDEF

# İÇİNDEKİLER

## KONULAR

# 70

### **Güncel**

*Türkiye'nin küresel vitrini  
Fashion Week Istanbul  
modaseverlere hibrit bir  
deneyim yaşattı*

# 76

### **Anadolu'da Yatırım**

*Kadir Söylemez  
Aksaray'dan Anadolu  
coğrafyasına yayılan  
halıcılık serüveni*



# İÇİNDEKİLER



## BÖLÜMLER

06

### Kısa Haberler

Hazır giyim tedarikinde  
Türkiye'nin yıldızı parlıyor

54

### Kapak

Tekstil sektörü, ilk yerli ve milli fuarı  
Texhibition'ı gerçekleştirdi

62

### Gündem

İhracata savaş gölgesi düştü

70



68

### Brüksel Mektubu

M. Haluk Özelçi  
Rusya'ya yönelik önlemler

80

### Yarışma

II. İHKİB İnovatif Fikir Maratonu'nun  
kazananları ödüllendirildi

84

### Etkinlik

Türk firmalar  
Coterie Fuarı'na  
katıldı

86

### Etkinlik

İHKİB, 26 firma ile  
CAF Fuarı'na katıldı

87

### Etkinlik

The London Textile Fair'e Türk akımı

88

### Etkinlik

Türk firmalar Micam'da yine göz  
doldurdu

89

### Etkinlik

Shoes Dusseldorf Fuarı yapıldı

90

### Hukuk Köşesi

Av. H. Ozan Ögüt  
Taşeronluk ilişkisi nedir?



## İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.  
Mustafa BEKTAŞ

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Hikmet ÜNAL

### YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan TEPE

Bekir Burak UYGUNER

İbrahim GEYİKOĞLU

### YAYIN KURULU

#### HAZIR GIYIM

İlker KARATAŞ  
Mithat SAMSAMA

#### TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ  
Ali Sami AYDIN  
Orhan AYDIN  
Fatma UÇURUM

#### DERİ

İlhan KUŞELİ  
Serkan CEVAHİRCİOĞLU

#### HALI

Bülent METİN  
Haşim GÜRELİ

### YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.  
Dış Ticaret Kompleksi B Blok  
34530 Yenibosna - İSTANBUL

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

### AJANS BAŞKANI

Selda YEŞİLTAS

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

### GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ

### EDİTÖR

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

### MUHABİR

Melis ALPAY

### FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Fatih YALÇIN

### REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY  
ilknur@viyamedya.com

### REKLAM SORUMLUSU

Sırma SAMAY YABANCI

### REDAKSİYON

KURŞUN KALEM

### İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NISANTASI - SISLI / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

### ÖZGÜN OFSET

Seyrantepe, Aytekin Sok. No:21, 34418

Kâğıthane/İstanbul

Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflarınızın telif hakları saklıdır.  
Dergimizde yer alan yazı ve fotoğrafların sorumluluğu sahiplerine aittir.



# MorganTecnica



## Aklınız kessin... Otomatik Kumaş Kesici



İTALYA'DA  
ÜRETİLMİŞTİR



## NEXT2 Δ

### Hız ve maksimum hassasiyet

MorganTecnica otomatik kesicilerinin yeni serisi, hazır giyim, mobilya, otomotiv ve aksesuar sektörlerinin tüm üretim ihtiyaçlarını karşılamak üzere geliştirildi.

Yüksek hız, hassasiyet ve esneklik.

Next2 Delta, düşük kullanım maliyetleriyle yüksek üretkenlik ve güvenilirliği garanti eder.

Next2 Delta: günümüz kesimhaneleri için temel seçiminiz olacaktır.

- "30, 50, 70 ve 90 mm yükseklik versiyonları + Denim ve iç çamaşırı özel versiyonları"
- Paysız kesim özelliği
- Keserken yürütme özelliği
- Düşük gürültü seviyesi
- Önleyici oto-kontrol sistemini sağlayan yeni sensörler
- Anlık veri izlemek için yeni Veri Merkezi
- Çok amaçlı ve kullanışlı PC iş istasyonu
- Opsiyonel kolay toplama sistemi.



Kolay Toplama sistemleri



Next2 Delta videosunu izleyin

www.morgantecnica.com   

**UĞUR TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.**

Halkalı Merkez Mah. Basın Ekspres Cd. No:5 34303 Küçükçekmece/İstanbul

Tel: 0212 495 00 00 Faks: 0212 495 39 77 Web: www.brothertr.com

Online satış: www.ugurbrother.com e-mail: uguras@brothertr.com

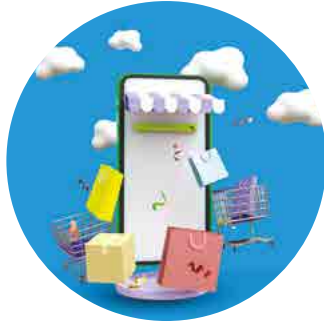
Türkiye Distribütörü



## Tekstil ve hazır giyim, e-ticaretten en büyük payı alan sektör

**ELEKTRONİK** Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD), e-ticaret sektörünün 2021 yılında yüzde 55 büyüyerek 400 milyar TL'lik hacme ulaştığını açıkladı. 2022'de ise sektörün yüzde 40 büyümeyle 560 milyar TL'lik hacme erişmesi bekleniyor. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) hazırladığı 2021 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'na göre 2021'de online alışveriş yapanların oranı, yüzde 36,5'ten yüzde 44,3'e çıktı. Giyim, aksesuar ve ayakkabı sektörü, yüzde 70,7 ile pastadan en büyük payı aldı.

Pandeminin olumsuz etkilerini e-ticaretle ortadan kaldırarak ticaret hacmini genişleten tekstil ve hazır giyim sektörünün rotasını e-ihracata çevirdiğini söyleyen DepoTextile.com kurucusu Kenan Demir: "Tekstil ve hazır giyim sektöründe özellikle pandemiyin etkisiyle ayakta kalmakta zorlanan küçük ve orta büyüklükteki üreticiler, e-ticaret aracılığıyla zorlu sürecin üstesinden gelmeyi başardı. DepoTextile.com olarak onlarca üreticinin, binlerce ürün ve modeline tek noktadan ulaşabilme ve güvenli toptan sipariş oluşturabilme hizmeti sağlayan yeni nesil bir toptan satış platformuyuz. Hazır giyim üreticileri ile perakende satış yapan butik ve mağazaları tek bir adreste buluşturarak tedarik zincirini tümüyle dijitalleştirdik. Geniş ürün yelpazemiz ve uygun maliyetli çözümlerimizle, üreticileri hedef kitleleriyle ve potansiyel müşterileriyle bir araya getiriyoruz. Geçtiğimiz yıl yaklaşık 100 üreticinin stoklarındaki sevkiyata hazır ürünlerini, 20 binin üzerinde mağaza ve butiğe ulaştırdık. Üretici tedarikçilerimizin binlerce ürününü yeni nesil toptan satış platformumuz üzerinden 17 ülkeye ihraç ettik." dedi.



## Hazır giyim tedarikinde Türkiye'nin yıldızı parlıyor

**GLOBALDATA'S** Apparel Intelligence Center ile Just Style'in birlikte gerçekleştirdiği çalışmaya göre Türkiye, 2022 yılı için yıldızı yükselen ve takip edilmesi gereken hazır giyim tedarikçisi ülkeler listesinde ikinci sırada yer alıyor. Listede Sri Lanka 11., Bangladeş 12., Hindistan 16. ve Pakistan 18. sırada bulunuyor. Listeye giren ülkeler yaygın nakliye sağlama yetenekleri, fiyat, tarife avantajları, sürdürülebilirlik, kalite, teslim süresi, güvenilirlik, sipariş esnekliği, ürün geliştirme yeteneği ve katma değerli üretim gibi birçok kriterle değerlendirildi.

Avrupa ve Asya arasındaki stratejik konumuyla dikkat çeken Türkiye, dünya hazır giyim tedarik destinasyonları konusunda önemli ülkelerden biri. Çalışmada 58 puan alarak en üst sırada yer alan Vietnam'la arasında yalnızca bir puan olan Türkiye, 15 temel faktörün altısında en yüksek puanları

aldı. Türkiye'nin en yüksek puan aldığı faktörler; nakliye sağlama yeteneği, üretim kalitesi, temel ürünler oluşturma yeteneği, dikey entegrasyon/yeni materyallere kaynak sağlama yeteneği, yenilik ve alıcılarla ürün geliştirme yeteneği, katma değerli ürünler yaratma yeteneği oldu.

Türkiye, yüksek vasıflı iş gücü ve ince işçilik geçmişi ile başarılı bir performans sergilerken geniş üretim kapasitesi yelpazesine sahip ülkeler arasında. Araştırmada birçok markanın tedarikçisi olan Türkiye'nin, Avrupa markalarından gördüğü ilginin arttığına da dikkat çekiliyor. Araştırmada ayrıca tekstil ve hazır giyim sektörünün Türk sanayisinin bel kemiği olduğu, hükümetin ihracatı ve üretimi desteklemek adına çeşitli iyileştirmeler yaptığı belirtildi. Araştırmada Türkiye'yi sırasıyla Peru, Çin, El Salvador, Meksika ve Mısır takip etti.



## DIYARBAKIR'DA BEŞ HAZIR GIYIM FABRİKASININ TEMELLERİ ATILDI

Son zamanlarda başta ekonomi olmak üzere birçok alanda gelişim gösteren, cazibe şehir hâline gelen Diyarbakır'da, devlet destekli önemli yatırımlar gerçekleşiyor. Sanayi ve Teknoloji ile Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından ortaklaşa yürütülen, genç nüfusun yoğun olarak yaşadığı şehirlerde uygulanan Çalışan ve Üreten Gençler

Projesi kapsamında, Diyarbakır'ın Bismil ilçesinde beş ayrı hazır giyim fabrikasının temeli atıldı. Fabrikaların temel atma töreninde konuşan Diyarbakır Valisi Münir Karaloğlu: "Bismil'de temelini attığımız beş fabrikanın ihale bedeli, 32 milyon 500 bin TL'dir. Hedefimiz Diyarbakır'da doğan gençlerimize, Diyarbakır'da iş imkânı oluşturmak." şeklinde konuştu.





# ZOJE

Daima Önce Kalite

**GREEN** Serisi



## TAM OTOMATİK, ZJ-M6 -GS900-SF-LK2-V2 LAZER KESİM SİSTEMLİ DESEN İŞLEME MAKİNESİ



 Tetaş İç ve Dış Ticaret A.Ş.  tetas.com.tr  Tetaş AŞ



**TETAS 40**  
İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.  
Güvenli Hizmet  
Yıldır Sızlerle  
www.tetas.com.tr

Akcaburgaz Mah. 3047.Sk. No:2 Esenyurt / İSTANBUL- Türkiye Tel: (0212) 866 91 00

## AB Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi yayımlandı



AVRUPA Komisyonu, Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında sunulan ve uzun zamandır beklenen Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi'ni yayımladı. Sürdürülebilir tekstiller için AB stratejisini belirleyen yol haritası; ürünlerin daha dayanıklı, yeniden kullanılabilir, onarılabilir, geri dönüştürülebilir ve enerji açısından verimli olacak şekilde tasarlandığı, iklim açısından nötr, döngüsel bir ekonomi yaratmayı hedefliyor. Stratejinin odak noktasında tekstil ve hazır giyim endüstrisinin pandemi kaynaklı krizden sürdürülebilir bir şekilde kurtulması bulunuyor. Üretim, tüketim, atık yönetimi, geri dönüştürülebilir ham maddeler gibi döngüsel ilkelerin uygulanmasını amaçlayan strateji aynı zamanda sektörü daha rekabetçi hâle getirmeyi öngörüyor.

Sürdürülebilir ve döngüsel üretim için AB pazarını güçlendirmeyi amaçlayan girişim, daha yeşil bir tekstil ve hazır giyim sektörü için eylemler öneriyor. Atık tekstillerin toplanmasına ve geri dönüştürülmesine yönelik öneriler de sunan strateji, tekstil ve hazır giyim değer zincirini doğrudan etkileyecek 16 yeni yasal eylem içeren çok daha geniş bir paketin parçası konumunda.



## Euratex, artan enerji ve doğal gaz maliyetlerine karşı uyardı

AB'NİN tekstil ve hazır giyim temsil kuruluşu Euratex, Avrupa'da giderek artan enerji ve doğal gaz maliyetlerine dikkat çekti. Yapılan açıklamada enerji ve doğal gaz maliyetlerinin artmaya devam etmesi durumunda AB tekstil ve hazır giyim sektörünün üretimi durdurmak zorunda kalabileceği belirtildi.

Avrupa'da 2021 yılı sonunda başlayan enerji krizi, Rusya-Ukrayna çatışması ile daha da alevlendi. Son bir yılda enerji ve doğal gaz maliyetleri, yüzde 200-300 oranlarında artış gösterdi. Bu durum tekstil ve hazır giyim sektörleri için de ciddi belirsizlik yarattı ve

birçok firma artan maliyetleri nedeniyle üretimi durdurmayı düşündüğünü açıkladı. Euratex, Rusya-Ukrayna çatışmasında AB'nin takındığı tutumdan memnun olduğunu belirterek üye ülke hükümetlerinin sektörleri desteklemeleri ve zarar azaltmaları gerektiğini ifade etti. Euratex'e göre şirketlerin makul fiyatlarda enerjiye ulaşabilmeleri önemli. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin yeşil dönüşümü bu noktada daha da önem kazandı. Sektörde yeşil enerji dönüşümünün, AB'nin enerjide Rusya gibi dış kaynaklara bağımlılığını azaltacağı düşünülüyor.

## DÜNYANIN İLK METAVERSE MODA HAFTASI

Dünyanın ilk metaverse moda haftası 24-27 Mart'ta, Ethereum blok zinciri tarafından desteklenen, merkezi bulunmayan bir sanal gerçeklik platformu olan Decentraland'de gerçekleşti. Etkinlikte alışveriş, panel, podyum gösterileri gibi bölümler de yer aldı. Metaverse moda

haftasında ürünler, NFT olarak satışa çıkarıldı. 60'tan fazla marka, sanatçı ve tasarımcının katıldığı etkinlikte merakla beklenen giyilebilir koleksiyonlar tanıtıldı. Tommy Hilfiger, Forever 21, Philipp Plein gibi markalar da metaverse moda haftasına özel koleksiyonlarıyla etkinlikte yer aldı.





# ESNEK KUMAŞ ESNEK ÜRETİM



Düşük hacimli üretim ve numune üretimi taleplerine yanıt veren Mimaki Tx300P-1800B, 5 farklı boya seçeneğiyle çok çeşitli kumaşlara baskı imkanı sunar.

Geliştirilmiş blanketli kumaş besleme sistemi ile hem **esnek kumaşa** kaliteli baskı yapılmasını hem de **farklı desenlerin** hızlı şekilde basılmasını mümkün kılar.

**Mimaki**  
[www.mimaki.com.tr](http://www.mimaki.com.tr)

# İhracatın güçlü kadınları ödüllendirildi

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından ilk kez düzenlenen "İhracatın Güçlü Kadınları" ödül töreni Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan, Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın katılımıyla gerçekleştirildi.



Ödül alan tüm kadınları tebrik eden Erdoğan; sergiledikleri başarının, ortaya koydukları azmin, geleceğin kadın liderlerine ilham olacağına inandığını sözlerine ekledi.

## "SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA MÜCADELESİNDE KADINLARIMIZ VAZGEÇİLMEZDİR"

İsmail Gülle, konuşmasında dünyanın önde gelen ülkelerinden çok önce, 1934'te seçme ve seçilm hakkını elde eden Türk kadınlarının, geçmişte olduğu gibi bugün de Türkiye'nin birlik ve beraberliğinin, millî egemenliğinin, parlak geleceğinin lokomotif gücü ve teminatı olarak üretim ve ihracatta çok önemli başarılarla imza attığını dile getirdi. Gülle,

sözlerine şöyle devam etti: "Kadınlarımızın eğitilmiş, meslek sahibi, güçlü ve bilinçli olduğu bir Türkiye, hedeflerine bir adım daha yaklaşmıştır. Bu nedenle, kadınlarımızın iş hayatında üstlendikleri öncül rol, Türkiye'nin 'sürdürülebilir' kalkınma mücadelesinin de vazgeçilmez unsuru konumundadır. Türkiye'yi daha güçlü ve müreffeh yarınlara taşımanın, Türkiye'yi dış ticaret fazlası veren bir ekonomiye ulaştırmanın, Türkiye'yi ilk 10 ekonomi arasına sokmanın altın anahtarı kadınlarımızın elindedir."

Hedeflere giden yolda kadınların rolünün çok önemli olduğuna inandıklarını belirten Gülle: "Bu bilinç ve farkındalıkla TİM olarak 'Güçlü Kadın, Güçlü İhracat, Daha Güçlü Türkiye' sloganıyla TİM Kadın Konseyi'ni kurduk. Konseyimiz, kadın ihracatçı ve girişimci sayısını artırmak, iş dünyasında kadın istihdamını geliştirmek, daha fazla kadının sivil toplum kuruluşlarında temsil edilmesini sağlamak amaçlarıyla çalışmalarını sürdürüyor. 2020 yılının Aralık ayında konsey üyelerimiz ile yol haritamızı ve projelerimizi belirlemiştik. O günden bu yana konseyimiz kısa süre içinde önemli projelerin altına imzasını attı." diye konuştu.

Konuşmaların ardından, ihracat şampiyonu 15 firma temsilcisine ödülleri verildi. TİM Başkanı İsmail Gülle, Ressam İsmail Acar'ın Emine Erdoğan'ın Afrikalı bir çocukla çektiği fotoğraftan ilham alarak resmettiği tabloyu kendisine takdim etti.

TİM, Türkiye'de kadın ihracatçı ve girişimci sayısını artırmak, iş dünyasında kadın istihdamını geliştirmek için çalışmalarını tüm hızıyla sürdürmeye devam ediyor. Bu kapsamda ilk kez düzenlenen "İhracatın Güçlü Kadınları" ödül töreni ile başarılı ihracatçı kadınlar ödülleri kavuştu. Kadın ihracatçılara ve sektörel bazda en çok ihracat gerçekleştiren şirketlere ödülleri Emine Erdoğan, Bakan Nureddin Nebati ve Mustafa Varank ile TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından takdim edildi. Törene İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, İTKİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe ve Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir de katıldı.

## "KADINLARIN GÜÇLENDİRİLMESİ EKONOMİYE BÜYÜK KATKI SAĞLIYOR"

Törende yaptığı konuşmada Türk kadınının elde ettiği her başarının, kendi ülkelerindeki kadınlar için yol açıcı olduğu gibi coğrafyalarındaki kadınları da olumlu etkilediğini belirten Emine Erdoğan: "2023 hedefimiz, dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmak. Bu hedefi gerçekleştirmede kadınların önündeki engelleri kaldırmak için büyük bir gayret içindeyiz. Kadınların güçlendirilmesi ekonomiye büyük bir katkı sağlıyor. Bunun yanında gelecek nesillerin niteliğinin artmasını ve aile kurumunun güçlenmesini de beraberinde getiriyor. Toplumsal statüsü değişen ve güçlenen tek bir kadının bile tüm dünya kadınlarının durumunun iyileşmesine kelebek etkisi yaptığını biliyoruz." dedi.



# İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi faaliyete başladı

**Kredi garanti ve kefalet uygulamaları yoluyla mal ve hizmet ihraç edenlerin finansmana erişim imkânlarını genişletmek amacıyla kurulan İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE AŞ), 1 Mart'ta faaliyete başladı. TİM ve Eximbank'ın öz kaynakları ile kurulan İGE AŞ'nin ihracatçılara önemli destekler sağlaması hedefleniyor.**

**TİCARET** Bakanlığı, pandemi nedeniyle küresel çapta yaşanan zorluklara rağmen ihracatın Türkiye ekonomisinin büyümesinin lokomotifine olmaya devam ettiğini vurguladı. Bakanlık, ihracattaki bu başarının katlanarak devam etmesini sağlamak amacıyla ihracatçılara mevcut desteklerine ilave bir destek mekanizması daha sunduklarını belirtti. Kredi garanti ve kefalet uygulamaları yoluyla mal ve hizmet ihraç edenlerin finansmana erişim imkânlarını genişletmek amacıyla kurulan İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE AŞ), 1 Mart'ta faaliyete başladı.

Bakanlık tarafından konuyla ilgili yapılan açıklamada şu ifadeler yer verildi: "İhracatçıların finansmana erişim imkânlarını genişletmek, desteklemek, kolaylaştırmak ve özellikle ihracat kredileri için kefalet vermek üzere TİM ile Eximbank'ın öz kaynaklarıyla 2021 yılının Ekim ayında İGE AŞ kuruldu. Aralık ayında ise 61 ihracatçı birliğimizin ortaklığıyla sermaye yapısı güçlendirilen İGE AŞ, faaliyete geçmiştir. İGE AŞ ile teminat yetersizliği nedeniyle çeşitli kredi ve destek imkânlarından yeterince yararlanamayan ihracatçıların krediye erişimleri, kefalet suretiyle sağlanacaktır. İhracatçılar artık kredi almak için gayrimenkulünü, fabrikasını bankaya ipotek vermek zorunda kalmayacaktır."



İhracatta yaşanan artışın süreklilik arz edeceğine ilişkin en önemli göstergelerden birinin de ihracat yapan firma sayısındaki önemli düzeydeki artış olduğuna işaret edilen açıklamada, şunlar kaydedildi: "Geçtiğimiz yıl 32 binden fazla firmamız ihracata başlamış ve ihracatçı sayımız 101 bini aşmıştır. Bu doğrultuda, ihracatçılarımızın kaynaklarıyla kurulan ve sadece ihracatçılarımızın erişimine açık olan İGE AŞ, özellikle küçük ve orta ölçekli firmalarımızın ihracat kredisi bağlamında finansmana erişimlerinin kolaylaştırılmasını ve ihracatın tabana yayılmasını sağlayarak ihracat hacminin sürdürülebilir şekilde artırılmasına ilave bir katkı sağlayacaktır."

## İGE AŞ'NİN YÖNETİMİ BELLİ OLDU

İGE AŞ'nin Yönetim Kurulu Başkanı Rıza Tuna Turagay olurken Yönetim Kurulu; İsmail Gülle, Özgür Volkan Açar, Ali Güney, Deniz Yılmaz, Baran Çelik, Mustafa Gültepe, Güven Uçkan ve Kasım Akdeniz'den oluştu. Şirketin Genel Müdürü olarak da Kasım Akdeniz görev aldı.

Teminat yetersizliği sebebiyle finansmana erişimde güçlük yaşayan ihracatçıların İGE AŞ'nin sağladığı kefaletle Eximbank kredilerinden yararlanması için başvurular alınmaya başladı.

Hedeflenen kredi hacmi	22 milyar TL
Başvuru süresi	31.05.2022'ye kadar
İlgili kuruluş	Türk Eximbank
Yararlanıcı türü	KOBİ
Yararlanıcı kredi üst limit	10 milyon TL
Ürün vadesi	Azami 12 ay
Başvuru kredi tipi	Nakit TL veya YP
Başvuru ücreti	1.000 TL
Kefalet komisyonu	6 aya kadar %0,5, üstü için %1

# İTÜTEK 180 Saniye Zirvesi ikinci kez yapıldı

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Tekstil Mühendisliği Kulübü tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen İTÜTEK 180 Saniye Zirvesi, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel ile İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün katılımı ile gerçekleştirildi.

İTÜ Tekstil Mühendisliği Kulübü tarafından düzenlenen İTÜTEK 180 Saniye Zirvesi, bu yıl ikinci kez yapıldı. 2-3 Mart'ta yapılan zirvede tekstilden hazır giyime, sürdürülebilirlikten girişimcilğe kadar birçok konuda, alanında uzman isimler konuşmacı olarak yer aldı. İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel ile İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz de zirvede öğrencilerle bir araya gelerek sektöre yönelik bilgiler paylaştı.

Zirvede bir sunum gerçekleştiren Jale Tunçel, hazır giyim sektörünün güncel durumu ile ilgili ayrıntılı bilgiler paylaştı.

Sektörünün 2021 yılı ihracatının 20,3 milyar dolara yükseldiğini söyleyen Tunçel: "Hazır giyim, Türkiye'nin dördüncü büyük sektörü konumunda. Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde dokuzunu gerçekleştiren hazır giyim sektörü, kilogram başına 16,2 dolar ile tasarıma dayalı ve katma değerli ihracat gerçekleştiren ilk üç sektörden biri. Esnek üretim gücümüz, yaratıcı ve genç tasarımcılarımız, nitelikli iş gücümüz, AB standartlarına uygun ve entegre üretim yapımız, ileri düzeyli yan sanayimiz, dünya pazarlarına kolay erişim olanağımız ve koleksiyon oluşturma yetkinliğimiz ile rakiplerimizden bir adım öndeyiz." dedi.

## "DEĞİŞİMİ YÖNETECEK VE EKSİKLİKLERİ FARK EDECEK OLAN İNSAN KAYNAĞIDIR"

Dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve yeni iş yapış biçimleri nedeniyle küresel anlamda önemli bir değişimin yaşandığını belirten Jale Tunçel, değişen dünyada yeni tedarik zincirinin Türk hazır giyim sektörü açısından yarattığı tehdit ve fırsatları değerlendirdi. AB Sanayi ve Tekstil Stratejisi'nin sektörü etkileyecek olan unsurlardan olduğunu söyleyen Tunçel; dögüsel ekonomi eylem planı, Avrupa Yeşil Mutabakatı, sınırda karbon düzenleme mekanizması gibi konular hakkında da bilgiler paylaştı. Tunçel: "İHKİB olarak önümüzdeki tüm bu gelişmelere ek olarak sektörde yaşanan değişimle birlikte insan kaynağına da önem veriyoruz. Değişimi yönetecek ve eksiklikleri fark edecek olan insan kaynağıdır. Sektörümüzün istenilen şekilde gelişebilmesi adına insan kaynağının teknolojinin sunduğu araçları kendi ihtiyaçlarına



göre kullanabilmesi gerekiyor. Bu çerçevede sektörümüzün insan kaynağından teknik bilgiye sahip olma, dijitalleşmeye yanıt verebilme, tasarım ve inovasyon odaklı olma ve trendleri takip edebilme, geliştirebilme gibi yetkinlikler bekliyoruz." şeklinde konuştu. İHKİB olarak sektörün değişimine destek olacak projeler geliştirdiklerini belirten Tunçel, Tasarımdan Üretime Dijital Dönüşüm Projesi, Dijital Dönüşüm Merkezi, Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi, İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması gibi çalışmalarını hakkında bilgiler verdi.

## "KÜRESEL TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACATINDAN YÜZDE 3 PAY ALIYORUZ"

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin Türkiye ekonomisi ve küresel ölçekteki konumuna ilişkin bir sunum gerçekleştiren Ahmet Öksüz, her iki sektörün Türkiye ihracatının yüzde 13,4'ünü oluşturduğunu belirtti. Türkiye'nin, dünyanın en büyük dördüncü ev tekstili, beşinci kumaş tedarikçisi olduğunu belirten Öksüz: "AB'nin en büyük ikinci tedarikçisiyiz, dünyanın ise en büyük denim üreticisiyiz. Küresel tekstil ve hazır giyim ihracatından yüzde 3 pay alıyoruz. Üretimde de ayrıcalıklı bir konuma sahibiz. 2021 yılında tekstil sektörü olarak 12,9 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. 96 ülkeye ihracatta Cumhuriyet tarihi rekoru kırdık. Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi ile tekstil mühendisliği bölümünü tercih eden öğrencilerimize eğitim hayatları boyunca geri ödemesiz burs imkânı veriyoruz." dedi. Türkiye Dokuma Atlası Projesi ve Kumaş Tasarım Yarışması ile ilgili de bilgiler veren Öksüz, sürdürülebilirlik alanında yaptıkları çalışmalarını anlattı.



10 AKBARKOD®  
YIL "Barkod'da Çözüm Ortağınız"

[www.akbarkod.com](http://www.akbarkod.com)

# Genç MÜSİAD TEXTİT-Tekstil Zirvesi'ni düzenledi

Genç MÜSİAD tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen TEXTİT Tekstil Zirvesi, tekstil ve hazır giyim sektörlerindeki birçok paydaşı bir araya getirdi. Zirvenin ana gündemi ise sürdürülebilirlik ve dijitalleşme oldu.

GENÇ MÜSİAD tarafından 5 Mart'ta düzenlenen TEXTİT Tekstil Zirvesi; İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in katılımıyla düzenlendi. Birçok iş insanı, dernek, kurum ve üniversiteyi bir araya getiren zirvede tekstil ve hazır giyim sektöründe sürdürülebilirlik,

dijitalleşme ve gelecek temaları değerlendirildi. Zirvede bu konuların yanı sıra Deniz Sağdıç'ın sürdürülebilirlik sergisi, Ekoteks workshop alanı ve Prosoft VR ile farklı deneyimlere de yer verildi. Zirveye; Bayrampaşa Tekstilci ve İş İnsanları Derneği (BATİAD), Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD), Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği (LASİAD) gibi birçok kurum ve kuruluşun temsilcileri de katıldı.

## "DÖNÜŞÜMÜ KOLAYLAŞTIRMAK VE SAĞLIKLI YÖNETMEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

Zirvenin açılış konuşmasını gerçekleştiren Mustafa Gültepe, tüm sektörlerde olduğu gibi bir süredir hazır giyim sektöründe de dönüşüm sürecinin başladığını belirtti. Sürdürülebilir ve çevre dostu üretime dikkat çeken Gültepe: "Önceden istenen özellikle üretmek yeterliydi. Şimdi üretmenin yanı sıra komple bir servis sunmak gerekiyor. Üretimde kullandığımız elyafın niteliği, sürdürülebilir ve dönüştürülebilir olup olmadığı, enerjimizin kaynağı, tükettiğimiz su miktarı, kullandığımız kimyasallar, atık yönetimi gibi tüm süreçlerin sorumluluğunu üstlenmek durumundayız. Bu süreçler, her aşamadaki paydaşlarla sıkı bir iş birliği gerektiriyor. Değişimin bir diğer önemli ayağını dijitalleşme ve otomasyon oluşturuyor. Dijitalleşme sektörün yıllardır gündemindeydi. Pandemiyle birlikte bu alanda baş döndürücü bir dönüşüm başladı. Hem verimlilik hem de şeffaflık için dijital yeteneklerimizi geliştirmek, üretimde ve tedarik zinciri yönetiminde otomasyona ağırlık vermek durumundayız." dedi. Gültepe, dönüşüm sürecinde İHKİB olarak neler yaptıklarını anlatarak süreci kolaylaştırmak ve sağlıklı yönetmek adına çalıştıklarını vurguladı.



## TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GÜNDEMİ ELE ALINDI

Etkinlikteki açılış konuşmasında tekstil sektörünün sürdürülebilirlik gündemine ilişkin gelişmeleri paylaşan Ahmet Öksüz, küresel ihracatta tekstil sektörünün pazar payının daha da artırılması için atılması planlanan adımları belirtti. 2021 yılı ihracatını değerlendiren Öksüz, 2022 yılı ihracatının hız kesmeden devam ettiğini ifade etti. Sözlerini tekstil sektörünün sürdürülebilirlik gündemini ele alarak sürdüren Öksüz, 9 Ağustos 2021'de yayımlanan Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli Değerlendirme Raporu'ndan bilgiler paylaştı ve İTHİB'in yürüttüğü Sürdürülebilirlik Eğitimine ilişkin bilgi verdi.

## OTURUMLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE DİJİTALLEŞME KONUSULDU

Sürdürülebilirlik Dönüşümü ve Hedefler adlı ilk oturumunda konuşan Görsel Sanatçı Deniz Sağdıç, Gama Recycle CEO'su Zafer Kaplan, TİM Kadın Konseyi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Komitesi Başkan Yardımcısı ve Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir sürdürülebilirliğe vurgu yaparak önemli açıklamalarda bulundu. Özdemir: "Sürdürülebilirlik, tercihten ziyade zorunluluk oldu. Genç girişimcilerin ve yeni fikirlerin desteklenmesi gerekiyor." dedi. Dijital Çağda Fabrikaların ve Mağazaların

Dönüşümü adlı ikinci oturumda konuşan Erdemoğlu Holding Başkanı İbrahim Erdemoğlu, Artelligent Technology CEO'su Sinan Demir, Thread in Motion CEO'su Kadir Demircioğlu ise tekstil firmalarının dönüşümünde dijital yol haritasını ortaya koydu. Küresel ve Yerel Satış için Strateji ve Katma Değer adlı üçüncü oturumda konuşan Orka Holding Yönetim Kurulu Üyesi Kübra Kazan Orakçoğlu, Haşema Tekstil Başkanı Mehmet Şahin, Ramsey Başkanı Remzi Gür ise yerli üretimin global oyuncu olmadaki önemine vurgu yaptı.



TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN  
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

# MAXIMILES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; rezervasyon, yurtdışı çıkış harcı ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir.  
Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir.

Ayrıntılı bilgi [maximiles.com.tr](http://maximiles.com.tr) ve şubelerimizde.





# İSTKA Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi açılış toplantısı gerçekleştirildi



**İHKİB ve İTHİB ortaklığında yürütülecek olan İSTKA Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi'nin açılış toplantısı, 9 Mart'ta İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün katılımıyla gerçekleştirildi.**

İHKİB'in yararlanıcısı olduğu, İTHİB ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nin ise proje ortağı olarak yer aldığı Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinde Çevresel Sürdürülebilirliğin Güçlendirilmesi: Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi, faaliyetlerine başladı. Şubat 2022- Ağustos 2023 döneminde yürütülecek proje için 9 Mart'ta bir açılış toplantısı gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün katılımıyla gerçekleştirilen toplantıya ayrıca İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) İzleme ve Değerlendirme Birimi Uzmanı Arzu Parmaksız, Yıldız Teknik Üniversitesi (YTÜ) İnşaat Fakültesi Dekan Yardımcısı Prof. Dr. Faruk Gülgen ve YTÜ öğretim üyeleri de katıldı. Proje bünyesinde planlanan faaliyetlerin tekstil ve hazır giyim sektörlerine katkısının değerlendirildiği toplantıda, proje faaliyetlerinden yeni çıktılar oluşacağı da gündeme geldi.

İSTKA 2021 yılı mali destek programları çerçevesinde, Yenilikçi İstanbul Mali Destek Programı kapsamında yürütülen proje, 18 ay boyunca devam edecek. Aynı zamanda söz konusu projenin, IPA III 2021-2022 fonlama döneminde kısa listede olan İTKİB'in Yeşil Ekonomiye Geçiş Projesi için de teknik çalışmalar açısından destek sağlayacağı düşünülüyor.

#### **PAYDAŞLAR KARSILIKLI DEĞERLENDİRMELERDE BULUNDU**

İSTKA Projesi ile tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ihracatta rekabetçiliğinin güçlendirilmesi, AB başta

olmak üzere üçüncü ülkelere ihracatta rekabetçiliğin korunması, üretimin tüm aşamalarında karbon emisyonlarının azaltım kapasitesinin artırılması hedefleniyor. Enerji verimliliği uygulamalarının yaygınlaştırılmasında karar alma süreçlerinin geliştirildiği sektörel bir model oluşturulması da proje hedefleri arasında yer alıyor. Projede AR-GE ve inovasyon platformu kurulması, karbon emisyonlarının azaltımı ve uyum faaliyetlerini yürütebilmek için ihtiyaç duyulan AR-GE ve yatırım projelerinin maliyetlerinin düşürülmesi amaçlanıyor. Bu hedef doğrultusunda, finansal kaynaklara erişim imkânlarını kolaylaştırmaya yönelik etkin mekanizmaların geliştirilmesi planlanıyor. Gerçekleştirilen toplantı sırasında paydaşlar, projede hedeflenen çıktı göstergelerine yönelik karşılıklı değerlendirmeler yaptı.

**İHKİB ve İTHİB tarafından yürütülecek olan Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinde Çevresel Sürdürülebilirliğin Güçlendirilmesi: Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesi, faaliyetlerine başladı.**

# ITM

# 2022

## İSTANBUL

**INTERNATIONAL TEXTILE MACHINERY EXHIBITION  
ULUSLARARASI TEKSTİL MAKİNELERİ FUARI**

[www.itmexhibition.com](http://www.itmexhibition.com)

**14-18 JUNE / HAZİRAN 2022**

# HIGHTEX 2022

**Uluslararası Teknik Tekstiller ve Nonwoven Fuarı  
International Technical Textiles & Nonwoven Trade Fair**



[www.hightexexhibition.com](http://www.hightexexhibition.com)



**TÜYAP TİM FUARCILIK YAPIM A.Ş**  
T : +90 212 867 11 00  
F : +90 212 886 66 98  
[www.tuyap.com.tr](http://www.tuyap.com.tr)



**TEKNİK FUARCILIK A.Ş**  
T : +90 212 876 75 06  
F : +90 212 876 06 81  
[www.teknikfuarcilik.com](http://www.teknikfuarcilik.com)



Tekstil Makine ve Aksesuarları Sanayicileri Derneği  
Textile Machinery and Accessories Manufacturers Association  
İşbirliği ile / with the cooperation

“Bu Fuar 5174 sayılı Kanun gereğince TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) denetiminde düzenlenmektedir”.  
“This Fair is organized with the audit of TOBB (The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey) in accordance with the Law No.5174”

# Bakan Varank, Ekoteks ve Dijital Dönüşüm Merkezi'ni ziyaret etti



**İHKİB tarafından yürütülen Tasarımdan Üretime Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi çerçevesinde faaliyet gösteren Ekoteks ve Dijital Dönüşüm Merkezi, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank tarafından ziyaret edildi.**

**SANAYİ** ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin mali iş birliği çerçevesinde Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında desteklenen ve İHKİB tarafından yürütülen Tasarımdan Üretime Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi çerçevesinde faaliyet gösteren Ekoteks ve Dijital Dönüşüm Merkezi'ni (DDM) ziyaret etti. 3 Mart'ta gerçekleşen ziyarette, Bakan Varank'a TİM Başkanı İsmail Güllü ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe eşlik etti.

