

Sayı: 382 • Şubat 2012

TEKSTİL İŞVEREN

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ



ÇEVREYE DUYARLI ÜRÜNLER TÜRK TEKSTİLİNİ ÖNE ÇIKARDI

TEKSTİL İŞVEREN

382 - Şubat 2012

Türkiye Tekstil Sanayii
İşverenleri Sendikası Adına
İmtiyaz Sahibi
HALİT NARİN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
AV. BAŞAR AY

Yayın Danışma Kurulu
SEVİL BURSA
TUĞRUL BORNOVALI
AV. SAMİM ERGENELİ

Basın Müşaviri
MİNE ŞENKUL ERGÜVEN

Yayın Kurulu
LERZAN ÖZTÜRK
AV. ÇİĞDEM SUBAŞI
AV. ÖMER EMRE KAYNAK
BORA KOCAMAN
CEREN ERMİŞ
MERVE ŞENEREN

İdari Merkezi
TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ
İŞVERENLERİ SENDİKASI
Metrocity A Ofis Blok
Büyükdere Cad. No: 171 K.19
34330 1. Levent-İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (pbx)
Fax: (0212) 344 07 66-67

İnternet Adresi
www.tekstilisveren.org.tr

Ofset Hazırlık
DÜNYA YAYINCILIK A.Ş.
Tel: (0216) 681 18 39

Grafik Tasarım ve Uygulama
ALİ BAYRAM

Basıldığı Yer
DÜNYA YAYINCILIK A.Ş.
"Globus Dünya Basınevi"
100. Yıl Mah. 34440
Bağcılar-İstanbul
Tel: (0212) 629 08 08

Basıldığı Tarih: 9 Şubat 2012

Yayın Türü: Yerel Süreli Yayın

ISSN: 1307-6566

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

AVRUPA'NIN KIŞI BAHAR OLUR MU?

Avrupa, 2008'den bu yana yangın yeri. Kimine göre bu yangın 3-5 yıl daha sürecek. Kimine göre de 10 yılı geçecek.

Şüphesiz Türkiye'nin ihracatının büyük bir bölümünün gerçekleştiği bu pazar, en çok Türk tekstil ve hazır giyim sektörünü zorluyor. Bu gerçeği bilen Türk tekstil ve hazır giyimciler geçtiğimiz yıl yeni pazarlarda, yeni bağlantılar kurdu. İran, Hindistan, Katar gibi ülkelerin yanı sıra Arap Baharı'nın yaşandığı ülkelere ve Latin Amerika, Çin hatta Japonya gibi nispeten coğrafi olarak uzak ülkelere ticari temaslar gerçekleştirildi. Bu temasların önemli bölümünde işadamlarına devletin zirvesi de eşlik etti.

Sonuç olarak yeni pazarlardan beklentilerini artıran sektör temsilcileri bu yıl için hazır giyimde ihracat hedefini 16 milyar dolardan 17 milyar dolara, tekstilde ise 8 milyar dolardan 10 milyar dolara kadar çıkardı.

Sektör temsilcileri bu hedefleri belirlerken şüphesiz Avrupa pazarını da dışlamadı. Aksine bu pazara daha çok asıldı.

Bunun önemli yansımaları da geçtiğimiz ay Avrupa'da düzenlenen fuarlarda gördük. Ocak ayı içinde düzenlenen Heimtextil, Domotex ve Pitti Uomo'nun da aralarında bulunduğu yurtdışında düzenlenen fuarları ağırlıklı olarak Türk firmaları doldurdu. Avrupalı oyuncuların kriz nedeniyle devre dışı kalmasının da etkisiyle Türk firmalar özellikle Heimtextil'de büyük sipariş topladı. Aynı fuarda Türk şirketler yeni koleksiyonları ve yenilenmiş dekorlarla öne çıkarken, kriz ortamında çevresine de moral yaydı. Kimi sipariş vermek için kimi de belki bir makine satarım, diye Türk standına yaklaştı. Broderi Narin, Lüks Kadife, Epengle, Bezci Tekstil, Er-Fun'un da aralarında bulunduğu 176 Türk firmasının katıldığı bu fuarda, Avrupalı tekstil makinesi üreticileri Türk şirketlerini adeta ablukaya aldılar. 'Yatırıma devam' diyen Türk tekstil ve hazır giyimcilerle moral buldular.

Sonuçta Türk tekstil ve hazır giyimciler bu fuarlardan hem moral vererek hem de moral bularak döndü.

Benzer gelişme içerideki fuarlarda da yaşandı. İstanbul'da düzenlenen yılın ilk fuarı IFEXPO, Ortadoğu ve komşu ülkelerden gelen alıcıların akınına uğradı. Özellikle komşu ülkelerle vizelerin kalkmasının da etkisiyle İstanbul'un bir alım merkezi haline gelebileceği bu fuarla bir kez daha gün yüzüne çıktı. Özellikle Arap Baharı sonrası Türkiye'nin bölgede yıldızının yeniden parlaması ve Avrupalı alıcıların Uzak Doğu'ya yavaş yavaş sipariş vermekten vazgeçmesi de bu süreci destekliyor.

Özetle Türk tekstil ve hazır giyim sektörü 2012'ye iyi başladı. Tek olumsuz haber ihracat cephesinden geldi. Ocak ayında hazır giyim ihracatında yüzde 4, tekstilde ise yüzde 2.4'lük bir düşüş yaşandı.

Ancak bu düşüşe rağmen geleneksel pazarımız Avrupa'da, bizim pazar payımızda gerileme yok. Oysa Türkiye'nin bu pazardaki rakipleri çok büyük kan kaybediyor. Ortaya çıkan boşluğu ise Türk ihracatçıları dolduruyor. Bu da önümüzdeki dönemin ihracatına olumlu yansiyacak sevindirici bir başka gelişme. Bizce hepsinden önemlisi de eski müşteriler dönüyor. Türkiye'den alım yapanlar artıyor. Yeni pazarlardan, yeni müşteriler kapımızı çalıyor. Kısaca önümüzdeki günlerin ihracatına yansiyacak olumlu gelişme çok.

Yeter ki 'Avrupa'da kriz var' diye ipin ucunu bırakmayalım. Avrupa'nın kışını bahara çevirelim.



İçindekiler

04 GÜNCEL

Atatürk'ün talimatıyla kurulan İpekiş 'tanınmış marka' oluyor



06 KAPAK

Tekstilde üretim yeşilleniyor

18 GÜNCEL

Alım grupları "yeniden Türkiye" dedi

24 VERGİ DÜNYASI

Yeni TTK niçin değişmeli?

10 AYIN KONUSU

Yurtdışı fuarlarla moral bulduk



26 EKONOMİK DİYALOG

Türkiye'de iyimserlik, dünyada kötümserlik!

28 HAZNEDAR

OVP ve 2012 yılı ekonomik beklentileri



30 PARANIN MERKEZİNDEN

Kredi derecelendirme kuruluşları: Alalım mı, satalım mı?

34 GÜNCEL

Türk pamuğu
geleceğini arıyor



32 YORUM

Küresel ekonomi
nasıl kurtulur?

38 TEKSTİLİN KALELERİ

Tekstilin gizli gözdesi:
Kahramanmaraş

42 TEKNO-TEKSTİL

Örme makinelerinde
yeni teknolojiler

52 MODA

Uludağ'ın zirvesinde moda şovu



46 ENERJİ

Sektörün beklediği
hamle: Enerji Borsası

54 TASARIM DÜNYASI

İpek Arnas örgü tekniğini
marka yaptı; 2 Ters 1 Düz



56 KÜLTÜR SANAT

60 GEZİ

62 İNGİLİZCE ÖZETLER

ATATÜRK'ÜN TALİMATIYLA KURULAN İPEKİŞ 'TANINMIŞ MARKA' OLUYOR



Atatürk'ün talimatıyla kurulan ve Türkiye'nin ilk tekstil fabrikalarından biri olan İpekış, 'tanınmış marka' unvanı almak için Türk Patent Enstitüsü'ne başvurdu.

Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatıyla kurulan ve açılışı 1 Ekim 1925 tarihinde Atatürk tarafından bizzat gerçekleştirilen Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk fabrikası İpekış, Türk Patent Enstitüsü'ne 'tanınmış marka' başvurusunda bulundu. Tanınmış marka unvanı, yalnızca hedef kitlesi tarafından değil; aynı zamanda, toplumun tüm kesimleri tarafından kabul edilebilir düzeyde tanınılışığa erişmiş, herhangi bir hatırlatmaya gerek kalmaksızın zihinlerde refleksif olarak belirli bir ürün veya işletme ile çağrışım yapan markalara veriliyor.

İpekış Genel Müdürü Aşkın Kandil, yaptığı açıklamada, kurum olarak sınıai mülkiyet hakları konusuna çok önem verdiklerini hem yatırım sermayesinin hem de entelektüel sermayenin dâhil olduğu tüm özgün çalışmaların tescil hakları ile korunması gerektiğini vurguladı. Atatürk tarafından kurulan bir kurum olarak değerlerine sahip çıkmak için tescilin gereğine inandıklarını belirten Kandil, "Bizim gibi Türkiye Cumhuriyeti tarihi ile birlikte şekillenen bir kurum, tescil konusunda öncü olmalıdır. Bu konuda Adres Patent firması ile birlikte gerekli adımları atıyoruz" dedi.

Ar-Ge odaklı üretim prensibiyle akıllı kumaş teknolojisini Türkiye ile İpekış'in tanıştırdığı ve bundan dolayı tescil korumasının öneminin çok daha bilincinde olduklarına dikkati çeken Aşkın Kandil, şunları söyledi: "Şimdiye kadar 7 farklı akıllı kumaş üreterek satışa sunduk. Bu kumaşlar maksimum esnek, su-kir itici, anti bakteriyel, özel parfümlü, zayıflamaya yardımcı, polen itici ve güneşin zararlı etkilerini azaltan kumaşlar olma özelliği taşıyor. 'Kumaşın 7 harikası' olarak özel olarak tasarladığımız bu kumaşlar hem yurt içi hem de yurt dışı pazarda öncü firmalardan biri olmamızı sağlıyor. Ar-Ge konusunda bu kadar önemli adımlar atan bir tekstil firması olarak öncü özelliğimizi koruyabilmemiz, tescil haklarından yararlanmamızla mümkün olabilir. Bu yüzden marka ve ürünlerimizi tek tek tescillerken, İpekış markasının da Türkiye'yi daha güçlü temsil edebilmesi için 'tanınmış marka' başvurusunda bulduk."

Adres Patent Marka ve Patent Danışmanı Nazire Gedik de özellikle tarihi geçmişi olan yerli firmaların tanınmış marka unvanı almaları gerektiğinin uluslararası pazar stratejisi açısından kaçınılmaz olduğunu vurguladı. Tarihi markaların dünya pazarında daha güçlü olabilmesinin tanınmış marka olmasından geçtiğini kaydeden Gedik, "Tarihe damgasını vurmuş yerli markalar ulusal etiketimizdir. Zarar görmelerinin önüne geçmek tanınmış marka olmalarıyla mümkündür. Tüm dünya gibi biz de tanınmış markalarımıza sahip çıkmalıyız" yorumunu yaptı.

Mis kokan kumaş yaptı

Bu arada dünyanın önemli moda markalarına üretim yapan İpekış etrafa parfüm kokusu yayan 'Bioperfume' adlı akıllı kumaşı tüketicilerin beğenisine sundu. Parfümlü mikrokapsül teknolojisiyle üretilen kumaşların kadın ve erkekler için iki farklı çeşidi bulunuyor. Kumaşla dikilen giysiler gün boyu hoş bir koku yaymanın yanı sıra sigara ve yağ gibi istenmeyen kokuları da uzaklaştırıyor. İpekış Genel Müdürü Aşkın Kandil, özellikle son 3 yıldır Ar-Ge ve Ür-Ge'ye yatırım yaparak tüketici ihtiyaçları doğrultusunda akıllı kumaşlar üzerinde çalıştıklarını belirterek, "Şu an 'Kumaşın 7 Harikası' konseptli akıllı kumaş koleksiyonumuzda wo-olstretch, bionic finish, silverplus, slimming, zeropolen, cooldark ve bioperfume olmak üzere çeşitli özelliklere sahip akıllı kumaşlar bulunuyor. Önümüzdeki dönemde de bütçemizin yüzde 5'ini Ar-Ge'ye ayırarak akıllı kumaş koleksiyonumuzu genişleteceğiz" dedi. Parfümlü mikrokapsül teknolojisiyle üretilen "bioperfume" adlı akıllı kumaşın iş hayatının koşturmacasında gün sonunda bile taze bir izlenim bırakmak isteyenlerin gözdesi olacağını dile getiren Kandil, "Bu kumaşın erkek ve kadın için olmak üzere iki çeşidi bulunuyor. Bu kumaşla dikilen giysiler gün boyu hoş bir koku yayıyor. İçeriğindeki aloe vera, deniz yosunu ve E vitamini ile cildin sağlıklı görünmesini de sağlıyor" diye konuştu.

TÜRK DÜNYASI BİR LİDERİNİ UĞURLADI: ELVEDA TOROS



Ömrünü Kıbrıs'a adayan KKTC'nin kurucusu ve 1. Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş'ı son yolculuğuna uğurladık. Rumlar'ın kanlı örgütü EOKA'ya karşı Türk Mukavemet Teşkilatı'nı (TMT) kurarak, bu teşkilatın 'Toros' kod adıyla bir numaralı 'mücahidi' olan Rauf Denktaş'ın naaşı, 17 Ocak'ta TMT Anıtı'nın bulunduğu Cumhuriyet Parkı'na defnedildi.

Ömrünü Kıbrıs'a adayan, vatanseverlik mücadelesinin abidesi Rauf Denktaş'ı geçen ay kaybettik. 13 Ocak 2012 gecesi vefat eden Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin kurucusu ve 1. Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş'ın naaşı, 'Toros' kod adıyla mücadele ettiği Türk Mukavemet Teşkilatı'nın anıtının bulunduğu Cumhuriyet Parkı'na defnedildi. 17 Ocak'taki devlet törenine başta Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere parti liderleri, komutanlar, eski siyasetçiler ve kalabalık bir halk topluluğu katıldı.

88 yıllık yaşamını Kıbrıs davasına adayan Denktaş, aktif olarak mücadeleye 1958'de Rumlar'ın kanlı örgütü EOKA'ya karşı kurduğu Türk Mukavemet Teşkilatı'nda başladı. Denktaş bu teşkilata 'Toros' kod adıyla bir numaralı 'mücahidi' olarak kaydedildi. Kıbrıs için yapılan müzakerelerde rakiplerinin hep korkulu rüyası olan Rauf Denktaş, 27 Ocak 1924 yılında Kıbrıs'ın Raf bölgesinde doğdu. 1.5 yaşında annesi kaybeden Denktaş, anneannesi ve babaannesi tarafından büyütüldü. 1930 yılında eğitim için İstanbul'a gönderildi. İlkokuldan liseye kadar yatılı okudu. Ortaokulu bitirdikten sonra Kıbrıs'a döndü ve lise tahsilini Kıbrıs'ta tamamladı. İkinci Dünya Savaşı'ndan



sonra İngiltere'ye giderek hukuk eğitimi aldı. Mezun olduktan sonra avukat oldu. 1949 yılı yaz aylarında savcılık yapmaya başlayan Denktaş, aynı yıl Aydın Hanım'la evlendi. Dava adamı olan Rauf Denktaş ilk defa siyaset sahnesine 1948 yılında atıldı. Mitingler yaptı. Dava arkadaşları Faiz Kaymak'ın teklifi ve Dr. Fazıl Küçük'ün tasvibiyle Kıbrıs Türk Kurumlar Federasyonu kongresinde başkan oldu. Onu siyasette görmek istemeyen İngiliz yönetiminin baskılarına rağmen savcılıktan istifa etti ve tamamen siyasete atıldı. Hayatını, Kıbrıs Türkleri'ne adadı. 1963 olaylarından sonra temaslarda bulunmak üzere Ankara'ya giden Denktaş, temaslardan sonra bir sandalla Kıbrıs'a geçti ve Türk direnişini örgütlemeye başladı. 1964 Londra Konferansı'ndan sonra Makarios tarafından 'istemeyen adam' ilan edilen Denktaş'ın, Kıbrıs'a girmesi yasaklandı. Gizlice Erenköy'e çıkarak savaşa katılan Denktaş, 1967'de Ada'ya gizlice girerken tutuklandı, yoğun girişimler sonucu Türkiye'ye geri verildi. 1968'de Ada'ya giriş yasağı kaldırıldığından Kıbrıs'a dönen Denktaş, 1970 seçimlerinde Türk Cemaat Meclisi Başkanlığı'na seçildi, 28 Şubat 1973'e kadar Kıbrıs Cumhurbaşkanı Muavini ve Kıbrıs Türk Yönetim Başkanı seçildi. Ta ki 20 Temmuz 1974 tarihinde Türk ordusu Kıbrıs Barış Harekati'nı başlatana kadar mücadelesini her safhada sürdürdü. 13 Şubat 1975'te Kıbrıs Türk Federe Devleti'nin ilanından sonra Devlet ve Meclis Başkanı görevlerini yürüten Denktaş, anayasa uyarınca 1976'da yapılan ilk genel seçimlerde Devlet Başkanlığı'na seçildi. Annan Planı ile Kıbrıs'ın azınlık durumuna düşürülmesine hep karşı durdu. Üç kez revize edilen Annan planı sürecinin ardından 17 Nisan 2005'te yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerine aday olmadı, görevi Mehmet Ali Talat'a devretti. Denktaş, Mayıs 2011'de geçirdiği beyin kanamasının ardından sürdürdüğü yaşam mücadelesini 13 Ocak 2012'de kaybetti.

TEKSTİLDE ÜRETİM YEŞİLLENİYOR



Küresel ısınmayla birlikte daha da önem kazanan 'sürdürülebilir üretim' tekstil işletmelerini çevreci üretime yöneltti. Bugün artık tüm şirketler uluslararası rekabette 'yeşil pazar'dan daha fazla pay almak için enerji tüketiminden hammadde kullanımına kadar tüm üretim süreçlerini gözden geçirirken, tüketicinin istediği çevreye saygılı ürünleri de peşpeşe pazara sunuyor.

Çevre hareketi içinde ortaya çıkan 'sürdürülebilir üretim' trendine tekstil ve hazır giyim işletmeleri de uydu. Bugün artık birçok tekstil işletmesi uluslararası rekabette 'yeşil pazar'dan daha fazla pay almak için enerji tüketiminden hammadde kullanımına kadar tüm üretim süreçlerini gözden geçiriyor. Bu aşamada ortaya çıkan ürünler de 'daha yeşil ve daha sürdürülebilir tekstil' anlayışı doğrultusunda yeniden şekilleniyor. Artan 'yeşil tüketim' eğilimleri de bu süreci hızlandırıyor. Şirketler artık bir yandan çevreci etiketlerle tüketicinin karşısına çıkarken diğer yandan da 'sürdürülebilir üretim' uygulamaları ile hem tasarruf hem verimlilik sağlıyor.

Örneğin Yeşim Tekstil, sürdürülebilir süreçlerle doğalgazdan yüzde 26, sudan günde 1.750 metreküp, elektrikten yüzde 16 tasarruf ediyor. Bu tasarruf şirketin bütçesine kâr olarak yansıyor. Nike, GAP ve Zara gibi dünyaca ünlü markalara üretim yapan Yeşim Tekstil, yeşil şirket, yeşil üretim trendine öncülük eden firmalardan. Önce yeşil fabrika projesini hayata geçiren şirket, ardından doğa dostu geri dönüşümlü yeni ürünler geliştirdi. Son 10 yıldır çevreci yatırımlara hız veren şirket, geliştirdiği geri dönüşümlü kumaş 'Yeşim Recycle' ve organik iplikten üretilen 'Yeşim Organic' ile sektörde önemli bir yeniliğin öncüsü oldu. Yeşim Tekstil son olarak geçtiğimiz ay doğa dostu yeni bir adım daha atarak Kipaş ile Better Cotton Initiative (BCI) sertifikalı ürünlerle ilgili stratejik ortaklık anlaşması imzaladı. Yeşim Tekstil, bu anlaşma ile BCI sertifikalı pamuktan yapılan iplikleri Kipaş'tan satın alarak doğaya dost üretimi ve sürdürülebilirliği destekleyecek. Dün-

yada yeni ürün vermeye başlayan ve Türkiye'de de yeni yeni gündeme gelen 'Better Cotton' uygulaması için Kipaş, Kahramanmaraş'ta belirlediği pilot bölgelerde pamuk yetiştirmeye başladı. 6 ay içinde ürün vermesi beklenen Better Cotton standartlarında üretilmiş pamuklar sürekli alıcı bulacağı için mevcut pamuk üretimine alternatif olarak da görülüyor. Yeşim Tekstil CEO'su Şenol Şankaya, "Yeşim Tekstil olarak çevre konusuna ve sürdürülebilirlik çalışmalarına büyük önem veriyoruz" dedi. Şankaya, "Üretirken doğaya zarar vermemek, doğaya dost üretim yapmak ve yapılan tüm bu çalışmaların sürdürülebilir olması hem bizim hem de dünyaca ünlü müşterilerimizin öncelikleri arasında yer alıyor. Bu yüzden yaptığımız bu stratejik anlaşma ile daha fazla BCI sertifikalı pamuktan yapılan iplikle-

ri kullanmayı ve müşterilerimizi de bu konuda yönlendirmeyi taahhüt ediyoruz” diye konuştu.

Az su, az kimyasal kullanmak şart

Yeşim'in çevre ve sürdürülebilirlikle ilgili konulardaki çalışmalarını uzun yıllardır takip ettiklerini ve bu konuda lider olan bir firma ile Better Cotton (BCI) sertifikalı ürünlerle ilgili stratejik işbirliği yapmaktan büyük mutluluk duyduklarını belirten Kipaş Holding Yönetim Kurulu Başkanı M. Hanefi Öksüz ise "Son dönemlerde Yeşim Tekstil başta olmak üzere müşterilerimizin birçoğundan Better Cotton (BCI) sertifikalı ürünlerle ilgili bir talep gelmeye başladı. Hem bu talepleri karşılayabilmek hem de Hindistan, Brezilya ve Pakistan'a bağımlı olmadan doğaya dost üretim yapabilmek için bu uygulamayı başlatmaya karar verdik. İlk etapta Kahramanmaraş'ta belirlediğimiz pilot bölgelerde BCI kriterlerine göre pamuk üretimi gerçekleştirdik" dedi. BCI'nın Türki-



ye'de operasyon birimi kurmasına paralel olarak üretilen pamuklara da BCI sertifikası alınacağını dile getiren Öksüz, "Şu an BCI'nın Türkiye'de operasyona başlaması için Ulusal Pamuk Konseyi (NCC) önderliğinde çalışmalarımız devam ediyor. İçinde yer aldığımız bu sistem, çalışanların iyi koşullarda çalışması, çocukların çalışmaması gibi iyileştirmeleri de beraberinde getiriyor. Her yıl daha az kimyasal ve daha az su kullanılması gibi şartlar var. Bu da maliyetleri düşürme avantajı yaratıyor. Bu sistemde çiftçinin yıllık değerlendirme toplantılarına katılması ve bu toplantılarda, her ülkenin özel koşullarına göre yeni yöntemler geliştirmesi de üreticilerden bekleniyor" dedi.

Bossa'dan sürdürülebilir üretim

Yükselişe geçen sürdürülebilir üretim konusunda önemli adımlar atan şirketlerden biri de Bossa. Geçtiğimiz ay Ulusal Pamuk Konseyi (UPK) ile İzmir Ticaret Borsası'nın (İTB) GDO'suz tohumdan pamuk üretme projesine katılarak 'GMO Free Turkish Cotton' etiketli ilk ürünü Türkiye'de üreten şirket, çevreci ürünlerle adından söz ettiriyor. Şirket, gerek kendi bünyesinde gerçekleştirdiği, gerekse müşterilerle ortak yürüttüğü 'sürdürülebilirlik' çalışmaları ile enerji kaynaklarının kullanımını da azalttı. Elektrik ve suyun yanında kimyasal kullanımında yüzde 10, doğalgaz tüketiminde ise yüzde 15 tasarruf sağlayan Bossa, hammaddenin organik ürünler tercih ediyor. Organic Exchange Blended'e üye olan Bossa'nın hazırladığı koleksiyonlar arasında yüzde 100 organik pamuk ile üretilen ürünler de var. Sahibi olduğu Organic Exchange Blended, GOTS (Global Organic Textile Certificate) sertifikaları doğrultusunda organik ürünler üreten Bossa ayrıca pamuğa göre daha sürdürülebilir olduğu bilinen keten ve tencel içerikli ürünler de kullanıyor. Geri dönüştürülmüş pamuk ile yapılmış denim çalışmalarına da devam eden Bossa, sadece üretim süreçlerinde değil





GÜNEŞİN ZARARLI IŞINLARI ORGANİK PAMUKLA ÖNLENDİ

Gaziantep Üniversitesi'nde (GAÜN), güneşin zararlı ışınlarından koruyan organik renkli pamuktan giysi üretildi. GAÜN Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Ali Kireççi, yaptığı açıklamada, doğal renkli pamuktan elde edilen kumaşların performanslarının saptanmasıyla katma değeri yüksek dokuma ve örgü kumaşların üretilebilirliğinin araştırılması kapsamında başlatılan projeye üniversite anlamında ilk olarak GAÜN'de 2003'te yüksek lisans çalışması olarak başladığını, daha sonra üniversiteden bilimsel araştırma desteği alarak kapsamlı bir proje haline geldiğini belirtti. Proje kapsamında Türkiye'de pamuk araştırma enstitüleri tarafından çaprazlama yöntemiyle geliştirilen doğal renkli pamukların tekstil sektörünün kullanımına hazır olup olmadığının incelendiğini ifade eden Kireççi, şöyle konuştu: "Proje kapsamında üretilen ipliklerin kalite değerleri incelenmiş ve daha sonra bu iplikler hem örgü hem de dokuma kumaşlara dönüştürülmüştür. Elde edilen kumaşların fiziksel ve konfor testleri sonrasında şu anda gelinen nokta, bu pamukların tekstil sektöründe rahatlıkla kullanılabilmesi ve önemli avantajlar sağlayacağı yönündedir. Birincisi, bu pamuklardan elde edilecek giysilerin üretimi sırasında ağartma, boyama ve yıkama gibi kimyasal işlem uygulanmamaktadır. Buna bağlı olarak hem işçilik maliyetleri aşağı çekilecek hem de çevre ve su kirliliğinin önüne geçilecektir."