**"HAZIR GIYIM ÜLKENİN EN DİNAMİK SEKTÖRLERİNDEN"** Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, DDM'nin hazır giyim sektöründe moda tasarımı, üretim ve planlama çalışmalarında dijital dönüşüme geçiş kapsamında sektöre deneyim, gelişim ve katma değer sunacağını belirtti. Varank: "Türkiye'yi üretirken büyüteceğiz ve inşallah gelecek dönemde dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına sokmayı başaracağız. Hazır giyim, ülkenin en dinamik sektörlerinden. Bu proje sayesinde Avrupa Birliği'yle birlikte güçlü olduğumuz tekstil ve hazır giyim sektörünün dijital dönüşümüyle ilgili bir merkezi İstanbul'umuza kazandırdık. Burada geleneksel yöntemlerle üretim yapan firmalarımız, özellikle KOBİ'lerimiz kendilerini dönüştürecek eğitimleri

ve danışmanlıkları alabilecek. Buranın imkânlarını kullanarak ürünlerini dijitalleştirebilecekler, e-ticaret platformlarına, e-ihracat platformlarına taşıyabilecekler." dedi.

**"FİRMALAR SÜREÇLERİNİ DİJİTALLEŞTİREREK DAHA VERİMLİ HÂLE GETİREBİLMİYİ ÖĞRENİYOR"**

Varank, sözlerine şöyle devam etti: "Bakanlık olarak endüstrilerin hem yalnız üretime geçişiyle hem de dijital dönüşümüyle ilgili destekler veriyoruz. Model fabrika projelerimiz şu anda devam ediyor. DDM, model fabrikaların bir örneği olacak şekilde işletmelerimizi dijital dönüşüme taşıyacak, onlara danışmanlık hizmeti verecek, eğitim verecek bir merkez. Sektörleri değiştirecek, dönüştürecek, onlara rekabet avantajı sağlayacak projeleri uygulamayı çok önemsiyoruz. Firmalar buraya gelerek iplikten son ürüne, satışa kadar ürünlerini tasarlayabiliyorlar. Süreçlerini dijitalleştirerek daha verimli hâle getirebilmeyi öğreniyorlar."

DDM'de yer alan fotoğraf stüdyosunda yüksek teknolojiye sahip bütüncül otomasyon ve sonsuz fon imkânları ile sektöre farklı çekim alanları sunulurken hayalet mankenlerle çekim teknikleri çeşitlendirilerek farklı platformlara uygun bir şekilde ürünlerin hazırlanması sağlanıyor.



## "BÜTÜN TESTLERİ ARTIK EKOTEKS LABORATUVARI'NDA GERÇEKLEŞTİREBİLİYORUZ"

Ekoteks ziyareti sonrasında da açıklamalarda bulunan Bakan Varank, Ekoteks Laboratuvarı'nda günlük hayata değen bütün ürünlerle ilgili hem vatandaşın sağlığını koruyan hem de ürünlerin güvenliğiyle ilgili birçok test yapıldığını belirtti. Varank: "Tekstil ve hazır giyim sektörü, şu anda dünyada sürdürülebilirliğe ve çevreye verilen önemin en fazla yansıdığı sektörlerin başında geliyor. Dolayısıyla biz Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörlerini nasıl daha sürdürülebilir, çevreye daha saygılı bir hâle getirebiliriz ve bu manada dijitalleşmeyle onları nasıl daha rekabetçi yapabiliriz diye bir proje yürütüyoruz. Bu proje kapsamında Ekoteks Laboratuvarı'nın içinde daha önce hiç yapılmayan su ve mikrobiyoloji testlerinin yapıldığı bir laboratuvarı İHKİB'e kazandırdık. Türkiye, gelecek dönemde globalde çok ciddi bir tedarikçi olarak daha fazla ön plana çıkacak. Burada ürettiğimiz ürünlerin kalitesi, sürdürülebilirliği, çevreye saygısı çok önemli. Artık firmalar sadece bir ürünü satın almayı ya da bir ürünü ucuzca almayı düşünmüyor. Daha çevreye saygılı ve sürdürülebilir ürünleri müşteriyle buluşturmak istiyor." diye konuştu.

Varank, Türkiye'deki tedarikçilerin üretimlerine çok daha fazla dikkat etmesi gerektiğini vurgulayarak "Diyelim ki bir ceket üreticisisiniz. Kumaşa kullandığımız suyun içindeki kimyasallar, ağır metaller global markalar için çok önemli. Dolayısıyla buna dikkat etmeniz lazım. Atık suya kadar bütün testleri artık Türkiye'de Ekoteks Laboratuvarı'nda gerçekleştirebiliyoruz." dedi.

Türkiye'ye çok ciddi bir altyapı kazandırıldığına dikkat çeken Varank: "Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı olarak İHKİB ile beraber çalışmaktan memnunuz. İnşallah cari fazla verdiğimiz en önemli sektörlerden biri olan tekstil ve hazır giyim sektöründe de bu tip projelerle üreticilerimizi geleceğe hazırlamış olacağız, çok daha rekabetçi bir konuma getireceğiz. Salgınla beraber Türkiye'yi bir üretim üssü yapma planlarımızda tekstil ve hazır giyim sektörü daha fazla gelişerek ülkemizin ekonomisine katkı sağlamış olacak." diye konuştu.



## "TÜRKİYE'Yİ ÜRETİM ÜSSÜ YAPMAYA GAYRETLİYİZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, ziyareti nedeniyle Bakan Varank'a teşekkür ederek "Uzun yıllardan beri iş birliği içindeyiz ve Türkiye'ye beraberce çok büyük projeler kazandırdık." dedi. Global olarak hem hazır giyime hem tekstile hem de oyuncak, kırtasiye ve sağlık gibi diğer sektörlerde hizmet verdiklerini anlatan Gültepe: "Ekoteks olmasaydı bu testleri Türkiye'de ofisleri olan yabancı firmalarda yaptırmak zorunda kalacaktık. Proje ile birlikte hazır giyim sektöründe ve moda tasarımı dijital değişim ve dönüşümü sektöre aktaracağız." dedi.

Gültepe, Türkiye'yi pandemi sonrasında üretim üssü yapmaya hazırlandıklarını kaydederek "İstanbul'u moda merkezi, Türkiye'yi Bakanımızın desteğiyle üretim üssü yapmaya gayretliyiz. Çünkü biz biliyoruz ki Türkiye'nin geleceği üretimdir." dedi.

## HIZLI VE UCUZ TEST İMKÂNI

Ekoteks Laboratuvar Merkezi, Rekabetçi Sektörler Programı ile destekleniyor. Öncelikli kuruluş amacı ihracat yapan firmalara kısa zamanda, uygun maliyetli test hizmeti vermek ve tekstil ürünlerinin kalitesini istenen seviyeye yükseltip sürekliliğini sağlamak olan Ekoteks; son yıllarda yürütülen AR-GE çalışmalarıyla da tekstil ve ilişkili sektörlerde önemli katkılarda bulunuyor. Ekoteks bünyesinde; yanmazlık, boyutsal değişim, haslık ve performans testlerinin yapıldığı "Kimya Laboratuvarı"; fiziksel dayanım ve performans testlerinin yapıldığı "Fizik Laboratuvarı"; malzeme, elyaf içeriğinin tayin edildiği "Elyaf Laboratuvarı"; yasaklı ve kısıtlı kimyasalların test edildiği "Ekoloji Laboratuvarı"; mikrobiyoloji, hücre kültürü, moleküler biyoloji, genetik, GDO analizleri ve airborne testlerini içeren "Biyoteknoloji Laboratuvarı"; su ve atık su test analizlerinin yapıldığı "Su Laboratuvarı"; oyuncak ve çocuk bakım ürünleri ve araç gereçleri ile çakmak testlerinin yapıldığı "Oyuncak Laboratuvarı"; tıbbi ve koruyucu ürün ve maske testlerinin yapıldığı laboratuvar ve Antistatik Test Laboratuvarı yer alıyor.



# Geleceğin tasarımcılarına açılan kapı İMA Show 2022



**Moda sektörüne 14 yılı aşkın süredir uzman yetiştiren Türkiye'nin önde gelen moda okulu İstanbul Moda Akademisi; Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı'nın birinci, ikinci, üçüncü sınıf ve Moda Tasarımı Diploma Programı öğrencilerinin tasarımlarının sunulduğu, moda dünyasına öncü niteliği taşıyan dev etkinliği İMA Show'u gerçekleştirdi.**

**MODA** ve hazır giyime yön veren, bugünün ve yarının yeni nesil moda tasarımcılarını ve profesyonellerini yetiştiren, İHKİB'in iştiraki İstanbul Moda Akademisi (İMA); Türk moda endüstrisinin gelişmesinde, ilerlemesinde, yeni istihdam alanlarıyla zenginleşmesinde öncü rol oynayan faktörlerinin, kreatif ve özgür düşünen işlerinin iz düşümü niteliğindeki defilesini gerçekleştirdi. İMA Show 2022 isimli etkinlik, 18 Mart'ta Fişekhane'de İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katılımıyla düzenlendi. Gültepe, etkinliğin açılış konuşmasını yaptı. İMA Show'da 22 "I'm a Model" öğrencisi ile Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı birinci, ikinci, üçüncü sınıf öğrencileri olmak üzere toplamda 48 öğrencinin, 122 farklı tasarımı sunuldu.

İMA öğrencilerinin birbirinden farklı tema ve konseptler geliştirerek hayata geçirdikleri koleksiyonları sektöre tanıtılırken 2020 ve 2021 yıllarında eğitim almış üçüncü sınıf öğrencilerinin final koleksiyonları izleyenlerin beğenisine sunuldu. 2021 yılında eğitim almış ikinci sınıf öğrencilerinin mini koleksiyonları,



2020 ve 2021 yıllarında eğitim almış birinci sınıf öğrencilerinin elbise ve gömlek projeleri de defilede yer aldı. Bu sene ilk defa seçilen Moda Tasarımı Diploma Programı Endüstri Projesi kapsamında İpekyol için hazırlanan koleksiyonlar, İMA Show'da gösterildi. İMA öğrencileri için ayrı bir önem taşıyan İMA Show; moda, tekstil, perakende, sanat ve basından önemli isimlerden oluşan yaklaşık 500 davetlinin katılımıyla gerçekleştirildi. İHKİB Yönetim Kurulu, sektör katılımcıları, eğitmenler ve öğrencilerin katılımıyla düzenlenen İMA Show'da iki yılın eğitim çıktıkları coşku ile sergilenme fırsatı buldu.





## Dijital Kumaşlar

Bütün koleksiyonumuzun  
Browzwear ve CLO3D uyumlu  
dijital versiyonları vardır.

 **HiFabrik**™  
by ünlü transfer

# kumaştan gelen ilham

ZARA

ASOS

  
COMME des GARÇONS

.loupiazed

El Corte Inglés

CACHE  
CACHE.

LC Waikiki

KOTON

örme • dokuma • raşel • dantel • tül • dijital pigment baskı • metraj süblime baskı • flok baskı  
varak baskı • glitter baskı • yüksek baskı • emboss • gofre • lake • kaplama • laminasyon • kraş • plise

+90-212-576-5250

[www.unlutransfer.com](http://www.unlutransfer.com)

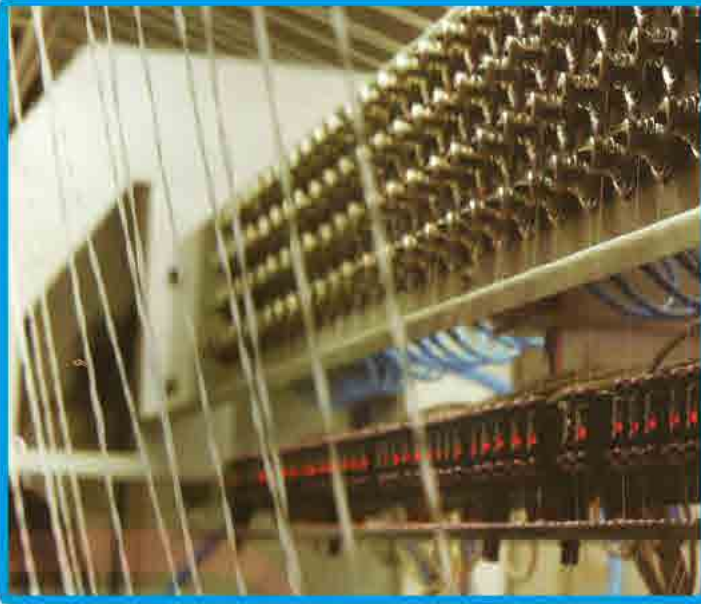
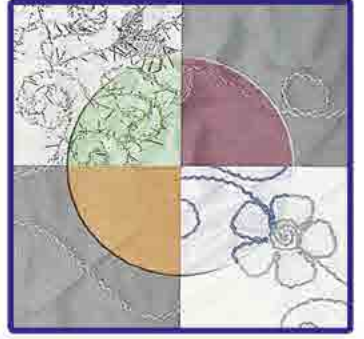
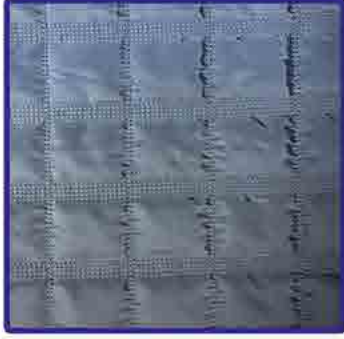
[www.hifabrik.com](http://www.hifabrik.com)



# ŞEN

## ELYAF & KAPİTONE

SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

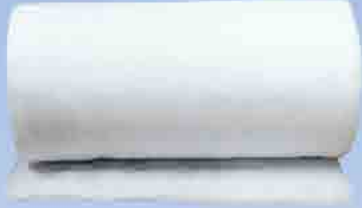


**ULTRASONIC - ÇİFT İĞNE - BİLGİSAYARLI NAKİŞ KAPİTONE - KİLİT DİKİŞ**  
**KAPİTONE BİZİM İŞİMİZ**





**Termo Elyaf**



**Yastıklık  
Silikon Elyaf**

**Silikonlu Elyaf**



**Mikro Elyaf**



*Her Türlü Elyaf Çeşidiyle Hizmetinizdeyiz*



**0212 671 66 66**

**ŞEN**  
**ELYAF & KAPITONE**  
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

K.ORG. SAN. BÖL.ZİYA GÖKALP MAH. DERSAN KOP. S1 B BLOK NO:10 İKİTELLİ / İSTANBUL  
Tel: 0212 671 66 66 Fax: 0212 671 10 12  
www.senkapitone.com.tr info@senkapitone.com.tr

# Ekoteks, sürdürülebilirlik temalı etkinliklerde farkındalık yaratıyor

Ekoteks Şubat ayını yoğun bir etkinlik programı ile tamamladı. İHKİB tarafından organize edilen ve 9-11 Şubat'ta İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşen IFCO Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nda yer alan Ekoteks, üç gün boyunca mevcut ve potansiyel iş ortakları ile temas etme şansı yakaladı.

**EKOTEKS**, IFCO Fuarı'nda hem sektör temsilcilerine laboratuvar ve test işlemleri konusunda tecrübeler aktardı hem de fuarın son günü tekstil ve moda öğrencileri için laboratuvar süreçlerini tanıtmaya fırsatı yakaladı. Ticari iş birliklerinin yanı sıra katılımcılar, fuar süresince gerçekleşen Ekoteks seminerlerine yoğun ilgi gösterdi. Sanayideki güncel haberler ve iyi uygulama örnekleri sektörün önde gelen akademisyen ve profesyonelleri tarafından paylaşıldı.

Ekoteks seminerleri, günümüzün en önemli ekolojik problemlerinden karbon, çevresel ve su ayak izi hesaplama ile azaltma yöntemleri, uluslararası ve yerel standartlar gibi konularda katılımcılara bilgilendirme sağladı. Ayrıca tüm sanayi kolları için sektör fark etmeksizin, bugün en önemli uluslararası marka kriteri olan sosyal ve çevresel uygunluk başlıkları ele alındı. Bu anlamda kurumsal sürdürülebilirlik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik ve iş sağlığı ve güvenliği yönetimi hakkında katılımcılara ülkemizde ve dünyadaki bakış açısı aktarılmaya çalışıldı. Atık su arıtma sistemleri ve su yönetimi konusunda üniversite teknoloji merkezi temsilcileri tecrübelerini aktararak iyi uygulama örneklerini paylaştı. Konu ile ilgilenen sanayi temsilcilerine fikir vermesi adına banka temsilcileri, yeşil ve sürdürülebilir finansman hakkında bilgiler sundu.

## 8. OECD DUE DILIGENCE FORUMU İHKİB OTURUMU İLE GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Ekoteks, 21-25 Şubat tarihlerinde 8. OECD Due Diligence Forumu'na dinleyici olarak katıldı. Forum boyunca devam eden ek oturumlarda İHKİB, Türkiye'yi temsil etti. Oturumda İHKİB Uluslararası İlişkiler ve KSS Komitesi Üyesi Nilgün Özdemir, Sorumlu Tedarik Zinciri ve Denetim Yorgunluğu başlığında konuşma yaptı. Oturumda dünyada ve Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörünün yeri, Türk tekstilinin rekabetteki avantajları, Avrupa pazarında Türk tekstili gibi konulardan bahsedildi. Sorumlu tedarik zinciri ve kurumsal sosyal sorumluluk başlığında mevcut değerlendirme ve denetim standartlarına değinen Özdemir; farklı markaların, farklı denetim kriterlerini karşılamaya çalışan üreticilerin denetim yorgunluğuna dikkat



çektir. Sorumlu tüketim konusuna da değinen Özdemir; yalnızca sanayici olarak değil, bireysel olarak da her birimizin bu sorumluluğu taşımasının ve tüketim alışkanlıklarımızı bu doğrultuda dönüştürmemiz gerekliliğinin altını çizdi. Kamu otoriteleri ve markaların da değişen dünyada sorumluluklarının olduğu, ancak güçlü bir iş birliği yapılması hâlinde, ortak akılla hareket ederek topyekün değişimin mümkün olabileceği belirtildi.

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE DÖNGÜSEL DÖNÜŞÜM PANELİNE KATILIM SAĞLANDI

Kültür Üniversitesi tarafından düzenlenen "Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Dönüşüm" panelinde LC Waikiki, Colin's, Tekiş Lastik ve Ekoteks panelist olarak yer aldı. Panel, sürdürülebilirlik alanında sektör ve marka temsilcilerini buluşturdu. Sektöre girmeye hazırlanan üniversite öğrencilerine sürdürülebilirlik alanında bilgi ve tecrübeler aktarıldı. Sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratmak ve çeşitli çalışma alanları hakkında bilgi vermek amacıyla Ekoteks'in sürdürülebilirlik çalışmaları ve devam eden projeleri hakkında detaylı bir sunum gerçekleştirildi.

Ekoteks Kurumsal ve Tedarik Zinciri Sürdürülebilirlik Departman Sorumlusu Esma Demirkaya Turan; Türk girişimcilerin sürdürülebilirlik bakış açısı, döngüsel ve sürdürülebilir olmakta tasarımın önemi, sosyal ve çevresel duyarlılık, toplumsal farkındalık tanımlarından yola çıkarak genel bir bilgilendirme sağladı. Ekoteks sürdürülebilirlik faaliyetleri ve bakış açısına değinerek sürdürülebilirlik odaklı projelerden, sürdürülebilir işletme olabilmek için hangi sertifika ve belgelere sahip olunması gerektiğinden bahsedildi.





Showroom

Fabrika

Mithatpaşa Cad. Küçük Haydar efendi Sk. No: 3/1  
Laleli / Fatih / İstanbul - Turkey  
Tel: +90 212 518 65 82

Aymakop San. Sit. C-1 Blok No: 153  
İkitelli - İstanbul - Turkey  
Tel: +90 212 671 21 33



[www.mpanda-kids.com](http://www.mpanda-kids.com)



[info@mpanda-kids.com](mailto:info@mpanda-kids.com)



[panda medvjnk](https://www.facebook.com/panda-medvjnk)



[mpandakidsshoes](https://www.instagram.com/mpandakidsshoes)

# İHKİB, Dün Bugün Gelecek buluşmasını gerçekleştirdi

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 1 Mart'ta geçmişten bugüne tüm İHKİB ailesini buluşturan bir organizasyona imza attı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde birliğin geçmiş dönem başkanları ve yönetim kurulları bir araya geldi.



İHKİB tarafından organize edilen Dün Bugün Gelecek buluşması, 1 Mart'ta yapıldı. Başkan Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde düzenlenen etkinliğe Yönetim Kurulu üyelerinin yanı sıra İHKİB markasının kurulmasında ve bugünlere gelmesinde büyük emeği olan eski birlik başkanları Okan Oğuz, Süleyman Orakçioğlu, Nuri Artok, Hikmet Tanrıverdi ve eski Yönetim Kurulu üyeleri katıldı.

Yoğun bir katılımıla gerçekleştirilen etkinlikle "İHKİB olarak büyük bir aileyiz" mesajı verildi. Bu ailenin büyümesinde ve sektöre liderlik etmesinde emekleri bulunan tüm birlik başkanlarına ve yönetim kurullarına teşekkür edildi.

Etkinlikte İHKİB ile ilgili bilgiler paylaşıldı. 1978 yılında kurulan birlik, 1986 yılında İHKİB adıyla İTKİB Genel Sekreterliği altında faaliyetlerine başladı. 10 bine yakını aktif olmak üzere 18 binin üzerinde üyesi bulunan İHKİB, yıllık 12 milyar dolarlık ihracatıyla toplam hazır giyim ihracatının yüzde 65'ini gerçekleştiriyor. Hazır giyim birlikleri ihracatındaki payı yüzde 85 olan İHKİB, kurum, kuruluşları ve markaları önemli projelere imza atıyor.

## "GLOBAL REKABET İÇİN STRATEJİK DÖNÜŞÜM YÖNETİM SİSTEMİ'Nİ BELİRLedik"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, etkinliğin açılış konuşmasını gerçekleştirdi. Gültepe, konuşmasında İHKİB tarafından hayata geçirilen ilklerde, tüm yönetimlerin emeğinin olduğunu vurguladı. Global

bakış açısını sektöre uyarladıklarını belirten Gültepe: "Faaliyetlerimizi her zaman stratejilere dayalı gerçekleştirdik. Bu kapsamda birçok strateji, program, çalıştay ve vizyonu hayata geçirdik. 1986-1995 yılları arasında gündemimizde uluslararası pazarlara entegrasyon vardı. İhracatımız hızla arttı. 1995-2005 yılları arasında Gümrük Birliği ve kotasız döneme geçiş yaptık ve bu süreçte rekabet oldukça arttı. 2005-2020 arasındaki dönemi tasarımı, katma değer ve markalaşmaya dayalı sektörel gelişim dönemi olarak adlandırabiliriz. 2020 ve sonrası dönemde ise rekabette yeni dinamikler söz konusu. Dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm önem kazandı." şeklinde konuştu.

Yeni rekabet ortamındaki dönüşüm alanlarını ve bu kapsamda ortaya çıkması muhtemel ihtiyaçları belirlediklerini söyleyen Gültepe: "Birlik olarak yeni rekabet ortamının dışında kalmamak için nasıl bir yol izleyeceğimize yönelik çalışmalar yapıyoruz. 2017 yılında belirlediğimiz Hazır Giyim ve Konfeksiyon

**İHKİB markasını birlikte oluşturduk, birlikte geliştirdik. Şık bir gelecek için birlikte çalışmayı sürdüreceğiz.**



Sektörü Vizyon Belgesi ve 2018 yılında belirlediğimiz 4x4 Uygulama Planı kapsamında faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. 2022-2030 Global Rekabet için Stratejik Dönüşüm Yönetim Sistemi'ni belirledik. Bu kapsamda stratejik yönetimde, dijitalde, sürdürülebilirlikte, insan kaynakları kapasite gelişiminde, tanıtım ve uluslararası entegrasyonda, tasarım ve moda alanında dönüşüm hedefliyoruz.” dedi.

### “DÜNÜ BUGÜNE, BUGÜNÜ YARINA BİRLİKTE TAŞIMAYA DEVAM EDECEĞİZ”

Global Rekabet için Stratejik Dönüşüm Yönetim Sistemi ile ilgili ayrıntılı bilgiler paylaşan Gültepe, şık bir gelecek için yenilikçi, yaratıcı, değer temellerine dayalı, küresel rekabet gücüne sahip bir hazır giyim sektörü hedeflediklerinin altını çizdi. Büyük dönüşümü 3D vizyonu ile başaracaklarını belirten Gültepe, şöyle konuştu: “Tüm üyelerimize dokunacağız ve rekabet oyunlarını büyütüp geliştireceğiz. Tüm ekosistemimizle, yeni destekler ve projelerle üyelerimizi destekleyeceğiz, tüm sektörü dönüştürecek ve dönüşüme liderlik edeceğiz. İHKİB markasını birlikte oluşturduk, birlikte geliştirdik. Şık bir gelecek için birlikte çalışmayı sürdüreceğiz. Dünü bugüne, bugünü yarına birlikte taşımaya, İHKİB bayrağını hep birlikte daha da yukarıya çıkarmaya devam edeceğiz.”

**ÖNCEKİ DÖNEM BAŞKANLAR, ETKİNLİKTE SÖZ ALDI**  
İHKİB ailesinin bir araya geldiği Dün Bugün Gelecek buluşmasında yönetim kurulu eski başkanları da söz alarak duygularını ifade etti. Önceki dönem



başkanlarından Okan Oğuz, bu etkinliğin kendisi için çok önemli ve farklı olduğunu dile getirdi. Oğuz: “Öncelikle tüm eski dostlarla bir arada olmak, böyle bir dönemde benim için çok gurur verici. Herkese çok teşekkür ediyorum. Bu geceyi organize eden tüm İHKİB çalışanlarını ve özellikle başkanımızı tebrik ediyorum. Bu projelerde bize de görevler düşerse ne gerekirse yapmaya hazırız.” dedi.

Önceki dönem başkanlarından Hikmet Tanrıverdi ise: “İHKİB, bizim ailemiz gibi oldu. Burada birçoğunuzla uzun yıllar beraber çalıştık. Hepinizi hasretle kucaklıyor ve sevgilerimi sunuyorum. Bundan sonra daha da güzel günlerde bir arada olmayı diliyorum. Mustafa Başkanımız ve yöneticilerimiz sayesinde geçmişti yad ettik. Tüm personele ve başkanımıza teşekkür ediyorum.” şeklinde konuştu.

Önceki dönem başkanlarından Nuri Artok: “Bu bir nostalji akşamı. Burada uzun yıllardır görmediğimiz, tanıdığımız, kol kola verdiğimiz, sıkıntılarını, dertleri, keyifleri birlikte paylaştığımız dostlarımızı görüyoruz. Mustafa Başkan, bu organizasyonu çok iyi düşündü. Yönetim Kurulu'na yeni gelen, genç arkadaşlarımız var. Biz onlarla da tanışmak, kaynaşmak, gençliğin dinamizminden faydalanmak istiyoruz. Onlar da arzu ederse bizim tecrübelerimizden yararlanabilir. Bu sinerjiyi yaratabilmek çok önemli, tüm emeği geçenlere çok teşekkür ediyorum.” dedi.

**Yeni rekabet ortamındaki dönüşüm alanlarını ve bu kapsamda ortaya çıkması muhtemel ihtiyaçları belirledik.**





# Hazır giyim sektöründe kadın istihdamı artıyor

TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu ve Marmara Üniversitesi Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (ESKAR) tarafından ortaklaşa düzenlenen, Geleceğin Sektörlerinde Kadın İstihdamı ve İş-Yaşam Dengesi Paneli'ne İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ile TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı ve Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir de katıldı.



Giyim sanayisinde istihdam edilen 677 bin kişinin 355 bininin kadınlardan oluştuğunu belirten Gültepe: "Hazır giyim sektöründeki çalışanların yüzde 52'si kadınlardan oluşuyor. Sektörde kadının güçlenmesi odaklı projeler yürütüyoruz. Suriyeli Genç ve Kadınlara Mesleki Yeterlilik Kazandırılması Projesi kapsamında Japonya Hükümeti İnsani Yardım Fonu'nun da katkılarıyla çalışmalar yaptık. UNIDO koordinasyonunda

ve AFAD, İHKİB, MEB ortaklığında üç mülteci kampında dikiş ve kalıp eğitimi atölyeleri kurulumu planlandı. Söz konusu atölyelerde 2 bin 500 kadın ve genç Suriyeliye mesleki eğitim verildi. İHKİB, UNDP, UNIDO ve ILO katılımında, Binyıl Kalkınma Fonu kapsamında kadın istihdamı dâhil olmak üzere sektörde KSS durum tespiti yapılması planlanıyor. Sektörümüzde kadınların güçlenmesi adına sosyal uygunluk programları, Suriyeli mülteci odaklı mesleki gelişim programları çalışmalarımız sürüyor. TİM

Kadın Konseyi çalışmaları kapsamında da sektörel temsiliyetin sağlanmasını amaçlıyoruz." dedi.

## EKOTEKS PANELDE SUNUM GERÇEKLEŞTİRDİ

Panelin ikinci oturumunda TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı ve Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir bir sunum gerçekleştirdi. Sunumunda kadınların iş hayatına katılım oranının düşüklüğünün bugünün sosyo-politik problemlerinin temelini oluşturduğunu belirten Özdemir, OECD ülkelerinin rakamlarını da paylaşarak konuşmasına başladı. Toplumun her katmanında ihtiyaç duyulan eşitlikçi cinsiyet tanımına dikkat çeken Özdemir, akademik çevre ve sivil toplum kuruluşlarının da katılımı ile her il ve ilçede toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın güçlendirme çalışmaları yapılması çağrısını aktardı.

TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu ve Marmara Üniversitesi Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (ESKAR) tarafından ortaklaşa düzenlenen, Geleceğin Sektörlerinde Kadın İstihdamı ve İş-Yaşam Dengesi Paneli, 7 Mart'ta gerçekleştirildi. Marmara Üniversitesi Göztepe Kampüsü'nde düzenlenen etkinliğin açılış konuşmalarını ESKAR Müdürü Prof. Dr. Fatma Ayanoğlu, Marmara Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Kurt Balıkesir Milletvekili

- TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Kadınların İş ve Aile Yaşamlarının Uyumlaştırılması Alt Komisyonu Başkanı Belgin Uygur, Edirne Milletvekili - Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Başkanı Dr. Fatma Aksal yaptı.

## "HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNDEKİ ÇALIŞANLARIN YÜZDE 52'Sİ KADINLARDAN OLUŞUYOR"

Panelin ilk oturumunda İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe bir sunum gerçekleştirdi. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün istihdamına yönelik sunumda, sektörün Türkiye ekonomisine sağladığı katkılar ve ihracattaki başarılar da ele alındı. Gültepe, Türkiye'de istihdam edilen 5,1 milyon kadının yüzde 15'inin giyim sanayisinde çalıştığına dikkat etti.



# Mustafa Gültepe, Mimar Sinan Üniversitesi Kütüphanesi'nin açılışına katıldı



**MİMAR SINAN** Güzel Sanatlar Üniversitesi Fındıklı Merkez Kütüphanesi'nin açılışı 2 Mart'ta gerçekleştirildi. Açılış töreni, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katılımıyla düzenlendi. Sedat Hakkı Eldem'in tasarımı doğrultusunda iyileştirme ve genişletme çalışmaları tamamlanan Merkez Kütüphanesi'nin yenileme sürecine İHKİB de katkı sağladı. Ülkemizin köklü eğitim kurumlarından Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nin Rektörü Prof. Dr. Sayın Handan İnci Elçi, açılış töreninde kütüphanenin yenileme sürecindeki katkıları için emeği geçenlere teşekkür ederek Başkan Mustafa Gültepe'ye plaket takdim etti. Son derece önemli kaynak eserlerin bulunduğu kütüphanenin açılışından memnuniyet duyduklarını belirten Gültepe, üniversite-sanayi iş birliği kapsamında İHKİB olarak eğitime verdikleri desteği sürdüreceklerini yineledi.



## II. GERBER Programı tamamlandı

İHKİB Akademi tarafından, İstanbul Moda Akademisi (İMA) iş birliği ile düzenlenen Bilgisayarda Giysi Kalıbı Hazırlama (GERBER) Programı'nın II. Modülü tamamlandı. Eğitim programı kapsamında kursu tamamlayan öğrenciler; 4 Mart'ta, Dijital Dönüşüm

Merkezi'nde düzenlenen törenle sertifikalarını teslim aldı. İHKİB Kariyer, eğitimini tamamlayan öğrencileri istihdam edilmek üzere hazır giyim sektör firmalarına yönlendiriyor.



# IFCO Fuarı, destek kapsamına alındı

Avrupa'nın en büyük fuarı olarak 9-11 Şubat'ta yapılan İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı IFCO, bir ilke daha imza atarak düzenlendiği ilk seferde destek kapsamına alınan ilk fuar oldu.



**TÜRK** moda endüstrisinin amiral gemisi konumundaki İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) iş birliğinde 9-11 Şubat'ta gerçekleştirilen IFCO Fuarı, düzenlendiği ilk seferde destek kapsamına alınan tek fuar olarak bir ilke daha imza attı. Konuyla ilgili açıklama yapan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe: "Başarlamayamı başardık, IFCO Fuarımız düzenlendiği ilk seferde destek kapsamına alınan tek fuar oldu. Katılımcı firmalar, fuarın yeni sezonlarında yüzde 50 devlet desteğinden faydalanabilecek. Sektörün hayalini gerçeğe dönüştürerek 600'den fazla hazır giyim firmasını dünyanın dört bir yanından binlerce alıcı ve 25 bin ziyaretçi ile buluşturduk. Sektörü tek çatı altında birleştirdik. IFCO'nun yeni sezonu, 24-26 Ağustos'ta yapılacak. IFCO'yu Cumhuriyet'in 100'üncü yılında 100 bin metrekarelik alanda, bölgenin en büyük fuarı olarak gerçekleştireceğiz." dedi.

## IFCO, İLK SEFERDE BİRCOK KRİTERİ YERİNE GETİRMEYİ BAŞARDI

Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt İçi Fuarların Desteklenmesine İlişkin Karar'a göre Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenen sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarların dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması amacıyla organizatörlerin yapacakları harcamalar ile katılımcıların harcamaları, belirtilen miktar ve oranlar çerçevesinde destekleniyor. Desteklerden bakanlıkça belirlenen şartları sağlayan sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarları düzenleyen organizatörler ve katılımcılar yararlanabiliyor.

Yurt içi fuarın destek kapsamına alınması için TOBB internet sitesinde ve Türkiye Ticaret Sicili gazetesinde yayımlanan yıllık yurt içi fuar takviminde yer alması

ve en son düzenlenen yurt içi fuar veya son düzenlenen üç fuardan en az ikisinde belirlenen şartları karşılaması gerekiyor. Şartları taşıyan yurt içi fuarlar arasından dış ticaret politikaları, ihracat stratejileri ve ekonomik öncelikleri doğrultusunda bakanlıkça belirlenen fuarlar destek kapsamına alınıyor.

Yurt içi fuarın ilk kez düzenlenecek olması durumunda ise şartları sağlamış olduğunun fuar izleme raporu ve gözlemci raporu ile kanıtlanması gerekiyor. Fuarda görevlendirilen bakanlık veya ihracatçı birlikleri genel sekreterlikleri personeli tarafından hazırlanan gözlemci raporu, bakanlıkça uygun görülen denetim şirketleri veya

kuruluşları tarafından hazırlanan izleme raporu, TOBB fuar istatistikleri ve organizatör beyanı dikkate alınıyor. Organizatörlerin yurt içi fuarların tanıtımı ve bu fuarlara uluslararası düzeyde katılım ile ziyaretin sağlanması amacıyla yurt dışında gerçekleştireceği seminer, toplantı ve duyurular, tanıtım etkinlikleri gibi çalışmalarındaki harcamalar destekleniyor. Yurt içinde fuar öncesinde ve fuar esnasında gerçekleştirecek gösteri, etkinlik, trend alanına yönelik harcamalar da destek kapsamında bulunuyor.

## KATILIMCILARA YÜZDE 50 DESTEK

Sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarlarda, katılımcılar tarafından yer kirası ve stant masrafları için ödenen fatura tutarının yüzde 50'si destek kapsamında katılımcıya ödeniyor. Katılımcılara fuar bazında ödenecek destek tutarı 30 bin TL'yi geçemiyor. Destek üst limitleri, her takvim yılı başında güncelleniyor.

## YURT İÇİ FUARLARIN DESTEKLENMESİ İÇİN GEREKEN ŞARTLAR

- Yabancı ziyaretçi sayısının en az bin 500 olması.
- Yabancı ziyaretçi sayısının, toplam ziyaretçi sayısına oranının yüzde 5'in üzerinde olması.
- Toplam katılımcı sayısının en az 300 olması.
- Yabancı katılımcı sayısının, toplam katılımcı sayısına oranının yüzde 5'in üzerinde olması.
- Katılımcılara tahsis edilen stant alanının en az 10 bin metrekare olması.
- Yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanının en az 300 metrekare olması.



**İPLİK ALMANIN  
EN HIZLI VE EN KOLAY  
YOLU İLE TANIŞMANIZA  
ÇOK AZ BİR SÜRE KALDI...**

**MERAK ETTİĞİNİZİ BİLİYORUZ.**

**AZ KALDI,  
ÇOK YAKINDA  
GELİYORUZ!**

# İHKİB ile IAF iş birliğinde yeşil dönüşüm semineri

İHKİB organizasyonu ve Uluslararası Hazır Giyim Federasyonu (IAF) iş birliği ile gerçekleştirilen Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü'nün Yeşil Dönüşümü: Üreticiler için Fırsatlar ve Engeller Semineri, 14 Mart'ta düzenlendi.



**HAZIR** Giyim ve Konfeksiyon Sektörü'nün Yeşil Dönüşümü: Üreticiler için Fırsatlar ve Engeller isimli seminerde sektörün yeşil dönüşümü, alanında uzman ulusal ve uluslararası sektör temsilcileri tarafından ele alındı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Euratex Genel Müdürü Dirk Vanthygem ve IAF Başkanı Cem Altan etkinliğin açılış konuşmalarını yaptı.

Konuşmasında Türkiye'nin elyaftan ipliğe, kumaştan aksesuara tüm ham maddeleri ve hazır giyimde her türlü ürünü üretebilen güçlü bir tedarikçi ülke olduğunu vurgulayan Gültepe: "Dünyanın beşinci büyük tedarikçisi olarak 20,3 milyar doların hazır giyim olmak üzere tekstil sektörüyle birlikte 30 milyar doların üzerinde ihracat yapıyoruz. Avrupa Birliği bölgesinin üçüncü büyük tedarikçisiyiz. Dolayısıyla AB Yeşil Mutabakatı süreci, sektörümüzü yakından ilgilendiriyor." dedi.

## "YEŞİL DÖNÜŞÜM SEKTÖRLERİMİZİN EN ÖNEMLİ KONUSU HÂLİNE GELDİ"

Temmuz ayında AB Komisyonu tarafından yayımlanan "Fit for 55" paketi ile sürdürülebilirlik, karbon emisyonu

ve sınırda karbon vergisi gibi alanlarda atılacak adımların işaret fişeginin yakıldığına dikkat çeken Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Yeşil dönüşüm artık hazır giyim ve tekstil sektörlerimizin en önemli konusu ve önceliği hâline geldi. Yeşil dönüşümle tedarik zinciri yeniden yapılacak, paydaşlar arasında sorumluluklar yeniden belirlenecek. Dünyanın ve AB'nin önde gelen tedarikçilerinden olarak bu köklü değişim sürecinde yükümlülüklerin ve sorumlulukların adil dağılımını önemsiyoruz. Sorumlulukların çoğunlukla üreticilerin üzerinde olmaması gerektiğini vurgulamak istiyorum. Türkiye'nin hazır giyim ihracatını temsil eden en büyük sivil organizasyon olarak sektör adına gelişmeleri takip ediyor ve gerekli adımları atıyoruz. AB tarafından finanse edilen ve Sanayi Bakanlığımızca desteklenen Hazır Giyimde Dijital Dönüşüm Projesi ile sektörün dönüşümüne yön vermeyi hedefliyoruz. Projemiz kapsamında sektörün çevre standartlarını geliştirici faaliyetler de yürüteceğiz. Karbon ayak izi ölçümü ve takibiyle ilgili sonuç odaklı faaliyetlere başladık. Bu alanda geliştirdiğimiz proje modeli İstanbul Kalkınma



Ajansı tarafından kabul edildi, ikinci bir proje ile yine AB fonuna aday olduk. Bu projelerimiz ile yakın gelecekte farkındalık artırmadan fabrika içi uygulamalara uzanan faaliyetleri adım adım yürüteceğiz.”

İHKİB iştiraki Ekoteks'in de Eko Etiket Standardı EKS 308 ile ilgili üye firmalara eğitim ve danışmanlık verdiğini hatırlatan Gültepe: “Döngüsel ekonomi ile ilgili üzerinde çalıştığımız projeler var. Geri dönüşüm konusuna büyük önem veriyoruz. Bu nedenle Euratex tarafından yürütülen ReHub Projesi'ne altıncı merkez olarak dâhil olmak istedik, bu talebimizi Euratex'e ilettik. Projede partner olarak yer almamız, bölgenin tedarik zincirinden aldığımız büyük pay ile AB'ye güç katacaktır. Türkiye'nin, AB ile Gümrük Birliği ilişkisi ve aday ülke olarak AB standartlarında üretim ve ihracat altyapısına sahip olduğunu, bu dönemde yapılan çalışmalar ve yürüttüğümüz projeler ile sektörümüzü daha da yukarı taşıyarak uluslararası rekabet gücümüzü koruyacağımıza inandığımızı belirtmek istiyorum.” şeklinde konuştu.

### “DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRMAK İÇİN ELİMİZDEN GELENİN EN İYİSİNİ YAPMALIYIZ”

IAF'ın tüm dünyada İHKİB gibi moda endüstrisi birliklerini, dernekleri, hazır giyim üreticilerini ve markaları birleştiren tek küresel kuruluş olduğunun altını çizerek konuşmasına başlayan IAF Başkanı Cem Altan, hazır giyim endüstrisinin yeşil dönüşümü gibi küresel bir sorunun ancak dünya çapında hep birlikte çalışarak çözülebileceğini belirtti. IAF'ın küresel moda endüstrisini, her yıl düzenlenen bunun gibi seminerlerde ve IAF Dünya Moda Konvansiyonu'nda bir araya getirdiğini söyleyen Altan: “2015 yılında İstanbul'da gerçekleşen bu kongre, geçen yıl Belçika'nın Antwerp kentindeydi ve bu yıl Kasım ayında Bangladeş'in Dakka kentinde yapılacak. IAF, üyelerini küresel projelerde temsil etmek için Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, OECD gibi küresel kuruluşlarla ve markalarla bağlantı kuruyor. Bu seminerde önemli olan sadece ülkeleri bir araya getirmek değil; aynı zamanda marka, perakendeci ve üretici iş birliğini artırmak. Sektörün yeşil dönüşümü için alıcılar ve tedarikçiler arasında çok iyi bir iş birliği gerekiyor. Ancak o zaman vaatlerimiz gerçeğe dönüşebilir. Ağır çevresel karbon ayak izimizi azaltmak için endüstri olarak yapmamız gerekenlerin listesi uzun. Daha az enerji ve daha yüksek oranda yenilenebilir enerji kullanmamız, su tüketimimizi ve kirliliğini azaltmamız, geri dönüştürülmüş malzeme kullanımını artırmamız gerekiyor. Şirketlerin seçimleri, tüm tedarik zinciri ile



uyumlu ve süreç açısından uygun olmalıdır. Bununla birlikte finansal ve ticari olarak da uygunluk önemli. Daha yeşil bir endüstri inşa etmek için tedarik zincirinin tüm aşamalarında dönüşüme ihtiyacımız olduğu açık. Tüketiciler, perakendeciler, üreticiler ve hükümetler çözümün birer parçası. Dönüşümü hızlandırmak için elimizden gelenin en iyisini yapmalıyız.” dedi.

Altan, sözlerini şöyle tamamladı: “Sektör olarak yeterince hızlı hareket etmediğimizi biliyoruz. Toplum bizden daha hızlı hareket etmemizi istiyor. Özellikle AB'de yeşil dönüşümle ilgili birçok yasa çıkarılıyor. Türk üreticiler açısından müşterilerden ve kanunlardan gelen baskıların olumlu bir tarafı da olduğunu düşünüyorum. Bu durum rekabette öne geçmemiz için fırsat sunuyor. Hazır giyim üreticileri, endüstrinin yeşil dönüşümünde önemli bir rol oynuyor.”

### “ARTIK ÜRETİCİLER, TEDARİK ZİNCİRİNDEKİ SÜREÇTEN DE SORUMLU TUTULACAK”

Euratex Genel Müdürü Dirk Vanthyghem, konuşmasına İHKİB'in Euratex'in önemli bir üyesi olduğunu vurgulayarak başladı. Global iş birliklerinin önemine değinen Vanthyghem, yeşil dönüşümün başarılı olabilmesi için bireysel segmentlerden çıkılması ve global iş birliklerine gidilmesi gerektiğini söyledi. Vanthyghem: “Euratex olarak amacımız yeşil dönüşüm sürecine şekil vermek. Ekonomiyi karbonsuzlaştırma ve karbon ayak izini azaltma yönünde çalışmalar yürütüyoruz. Avrupa Komisyonu, yeşil dönüşüm için çok uzun zamandır bir mevzuat listesi hazırlıyor. Bu mevzuatların içinde tekstil ve hazır giyim sektörünün de iş yapış şekillerini yeniden düzenleyen uygulamalar söz konusu olacak. Eko-tasarım özelinde yakın zamanda yeni ve kapsamlı bir mevzuat yayımlanacak. Artık üreticiler, tedarik zincirindeki süreçten de sorumlu tutulacak. Üretilen ürünlerin karbon ayak izinin ölçülmesi gerekecek. Biz de buna uygun olarak çalışmamız gerektiğinin farkındayız. Yeşil dönüşüm için firmaların desteklenmesi yönünde çalışmalar yapılması gerekiyor. Yakın zamanda tekstil atıklarının toplanması, önemli gündemlerden biri olacak. Çalışanlara da yatırım yapılması ve iyi bir eğitimden geçirilmesi bu anlamda önemli. Üreticiler olarak perakendeci ve markalarla diyalog hâlinde daha şeffaf ilişkiler içinde olmak gerekiyor.” dedi.



### AB'NİN YAKLAŞAN MEVZUATI DEĞERLENDİRİLDİ

Ohana Consultancy AB Giyim ve Tekstil Sürdürülebilirliği Halkla İlişkiler Uzmanı Pascale Moreau, seminerin açılış sunumunu gerçekleştirdi. "AB'nin yaklaşan mevzuatı sonucu oluşan alıcı talebi hakkında bilinmesi gerekenler" isimli sunumda, 2026'da AB'nin yeşil dönüşüm kurallarının uygulanacağı mevzuatta ön plana çıkan en önemli unsurlardan birinin şeffaflık olacağına değinildi. Moreau: "Şeffaflık, imalatçılar ve markalar arasındaki iletişimi etkileyecek. Üretimde hangi kimyasal maddelerin kullanıldığı, pamuğun nereden geldiği gibi bilgilerin alt firmalar ile paylaşılması gerekecek. Mevzuatta yer alacak bir diğer farklılık ise eko-tasarım olarak tanımlanan kendi atığını toplama konusu. Bir başka konu ise bitmiş bir ürünün çevresel etkilerinin üretici tarafından hesaplanması gerektiği. AB'ye ancak bu şekilde satış yapılması mümkün olabilecek. Mevzuat, yenilenebilir enerji kullanımını ve enerji verimliliğini de teşvik ediyor. Üretim modellerinin buna uygun olarak gelişmesi, rekabet açısından önemli. 2022 yılı örgütlerin, yeşil dönüşüm süreciyle ilgili farkındalık yarattığı bir dönem. 2022-2024 ise beklenen mevzuatın çerçevesinin ortaya çıktığı dönem olacak." ifadelerini kullandı.

Söz konusu mevzuat kapsamında tekstil ve hazır giyim sektörleri arasında gösterildiğine dikkat çeken Moreau, sözlerini şöyle sürdürdü: "Mevzuatta değer zinciri içinde özellikle pamukla ilgili önemli kurallar var. Sözleşme çerçevesinde her şirket için iklim değişikliğine ilişkin dolaylı ya da doğrudan bir eylem planı yapılması öneriliyor. Eko-tasarım, yakında çıkacak

bir mevzuat. Bu mevzuat geri dönüşüm, karbon ayak izi, kaynak verimliliği ve atık gibi maddeleri kapsayacak. Herkes artık bu uygulamaları nasıl gerçekleştireceğine dair fikir sahibi olacak. Yeni uygulamalardan biri olan "performans sınıfları" ise ürünün çevresel açıdan farklı değerlendirmelere tabi tutulacağına işaret ediyor. Geri dönüştürücülere, pazar yetkililerine ve tüketicilere doğru zamanda doğru bilgilerin verilmesi gerekecek. Değer zinciri içinde üretimden nihai kullanıcıya kadar döngüsellik artıracak şekilde bilgilendirme koşullarının yerine getirilmesi şartı aranacak. Mevzuatta yer alacak dijital ürün pasaportu ise en önemli yeniliklerden biri. Ürünler, dijital ürün pasaportu olmadan AB pazarına giremeyecek. Ayrıca ürünler için oluşturulacak bilgi listesinde ürünün çevresel, sosyal, teknik bilgi ve etkilerinin belgelendirilmesi isteniyor. 2026-2027 yılında mevzuat kuralları uygulanmaya başlanacak, ancak üreticilerin kendi uygulama tarihlerini öne çekmeleri onlara rekabet avantajı kazandıracaktır."

### ETKİNLİK PANEL VE SUNUMLARLA DEVAM ETTİ

Açılış sunumunun ardından "Gerçek bir ilerleme kaydetmek için yapılması gerekenler" isimli panel düzenlendi. Panelde Inditex Döngüsellik ve Sürdürülebilirlik Kamu Politikası Müdürü Iria Mouzo Leston, Yeşim Tekstil Kumaş Operasyonları Başkan Yardımcısı Kerim Bayram, Cross Textiles ve Şık Makas Kurumsal Proje Müdürü Derya Mutlu Bedavalar, BGMEA Başkan Yardımcısı Miran Ali konuşmacı olarak yer aldı. Seminer, Peter Koppert'in "Geri dönüşümde teknolojik yetkinliklere genel bakış" isimli sunumu ile son buldu.





AKILLI BİNALARIN, ÇATILARIN, ARAZİLERİN, OTOPARKLARIN  
VE YÜZER GES'LERİN CAM CAM ÇİFT YÜZLÜ

# PANEL LİDERİ GTC



- ✓ AA yangın koruma sınıfı,
- ✓ Çerçevesiz mekanik dayanıklılık,
- ✓ Çift yüzlü enerji,
- ✓ Estetik bütünlük,
- ✓ Yüksek enerji verimliliği  
bizimle mümkün..

sales@gtctrade.com

+90 416 290 35 35

+90 216 370 52 16

 /GtcSolar

 /GTCsolarsystems

 /gtcsolar

 /company/gtc-solar

 /GtcSolar

# Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşüm Projesi tanıtıldı

İHKİB tarafından yürütülen Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşüm Projesi, 25 Mart'ta yapılan bir toplantı ile tanıtıldı. Toplantıya İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ev sahipliği yaparken TİM Başkanı İsmail Güllü, Dışişleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı temsilcileri de toplantıya katıldı.

İHKİB'İN dijital dönüşüme liderlik etmek için 2018'de başlattığı Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşüm Projesi'nde kritik bir süreç tamamlandı. Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği mali iş birliği çerçevesinde finanse edilen, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca Rekabetçi Sektörler Programı altında 10,4 milyon euro hibe desteği ile yürütülen projenin merkez üssü konumundaki Dijital Dönüşüm Merkezi (DDM), hazır giyim ihracatçılarına hizmetine hazır hâle getirildi. Proje ile bir yandan AB Dijital Tek Pazar Stratejisi, Türk moda endüstrisine uyarlanırken diğer taraftan sektörü 40 milyar dolarlık ihracat hedefine taşıyacak altyapı oluşturulacak.

Proje kapsamında AB Delegasyonu temsilcileri, bakanlık uzmanları, teknik yardım kapsamında hizmet verecek olan Konsorsiyum lideri ve üyeleri ile proje paydaşlarının katılımında yapılan Kick-off toplantısı ise 8 Mart'ta gerçekleştirildi. 36 ay sürecek teknik yardım sürecinin resmî olarak başlatıldığı toplantıda, proje kapsamında Konsorsiyum tarafından sağlanacak ve alanında uzman personeller ile gerçekleştirilecek tüm faaliyetleri içeren teknik yardım teklifi, paydaşların görüşleri doğrultusunda değerlendirildi. Sektör ihtiyaçları kapsamında paydaşların beklentileri üzerine karşılıklı değerlendirmeler yapıldı. Teknik yardım süreci boyunca, proje iştirakleri olan İstanbul Moda Akademisi (İMA) ve Ekoteks'in sektöre yeni hizmetler sunması sağlanırken DDM ve İMA ile sektöre eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunulmasının hedeflendiği paylaşıldı.

## "AB DİJİTAL TEK PAZAR STRATEJİSİ'Nİ TÜRK HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNE UYARLAYACAĞIZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, proje faaliyetlerinin tanıtımı için 25 Mart'ta düzenlenen basın toplantısında moda endüstrisindeki değişim ve dönüşüm sürecinin pandemi ile birlikte olağanüstü bir hıza ulaştığını hatırlattı. Hazır giyim, Türkiye'de dönüşüme en hazır sektörlerin başında



yer aldığını belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Pandemi sürecinde hayati önemi ortaya çıkan dijitalleşme ve sürdürülebilir üretim üzerinde yıllardır çalışıyoruz. Öncülüğünü yaptığımız değişim ve dönüşümün temellerini uluslararası ağlar ile atıyoruz. Katılım Öncesi Mali Yardım Araçları Fonu (IPA) kapsamında projeler geliştiriyoruz. 2018'de onay süreci tamamlanan Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşüm Projesini, IPA II kapsamında başlattık. Rekabetçi Sektörler Programı altında desteklenen, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın yürüttüğü proje için Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği mali iş birliği çerçevesinde 10,4 milyon euro hibe desteği aldık. Proje ile AB Dijital Tek Pazar Stratejisi'ni Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne uyarlayacağız. Ticaret Bakanlığımızın onayı doğrultusunda paydaşlarımızla 1,9 milyon euro işletme sermayesi katkısı sağladığımız projenin ana üssünü Dijital Dönüşüm Merkezi (DDM) oluşturuyor. Firmalarımız buranın imkânlarını kullanarak iş süreçlerini daha verimli hâle getirebilecek. Maliyet avantajının yanı sıra ürünlerini e-ticaret ve e-ihracat platformlarına taşıyabilecekler. Sektörün hizmetlerimizden maksimum düzeyde yararlanabilmesi için DDM'nin model fabrika statüsü kazanmasını hedefliyoruz."



## “KİLOGRAM BAŞINA İHRACATIMIZI 40 DOLARA ÇIKARACAĞIZ”

İHKİB'in IPA projelerinden en çok yararlanan ihracatçı birlikleri arasında ilk sırada yer aldığını vurgulayan Gültepe, DDM'nin Türkiye'de bir benzerinin daha olmadığını bildirdi. Gültepe: “KOBİ'ler başta olmak üzere firmalarımıza eğitim ve danışmanlık hizmetleri vererek katma değerli üretimimizi artırmak için kolları sıvadık. Yenilikçi, yaratıcı, küresel rekabet gücü çok daha yüksek bir moda endüstrisi inşa ediyoruz. Sürdürülebilir üretim, dijital tedarik ve değer zinciri temelinde sektörü küresel pazarlarda yeniden konumlandırıyoruz. Bütün bu çalışmalarla birlikte orta vadede kilogram birim fiyatımızı 40 dolara, ihracatımızı ise 40 milyar dolara çıkaracağız.” diye konuştu. Gültepe, IPA I kapsamında alanında Türkiye'nin en başarılı kurumu olarak öne çıkan İstanbul Moda Akademisi'ni (İMA) kurduklarını, IPA III kapsamında da sektörün karbon ayak izinin azaltılmasını hedefleyen bir proje hazırladıklarını bildirdi. Gültepe; tekstil, lojistik ve kimya sektörlerinin de dâhil olduğu projede onay sürecinin tamamlanmasını beklediklerini sözlerine ekledi.

## “DİJİTALLEŞME SÜRECİNDEN İHRACAT AİLESİ OLARAK BEKLENTİMİZ ÇOK YÜKSEK”

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle de konuşmasında değişimin güç ve maliyet gerektirdiğini, bununla birlikte dijitalleşmenin tüm sektörler için bir zorunluluk olduğunu vurguladı. Gülle: “Dijitalleşme sürecinden ihracat ailesi olarak beklentimiz çok yüksek. Bu dönemden beklentilerimiz; verimlilik artışı, tüm operasyonel süreçlerde hızlanma ve üretim bandında minimum kaybın yanında, yükselen verimlilik neticesinde çevreci üretim. Hazır giyim sektörümüzün bir bayrak taşıyıcı olarak bu sürece adım atmasını son derece önemli bir atılım olarak görüyoruz. Sektörel dijital dönüşüm stratejisinin, tüm sektörlerimize örnek bir model olacağına inanıyoruz.” diye konuştu.

Toplantıya Dışişleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı temsilcileri de katıldı. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı Mali İş Birliği ve Proje Uygulama Genel Müdürü Bülent Özcan: “Bu proje, hazır giyim ve tekstil sektörü açısından, ülkemiz açısından çok değerli. Katılım öncesi mali yardım adı altında finanse edilen projelerden biri. Katılım öncesi mali yardımın 20 yıllık serüveni var. Bu 20 yılda ülkemiz 9,2 milyar dolarlık bir mali yardımdan yararlandı. Yaklaşık 900'e yakın büyük projenin gerçekleşmesi sağlandı. Bu süreçte IPA kapsamında Rekabetçi Sektörler adını verdiğimiz program, sanayinin dijitalleşmesi, dönüşümü, kalkınmanın Anadolu'ya yaygınlaştırılması açısından bizim için en önemli programlardan biri oldu.” dedi.

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanı Ahmet Onur Öztürk, moda endüstrisinde dijitalleşmenin hız kazandığını vurguladı. Yeşil dönüşümün bir diğer bileşeni olan dijital dönüşümün moda endüstrisinin sürdürülebilir değer zincirinde yer almasını desteklemeye çalıştığını belirten Özcan: “Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki ekonomik

## TÜRKİYE'DE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROJESİ

İHKİB tarafından yürütülen Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi, 2018 yılında Avrupa Komisyonu tarafından onaylandı. Mal alımı kapsamındaki çalışmalar tamamlanarak teknik yardım uygulama süreci başlatıldı. Proje kapsamında, Avrupa Birliği'nin Dijital Dönüşüm Strateji çalışmasının hazır giyim sektörüne adapte edilebilmesi, dijital dönüşüm stratejisinin ve bu alanda sektöre yönelik bir yol haritasının oluşturulması hedefleniyor. Proje paydaşlarından İMA ve İHKİB bünyesinde proje kapsamında kurulan DDM ile sektörde dijital dönüşüm odaklı hizmetler sunulacak. Moda tasarım alanına özgü yeni eğitimlerin planlanarak tasarımcı ve KOBİ'lere sunulması, dijital alanda edinilen yetkinlikler ile sektördeki potansiyel müşteri portföyünün geliştirilmesi hedefleniyor. Projede sosyal sorumluluk alanında da sektörün bilinçlendirilmesi ve pilot uygulamaların yürütülmesi bu kapsamda temel hedefler arasında yer alıyor. Ek olarak, projenin diğer bir paydaşı olan Ekoteks ile KOBİ'lerin çevre dostu uygulamalarının geliştirilmesi, Ekoteks bünyesinde sektöre sunulacak yeni test ve analiz hizmetleri ile çevre dostu üretim ve ürün anlayışının KOBİ'lerde geliştirilmesi amaçlanıyor.

## REKABETÇİ SEKTÖRLER PROGRAMI

Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği arasındaki mali iş birliği çerçevesinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen, yaklaşık 800 milyon euro'luk bir bütçeyi projeler aracılığı ile kullandıran bir mali destek programıdır. 2007 yılından bu yana yürütülen program ile Türkiye'nin farklı bölgelerinde sanayicilerin, KOBİ'lerin ve girişimcilerin rekabet gücünü artırarak ekonomik kalkınmanın sağlanması ve AR-GE altyapısının güçlendirilmesi amaçlanıyor. Rekabetçi Sektörler Programı hakkında ayrıntılı bilgi için rekabetcisektorler.sanayi.gov.tr resmî web sitesini ziyaret edebilirsiniz.

aktörlerin dijitalleşmeye yönelik kapasitelerinin geliştirilmesi, ülkemizin rekabet gücünün artırılması, küresel değer zincirinden daha fazla pay almalarını sağlıyor. Bu kapsamda çalışmanın son çıktılardan biri olan Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektörü'nde Dijital Dönüşüm Projesi, sektöre çok önemli kazanımlar sağlayacak.” ifadelerini kullandı. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı AB ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü Proje Yönetim Birimi Koordinatörü Süleyman Alata ise şöyle konuştu: “AB ile ülkemiz arasındaki mali iş birliği çerçevesinde rekabetçi sektörler programının ilk döneminde 520 milyon euro ile 46 projeyi hayata geçirdik. 2026 sonuna kadar devam edecek programın ikinci döneminde 260 milyon euro tutarındaki fonla yeni projeleri hayata geçiriyoruz. Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm de bu projeler arasında yer alıyor. Proje birçok ilki de içinde barındırıyor.”

# estex



1 Pre-consumer tekstil atıklarının toplanması

2 Tekstil atıklarının renklerine ve elyaf içeriklerine göre tasnif edilmesi



3 Tasnif edilen atıkların üretim öncesi tefrik edilmesi

Elyaf üretimi



5 Open-end İplik üretimi





# İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi Projesi'nin açılış toplantısı yapıldı



İHKİB Eğitim Vakfı'nın proje sahibi olduğu İş'te Yeni Yetkinlikler Merkezi'nin açılış toplantısı; proje ortakları, proje destekleyicisi kurum ve firmaların katılımı ile 17 Mart'ta gerçekleştirildi. İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) 2021 yılı Çocuklar ve Gençler Mali Destek Programı kapsamında yürütülen projenin açılış toplantısına İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tunçel de katıldı. Ayrıca İSTKA İzleme Uzmanı Mehmet Hasan Bulut, İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nden Beyazıt Bestami Yüksel de toplantıda yer aldı.

Toplantıda İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu, proje hakkında bilgilendirme yaptı. Projenin amacının İstanbul'da hazır giyim eğitimi veren 54 mesleki ve teknik Anadolu lisesinin 11. ve 12. sınıfında öğrenim gören 2 bin 871 öğrencinin, dijitalleşen hazır giyim sektörünün ihtiyaçlarına cevap veren eğitimler ile yeni yetkinlikler kazanmalarını olduğu belirtildi.

## PROJE 18 AY SÜRECEK

Hazır giyim meslek liselerinde eğitim alan gençlerin, sektörün dijital dönüşümüne paralel alacakları eğitimler ile yetkinlikler kazanması hedefleniyor. Eğitimler sonucunda gençlerin girişimci ve yenilikçi potansiyellerinin açığa

çıkarılması da projenin amaçları arasında. Toplantıda mesleki eğitim alacak gençlere, geleceğin teknolojilerine adaptasyon becerileri kazandırılmasına yönelik sürekli eğitim programlarının fiziksel ve dijital altyapısının oluşturulacağına altı çizildi. Gençleri dijital teknolojilerin geldiği aşama ile ilgili bilinçlendirmeyi hedefleyen projede iş fikirlerinin ve girişimlerin hazır giyim sektörü tarafından desteklenmesi, fonlanmasına yönelik mekanizmanın kurulmasını hedefleniyor. Aynı zamanda sektörün ihtiyaç duyacağı yeni yetkinliklerle donatılmış geleceğin stratejik iş gücünün yetiştirilmesine yönelik farkındalık oluşturularak kamu otoritesine sunulması ve bu kapsamda politikalar hayata geçirilmesi de projenin amaçları arasında. 18 ay sürecek olan projede gerçekleştirilecek olan faaliyetler, İHKİB Eğitim Vakfı'nın yapması gerekenler ve proje ortağı ile proje iştirakçilerinin projedeki rol ve sorumlulukları üzerinde duruldu.

*"İSTKA tarafından desteklenen İş'te Yeni Yetkinlikler Projesi kapsamında hazırlanan bu yayın içeriği, İSTKA ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamakta olup içerik ile ilgili tek sorumluluk İHKİB Eğitim Vakfı'na aittir."*

İSTKA  
İSTANBUL KALKINMA AJANSI

İHKİB  
EĞİTİM VAKFI

## İŞ'TE YENİ YETKİNLİKLER MERKEZİ

DİJİTAL GELECEK  
DİJİTAL DÖNÜŞÜM

İHKİB

Bu Proje Kalkınma Ajansı'nın  
2021 Yılı Çocuklar ve Gençlere Yönelik Mali Destek Programı  
kapsamında desteklenmektedir.



# İHKİB, LASİAD Buluşmaları'na katıldı



**İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği'nin (LASİAD) düzenlediği Laleli Buluşmaları etkinliğine katıldı. Gültepe, konuşmada İHKİB'in geçmiş dönem çalışmaları ve gelecek projeleri ile ilgili bilgi verdi.**

LASİAD tarafından düzenlenen Laleli Buluşmaları etkinliği, 24 Mart'ta gerçekleştirildi. LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca'nın ev sahipliği yaptığı etkinliğe İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe de katıldı. Etkinlikte yaptığı konuşmada hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki güncel duruma yönelik açıklamalarda bulunan Gültepe, İHKİB olarak yaptıkları faaliyetlerle ilgili de bilgilendirmelerde bulundu.

Sektörün 2021 yılında 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiğini ifade eden Gültepe: "Sektör olarak Türkiye genel ihracatının yüzde 9'unu yapıyoruz. Kilogram başına 16,2 dolarlık ihracatımızla en fazla katma değerli ihracat gerçekleştiren ilk üç sektörden biriyiz. Dünyanın beşinci büyük hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçısıyız. Avrupa Birliği'nin üçüncü büyük ihracatçısıyız. Sektörel ihracatımızın yüzde 61'i AB ülkelerine yapılıyor. 2022 yılının Ocak-Şubat döneminde ihracatımız 2021 yılına kıyasla yüzde 13,8 artarak 3,4 milyar dolara ulaştı." dedi.

## "HEDEFİMİZ IFCO FUARI'NI 100 BİN METREKAREYE ÇIKARMAK"

İHKİB'in faaliyetlerini stratejilere dayalı olarak oluşturduğunu söyleyen Gültepe: "3D ile şık bir gelecek için tüm üyelerimize dokunacağız, rekabet oyunlarını büyütüp geliştireceğiz. Tüm ekosistemimizle, yeni nesil destekler ve projelerle destekleyeceğiz. Tüm sektörü dönüştürerek dönüşüme liderlik edeceğiz. Türkiye'de ilk kez, sektörde markasıyla ihracat yapmak isteyen üreticileri ve koleksiyonlarını

alıcılarla başarılı şekilde buluşturduk ve buluşturmaya devam edeceğiz. Hedefimiz IFCO Fuarı'nı 100 bin metrekareye çıkarmak. 24-26 Ağustos'ta fuarın ikincisini gerçekleştireceğiz. IFCO ile sektör ihracatına 1 milyar doların üzerinde katkı sağlamak en önemli hedeflerimiz arasında. Fashion Week İstanbul ile sektörümüzün global algısını yükseltiyoruz. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile 1992 yılından beri sektöre tasarımcı kazandırmaya devam ediyoruz. Alım ve ticaret heyetleri düzenleyerek üyelerimize pazar olanakları sunuyoruz. Heyetler konusunda dijital olanaklardan da yararlanıyoruz. Ayrıca hedef pazarlarda gerçekleşen fuarlara millî katılım organizasyonu düzenliyoruz. UR-GE projeleri ile sektörün rekabet gücünü artırıyoruz. Devlet destekleri konusunda üye firmalarımızın ilk müracaat kapısı konumundayız." şeklinde konuştu.

İhracat odaklı yeni nesil yatırım teşvik önerilerini hazırladıklarını belirten Gültepe: "Tasarımdan Üretime Dijital Dönüşüm Projesi ile sektörün dijital dönüşümüne de destek oluyoruz. Dijital Dönüşüm Merkezimiz, yüksek teknolojik altyapıya sahip fotoğraf stüdyosu ile Yenibosna'da sektöre hizmet vermeye başladı. Çok yakında sektörel dijital dönüşümün merkez üssü olarak üyelerimiz için bire bir yönlendirme ve danışmanlıkların verildiği bir birim olacak. Sürdürülebilirlik ve karbon ayak izi de ana gündemimiz. Bu alanda projeler yürütmeye devam ediyoruz. İnsan kaynakları ve eğitim alanında da öncü çalışmalar gerçekleştiriyoruz." dedi.



## Türk hazır giyim sektörünün ABD pazarındaki yükselen eğilimi dikkat çekiyor

**ABD Moda Sanayi Birliği (USFIA) tarafından her yıl hazırlanan Sourcing Trends&Outlook Raporu'nun 2022 yılı versiyonu yayımlandı. Raporla, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün rekabetçilik ile sürdürülebilirlik düzeyi, ABD'li alıcı ve markalara sunduğu iş birliğine dayalı tedarik zinciri avantajları anlatıldı.**

USFIA tarafından yayımlanan Sourcing Trends&Outlook 2022 Raporu'nda Türk hazır giyim sektörünün son yıllarda hızlı bir değişim ve dönüşüm içinde olduğuna dikkat çekildi. Dünyanın en büyük üç tedarikçisinden biri olmayı hedefleyen ve değişen küresel hazır giyim tedarik zincirinde rekabet gücünü daha da yükseltmek için ikiz dönüşüme odaklanan Türk hazır giyim sektörü, sürdürülebilirlik çerçevesinde üretimdeki katma değeri artırmayı amaçlıyor. Raporla sektörün tasarım ve moda kabiliyetini geliştirerek yeşil üretime geçişi ve karbon salımının azaltılmasını hedeflediğine değiniliyor. Son 10 yıldır geri dönüşüme odaklanan Türk hazır giyim sektörü, 1990'lı yıllarda başlayan sürdürülebilirlik çabaları, hızlı teslimat, tasarım kabiliyeti, kaliteye dayalı katma değerli üretim yeteneği ile rekabet avantajı elde ediyor. 50 yılı aşkın bir deneyime ve bilgi birikimine sahip olan sektör, Türkiye'nin Yeşil Mutabakat Eylem Planı kapsamında

küresel alıcılar için moda tasarımında dijital bir üretim merkezi olarak ortaya çıkıyor.

### SEKTÖR, ABD'Lİ ALICI VE MARKALARA ÇÖZÜM ODAKLI ORTAKLIKLAR SUNUYOR

Raporla Türk hazır giyim endüstrisinin, AB'nin sürdürülebilirlik hedeflerini yerine getirme konusundaki çalışmalarına da değiniliyor. AB pazarının önde gelen tedarikçileri arasında yer alan Türk hazır giyim sektörü, sürdürülebilirlik konularında doğrudan Avrupalı alıcılar ve markalarla çalışarak Avrupa'daki yerli tedarikçiler gibi hareket ediyor. Geri dönüştürülmüş malzeme kullanımının önemli bir yere sahip olduğunun görüldüğü sektörde, sertifikasyon düzeyinin yüksek olduğuna da dikkat çekiliyor. Türk hazır giyim üreticileri, ISO'dan GOST'a dünya standartlarına göre üretim yapıyor. Tedarik zinciri halkası olmak yerine "ortak zincir halkası"



olmak isteyen Türk hazır giyim sektörü; üreticinin, alıcının kalite anlayışında tepeden tırnağa sorumlu olmayı taahhüt ediyor. Güçlü ortaklıklar kurmak ve tedarik zincirinin sorunsuz işleyişini sağlamak, hazır giyim sektöründe başarının anahtarı olarak biliniyor. Raporda Türkiye'nin hazır giyim sektöründe ABD'li alıcı ve markalara çözüm odaklı ortaklıklar sunabildiği belirtiliyor.

### TÜRKİYE, ENTEGRE ÜRETİM GÜCÜNE SAHİP

Sürdürülebilirlik ve dijitalleşmenin her alanına yatırım yapan Türk hazır giyim sektöründeki şirketler, yeni yatırımlarla küresel hazır giyim değer zincirindeki güncel trendler doğrultusunda sektöre dinamizm kazandırıyor. Raporda Türkiye'nin elyaftan ipliğe, kumaştan her türlü nihai hazır giyim ürününe kadar entegre bir üretim ve ihracat potansiyeline sahip olduğu ifade ediliyor. Esnek sipariş olanağı, moda ve tasarım yeteneği de raporda üzerinde durulan ve Türk hazır giyim sektörünün başarılı olduğu alanlar arasında değerlendiriliyor. Türkiye'nin önde gelen hazır giyim ihracatçı birliği olan İHKİB'in çalışmalarına da değinen rapor, Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi ile ilgili bilgilere yer veriyor.

### ABD'NİN HAZIR GIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATINDA ÇİN'İN PAYI AZALYOR

İHKİB AR-GE Şubesi kaynakları tarafından yapılan bilgilendirmede ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Çin'in payının son yıllarda azaldığı açıklandı. Çin'in, ABD hazır giyim ithalatındaki payı 2020 yılında yüzde 40 iken 2021'de yüzde 31'e düşerek 34,1 milyar dolar oldu. ABD pazarının ikinci büyük tedarikçisi Vietnam'dan yapılan hazır giyim ithalatının payı yüzde 14'ten yüzde 14,4'e yükselerek 15,9 milyar dolara erişti. ABD'nin üçüncü büyük tedarikçisi Hindistan'dan yapılan hazır giyim ithalatının payı yüzde 5,6'dan yüzde 7,5'e yükselerek 8,3 milyar dolar oldu. Bangladeş'ten yapılan hazır giyim ithalatının payı yüzde 5,4'ten yüzde 7'ye çıkarken Endonezya'nın payı yüzde 3,7'den yüzde 4'e yükseldi. Aynı dönemde Pakistan'ın payı yüzde 2,8'den yüzde 3,9'a, Meksika'nın payı yüzde 3,5'ten yüzde 3,9'a, Kamboçya'nın payı yüzde 3'ten yüzde 3,5'e çıktı.