Prof. Dr. Ali Kireççi, insan sağlığı için organik renkli pamuğun çok önemli olduğuna dikkati çekti. Cilt kanserinin en önemli nedenlerinden birinin ultraviyole ışınları olduğunu, özellikle yaz döneminde bu ışınlardan korunulması gerektiğini ifade eden Kireççi, şunları kaydetti: "Her kimyasal, insan vücudu için zararlı madde olarak düşünülmelidir. Kimyasalların ten yoluyla insan vücuduna geçmesi mümkündür. Bilindiği üzere, azo boyaların tekstil sanayisinde kullanımı kanserojen olmaları nedeniyle yasaklanmıştır. Renkli pamuklardan elde edilen giysilerin üretim sürecinde herhangi bir kimyasal işlem uygulanmadığından insan sağlığı açısından bilinen bir zarar mevcut değildir. Organik renkli pamuk, çevre kirliliğini azaltacak ve insanları zararlı kimyasallardan koruyabilecek bir üründür. Giyim sektörünün tüm alanında olmasa da özellikle iç giyim, tişört, pijama gibi insan teniyle yoğun olarak temas eden ürünlerde kullanılması önerilebilir. Diğer taraftan, bu pamuğun yazlık giysi üretiminde kullanılmasının sağlayacağı çok önemli bir katkı ise ultraviyole koruma faktörünün beyaz ve boyalı kumaş tiplerine göre yüksek olmasıdır, boyalı kumaşlara göre üç kat daha iyidir."

Organik renkli pamuğun kullanım alanının oldukça geniş olduğunu belirten Ali Kireççi, "Bu alanlardan biri de yeni doğan bebekler için sağlıklı kıyafetler üretmektir. Özellikle yeni doğan bebeklerin ve yaşlıların ciltleri alerjiye daha duyarlıdır. Bu giysiler normal giysilerle vücut arasında bariyer olarak kullanılabilir. Böylece zararlı kimyasalların vücuda geçmesini önleyen bir katman görevi yapabilir" dedi. Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde bazı çiftliklerde organik renkli pamuğun özel olarak üretildiğine dikkati çeken Kireççi, şunları kaydetti: "Biz, üzerimize düşen görevi yaparak projenin bilimsel tarafını sonuçlandırdık. Amacımız sanayicilerimizin bu projeyi üretime dönüştürmesidir. Ticari kuruluş olmadığımız için ürettiğimiz ürünleri satamıyoruz ancak sanayicilerimizle ortak çalışma yapmaya hazırız. Bu ürünün ülke ekonomisine önemli katkı sağlaması ve istihdam yaratma potansiyeli yüksektir. Bu konuda yatırım yapacak sanayicilerimize elde edilecek katma değer yüksek olacağını şimdiden söylemek mümkündür."



şirket içinde de geri dönüşüm projeleri yürütüyor. Bossa kimyasal kullanımını ise sahip olduğu OEKO-TEX belgesi ve REACH ile ilgili yürüttüğü kapsamlı çalışmalar ile tüm standartlara uygun olarak yapıyor. Bossa tüm bu çalışmalarını sürdürürken, çevreye ve doğaya verilebilecek hasarı minimuma indirmeyi hedeflerken, CEO'su Can Piyale de "Çevreci ürünlerimizle fark yaratmaya devam edeceğiz" diyor.

Akın Tekstil su tüketmeden kumaş üretti, ödül aldı

Çevreye duyarlı üretim yapan işletmeler arasında yer alan Akın Tekstil ise bu unvanını İstanbul Sanayi Odası'nın verdiği "Çevre Dostu Ürün ve Uygulama Ödülü"nü alarak perçinledi. Şirket, 'Su Tüketmeden Üretilen Kumaş: Waterless' ile büyük ölçekli kuruluşlar dalında 'Sürdürülebilir Çevre Dostu Ürün Jüri Özel Ödülü'ne layık görüldü. Tekstil halen birçok ürününü tabii gübrelerle yetiştirilmiş pamuk kullanarak ve bunları yine çevreye duyarlı boyalar ile mamul hale getirerek piyasaya sunuyor. Or-



ganik kumaş üretimi için iplik üretiminden başlayan tüm standartları 'Hollanda Control Union' firması tarafından kontrol edilen Akın Tekstil, bu sürecin sonunda aldığı Global Textile Standard (GOTS), Organic Exchange 100 Standard ve Organic Exchange Blended Standard sertifikaları ile üretim yapıyor.

Doğal kaynakları en verimli şekilde değerlendirilerek, atıkları azaltıcı geri dönüşüm teknikleri uygulayan işletmelerden bir diğeri ise Orta Anadolu Mensucat. Şirket bugün, Oeko-Tex, Organic Exchange 100 Standard, Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Exchange Blended Standart gibi birçok sertifikaya dayalı üretimini sürdürüyor. Şirket yetkilileri, "Çevre dostu malzeme ve prosesleri kullanmaya, çevre dostu ürünler geliştirmeye özen gösteriyoruz" derken, çevre konusunda sadece yasal şartları ve yükümlülüklerin koşulsuz ve zamanında yerine getirilmesiyle yetinilmeyerek; bu konuda uluslararası standartların da dikkate alındığını anlattılar.

Kom markasıyla üretim yapan Pisa Tekstil ise bugün 1999 yılında İngiliz belgelendirme kuruluşu olan NQA'dan aldığı ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ile kirliliğin önlenmesi, doğal kaynak tüketiminin azaltılması, atıkların geri kazanımı ve yeniden kullanımı ile ilgili projeler geliştirerek uyguluyor.

Ürünlerinde çevreci hammaddeyi tercih eden



ECOLABEL ETİKETİ NEDİR?

AB tarafından aranan Ecolabel etiketi, tekstil ürünleri için şu mesajları taşır: Su ortamına ve hava üzerine zararlı etkileri olan maddeler, elyaf üretimi sırasında sınırlı tutulmuştur. Alerjik reaksiyon riski azaltılmıştır. Geleneksel ürünlerden fazla çekme olmaz. Geleneksel ürünler kadar yıkama, kurutma ovalamaları ve ışık etkileşimlerine karşı rengini korur. Ecolabel etiketi Avrupa'da genellikle en az yüzde 90 tekstil lifleri içeren giyim ve aksesuarlar (mendil, eşarp, çanta, alışveriş çantaları, sırt çantası gibi, kemer, vb.), iç mekan tekstil ürünlerinde (paspas ve kilimler dâhil) aranır. Son yıllarda yapılan araştırmalar, AB'deki her beş tüketiciden 4'ünün, bağımsız kuruluşlarca kontrolü yapılan çevre dostu ürünleri satın almaya istekli olduklarını gösteriyor. Diğer taraftan AB'de, tüketicilerin Ecolabel etiketi taşıyan ürünleri tercih etmeleri konusunda, yoğun bir propaganda yapılmakta. Hatta bu etiketi taşımayan bir ürünü alan tüketiciye, ürünü aldığı yere veya üreticisine, neden ürünün Ecolabel etiketi taşımadığının sorulması telkin edilmekte.

BETTER COTTON INITIATIVE (BCI) PROGRAMI NEDİR?

Dünya çapında milyonlarca çiftçinin daha sağlıklı koşullarda pamuk üretmesini sağlamak için oluşturulmuş gönüllü bir program. Sektörün geleceğini garanti altına almak için 2005'te "Better Cotton Initiative" (BCI) adlı İsveç kökenli ticari amaç gütmeyen bir konsey kuruldu. Konsey, pamuk tedarik zinciri ve ilgili paydaşlarla işbirliği yaparak küresel pamuk üretimini çevresel, sosyal ve ekonomik anlamda sürdürülebilir kalmayı ve uzun vadede bu üretim kalitesini tüm dünyaya yaymayı kendine ilke edindi. Aynı zamanda küçük ve büyük pamuk çiftçileri için sosyal ve ekonomik faydaları iyileştirmeye çalışıyor. Bu girişim, bölgesel koşullara bağlı olarak pamuk üretimiyle ilgili oldukça fazla konuyu gündeme getirerek pamuk üretiminin önemli negatif etkilerine işaret etmeyi hedefliyor. Devamlı iyileştirme eylemlerinin daha fazla alana yayılması için belli bölgelerde mücadele ediyor. Bölgelere özgü strateji ve araçlarla uygulanan küresel prensipleri ve kriterleri oluşturmak BCI organizasyonunun yaklaşımını oluşturuyor. BCI uygulama stratejilerinin etkisini ölçmek için de bölgesel tabanlı göstergelerin kullanılması hedefleniyor.

Yataş ve İşbir gibi yatak üreticileri de insan sağlığına zarar vermeyen ürünler üretiyor. Okalip-tüs ağacından üretilen doğal liflerle ürün geliştiren Yataş'ın Viloft adını taşıyan yatağı, vücudun ısı dengesini düzenliyor. Yatak, aynı zamanda geri dönüşümlü. Soya özlerinden malzeme üreterek yatakta gereken ortopediyi sağlayan İşbir ise bu ürünün insan sağlığına zarar vermediğini de belgelemiştir.

Çevreye duyarlı farklı hammaddelerle üretim yapan şirketlerle ilgili örnekleri çoğaltmak mümkün. Önde gelen halı üreticilerinden Kartal Halı, doğayı koruma projesi kapsamında kavak ağacından elde ettiği ipliklerle halı üretti. Şirket, doğa dostu bu ürününü Domotex Fuarı'nda da sergiledi. Halı fuarında büyük ilgi çekti.



YURTDIŞI FUARLARLA MORAL BULDUK



Türk tekstil ve hazır giyimciler katıldıkları yurtdışı fuarlarda zor geçmesi beklenen 2012'ye güzel bir başlangıç yaptı. Ocak ayı içinde düzenlenen Heimtextil, Domotex ve Pitti Uomo'nun da aralarında bulunduğu yurtdışı fuarları ağırlıklı olarak Türk firmaları doldururken, büyük alıcıların da tercihi oldular. Yaşanan sipariş artışında Avrupalı oyuncuların kriz nedeniyle devre dışı kalmasının etkisi büyük oldu.

Avrupa pazarının önemli oyuncusu haline gelen Türk tekstil ve hazır giyimciler, katıldıkları fuarlardan büyük bir moralle döndü. Ocak ayı içinde düzenlenen Heimtextil, Domotex ve Pitti Uomo'nun da aralarında bulunduğu yurtdışı fuarları ağırlıklı olarak Türk firmaları doldururken, büyük alıcıların da tercihi oldular. Türk şirketler aldıkları siparişlerle zor geçmesi beklenen 2012'ye de güzel bir başlangıç yaptılar.

Krizin fırsata döneceğinin en büyük işareti ise Frankfurt'ta 11-14 Ocak 2012 tarihleri arasında düzenlenen dünyanın en büyük ev tekstili fuarı Heimtextil'den geldi. Broderi Narin, Lüks Kadife, Epengle, Bezci Tekstil, Er-Fun'un da aralarında bulunduğu 176 Türk firmasının katıldığı fuarda Türk şirketlerine bir yandan yoğun siparişler yönelirken, diğer yandan Avrupalı tekstil makinesi üreticileri tarafından ablukaya alındı. 61 ülkeden 2 bin 634 şirketin boy gösterdiği fuara İstanbul'dan 60, Bursa'dan 57, Denizli'den ise 46 firma katıldı. Türkiye katılımcı şirket sayısı bakımından 5'inci olurken, fuara Türk ziyaretçilerin de katılımı yoğun oldu. Fuarı ziyaret eden isimler arasında Türkiye'nin Frankfurt Başkonsolosu İlhan Saygılı ve Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel'in yanı sıra Denizli Valisi Abdülkadir Demir, AK Parti Denizli Milletvekili Nihat Zeybekçi, Denizli Belediye Başkanı Osman Zolan ve Denizli Ticaret Odası Başkanı Necdet Özer de yer aldı. Vali Demir, izle-



nimlerini anlatırken, "Beni en çok etkileyen, Denizli'de fabrikalarda çalışan insanlarımızın emeklerini burada görüyoruz. Demek ki, insanlarımız yüreklendirilirse, yapamayacakları bir şey yok" dedi. Nihat Zeybekçi ise "23 yıl önce ilk kez bu fuara gelmişim. 1993 yılına kadar bu fuarda Denizlili hiç bir firma yoktu. Oysa bugün 46 firma var. O zamanlar 'Acaba biz de bu şekilde üretimler yapabilecek miyiz' şeklinde iç geçirerek fuarı dolaşırdık. Şimdi ise Denizli imrenilerek bakılan bir şehir haline geldi" dedi.