ABD Tekstil ve Konfeksiyon Ofisi (OTEXA) verilerine göre 2021 yılı Kasım ayı itibarıyla ABD tarafından toplam 74,3 milyar dolar değerinde hazır giyim ithalatı yapıldı. 2020 yılı aynı dönemine kıyasla ithalatta yüzde 25,4'lük artış yaşandı. Çin, ABD'nin en fazla ithalat yaptığı ülke olarak yerini korudu. Sırasıyla Vietnam, Bangladeş ve Hindistan, ABD'nin diğer büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçileri olarak biliniyor. Çin'den ABD'ye 2021 Kasım ayında 17,9 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ithal edildi, ithalat 2020'nin aynı dönemine kıyasla yüzde 27,3 oranında artış gösterdi. ABD'nin

ikinci büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi Vietnam'dan ithalat ise yüzde 12,7 artışla 13,2 milyar dolara yükseldi.

### TÜRKİYE'NİN ABD'YE İHRACATI YÜZDE 27 ARTTI

2020 yılında Türkiye'nin ABD'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 793,2 milyon dolara yükseldi. 2021 yılında ihracatını yüzde 18,3 artırarak 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştiren hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en fazla ihracat yaptığı altıncı ülke ABD oldu. Türkiye'nin ABD'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2021 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 19,8 arttı. ABD'ye 950,5 milyon dolar ihracat gerçekleştiren Türk hazır giyim sektörü; Ocak-Şubat 2022 döneminde ise ihracatını yüzde 13,8 artırdı. Yılın ilk iki ayında 3,4 milyar dolar ihracat gerçekleştiren Türk hazır giyim sektörünün en fazla ihracat yaptığı yedinci ülke ABD oldu. Bu dönemde ABD'ye ihracat bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 27 artarak 155,8 milyon dolara çıktı.

2021 Ocak-Aralık döneminde Türkiye'den en fazla iç giyim ve yatak kıyafeti ihraç edilen ilk dört ülke arasında ABD yer aldı. Bu dönemde en fazla hazır eşya ihraç edilen ülkeler ise Almanya, ABD, Fransa, Hollanda ve İtalya olarak sıralandı.

### TÜRKİYE'NİN ABD HEDEFİ 100 MİLYAR DOLAR

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye ile ABD arasındaki 100 milyar dolarlık ticaret hacmi hedefi doğrultusunda Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı koordinasyonunda, ABD'de Ticari Diplomasi Etkinlikleri'ni gerçekleştirdi. Türkiye'den üst düzey yetkililerin, parlamento üyelerinin ve iş insanlarının katıldığı ziyaret

programının Türkiye ve ABD arasındaki ticari ilişkilere olumlu katkılar sağlaması bekleniyor.

TİM Başkanı İsmail Güllü: "2021 yılında ABD'ye ihracatımız yüzde 44'lük bir artış gerçekleştirdi. Ticaret hacmimiz yüzde 29 artış ile 28 milyar dolara ulaştı. Türkiye'nin ana ticaret merkezi olacağı konusunda fikir birliğine varıldı. Tüm dünya gibi ABD de bunu çok iyi anladı. ABD ile 100 milyar dolarlık ticaret hacmi hedefimize ulaşmak için iyi yoldayız. ABD Ticaret Bakanı yakında Türkiye'ye gelecek. Bu konuda karşılıklı birtakım protokoller imzalanması bekleniyor." dedi.

Türk heyetinin gerçekleştirmiş olduğu ziyaretin çok verimli geçtiğini, iki taraf arasında çok iyi diyalogların başladığını belirten TİM Marka Konseyi Başkan Vekili Süleyman Orakçioğlu: "Biz bu ziyareti pozitif bir başlangıç olarak görüyoruz. Dört gün içinde çok sayıda toplantı ve görüşme gerçekleştirdik. Yaklaşımlar pozitif. Özellikle ticari diplomasinin ortaya koyduğu gelişim ile ilgili birlikte çok şeyler yapılacağı konusunda hemfikir kaldık." şeklinde konuştu.

Tekstil sektörünün ABD'ye ihracatı 2021 yılında yüzde 33,7 artarak 839,7 milyon dolara yükseldi. Deri ve deri mamulleri sektörünün ABD ihracatı yüzde 61,6 artışla 67 milyon doları aşarken halı sektörünün ABD ihracatı yüzde 23 artışla 1,1 milyar dolara ulaştı.



# Fashion Trust Arabia Ödülü bu yıl bir Türk tasarımcıya verilecek

**ORTA DOĞU** ve Kuzey Afrika bölgesinde bulunan dinamik moda tasarımcılarına her yıl uluslararası tanınırlığın yanı sıra finansal destek ve iş desteği sağlamayı amaçlayan Fashion Trust Arabia (FTA), dördüncü yılında Türkiye'yi 2022 FTA Ödülleri'nin konuk ülkesi olarak davet etti. Bu çerçevede İHKİB ile partnerlik anlaşması imzalandı. FTA ve İHKİB arasında sağlanan anlaşma sayesinde konuk ülke kategorisindeki Türkiye'den dört finalist tasarımcı, Ekim ayında Katar'ın Doha kentinde düzenlenecek Fashion Trust Arabia 2022 Ödül Töreni'nde FTA konuk ülkelerine ithafen verilen özel ödül için yarışacak. Final için seçilen dört Türk moda tasarımcısına ayrıca final gecesinde stant kurma hakkı, iş birliği sağlanan Galeries Lafayette ve Printemps gibi önde gelen satış noktalarında stant kurma hakkı gibi özel imkânlar sunulacak. Kazananlar FTA'nın perakende partnerleri ve moda endüstrisi profesyonellerinden oluşan küresel bir ağ tarafından moda ve iş alanında çeşitli konuların ele alındığı kişiselleştirilmiş, bir yıllık mentor programına dâhil edilecek. Yarışmanın birincisi olacak Türk moda tasarımcısı, minimum 25 bin dolarlık ödülü almaya hak kazanacak.

Konuk Ülke Ödülü, kadın hazır giyiminde uzmanlaşmış bir Türk moda tasarımcısının yeteneğini taçlandırarak. FTA 2022 Danışma Kurulu, FTA Jürisi



ile birlikte diğer FTA finalistleriyle aynı süreçte Türk tasarımcılarının kısa aday listesini oluşturmaktan sorumlu olacak. Yarışmaya şu ana kadar Türkiye'den aralarında tanınmış isimlerin de bulunduğu yaklaşık 20 moda tasarımcısı başvurdu. Bu değerli iş birliği, gelişmekte olan pazarlardaki genç tasarımcıların küresel bir iletişim ağı ve destek sistemi kurmalarına yardımcı olmayı amaçlıyor. ODKA bölgesinden ve Türkiye'den genç tasarımcılara birbirlerinin pazarlarıyla kaynaşma ve birbirleriyle bilgi alışverişinde bulunma imkânı tanıyan iş birliği, sonsuz fırsatlar sunuyor.

## TEXSUM Zirvesi'nde Türkiye'nin ham madde gücü anlatıldı

**ULUDAĞ** Tekstil İhracatçıları Birliği ve Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından bu yıl üçüncüsü düzenlenen TEXSUM Zirvesi, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat'ın katılımıyla düzenlendi. Canpolat, etkinlikte düzenlenen Türkiye'de Ham Madde Zincir Gücü isimli panelde konuşmacı olarak yer aldı. Moderatörlüğünü Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Başkanı Pınar Taşdelen Engin'in yaptığı panelin diğer katılımcıları GAİB Başkanı Ahmet Fikret Kileci ve AKİB Başkanı Zeki Kıvanç oldu.

Panelde gerçekleştirdiği konuşmada Türk tekstil sektörünün dünyadaki konumuna ilişkin bilgiler paylaşan Canpolat: "Sektörümüzün geleceğini nitelikli öğrencilere bırakacağımız için umutluyuz. Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi kapsamında öğrencilere burs olanağı sunuyoruz. Bu yıl da gençlerimizi teşvik ederek tekstil mühendisliğine olan ilgiyi artırmayı hedefliyoruz. Nitelikli tekstil mühendislerine her zamankinden daha çok ihtiyaç duyuyoruz. Üretimden tüketim sonrasına kadar tüm süreçlerde döngüsel bir ekonomi modelinin sektörümüz tarafından benimsenmesi için gayret gösteriyoruz. Bu çerçevede



sürdürülebilirlik eylem planını açıklayan ilk sektör olduk. Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE Projesi, 26 firmanın katılımıyla faaliyetlerine başladı. İHKİB ile yürüteceğimiz İSTKA Karbon Ayak İzinin Azaltılması Projesiyle 20 firmamızın karbon emisyonlarının azaltım kapasitesinin güçlendirilmesi için faaliyetler yürüteceğiz. Sektörümüzün altyapısını güçlendirmek için dört ay sürecek 'Sürdürülebilirlik' eğitim serimizi başlattık. Tekstilde sürdürülebilirliği sağlamak adına her bir üretim aşamasına ayrı bir görev düşüyor." dedi.



# Geleceğin tasarımcıları Futuretex İstanbul'da yarışacak

İTHİB tarafından 15 yıldır gerçekleştirilen Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması, bu yıldan itibaren Futuretex İstanbul adı altında devam edecek. Yarışmanın tanıtım toplantısı, 24 Mart'ta İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici, yarışmanın koçları Tuvana Büyükçınar ve Özlem Süer'in katılımıyla gerçekleşti.

İTHİB tarafından 15 yıldır gerçekleştirilen Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması, bu yıl ilk defa Futuretex İstanbul markası altında "FutureBase International" ve "FutureTech" olarak iki ayrı yarışma hâlinde düzenlenecek. Tekstil sektöründeki yeteneklerin yarışacağı ödüllü tasarım yarışmasının FutureBase ayağında yarışma koçluğunu Tasarımcı Tuvana Büyükçınar, FutureTech ayağında ise Tasarımcı Özlem Süer yapacak.

## GLOBAL BÜYÜME TASARIMLA VE İNOVASYONLA GELECEK

Futuretex İstanbul Yarışması ile tasarım gücü yüksek ürünlerle Türkiye ekonomisinde katma değer yaratmayı amaçladıklarını belirten İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: "Dünyanın en büyük beşinci tekstil ihracatçısı olan sektörümüzün küresel ihracattan daha büyük pay alabilmesi için Türkiye'deki tasarım gücünün bir üst seviyeye çıkarılması büyük önem taşıyor. Yarışmamız kapsamında düzenlenecek olan FutureTech kategorisinde teknik tekstil sektörümüzdeki inovasyon kabiliyetimizin de artmasını hedefliyoruz. Teknik tekstiller, Türk tekstil sektörünün katma değerli ihracat artışı hedefinde en önemli alt ürün gruplarımızdan biri. Bu kapsamda inovatif fikirlerin değerlendirileceği ve üretime kazandırılacağı yarışmamızı çok önemsiyoruz. Tasarımı, katma değerli ihracatın kilit unsurlarından biri olarak görüyoruz. Tasarım alanında çalışacak nitelikli gençlerimizi destekliyoruz. Bu kapsamda bu yıl FutureBase International markası altında gerçekleştireceğimiz kumaş tasarım yarışmamız, yüzlerce tasarımcımıza ilham kaynağı olacak." diye konuştu.

## TEKNİK TEKSTİL ALANINDA İNOVATİF PROJELER ÜRETİLECEK

FutureTech kategorisinin teknik tekstil odağında bu yıl ilk defa düzenlendiğini belirten İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici: "FutureTech kategorisi aslında bir inovasyon ve fikir yarışması. FutureTech ile teknik tekstil sektöründeki inovatif fikirlerin ve projelerin desteklenmesini hedefliyoruz. FutureBase International kategorisi ağırlıklı olarak moda tasarım alanındaki öğrencileri ilgilendirirken FutureTech,



daha çok tekstil mühendisliği öğrencilerini, akademisyenleri, endüstriyel tasarım bölümlerini ve startup'ları ilgilendiriyor. İTHİB olarak sektörümüz için önemli olan iki farklı kategoriye tek bir çatı altında birleştirmekten mutluluk duyuyoruz. Yeni yarışmamızla hedefimiz her yıl olduğu gibi yeni tasarımcılarımızı sektöre, inovatif fikirleri de üretime kazandırmak olacak." dedi.

## BİRİNCİLİK ÖDÜLÜ 200 BİN TL

Her iki yarışmada birinciye 200 bin TL, ikinciyeye 150 bin TL, üçüncüye 100 bin TL ödül verilecek. FutureBase kategorisinde söz konusu ödüllere ek olarak yurt dışı eğitim hakkı, altı ay yurt içinde yabancı dil eğitimi hakkı, PV Paris Fuarı'nı ziyaret ve 60 bin TL jüri özel ödülü de bulunuyor. FutureBase kategorisinin temaları; sürdürülebilirlik, doğal elyaflar, denim, geleneksel dokumalar olacak. FutureTech yarışmasının temaları ise biotech, dijitalleşme, nanotech, smart textile olarak belirlendi.

# Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Eğitimi, yoğun katılımı ile devam ediyor



**İTHİB tarafından organize edilen Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Sertifikalı Eğitim Programı yoğun bir ilgi ile sürüyor. Program, sektörde sürdürülebilirlik alanında farkındalığın artmasına katkı sağlamayı amaçlıyor.**

İTHİB tarafından yürütülen ve dört ay sürecek olan Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Sertifikalı Eğitim Programı açılış eğitimi, 8 Mart'ta gerçekleştirildi. 72 saat sürecek olan ve sürpriz konuklarla devam eden eğitimin her oturumu, yaklaşık 900 kişinin katılımıyla gerçekleşiyor.

8 Mart'tan itibaren her salı ve perşembe günü çevrim içi olarak düzenlenen eğitimin toplamda 10 modülden oluştuğu, sürdürülebilir iş modelleri ile sürdürülebilirliğin finansmanı gibi konu başlıklarına değineceği açıklandı.

Eğitim programının açılış konuşmasını gerçekleştiren İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil sektörünün ihracat hedeflerine ulaşmasında sürdürülebilirlik konusunun en önemli gündem maddesi olduğunu belirtti. Öksüz, hem üreticiler hem tüketiciler nezdinde, konunun artık daha fazla dikkat çektiğini belirtti. İhracatçıların sürdürülebilirlik sertifikalarının yanı sıra karbon ayak izi ölçümü yapması, denetim süreçlerini tamamlaması ve su ayak izine ilişkin hususlara da dikkat etmesi gerektiğinin altını çizdi.

## İLK EĞİTİMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN GELİŞİMİ ELE ALINDI

Serkan Soylu tarafından gerçekleştirilen ilk eğitimde sürdürülebilirlik konusunun gelişimi ve tarihsel bağlamı ele alındı. Eğitim programının ikinci oturumu 10 Mart'ta Büşra Suiçmez tarafından gerçekleştirildi. Eğitimde tekstil sektöründe yer alan küresel markalar ve sürdürülebilirlik vizyonları ele alındı. Bini aşkın katılımcının yer aldığı eğitimde, Doğal Hayatı Koruma



Vakfı (WWF) Tatlı Su ve Sulak Alan Programı Müdürü Eren Atak da konuk olarak deneyimlerini paylaştı. 15 Mart'ta gerçekleşen eğitimde ise tekstilde döngüsellik konusu işlendi. Eğitime konuk olan Ereks Blue Matter Yönetim Kurulu Üyesi Romain Narcy ve Döngüsellik ve İş Geliştirme Müdürü Kaan Şen, Türkiye'de tekstil atık sistemine ilişkin deneyimlerini paylaştı. 17 Mart'taki oturumda sürdürülebilir tekstil tasarımı konusu ele alınırken Aşlı Filinta markasının kurucusu Aşlı Filinta Demir, sürdürülebilir tasarıma ilişkin deneyimlerini katılımcılara aktardı.

22 Mart'taki oturumda sürdürülebilirliğin finansmanı konusu değerlendirildi. Sunum sonunda Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) Yeşil Ekonomi ve İklim Eylemi Kıdemli Uzmanı Elif Baknağ, Türkiye'deki finansman programlarına ilişkin bilgi verdi. 24 Mart'taki oturumun konusu, karbon ayak izi oldu. Oturumda Altensis Kurucu Ortağı Emre Ilıcalı, sanayideki ve binalardaki enerji verimliliğine yönelik çalışmalarını aktarırken yeşil binalara ilişkin kriterleri paylaştı.



# KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

intelloCut



Karlılığınızı  
%50 artırın



Kumaş maliyetini  
%10 azaltın



KUMAŞ  
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK  
YÜKSEK-KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

OTOMATİK  
TEK KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

SADECE 500W İLE  
9 DAKİKADA  
BİR TAKIM ELBİSE



**bierrebi**  
Italian cutting technologies

TÜP KUMAŞ  
KESİM MAKİNASI  
1 KİŞİ İLE 1 SAATTE  
4.400 T-SHIRT



**bierrebi**  
Italian cutting technologies

OTOMATİK  
DANTEL  
KESİM  
MAKİNASI



**özbilim**  
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi A-5-2 Blok Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE  
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail: info@ozbilim.com  
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

# Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE Projesi açılış toplantısı yapıldı



**İTHİB'İN** sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarından biri olan Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE Projesi, ilk faaliyeti için 15 Mart'ta bir araya geldi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ün de katıldığı toplantıda, 2022 yılı Şubat ve Nisan ayları arasında gerçekleştirilecek faaliyette küme firmalarının ihtiyaç analizi çalışmasına ilişkin bilgiler paylaşıldı.

2021 yılında firmaların başvurularını gerçekleştirdiği ve yoğun talep alan Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE Projesi için Ticaret Bakanlığı onayı alınarak çalışmalara başlandı. 26 küme firmasının katılımı ile gerçekleşen toplantıda açılış konuşmasını gerçekleştiren Ahmet Öksüz, en yoğun katılımı gerçekleştiren UR-GE Projesi'ne başlamaktan mutluluk duyduklarını ifade etti. Toplantıda ihtiyaç analizi çalışmasına ilişkin bir sunum gerçekleştiren Danışman Didem Çakar, her bir firmanın ziyaret edilerek analiz çalışmalarının gerçekleştirileceği

bilgisini paylaştı. Toplantı, UR-GE kümesinde yer alan firmaların sorularının cevaplandırılması ile tamamlandı.

## SEKTÖRDE BİR İLKİ TEŞKİL EDEN PROJENİN İHTİYAÇ ANALİZİ YAPILIYOR

Toplantının ardından Sürdürülebilir Tekstiller UR-GE Projesi kapsamında ihtiyaç analizi faaliyeti başladı. Şubat-Mayıs 2022 döneminde tamamlanması planlanan ihtiyaç analizi faaliyeti, danışmanlar Didem Çakar ve Serkan Soyuer tarafından gerçekleştirilen firma ziyaretleri ile devam etti. Ziyaretlerde firmaların sürdürülebilirlik ihtiva eden altyapıları analiz edilerek mevcut durumlarına ilişkin veriler toplandı. Türkiye'nin farklı illerinde yer alan 26 küme firmasına gerçekleştirilen ziyaretler ile aynı zamanda tekstil sektörünün sürdürülebilirlik alanında faaliyetlerini içeren yol haritası belirlenecek.

# İTHİB Yönetimi TGSD ile bir araya geldi



**TEXHIBITION** İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı Komitesi ve TGSD Yönetimi bir araya gelerek Texhibition Fuarı'na ilişkin değerlendirme toplantısı yaptı. 8 Mart'ta gerçekleştirilen toplantıya İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İTHİB Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ve TGSD Yönetim Kurulu Müşterek Başkanı Ramazan Kaya katıldı. Tekstil alım gruplarının üst düzey temsilcileri ile bir araya gelen yetkililer, fuara ilişkin fikir alışverişinde bulundular. Fuar katılımcısı yabancı firmaların değerlendirildiği toplantıda, alım heyeti ofisleri, fuar trend alanı ve etkinliklerine ilişkin hususlar görüşüldü.



# Kanada ev tekstili sohbet toplantısı yapıldı

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Ali Sami Aydın, Ticaret Bakanlığı tarafından düzenlenen Kanada özelinde ev tekstili ve inşaat sektörleri e-sohbet toplantısına katıldı. 16 Mart'ta gerçekleştirilen toplantıda Türkiye ile Kanada arasındaki tekstil sektörü dış ticareti değerlendirilerek ev tekstili alanındaki ihracat potansiyeli görüşüldü. Firmaların sorularının cevaplandırıldığı toplantıda güncel iş fırsatları değerlendirildi.

Toplantıda yaptığı sunumda Türk tekstil sektörünün dünyadaki konumuna ilişkin bilgiler veren Ali Sami Aydın, sektörün sürdürülebilirlik alanındaki çalışmaları ve projeleri hakkında bilgi verdi. İTHİB olarak gerçekleştirdikleri fuarlardan da bahseden Aydın, Kanada'nın 2020 yılında 1,1 milyar dolar ev tekstili ithalatı yaptığına dikkat çekti. Bu dönemde Kanada'nın Türkiye'den ev tekstili ithalatı da 19,4 milyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'nin, Kanada'nın tekstil sektörü ithalatında 11. sırada olduğunu belirten Aydın, ev tekstili ithalatında ise Türkiye'nin Kanada'nın dokuzuncu tedarikçisi olduğunu söyledi.



## Kore Tekstil Makineleri Birliği ile toplantı

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Kore Tekstil Makineleri Birliği (KOTMA) Yönetim Kurulu Başkanı Jonh Kyu Sun ve beraberindeki heyet ile bir araya geldi. 9 Mart'ta gerçekleşen toplantıda, iki ülke arasındaki ihracat potansiyelinin yüksek olduğu görüşülürken hayata geçirilebilecek iş birliği imkânları değerlendirildi.

## TETSİAD, İTHİB'i ziyaret etti

**TÜRKİYE** Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TETSİAD), İTHİB'i ziyaret etti. 1 Mart'ta gerçekleştirilen ziyarete İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, TETSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Hüseyin Bayram'ı ve beraberindeki TETSİAD heyetini makamında ağırladı. İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Fatih Bilici ve Ahmet Şişman'ın da yer aldığı toplantıda ev tekstili sektörüne ilişkin güncel gelişmeler değerlendirildi.



# İDMİB 2018-2022 yönetim döneminin son Yönetim Kurulu Toplantısı'nı yaptı



**İSTANBUL** Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu üyeleri, 9 Mart'ta bir araya gelerek 2018-2022 yönetim dönemine ilişkin 53'üncü ve son Yönetim Kurulu Toplantısı'nı gerçekleştirdi. Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan toplantıda, öncelikle 2022 yılında İDMİB'in millî katılım organizasyonu planladığı fuarlar ve destek vereceği alım heyetleri hususları görüşüldü ve değerlendirmelerde bulunuldu. New York'taki

Türkiye Ticaret Merkezi'nin güncel durumu hakkında bilgi alındı. 2022 yılında gerçekleştirilecek Ayakkabı Tasarım Yarışması ile ilgili kaydedilen aşamalar değerlendirildi. Rusya ve Ukrayna arasında patlak veren savaşın, sektör özelinde etkisinin önemli gündem maddelerinden biri olduğu toplantıda ayrıca diğer kamu kurum/kuruluşları ile sektörel derneklerden alınan muhtelif yazılara ilişkin konular gündeme getirilerek değerlendirildi.

## İDMİB, El Corte Ingles Ayakkabı ve Valiz Alım Heyeti'ni düzenledi

**AVRUPA'NIN** en büyük alışveriş mağaza zinciri El Corte Ingles firmasından temsilciler, İDMİB desteği ile iki ayrı alım grubu hâlinde Türkiye'yi ziyaret etti. 21-25 Mart'ta El Corte Ingles Valiz Alım Heyeti, İstanbul'da ve İzmir'de valiz üreticisi firmaları tesislerinde ziyaret ederek iş görüşmeleri gerçekleştirdi. 24 Mart'ta ise İDMİB temsilcileri ile bir araya gelen heyet, ikili iş fırsatlarını değerlendirdi. Akabinde Dış Ticaret Kompleksi'nde valiz üreticisi firmalar ile B2B organizasyonunda buluşuldu. 28-31 Mart'ta ise İDMİB iş birliği ile El Corte Ingles Ayakkabı Alım Heyeti ağırlandı. AYMOD Fuarı ile eş zamanlı tarihlerde gelen heyet, öncelikle fuarı ziyaret ederek ürün sergileyen üretici firmalar ile iş görüşmeleri yaptı. 31 Mart'ta ise Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen B2B organizasyonu ile AYMOD'a katılmayan diğer ayakkabı üreticisi firmalarla görüşme imkânı sağlandı. El Corte Ingles temsilcileri, Türkiye'de sosyal uygunluk kriterlerine göre üretim yapan ve belge sahibi olan üretici firmalarla çalışmak istediklerini ve ziyaretleri kapsamında oldukça verimli iş görüşmeleri gerçekleştirdiklerini belirtti.





## 12. Geleneksel İHİB-Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare Toplantısı yapıldı



**İSTANBUL** Halı İhracatçıları Birliği, her sene geleneksel olarak gerçekleştirdiği Kadife Halı ve Seccade İhracatçıları İstişare Toplantısı'nın 12'ncisini 14 Mart'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Uysal'ın yönettiği toplantıda, ihracatçıların sorunları konuşuldu. Sorunlara yönelik çözüm önerileri ve ortak hareket etme planları dile getirildi. Özellikle son dönemde imalatta kullanılan ham

maddelerin fiyatlarının çok arttığı ve bunların nihai mamullerin satış fiyatlarına yansıtılmadığı değerlendirildi. Söz konusu durumun fiyatlara yansıtılabilmesi için nasıl bir yol izlenebileceği konusunda fikir alışverişinde bulunuldu. Ayrıca kadife halı ve seccade ihracatçılarının imalatlarının bir kısmını farklı bir ürüne çevirip pazarlarını çeşitlendirmeleri gerektiği konusunda fikir birliğine varıldı.

## İHİB el halısı ihracatçıları ile İstişare Toplantısı'nı gerçekleştirdi

**İHİB** Yönetim Kurulu, 15 Mart'ta Radisson President Hotel Beyazıt'ta mevcut yönetim ile son toplantısını gerçekleştirdi. Geçmiş dört yılda mevcut yönetim ile yapılan hizmetlerin ve geleceğe yönelik olarak yapılacak işlere dair hedeflerin görüşüldüğü toplantı, oldukça verimli geçti.

Yönetim Kurulu Toplantısı'nın ardından İHİB Yönetimi, el halısı ihracatçıları ile bir istişare toplantısı yaptı. Yemekli olarak gerçekleşen ve yaklaşık 90 kişinin katıldığı geniş katılımlı toplantıda, el halısı sektörünün mevcut sorunları dillendirildi ve çözüm önerileri gündeme getirildi.



FIND MORE ON OUR  
ONLINE PUBLICATION

SCAN the CODE



Chemical  
**-99%**

Water  
**-91%**

Electricity  
**-28%**

Waste  
**-93%**

# MAKING THE ENVIRONMENT COUNT

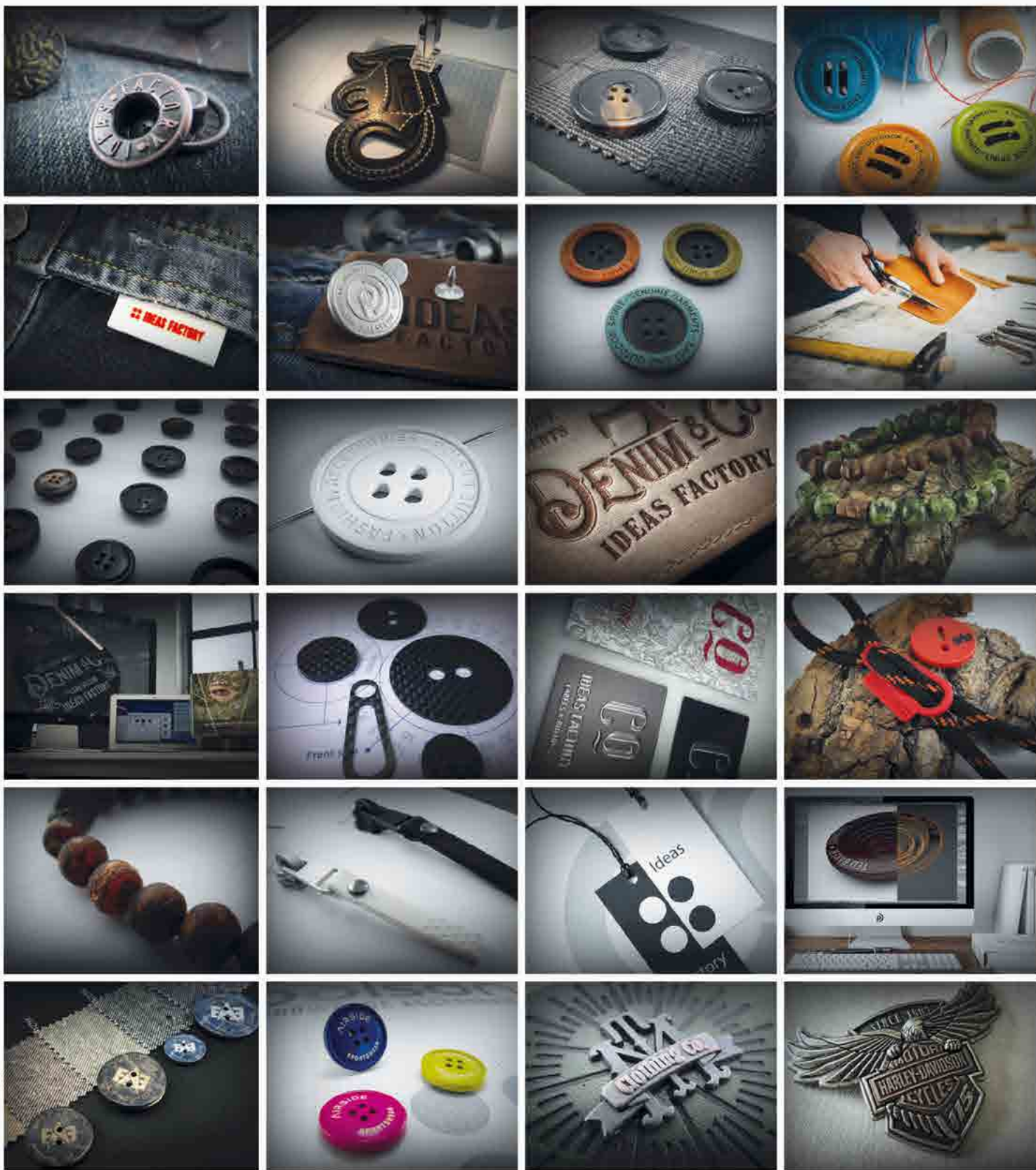
With a view to a modern ethics of environmental sustainability, Polsan researches and develops innovative production techniques that reduce the waste of water and energy to the maximum, thanks to the abolition of chemical products.

[www.polsanbutton.com.tr](http://www.polsanbutton.com.tr)

**polsan**  
fashion accessories™







Since 1950 we produce with passion and quality a wide range of Fashion accessories, for garment, shoe and leather industries

Thanks to the combination of technical skills and creative design, together with constant investment in research and development, Polsan Button is the ideal partner for the most successful garment manufacturers and fashion designers all over the world.

[www.polsanbutton.com.tr](http://www.polsanbutton.com.tr)

**polsan**  
fashion accessories™



# TEXHIBITION

## İSTANBUL

# TEKSTİL SEKTÖRÜ, İLK YERLİ VE MİLLÎ FUARI TEXHIBITION'I GERÇEKLEŞTİRDİ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (İTHİB) İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliği ile hayata geçirdiği ve küresel alıcılara sektörü buluşturan Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, 16-18 Mart'ta İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirildi.

**G**ECEN yılı 12,9 milyar dolarlık ihracatla kapatan tekstil sektörünü buluşturan Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, İTHİB ile İTO iş birliğinde 16-18 Mart'ta düzenlendi. 7 bini aşkın üyesiyle Türkiye geneli tekstil ve ham maddeleri ihracatının yaklaşık yarısını gerçekleştiren ve sektörünün çatı kuruluşu olan İTHİB tarafından düzenlenen fuar 63 ülkeden 11 bin 211 kişi ziyaret etti.

Tekstil sektörünün ilk yerli ve millî fuarı olan Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı'nın açılış törenine Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı

İsmail Gülle, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İTO Başkanı Şekib Avdagiç, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak ve sektör temsilcileri katıldı. 'Daha katma değerli ihracat' hedefiyle düzenlenen fuarda, sektör temsilcileriyle nitelikli küresel alıcılar bir araya geldi. Fuara; dokuma, kumaş ve denim kumaş, tekstil aksesuarları, iplik ürün gruplarından 200'e yakın firma katılım gösterdi. 5 bin metrekare alan üzerinde gerçekleşen fuarda, üç gün boyunca süren B2B görüşmelerinin yanında sürdürülebilirlik ve geleceğin trendleri hakkında paneller, tasarım konusunda alanında uzman kişilerle seminerler düzenlendi.







### **“TEKSTİL SEKTÖRÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDA OLDUKÇA BİLİNÇLİ”**

Açılıшта konuşan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay: “Türkiye hem coğrafi özellikleri açısından hem insanıyla hem çalışanıyla hem de üreteniyle çok büyük potansiyele sahip. Yüzde 11 büyüme göstererek dünyanın en fazla büyüyen ülkeleri arasında yer aldık. İhracatımızı 2021 yılında 225,4 milyar dolarla kapatarak 32,9 artış sağladık. Bunun arkasında ihracatçılarımız yer alıyor. Tekstil ve ham maddeleri sektörümüzde dünya ihracat payımızı yüzde 3,1’e çıkararak beşinci sıraya ulaştık. Gideceğimiz daha çok yol var. Sektör, 15,7 milyar dolarlık yatırım teşviki almış durumda. Bu fuar, İstanbul’un bir moda merkezi olabilmesi için çok önemli bir adım. Fuar alanımız ülkemizi tanıtmak için çok önemli fırsatlar sunuyor. Bu fuar serisine önce İHKİB ile organize edilen IFCO Fuarı’yla başladık şimdi de Texhibition ile devam ediyoruz. 25 ülkeden bine yakın katılımcı bekliyoruz. Tasarımımızı, modamızı, markamızı bir şekilde daha iyi tanıtmamız gerekiyor. İnşallah gelecek yıllarda 20 milyar dolarları da göreceğiz. Tekstil ve ham maddeleri ile konfeksiyon sektörümüz, sürdürülebilirlik konusunda oldukça bilinçli. Fuarda da konuyla ilgili birçok seminer düzenlenecek.” dedi.

### **“İHRACAT ÜST LİGE TASINDI”**

TİM Başkanı İsmail Gülle ise şunları aktardı: “Tekstil sektörümüz, Avrupa Birliği mutabakatı ile uyumu en hızlı şekilde yakalayan, sürekli gelişen ve beslediği alt sektörleri de güçlendiren, rekabet gücümüzün yüksek olduğu, istihdam deposu bir sektörümüz. Küresel tedarik zincirlerinde çok önemli bir dönüşüm süreci yaşadık ve yaşamaya devam ediyoruz. Bu dönüşüm sürecini ihracatçılarımız iyi değerlendirerek ve ülkemize yönelen ekstra talebe anında cevap vererek ihracat hanemize mevcut rakamın üzerine 23 milyar dolar artı değer kattı. Türk tekstil sektörümüz ise bu dönüşümü en iyi okuyan ikinci sektörümüz oldu ve bu süreçte ihracatına 3 milyar doları aşkın değer kattı.”

**Texhibition Fuarı sadece B2B’lerin yapıldığı bir alan değil, aynı zamanda Türk tekstil sektörünün tanıtıldığı bütünsel bir proje olacak.**



Fuarla ilgili görüşlerini de aktaran Gülle: “Katma değerli ihracat hedeflerimiz doğrultusunda Texhibition Fuarı, oluşturduğu ekosistemle son derece önemli. Fuar süresince gerçekleşecek panellerde de katma değer yaratıcı unsurların öne çıktığını görüyoruz. Tedarik zincirlerinde yaşanan dönüşüm süreci, ihracatımızı en üst lige taşıdı. Şimdi, bu ligde kalıcı olmak adına markalı, katma değerli, inovatif ürünlerimizi sunacağımız, dünyanın dört bir köşesinden alıcılarla buluşacağımız fuarlarımızla marka olmalıyız. Tekstil sektörümüz markalaşma adına çok önemli bir yol katetti.” dedi.

### **“FUAR SEKTÖR BAŞARISINA KALICILIK SAĞLAYACAK”**

Sektörün başarılarını kalıcı hâle getirmek adına bu fuarda birçok dünya devletinden alıcıları Türk üreticilerle buluşturdıklarını vurgulayan Ahmet Öksüz: “Sektör olarak 2021 yılında 12,9 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik ve Cumhuriyet tarihi rekoru kırdık. Aynı dönemde 200 ülkeye ihracat yaptık. 96 ülkeye ise Cumhuriyet tarihinin en yüksek tekstil ihracatını gerçekleştirdik. 2022 yılında hedefimiz, 15 milyar dolar ihracatla küresel ticaretteki payımızı daha da artırmak. Son dönemde tedarik zinciri Asya’dan Türkiye’ye kayıyor. Tekstil sektörü olarak AB’nin ithalatındaki payımızı son bir yılda yüzde 15’ten yüzde 17’ye çıkardık. ABD’nin tekstil tedarikinde her yıl bir basamak atlayarak 2021 yılında yedinci sıraya yükseldik. ‘Bu başarıyı kalıcı hâle getirmemiz için bir fuar yapmamız şart’ dedik. Kısa süre içinde İTO ile organize olarak ilk yurt içi fuarımızı düzenledik.” dedi.



Sektörün 2022 yılının ilk iki ayındaki ihracat durumunu da değerlendiren Öksüz, “Yeni yılın ilk iki ayında tekstil sektörü ihracatımız yüzde 15 oranında artarak 2,2 milyar dolar değerinde gerçekleşti. İtalya, İspanya, Fransa, Fas gibi ülkelere yüzde 30’un üzerinde ihracat artışı mevcut. En önemli hedef pazarlarımızdan biri ABD’ye ise Ocak-Şubat döneminde ihracatımız yüzde 12 oranında artarak 134 milyon dolar değerinde gerçekleşti. 2022 yılı ihracat hedefimize en büyük katkılardan birini Texhibition Fuarımız verecek. İhracat artışımıza doping etkisi yaratacağını öngördüğümüz fuarımız; yerli ve yabancı büyük hazır giyim üreticileri, uluslararası zincir mağaza, belli ürün gruplarında uzmanlaşmış mağazaların yöneticileri, çevrim içi satış platformlarının yöneticileri, ithalatçı, toptancı firmalar, distribütörler, tasarımcılar gibi geniş bir yelpazede tekstil sektörüne hitap ediyor. Kardeş birliğimiz İHKİB de Şubat ayında IFCO Fuarı’nı organize etti. İstanbul’da gerçekleştirdiğimiz entegre fuar çalışmaları, İstanbul’u Türk tekstil ve hazır giyim sektörlerinin moda merkezi yapma noktasında önemli bir rol oynayacak.” şeklinde konuştu.

#### “ÇOK BOYUTLU BİR PROJİYİ HAYATA GEÇİRMekten MUTLULUK DUYUYORUZ”

Fuarı değerlendirmeye devam eden Öksüz, şunları aktardı: “Fuarımız, firmalarımızı küresel markalarla bir araya getirmekle kalmayacak. Aynı zamanda sektörümüzün sürdürülebilirlik yaklaşımını ve tasarım algısını tüm paydaşlarımıza aktarma fırsatı yaratacak. Kumaş, iplik ve konfeksiyon yan sanayi firmalarımızdan oluşan 200’e yakın yerli üreticimizi, AB ülkeleri, İngiltere, ABD, Kuzey Afrika ülkeleri ve Orta Doğu olmak üzere binin üzerinde nitelikli alıcı ile bir araya getiriyoruz. 2022 yılı için belirlediğimiz 15 milyar dolar ihracat hedefimizin 1 milyar dolarının



## 166

**Katılımcı firma sayısı**



## 63

**Fuara katılan alıcı ülke sayısı**



## 11.211

**Toplam ziyaretçi sayısı**



## 5.000 metrekare

**Fuar alanı**



## 1

**milyar dolar**  
**Fuar ihracata sunması beklenen değer**

bu fuar ile gerçekleşmesini bekliyoruz. Texhibition Fuarı sadece B2B’lerin yapıldığı bir alan değil, aynı zamanda Türk tekstil sektörünün tanıtıldığı bütünsel bir proje olacak. Oluşturacağımız trend alanları, gerçekleştireceğimiz trend seminerleri ve sürdürülebilirlik panelleri sektörümüzün gelecek projeksiyonuna ışık tutacak. Bu kapsamda tüm firmalarımızın istifade edeceği çok boyutlu bir projeyi hayata geçirmekten büyük mutluluk duyuyoruz.”

#### “TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN İLK YERLİ VE MİLLÎ FUARI”

Fuarı değerlendiren İTO Başkanı Şekib Avdağ: “İTHİB ile oluşturduğumuz sinerji sayesinde İstanbul’un ilk yerli ve millî kumaş ve tekstil aksesuarları fuarının açılışını yapıyoruz. Üyelerimizin, yabancı alıcı firmaların ve paydaşlarımızın çok değerli katkılarıyla ve özverisiyle yaptığımız bu fuara, savaşa rağmen 200’e yakın firmanın katılımı da bunun önemli bir göstergesidir. Ne yazık ki savaş sebebiyle Rusya, Belarus ve Ukrayna’dan gelmeyi planlayan 100’e yakın misafirimiz aramızda bulunmuyor. Bu rakamlar bile 2019’da 156 alıcı firma ile başlayan yolculuğun bugün gelecek vadeden bir fuarla taçlandığını bize haber veriyor. İkame yeteneği en gelişkin sektörlerimizin başında gelen tekstil sektörümüz, mevcut zorlukları aşmada da yeni pazarlar oluşturmada da güçlü bir performans sergileyecektir. Bugün açılışını yaptığımız fuar, bu bakımdan benim ümitlerimi artırıyor. Fuarımız her geçen yıl daha da büyüyerek yeni trendlerinin belirlendiği, üreticiler ile dünyanın önde gelen markaları ve büyük perakendecilerinin bir araya geldiği, nitelikli Türk ürünlerinin yeni ihracat bağlantılarına kavuştuğu bir platform olacaktır.” dedi.





**LASİAD BASKANI GIYASETTİN EYYÜPKOCA**  
**“FUARIN BAŞARISININ KATLANARAK ARTACAĞINA İNANIYORUZ”**

Texhibition Fuarı genel anlamda oldukça başarılıydı. Yüksek ve nitelikli ziyaretçi profilinin olması biz sektör mensupları için sevindirici bir gözlem oldu. Bu yıl ilki düzenlenen fuarın gelecek dönemlerde uluslararası arenada büyük öneme sahip olacağına gönülden inanıyoruz. Hazır giyim ve tekstil sektörünün uzun bir aradan sonra düzenlediği fuarların, sektörlerimizin ve ülkemizin doğru tanıtımı açısından ne kadar önemli olduğunun bilincindeyiz. Dernek olarak bu fuarlara elimizden gelen her türlü desteği veriyoruz. Fuarlarla farklı sektörlerin canlanacağını da unutmamalıyız. Emegi geçen herkesi kutluyor ve 21-23 Eylül'de ikincisi düzenlenecek Texhibition Fuarı'nın başarısının katlanarak artacağına yürekten inanıyoruz.

**KYSD BASKANI MURAT ÖZPEHLİVAN**  
**“TEXHIBITION, SEKTÖRÜMÜZÜN GELECEK VİZYONU ADINA OLDUKÇA ÖNEMLİ”**

Fuar ilk kez yapılmasına rağmen çok başarılıydı. Tekstil aksesuarları sektöründen fuar katılımcılarıyla bire bir görüştük. Katılımcılarımızın yüzde 100'ünün memnun olduğunu duymak bizleri çok sevindirdi. Fuarı 22 üyemiz katıldı. Genel olarak firmalarda çok büyük bir memnuniyet vardı. Kısa zamanda organize edilmesine ve Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan sıkıntılı duruma rağmen böylesine başarılı bir fuar gerçekleştirmek, sektörümüzün bugünü ve gelecek vizyonu adına oldukça önemli. Fuarı gelen katılımcı niteliği ve ziyaretçilerin profili gerçekten üst düzeydeydi. Hem Türkiye'de ve lokal bölgelerde faaliyet gösteren hazır giyim firmalarının hem de yurt dışından birçok farklı bölgeden önemli alıcıların ziyaret ettiği değerli bir fuar oldu. Avrupa'dan, özellikle yakın komsularımız fuara geldi. Texhibition, gelecek adına bizlerde ümit yeşertti. Bir sonraki fuarımızın hem katılımcı sayısı bakımında hem de ziyaretçi yönünden çok daha güçlü, etkin ve küresel anlamda ses getirecek bir formatta gerçekleşeceğine olan inancımız tam. Emegi geçen herkese teşekkür ediyoruz.

**TETSIAD BASKANI HASAN HÜSEYİN BAYRAM**  
**“FUAR TÜRK TEKSTİLİNİN GÜCÜNÜ BAŞARIYLA YANSITTI”**

Texhibition İstanbul Kumas ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, sektörümüzün iç ve dış ticaretini fazlasıyla destekler bir organizasyon oldu. Türk tekstilinin gücünü başarıyla yansıttı. Yoğun katılım sağlanan fuarda 25 ülkeden ziyaretçiler; tekstilde yeni trendlerin belirlendiği, moda yön verildiği ve ihracatçı firmalarımızın tanıtıldığı bir deneyim yaşadı. TETSIAD olarak böylesine iyi hazırlanılan, üretici ve alıcı arasında köprü'nün kurulduğu fuarların özelliğinin bilincindeyiz. 17-21 Mayıs tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştireceğimiz HOMETEX Ev Tekstili ve Aksesuarları Fuarımızın da sektörümüze çok önemli katma değer sağlayacağına eminiz.

**MESIAD BASKANI EKREM KAP**  
**“ÜYELERİMİZİN İLGİSİ UMUT VERİCİ OLDU”**

Dünya tekstilinde ilk sıralarda olan ülkemizin kendine ait uluslararası bir fuarının olmaması düşünülemezdi. Nihayetinde ilki gerçekleşen Texhibition Fuarı'na, yerli ve yabancı katılımcıların ilgisine bakıldığında ne kadar doğru bir iş yapıldığını görüyoruz. Fuarda üyelerimizin ilgisi umut verici oldu. Fuarın ikinci sezonunda Merter'deki firmalarımızdan rekor katılım olacağına inanıyoruz. MESİAD olarak ülkemizin tasarım, üretim istihdam ve ihracatına katkı veren her türlü etkinliğin yanındayız.



**ZETSIAD BASKANI MUSTAFA SARTIK**  
**“BÖLGEMİZDEN FUARA KATILAN ÇOK SAYIDA FİRMA OLDU”**

Texhibition Fuarı ilk olmasına rağmen çok güzel geçti. Türk tekstil sektörünün birleştirilerek daha güçlü hâle getirilmesi konusunda fuar önemli bir görev üstleniyor. Türk tekstilinin dünyaya tanıtımı, tüm ülkelerden buraya müşterilerin gelmesi son derece önemli. Her bölgede bir tekstil fuarı oluyor, bunu tek bir fuar çatısı altında toplamalıyız diye düşünüyorum. Birlikten güç doğar. Bunu başarabilirsek ihracatımızı çok daha artırabiliriz. Bölgemizden fuara katılan çok sayıda firma oldu. Hatta katılmayan firmalar, pışmanlık duydu ve Eylül ayında gerçekleşecek fuara katılmayı planlıyorlar. ZETSIAD olarak Texhibition Fuarı için gereken neyse yapmaya hazırız.

**OTİAD BASKANI EDA ARPACI**  
**“FUARA KATILAN FİRMALARDAN ALDIĞIMIZ GERİ DÖNÜŞLER, BİZİ MUTLU ETTİ”**

Tekstil sektörünün uzun zamandır beklediği Texhibition Fuarı'na, Osmanbey bölgesinden çok sayıda firmamız katılım sağlayarak başta Avrupa ve Orta Doğu ülkelerinden olmak üzere çok sayıda nitelikli alıcıyla tanışma fırsatı yakaladı. Fuar, hazır giyim ihracatı yapan yerli firmalarımız tarafından da büyük ilgi gördü. Fuarı katılan firmalardan aldığımız olumlu geri dönüşler, bizi oldukça mutlu etti. 21-23 Eylül tarihlerinde gerçekleşecek olan ikinci fuara da Osmanbey'den çok sayıda katılımcının istihak edeceğini tahmin ediyorum. İlerleyen dönemlerde daha da büyüyecek başarılarıyla adını dünyada duyuracak olan Texhibition, Türkiye'nin ve İstanbul'un tekstil ve hazır giyimde modanın merkezi olmasına ve sektörün ihracat hedeflerine ulaşmasına büyük katkı sağlayacaktır.

**TGSD MÜSTEREK BASKANI RAMAZAN KAYA**  
**“TEKSTİL SEKTÖRÜMÜZÜN BÖYLE BİR FUARA İHTİYACI VARDI”**

Ülkemizde pandemi nedeniyle iki yıldır fiziki fuarlar yapılamıyordu. Texhibition, çok güzel bir fuar oldu. Tekstil sektörümüzün böyle bir fuara ihtiyacı vardı. Özellikle yakın coğrafyadan alım gruplarının yeniden ülkemize dönmesiyle birlikte büyük bir sinerji yakalandığını düşünüyorum. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz başta olmak üzere fuarda emegi geçen herkesi tebrik ediyorum.

**BMD BASKANI SİNAN ÖNCEL**  
**“FONKSİYONEL, STANT MALİYETİNİN OLMADIĞI GÜZEL BİR FUARDI”**

Texhibition Fuarı, fonksiyonel ve her şeyin ayrıntısıyla düşünüldüğü yerli yerinde çok güzel bir fuardı. Stant maliyetinin olmadığı, tamamen imalata yönelik başarılı bir fuar gözlemledim. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ü ve fuara emegi geçen herkesi tebrik ediyorum.



### “EYLÜL AYINDA DÜZENLEYECEĞİMİZ TEXHIBITION’I İKİ KAT BÜYÜTECEĞİZ”

Fuarın ardından da değerlendirmelerde bulunan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: “Sektörümüze büyük katkı sunma hedefiyle düzenlediğimiz fuarımızda hedeflediğimiz rakamlara ulaştık. 84 gün gibi çok kısa bir süre içinde hayata geçirdiğimiz fuarda firmalarımızı birçok ülkeden alıcılarla buluşturduk. Bu başarıya ulaşmamızda emeği geçen tüm sektör temsilcilerine ve paydaşlarımıza teşekkür ediyorum. Tekstil sektörünün uzun zamandır beklediği ilk yerli ve millî fuarı olan Texhibition, ülkemize yakışır bir fuar oldu. Fuarı katılan firmalarımızdan fuarımıza ilişkin oldukça olumlu geri dönüşler aldık. Bu çerçevede 21-23 Eylül 2022 tarihlerinde ikincisini gerçekleştireceğimiz fuarımızı en az iki kat büyüteceğiz. Çalışmalarımıza şimdiden başladık. Gelecek yıllarda fuarımızın dünyanın en büyük tekstil fuarlarından biri olmasını hedefliyoruz.” dedi.



### “KATILIMCI FİRMALARIMIZ, FUARIN OLDUKÇA VERİMLİ GEÇTİĞİNİ İLETTİ”

FUARIMIZ hem katılımcılar hem de ziyaretçiler tarafından çok büyük ilgi gördü. Çok çeşitli ürün gruplarında imalat ve ihracat gerçekleştiren 166 katılımcı firmamız, ilgi çekici stantlarıyla fuarımızda yer aldı. Üç gün boyunca toplam 63 ülkeden 9 binden fazla ziyaretçimizi ağırladık. Texhibition Fuarımız panellerimizdeki çok değerli konuşmacılarımız, sektöre yön verecek seminerlerimiz ve yoğun ilgiyle karşılanan trend alanlarımızla dolu dolu geçti. Katılımcı firmalarımızdan ziyaretçilerin yoğun ilgisine dair oldukça olumlu geri dönüşler aldık. Fuarımızın ihracatı artırmayı amaçlayan katılımcılar için uygun ortam sağladığını düşünen katılımcı firmalarımız, yeni iş bağlantıları kurmak ve yeni pazarlara ulaşmak açısından fuarın oldukça verimli geçtiğini ilettiler.

Fuarımızı sektörümüzden yükselen yurt içi fuar taleplerine cevaben, İTO iş birliğiyle oldukça kısa bir sürede organize ettik. Texhibition Fuarı, firmalarımızın daha katma değerli ihracat gerçekleştirmesine büyük katkıda bulunmanın yanı sıra dünyanın her bölgesinden fuara katılan ziyaretçi skalamızla firmalarımızın yeni pazarlara girmelerine ve yeni iş birlikleri kurmalarına olanak tanıdı. Hem katılımcı firmaların hem de ziyaretçilerimizin gösterdiği yoğun ilgi, bu fuar ile gerçekten sektörümüzün büyük bir ihtiyacını karşıladığımız yönündeki düşüncemizi sağlamlaştırdı ve bizi Eylül ayında düzenleyeceğimiz fuar için daha çok motive etti.



**M. FATİH BİLİCİ**  
İTHİB YÖNETİM KURULU  
BAŞKAN YARDIMCISI

Tekstil sektörümüzün 2022 yılı ihracat hedefi 15 milyon dolar. Biz de belirlediğimiz bu hedef doğrultusunda katma değerli ihracatımızı artırmak için hiç durmadan çalışıyoruz. Sektörümüzde bir ilk olan Texhibition, katılımcı firmalarımızın beklentilerini büyük ölçüde karşıladı fakat biz sektör olarak her zaman daha fazlası için emek veriyoruz. Zira sektörümüzün hedefleri çok büyük. Fuarımız tamamlanmalı henüz bir hafta olmamasına rağmen bir sonraki fuar için gerek yurt içinden gerekse yurt dışından talepler gelmeye başladı. Bu çerçevede 21-23 Eylül 2022 tarihlerinde ikincisini düzenleyeceğimiz Texhibition Fuarımızı en az iki kat büyütmeyi hedefliyoruz.



## 21-23 Eylül 2022 tarihlerinde ikincisini düzenleyeceğimiz Texhibition Fuarımızı en az iki kat büyötmeyi hedefliyoruz.

### DÜNYANIN EN ÖNEMLİ TASARIMCILARINDAN RICCARDO RAMI'DEN TREND SEMİNERİ

Tekstil sektörünün büyük buluşması olan fuarın ilk gününde ünlü Trend Danışmanı Riccardo Rami tarafından Trend Semineri düzenlendi. Yoğun bir katılımıla gerçekleşen seminerde gelecek dönemin trendleri anlatıldı. Tekstil sektörünün tasarım algısına yönelik yol haritasının değerlendirildiği seminerde



sanat, tekstil ve endüstriyel tasarım alanlarında 25 yılı aşkın tecrübesi olan Riccardo Rami, 2023 ilkbahar-yaz sezonunun öne çıkan trendlerini anlattı.

Fuarın ziyaretçiler tarafından yoğun ilgisini çeken Trend Alanı da dünyanın ve ülkemizin önemli markaları ile çalışan Riccardo Rami ile Türkiye'nin önde gelen tasarımcısı Özlem Süer'in birlikte çalışmasıyla ortaya çıktı.

### SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PANELLERİNDE DEV İSİMLER

Fuarın ikinci gününde gerçekleşen Tekstil Tedarik Zincirinde Döngüsellik isimli panelin açılış konuşmalarını İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Ticaret Bakanlığı Tekstil Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanı Ahmet Onur Öztürk yaptı. Öksüz, açılış konuşmasında Türk tekstil sektörünün



sürdürülebilirlik alanında öncü olduğunu vurgulayarak İTHİB'in bu konuda hayata geçirdiği projelerden bahsetti. Moderatörlüğünü Kipaş Holding Yönetim Kurulu Üyesi Halit Gümüşer'in yaptığı panelde Era Denim&Ereks Garment Direktörü Romain Narcy, Meidea S.R.L.&Blu'n Me kurucusu Lucia Rosin, Superdry Ülke Müdürü Eda Togan, Inditex Ürün Güvenliği Müdürü Yasemin Gürek ve Tasarımcı Deniz Sağdıç konuşmacı olarak yer aldı. Alanında uzman isimler, tekstil sektörünün tedarik zincirindeki döngüsellik kavramının dünyadaki ve Türkiye'deki görünümünü değerlendirdi.

Ardından Ulusal Pamuk Konseyi Başkanı Bertan Balçık'ın moderatörlüğünde, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Zekeriya Tanrıverdi ve İzmir Ticaret Borsası Meclis Başkanı Barış Kocagöz'ün konuşmacı olarak yer aldığı Bir Türkiye Markası: GDO'suz Türk Pamuğu isimli panel düzenledi. Panelde, İzmir Ticaret Borsası, Ulusal Pamuk Konseyi ve İTHİB iş birliğinde hayata geçirilen GDO'suz Türk Pamuğu projesine ilişkin bilgiler verildi. Projenin doğuş hikâyesi ve çıktıları değerlendirildi. 2022 yılı Şubat ayında GDO'suz Türk Pamuğu markasının ilk kez Premiere Vision Paris Fuarı'nda uluslararası kamuoyuna tanıtıldığına ve Türk pamuğu markasının sürdürülebilirliğine değinildi.

Fuarın üçüncü gününde yapılan Sürdürülebilir Gelecek için Su ve Karbon Ayak İzi panelinin açılış konuşmasını Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir yaptı. Moderatörlüğünü İstanbul Teknik Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Bülent Özipek'in yaptığı panele, İstanbul Üniversitesi Çevre Mühendisliği'nden Prof. Dr. Ülkü Alver Şahin ve İstanbul Teknik Üniversitesi MEMTEK Araştırma Merkezi'nden Dr. Mehmet Emin Paşaoğlu konuşmacı olarak katıldı. Tekstil dünyasında karbon ayak izi, su kaynaklarının geri kazanım teknolojileri gibi çok önemli gündem maddelerinin ele alındığı panelde, susuz tekstillerle ilgili bilgiler de paylaşıldı.



SERVA KUMAS YETKİLİSİ  
MUSTAFA UÇAR

## “BEKLENTİMİZİN OLDUKÇA ÜZERİNDE KATILIM VE ZİYARET OLDU”

Fuar beklentimizin oldukça üzerinde bir katılım ve ziyaretçi yoğunluğuyla geçti. Fuardaki satış elemanlarımız yetersiz kaldığı için genel merkezimizden takviye ekipler çağırıldık. Daha çok Kırgızistan, Özbekistan, Bosna Hersek gibi ülkelerden ziyaretçilerle iletişim kurduk. Bizim tüm ürünlerimiz doğal. Özellikle keten, viskon gibi ürünlerimiz ziyaretçiler tarafından çok ilgi görüyor.

RRT TEKSTİL YETKİLİSİ  
MELİSSA ALACAĞAN

## “REKLAM VE TANITIM FAALİYETLERİ ÇOK İYİ ORGANİZE EDİLMİŞ”

Fuar bizim adımıza muhtesem geçti. Beklediğimizden çok daha büyük bir katılım vardı. Özellikle ilk günden bu kadar yoğun bir ziyaretçi sayısına ulaşılacağını beklemiyordum. Ziyaretçilerin ülke gamı da çok iyi. Kazakistan, Kırgızistan, Sırbistan ve İtalya gibi ülkelerden müşterilerimizi ağırladık. Kendi müşterilerimiz de fuara davet edilmiş o nedenle çok mutlu olduk. Bu güzel organizasyonda yer almaktan çok memnunuz. PR, reklam ve tanıtım faaliyetleri çok iyi organize edilmiş, fuarı düzenleyen herkes çok aktif. Eski, özlemimizi duyduğumuz fuarlara geri döndüğümüze inanıyorum. Bu fuar sektöre çok büyük bir fayda sağlayacak, biz de firma olarak fuara katkı sunmaya, yardım etmeye hazırız.

ECE FERMUAR İHRACAT TEMSİLCİSİ  
EMİR ÇAKIR

## “FUAR SAYESİNDE MÜŞTERİ PORTFÖYÜMÜZÜ GELİŞTİRMEYİ AMAÇLIYORUZ”

Açıkçası epeydir bu büyüklükte ve böyle bir organizasyonla bir fuar düzenlenmediği için Texhibition Fuarı'na büyük bir hevesle hazırlandık ve katıldık. Fuar sayesinde yurt dışından ve yurt içinden gelen müşteriler arasından hedeflerimize uygun müşteriler olarak portföyümüzü geliştirmeyi amaçlıyoruz. Fuarın ilk günü dahi oldukça canlı ve hareketli geçti. Daha çok yurt dışı müşteriler, Rusya ve Türkiye Cumhuriyetleri'nden ziyaretçiler geldi. Avrupa'dan daha az ziyaretçimiz oldu. Yurt içinden de hâlihazırda müşterilerimiz fuara katıldı. Yeni müşteri elde edebilmek için fuarın önemli bir fırsat yarattığını düşünüyoruz.

NAZİK HOME BÖLGESEL  
SATIŞ SORUMLUSU  
EMRAH HÜSREVOĞLU

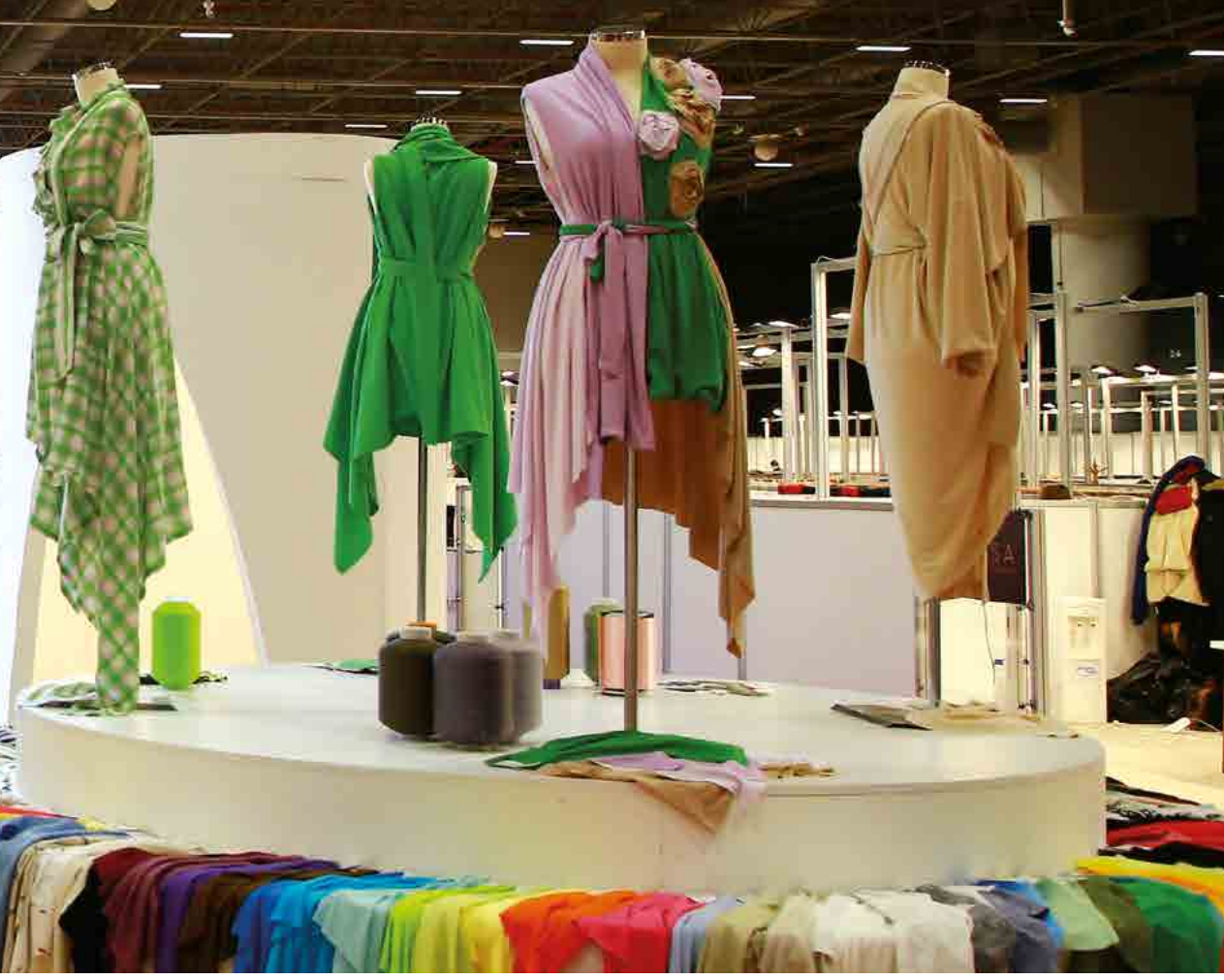
## “BİR SONRAKİ SEZONA DA KATILMAYI PLANLIYORUZ”

Fuar bizim adımıza oldukça olumlu geçti. Biz dantel brode imalatı yapan bir firmayız. Sipariş üzerine özel üretim yapıyoruz. Fuar süresince gördüğümüz firmalardan yola çıkarak kumas üreticilerinin fuardan çok daha memnun kaldığını söyleyebilirim. Bizim için de gayet verimli bir fuar oldu. Birçok yeni kontak edindik. Fuar süresince yaptığımız görüşmelerin siparise dönüş dönmeceğini süreç gösterecek, iyi takip etmek gerekiyor. Ziyaretçi sayısı açısından beklentimiz çok yüksek değildi ama beklentimizin üzerinde ziyaretçiyi ağırladık. Daha çok iç piyasadan ihracatçı firmalar standımızı ziyaret etti. Yurt dışı alıcılar da fuar ziyaretçilerimiz arasındaydı. Texhibition Fuarı'nın bir sonraki sezonuna da katılmayı planlıyoruz.



## ABL - IST

ustainability - upcycling - recycling  
ology - eco design - diversi  
- eco social - adaptation -  
ral resilience - global warming  
ate change - renewable energy  
other earth - carbon footprint  
le consumerism - sustainab  
o-fashion - down-cycling  
riendly - biobased - fair trade  
ashion - balance - animal welf  
ility - second hand - biodegr  
ustainable textile - eco - sus  
scious - eco friendl



**EKOSSE TEKSTİL SAHİBİ  
NİHAT KAPLAN**

### “FUAR FİRMAMIZIN TANITIMI AÇISINDAN ÇOK FAYDALI OLDU”

Genel olarak tüm pazarların durgun olduğu bu dönemde, ilk kez düzenlenen Texhibition Fuarı, bizim açımızdan güzel geçti. Özellikle firmamızın tanıtımı adına fuarın çok faydalı olduğunu ve memnun kaldığımızı söyleyebiliriz. Yurt dışından gelen alıcılarla temas kurabildik. Kırgızistan'dan, Balkan ülkelerinden, Polonya'dan, Kosova'dan, Arnavutluk'tan gelen ziyaretçilerimiz oldu. Rusya ve Ukrayna arasındaki savaş nedeniyle fuardan beklentimiz yalnızca firmamızın tanıtımını yapmak ve piyasalar hareketlendiğinde fuarda görüştüğümüz müşterilerden sipariş almaktı. Kendimize çok büyük iş hedefleri koymadık, beklentimizin karşılığını aldık. Türk tekstil sektörü açısından Texhibition Fuarı'nın çok faydalı olduğunu ve kesinlikle devam edilmesi gerektiğini düşünüyorum. İlk kez düzenlenmiş olmasına ve hem pandemi hem savaş sürecine denk gelmesine rağmen başarılı bir fuar oldu. Genel konjonktür daha iyi noktalara geldiğinde fuarın da daha başarılı olabileceğini düşünüyorum.

**BURCU TEXTİLE MÜŞTERİ TEMSİLCİSİ  
OXANA ZAHAROVA**

### “BU KADAR YOĞUN BİR İLGİ BEKLEMİYORDUK”

Beklediğimizden çok daha iyi ve verimli bir fuar geçirdik. Örme kumaş alanında faaliyet gösteren bir firma olarak fuar süresince siparişler aldık. Aldığımız siparişler çok büyük miktarda olmasa da bu durumdan memnunuz. Çünkü savaşın ve pandeminin etkilerinin sürdüğü böyle bir dönemde müşterilerden düşük miktarda da olsa sipariş almak bizim için oldukça önemli. İtalya, Polonya, Kırgızistan gibi ülkelere standımızı ziyaret eden birçok müşterimiz oldu. Müşterilerin çok büyük kısmı fuara geldiği için son derece heyecanlıydı. Bu kadar yoğun bir ilgi beklemiyorduk.

**HMK TEXTİLE KUMAS DİREKTÖRÜ  
AYKUT ÜSTÜN**

### “SİPARİŞ ANLAMINDA DÖNÜŞ ALMAYI UMUYORUZ”

Texhibition Fuarı gayet iyi geçti. Oldukça verimliydi. İlk defa düzenlenen bir fuar olması nedeniyle oldukça geniş bir katılım vardı. Tüm süreçlerden memnun kaldık, beklentilerimiz karşılandı. Genellikle Avrupa ülkelerinden, Sırbistan'dan, İngiltere'den ziyaretçilerimiz oldu. Sıcak görüşmeler gerçekleştirdik, müşterilerimizden sipariş anlamında da dönüş almayı umuyoruz.

**Tüm firmalarımızın istifade  
edeceği çok boyutlu bir projeyi  
hayata geçirmekten büyük  
mutluluk duyuyoruz.”**

# İHRACATA SAVAŞ GÖLGESİ DÜŞTÜ

Türkiye ihracatının 7,8 milyar dolarının gerçekleştirildiği Rusya ve Ukrayna'da yaşanan savaş, 21. yüzyılda tüm dünyanın tepkisini çekiyor. İnsanlık adına onarılamaz yaralar açan savaş, ekonomi ve ticarete de olumsuz yansıyor. İki ülkeye toplamda 1,1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştiren tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri yeni önlem ve stratejiler belirliyor.



**S**UBAT ayının sonlarında Rusya ve Ukrayna arasındaki gerginliğin sıcak savaşa dönüşmesi tüm dünyada şok etkisi yarattı. Rusya'nın Ukrayna'yı işgal harekâtı sonrasında başta ABD ve Avrupa Birliği olmak üzere birçok ülke, Rusya'ya karşı çeşitli yaptırımları devreye aldı. Söz konusu yaptırımların büyük bölümünü ise ekonomik kararlar oluşturdu. Türkiye'nin önemli ticari ortaklarından olan her iki ülkede yaşanan durumun ihracata olumsuz yansımaları olacağı öngörülüyor. Bu yansımaların yalnızca Rusya ve Ukrayna ile sınırlı kalmayacağı, birçok Avrupa ülkesinin de savaş nedeniyle siparişleri azaltma ya da durdurma kararı aldığı ifade ediliyor.

### RUSYA VE UKRAYNA TÜRKİYE'NİN EN ÖNEMLİ TİCARİ ORTAKLARINDAN

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre Türkiye'nin Rusya'ya toplam ihracatı 2021 yılında yüzde 26,7 artışla 5,3 milyar doları aştı. Ukrayna'ya ihracat ise yüzde 32,3 artışla 2,5 milyar dolara ulaştı. Sektörel bazlı olarak bakıldığında da 2021 yılında 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştiren hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, Rusya ihracatını yüzde 25 artırarak 287 milyon dolara çıkardı. Sektörün Ukrayna ihracatı ise yüzde 10,1 artışla 174 milyon dolar oldu. Bununla birlikte hazır giyim sektörüne markalı ihracat anlamında katma değer yaratan pazarlar olarak bilinen Rusya ve Ukrayna'da binlerce Türk hazır giyim mağazası bulunuyor. 2021 yılında toplam 12,8 milyar dolar ihracat gerçekleştiren tekstil ve ham maddeleri sektöründe ise Rusya ihracatı bu dönemde yüzde 10,8 artışla 327,5 milyon dolara ulaştı. Ukrayna ihracatının yüzde 0,8'lik düşüşle 132 milyon dolara eriştiği görüldü.

1,7 milyar dolarlık ihracatla 2021 yılını kapatan deri ve deri mamulleri sektörünün de en önemli pazarları arasında Rusya ve Ukrayna yer alıyor. Sektörün 2021 yılında Rusya'ya ihracatı yüzde 31,5 artışla 133,1 milyon dolara çıktı. Rusya, deri ve deri mamulleri sektörünün en büyük ihracat pazarı olarak konumlandı. Ukrayna ihracatı ise bu dönemde yüzde 28,5 artışla 19,7 milyon dolar olarak kaydedildi. 2021'de 3,1 milyar dolarlık ihracat yapan halı sektörünün Rusya ihracatı yüzde 68,5 artışla 36,5 milyon dolar, Ukrayna ihracatı ise yüzde 28,1 artışla 14,9 milyon dolar oldu.

**UZMANLAR EKONOMİDE ÖNEMLİ BİR KAYIP BEKLİYOR**  
Uzmanlar, savaşın dünya ekonomilerinde enflasyon üzerinde olumsuz etkileri olacağını, enerjiden gıdaya kadar birçok alanda sorunları beraberinde getireceğini vurguluyor. Rus bankaların swift sisteminden çıkarılmasının Rusya ile ticaret yapan firmaların tahsilatlarında problem yaratması ve turizm sektörüne uğraması da savaşın Türkiye'ye doğrudan olumsuz yansımaları arasında görülüyor.

Şubat ayında hem yurt içinde hem de yurt dışında düzenlenen uluslararası fuarlara katılan sektörler bu fuarlar süresince önemli siparişler aldı. Ancak ay



**461  
milyon  
dolar**

**Hazır giyim  
sektörünün  
Rusya ve  
Ukrayna ihracatı**



**459,5  
milyon  
dolar**

**Tekstil  
sektörünün  
Rusya ve  
Ukrayna ihracatı**



**152,8  
milyon  
dolar**

**Deri sektörünün  
Rusya ve  
Ukrayna ihracatı**



**51,4  
milyon  
dolar**

**Halı sektörünün  
Rusya ve  
Ukrayna ihracatı**

sonunda yaşanan gelişmeler ve küresel belirsizlik nedeniyle siparişlerin büyük kısmı iptal edilirken bir kısmı ise beklemeye alındı. Belirsizliğin sürmesi durumunda söz konusu sektörlerdeki kaybın milyarlarca doları aşabileceği düşünülüyor. Resmî ihracat rakamlarına ek olarak yolcu beraberinde yapılan "bavul ticareti" de durma noktasına geldi. Rusya ve Ukrayna haricinde bölgede bulunan diğer ülkelerde de ticaret olumsuz etkilenmeye başladı. Özellikle Polonya, Belarus, Moldova ve Romanya gibi ülkelerde savaş nedeniyle alımlar yavaşladı. Rubledeki devalüasyon ise Rus alıcıların ödeme sıkıntısı yaşamaya başlamasına yol açtı.

### KRİZ MASALARI OLUŞTURULDU

Rusya ve Ukrayna savaşı sonrasında başta Ticaret Bakanlığı olmak üzere TİM ve diğer ihracatçı birlikleri bir kriz masası oluşturdu. Her iki ülkeye de ihracat gerçekleştiren firmaların yaşadığı sorunların ve taleplerin değerlendirilmesi adına bilgi paylaşılması istendi. Ardından Ticaret Bakanı Mehmet Muş ve TİM Sektörler Kurulu başkanlarının da katılımıyla bir toplantı düzenlendi. Toplantıda yaşanan sorunlar istişare edilirken çözüm yollarına yönelik fikir alışverişinde bulunuldu.