Fuar sonrası değerlendirmede bulunan Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Kocasert ise dünyanın en büyük tekstil fuarları arasında yer alan Frankfurt Heimtextil Fuarı'nda olumlu bağlantıların yapıldığını belirtti. Fuarın genel olarak firmaların beklentilerini karşıladığını kaydeden Kocasert, fuarda Belçikalı tasarımcılar tarafından 'Turkish Home Textile' ve 'Turkish Towel' konseptiyle tasarlanan 60 metrekaresel Türk Evi'nin büyük ilgi gördüğünü bildirdi. Ev şeklinde düzenlenen standın banyo bölümünde yer alan ürünlerin Denizlili firmalar tarafından tasarlandığını ifade eden Kocasert, "Türk Evi'ndeki her ürünün üzerine, ait olduğu firmanın kısa bir künyesi ve stand numarası etiketlendi. Birçok ziyaretçi, firma ziyaretlerini bu etiketleri referans alarak gerçekleştirdi. DENİB olarak, Heimtextil Fuarı'nın 2012 yılı ihracatına pozitif yansımalarının olacağına inanıyoruz. Uluslararası fuarlara yönelik tanıtım çalışmalarımız artarak devam edecek" dedi.

Fuara katılan Özdilek Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Özdilek de fuara gelişmekte olan ülkelerin katılımının fazla olduğunu ve Türkiye'nin de en ön sıralarda bulunduğunu söyledi.



Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGIS) Başkanı İsa Dal da fuarda Türk firmalarının yenilenmiş dekorasyonları ve sergiledikleri koleksiyonlarla, bir zamanlar hayranlıkla izledikleri Portekiz stantlarını gölgede bıraktığını söyledi. Sektördeki gelişmelerin gurur ve ümit verici olduğunu ifade eden Dal, "Denizli, 3 milyar Amerikan dolarına ulaşan ihracata sahip bir şehir. 1.5 milyar dolar tekstil ihracatı yapan ve dünyanın en önemli fuarlarından birine sadece ev tekstili alanında 46 firma ile katıldı. Bana göre Denizli devasa cüssesine rağmen, sesini duyuramayan bir dev konumunda" dedi.

Burkay: Önemli bağlantılar yaptık

Fuar dönüşü bilgi veren Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burkay ise Türk firmalarının Heimtextil'de önemli satış bağlantıları gerçekleştirdiğini söyledi. Avrupa'da yaşanan krizin sadece müşterilerini değil, rakiplerini de etkilediğini söyleyen UTİB Başkanı İbrahim Burkay, "Avrupa'da yaşanan kriz önemli oyuncuların devre dışı kalmasına neden oldu. Bunların yerini Türk firmaları dolduruyor. Belirli bir kaliteye alışan Avrupalı müşteri Çin, Endonezya veya Pakistan yerine artık bizleri seçiyor, ya sipariş veriyorlar ya numune istiyorlar. 5-6 yıldır peşinde olduğumuz alıcılar kendileri geldiler. Çünkü Avrupa'da çalıştıkları üreticilerin çoğunun ya kapasitesi düştü ya da kapandı" dedi.

Türkiye'nin tekstil ihracatında kriz öncesi yıl 2008'i aştığını ve o sene 6.8 milyar dolar olan ihracatın 2011'de 3.2 milyar doları ev tekstilinden olmak üzere 8 milyar dolara çıktığını ifade eden İbrahim Burkay, "2011'de, 2010'a göre yüzde 24 artış var. 2012'de 9.5-10 milyar dolarlık tekstil ihracatı bekliyoruz. 3.5 milyar doları ev tekstili olacak. Ev tekstili ihracatımızın 1.7 milyar dolarlık kısmını Avrupa Birliği (AB) ülkelerine yapıyoruz. Tekstilde birinci pazar Rusya, ev tekstilinde ise Almanya" diye konuştu. Sektörde kapasite artışı yatırımlarının arttığını da belirten Burkay, şunları söyledi: "Bu yüzden Heimtextil'e makine üreticileri de akın etti. Tekstil makinesi satan firmalara moral kaynağı olduk. AB'de krizin tekrar derinleşmesi bütün dünyada negatif algı yayıyor. Makineler bize 'Bu fuarda, İtalyan ve Belçikalılarla, Fransızlarla konuşunca moralimiz bozuluyor ama Türklerle konuşunca düzeliyor' diyorlar. 2012 için Avrupalılardan iyi bir şey duyan yok. Biz ise yatırıma devam ediyoruz. Çünkü Avrupalı üreticiler ciddi güç kaybediyor. Onlardan pazar alıyoruz. Üzücü ama AB'nin krizi Türkiye için fırsata dönüşüyor."

Ayın Konusu

İtalya'nın en önemli ev tekstili merkezlerinden Komo'da da önemli bir değişim yaşandığını anlatan İbrahim Burakay, "Komo'daki firmaların da hepsi bizimle çalışmaya başladı. Onlar önceden İtalyan ve Fransızlarla çalışıyordu. 2011'de krizdeki AB ülkelerine Türkiye'nin tekstil ihracatı yüzde 24 artış sağladı. Bu da anlattığımız sürecin kanıtıdır" dedi.

Küçükçalık: Yeni pazarlara açılacağı

Fuara en iyi şekilde hazırlandıklarını anlatan Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Yaşar Küçükçalık da "Fuarın mevcut pazarlarımızı büyütme ve yeni pazarlara açılma konusunda bize fırsat sunacağına inanıyoruz" dedi. Dünyada küresel bir krizin yaşandığını hatırlatan Küçükçalık, "Türkiye bu krizi fırsata çevirebilir. Çünkü Türkiye, 4 saatlik uçuş mesafesinde 56 ülkenin bulunduğu bir coğrafyada yer alıyor. Nitelikli iş gücü sayesinde Türk ev tekstili üreticileri moda ürünleri hızlı ve kaliteli üretme becerisine sahip. Fuarda yeni iş bağlantıları yapacağımıza inanıyoruz" diye konuştu. Küçükçalık, "Türk ev tekstili sektörü dünya ev tekstili sektöründe sözü geçen, üretim ve ihracat kapasitesiyle dünyaya yön veren ilk üç ülkeden biridir. Kalite anlayışımız ve binlerce yıllık kültürel birikimimizle oluşturduğumuz tasarım zenginliğimizle, dünyada öncü olabilmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Son birkaç yıldır hazırlamış olduğumuz zengin koleksiyon ve müşterilerimize sunduğumuz farklı seçenekler, onların ürün seçiminde değişik ve rahatlık yarattı. Her müşteriye farklı koleksiyon sunabilecek zenginlikteyiz. Biz yeniliği ve farklılığı satıyoruz" dedi.

Domotex'te Türk halıcular göz doldurdu

Heimtextil'den sonra Türk şirketleri açısından en hareketli geçen fuarlardan biri de Almanya'nın Hannover kentinde düzenlenen Domotex Halı ve Yer Döşemeleri Fuarı oldu. 14-17 Ocak tarihleri arasında yapılan ve 70'i aşkın ülkeden bin 400 firmanın katıldığı fuara, halıcılık sektöründe dünyanın en hızlı büyüyen ülkesi olan Türkiye damgasını vurdu. Türkiye bu yılki fuara 151 firmayla katıldı. Fuara firma katılım sıralamasında üçüncü sırada bulunan Türkiye, en çok metrekareye stant kuran ülke sıralamasında ise birinci oldu. 40 bin civarında profesyonel ziyaretçinin gezdiği fuarla ilgili izlenimlerini anlatan İstanbul Halı İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yil-

maz, "Türk halıcılığı artık dünyada bir markadır. Bunu katıldığımız Domotex Fuarı'ndaki ilgiden de gördük. Bu yıl 151 firmayla büyük bir katılım gösterdik. Geçen yıl 1 milyar 630 milyon dolarlık ihracat yaptık. Bu yılki hedef daha da büyük. Bu sektörde en büyük rakibimiz olan Belçika'yla kafa kafaya geldik. Dünyada önemli bir marka olduk. Firmalarımız bu yolda hızla ilerlemede. Özellikle Gaziantepli firmalardan bazıları dünya markası olma yolunda hızla ilerliyor" dedi.

Fuara katılan Dinarsu Halı Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Özveren ise son model makineleriyle duvardan duvara halılara 9 megapiksel kameradan çekilen fotoğraf ile motif işleyen tek firma olduklarını belirterek, "Ev ve iş yerlerine hitap eden ürünlerimiz dünya çapında büyük ilgi görüyor. Her yıl yüzde 40 civarında büyütüyoruz" dedi.

Türk firmalarının Domotex fuarında ciddi anlamda değer kazandıklarını belirten Merinos Halı Avrupa Genel Müdürü Çağlar Kepekçi ise "Türkiye'de gelişen halıcılık sektörü artık dünya bazında lider bir sektör. Merinos olarak halı üretiminde dünyada ilk sırayı almış bulunuyoruz. Yüzde 90 yeni ürünlerimizi tanıttığımız bin 300 metrekare alanda 70 personelimizle hizmet verdik" diye konuştu.

Avrupa'daki ekonomik sıkıntılara rağmen beklentilerinin büyük olduğunu dile getiren Sa-



ray Halı Genel Menajeri Ayberk Menevşe de "Saray ve Tiffany Halı olarak 40'a yakın kalite ile fuarda yer aldık. Avrupa'da krize rağmen beklentimiz büyük" diye konuştu.

Kaşmir Halı Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Topçuoğlu, dünya halı sektörünü bir araya getiren Demotex fuarının kendileri için de önemli bir fuar olduğunu vurgulayarak, "Farklı yaş gurubuna hitap eden değişik kalitelere yeni koleksiyonlarımız ve ürünlerimizle katıldık" dedi.

Fuara katılan Türk firmalarından Kartal Halı Yönetim Kurulu Başkanı Fahrettin Kaplan ise "Uluslararası pazarda Kartal, iç pazarda Sanat Halı olarak tanınıyoruz. Biz bölgelere göre halı üreten, gerekirse kişiye özgü çizim yapan bir firmayız. Fuardan çok memnunuz" açıklamasında bulundu.

Royal Halı & Pierre Cardin Halı İhracat Müdürü Emre Özkaya, "Fuarda özellikle Ebru Halı sergimiz çok beğenildi. Standımızda yaptığımız Ebru Halı gösterisi bir anda fuarın gözdesi oldu. Katılımcılar, standımızda bizleri yalnız bırakmadılar. Ayrıca katılımcılar birebir kendileri Ebru Halı yaparak kendi oluşturdukları ebru motiflerini halıda görme fırsatı buldular" diye konuştu.

Domotex Fuarı'nı ziyaret eden Hannover Başkonsolosluğu Ticaret Ataşesi M. Kudret Ceran



ise "Ülkemizde son yıllarda halı ve yer döşeme sektörü büyük bir aşama kaydetmiştir. Bu başarısı, yakaladıkları kaliteyi ihtisas fuarlarında iyi sergilemelerinden de kaynaklanmaktadır. Bu gelişmelerden gurur duyuyoruz" dedi.

Pitti Uomo'ya katılanlar da memnun

Bu yıl 81'incisi düzenlenen İtalya'nın ve moda dünyasının köklü fuarlarından olan 'Pitti Uomo'da da Türk markaları yoğun ilgi gördü. 10-13 Ocak tarihleri arasında İtalya'nın Floransa kentinde 1000'in üzerinde markanın stand açtığı fuara katılan Türk firmaları, yaptıkları değerlendirmede, fuarda gördükleri ilgi ve alakadan duydukları memnuniyeti dile getirirken, Türk markalarının yoğun ilgi gördükleri gözlemlendi.

İtalya'nın başkenti Roma'da ilk Türk giyim mağazasını 2005 yılında açan LTB markasının sahibi CAK Tekstil'in yöneticisi Fatih Cakoğlu, 2001 senesinden beri Pitti Fuarı'na katıldıklarını belirterek, "Pitti Fuarı'nın bizim için ticari anlamının yanı sıra imaj bakımından da ciddi önemi var. Bakıtığınız zaman ağırlıkta İtalyan pazarına hitap eden bir fuar gibi gözükse de imajının önemi çok büyük" dedi. İtalya'daki ağlarını genişletmek istediklerini ifade eden Cakoğlu, "Ağı genişletmekle birlikte mağaza kalitesine, bunun yanında da franchisinge ağırlık vermek istiyoruz. 2012'de Milano'da bir mağaza açacağız" diye konuştu. Cakoğlu, krizi hissetmiyor olmadıklarını, satışlardan memnun olduklarını sözlerine ekledi.

Ramsey firmasının marka direktörü Zeynep Aksu da Pitti Fuarı'na uzun yıllardır ziyaretçi olarak katıldıklarını, bu yıl ilk kez bir stand açtıklarını bildirdi. Pitti Fuarı'na katılmaktan duydukları memnuniyeti dile getiren Aksu, "Koleksiyonumuzun en önemli parçalarından bir derleme yaparak fuara gittik. Çok mutluyuz. Dünyanın dört bir tarafından gelenler oldu. 'Franchising' almak için ilgi çok büyük. Koleksiyon çok ilgi gördü. Özellikle detaya gösterdiğimiz ilgi, insanların çok dikkatini çekti" ifadelerini kullandı. Pitti Fuarı'nın çok geniş bir yelpaze sunduğunu aktaran Aksu, sözlerini şöyle sürdürdü: "Tunus, ABD, Azerbaycan, İngiltere'den müşterilerimiz geldi. Çok geniş bir yelpaze. Dolayısıyla burası erkek giyimde bir premier lig. Burada bu ürünleri sergiliyor olmak, sadece İtalya pazarına değil birçok pazara hitap etmenizi sağlıyor."