### TİM BAŞKANI GÜLLE: "KRİZİ EN AZ ETKİYLE ATLATACAĞIMIZA İNANIYORUZ"

TİM Başkanı İsmail Gülle konuyla ilgili yaptığı açıklamada Rusya ve Ukrayna'nın iki önemli ticari partnerleri olduğunun altını çizdi. Yaşanan gelişmeleri dikkatle takip ettiklerini söyleyen Gülle: "Geçen yıl bu iki ülkeye toplamda 9 milyar dolar ihracat yaptık. İki ülke dış ticaret hacmimizden yüzde 8'in üzerinde pay aldı. Rusya'dan 4,7 milyon, Ukrayna'dan 2 milyon turist ağırladık. İhracat ailesi olarak Cumhurbaşkanımızın liderliğinde, hükümetimizin desteğiyle bu süreci en az etkiyle atlatacağımıza inanıyoruz. Bakanımız ve tüm sektörlerimizin temsilcileriyle bir araya geldik. Yaşanan gelişmelerin ekonomi ve ihracatımıza etkilerini değerlendirmek adına hızlıca aksiyon aldık. Sektörlerimizle beraber ticaretimizi olumsuz etkileyecek senaryoları değerlendirip alternatif yöntemler üzerine çalışıyor, ihracatçılarımızdan gelen önerileri resmî makamlara iletiyoruz. Ukrayna'daki güncel gelişmeler henüz sıcaklığını koruyor, Rusya'ya karşı açıklanan finansal yaptırımlara günün günü yenileri ekleniyor. İhracat ailesi olarak gelişmelere göre en doğru şekilde pozisyon alacağız." ifadelerini kullandı.



**İSMAİL GÜLLE**  
TİM BAŞKANI



### İHKİB, SAVAŞIN HASAR TESPİTİNİ YAPTI: BATILI MARKALARIN BOSLUĞUNU TÜRKİYE DOLDURACAK

Rusya ve Ukrayna'ya ihracat yapan firmaların temsilcileri, karşılaştıkları sorunları ve çözüm önerilerini paylaşmak üzere İHKİB'in ev sahipliğinde, 17 Mart'ta bir araya geldi. Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği (LASİAD) Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD) Başkanı Ekrem Kap, Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği Başkanı Eda Arpacı ile Bayrampaşa Tekstilci ve İş İnsanları Derneği (BATİAD) Başkanı Bekir Taner Ateş'in de katıldığı toplantıda ihracatçılar, savaşın neden olduğu sorunları ve çözüm önerilerini paylaştı.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe açılışta yaptığı konuşmada Rusya ve Ukrayna'nın hazır giyimci için iki önemli pazar olduğunu vurguladı. 2021'de yolcu beraberinde eşya hariç Rusya'ya 286, Ukrayna'ya 173 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini hatırlatan Gültepe, savaşla birlikte Ukrayna'nın tamamen kapandığını, Rusya'da ise işlerin düşmesine rağmen ticaretin devam ettiğini bildirdi. Rusya'ya ihracatta lojistik ve para transferi başta olmak üzere çeşitli sorunlar yaşandığını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti:

“Ticaret Bakanlığımız ve Türkiye İhracatçılar Meclisimiz ile sürekli istişare hâlinde gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Gerektiğinde çevrim içi toplantılarla görüş alışverişinde bulunuyoruz. Geline aşamada maliyetlerin artmasına ve uzun sürmesine rağmen Rusya'ya lojistik akışı farklı kanallardan devam ediyor. İhracat bedelleri de hâlen farklı kanallardan da olsa geliyor. Ama daha çok iki ülke arasında millî paralarla ticaretin yapılması alternatifi üzerinde duruluyor. Bakanlığımız, Merkez



**MUSTAFA GÜLTEPE**  
İHKİB BAŞKANI

Bankası ve BDDK çeşitli seçenekler üzerinde çalışıyor. Millî paraların kullanılması, potansiyeli artıracak gibi ihracatın da gelişmesine katkı sunacaktır. Bugün problemi asıl yaşayan, özellikle lojistikte ve para transferinde aksayan yönleri en iyi bilen firmalarımızın temsilcileri ile bir aradayız. Buradan çıkacak görüş ve önerilerin çalışmalar için yol gösterici olacağına inanıyorum.”

### EXİMBANK FİRMALARIMIZI FAİZSİZ VE BİR YILI ÖDEMESİZ KREDİ İLE DESTEKLEMELİ

Gültepe, Rusya-Ukrayna savaşından etkilenen firmalara devlet destekleri ve kredi konusunda kolaylık sağlanması için de girişimlerinin sürdüğünü bildirdi. Bölgeye çalışan firmalara 2022'deki ihracatları oranında destek verilmesini, Eximbank'ın da faizsiz ve bir yıl ödemesiz kredi sağlamasını beklediklerini belirten Gültepe, sözlerini şöyle tamamladı: “Ticaret elbette önemli. Ama biz öncelikle savaşın bir an önce durdurulmasını diliyoruz. Savaş bitene kadar da firmalarımızın yanında olmalıyız. Batılı markalar çekildiği için normalleşmenin başlaması ile birlikte hazır giyim firmalarımıza Rusya'da yeni fırsatların doğacağına inanıyorum. Ortaya çıkan boşluğu, Türk markaları dolduracak. Rusya'ya hazır giyim ihracatımızı iki, üç katına çıkarabiliriz. Bunun için gecikmeden doğru adımları atmamız gerekiyor.”

### İTHİB BAŞKANI ÖKSÜZ: “UKRAYNA'YA İHRACATIN DAHA ÇOK ETKİLENECEĞİNİ ÖNGÖRÜYORUZ”

Rusya'nın tekstil ithalatının 4,4 milyar dolar olduğunu söyleyen İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz: “Türkiye, Rusya'nın tekstil alanında dördüncü tedarikçisi konumunda. Rusya'nın tekstil ithalatından yüzde 5 pay alıyoruz. Ülkeye 2021 yılında ihracatımız 327,5 milyon doları aştı. En önemli ihraç ürünümüz 126,6 milyon dolar ile örme kumaşlar. 2021 yılında Rusya'ya konfeksiyon yan sanayi ihracatımız yüzde 57, iplik ihracatımız ise yüzde 55,2 oranında arttı. Ukrayna'ya ihracatımız ise 132 milyon dolara yaklaştı. Türkiye, Ukrayna'nın tekstil



**AHMET ÖKSÜZ**  
İTHİB BAŞKANI

**Türkiye'nin Rusya'ya toplam ihracatı 2021 yılında yüzde 26,7 artışla 5,3 milyar doları aştı. Ukrayna'ya ihracat ise yüzde 32,3 artışla 2,5 milyar dolara ulaştı.**



ithalatında ikinci sırada. Ukrayna'nın ithalatından yüzde 12 pay alıyoruz. Ülkeye örme kumaş ihracatımız yüzde 27 artışla 49,8 milyon dolara ulaştı. 2021 yılında Ukrayna'ya teknik tekstil ihracatımız ise yüzde 211,7 oranında arttı. Rusya-Ukrayna krizinde Türkiye'nin Ukrayna ihracatında en fazla etkilenecek ürün gruplarının başında kumaş sektörü geliyor. İki ülkeye ihracatımız içinde Ukrayna'ya ihracatın, savaş bölgesi olması sebebiyle daha çok etkileneceğini öngörüyoruz.” dedi.

Öksüz, sözlerine şöyle devam etti: “Türkiye'nin 2021 yılında Belarus'a ihracatı yüzde 75 oranında artarak 461 milyon dolara ulaştı. Söz konusu coğrafyaya tekstil ihracatı gerçekleştiren firmalarla görüştüğümüzde Ukrayna, Rusya ve Belarus'a ihracatlarının gerilemeye başlayacağı, savaşın Belarus'a ihracatı da etkileyeceği değerlendiriliyor. 2022 yılının Ocak-Şubat döneminde tekstil ihracatımız Rusya'da yüzde 0,2 artışla 47 milyon dolar, Belarus'ta yüzde 32,1 artışla 88 milyon dolar ve Ukrayna'da yüzde 31,8 düşüşle 17 milyon dolar olarak gerçekleşti.”

#### **İDMİB, RUSYA VE UKRAYNA İHRACATINA YÖNELİK SORUN VE ÇÖZÜM TOPLANTISI YAPTI**

İDMİB, Rusya-Ukrayna Savaşı'nın deri ve deri mamulleri sektörü ihracatına etkisinin değerlendirildiği bir toplantı gerçekleştirdi. Sektör paydaşlarının ve sektör firmalarının katılımıyla düzenlenen toplantı, 9 Mart'ta gerçekleştirildi. Toplantıya İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, İTKİB Koordinatör Başkanı Mustafa Gültepe, EDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Zandar, İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İslam Şeker ile İDMİB Yönetim Kurulu üyeleri ile Ukrayna ve Rusya'ya ihracat yapan firmaları iştirak etti.

Mustafa Şenocak toplantıda, savaşın başlamasıyla Rusya ve Ukrayna'ya ihracat yapan firmaların aranarak yaşanan sorun ve problemlerin tespit edildiğini belirtti. Söz konusu sorunların raporlanarak Ticaret Bakanlığı yetkililerine iletilmesi bilgisi katılımcılarla paylaşıldı. Firma temsilcilerinin

yaşadığı veya ilerleyen süreçte yaşaması olası sorunların masaya yatırıldığı toplantıda, ilerleyen süreçte alınması gereken tedbirlerin neler olabileceği hususunda bankalarla ilgili yaşanan sorunlar, akreditif ile ilgili yaşanan sıkıntılar, ihracat bedellerinin yurda getirilmesi, ihracat turlarının Ukrayna sınırından geri çevrilmesi, Ukrayna'da mağazası bulunan firmaların yaşadığı sorunlar, kur kaynaklı yaşanacak sorunlar gibi birçok husus görüşülen konular arasında yer aldı. 2022 yılı başında deri ve deri mamulleri sektörü özelinde çok iyi bir ihracat performansı yakalanmışken ve tüm zamanların Ocak-Şubat rekorları kırılıyorken patlak veren bu krizin olası etkilerini azaltmak için toplantı kapsamında dile



**MUSTAFA ŞENOCAK**  
İDMİB BAŞKANI

getirilen sorun ve çözüm önerilerinin raporlanarak tekrar Ticaret Bakanlığı'nın ilgili mercilerine iletileceği bilgisi verildi.

Savaşın etkilerinin kısa ve orta vadede görüleceğini belirten Şenocak: “Rusya ve Ukrayna, deri ve deri mamulleri sektörümüz açısından büyük önem taşıyor. Özellikle geçmiş yıllarda Rusya,

sektörümüzün ihracatında açık ara birinci ülkeydi. 2014 yılından itibaren çeşitli krizler nedeniyle Rusya ihracatında düşüş yaşadık. Pandeminin de etkisiyle 500 milyon dolarlardan 137 milyon dolara geriledik. Sektör olarak bu krizlerden etkilenmemek adına bir açılım yapmaya karar verdik. Ancak 2021 yılında ihracatımız her iki ülkeye de yeniden yüzde 60 civarında arttı. 2022'nin Ocak-Şubat ayında da yüzde 70 civarında artışla ihracata devam ediyorduk.” dedi.



Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



**İHİB BAŞKANI UYSAL: "SAVAŞ PSİKOLOJİSİ DÜNYA GENELİNDE TÜKETİMDE DARALMAYA YOL AÇABİLİR"**

Halı sektörü olarak Rusya'ya 2021 yılında 36 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini belirten İHİB Başkanı Uğur Uysal, Rusya'nın Türk halı sektörünün en fazla ihracat yaptığı 14. ülke olduğunu dile getirdi. Uysal: "2021 yılında Ukrayna'ya ise yaklaşık 15 milyon dolar ihracat yaptık. Ukrayna, en fazla ihracat yaptığımız ülkeler arasında 33. sırada. Yani ihracat miktarları açısından bakıldığında söz konusu pazarlar sektörümüz için ciddi pazarlar değil ve direkt olarak bu ülkelere yapılan ihracatın sekteye uğraması, sektörümüzü çok fazla etkilemeyecektir. Bununla birlikte savaş psikolojisinin tüm dünya genelinde tüketimde daralmaya yol açması önemli bir risk olarak karşımıza çıkıyor. Tüketicilerdeki tedirginliği ve harcamaların sadece gıda maddelerine yönelme psikolojisini diğer tüm sektörler için olumsuz bir faktör olarak değerlendirebiliriz. Ayrıca bilindiği gibi son yıllarda artan ham madde fiyatları sektörümüzü hâlihazırda çok fazla zorlamaktaydı.

Yaşanan savaşın bir neticesi olarak petrol fiyatlarındaki artış, ham madde fiyatlarına yansıtacaktır ve zaten satış fiyatları ile karşılaştığımızda maliyetlerinin karşılığını alamayan sektörümüzü, bu durum da oldukça zorlayacaktır." şeklinde konuştu.



**UĞUR UYSAL**  
İHİB BAŞKANI

**KÜRESEL MARKALAR RUSYA PAZARINDAN ÇEKİLİYOR**

Rusya'nın Ukrayna'ya savaş açması sonrası birçok küresel marka güvenlik nedeniyle Rusya ve Ukrayna pazarından çekilme kararı aldı. İHKİB AR-GE Şubesi tarafından yapılan açıklamaya göre Inditex, Ukrayna'daki 79 mağazasının tümünü kapatırken Rusya'daki mağazalarını ve çevrim içi satış operasyonlarını durdurdu. H&M, Rusya operasyonlarını durdurduğunu ve mağazalarını geçici olarak kapattığını açıkladı. Marks&Spencer, Rusya'ya mal sevkiyatını durdurduğu ama mağazaların henüz açık olduğu belirtti. İngiliz çevrim içi perakende grubu Bohoo da Rusya pazarındaki operasyonlarını durdurdu. Adidas, Rusya Futbol Birliği ile iş ortaklığına son verdiğini belirtirken Nike, Mango,

## Belirsizliğin sürmesi durumunda sektörlerdeki kaybın milyarlarca doları aşabileceği düşünülüyor.

Tendam, Rusya'daki mağazalarını geçici olarak kapatan markalar arasında yer aldı. Burberry, Rusya'ya sevkiyatlarını askıya aldı. Asos, ülkedeki çevrim içi satışları durdurdu. Bünyesinde Tommy Hilfiger ve Calvin Klein gibi markaları bulunduran PVH grubu da Belarus ve Rusya'da e-ticaret satışlarını ve mağazalarını kapatacağını duyurdu. Chanel, Hermes ve LVMH gibi lüks markaların da Rusya pazarındaki operasyonlarını durdurma kararı aldıkları biliniyor.

Birleşik Krallık hükümeti, Rusya'ya yüksek kaliteli lüks malların ihracatını yasakladı. Aynı zamanda mevcut oranlarda yüzde 35 puanlık bir artış temsil eden yeni ithalat tarifeleri, yüzlerce kilit ürünü vurdu. İngiltere hükümetinin basın açıklamasına göre ihracat yasağı lüks araçları, üst düzey modayı ve sanat eserlerini büyük oranda etkileyecek. Rusya'nın İngiltere'ye ihracatını kısıtlayacak olan yeni kuralların, Rus ekonomisini küresel ticaretten izole edeceği düşünülüyor. Avrupa Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen de Brüksel'in Rusya'ya lüks ürünlerin ihracatını yasaklayacağını duyurdu. Bu kararın Rus seçkinlerine doğrudan bir darbe olacağı belirtildi.

**TÜRKİYE İÇİN BİR FIRSAT MI?**

Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etmesinin ardından uygulanan yaptırımlar, tekstil ve hazır giyim tedarik zincirinde sıkıntı yaşanmasına neden oluyor. Çin, Bangladeş ve Vietnam gibi ülkelerin söz konusu sıkıntıları azaltması muhtemel görünüyor. Saint Petersburg merkezli Tekstil ve Moda Odaları Başkanı Svetlana Melnichenko, Rus tüketicilerin yeni kıyafet alma konusunda çok istekli olmadıklarına dikkat çekti. Böyle zor zamanlarda giysilerin ilk ihtiyaç olmadığını belirten Melnichenko, insanların şu anda sadece kritik derecede önem taşıyan şeyleri alma eğiliminde olduklarını dile getirdi. Ayrıca bu durumun sektörde iş kayıplarına neden olmasının da beklendiğini ifade etti.

Rusya'da satılan ithal kumaş ve kıyafetlerin yüzde 70'i Çin'den ithal edildiği için arzın bir sorun yaratmaması düşünülüyor. Vietnam ve Bangladeş, Rusya için önemli tedarik kaynakları olmaya devam ederken Türkiye'nin de bu noktada öne çıkacağı öngörülüyor. Dünyanın en önemli tekstil ve hazır giyim markalarının Rusya ve Ukrayna pazarından çekilme kararlarının dünyanın en büyük beşinci tekstil ve hazır giyim tedarikçisi olan Türkiye için yeni bir fırsat yaratabileceği düşünülüyor. Türkiye ile Rusya arasındaki bağlantıların sıcak olmasının, mevcut olumsuz etkiyi yumuşatması bekleniyor. Melnichenko: "Çin pazarıyla çalışan işletmeler yuan'a geçerek sözleşmeleri yeniden yazıyor. Bu durum ödemelerin ABD doları veya diğer uluslararası para birimleri yerine doğrudan yerel para birimlerinde yapılabileceği anlamına geliyor." dedi.

## TÜRK MARKALARININ RUSYA VE UKRAYNA'DA ÇOK SAYIDA MAĞAZASI VAR

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) verilerine göre 32 Türk markasının, Rusya'da 655 mağazası ve 2 bin 500'ü aşkın satış noktası var. Ukrayna'da ise 24 Türk markasının 267 mağazası ve 200'e yakın satış noktası bulunuyor. Ukrayna'daki mağazaların tamamı savaşla birlikte kapanırken sabotaj ihbarları nedeniyle Rusya'daki AVM'lerin de düzenli olarak faaliyetlerini yürütemedikleri için cirolarında yüzde 40-50 kayıp olduğu belirtiliyor.



# TEKNOLOJİNİN MODASI

Tekstil ERP Çözümlerimiz ile , pamuktan ipliğe, iplikten kumaşa, kumaştan boya, terbiye ve konfeksiyona kadar tüm karmaşık iş süreçlerinizi kontrol edin.



**Live ERP**  
İş Çözümleri Platformu



**Live e-Defter**  
Sentez Live e-Defter



**Live e-Fatura**  
Sentez Live e-Fatura



**Live e-Arşiv**  
Sentez Live e-Arşiv



**Live VOGUE**  
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



**Live DYE**  
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



**Live WEAVE**  
Dokuma Üretim Takip Sistemi



**Live KNIT**  
Kumaş Üretim Takip Sistemi



**Live YARN**  
İplik Üretim Takip Sistemi



**Live POSITIVE**  
Satış Yönetim Sistemi



**Live SHOP**  
Satış Noktası Yönetimi



[www.sentez.com](http://www.sentez.com)



[www.twitter.com/SentezYazilim](https://www.twitter.com/SentezYazilim)



[www.facebook.com/SentezYazilim](https://www.facebook.com/SentezYazilim)



**sentez**  
business solutions



## Rusya'ya yönelik önlemler

Avrupa Birliği Komisyonu, Rusya'ya karşı yeni bir yaptırım paketini uygulamaya koydu. Topluluklar Resmî Gazetesinde 15 Mart'ta yayımlanan konsey kararı, Rusya ile ticarete çeşitli sanayi ve tüketim mallarının alım satımını yasaklıyor.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

gelen Bolşoy'un gösterilerine izin verilmemesi gerçekten mantık sınırlarını zorluyor.

### AVRUPA BİRLİĞİ ENERJİ SORUNUNA CARE ARIYOR

Rusya'nın Ukrayna'ya müdahalesi özellikle Almanya, İtalya, Avusturya gibi önemli ölçüde Rus doğal gazına, petrolüne bağımlı olan Avrupa Birliği ülkelerini zora soktu.

Bu ülkeler, Rusya'ya olan enerji bağımlılığını sona erdirmek amacıyla gaz ve petrol alımını durdurdu ama kısa sürede onun yerini alabilecek yeni bir tedarikçi bulmak kolay değil. Bulunsa bile altyapıyı oluşturmak veya alternatif kaynaklara yönelmek çok zaman alıyor. Tabii bu arada gelişmelerden, yani artan enerji fiyatlarından en çok hane halkı etkileniyor.

Almanya, Katar'la uzun süreli bir gaz anlaşması yaptı; sıvılaştırılmış gazın tankerlerle Almanya'ya getirilmesi planlanıyor. Amerika, NATO üyelerine ve bazı Avrupa ülkelerine baskı yaparak Avrupa Birliği'nin Rusya kaynaklı enerjiye daha sert önlemler uygulamasını istiyor.

Almanya Başbakanı'na göre Rusya'dan enerji alımlarının birdenbire durdurulması, bir ekonomik kriz yaratabilir.

Gaz, kömür ve petrol ithalatının yarısından fazlasını Rusya'dan yapan Almanya, artan fiyatların hane halkını ve firmaları daha fazla zora sokmaması için 16 milyar euro'luk bir enerji yardım paketi açıkladı. Buna göre bireyler, bir kerelik 300 euro vergi indiriminden yararlanacak. Petrol ve dizel yakıttan alınan akaryakıt vergisinde önümüzdeki üç ay süresince yüzde 30'a varan indirim yapılacak. Yine önümüzdeki üç ay süresince bireyler, 9 euro ödemek suretiyle alacakları pass biletle bir ay süreyle toplu taşımadan limitsiz yararlanabilecek.

Benzer şekilde Avusturya da halkın enerji harcamalarını sübvansane etmek için

**SÖZ KONUSU** konsey kararı hazır giyim sanayisinde yer alan 42, 43, 61, 62, 64, fasıllardaki lüks eşyaların, Rusya'ya ihracatına da yasak getiriyor.

Yaptırım paketi, her ne kadar lüks bir eşyayı birim değeri 300 euro'nun üzerinde olan bir eşya olarak tanımlasa da oldukça düşük olarak nitelenen bu değer nasıl belirlendiği ve bu prosedürün nasıl uygulanacağı henüz açıklığa kavuşmuş değil...

Bu kısıtlayıcı önlemlere paralel olarak Avrupa Birliği Komisyonu, bir yaptırımlar web sayfası (sanctions webpage), Yaptırım Haritası (Sanctions Map) ve ayrıca Beyaz Rusya'ya ayrılmış bir posta kutusu (mailbox: EC-Russia-Sanctions@ec.europa.eu) oluşturduğunu açıkladı. Komisyonun, bu platformları Rusya (ve Beyaz Rusya) yaptırımları hakkında Avrupa Birliği ihracatçı/ithalatçılarına bilgi ve belge gibi gelişmeleri aktarmak için oluşturduğu anlaşılıyor.

Kısıtlayıcı önlemler, Avrupa Birliği'nin çatışmayı önlemek veya ortaya çıkan krizlere yanıt vermek için gerektiğinde başvuracağı ortak dış ve güvenlik politikasının önemli bir aracı. Birliğin sayısı 40 düzeyinde farklı yaptırım uygulaması var.

Avrupa Birliği yaptırımlarında önlem türlerini silah ambargoları, seyahat kısıtlamaları, varlıkların dondurulması, ithalat ve ihracat üzerindeki kısıtlamalar ve bunun gibi diğer ekonomik önlemler olarak saymak mümkün. Yaptırımlar, topluluk hukuk sistemi içinde geçerli olduğundan yükledikleri yükümlülükler Avrupa Birliği vatandaşları veya üye ülkelerde yerleşik/burada iş yapan kişiler için bağlayıcı.

Bu önlemlerin, Ukrayna'yı işgal eden Rusya'yı cezalandırmak için alındığına şüphe yok. Uluslararası toplum, Amerika ve Avrupa Birliği'nin başlattığı bu uygulamaya büyük destek veriyor. Ancak bazı ülkelerin direkt Rusya'ya veya Rusya ile bağlantılı her konuya bir yasak getirmesini anlamak mümkün değil.

Örneğin, dünya edebiyatının klasikleri arasında yer alan Tolstoy'un kitaplarının veya Rus klasik müzik eserlerinin yasaklanması, hatta dünyada bale sanatı denince ilk akla



**Kısıtlayıcı önlemler, Avrupa Birliği'nin çatışmayı önlemek veya ortaya çıkan krizlere yanıt vermek için gerektiğinde başvuracağı ortak dış ve güvenlik politikasının önemli bir aracı.**





2 milyar euro harcayacağını açıkladı.

İtalya ise Ekim 2021 ile Mart 2022 arasında firmaların kâr artışlarının, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla 5 milyon euro'yu aşması hâlinde yüzde 10 ek vergi uygulayarak 4,4 milyar euro ilave gelir elde etmeyi hedefliyor. İtalya, yeni vergi ile Nisan ayı sonuna kadar benzin pompasındaki vergileri litre başına 25 sent düşürmeyi ve ülkenin en yoksul 5,2 milyon ailesini, evlerinin enerji faturalarındaki fazla artıştan korumayı planlıyor.

İtalya, yüksek kârları vergilendirme konusunda yalnız değil.

Birleşik Krallık'taki İşçi Partisi, Kuzey Denizi petrol ve gaz şirketlerinin mevcut fiyat artışlarından sağlayacakları büyük kârdan ilave vergi alınması için baskı yapıyor.

#### **TEKNİK TEKSTİLLER**

Teknik tekstiller günümüzde her alanda kullanılabilir. İnşaat, otomotiv, spor, havacılık ve uzay sanayisi, her türlü mühendislik, tıp, tarım, çevre bunlardan bazıları.

**Rusya'nın  
Ukrayna'ya  
müdahalesi  
özellikle  
Almanya,  
İtalya,  
Avusturya  
gibi önemli  
ölçüde Rus  
doğal gazına,  
petrolüne  
bağımlı olan  
Avrupa Birliği  
ülkelerini zora  
soktu.**

Özel ev tekstilleri, giysiler gibi örneklerin dışında teknik tekstillerin, her an göz önünde bulunmadığı doğru. Ancak yaşamın her anında bizimle beraberler. Örneğin çatılardaki izolasyon malzemeleri, rutubeti önlemek için duvar aralarında kullanılan ince filmler, yer halısının altındaki polipropilen veya polyester astar ya da aracımızın motorundaki filtre.

Tıp dalında dokusuz yüzeyler uzunca süredir vücudumuzda daralan damarların genişletilmesinde veya başta fitik olmak üzere çeşitli ameliyatlarda kullanılmakta.

Teknik tekstillerdeki en son buluşlardan biri yine tıp dünyasından.

Almanya'da yayımlanan Technical Textiles dergisinde yer alan bir makale, tıp dalında çok önemli bir araştırmanın sonucuna dikkat çekiyor.

Tekstil mühendisleri, araştırmacılar ve Dresden Üniversitesi Tıp Fakültesi tarafından geliştirilen bir proje, insan vücudundaki tendon ve bağlarda meydana gelen bozulmaların ipek iplik ve dokumadan mamul implantlar kullanılarak yenilenebildiğini ortaya koydu.

Yaklaşık 23 yıl önce Hedef dergisinde yayımlanan bir makalede, tekstil sanayisinin geleceğinde teknik tekstillerin çok önemli payı olacağına, insan yaşamının her anında bir teknik tekstille karşılaşacağımıza örnekler vererek dikkat çekmeye çalışmışım. İlgilenenler, "Teknik Tekstil Pazarı Büyüyor" başlığı altında yayımlanan makaleye Hedef dergisinin 1999 Nisan 64. sayısından ulaşabilir.



**TÜRKİYE'NİN  
KÜRESEL  
VİTRİNİ**

**FASHION  
WEEK  
İSTANBUL**

**MODASEVERLERE  
HİBRİT BİR  
DENEYİM  
YAŞATTI**



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile düzenlenen, Ticaret Bakanlığı öncülüğünde Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından desteklenen ve Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ile İstanbul Moda Akademisi (İMA) iş birliğinde yürütülen Fashion Week İstanbul'un (FWI) yeni sezonu, 15-18 Mart'ta hibrit olarak gerçekleştirildi.

**İ**STANBUL'DA moda haftası düzenlemek üzere 2009'da temelleri atıldığından beri Türk modasını ve tasarımcılarını tüm dünyada desteklemek ve geliştirmek için çalışmalarını sürdüren FWI, dijitalleşme faaliyetlerine pandemiyle beraber hız kesmeden devam etti. Üç sezonu tamamen dijital olarak gerçekleştirilen etkinlik, 10 yılı aşan tecrübesini İstanbul'un özlenen zengin kültürel ve tarihî cazibesi ile birleştirdi. Fiziksel mekânların programa dâhil edildiği hibrit yapıyla moda sektörünü bir araya getiren FWI, sektöre artı değer kattı. Etkinlik, hafta boyunca şehre yayılarak önemli isimlerle modanın gündemini tartıştı ve geleceği belirleyen paneller, etkinliğin sektöre ışık tutmasına aracı oldu. FWI; moda filmleri gösterimleri, defile ve koleksiyon sunumları gibi çeşitli etkinliklerle hem Türkiye'den hem de yurt dışından sektörün önemli oyuncularının beğenisini kazandı.

#### **FWI, SOHO HOUSE İSTANBUL'DAKİ KICK-OFF PARTİYLE KAPILARINI AÇTI**

FWI, etkinliğin mekân sponsoru olan Soho House İstanbul'da, 14 Mart'ta yapılan kick-off partiyle kapılarını açtı. Türkiye'nin yılda iki kere düzenlenen uluslararası moda etkinliğinin açılışında İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Uluslararası Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Cem Altan, Moda Tasarımcıları Derneği Eş Başkanları Özlem Kaya ve Özgür Masur'un yanı sıra birçok isim yer aldı. Moda ve sanat dünyasının önemli simalarının ağırlandığı müzik dolu partide, yurt dışı basın iş birliği destekleriyle Türk modasının uluslararası platformda görünürlüğü ve bilinirliği artırıldı. Yıllardır Türkiye'nin markalaşma sürecine katkı sağlayan moda haftasını, çeşitli ülkelerden basın üyeleri ve influencer'lar İstanbul'da canlı olarak takip etti. Soho House İstanbul'da 20'den fazla tasarımcı ve tasarımcı markası, hazırladıkları film gösterimlerini sundu.

#### **26 TASARIMCI FWI'DA YER ALDI**

FWI kapsamında 18 tasarımcı, sekiz New Gen by İMA ve KARMA by İMA genc tasarımcısı koleksiyonlarını sergiledi. Bashaques, Ceren Ocak, DB Berdan, Dice Kayek, Emre Erdemoğlu, Gökhan Yavaş, Mert Erkan, Murat Aytulum, Nihan Peker, Niyazi Erdoğan, Özlem Erkan, Red Beard by Tanju Babacan, Selen Akyüz, Sezgi Tüzel, Sudietuz, T.A.G.G, Tuğba Atasoy ve Y+ Yakup Bicer hafta boyunca sonbahar-kış 2022/23 koleksiyonlarını sundu. New Gen by İMA kapsamında Berfin Özgür, Nazlıcan Türker, Öykü Ece Uza, Selina Alp, Şeyma Hamamcı; Karma by İMA kapsamında ise Aycan Hakalmaz, Beyza Eyüboğlu, Ezgi Yıldırım koleksiyonlarını sektörün beğenisine sundu.

## “ŞIK BİR GELECEK İÇİN FWI, DÜNYA SAHNESİNDE”

**İHKİB**'in organizasyonu ile düzenlenen ve Türk markaları ile tasarımcıları küresel vitrine taşıyan FWI, Türkiye'nin 2030 yılına kadar global ölçekte ilk 100 marka arasına beş Türk markası konumlandırma hedefi için kritik bir rol oynuyor. Özgün, nitelikli tasarımlarımızı ve katma değeri yüksek üretim yetkinliklerimizi artırmayı, böylelikle tasarım markalarıyla bilinen ilk beş ülke arasına girmeyi amaçlıyoruz. FWI; moda tasarımcıları ve tasarımcıları destekleme, onlara koleksiyonlarını sergileyebilecekleri global bir platform sunma anlamında bize eşsiz bir olanak tanıyor. Dijitalleşme sayesinde Türk tasarımını ve modasını FWI aracılığıyla eş zamanlı olarak global moda endüstrisine taşıyabiliyoruz.

Hâlihazırda net ihracat getirisinde öncü sektörüz, ülkemize her yıl net 18,5 milyar dolar döviz kazandırıp cari açığın kapatılmasına büyük katkı sunuyoruz, 2030 yılında bu rakamı 40 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Türkiye dünyanın beşinci, Avrupa'nın ise üçüncü en büyük hazır giyim tedarikçisi konumunda. Bir hazır giyim ürününün kilogram başına ortalama 16,2 dolar olan birim fiyatı, marka etkisiyle üç katına, özel tasarım etkisiyle ise beş katına çıkabiliyor. Bu da tasarım, moda ve markanın çarpan etkisiyle ihracatın artısını sağlıyor. Amacımız orta vadede birim fiyatı 40 dolara çıkarmak. Yüksek katma değerli tasarımcı ürünlerinin ihracattaki payını artırmayı öngören eylem planımız doğrultusunda markalı ihracatımızı yüzde 25'e, yüksek tasarımlı ihracatımızı ise yüzde 5'e çıkararak katma değeri artırmak, dünya hazır giyim ihracatında sektöre yön veren üç ülkeden birisi olmak öncelikli hedefimiz.

2009 yılından beri devam eden FWI, Türk tasarımcılarının global ölçekte tanıtımı, yeni pazarlara ulaşması, satın alma sorumlularıyla buluşması için eşsiz bir platform görevi görüyor. Moda haftasını bugünün dinamiklerinde hazır giyim ve perakende endüstrilerinden ayrı düşünmek mümkün değil, birlikte büyük bir ekosistem oluşturuyorlar. Bugün İHKİB'in de temel değerlerinden olan dijitalleşme, geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik alanlarında hedeflerini ve attığı adımları yansıtan moda haftası, sektörümüzün yenilikçi vizyonunu dünyaya taşıyor. Yıllar öncesinden beri yoğun olarak sürdürdüğü dijitalleşme faaliyetlerine pandemiyle beraber hız kesmeden devam eden FWI, tamamen dijital gerçekleştirilen üç sezonun ardından bu alandaki tecrübesine İstanbul'un özlenen zengin kültürel ve tarihi cazibesini de katarak hibrit bir yapı sunuyor. Hibrit yapıyla Türkiye'nin bir moda ve kültür merkezi olarak konumlandırılması hedefimize bir adım daha yaklaşıyoruz. Bu sezon da yurt dışından ağırladığımız basın mensupları ve influencer'larla global moda sahnesine hitap eden bir organizasyona imza attık.



**MUSTAFA GÜLTEPE**  
İHKİB BAŞKANI

## “FWI’NİN BİR AYAĞI BUNDAN SONRA METAVERSE’DE OLACAK”

**FWI**, dijital olarak gerçekleşen sezonlarının ardından bu sezon ilk defa hibrit bir format ile gerçekleşti. Dijital gösterimleri fiziksel etkinliklerle buluşturduk, böylelikle hem dijitalin sağladığı imkânlar sayesinde geniş kitlelere hitap etme şansı yakaladık hem de uzun bir aranın ardından sektör profesyonellerini bir araya getirmenin mutluluğunu yaşadık. Tasarımcılar, koleksiyonlarını farklı formatlar aracılığıyla sundu. Defilelerin yanı sıra film gösterimleri, sergiler ve enstalasyonlar hafta boyunca devam etti. Türkiye’de ve global moda arenasında ses getiren Türk tasarımcıların büyük çoğunluğu için FWI bir dönüm noktası oldu, olmaya da devam edecek. İHKİB olarak Türk moda tasarımcılarına FWI aracılığıyla satış ve pazarlama anlamında destek veren, 360 derece iletişim sağlayabilecekleri, markalarını hem yerelde hem de globalde tanıtabilecekleri eşsiz bir platform sunuyoruz. Beş Türk markasının, dünyada ilk 100 moda markası arasında yer alması için çalışıyoruz. Yakın gelecekte FWI aracılığıyla bu hedefimize daha da yaklaşmamızı sağlayacak yeni çalışmalarımız ve iş birliklerimiz olacak. Etkinliğin farklı pazarlarda bilinirliğini perçinleyecek projeler üzerinde çalışıyoruz.

Dijitalleşme, her şeyden önce moda haftalarını demokratikleştirdi. İHKİB olarak moda haftalarının günün gelişen şartlarına uyum sağlaması gerektiğini tartışmaya, pandemi hayatımıza girmeden önce başlamıştık. Pandemi bu süreci hızlandırdı. Fiziksel sınırların ortadan kalkmasıyla moda haftasının içerikliğini eş zamanlı olarak tüm dünyaya sunma şansı yakaladık. Bugüne kadar moda dünyasını etkisi altına almış Paris, Milano, Londra ve New York gibi

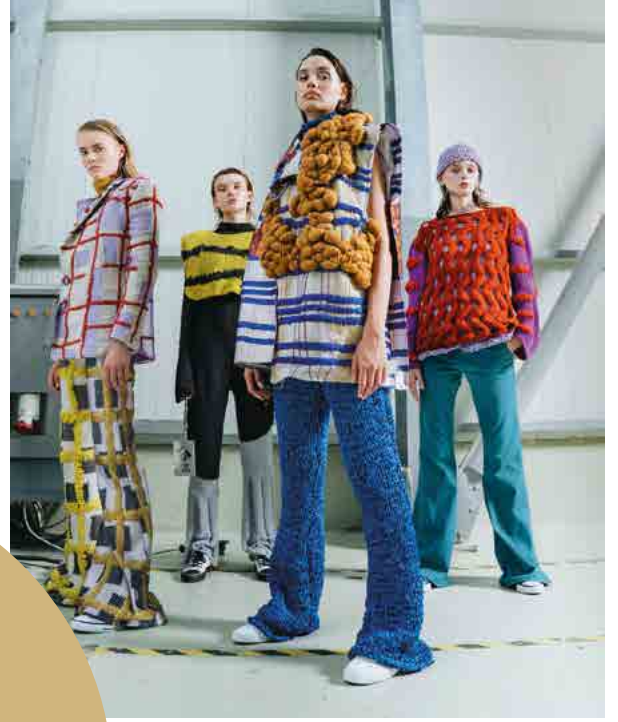


**CEM ALTAN**  
FWI ÇALIŞMA GRUBU BAŞKANI

şehirler; aslında modanın bu kadar global ölçekte taşıdığı, özellikle lüks tüketimin giderek doğuya kaydığı günümüzde orantısız bir ağırlığa sahipti. Dijital dönüşüm ile son yıllarda İstanbul gibi küresel moda takviminde ilk sıralarda yer almayan moda haftalarının önünün açıldığını söyleyebiliriz. Normalleşme süreci ile ise hibrit bir formata geçtik, bu yapıyla sektörün önde gelen oyuncularına, global basın mensuplarına ve influencer'lara İstanbul'un özlenen zengin kültürel ve tarihi cazibesini harmanlayan bir moda haftası deneyimi sunma şansı yakalıyoruz. Ayrıca moda filmlerinin ağırlıkta olduğu bir programla moda haftasını dünyanın dört bir yanından erişilebilir kılıyoruz.

İHKİB olarak “Sık Bir Gelecek” sloganıyla 2030 yılına kadar ciddi bir dijitalleşme sürecine girdik. Üyelerimize bu anlamda eğitimler sağlıyor ve sektörün her aşamasında dijitalleşmeyi kucaklıyoruz. Bu hedefimiz doğrultusunda ileriki süreçte metaverse’e yönelik çalışmalarımız da mutlaka olacak. Başkanımız Mustafa Gültepe'nin önderliğinde istisare süreçlerimiz her alanda devam ediyor. FWI'nın bir ayağının da bundan sonra metaverse’de olacağını öngörebiliriz.





## FWI'NIN AÇILIŞINI NEW GEN BY İMA İLE KARMA BY İMA YAPTI



Etkinliğin ilk günü, genç tasarımcı Sezgi Tüzel'in Soho House İstanbul'da gerçekleştirilen film gösterimi ile başladı. Tasarımcılık kariyerine 2015 yılında, mezunu olduğu İMA'nın moda haftası kapsamında düzenlenen Karma defilesi ile başlayan Tüzel, koleksiyonuna ilk kez erkek tasarımlarının yanı sıra

kadın tasarımlarını ekledi. Çoğunluğu kadın görüntülerinden oluşan "The Other" koleksiyonunu ekrana taşıyan Tüzel'in tasarımlarında, imzası hâline gelen metal aksesuarlar dikkat çekti. Ardından davetliler, deneyimli tasarımcı Red Beard by Tanju Babacan'ın "Partners in Crime" adını verdiği koleksiyon filmi izledi. İstanbul'un ilham verici mekânlarında çekilen filmin yönetmenliğini Burçin İnan Özel üstlenirken tasarımcı Babacan da kendi filminde oyuncu Derya Şensoy ve modeller Gizem Barlak, Cassi Opia ile rol aldı.

İlk gün, Soho House İstanbul'un Balo Salonu'nda düzenlenen New Gen by İMA ve Karma by İMA defileleri ile devam etti. New Gen by İMA kapsamında genç tasarımcılar Berfin Özgür, Nazlıcan Türker, Öykü Ece Uza, Selina Alp, Şeyma Hamamcı; Karma by İMA kapsamında genç tasarımcılar Aycan Hakalmaz, Beyza Eyüboğlu, Ezgi Yıldırım koleksiyonlarını modaseverlere sundu. Etkinliğin resmî web sitesinde Türk tasarımını dünyada başarıyla temsil eden DB Berdan'ın koleksiyon filmi yayımlandı. DB Berdan, aktif sokak giyimini günlük rahatlıkla birleştiren ve ekolojik bilinçte üretilen bir koleksiyon sundu. Günün kapanışını ise Gökhan Gündoğdu, markası T.A.G.G'ın, ilhamını güçlü Osmanlı silüetlerinden alan "Root" isimli koleksiyon sergisiyle gerçekleştirdi.



≡

## İKİNCİ GÜNÜN AÇILIŞI ÇIRAĞAN SARAYI'NDA YAPILDI

FWI'nın ikinci günü, Nihan Peker'in Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirilen defilesiyle başladı. Peker'in sektördeki 10. yılına özel olarak ortaya çıkardığı "Golden Age" koleksiyonu, göz alıcı bir defileyle tanıtıldı. Günün programı Yakup Biçer'in lüks giyimi sokakla buluşturan "Crypto-Anarchism" isimli, cinsiyet tabularını yıkan oversized ve kimliksiz silüetleriyle gizemli ve cool olmanın en çabasız yolunu temsil eden koleksiyon gösterimi ile devam etti. Gökhan Yavaş, "Son Çağrı" adını verdiği koleksiyonunu, Soho House İstanbul'un Balo Salonu'nda gerçekleştirdiği bir film gösterimi ile sundu. Program, Murat Aytulum'un "Gen" ve Özlem Erkan'ın "Yağmur" isimli koleksiyonlarının film gösterimleriyle sona erdi.

Etkinliğin üçüncü günü Dice Kayek'in Soho House İstanbul'da gerçekleştirilen film gösterimi ile başladı. Paris Fashion Week resmi takviminde yer alan tek Türk markası olan Dice Kayek'in koleksiyonu, beğeni kazandı. Program Sudietuz'un kreatif direktörü Şansım Adalı'nın koleksiyon sergisiyle devam etti. Kırım Kilisesi'nde gerçekleşen sergi, misafirlerini Dalyan Lagünü'ndeki ışıltılı su altı dünyasıyla buluşturdu. Mert Erkan, "Gretel&Hansel" adını verdiği koleksiyonunu Soho House İstanbul'un Sinema Salonu'nda gerçekleştirdiği film gösterimi ile sundu.

Programı, Tuğba Atasoy'un "Romance on Ice" ve Başak Cankeş'in "Aynı mı?" isimli film gösterimleriyle sona erdi.





## FWI CONVERSATIONS, SEKTÖRE ARTI DEĞER KATTI

Etkinliğin son gününde Niyazi Erdoğan, “#Nakkal” isimli koleksiyonunu Soho House İstanbul’da iki seans hâlinde sundu. Ceren Ocak’ın koleksiyon filminin dijital gösterimi yapıldı. Selen Akyüz’ün “Safe Place” adını verdiği koleksiyon filmi yayımlandı. Günün kapanışı ise Emre Erdemoğlu’nun “Military” isimli koleksiyon filmi ile yapıldı.

FWI’nın bu sezonunda alanında uzman isimlerin modanın önemli konularını tartıştığı FWI Conversations, sektöre artı değer kattı. FWI Conversations kapsamında Soho House İstanbul’da 16 Mart’ta gerçekleşen ilk etkinlikte moda tasarımcısı Mehtap Elaidi’nin markalaşma ve tasarım yolcuğu, Nur Bilen Yavuzer’in moderatörlüğünde izleyicilerle paylaşıldı. 18 Mart’ta ise marka yaratma ve geliştirme konusunda deneyimiyle tanınan Sal Khokhar, günümüzün ve geleceğin ihtiyaçları ile şekillenen yeni nesil marka oluşturma konusu üzerine deneyim ve görüşlerini paylaştı. Günün ikinci etkinliği ise Seda Domaniç moderatörlüğünde gerçekleşen Sürdürülebilir Moda ve Döngüsel Ekonomi Paneli oldu. Panelde konuk olarak moda tasarımcıları Şansım Adalı ve Zeynep Tosun’un yanı sıra Studio Mercado’nun kurucusu Tuna Mert ile Lokal Hareket’in girişimcisi Nil Ertürk katıldı. Haftanın son FWI Conversations etkinliğinde ise tasarımcılar Özlem Kaya ve Özgür Masur, özel misafirleri ile soru-cevap şeklinde bir sohbet gerçekleştirdi.

Önceki sezonlarda başlayan uluslararası moda platformu Business of Fashion (BoF) ile iş birliği, bu sezon da devam etti. BoF editörlerinin seçkisiyle Türk moda tasarımcıları ve koleksiyonları hem web sitesindeki galerilerle hem de özel röportajlarla global moda arenasına ulaştı.





**KADİR SÖYLEMEZ**  
SÖYLEMEZLER HALI FİRMA SAHİBİ



# Aksaray'dan Anadolu coğrafyasına yayılan halıcılık serüveni

Çocukluğundan bu yana aşına olduğu halıcılık mesleğini sürdüren Söylemezler Halı firma sahibi Kadir Söylemez, Aksaray'da el halısı üretimi yapıyor. Söylemez, 300'den fazla dokumacıyla Anadolu'nun çeşitli coğrafyalarında kültürün yaşamasına vesile oluyor.

**YAKLASIK** 34 yıldır el halısı alanında faaliyet gösteren Söylemezler Halı'nın sahibi Kadir Söylemez ile dokumacılığın dünden bugüne nasıl bir noktaya geldiğini konuştuk. Kırsaldan kente göçüşün dokumacılık kültürünü zayıflattığını belirten Kadir Söylemez, mesleğini tüm olumsuzluklara rağmen severek sürdürüyor.

## Meslekle nasıl tanıştınız?

Çevremde birçok kişi halı tamirciliği ve halıcılık işleri ile uğraşıyordu. Çocukluğumdan beri halı tozunun içinde büyüdüm diyebilirim. Yöremizde de halıcılık kültürü oldukça gelişmiş durumda. Aksaray'ın Sultanhanı ilçesinde neredeyse herkes halıcılıkla uğraşır. Ben de bu mesleği yapmayı tercih ettim. 23 yaşından beri mesleğimi severek yapıyorum.

## Söylemezler Halı nasıl kuruldu? Hangi alanlarda faaliyet gösteriyorsunuz?

Söylemezler Halı, 34 yıl önce Aksaray'da kuruldu. El halısı alanında faaliyet gösteriyoruz. Kuruluşumuzdan bir yıl sonra Tokat'ın Niksar ilçesine gittim ve orada 17 yıl çalıştım. Dokuma bölgesi olarak Tokat'ı seçtik. Daha sonra 15 yıl kadar İstanbul'da ihracatçı bir firma ile çalıştık. O firma sayesinde ürünlerimizi ağırlıklı olarak Amerika'ya ihraç etmeye başladık. 2001 yılında bir ekonomik kriz yaşandı, 2005 yılında yeniden Aksaray'a döndük. Bu süreçte Amerikalıların ne tür ürünler tercih ettiğini öğrenmiştik, bu kapsamda üretime ve ihracata devam ettik.

## Anadolu'nun çeşitli kentlerine üretime devam ettiğinizi biliyoruz. Bu alandaki yatırımlarınızdan bahseder misiniz?

Ben Aksaraylı olduğum için firmamı Aksaray'da kurdum. Sonrasında Tokat'ı tercih etmemin sebebi, bu bölgenin dokuma açısından zengin bir yer olmasıydı. Türkiye'nin belli bölgelerinde el halısı ve dokumacılık yapılıyor. Örneğin Kayseri, bu bölgelerden biridir.

Tokat'ta çalışmaya başladıktan iki, üç yıl kadar sonra 15 kadar farklı ilde atölye açtım. Dokumalarımız bu illerde yapılıyordu. Sadece Tokat'a bağlı kalmadık. Bu atölyelerin tamamını herhangi bir devlet desteğinden faydalanmadan, kendi imkânlarımla kurdum. Doğu'da, Kayseri'de, Burdur'da, Afyon'da, Kütahya'da ve daha birçok bölgede tezgâhlarımız çalıştı. Hangi bölgelerde ne tür halılar yapıldığını biliyorduk, üretim çeşit ve kalitemizi buna göre belirliyorduk.

Şu anda dokumalarımız ağırlıklı olarak Aksaray, Kütahya ve Manisa'da yapılıyor. Yaklaşık 30 yıldır Kütahya ve Manisa yöresinde üretim yaptırıyorum. O bölgenin insanları dokumacılığı hâlâ devam ettiriyor ve bölgenin kadınları oldukça üretken ve çalışkanlar.

## Dokuyucu bulmak konusunda zorluk çekiyor musunuz? Dokuyuculara ne gibi imkânlar sunuyorsunuz?

Ülkemizde dokuyucu bulmak konusunda birtakım sorunlar yaşamıyor. Dokumacılık mesleği artık bitti diye düşünüyorum. Ben 57 yaşındayım, halı dokuyan insanlar da artık çoğunlukla benim yaşlarımda. Genç nesil bu alana fazla yönelmedi. Ayrıca yaklaşık 15-20 yıldır kırsal kesimde artık kimse yaşamıyor. Devletimizin politikaları kırsal kesimde yaşayan ve tarım, hayvancılık, dokuma gibi alanlarda faaliyet gösteren insanlar için yeterli olmadı. Ben kırsal alanda yaşayan biriyim. Buralardaki insanların çok büyük kısmı büyük kentlere göç etti. Dolayısıyla dokumacılık mesleği de yavaş yavaş bitti.

Kendi yaptıklarımı anlatmaktan ziyade mesleğim için doğru olduğunu düşündüğüm şeyleri söylemek isterim. Geçmiş yıllardan bir örnek vermem gerekirse Tokat bölgesinde üretim yaparken yılın 6-7 ayında dokumacılık yapan, yaz döneminde tarımla uğraşan fakat son derece iyi çalışan bir aileye aylık ortalama bir memur maaşı kadar ödeme yapıyorduk. Şu anda Uşak bölgesinde de iyi çalışan bir kişi yaklaşık bu civarda ücret alıyor. Sosyal güvence de sağlasak, iyi



## Hangi bölgelerde ne tür halılar yapıldığını biliyorduk, üretim çeşit ve kalitemizi buna göre belirliyorduk.

ücretler de versek bizim en önemli sorunumuz, kırsal kesimden insanların göç etmesi. Kırsalda çalışacak, halı dokuyacak insan kalmadığı için mesleğin tükendiğini düşünüyorum. İnsanlar büyük şehirlere ya da ilçelere taşındılar. Bu göç süreci maalesef hâlâ devam ediyor. Geçmişte Bingöl, Erzurum, Diyarbakır, Van, Adıyaman gibi Doğu illerimizde halk eğitim merkezleriyle de projeler yaptık. Merkezlere gelen gençler, devlet yardımlarından faydalanıyordu ama yeterli ilgiyi ve verimi alamayınca tezgâhlarımızı toplamak durumunda kaldık.

**Aksaray'ın el halıcılığı özelinde nasıl bir kültüre sahip olduğunuzu düşünüyorsunuz?**

Üretimimizin yüzde 70'i Aksaray'da devam ediyor. Bu bölgede halıcılığın geçmişi 400-500 yıl öncesine dayanıyor. 16. yüzyıldan itibaren bölgede dokumacılık faaliyetinin yapıldığı görülüyor. Dünyada el halıcılığının öncüsü Türklerdir. Burada biz çevremizden, annelerimizden, kız kardeşlerimizden halının insanların ayrılmaz bir parçası olduğunu gördük. Halı, çok önemli bir kültürdü. Örneğin evlenecek bir kız, kendisi için çeyizlik halı dokuyordu. Bir kızın en az beş, on tane

çeyizlik halısı oluyordu. İnsanlar son 20-25 yıl öncesine kadar halıyla hep iç içeydi. Tüm evler için bu geçerliydi, her evde dokuma yapılırdı.

Günümüzde maalesef tüm bunlar bitti. Artık halı dokuyan kimse kalmadı. Zaman zaman bu konu birlikler tarafından da gündeme getiriliyor ama nafile olduğunu düşünüyorum. Geçmiş zamanda Türkiye, Gümrük Birliği'ne girerken el halısının koruma kapsamına alınması için özellikle ihracatçı birlikleri çok büyük çabalar gösterdi. Ama ithal halı satanlar bu işe çok karşı çıktı. Sonuç olarak el halısı, koruma kapsamına alınmadı. Hindistan'dan, Pakistan'dan, Afganistan'dan, Nepal'den, Çin'den ve dünyanın daha birçok ülkesinden Türkiye'ye çok fazla halı geldi. Bu durum bizim mesleğimizi bitiren uygulamalardan biri oldu. Zaman zaman Türkiye'de dövizin değerli ya da değersiz oluşu da sektörü olumsuz etkiliyor. Çünkü bu





# El halıcılığı Gümrük Birliği kapsamında korumaya alınsaydı belki sektör bugün çok daha farklı bir yerde olurdu.

durum ithalatı tetikliyor. Yıllardır işin içinde olan biri olarak bunu görebiliyorum; el halıcılığının biteceğini düşünüyorum.

**Şu anda kaç dokuyucunuz var? Anadolu'nun farklı coğrafyalarında yatırım yapmayı düşünüyor musunuz?**  
Şu anda 300-400 kadar dokuyucumuz var. Sektörün geleceğiyle ilgili bir umut göremediğimiz için çoğu tezgâhımızı toparladık. Yaklaşık 10 yıl önce atölyelerimizi kapattık. Bundan sonra da mevcut üretim yerlerimizin dışında yatırım yapmayı düşünmüyoruz.

**İhracat alanında da ödüller kazanan başarılı bir firmasınız. Üretim ve ihracat hacimleriniz nedir? En fazla ihracatı hangi ülkelere yapıyorsunuz?**

Biz üretimimizin tamamını ihraç eden bir firmayız. Yıllık ortalama 1,5 milyon dolar ihracat yapıyoruz. 30 yıldır sadece Amerika'ya ihracat gerçekleştiriyoruz. Amerikalı müşterilerimizin beklenti ve ihtiyaçlarını artık çok iyi biliyoruz. Daha köhne ve yumuşak renkler, büyük halılar tercih ediyorlar. Zaten işin sonuna geldiğimizi düşündüğümüz için bu alanda farklı ülkelere açılım düşünmüyoruz. Amerika, bizim için oldukça büyük bir pazar. Dört yıl önce orada şu an oğlumun başında bulunduğu bir depo açtık.

**Pandemi, halı sektörünün ihracatını artırdı. Bu durum size nasıl yansıdı?**

Aslında pandemi yalnızca ucuz halı üretimi yapan makine halısı satan firmaların ihracatını artırdı. Bu durum el halıcılığına yansımada. Hatta el halıcılığı pandemi döneminden çok olumsuz etkilendi. Şu an söz konusu durum hâlâ düzelmedi. Sektörün tam olarak dibe vurduğunu, şu anda ağır ağır iyileşmeye başladığını söyleyebilirim. Son birkaç aydır rakamlar

**Eski halı ve kilimlerin bakımlarını yaparak onları adeta yeni bir ürün hâline getirdiğinizi biliyoruz. Mesleğin bu alanı ile ilgilenen kişi sayısı sizce eskiye göre azaldı mı?**

Evet, halı tamirciliği alanında çalışan insanların büyük çoğunluğu bu işi bırakarak farklı işler yapmayı tercih etti. Üretimle ilgili sorunların büyük kısmını konuştuk. Biz ürünümüzü yapıp pazara çıkardığımızda Hindistan, Pakistan, Nepal, Çin gibi ülkelerle rekabet ediyoruz. Bu ülkelerde özellikle işçilik ücretleri üzere maliyetler, bizim dörtte birimiz kadar. Bu durum onlarla rekabet edebilmemizi engelliyor. Bu durumun da Türk halıcılığını çok geriye götürdüğünü sözlerime eklemek isterim.



daha iyi seyretmeye başladı. Ciddi bir sıkıntı olmazsa 2022 yılının sonbaharına doğru işlerin normalleşeceği inancındayız.

**Sizce mesleğin devamlılığı için devlet Anadolu'ya yapılan yatırımlara ne tür destekler vermeli?**

El halıcılığı Gümrük Birliği kapsamında korumaya alınsaydı belki sektör bugün çok daha farklı bir yerde olurdu. Kırsalda dokuma yapacak insan olmadığı için bundan sonra ne yapılırsa ne yapılsa diye düşünüyorum. Günümüzde dokumacılık yapan insanlar 50-55 yaşının üstünde. Bu nedenle daha çok üretilebilen halılar üzerinde çalışıyoruz. Türkiye'nin dünyadaki en kaliteli el halısı ürünlerinden biri Uşak halısıdır. Uşak halılarının dokunması, birçok maldan kısmen daha kolaydır. Biz de çoğunlukla bu halıları yapıyoruz. Ama halının çok fazla çeşidi var. Müşterilerimizden biraz farklı siparişler aldığımızda maalesef bunu dokuyacak dokuyucularımız bulunmuyor. Bu nedenle siparişlerimiz yarım kalabiliyor.

**El halıcılığı Türkiye'nin en önemli zanaatlarından, yıllardır bu işi yapan biri olarak gençlerin el halısına olan ilgisinin artırılması için neler yapılabileceğini düşünüyorsunuz?**

Devletin bu alanda bir politikası olması gerektiğini düşünüyorum. Eğer devlet bu işe el atar ve dokumacılık mesleğinin devam ettirilmesi gerektiğini düşünürse bu alanda yapılması gerekenler neler olduğunu da araştırır. Mesele sadece para değil, İran'da olduğu gibi kültürel miras olarak görülürse yapılması gerekenler bulunacaktır. Sağlıklı tedbirler alınırsa gençlerin ve üreticilerin de bu alana olan ilgisi artacaktır diye düşünüyorum.



# II. İHKİB İnovatif Fikir Maratonu'nun kazananları ödüllendirildi

İHKİB tarafından düzenlenen II. İHKİB İnovatif Fikir Maratonu'nun ödül töreni 16 Mart'ta gerçekleştirildi. Altı ay boyunca mesleki ve teknik Anadolu liselerinden öğrencilerin yer aldığı maratonda dereceye giren projeler ödüllendirildi.

İHKİB tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen Fikir Maratonu'nun kazananları belirlendi. Gençlere fikir üretme ve geliştirme kabiliyeti kazandırmak, mesleki eğitimin önemine vurgu yapmak ve sektöre kalifiye personel kazandırmak amacıyla gerçekleştirilen II. İHKİB İnovatif Fikir Maratonu ödül töreni, yoğun katılımıyla tamamlandı. Törene TİM Başkanı İsmail Güllü, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, MEB Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü Öğrenci İşleri ve Sosyal Etkinlikler Daire Başkanı Sema Aydın, MEB İstanbul İl Millî Eğitim

Müdür Yardımcısı Zekine Dayıoğlu, sektörel dernek başkanları ve İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri katıldı.

İnovasyona ve tasarıma dayalı ihracat hedefine ulaşmanın yollarından birinin nitelikli iş gücü istihdamından geçtiğini düşünen İHKİB, meslek lisesi öğrencilerinin hazır giyim sektörüne ilişkin yenilikçi iş fikirlerini ortaya çıkarmak için Millî Eğitim Bakanlığı iş birliğinde İnovatif Fikir Maratonu'nu düzenliyor. 1998 yılında İHKİB bünyesinde kurulan İHKİB Eğitim Vakfı, bir taraftan mesleki eğitim almış gençlerin istihdamına itici güç olacak algıya pozitif



# İHKİB, meslek lisesi öğrencilerinin hazır giyim sektörüne ilişkin yenilikçi iş fikirlerini ortaya çıkarmak için MEB iş birliğinde İnovatif Fikir Maratonu'nu düzenliyor.

katkı sunarken diğer taraftan farklı disiplinlerde eğitim almış gençleri sektöre kazandırmayı hedefliyor. Vakıf aynı zamanda mesleki ve teknik eğitimin sürdürülebilir gelişimine destek olmak amacıyla birçok önemli çalışma gerçekleştiriyor.

## ALTI AY SÜREN MARATONDA ÖĞRENCİLERE BİRCOK YETKİNLİK KAZANDIRILDI

2021 yılının Ekim ayında başlayan II. İHKİB İnovatif Fikir Maratonu, altı ay boyunca dijital ortamda devam etti. Maraton süresince öğrencilere etkili iş modeli geliştirebilme becerisi, eleştirel düşünme ve problem çözme becerisi, liderlik ve yönetim becerisi, iletişim becerisi, kendini ifade edebilme, potansiyel gücü görme, temel seviyede finansal okur yazarlık becerisi, takım çalışması ve paylaşım ekonomisini öğrenme, profesyonel hareket ve aksiyon becerisi gibi yetkinlikler kazandırılması hedeflendi. Maratonun birinci modülünde 34 takım, 47 takım ve 235 öğrenci yarıştı. İkinci modülde 16 okul, 17 takım ve 85 öğrenci; üçüncü ve son modülde ise dokuz okul, dokuz takım ve 41 öğrenci yer aldı. İlk modülde 15 saat, ikinci modülde 14 saat, üçüncü modülde ise 17 saat eğitim verildi.

## “BU YARIŞMANIN KAYBEDENİ YOK”

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Çalışma Grubu Başkanı İlker Karataş, Türkiye’de girişimcilik ekosisteminin her geçen gün daha da geliştiğine dikkat çekti. Karataş: “Girişimcilik; katma değer ve istihdam demektir. Biz de bu bilinçle yola çıktık. Öğrencilerimize güveniyoruz. Bir sonraki sene bu projeyi daha da büyütmeye, Türkiye genelinde yapmaya talibiz. TİM Başkanımız, İHKİB Başkanımız ve MEB’in desteğiyle bunun üstesinden gelmeye hazırız. Projede emeği geçen tüm paydaşlara teşekkür ediyorum. Öğrencilerimize gelecek yaşamlarında başarılar diliyorum. Bu yarışmanın kaybedeni yok.” dedi.

## “BU MARATON, HAYALLERİN GERÇEĞE DÖNÜŞTÜĞÜ BİR ÇALIŞMA”

İstanbul İl Millî Eğitim Müdür Yardımcısı Zekine Dayıoğlu, maratonun hayallerin gerçeğe dönüştüğü bir çalışma olduğunu vurgulayarak sözlerini şöyle sürdürdü: “Biz öğrencilerimize hep ‘Hayal kurun ve hayalinizi gerçekleştirmek için yöntemleri, metodu ve her türlü tecrübeyi deneyin. Mentorlarımızdan bilgi

alın ve sonuçta ortaya bir ürün çıkarabilin.’ dedik. Maraton süreci çok heyecanlıydı. Bu yıl 37 okul, 48 takım yarıştı. 240 öğrenci maratona katıldı. Finalde ise dokuz takım yarışıyor. Gençlerimize güvenelim. Onların çabasını, özverisini, gayretini, hayallerini, heyecanlarını görelim. Onlar bizim geleceğimiz.”

Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü Öğrenci İşleri ve Sosyal Etkinlikler Daire Başkanı Sema Aydın ise konuşmasında bilgi, inovasyon ve tasarıma dayalı üretim ekonomisinin temel unsurlarından olan mesleki ve teknik eğitimin önemine dikkat çekmek amacıyla MEB iş birliğinde gerçekleştirilen bu maratonda öğrencilerin çok güzel çalışmalara imza attığını belirtti.

## “DEĞERLİ FİKİRLERİ OLAN GENÇLERİMİZE İHTİYACIMIZ VAR”

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB İnovatif Fikir Maratonu’nun son yıllarda eğitime destek verilen çalışmaların başında geldiğine değindi. Marmara Bölgesi’ni hedefledikleri bu projede pandemi nedeniyle İstanbul ile sınırlı kaldıklarının altını çizen Gültepe: “Umuyorum ki Türkiye genelinde bu tarz çalışmalar yapacağız. Üretim, moda, tasarım, katma değer konularının üzerinde duruyoruz. Ancak bunları tek başına yapma şansımız yok. Sektöre hizmet verebilecek, katma değeri artıracak, özellikle değerli fikirleri olan gençlerimize ihtiyacımız var. Çünkü Türkiye olarak çok büyük hedeflerimiz var. Hazır giyim sektörü olarak 2021 yılında 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiş, istihdama katkı sağlamış, okullar açmış, eğitimler vermiş, tasarım yarışmaları düzenlemiş, üniversitelerle beraber projeler yapmış bir sektörüz. Hem meslek liselerine hem üniversitelere destek vermeye çalışıyoruz. Bu projeler bizi heyecanlandırıyor. Finalistlerimizin ortaya koyduğu fikirlerin ürüne dönüşmesi bizi mutlu ediyor. Gelecekte gençlerimizin Türk hazır giyim sektörü adına neler yapabileceğini şimdiden görebiliyoruz.” şeklinde konuştu.





### “GENÇLERİMİZDEN ÇOK ŞEY BEKLİYORUZ”

TİM Başkanı İsmail Gülle, en büyük değer insan varlığı ve geleceğin garantisi olan gençler olduğunun altını çizerek konuşmasına başladı. Gülle: “Gençlerimizden çok şey bekliyoruz ve inanıyorum ki bu beklentileri karşılayacaklar. Cumhuriyetimizin daha müreffeh yarınlarına, zengin insan kaynağıyla ulaşacağız. Özellikle pandemi döneminde gördük ki ihracat ülkemizin gelişimi açısından çok önemli. Bu dönemde ihracat ailesi olarak tüm sektörlerimizle çok büyük başarılar elde ettik. Bütün bunları yaparken insana ve gençlerimize yatırım yapmaktan geri kalmadık. Gençlerimizi sektörün içine çekmeye çalışıyoruz, onları ödüllendiriyoruz, kazananları yurt dışında eğitime gönderiyoruz. Devletimizin bu konuda yaptıklarına bizler de katkıda bulunmak adına her türlü faaliyeti gerçekleştiriyoruz. Yüzlerce girişimciye destek oluyoruz. Maratona birbirinden değerli projelerle katılan tüm öğrencilerimizi tebrik ediyorum.” dedi.

### ALANINDA UZMAN İSİMLER YARIŞMADA MENTORLUK YAPTI

Projenin en önemli başarılarından biri de öğrencilerin pandemi şartlarına rağmen öğrenme ve fark yaratma heyecanlarını kaybetmeden maratona gösterdikleri ilgi oldu. Yarışma boyunca konuşmacı olan isimler arasında; Giyilebilir Teknolojiler Danışmanı Fırat Neziroğlu, Moda Tasarım ve Marka Yönetim Danışmanı Güneş Güner, Biolive Yönetici Asistanı ve

Girişimci Nida İçyer, Satış ve Teknik Tekstil Müdürü Övgü Ceylan, LCW Akademi Eğitim ve Gelişim Uzmanı Sedat Asil, Pazarlama Müdürü Uygur Yabar, Turkcell Müşteri Deneyim Uzmanı Zeynep Baltalıoğlu yer aldı. Yarışmanın mentorları ise Eğitimci Ayşe Demirel, Turkcell Ürün Hizmet Deneyim Uzmanı Dilara Durak, Tüm Telekomünikasyon İş İnsanları Derneği Başkanı Dilek Ataman Bağdatlıoğlu, Akademisyen Doç. Dr. Muhammed Uzun, Akademisyen Dr. Gül Biçer, Kullanıcı Deneyimi Tasarımcısı Elif Yıldızoğlu, Satış ve Teknik Tekstil Müdürü Övgü Ceylan, Ürün ve Satın Alma Eğitim

### JÜRİ ÜYELERİ

- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi, Jüri Başkanı Müge Hepyüksel Keci
- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi, Eğitim Çalışma Grubu Üyesi Mithat Samsama
- Tekstil Mühendisi, Best Seller Ülke Müdürü (1997-2019) Aylın Çetindağ
- LCW Akademi Tekstil Mühendisi Zafer Önder
- Kadıköy Göztepe MTAL Öğretmeni Jülide Öztürk
- Beta Shoes Genel Müdür Yardımcısı Mustafa Atuk
- İMA Direktörü Gülin Girişmen
- Ekoteks Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir
- Perakende Uzmanı, Danışman, Eğitimci, Konuşmacı Burak Günbal
- Moda Tasarımcısı ve Danışmanı Niyazi Erdoğan





**46**  
saat

Çevrim içi eğitim



**12**

Mentor



**187**

Toplantı

**4.600**  
dakika

Bire bir  
mentorluk  
ve koçluk  
görüşmesi



**65**

İnteraktif  
aktivite



**7**

Sektörel konuk  
konuşması

## 2021 yılının Ekim ayında başlayan II. İHKİB İnovatif Fikir Maratonu, altı ay boyunca dijital ortamda devam etti.

ve Geliştirme Uzmanı Pınar Tunçsav, LCW Akademi Eğitim ve Gelişim Uzmanı Sedat Asil, Huawei İş Geliştirme Müdürü Şerza Saka, Akademisyen Ülkü Karahanlar, Turkcell Müşteri Deneyim Uzmanı Zeynep Baltahoğlu oldu. Yarışmanın moderatörlüğünü Selin Sankaya ile Çiğdem Görel Özket yaptı.

### ÖĞRENCİLER ÖNEMLİ ÖDÜLLER KAZANDI

Haydar Akın MTAL, Kartal Şehit Salih Alışkan MTAL, Nişantaşı Rüştü Uzel MTAL, Hikmet Nazif Kurşunoğlu MTAL, Sultanbeyli Çok Programlı Anadolu Lisesi, Üsküdar İMKB MTAL, 30 Ağustos MTAL, Halkalı Borsa İstanbul Çok Programlı Anadolu Lisesi ve Halide Edip MTAL finale kalan okullar oldu. Yarışmada birinci olan takım 30 bin TL, ikinci takım 25 bin TL, üçüncü takım 20 bin TL ödül kazanırken jüri özel ödülü 15 bin TL ve en iyi takım ödülü 10 bin TL olarak belirlendi. Yarışmada ödül kazanan tüm takımların öğrencileri ayrıca İMA ve LCW Akademi eğitim ödüllerinin de sahibi oldu.



### Birinci Takım: Haydar Akın MTAL - Walking Battery

Telefon şarjı ile ilgili sorun yaşayan bireylerin bağlantıda kalmalarını için hareket enerjisini elektrik enerjisine dönüştüren ayakkabı tasarımı.



### İkinci Takım: 30 Ağustos MTAL - Sit and Play

Okul taşıtlarında, özel araçlarda, banka, hastane ve havalimanlarında kullanılabilen eğlenceli oyun tasarımlı koltuk kılıfları



### Üçüncü Takım: Üsküdar İMKB MTAL - Helios

Metaclothing tarafından sanal dünya oyuncuları ve metaverse evrenindeki avatarlar için tasarlanan, NFT'leştirilerek satışa sunulan dijital kıyafetler.



### Jüri Özel Ödülü: Kartal Şehit Salih Alışkan MTAL - Ori-Game

3-6 yaş aralığındaki çocukların kıyafetlerini katlamak için kullanabilecekleri, düzenli olmayı öğrenebilecekleri tişört tasarımı.



### En İyi Takım: Halide Edip MTAL - Femmes Baby

Annelerin topluluk ve açık alanlarda bebeklerinin tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği ergonomik, inovatif bebek bakım sırt çantası.

# Türk firmalar Coterie Fuarı'nda yerini aldı

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli pazarlarından biri olan ABD'de, 26 yılı aşkın süredir düzenlenen Coterie Fuarı'nın yeni sezonuna 13 Türk firma katıldı.

## FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan firma sayısı: **1.100**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **13**

Türk firmaların gerçekleştirdiği görüşme sayısı: **514**

Ziyaretçi sayısı: **8.750**



**Ç**EVREK yüzyıllık bir geçmişe sahip olan Coterie Fuarı, 27 Şubat-1 Mart 2022 tarihleri arasında ABD'de gerçekleştirildi. Dünyanın en büyük ekonomisi olarak devasa bir ihraç pazarı potansiyeline sahip olan ABD, özellikle pandemi sonrasında değişen tedarik zincirinde Türk hazır giyim firmalarını markaja aldı. Sektörün hedef pazarları arasında önemli bir yeri olan ABD'de, söz konusu fuar sayesinde Türk hazır giyim sektörünün etkinliğinin artması hedefleniyor.

Bu yıl 56. sezonu düzenlenen Coterie Fuarı'na toplamda bin 100 firma

katıldı. İHKİB tarafından milli katılım organizasyonu düzenlenen fuarda 13 Türk firma yer aldı. Toplamda 20 bin metrekarelik alanda gerçekleştirilen fuara milli katılım ile dâhil olan Türk firmalar, 514 görüşme gerçekleştirdi.

Toplamda 8 bin 750 ziyaretçinin geldiği fuarda kadın hazır giyim ürünlerinin yanı sıra ayakkabı ile aksesuar bölümleri de yer aldı. İHKİB tarafından beşinci kez milli katılım organizasyonu düzenlenen fuara Türkiye dışında ABD, İtalya, Portekiz, Fransa, Kanada, İngiltere, Brezilya, Kolombiya ve Güney Kore'den katılımcılar





dâhil oldu. Sekizi hazır giyim, üçü deri konfeksiyon ve ikisi aksesuar alanında faaliyet gösteren Türk firmalar, 324 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledi.

#### FİRMALAR FUARA TEKRAR KATILMAYI PLANLIYOR

Firmalardan alınan geri bildirimlere göre görüşmelerin siparişle sonuçlanma beklentisi yüzde 48 olarak ölçülürken

firmaların yüzde 80'i fuara tekrar katılmayı planladığını belirtti. Fuar memnuniyet oranı yüzde 70 olarak ortaya çıktı. İHKİB'in düzenlediği, Columba New York ekibinin koordine ettiği Ticari PR ve B2B faaliyeti kapsamında Türk firmalar, 35 ABD'li alıcı ile 78 görüşme yaptı. Firmalar, bu görüşmelerin yüzde 56 oranla siparişle sonuçlanmasını bekliyor.



#### ÜLKE RAPORU

Nüfus: **330,7 milyon**  
2021 yılı ithalatı: **2.833 milyar dolar**

2021 yılı ihracatı: **1.754 milyar dolar**

Türkiye'nin ABD'ye hazır giyim ihracatı (2021): **950,5 milyon dolar**

2020-2021 artış hızı: **%19,8**

ABD, Türk hazır giyim ihracatında **6. sırada**.