Bu arada Ocak ayı içinde gerçekleşen yurtdışı fuarlarla ilgili bir değerlendirme yapan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekçi, "Fuarlarla ilgili birçok arkadaşımızla konuştuk, hepsi çok memnun. Hâlbuki kriz var... Fuara katılan firmaların yüzde 90'ı çok memnun, çünkü Avrupa'da üretim yapan birçok firma şu anda üretimine ara vermiş durumda" dedi.

İSTANBUL'DAKİ FUARLAR ORTADOĞU VE KOMŞU ÜLKELERİN ALIM MERKEZİ OLUYOR



İstanbul'da düzenlenen yılın ilk fuarı IFEXPO, Ortadoğu ve komşu ülkelerden gelen alıcıların akınına uğradı. Özellikle Rusya ve Ukrayna'dan gelen müşteri sayısındaki artışta vizelerin kaldırılması ve fuarın 6. Deri Moda Fuarı ile eş zamanlı düzenlenmesinin de etkisi büyük olurken, şimdi tekstil ve hazır giyimciler şubatta yapılacak Collection Première İstanbul (CPI) ve İstanbul Fashion Week'ten (IFW) de aynı performansı bekliyor.

İstanbul'da düzenlenen fuarlar, müşteriye, alternatif pazar arayan Türk tekstil ve hazır giyimcilerin ayağına getirmeye başladı. Bunun ilk örneği de Ocak ayı içinde İstanbul'da düzenlenen IFEXPO Fuarı'nda yaşandı. 17-19 Ocak tarihleri arasında düzenlenen Hazır Giyim, Triko, Çorap, Jean, İç Giyim, Konfeksiyon Yan Sanayi ve Aksesuarları Fuarı (IFEXPO 2012), başta İran ve Irak olmak üzere Rusya, Ermenistan, Gürcistan, Moldova, Ukrayna gibi birçok Avrasya ve Ortadoğulu alıcıların akınına uğradı. Özellikle Rusya ve Ukrayna'dan gelen müşteri sayısındaki artışta vizelerin kaldırılması ve fuarın; 6. Deri Moda Fuarı ile eş zamanlı düzenlenmesinin de etkisi büyük oldu. Avrupa'daki kriz sonrası yılın ilk fuarı olması nedeniyle büyük önem taşıyan IFEXPO'da elde edilen başarı, yılın geri kalanında yapılacak fuarlar için de umut haline geldi. Şimdi tekstil ve hazır giyimciler şubatta yapılacak Collection Première İstanbul (CPI) ve İstanbul Fashion Week'e (IFW) odaklandı. Sektör temsilcileri eşzamanlı düzenlenecek her iki etkinliğin de İstanbul'u bir alım merkezi haline gelebileceğini belirttiler.

15 bini aşkın ziyaretçi gezdi

Türk tekstil sektörünün dünyada ön plana çıktığı önemli niş üretim alanlarından çorap, iç giyim ve mayo özel bölümlerinin yer aldığı IFEXPO 2012 Fuarı'na bu yıl 15 bini aşkın ziyaretçi geldi. An-

cak bu yılki fuar, ziyaretçi sayısından çok, dünya tekstil piyasasında Türkiye'nin üretim gücünü, kapasitesini, koleksiyonlarını ve niş alanlardaki ürünlerini yeni pazarlara ve farklı hedef kitlelere ulaştırmada önemli rol üstlendi. 100'ün üzerinde firma ve markasının yer aldığı IFEXPO 2012, 9 bin metrekare kapalı alanda ve 12 salonda yapıldı. Fuara tanıtım çalışmalarının yapıldığı Rusya, Ukrayna, İran, Azerbaycan, Gürcistan, Ürdün, Mısır ile Ortadoğu ve Balkan ülkelerinden yoğun alım heyetleri geldi.

Fuarın katılımcılarından Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGİS) Yönetim Kurulu Başkanı İsa Dal, fuarda özellikle İran, Irak ve Kafkas ülkelerinden gelen birçok firmanın



Türk iç giyim ve çorap firmalarıyla anlaşma yaptığını söyledi. Dal, "Bu fuar bize önümüzdeki pazarın Avrupa'yla sınırlı olmadığını daha net bir şekilde gösterdi. Avrupa pazarına biz gidiyoruz, örnek gösteriyoruz. Ama İran, Irak, Beyaz Rusya, Ermenistan, Gürcistan, Moldova, Ukrayna gibi birçok Avrasya ülkesi gelip bizim koleksiyonlarımıza bakıp ürün tercihi yapıyor. Pazar müşterisi ayağımıza kadar geliyor" dedi. Batı pazarındaki müşterilerini kaybetmeden Avrasya tekstil pazarına da hâkim olmak istediklerini dile getiren Dal, şunları söyledi: "Niş fuarlarla, yani sadece spor giyimi, iç giyim gibi fuarlarla daha çok ihracat yapacağımız kanısındayım. Kendimizi tanıtmanın, ürünlerimizi tanıtmanın en iyi yolu niş fuarlar. Burada sıkı pazarlıklar yapıp, sergilediğimiz koleksiyonlarımızla yeni müşteriler elde ettiğimiz an, 2023 ihracat hedefini yakalamak çok da zor olmayacaktır. Bakıyoruz İran ve Irak giyimde yönünü tamamen Türkiye'ye dönmüş durumda. Avrupa'daki kriz, Avrupalı şirketlerin güvenilirliğini sarsınca Türkiye'ye bir müşteri akını başladı. Bizim Avrupa'nın bu dezavantajını avantaja dönüştürmemiz gerekiyor" diye konuştu. Dal, "Özellikle İranlı firmalar, ülkelerinin iç giyim ihtiyacını Türkiye'den karşılamak istiyor. Çorap ve iç giyim konusuna biraz daha ağırlık verdiğimiz anda İran pazarında etkimiz daha da artacaktır" dedi.

TÜYAP İcra Kurulu Başkanı Serdar Yalçın ise 2011 yılında 90'ın üzerinde fuar yaptıklarını, fuarlarda Ortadoğu, komşu ülkeler ve doğu

bölgelerinden alışılmışın dışında ziyaretçi artışı olduğunu ve 2012 yılının da başarılı bir yıl olacağını belirterek, "Öncelikle iç giyim, çorap, mayo alanında niş bir fuar yapmaya karar verdik. Kısa sürede hayata geçen bu fuar sadece bir başlangıç projesidir" dedi. Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Nedim Örün de, dolar bölgesi ülkelerine ağırlık verdiklerini ifade ederek, "Kriz zamanlarında çok daha fazla çalışmamız, etkinlik yapmamız gerektiğine inanıyoruz. Krizin olmadığı ülkeleri seçmek zorundaydık, onlara odaklandık. 10 civarında ülke ve iç pazara odaklandık" diye konuştu. Örün, fuarın, ağırlıklı Rusya ve Ukrayna'dan alıcıların geldiği 6. Deri Moda Fuarı ile aynı tarihlerde düzenlenmesinin, kendileri açısından olumlu olduğunu söyledi. Bu arada IFEXPO'da bu yıl ilk kez çorap, iç giyim ve mayo özel bölümü düzenlenirken sektör yetkililerinin verdiği bilgiye göre Türkiye iç giyim üretiminde ve ticaretinde yüzde 8.2 pay ile Çin ve Hong Kong'dan sonra dünyada üçüncü sırada yer alıyor. Toplamda 1 milyar 409 bin dolarlık ihracat hacmine sahip olan çorap sektöründe ise Türkiye üretimde Çin'in ardından ikinci, ihracatta ise Çin ve İtalya'nın ardından üçüncü sırada yer alıyor.

Şubat'ta iki önemli etkinlik

Ocakta yapılan IFEXPO'nun ardından düzenlenecek bir diğer fuar 9-11 Şubat 2012 tarihleri arasındaki Collection Première İstanbul (CPI) olacak. Fuar Türk markalarının yanı sıra GAP, Tommy Hilfiger, H&M ve Next gibi dünya devi zincir mağazalara ve alıcı firmalara koleksiyon hazırlayan Türk hazır giyim üreticilerini de yabancı alıcılarla bir araya getirecek. Fuara Avrupa'dan Mat Fashion (Yunanistan), Bluegreen (Yunanistan) ve Suprema 90 (İtalya), Theone Backos (ABD) gibi firmalar da katılacak. CPI'da gelinlik, damatlık ve abiye firmaları da en yeni koleksiyonlarını alıcılara sunacak. Fuarda Wedding Özel Bölümü de yer alacak. Fuar için hedef ziyaretçi bölgeleri Avrupa, Rusya Federasyonu ve BDT ülkeleri, Balkanlar, Kuzey Afrika ülkeleri, Ortadoğu ve Körfez ülkeleri olarak belirtildi. 15 bin profesyonel ziyaretçinin beklendiği CPI, İHKİB tarafından organize edilen İstanbul Fashion Week ile eş zamanlı gerçekleştirilecek. Geçen yılki CPI Fuarı'nı bin 411'i yabancı olmak üzere toplam 10 bin 579 profesyonel ziyaret etmişti.



Türk moda endüstrisinin dünyaya açılan penceresi olarak kabul edilen İstanbul Fashion Week (IFW) ise her sene olduğu gibi yine Taksim Tepebaşı'nda 8-11 Şubat 2012 tarihleri arasında 6'ncı kez gerçekleştirilecek. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) önderliğinde Moda Tasarımcıları Derneği (MTD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) işbirliğiyle düzenlenen IFW'ye katılan marka ve tasarımcılar, '2013 Sonbahar-Kış' koleksiyonlarını da tanıyacak. Moda coşkusunun yaşanacağı IFW, AdL&Cengiz Abazoğlu, Awa ve Giovane Gentile'ye de ev sahipliği yapacak. Etkinliğin İstanbul'un moda haftaları içindeki değeri ve yerini de artırmaması bekleniyor.

ANNE BEBEK VE ÇOCUK ÜRÜNLERİ FUARI'NDA DOĞAL ÜRÜNLER AĞIRLIKTAYDI



Ef-Em Fuarçılık tarafından bu yıl 22'ncisi düzenlenen Anne Bebek ve Çocuk Ürünleri Fuarı'na bu yıl da organik ürünler damgasını vurdu. 19-22 Ocak 2012 tarihinde İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen fuarda en son yenilikler sergilenirken, katılımcı sayısı bakımından da rekora ulaşıldı. Fuarda bu yıl 350'den fazla firma 40 bin metrekarelik alanda görücüye çıktı. Tekstilden mobilyaya, araç gereçten kozmetiğe, oyuncaktan gıdaya, hizmet kuruluşlarından sağlık kuruluşlarına kadar pek çok sektörden firmaları bir araya getiren fuar 50 bini aşkın kişi ziyaret ederken, fuar yurtdışından da 2 bini aşkın alıcıyı ağırlayarak ticari bağlantıların yapıldığı önemli bir platform haline geldi.

Fuara, Türkiye'de 1967'den beri ilk bebek trikosunu üreten Sevil Triko da geniş çeşitleriyle katıldı. BabyNEO, yeni doğal bebek ürünlerini ziyaretçilerine tanıttı. BabyNEO'nun en ilgi çeken ürünü yıkanabilir bebek bezleri oldu. Şirket ayrıca polyester yerine ilk kez yüzde 100 organik pamuktan üretilen polar battaniyeleri de tanıttı. Fuarda ayrıca tanıtılan ürünler arasında yer alan organik emzirme minderi, alıştırma kütötları, mama ve salya önlükleri, alt açma peti, omuz bezi, değişik tipte havlular, hem plajda hem de havuzda kullanılabilen yıkanabilir bebek bezi mayoları ilgi gördü.

Yastık ve yorgan markası Penelope ise yeni uyku ürünleriyle fuarda yer aldı. Şirket, Türkiye'de ilk defa üretilen bambu dolgulu bambu-kun kumaşıyla tasarlanan çocuk yastık ve yorganlarını tanıttı. Maya Tekstil tarafından üretilerek Penelope Bamboo markasıyla satışa çıkan yastık ve yorganlar nemi yok etme ve çabuk kuruma özelliği yanında, bambunun doğal anti bakteriyel özelliklerini taşıyor. Ürün, doğal sıcaklığın yanı sıra hava geçirgenliği ile uyku süresince terlemeyi önüyor. Fuar ayrıca hazır giyim ürünlerinin yanında beslenme ürün ve araçları, dergi ve yayınlar, diyabetik gıdalar, güvenlik, kozmetik ürünler, mobilya, oyuncak, puset, araba, bisiklet, sağlık ve temizlik ürünleri gibi pek çok ürün grubunda da yeniliklere sahne oldu.



Üyelerimizden Sevil Triko'nun fuarda sergilediği bebek ürünleri katılımcıların beğenisini topladı.