**MURAD RAHAL** GYGESS TEKSTİL ULUSLARARASI SATIŞ MÜDÜRÜ

## “ÇOK İYİ SİPARİŞLER ALDIĞIMIZ BİR FUAR OLDU”

FUAR bizim adımıza çok başarılı geçti. Biz abiye alanında faaliyet gösteren bir firmayız, bu alanda çok fazla katılımcı olmadığını gördük. Fuar süresince ABD'li alıcılar dışında, farklı ülkelerden de yeni müşteriler edindik. Brezilyalı, Şilili,

Ekvadorlu alıcılarla görüşmeler yaptık. Çok iyi siparişler aldığımız bir fuar oldu. Alıcılara farklı seçenekler sunduk. Fiyatlarımızı artırmıştık, alıcılar açısından bu durum herhangi bir probleme sebep olmadı.



**NAZIM KANPOLAT**  
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

## “TÜRK FİRMALARIN ABD'DEKİ İVMESİ YUKARI DOĞRU ÇIKACAK”

FUAR oldukça verimli geçti. 13 firmamız ile milli katılım gerçekleştirdik. Geçen yıla kıyasla metrekare ve katılım bazında biraz düşüş olduğunu gördük. Pandeminin etkisiyle insanlar biraz geri çekilmişti ancak artık yeniden fiziki fuarlara alışılmaya başlanıyor. Özellikle tekstil ve hazır giyim sektörleri açısından fiziki ortamlarda ürün sergilemek şart. Gelecek dönemde Coterie Fuarı'nın yeniden eski günlerine döneceğini düşünüyorum. Çünkü oraya ABD'li birçok zincir mağaza sahibi alıcı geliyor. Dünyanın pek çok ülkesinden hem alıcıların hem de üreticilerin bulunduğu çok önemli ve başarılı bir fuar.

Lojistikte yaşanan kriz nedeniyle Türkiye'nin konumu değişti. Artık birçok ülke Uzak Doğu yerine Türkiye'den alım yapmayı tercih ediyor. Gelecekte Türk firmaların ABD'deki ivmesi yukarı doğru çıkacak gibi görünüyor. Alıcılar, Türkiye'ye oldukça ilgiliydi. Üstelik sadece ABD'li değil, tüm bölgelerden gelen alıcılar Türkiye'deki üretime büyük bir ilgi gösterdi.

# İHKİB, 26 firma ile CAF Fuarı'na katıldı

Kazakistan'da 14-16 Mart tarihlerinde düzenlenen Central Asia Fashion (CAF) Fuarı'nda İHKİB tarafından düzenlenen millî katılım organizasyonu ile 26 Türk firma yer aldı. Türk firmalar, fuar süresince bin 196 görüşme gerçekleştirdi.

## FUAR KÜNYESİ

Fuar alanı: **1.526 metrekare**

Fuara katılan firma sayısı: **89**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **26**

Türk firmaların toplam görüşme sayısı: **1.196**



**T**ÜRK hazır giyim sektörünün önemli pazarlarından biri olan Kazakistan'da düzenlenen Central Asia Fashion (CAF) Fuarı, bu sezon 14-16 Mart'ta yapıldı. 29. sezonu düzenlenen ve İHKİB tarafından 2015 yılından beri millî katılım sağlanan fuar, Orta Asya bölgesinin en başarılı moda fuarı olarak biliniyor. Kazakistan'ın Almatı kentinde moda sektörünün tüm kilit oyuncularını aynı platformda buluşturan fuar, yılda iki kez gerçekleştiriliyor. Başta butik alım grupları olmak üzere büyük ve zincir mağazalara hitap eden fuar, profesyonellerin iş bağlantılarını kurması için ideal bir zemin yaratıyor.

## KAZAKİSTAN, KIRGIZİSTAN, RUSYA VE ÖZBEKİSTANLI ALICILARLA GÖRÜŞMELER YAPILDI

Kadın, erkek ve çocuk hazır giyim ürünlerinin yanı sıra deri konfeksiyon ürünlerinin de sunulduğu fuar, toplam bin 526 metrekarelik alanda yapıldı. Kazakistan, Rusya, Hindistan, Kırgızistan gibi ülkelerden toplam 89 firmanın katılım sağladığı fuara millî katılım organizasyonu ile 26 Türk firma katıldı. Farklı ölçülerde üretici ve marka kimliği olan Türk firmalar, 774 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledi. 23'ü hazır giyim ve üçü deri konfeksiyon alanında faaliyet gösteren firmalar, fuar süresince toplam bin 196 görüşme gerçekleştirdi.

Türk firmalar fuarda daha çok Kazakistan, Kırgızistan,

## ÜLKE RAPORU

Nüfus: **19,1 milyon**

2020 yılı ithalatı: **38 milyar dolar**

2020 yılı ihracatı: **47 milyar dolar**

Türkiye'nin Kazakistan'a hazır giyim ihracatı (2021): **331,2 milyon dolar**

2020-2021 artış hızı: **%19,8**

Türkiye, %15,8 pay ile Kazakistan'ın **3. büyük tedarikçisi**.

Rusya ve Özbekistanlı alıcılarla görüşme yaptı. Görüşmelerin siparişle sonuçlanma beklentisi yüzde 35 olurken fuara tekrar katılmayı planlayan firmaların oranı yüzde 83 olarak görüldü.

**SEFA KARAVUŞ**  
FELİCİTA ENDÜSTRİ  
MÜHENDİSİ

## "YENİ MÜŞTERİ EDİNME ORANIMIZIN ÇOK YÜKSEK OLDUĞU BİR FUARDI"

### FUAR BİZİM

açımızdan güzel geçti. Hedeflerimizi tutturduğumuzu söyleyebiliriz. Üç günlük fuar boyunca toplam 60 sipariş aldık ve bu siparişlerin 54'ü daha önce çalışmadığımız firmalardan geldi. Dolayısıyla yeni müşteri edinme oranımızın çok yüksek olduğu bir fuardı. Firma olarak hâlihazırda Kazakistan pazarında iyi bir konuma sahibiz. Rusya ve Ukrayna arasındaki savaşın fuara yansımaları olduğunu gördük. Örneğin bazı müşterilerimiz yerel para birimleri değer kaybettiği için döviz bulmakta zorluk çekti ve sipariş veremedi. Savassız bir ortamda çok daha iyi ticaret yapılabildi. Daha çok penye ve triko üretimi yapan bir firma olarak spor tarzlı ürünlerimizden önemli ölçüde sipariş aldık. Savaş nedeniyle ürünlerimizin fiyatlarında indirim yapmamız da bize avantaj sağladı.





# The London Textile Fair'e Türk akını

İngiltere'nin başkenti Londra'da düzenlenen The London Textile Fair'e İTHİB tarafından millî katılım organizasyonu düzenlendi. Türkiye, fuara en çok katılımın olduğu ülke olarak dikkat çekti.

**İ**THİB, 22-23 Mart'ta İngiltere'de gerçekleşen The London Textile Fair etkinliğine millî katılım organizasyonu düzenledi. Londra Business Design Center'da gerçekleşen ve 20 ülkeden yaklaşık 300 katılımcı firmanın yer aldığı fuarı, 3 bin 162 kişi ziyaret etti. 44'ü millî katılım, 52'si bireysel katılım olmak üzere toplam 96 firma ile en yüksek sayıda katılımcının ülkemizden gerçekleştiği fuarda Türk firmalar, katılımcı firmaların yüzde 35'ini oluşturdu. Fuara katılım konusunda Türkiye'yi toplam fuar katılımcılarının yüzde 23'ünü oluşturan İngiltere, yüzde 14'ünü oluşturan İtalya, yüzde 7'sini oluşturan Fransa ve yüzde 6'sını oluşturan Portekiz takip etti.

Next, Urban Outfitters, New Look, Ted Baker, Marks&Spencer, River Island, Zara, Dr Martens, Victoria Beckham, Topshop, Oliver Bonas, Jigsaw, Sainsburys, Reiss, Barbour, Stella McCartney, Gucci, Monsoon, Vivienne Westwood, Paul Smith, AllSaints, John Lewis, Karen Millen, ASOS.com gibi popüler ziyaretçiler, fuarın bu döneminde firmaları ziyaret etti.

**İTHİB HEYETİ TÜRK FİRMALARLA İSTİŞARELERDE BULUNDU**  
Türkiye'nin Londra Ticaret Baş Müşavirleri Tarık Sönmez ve Hacı Hasan Murat Özsoy, fuar sırasında Türk katılımcı firmaların stantlarını ziyaret etti. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi M. Zekeriya Tanrıverdi de fuara

katılan Türk firmaları ziyaret ederek fuarla ilgili istişarelerde bulundu.

Fuar alanı girişinde konumlanan İTHİB info standında ziyaretçilere bez çanta, kalem, notluk ve QR kodlu dijital millî katılım kataloğu dağıtılarak Türk tekstil sektörünün ve Türk firmalarının bilinirliğinin artırılması hedeflendi.



## FARUK BAYRAK İPEK FANTEZİ TEKSTİL FİRMA ORTAĞI "DOĞRU FİRMALAR FUARA KATILMIŞTI"

**THE LONDON** Textile Fair'in bu sezonu için denilebilir. Fakat hedef müşterilerimize ulaştık ve yeni müşteri edinebildik. Fuar süresince sipariş de aldık. Çok büyük bir kalabalık yoktu ama doğru firmalar fuara katılmıştı. Son dönemde fuarlarda ziyaretçi sayısının azaldığını

gözlemliyoruz, bu durum hedef müşterilerimize ulaşmamızı kolaylaştırıyor. Ziyaretçilerimizin tamamı İngiltere'den geldi. Ara sezonlu bir fuar olduğu için hem yaz hem kış koleksiyonlarımızı sunduk. Yünlü, poliviskon ve keten ürünlerimizi sergiledik. Savasın bu fuara herhangi bir yansıması olduğunu

gözlemledik. Fuarın ikinci dönemi bu yıl Temmuz ayından Eylül ayına alındı. Bu durumun olumlu etkileri olabileceğini düşünüyoruz, fuarın ikinci sezonuna da katılmayı planlıyoruz. İngiltere bizim için çok önemli bir pazar, dolayısıyla ihracatımızı artırmayı hedefliyoruz."

### FUAR KÜNYESİ

Fuara katılan ülke sayısı: **20**  
Fuara katılan firma sayısı: **300**  
Fuara katılan Türk firma sayısı: **96**  
Ziyaretçi sayısı: **3.162**

### ÜLKE RAPORU

Nüfus: **67 milyon**  
2020 yılı ithalatı: **634 milyar dolar**  
2020 yılı ihracatı: **395 milyar dolar**  
Türkiye'nin İngiltere'ye tekstil ihracatı (2020): **513,5 milyon dolar**  
2019-2020 artış hızı: **%2**  
Türkiye, tekstil sektöründe İngiltere'nin en büyük **dördüncü büyük tedarikçisi**.

# Türk firmalar Micam'da yine göz doldurdu

Dünya ayakkabı sektörünün önemli fuarlarından biri olan Micam, 13-15 Mart'ta İtalya'nın Milano kentinde düzenlendi. 2005 yılından beri fuara katılan İDMİB, 35 Türk firması ile fuara millî katılım gerçekleştirdi.



## FUAR KÜNYESİ

Toplam ziyaretçi sayısı:  
**29.468**

Fuar alanı: **60.000 metrekare**

Fuara katılan firma sayısı:  
**821**

Fuara katılan Türk firma sayısı: **55**

Millî katılımı fuara katılan Türk firma sayısı: **35**



**D**ÜNYA ayakkabı sektörünün önemli buluşma noktalarından biri olan Micam Fuarı, 13-15 Mart'ta, her sezonunda olduğu gibi Türk firmalarının yoğun katılımıyla gerçekleştirildi. İtalya'da düzenlenen ve dünya ayakkabı pazarının orta ve üst segmentine hitap eden fuar, 60 bin metrekarelik alanda, Türkiye'de ve dünyada markalaşmış/markalaşma yolunda olan 35 Türk firmasının millî katılımıyla yapıldı. Türk firmalar bin 300 metrekareden büyük bir alanda ürünlerini dünyanın birçok ülkesinden gelen önemli alım gruplarıyla buluşturdu.

## TÜRKİYE, FUARA EN YOĞUN KATILIM SAĞLAYAN ÜÇÜNCÜ ÜLKE OLDU

Dünya ayakkabı sektörünün en önemli ve en prestijli fuarlarından biri olan Micam'a toplam 821 firma katıldı. Katılımcı firmaların 443'ü İtalyan firmalardan oluştu. İtalya'nın ardından fuara en fazla katılım sağlayan ikinci



ülke İspanya, üçüncü ülke ise Türkiye oldu. Türkiye'yi Portekiz, Almanya ve Brezilya takip etti. En çok ziyaretçinin

geldiği ülkeler ise İtalya, İspanya, Almanya, Fransa, İsviçre ve Yunanistan oldu. 92. sezonunu gerçekleştiren fuarın toplam ziyaretçi sayısı ise 30 bine yaklaştı. Fuar esnasında uzun yıllardır İDMİB tarafından düzenlenen organizasyon kapsamında çeşitli tanıtım faaliyetleri yapıldı. Türk ayakkabı sektörünün yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesinin hedeflendiği çalışmalarda reklam panoları ve fuar/gazete dergi ilanları gibi tanıtım imkânları kullanıldı.

## ÜLKE RAPORU

Nüfus: **62,3 milyon**

2020 yılı ithalatı:

**486,3 milyar dolar**

2020 yılı ihracatı:

**558,2 milyar dolar**

Türkiye'nin İtalya'ya deri ve deri mamulleri ihracatı (2021):

**98,2 milyon dolar**

2020-2021 artış hızı: **%32,4**  
İtalya, Türk deri ve deri mamulleri ihracatında **3. sırada**.

## ÖMER YILMAZ ÖNDER AYAKKABI SAN VE TİC LTD ŞTİ YETKİLİSİ

# "AVRUPA'NIN BİRÇOK BÖLGESİNDEN ALICILAR GELDİ"

FUAR gayet iyi geçti.

Pandeminin ardından sektör olarak yavaş yavaş nefes almaya başladığımızı hissettik. Gelecek dönemki fuarların çok daha iyi olacağını düşünüyoruz. Daha önce de Micam Fuarı'na katılan bir firma olarak özellikle

pandemi sürecinde insanların fuara gelmekten çekindiğini gözlemlemiştik. Fakat bu sezon Avrupa'nın birçok bölgesinden, Amerika'dan alıcılar fuara geldi. Fuar süresince de bu ülkelerden gelen ziyaretçilerimizden siparişler

aldık. Rusya ve Ukrayna arasındaki savaş nedeniyle o bölgelerden fuara katılım çok sınırlı oldu. Savaşın tüm siparişlerimizi etkileyeceğini düşünüyorduk fakat beklediğimiz gibi olmadığını söyleyebilirim.



# Shoes Dusseldorf Fuarı yapıldı

Deri ve deri mamulleri sektörünün önemli buluşma noktalarından biri olan Shoes Dusseldorf Fuarı, 6-8 Mart'ta gerçekleştirildi. Almanya'nın Dusseldorf kentinde yapılan fuarda ayakkabı ve saraciye üreticileri, ürünlerini sergiledi.



**A**LMANYA'DA gerçekleştirilen Shoes Dusseldorf Fuarı, mart ve ağustos aylarında olmak üzere yılda iki kere organize ediliyor. Dünyanın her yerinden gelen ayakkabı ve saraciye profesyonellerine kapılarını açan fuara İDMİB, ilk kez millî katılım organizasyonu ile 10 Türk firması katıldı. Türkiye ve dünyada markalaşmış ya da markalaşma yolunda olan firmaların da bulunduğu dokuz erkek-kadın ayakkabı üreticisi firma ile bir saraciye firması fuarda yer aldı. Toplamda 15 bin metrekarelik

alandaki gerçekleşen fuarda Türk firmalar, 250 metrekarelik alanda alıcılarla temas kurdu.

## TANITIM ÇALIŞMALARINI İLE TÜRK AYAKKABI VE SARACİYE SEKTÖRLERİNİN BİLİNLİRLİĞİ ARTIRILDI

Shoes Dusseldorf Fuarı esnasında çeşitli tanıtım faaliyetleri yapılarak Türk ayakkabı ve saraciye sektörlerinin yurt dışındaki bilinirliğinin ve kalite algısının yükseltilmesi hedeflendi. Reklam panoları ve gazete, dergi ilanları gibi tanıtım imkânları kullanıldı. Fuar idaresinin veri tabanındaki potansiyel alıcı ve katılımcılara

## ÜLKE RAPORU

Nüfus: **79,9 milyon**

2020 yılı ithalatı:

**1.452 milyar dolar**

2020 yılı ihracatı:

**1.671 milyar dolar**

Türk deri ve deri mamulleri sektörünün Almanya ihracatı (2021): **133,7 milyon dolar**  
2020-2021 artış hızı: **%20,5**

mailing yapıldı. Ayrıca sosyal medya üzerinden de tanıtım çalışmaları sürdürüldü. Millî katılım organizasyonu içinde yer alan firmaların detaylarının yer aldığı katalog da fuar alanlarında ziyaretçilere dağıtıldı.

## ÖZER ERDEM ENTAŞ-ENERDEM TİCARET YETKİLİSİ

### "FUARIN GELECEK SEZONLARINA DA KATILMAK İSTİYORUZ"

FUAR, katılımcı ve ziyaretçi sayısı açısından çok yoğun olmasa da bizim açımızdan verimli geçti. Yoğunluğun az olmasının nedeninin pandemi ve Rusya-Ukrayna savaşı olduğunu düşünüyoruz. Bizim için önemli

olan büyük alıcı gruplarımız fuara katıldı, ayrıca yeni müşterilerle de tanıştık. Standımızı Almanya haricinde Belçika, Fransa ve Nordik ülkeleri ziyaret etti. Yenilenebilir ve sürdürülebilir ürünler konusunda talepleri olan

alıcılar da oldu. Sürdürülebilir ham maddelerden üretim konusunda yapabileceğimiz çalışmaları da ziyaretçilere anlattık. Shoes Dusseldorf Fuarı'nın gelecek sezonlarına da katılmayı planlıyoruz.



**İLHAN KUŞELİ**  
İDMİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

## "KATILIMCI VE ZİYARETÇİ SAYISI YETERLİ DÜZEYDEYDİ"

TÜRKİYE olarak Shoes Dusseldorf Fuarı'na ilk kez millî katılım düzenledik. Fuara ayakkabı ve saraciye firmalarımızla katıldık. Shoes Dusseldorf Fuarı'nın kendine has dinamikleri bulunuyor. Daha çok acentelerin katıldığı, kendi markasıyla üretim yapan firmaların yer aldığı bir fuar. Daha çok Almanya'nın kuzey kısmına hitap eden fuara Belçika, Hollanda ve Fransa'dan da alıcılar geliyor. Avrupalı alıcıların savaş nedeniyle satın alma miktarlarında düşüş olduğunu gözlemledik. Katılımcı ve ziyaretçi sayısı yeterli düzeydeydi. Bir sonraki sezon fuarın büyümesi bekleniyor. Katılımcı firmalarımızdan negatif geri dönüşler almadık. Almanya'daki müşterilerin, firmaları birkaç yıl takip edip sonrasında sipariş için diyaloga geçtiği konusunda katılımcılarımızı bilgilendirdik. Katma değerli ürün satışı yapabileceğimiz bu fuarda devamlılık önemli. Gelecek sezon Türkiye olarak daha fazla firma ile fuara katılmayı hedefliyoruz.



## Taşeronluk ilişkisi nedir?

Bu ayki makalemizde, uygulamada “taşeronluk” olarak bilinen “alt işveren-asıl işveren” ilişkisini siz değerli okurlarımızın dikkatine sunmaktayız.

**GÜNÜMÜZDE** hızla ilerleyen ticari hayat karşısında bir işverenin, iş yerinde yürütülen tüm işleri kendi işçileriyle yerine getirmesinin giderek daha güç hâl alması ve ayrıca işin görülmesinde uzmanlık desteği ihtiyacı, işverenleri giderek daha yoğun bir şekilde dışarıdan destek alma yoluna itmektedir. Bu ihtiyacı giderebilmek adına hukukumuzda “alt işveren-asıl işveren” müessesesi kabul edilmiş ve buna ilişkin düzenlemeler 4857 sayılı İş Kanunu’nun ikinci ve üçüncü maddelerinde yer almıştır.

Alt işveren-asıl işveren ilişkisi, İş Kanunu’nda şu şekilde tanımlanmıştır: “Bir işverenden, iş yerinde yürüttüğü mal veya hizmet üretimine ilişkin yardımcı işlerinde veya asıl işin bir bölümünde işletmenin ve işin gereği ile teknolojik nedenlerle uzmanlık gerektiren işlerde iş alan ve bu iş için görevlendirdiği işçilerini sadece bu iş yerinde aldığı işte çalıştıran diğer işveren ile iş aldığı işveren arasında kurulan ilişkiye asıl işveren-alt işveren ilişkisi denir.” Kanun, bu uzun cümle ile hem taşeronluk ilişkisini tanımlamış hem de bu ilişkinin şartlarına değinmiştir.

### TAŞERONLUK MÜESSESESİ, YARGIYA İNTİKAL EDEN ÖNEMLİ KONULAR ARASINDA YER ALMAKTADIR

Siz değerli okuyucularımıza bu cümleden çıkan tanım ve anlamları kısaca izah etmek isteriz. Zira taşeronluk müessesesi, uygulamada sıklıkla başvuru alan ve yargıya intikal eden önemli konular arasında yer almaktadır.

Öncelikle asıl işveren-alt işveren ilişkisinden bahsedebilmek için birden fazla işverenin bulunması gerekir. Hem işi veren hem de işi alan kimseler için öngörülen “işveren” sıfatına sahip olma koşulu, asıl işveren-alt işveren ilişkisinin devamı süresince aranmakta olup herhangi bir işverenin bu sıfatını kaybetmesi neticesinde asıl işveren-alt işveren ilişkisinden bahsedilemeyecektir.

Bir diğer şart ise alt işverene verilen işin niteliğiyle ilgilidir. Kanunun, asıl işveren-alt işveren ilişkisinin hangi işlerde kurulabileceği ile ilgili olarak çok ayrıntılı bir düzenleme getirdiği görülmektedir. Yani kısaca her türlü iş için asıl işveren-alt işveren ilişkisi kurulamamaktadır. Kanun aşağıdaki iki hâlde taşeronluk ilişkisine izin vermektedir:

■ İş yerinde yürütülen mal veya hizmet üretimine ilişkin yardımcı işler, alt işverene verilebilir. Bir örnek ile açıklamak gerekirse; iş yerindeki yemek işinin veya dış güvenliğinin alt işverene verilmesi mümkündür.

■ Asıl işin bir bölümünde işletmenin veya işin gereği ile teknolojik nedenlerle uzmanlık gerektiren işler, alt işverene verilebilir.

Asıl işveren-alt işveren ilişkisinin kurulmasında bahsi geçen diğer unsurların yanında işin, asıl işverene ait iş yerinde

yapılması koşulu da aranmaktadır. Yani alt işveren tarafından yerine getirilecek olan iş, asıl işverenin iş yerinde yapılmalıdır. Alt işveren ilişkisinin doğabilmesinin son şartı, alt işverenin bu iş için görevlendirdiği işçilerini sadece bu işte çalıştırmasıdır.

### ASIL VE ALT İŞVEREN, İŞÇİLİK HAKLARININ TAMAMININ ÖDENMESİNDEN BİRLİKTE SORUMLUDUR

Kanunda öngörülen tüm bu şartların sağlanması hâlinde alt işverenlik ilişkisi kurulur. Bu ilişkinin en önemli sonucu ise asıl işveren ve alt işverenin birlikte sorumluluk hâlinin (müteselsil) doğmasıdır. Yani asıl işveren ve alt işveren, işçilik haklarının tamamının ödenmesinden birlikte sorumludur. Bir diğer ifadeyle alt işveren işçisi, bütün işçilik alacaklarının ödenmesini hem asıl işveren hem de alt işverenden aynı anda talep ve dava edebilme hakkına sahiptir. Örneğin alt işveren işçisi (taşeron işçi); ücret, fazla mesai, yıllık izin gibi tüm işçilik alacaklarını hem asıl işverenden hem de alt işverenden aynı anda talep edebilir. Talepleri karşılanmadığında asıl işveren ve alt işveren aleyhine dava ikame edebilir.

Uygulamada alt işveren işçilerinin, işçilik alacaklarının asıl işveren tarafından ödendiği durumlarda sıkça karşılaşılmaktadır. Bu noktada akıllara şu soru gelebilir: “Asıl işveren, taşeron işçinin alacaklarını ödemediğinde alt işverenden ne talep edebilecektir veya talepte bulunabilecek midir?” Bu sebeple işçi alacaklarının asıl işveren tarafından ödendiği hâllerde asıl işveren ile alt işveren arasındaki rücu ilişkisinin açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Bu durumda ödemeyi yapan asıl işveren, yaptığı ödeme miktarınca alt işveren işçinin haklarına sahip olacaktır. Diğer bir deyişle asıl işveren, yaptığı ödemenin tamamı için alt işverene rücu hakkına sahiptir.

Bu makalemizde taşeronluk müessesesinin şartlarını ve bunun en önemli sonucu olan sorumluluk hâlini ele aldık. Özellikle günümüz değişen ve gelişen iş dünyasında her iş yerinde mutlaka başvuru alan taşeronluk müessesinin önemi yadsınamaz bir gerçektir.



Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.

**Günümüzde hızla ilerleyen ticari hayat karşısında işin görülmesinde uzmanlık desteği ihtiyacı, işverenleri giderek daha yoğun bir şekilde dışarıdan destek alma yoluna itmektedir.**





FUTURETEX  
İSTANBUL

## YARIŞMA KOÇLARIMIZ

Özlem Süer - Tuvana Büyükçınar

## ÖDÜLLER

Birinciye	₺200.000
İkinciye	₺150.000
Üçüncüye	₺100.000

## SON BAŞVURU TARİHİ

24 HAZİRAN 2022

## BAŞVURU VE DETAYLI BİLGİ

[futuretexistanbul.com](http://futuretexistanbul.com)

## KATEGORİLER

FutureTech

FutureBase International



Türkiye



TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
TİCARET BAKANLIĞI



TİM TÜRKİYE  
İHRACATÇILAR  
MECLİSİ



İTHİB

# Hazır giyim ihracatı

## 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI



2022 Ocak-Mart dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre **%16,2** arttı.



2022 Ocak-Mart döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%19,1** arttı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Lübnan

**%218,5**

2022 Ocak-Mart dönemi ihracatında ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke **%218,5** ile Lübnan olurken İrlanda'ya ihracat **%145,4** Yunanistan'a ise **%66,7** arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI



## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

### ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

**%16,7** 2,6 milyar \$

### DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

**%17,5** 2 milyar \$

### DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

**%8,5** 733,1 milyon \$



# Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

## 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

3,4  
milyar  
dolar



Sektörün 2022 Ocak-Mart dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %12,1 arttı.

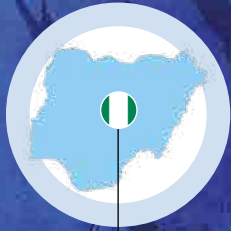


AB'ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı, Ocak-Mart 2022 döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %16,5 arttı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%5,6

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Nijerya  
%128,3

2022 Ocak-Mart dönemi ihracatında ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke %128,3 ile Nijerya olurken Tunus'a ihracat %70, Meksika'ya ise %67,5 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI



## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%16 705 milyon \$

DOKUMA KUMAŞ

%31,4 659 milyon \$

TEKNİK TEKSTİL

%-9,1 592 milyon \$

EV TEKSTİLİ

%6,7 549 milyon \$

# Deri ve deri mamulleri *ihracatı*

## 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI



2022 Ocak-Mart döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%27** arttı.



Ocak-Mart döneminde AB'ye deri ve deri mamulleri ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%50,3** arttı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



**Tacikistan**  
**%252,4**

2022 Ocak-Mart döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke **%252,4** ile Tacikistan olurken Litvanya'ya ihracat **%143,1**, Slovakya'ya ihracat ise **%138,5** arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

**Almanya**  
43,3  
milyon \$

**İtalya**  
40,5  
milyon \$

**Romanya**  
16,8  
milyon \$

**İspanya**  
22,5  
milyon \$

**Rusya**  
34,5  
milyon \$

**İngiltere**  
19,1  
milyon \$

**Fransa**  
16,6  
milyon \$

**Irak**  
17,5  
milyon \$

**Hollanda**  
15,4  
milyon \$

**Libya**  
18,4  
milyon \$

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

### AYAKKABI

**%22,2** **328** milyon \$

### SARACİYE

**%50,8** **75,4** milyon \$

### YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

**%36,7** **67,8** milyon \$

### DERİ VE KÜRKTEN GİYİM EŞYALARI

**%10,6** **30,2** milyon \$



# Halı ihracatı

## 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

709,9  
milyon  
dolar



2022 Ocak-Mart döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %7,7 düştü.



2022 Ocak-Mart döneminde bir önceki yıla kıyasla Orta Doğu ülkelerine halı ihracatı %19,5 oranında artış gösterdi.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%1,2

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Yunanistan  
%360,9

2022 Ocak-Mart döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, %360,9 payla Yunanistan oldu. Gürcistan'a ihracat %339, Ürdün'e ihracat %279,9 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

ABD  
213,4  
milyon \$

B.A.E.  
43  
milyon \$

Irak  
25,3  
milyon \$

Almanya  
40,6  
milyon \$

İngiltere  
38,4  
milyon \$

Libya  
29  
milyon \$

Bulgaristan  
18,9  
milyon \$

Kuveyt  
14,6  
milyon \$

Malezya  
13,4  
milyon \$

Kanada  
13,2  
milyon \$

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI

### MAKİNE HALILARI

%-10,2 597 milyon \$

### TÜFTE HALILARI

%6 101,8 milyon \$

### EL HALISI

%33,1 11,2 milyon \$

## NİSAN AYI ETKİNLİKLERİ

### İSTANBUL HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 6 Nisan** İHKİB Genel Kurul  
**11 Mayıs** Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni

### İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 5 Nisan** Sürdürülebilirlik Eğitimleri  
(Dört ay boyunca her Salı ve Perşembe devam edecek.)  
**8 Nisan** İTHİB Seçimli Olağan Genel Kurul

### İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 5 Nisan** İDMİB Seçimli Genel Kurulu  
**14 Nisan** Çin Sektörel E-Sohbet Toplantısı

### İSTANBUL HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

- 14 Nisan** 15. Ulusal Halı Tasarım Yarışması Final Gecesi  
**14 Nisan** Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni  
**21 Nisan** İHİB Olağan Seçimli Genel Kurulu





# İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (İTKİB)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi B-Blok Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. Yenibosna / İstanbul  
Telefon: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 e-mail: info@itkib.org.tr Web: www.itkib.org.tr

## TİCARET BAKANLIĞI

Adres: Dumlupınar Bulvarı No: 151  
Eskişehir Yolu 9. Km 06800 Çankaya/ANKARA  
Bakanlık Santrali: + 90 312 449 10 00  
Bakanlık Genel Evrak Fax: +90 312 449 18 18  
Web: www.gtb.gov.tr



## TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii  
Sanayi Cad. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul  
Tel: 0 212 454 04 90 / 454 04 91  
Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83  
e-mail: tim@tim.org.tr  
Web: www.tim.org.tr



## İHRACATÇI BİRLİKLERİ

### Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

Tel: 0 324 325 37 37  
Faks: 0 324 325 41 42  
e-posta: akib@akib.org.tr  
Web: www.akib.org.tr

### Batı Akdeniz İhracatçılar

**Birliği (BAİB)**  
Tel: 0 242 311 80 00  
Faks: 0 242 311 79 00  
e-mail: baib@baib.gov.tr  
Web: www.baib.gov.tr

### Denizli İhracatçılar

**Birliği (DENİB)**  
Tel: 0 258 274 66 88  
Faks: 0 258 274 72 22-62  
e-posta: denib@denib.gov.tr  
Web: www.denib.gov.tr

### Doğu Anadolu İhracatçılar

**Birliği (DAİB)**  
Tel: 0 442 214 11 85-86  
Faks: 0 442 214 11 89-90  
e-posta: daibarge@daib.org.tr  
Web: www.daib.org.tr

### Doğu Karadeniz İhracatçılar

**Birliği (DKİB)**  
Tel: 0 462 326 16 01  
Faks: 0 462 326 94 01 - 02  
e-posta: dkib@dkib.org.tr  
Web: www.dkib.org.tr

### Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

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

### Güneydoğu Anadolu İhracatçı

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

### İstanbul Maden ve Metaller

**İhracatçı Birlikleri (İMMİB)**  
Tel: 0 212 454 00 00  
Faks: 0 212 454 00 01  
e-posta: immib@immib.org.tr  
Web: www.immib.org.tr

### İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

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

### Karadeniz İhracatçı

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

### Orta Anadolu İhracatçı

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

### Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

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

## İLGİLİ KURUMLAR

### Ayakkabı Yan Sanayicileri

**Derneği (AYSAD)**  
Tel: 0 212 549 36 12  
Web: www.aysad.org

### Bayrampaşa Tekstilci ve

**Sanayici İş Adamları Derneği**  
(BATİAD)  
Tel: 0 212 613 97 23  
Web: www.batiad.org.tr

### Birleşmiş Markalar

**Derneği (BMD)**  
Tel: 0 212 320 82 00  
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

### Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

### İHKİB Eğitim Vakfı

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

### Kürk Sanayicileri ve İş Adamları

**Derneği (KSİAD)**  
Tel: 0 212 415 82 32  
Web: www.ksiad.com

### Konfeksiyon Yan Sanayicileri

**Derneği (KYSAD)**  
Tel: 0 212 438 12 96 - 97  
Web: www.kysad.org.tr

### Laleli Sanayici ve İş Adamları

**Derneği (LASİAD)**  
Tel: 0 212 516 90 52 - 53  
Web: www.lasiad.org.tr

### Merter Sanayici ve İş Adamları

**Derneği (MESİAD)**  
Tel: 0 212 643 47 22  
Web: www.mesiad.org.tr

### Moda Tasarımcıları

**Derneği (MTD)**  
Tel: 0212 296 90 45  
Web: www.mtd.org.tr

### Osmanbey Tekstilci

**İş Adamları Derneği (OTİAD)**  
Tel: 0 212 231 92 85  
Web: www.otiad.org.tr

### Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

### Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

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

### Sektörel ve Dış Ticaret Sermaye

**Şirketleri Derneği (DİŞDER)**  
Tel: 0 212 451 85 08  
Web: www.disder.com.tr

### Tescilli Markalar Derneği (TMD)

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

### Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri

**ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)**  
Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)  
Web: www.tetsiad.org

### Türkiye Denim Sanayici ve

**İş Adamları Derneği (DENİMDER)**  
Tel: 0 212 474 75 30  
Web: www.denimder.org.tr

### Tüm İç Giyim Sanayicileri

**Derneği (TİGSAD)**  
Tel: 0 212 438 65 15  
Web: www.tigsad.org

### Türkiye Ayakkabı Sanayicileri

**Derneği (TASD)**  
Tel: 0 212 549 71 71  
Web: www.tasd.com.tr

### Türk Deri Konfeksiyoncuları

**Derneği (TDKD)**  
Tel: 0 212 665 27 47  
Web: www.tdkd.org.tr

### Türkiye Tekstil, Hazır Giyim,

**Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma**  
**Geliştirme Vakfı (TARGEV)**  
Tel: 0 232 488 61 23  
Web: www.targev.org.tr

### Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma

**Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)**  
Tel: 0 212 470 51 53  
Web: www.tasev.org.tr

### Türkiye Giyim Sanayicileri

**Derneği (TGSD)**  
Tel: 0 212 639 76 56  
Web: www.tgsd.org.tr

### Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

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

### Türkiye Deri Sanayicileri

**Derneği (TDSD)**  
Tel: 0 216 394 07 40-41  
Web: www.tdsd.org.tr

### Türkiye Triko Sanayicileri

**Derneği (TRİSAD)**  
Tel: 0 212 438 06 60  
Web: www.trisad.org

### Türkiye Tekstil

**Terbiye Sanayicileri**  
**Derneği (TTTSD)**  
Tel: 0 282 758 35 64  
Web: www.ttttd.org.tr

### Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

### Zeytinburnu

**Tekstil Sanayici ve**  
**İş Adamları Derneği (ZETSİAD)**  
Tel: 02124834000  
Web: www.zetsiad.org.tr

HIZLI - GÜVENLİ - UYGUN

# INTERMODAL & KARAYOLU Taşımacılığı

## INTERMODAL;

İngiltere, Almanya, İtalya  
Belçika, Hollanda, Avusturya  
Lüksemburg

## KARAYOLU;

Fransa, İspanya, İtalya  
Belçika, Hollanda, Portekiz

6. GÜNDE  
TESLİMAT



pricing@seraytrans.com

+90 212 451 51 01



**S'ERAY**  
Logistics & Transport

www.seraytrans.com



## Konfeksiyon ve tekstil endüstrisi için dünyanın en büyük B2B platformu



120.000+  
Kayıtlı şirket

300.000+  
Ürün görseli

120+  
Ülke

400M USD+  
İş hacmi

80.000+  
Ürün arama

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın 2021 Yılı Onaylı E-Ticaret  
Siteleri arasında ve %60 teşvik fırsatıyla



Ayrıntılı bilgi için [turkey@foursource.com](mailto:turkey@foursource.com)

# KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

*We Care! We Commit! We Lead!*



## 23 Nisan

**ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMI**

*Kutlu Olsun*

+90 212 481 22 17



kmt@kometmetal.com.tr



@kometmetal



ENERGY  
MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY  
MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL  
MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT  
SYSTEM

www.kometmetal.com.tr