BEBEK GİYİMİNDE EN FAZLA İHRACAT ALMANYA'YA

BEBEK GİYİM İHRACATI (2010)

Ülkeler	İhracat (Bin Dolar)
Almanya	23.808
İngiltere	16.690
İspanya	12.579
Fransa	7.948
İtalya	7.003
Belçika	6.106
Hollanda	5.280
Kazakistan	4.451
Danimarka	3.623
İsveç	3.118
Yunanistan	3.067
Rusya	2.765
İsviçre	1.766
Kırgızistan	1.630
İrak	1.395
Bosna Hersek	1.338
Norveç	1.321
ABD	1.066
Polonya	1.001
Avusturya	993.0
Tüm ülkeler toplam	118.592

BEBEK GİYİM İTHALATI

Ülkeler	İthalat (Bin Dolar)
Bangladeş	15.948
Çin	11.669
Hindistan	6.570
İspanya	1.231
Srilanka	901.4
Mısır	601.1
Vietnam	546.5
İtalya	505.2
İngiltere	464.1
Tayland	336.1
Endonezya	320.9
Fas	274.0
Bulgaristan	268.6
Pakistan	239.5
Portekiz	238.6
Tunus	205.2
Malezya	120.6
Burma	110.9
Filipinler	104.8
Almanya	94.1
Tüm ülkeler toplam	41.358

Türkiye, bebek giyim sektöründe en fazla ihracatı Almanya'ya yaparken, en fazla ithalatı ise Bangladeş'ten yapıyor. Dünyanın 5'inci büyük hazır giyim ihracatçısı olan Türkiye, 2010 yılında yaptığı yaklaşık 120 milyon dolarlık bebek giyim eşyası ihracatının yüzde 20'sini Almanya'ya gerçekleştirdi. Bu ülkeye 23 milyon 808 bin dolarlık bebek giysisi satılırken Türkiye'nin ihracatında 16 milyon 690 bin dolarla İngiltere ikinci, 12 milyon 579 bin dolarla İspanya üçüncü sırada yer aldı. Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi verilerine göre hazır giyim sektörünün alt sektörlerinden olan bebek giyim sektörü, Türkiye'de 1990'lı yıllarda gelişmeye başladı. Üreticilerin çoğu Bursa, İstanbul, Denizli ve İzmir'de bulunurken, bebek ve çocuk giyimi üretiminin yüzde 80'i ise Bursa'da gerçekleştiriliyor. Ülke genelindeki 4 binden fazla üretim atölyesinde 60 binden fazla kişi bebek giyim sektöründe istihdam ediliyor.

Türkiye'de son yıllarda sağlığa zarar vermeyen maddelerden ve organik pamuktan üretilmiş bebek giyim eşyalarının üretimi de arttı. Yetkililer, sektörün en büyük eksikliği olan tasarım yetersizliğinin ise bilgisayar destekli tasarım modelleri ve kalifiye personel kullanımı sayesinde ilerleyen yıllarda aşılacağını belirtiyor.



Türkiye'nin 2007 yılında en yüksek seviyeye ulaşan bebek giyim ihracatı, 2009 yılında dünya pazarlarında yaşanan daralmanın etkisiyle yüzde 27 azalarak 101 milyon dolara geriledi ancak 2010 yılında yüzde 16.7 artışla 118 milyon 592 bin dolara ulaştı. Türkiye'nin 2010 yılı toplam bebek giyim ihracatının yüzde 70'ini oluşturan örme bebek giyim eşyası içinde pamuktan bebek giyim eşyası yüzde 92 paya sahip.

Bebek giyim sektöründe en fazla ihracat yapılan ülke, yüzde 20 pay ile Almanya oldu. Küresel ekonomik krizin de etkisiyle bu ülkeye ihracat 2009 yılında yüzde 19.3 oranında azaldı ancak 2010 yılında yüzde 13 artışla yeniden toparlandı. Türkiye 2010 yılında Almanya'ya 23 milyon 808 bin dolarlık bebek giysisi sattı. Türkiye'nin ihracatında 16 milyon 690 bin dolarla İngiltere ikinci, 12 milyon 579 bin dolarla İspanya üçüncü, 7 milyon 948 bin dolarla Fransa dördüncü, 7 milyon dolarla da İtalya beşinci sırada yer aldı.

Türkiye'nin bebek giyim ithalatı da 2003 yılından bu yana düzenli biçimde artıyor. Söz konusu sektördeki ithalat, 2009'da yüzde 5.8 artışla 32.7 milyar dolara, geçen yıl da yüzde 26.6 artışla 41 milyar dolar seviyesine çıktı. Türkiye'nin bebek giyiminde en fazla ithalat yaptığı ülke ise Bangladeş oldu. Bebek giyim ithalatının yüzde 39'u bu ülkeden yapıldı. İthalatın yüzde 28'i Çin'den, yüzde 16'sı Hindistan'dan, yüzde 3'ü ise İspanya'dan gerçekleştirildi.

ALIM GRUPLARI “YENİDEN TÜRKİYE” DEDİ



Döviz kurlarında yaşanan yükseliş, Arap Baharı ve Çin'in pahalalanmış olması alım gruplarının yönlerini yeniden Türkiye'ye çevirmelerini sağladı. Geçmişte fiyat tutturamamaktan dolayı müşterilerini rakip ülkelere kaptıran Türk üreticiler artık bu müşterilerini yeniden geri kazanıyorlar. M&S'dan Zara'ya, Tesco'dan Gerry Weber'e kadar dünyaca ünlü alım gruplarının 2012 yılında Türkiye'den yaklaşık 5 milyar dolarlık alım yapmaları bekleniyor. Bu şirketlerin 2012'nin ikinci yarısından itibaren Türkiye'den yaptıkları alımlarını artırmaları da beklentiler arasında.

Bundan yaklaşık 7-8 yıl öncesinde Türkiye'de hazır giyim ve tekstil sektörlerinin bittiği, bunların yerini doldurabilecek yeni sektörlerin aranması gerektiği konuşuluyordu. Ancak insanların yeme-içme, barınma gibi doğal ihtiyaçlarından biri haline gelen giyinme de insanlar var oldukça yok olmayacak bir ihtiyaç. Bu da hazır giyim ve tekstil sektörlerinin, insanın var oldu sürece, var olacaklarını gösteriyor. Zaman zaman bu sektörlerin rekabet güçleri rakiplerin ataklarına göre azalıp artsa da Türkiye bu alanda önemli bir yere sahip. Son yıllarda yaşanan gelişmeler de bu gerçeği bir kez daha gözler önüne serdi.

Uzakdoğulu üreticilerin yarattıkları fiyat rekabetine Mısır, Tunus, Fas gibi ülkeler de eklenince Türk üreticiler müşterilerini bu ülkelere kaptırmışlardı. Ancak rüzgâr yine Türkiye'nin lehine esmeye başladı. Geçtiğimiz yılın ikinci yarısından itibaren etkisini göstermeye başlayan ve bazı ülkelere hâlâ etkileri görülen Arap Baharı, Türkiye'nin yıldızının yeniden parlamasını sağladı.

Buna döviz kurlarında yaşanan yükseliş ve küresel krizin ardından Avrupa ülkelerinde baş gösteren kriz de eklenince, Avrupalı alım grupları alımlarını yeniden Türkiye'ye çevirdi. Tesco'dan M&S'a, Zara'dan Gant'a kadar dünyaca ünlü markalar Türkiye'den alımlarını artırmaya başladılar. Bu yıl dünyaca ünlü bu markaların Türkiye'den yaptıkları alımlarının 5 milyar dolarlık bir hacme ulaş-

ması bekleniyor. Türkiye için sevindirici bir gelişme daha yaşanıyor. 2009 yılında fiyat tutturamamak gerekçesiyle Türkiye'deki alım ofislerini kapatan, çok küçülten uluslararası markalar, yeniden Türk üreticilerden fiyat araştırması yapmaya başladılar.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Cem Negrin, alım gruplarının bu yıl Türkiye'den yapacakları alımların 5 milyar dolar seviyesine ulaşmasını beklediklerini söylüyor.

2012'nin ikinci yarısından itibaren Türkiye'den yapılan alımların artmasını beklediklerini belirten Negrin, Zara'nın tek başına yılda 1 milyar dolar, Li Fung'un da 600 milyon dolarlık mal

aldığını, Türkiye'de ofisi olan 12 büyük markanın toplam alımının ise 5 milyar doları bulacağını ifade etti. "AB çevresinde bize rakip olabilecek hiçbir ülke yok" diyen Negrin, 2012'nin ortalarına doğru alımların daha da artacağını söyledi.

Müşteriler geri geliyor

Tekstil ve konfeksiyonda Türkiye, Çin ile birlikte dünyanın iki büyük oyuncusundan biri haline geldi. Kriz nedeniyle büyük alımlardan çok, küçük siparişler vermeyi tercih eden markalar pazarın küçük siparişlere doğru kaymasına neden oluyor. Türkiye'nin doğu bölgelerine üretim tesisleri kuran üreticiler de Türkiye'nin doğusunda Çin gibi üretim noktaları oluşturuyorlar. Kaliteli ve esnek üretimi ile dikkat çeken Türkiye de geçmişte rakiplerine kaptırdığı üretimi geri almaya başlamış durumda.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Türk üreticilerin 2009 yılında kaybettiği müşterileri bu yıl geri almaya başlayacağını söylüyor.

Avrupalı alım gruplarının Çin'e büyük miktarlarda sipariş vermek istemediklerine dikkat çeken Tanrıverdi, "Geçmişte Türkiye pazarından alım yapan ancak son yıllarda Uzakdoğu ül-



KRİZ FIRSAT YARATTI

Arap Baharı, Avrupa ve ABD'li alım grupları için uzak mesafelerden alım yapmanın zorluğunu bir kez daha ortaya koydu. Bu süreçte siparişlerini teslim almakta güçlükler yaşayan Avrupalı ve ABD'li alıcılar, Türkiye pazarına daha fazla yönlendiler.

Bu da Türkiye için fırsat yaratmış oldu. Çünkü yaşanan krizde Türkiye'nin önemi daha fazla ortaya çıkmış oldu.

Alım gruplarının temsilcilerine göre Türkiye merkez olarak alındığında, bölge ülkelerde üretim olacak. Ancak Mısır'da bir ofis açmak yerine Mısır'daki tüm üretimi Türkiye'den kontrol etmek mümkün. Önümüzdeki dönemde de Orta Afrika'nın üretim konusunda öne çıkması beklentiler arasında yerini alıyor.

kelerine kaçan H&M, Next gibi markalar yeniden Türk üreticilerden fiyat almaya başladılar. Bu firmalar Türk üreticilerle yeniden çalışmak üzere hazırlıklar yapıyorlar" diyor.

Bir dönem Türkiye'den büyük alımlar yapan ancak son yıllarda Türkiye'den yaptığı alımları küçülten markalardan biri de M&S. Marka son dönemde yeniden Türkiye pazarına odaklanmış durumda. Öyle ki geçtiğimiz yıl Türkiye'den yaptığı alımları yüzde 13 oranında artıran marka, bu yıl da Türkiye pazarından yaptığı alım miktarını artırma planları yapıyor.

Marks & Spencer Türkiye Temsilcisi Arzu Ulu, Türkiye'den aldıkları malların çeşitlerini çoğalttıklarına dikkat çekerek, bu yıl Türkiye'den yaptıkları alımları yüzde 10 oranında artıracıklarını söylüyor.

Kıyasıya rekabet

Türkiye uzun yıllardan bu yana bir tekstil ülkesi. Hazır giyim ve konfeksiyon alanlarında da önemli bir yere sahip olan Türkiye, artık fasoson üretimden çok koleksiyon üretmesi ile de rakiplerinden ayrışıyor. Ancak 1 sent bile zaman zaman siparişlerin başka ülkelere kaçmasına neden olabiliyor.

Türkiye'de Avrupa'ya yakınlığı ve kısa termin süreleri ile rakiplerinden sıyrılmayı başarabiliyor. Küresel kriz söylentilerinin gölgesinde geçen 2011'den sonra 2012'nin de zorlu bir yıl olması bekleniyor.

Türkiye için büyük önem taşıyan Tesco'dan Galatea Sourcing'e, Erba Serve'den Gerry Weber'e kadar büyük alım gruplarının 2012 planlarını araştırdık.



Arap Baharı olarak adlandırılan, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerini etkisi altına alan siyasi gerginliğin ardından Türkiye'nin tekstil alanındaki yıldızı yeniden parlamaya başladı. Kimi üreticiler bu durumun geçici olduğunu vurgulasalar da Türkiye'nin siyasi ve ekonomik açıdan istikrarlı duruşu, alım gruplarının aradığı güveni sağlamaya yetti.

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyimdeki rakipleri arasında her ne kadar Çin başta olmak üzere Uzak Doğu olduğu düşünülse de aslında Kuzey Afrika ülkelerinden Fas, Tunus, Mısır, Ürdün gibi ülkeler, hazır giyim sahasında Türkiye'nin Avrupa pazarındaki en büyük rakipleri. Türkiye'nin özellikle 'pazara yakınlık-temin kolaylığı' avantajını bu sözünü ettiğimiz ülkeler de en büyük avantaj olarak kullanıyorlar. Her geçen yıl da üretim güçlerini, teknolojilerini ve moda tasarımıdaki becerilerini hızla geliştiriyorlar.

İstikrarlı duruş etkili

Arap Baharı'nın yarattığı belirsizlik ortamı, Avrupa merkezli faaliyet yürüten alım gruplarının ve büyük şirketlerin yönlerini bu sözünü ettiğimiz ülkelere yönelmelerini sağladı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkan Vekili ve Hazırgiyim Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, alım gruplarının siyasi ve ekonomik açıdan istikrarlı bir duruş sergileyen Türkiye'yi tercih ettiklerini söylüyor. Türkiye'nin, Avrupalı alım gruplarının uzun yıllardır iyi tanıdığı, güvendiği çok önemli bir tedarikçi ülke olduğuna dikkat çeken Akbalık, "Tunus, Fas, Mısır gibi Kuzey Afrika ülkelerinde yaşanan iç karışıklıklar, Türk tekstil ve hazır giyim şirketlerine sipariş olarak yansıdı. Geçmişte fiyat rekabeti nedeniyle siparişlerinin bir kısmını bu ülkelere kaptıran Türk üreticiler, kaybettikleri bu siparişlerinin geri dönmeye başladığını dile getiriyorlar" diyor.

Tesco'dan Galatea Sourcing'e, Erba Serve'den Gerry Weber'e kadar yaklaşık 12 büyük alım grubunun bu yıl Türkiye'den 5 milyar dolarlık alım yapma hedefleri olduğu belirtiliyor.

Dünya devlerine üretim yapan Türkiye'nin önde gelen ihracatçıları da son dönemdeki sipariş miktarının ortalama yüzde 20 civarında arttığını, özellikle Kuzey Afrika ülkelerinden kaçan talebin Türkiye'de yoğunlaştığını vurguluyorlar.

Çin rekabeti bitti mi?

Tekstil ve hazır giyimde Türkiye'nin en önemli rakiplerinden biri olan Çin'in kendi iç pazarına yönelmesi, üretimde pahalılaşması, seçerek sipariş almaya başlamasını da beraberinde getirdi. Küresel kriz döneminde de Avrupa'ya yakınlığı ile Türkiye'yi tercih eden yabancı alım grupları, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da yaşanan karışıklıklar sonrasında Türkiye'yi yıldız ülke ilan etti. Yapılan araştırmalar 2010-2015 yılları arasında Çin'deki üretim maliyetlerinin yüzde 35 oranında artacağını, bu süreçte de Çin'in rekabet unsuru olmaktan uzaklaşacağı belirtiyor. Günümüzde tekstil üretiminin de Çin'den Vietnam ve Hindistan gibi ülkelere kaydığına işaret ediliyor.

Arap Baharı nedeniyle Mısır, Tunus ve Fas'ta yaşanan karışıklıklar nedeniyle bu ülkelere alım yapan gruplar, siparişlerini Türkiye'ye kaydirdi. Türk üreticiler bu gelişmeler neticesinde üretimlerini yüzde 20-30 arasında artırmayı başardılar.

Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da Arap Baharı nedeniyle yaşanan üretim sıkıntısı, Türk üreticiler için bir dönüm noktası olmasa bile üretim yaptığı şirketlerle iyi ilişkiler kuran, rekabetçi fiyat veren üreticiler, bu süreçte diğer sanayicilere göre daha avantajlı oldular.

Bu durumun gelecek dönemdeki siparişler için de iyi bir referans olacağı sektör temsilcilerince vurgulanıyor. Özellikle örme grubu, dokuma ürünleri ve denimde bu ülkelere sipariş alan Türk üreticiler, 3-4 haftalık kısa dönemlerde teslimat yapıyorlar.

Hey Tekstil CEO'su Aynur Bektaş, Arap Baharı'nın etkisiyle Mısır ve Tunus'tan örme dış giyimde sadece iki müşterilerinden fazladan bir milyon adetlik sipariş aldıklarını söylüyor. Üretim yaptıkları Avrupalı müşterilerinin bu ülkelere yaptıkları alımları kendilerine yönlendirdiklerini belirten Bektaş, "Fiyat tutturamamaktan Mısır ve Tunus'a kaptırdığımız siparişler bize geri döndü. Fiyat açısından rekabet edebilir durumumuz sürerse, bu siparişler bizde kalıcı olur" diyor.

Mısır, Tunus gibi ülkelerde ekonomik nedenlere dayalı olarak çıkan karışıklıklar, bu ülkelerdeki işçilik maliyetlerinin artmasına neden oldu. Bu durum da, bu ülkelerle fiyat açısından rekabet etmekte zorlanan Türkiye'ye fırsat yaratmaya başladı.

İstanbul Hazır Giyim Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Arap Baharı'nın Avrupalı alım gruplarının gözünü korkuttuğunu, bu şirketlerin yönlerini Türkiye'ye çevirmeye başladıklarını söylüyor. Güvenlik ve zamanında teslimatın tekstil alımlarında önemli unsurlar olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, Türkiye'nin bu unsurları içinde barındırmasıyla dikkat çektiğini ve tercih edildiğini söylüyor.

Türkiye üretim üssü

Yurtdışındaki hazır giyim şirketlerinin Türkiye'den yapacağı yüklü alım sürecinin Uzakdoğu'nun içine kapanan durumu, Ortadoğu'daki güvensiz ortam nedeniyle önümüzdeki 4-5 yıl içinde sürmesi beklentilerini güçlendiriyor. Sektör temsilcilerine göre Türkiye, önümüzdeki 5 yıl içinde de Avrupa'nın üretim hattı ve deposu olmaya devam edecek.

Küresel kriz, stok tutmanın çok yüksek bir maliyet olduğu ve pazara reaksiyon verebilmenin yegâne yolunun da yakın coğrafyadan mal almak olduğu gerçeğini bir kez daha gözler önüne sermişti. Alım grupları da dünya genelinden yaptıkları alımları bu gerçeği gözetenek yapmayı tercih etme yoluna gitmişlerdi.

Depolama maliyetlerinden kaçan alım grupları için de pazara yakınlığı ile Türkiye, bir depo niteliği taşıyor. Avrupalı ve ABD'lilerin beklentisi, Türkiye'yi bir depo olarak kullanmak. Küresel kriz, Avrupa'daki ve ABD'deki bütün perakendecileri zorladı. Krize stokla yakalananlar büyük sıkıntıya girmişlerdi. Bu süreçte stok tutmayanlar ise ürünlerini bir an önce raflarına koymak için hızlı bir tedarik sürecine girmişti.

Küresel kriz öncesinde Uzakdoğu'ya kaçan perakendeciler, yavaş yavaş Türkiye'ye dönmeye başladılar. Öyle ki, dünyanın en büyük pe-

ÇİN PAHALANDI, TÜRKİYE GÖZDE

Fiyat tutturulamaması nedeniyle bir dönem müşterilerini Uzakdoğu'ya kaptıran Türkiye, Çin'in çeşitli nedenlerle pahalalanması üzerine yeniden müşterilerini geri almaya başladı.

Bu süreçte alım grupları Çin'in pahalalanması nedeniyle 2011 ve 2012 Türkiye'den planladıkları alımlarını yüksek tutuyor.

Alım gruplarından Tureks'in sahibi Ruşen Çetin, yapılan alımlarda konfeksiyon ürünlerinde yüzde 15'lik, kumaşta ise yüzde 30'luk bir artış yaşandığına dikkat çekiyor.

rakende zincirlerinden H&M, Türkiye'de krizden önce 2007 yılında ofisini iyice küçültmüştü. Next, GAP gibi birçok büyük alım grubu da aynı stratejiyi yürütüyordu. Alımlar bu süreçte Uzakdoğu'dan yapılıyordu. Ancak küresel krizle birlikte Türkiye'nin önemi ve Türkiye'ye olan talep artınca, bu alım ofisleri, Türkiye ve merkez İstanbul projelerini bir kez daha gözden geçirdi.

Coğrafi yakınlık

Tunus ve Fas, özellikle İspanya'ya coğrafi yakınlığı ve üretim maliyetlerinin düşük olması nedeniyle Mango, Zara gibi İspanyol markalarının alım üssü konumunda. Dünyaca ünlü İspanyol şirketleri bu ülkelerde ürettikleri ürünleri deniz yoluyla bir gün içinde ülkelerine sevk edebildikleri için daha çok bu ülkeleri tercih ediyorlar.

Türkiye'den yaptıkları alımlar en hızlı şekilde 3-4 günde bu ülkelere ulaşırken bahsi geçen bölgelerde yaşanan karışıklıklar, bu markaların Türkiye'yi tercih etmelerini de sağlıyor. Örneğin dünyaca ünlü İspanyol Zara'nın Türkiye'den yaptığı alım yılda 1 milyar dolara ulaşıyor.

APS Tekstil'in sahibi Osman Benzeş, Uzakdoğu'dan kaçışın etkisi ile son altı-yedi ayda siparişlerinin yüzde 50 oranında arttığını söylüyor. Müşterileri ile güçlü ilişkilerinin de etkisiyle İspanyol, Alman ve İngiliz firmalarından gelen siparişlerde bir artış yaşadıklarına dikkat çeken Benzeş, Türk firmalarının altyapısının güçlü olması, müşterilerle sağlam ikili ilişkiler kurulmasının sipariş artışında etkili olduğunu belirtiyor.

Alım grupları geri dönüyor

Tekstil ve hazır giyim önemli üretim merkezi Türkiye, kriz öncesinde Uzakdoğu'ya kaptırdığı pazarını hızla geri almaya başladı. Avrupa pazarına yakınlığı, ödemelerde açık hesap çalışması, ArGe'den tasarıma ve lojistiğe kadar birçok aşamada müşteriye hizmetler sunmasıyla rakiplerine göre öne çıkan Türkiye, özellikle kriz döneminde stoksuz çalışmak isteyen müşteriler için önemli bir tedarik merkezi konumuna geldi. Tesco Türkiye Ofisi Sorumlusu Esra Ercan Taşören, 2011/2012 yılı için 200 milyon poundluk bir bütçe yaptıklarını ve bu bütçeyi yukarı doğru revize ettiklerini söylüyor. Alım grupları, küresel krize rağmen geçen yıl Türkiye'den yaptıkları alımlarını geçen yıl yüzde 30'lara varan oranlarda artırmışlardı. Bu yıl ise alımların yüzde 20'lere varan oranda artması bekleniyor.

Erkek ve kadın giyiminden çocuk giyimine, iç giyimden ev tekstili ve aksesuara kadar birçok ürün grubunda alım yapan gruplar, bu yıl Türkiye'den alım yaptıkları ürün yelpazesini de artırmayı planlıyorlar. Türkiye'den alım yapan 12 büyük alım grubunun içinde Li Fung'dan M&S'a, GAAT'a, Tesco'dan Cherryfield'e kadar dünyaca ünlü alım grupları yer alırken bunların 2012 yılında Türkiye'den yapacakları alım miktarının 5 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

JAPON DEVİNİN TÜRKİYE İLGİSİ



Türkiye-Japonya arasında uzun yıllardan bu yana dostluk seviyesinde ilerleyen ilişkiler artık ekonomik olarak da gelişmeye başladı. Bunun en güzel örneği geçtiğimiz aylarda Japonya'nın en büyük gıda perakende zinciri olan Aeon'un, Ege Bölgesi'nde yaptığı incelemelerin ardından Türkiye'den tekstil alımı yapmasıyla başladı. Japonya genelinde 391 mağazası bulunan zincir, Ege Bölgesi'nde gıdadan tekstil ve deriye kadar incelemeler yaparken ilk siparişini de Yeşim Tekstil'e verdi. Yıllık cirosu 59 milyar dolar olan şirket, bu rakamla birçok küçük ülkeyi geride bırakıyor.

Türkiye, tekstil hazır giyimden gıdaya kadar birçok sektörde üretim üssü konumunda. Özellikle tekstil hazır giyim alanında Avrupalı alım gruplarının alım miktarları zaman zaman azalsa da Türkiye üretici konumunu hâlâ koruyor. Türkiye-Japonya arasında özellikle de ekonomik ilişkiler yok denilebilecek kadar az. Türkiye'den Japonya'ya yıllık 232 milyon dolarlık ihracat yapılırken, bu ülkeye en fazla orkinos, zeytinyağı, susam, kuru üzüm, kuru incir ve salça gönderiliyor.

Japonya-Türkiye arasındaki ilişkilerin gelişmesini, iki halkın yakınlaşmasını merhum Barış Manço sağlamıştı. Ancak hâlâ yeteri kadar gelişemeyen ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi konusunda yeterince somut adım atılmadı. Geçtiğimiz yılın son aylarında yaşanan bir gelişme Türkiye-Japonya arasındaki dostluk ilişkilerinin ticaret alanına da kayabileceğini ortaya koyuyor. Türkiye'nin, Japonya'ya narenciye ürünleri ihracatını artırmak amacıyla yaptığı çalışmalar kapsamında Mersin ve İzmir'e gelen Aeon Grubu içindeki iki şirketin yetkilileri Ege İhracatçı Birlikleri'nde (EİB) 44 gıda ihracatçısı firmayla görüştü. Firma yetkilileri Pınar Süt ve Işık Organik Tarım fabrikalarını da ziyaret edip üretimi yerinde gördüler. Bunun ardından Bursa'ya geçen şirket yetkilileri, Yeşim Tekstil'e yaptıkları ziyarette şirketin ürettiği ürünlerden etkilenerek ilk siparişlerini ziyaret esnasında verdiler.

Uzun vadeli alım

Şirket yetkilileri, Türkiye ziyaretleri sırasında tekstilden gıdaya ve deriye kadar çeşitli sektörlerde üretim yapan firmalarla ikili görüşmelerde bulundu. Bu görüşmelerin ardından Yeşim Tekstil'e ilk siparişlerini veren firmanın Türk üreticiler ile uzun vadeli alım yapmak üzere Türkiye'ye geldiği belirtiliyor. Japonya genelinde faaliyet gösteren 391 mağazası ile dikkat çeken şirketin yıllık cirosu ise 59 milyar dolar. Şirket bu hacmi ile birçok küçük ülkenin bütçesini geride bırakacak bir yapıya sahip. Küresel krizin etkileri, dünyada birtakım dengeleri de

tirdi. Şirketler artık ayakta kalabilmek için yeni yeni pazarlara yöneliyorlar. Daha önce keşfedilmeyen ya da sınırlı gelişim gösteren pazarlarla ilişkiler geliştiriliyor. Avrupa pazarında yaşanan sıkıntılar nedeniyle yeni pazar arayışlarına giren Türk tekstil üreticileri de bu dönemde Japonya pazarını keşfetti. Bunlardan biri de tekstil sektörünün büyük oyuncularından biri olan Yeşim Tekstil. Nike, Gap, Burberry, Hugo Boss gibi dünyaca ünlü 16 tekstil markasına üretim yapan Yeşim Tekstil, Japonya pazarına da üretim yapmaya başladı.

İlk yükleme Aralık'ta yapıldı

Küresel kriz nedeniyle esas pazarları olan Avrupa ve ABD pazarlarının daralmasının ardından yeni pazar arayışlarına giren Yeşim, Japonya'nın en büyük alım grubu olan Aeon ile anlaşta. İlk yüklemelerini Aralık ayında gerçekleştiren şirket, Aeon'a başta organik ürünler olmak üzere hazır giyim ürünleri üretimi yapmaya başladı.

Yeşim Tekstil CEO'su Şenol Şankaya, Japonların Türkiye'den alım yaparken özellikle organik ürünleri tercih ettiklerini ve spor giyim ağırlıklı alım yaptıklarını söylüyor. Türkiye'yi Japonya'da çok iyi lanse etmek istediklerine işaret eden Şankaya, "Türkiye ile Japonya arasında eskiye dayanan bir dostluk var. Onlar Türkiye'ye alım yapmaya geldiler. Şubat ayı içinde Japonya'da bir pazarlama organizasyonu yapmayı planlıyorlar. Burada da Türkiye'yi iyi lanse etmek istiyorlar" diyor. Türkiye'nin hazır giyim alanında Uzakdoğu'dan da talep almasını beklediklerine işaret eden Şankaya, Türk hazır giyim üreticilerinin iki yıl içinde Çin'den de talep almasını beklediklerini belirtiyor.

Japon Aeon, Japonya'nın alışveriş merkezleri, hipermarket ve süpermarket formatında 391 mağazasıyla en büyük perakendecisi konumunda. Japon Türk Dostluk Derneği Başkanı ve Danışmanlık Şirketi yetkilisi Toshiyuki Koiwa, Aeon'un Japonya pazarı için bir başlangıç olduğunu, Aeon'u daha küçük Japon şirketlerin izleyeceğini söylüyor. Japonya'nın yıllık 178 bin ton greyfurt aldığını, bunun yüzde 64'ünü ABD'den karşıladığını belirten Koiwa, "Türk firmaları ürün standartlarını yükseltirse onlarla çalışma potansiyeli yüksek görünüyor. Çünkü Çin'den yapılan ithalatta çok sorun yaşanıyor, bu nedenle Türkiye'nin potansiyeli çok yüksek. Çinli firmalara Türkiye alternatif olabilir. Japonya pazarında yeni pazarlardan alımı öncelikle Aeon gibi büyük şirketler yapar. Daha küçük şirketler, Türk malları pazara çıkınca bu ülkeye yönelecekler" diyor.

İlişkiler gelişiyor

Japonya ile ticari ilişkileri geliştirmek üzere Ege İhracatçı Birlikleri çeşitli çalışmalar yürütüyor. Geçtiğimiz yılın sonunda Japon firmaları ağırlayan birlik, iade-i ziyaret yaptı. Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatını artırmak için 'Bir Kahve Molası Ticaret' sloganıyla Amerika Birleşik Devletleri'nden İngiltere'ye, Almanya'dan İspanya'ya, İtalya'dan Yunanistan'a dünyanın önemli merkezlerinde 'Turkish Fashion Break' adı altında sektörel ticaret heyeti organizasyonu gerçekleştiren Ege İhracatçı Birlikleri, 27 Kasım - 03 Aralık 2011 tarih-



NELER SATIYORUZ?

Türkiye, yıllık 59 milyar dolar gıda ithalatı yapan Japonya'ya 2011 yılında 232 milyon dolarlık ihracat yaptı. Türkiye Japonya'nın en fazla gıda ürünleri ithal ettiği ülkeler arasında 31. sırada yer alıyor. Türkiye, Japonya'ya 2007 yılında 163 milyon dolar, 2008'de 177.2 milyon dolar, 2009'da 116 milyon dolar, 2010 yılında 115.1 milyon dolar, 2011'de 232 milyon dolarlık gıda ürünleri ihraç etti. En fazla ihraç edilen ürünler ise orkinos balığı, domates salçası, makarna ve zeytinyağı olurken, ihracata ürün bazında bakıldığında, orkinos ihracatı lokomotif görevi görüyor.

lerinde Japonya'ya gitti. Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Emre Kızılgüneşler, 130 milyon nüfuslu Japonya'nın Türk hazır giyim, tekstil ve deri sektörleri için potansiyel barındırdığını, bu ülkeye yapılan ihracatı geliştirmek üzere böyle bir organizasyon düzenlediklerini söylüyor.

Japonya kişi başı millî gelirin 34 bin dolar seviyesinde olduğu refah seviyesi yüksek bir ülke olması nedeniyle önemli bir potansiyel barındırıyor. Japonya'nın zengin ve kalabalık bir ülke olduğuna dikkat çeken Kızılgüneşler, hedeflerini şöyle özetliyor: "Japonya 2010 yılında 26 milyar dolarlık hazır giyim ithalatı yapmış. Türkiye bu ithalattan sadece 67 milyon dolar pay alabilmiş. 2011 yılında da benzer rakamlar söz konusu. Türkiye, Japonya'ya ihracatta 14. sırada. Yaptığımız çalışmalarla Japonya'nın en fazla ithalat yaptığı ilk beş ülke arasına girmeyi hedefliyoruz."

'Turkish Fashion Break' organizasyonlarının ithalatçılarla, Türk hazır giyim ihracatçılarının yüzde yüz görüşmelerini sağlayan önemli organizasyonlar olduğuna işaret eden Emre Kızılgüneşler, bu yolla iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin gelişebileceğini söylüyor.

Neredeyse tüm gıda ihtiyacını ithalatla karşılayan Japonya'ya, Türkiye'den deniz ürünleri, domates salçası ve konserveleri, turşular, makarna çeşitleri ile birlikte kuru meyveler (kuru kayısı, çekirdeksiz kuru üzüm, antep fıstığı, kuru incir), fındık, zeytin ve zeytinyağı, un ve unlu mamuller, bitki çayları ve şifalı bitkiler ile baharatlar, şekerlemeler, süt ürünleri, şarküteri ürünleri (et ve et ürünleri hariç), diyet ürünleri, yumurta, kanatlı eti ve ürünleri, dondurulmuş gıdalar satılabilir.

YENİ TTK NİÇİN DEĞİŞMELİ?

O kadar çok nedeni var ki..

Çok küçük olaylarda dahi sağa dönsen **“adli para cezası”**, sola dönsen **“hapis cezası”** var.

Şirkete borçlanma olayında, sadece şirket ortaklarının değil, yönetim kurulu üyelerinin akrabalarının da para ve hapis cezası riski ile karşı karşıya olması, abartılmış bir kırtasiyecilik, internet sitesi olayında şirketlerin yatak odasına girilmesi, AB ülkelerinde olmayan defter tasdikleri, yoruma dayalı tespitler ve cezalandırmalar, başlıca nedenler.

Şirkete borçlanma

300 günden başlayan **“adli para cezası”** var. **“Başlayan”** denildiği için hâkimin takdirine ve fiilin tekrarına bağlı olarak artıyor. Bir olayda 730 gün, bir kaç olayda üç yılı bulabilecek adli para cezaları var.

Adli para cezaları ödenmezse, **“hapis”** cezasına dönüşüyor.

Borçlanmada TL olarak asgari bir tutar veya oran yok. Düşük tutar da yüksek de aynı!

Daha açık bir anlatımla, bin lira borçlanmaya da bir milyon liraya da aynı ceza uygulanacak!

Borçlanmada **“para çekme”** deyimi kullanılmamış. Yorum yoluyla, şirketin bir fatura ödemesi (yemek, çiçek, çelenk, cep telefonu, seyahat vb.) ortakla veya diğer kişilerle ilgili **“özel harcama”**, faturasız satış ya da düşük fatura ile satış, ortağın veya diğer kişilerin, dolaylı yoldan para çekmesi olarak değerlendirilebilir.

Daha ötesi vergi incelemelerinde, **“matrah farkı”** bulunduğu, bu da işletmeden çekilen para olarak nitelendirilebilir.

Yasayı savunanların gerekçeleri ise çok ilginç:

- Evet, para cezası var ama taksite bağlanabiliyor.

- Evet, hapis cezası var ama kararı hâkim verecek.

Peki, para cezası kaç TL? Onu açıklamıyorlar!

Onu da biz açıklayalım: 6 bin, 20 bin, 50 bin



TL, tekrara göre 100 bin TL ve daha fazla da olabiliyor. Taksite bağlanınca ödeniyor mu? Ödenmezse veya bir taksit bile aksatılsa, otomatikman hapis cezasına dönüşüyor.

Hapis cezasını hâkim vermiyor. Para cezası ödenmezse savcı hapis cezasını hemen başlatıyor.

Şirketten faiz ödemedi para çekme, zaten kurumlar vergisi kanununa göre cezalandırılıyor. Ayrıca hapis cezasına gerek yok. Kaldı ki **“borç para kaç TL?”**. O da belli değil! Ortak parayı çekti, üç gün sonra iade etti, ne olacak?

En önemlisi, borçlanma olayının cezalandırılmasında, diğer ortağın menfaatinin korunduğu belirtiliyor. O zaman, **“tek kişilik A.Ş. ve tek kişilik limited şirket”**te korunan ortak kim?

Bu arada, şirket müdürü veya genel müdürü şirkete borçlanırsa, ceza yok! Bu da ilginç bir çelişki...

Taksitle mal alan akrabaya hapis

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda öyle bir madde var ki inanılır gibi değil!

Yönetim kurulu üyesi olan kişinin şirketten; annesi, babası, çocuğu, kardeşi, dayısı, amcası, baldızı, halası veya bunların çocukları vadeli mal almışlarsa, perişan olacaklar.

“Arkadaş, sen niye yönetim kurulu üyesi akrabaları olan şirketten vadeli mal aldın?” diye önce adli para cezası kesilecek, ödenmezse en az 300 gün hapis cezası verilecek!

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun 395/2. Maddesi'nde; **“yönetim kurulu üyesi, eşi ve üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımlarından biri, şirkete NAKİT VEYA AYIN OLARAK BORÇLANAMAZ”** hükmü yer alıyor.

Buradaki ince nokta şu; **malı vadeli satan değil vadeli alan akrabalara ceza kesilecek.** Ödemezlerse hapse girecekler. Dünyada örneği olmayan bu madde değişmeli. Mal ve hizmet satışlarında, emsaline göre bariz bir düşüklük koşulu getirilmeli ve akrabalar yani mal alan dayı, hala, baldız vs. cezalandırılmamalı.

İnternet sitesi ve ticari surlar

Yeni Türk Ticaret Kanunu ile anonim ve limited şirketlerin, **“internet sitesi”** oluşturması isteniyor. Bunda bir sorun yok ancak ayrıntılarında sorun var. **“Çok özel ve sır”** niteliğindeki bilgilerin yayınlanması isteniyor. Örneğin; şirketin bankalardaki paraları, alacakları, borçları, yönetim kurulu kararlarını, şirketi denetleyenlerin raporlarını, şirket yönetim kurulu üyeleri ve yöneticilerin ücretleri ve onlara yapılan diğer ödemelerin de yayımlanması isteniyor.

Dönüp bakıyoruz; banka bir müşterisinin ne kadar mevduatı veya borcu olduğunu, açıklayamıyor. Açıklarsa, Bankalar Kanunu'na göre suç ve hapis cezası var. Vergi dairesi de açıklayamıyor. Açıklarsa **"vergi mahremiyetini"** ihlal etmiş sayılıyor ve **"hapis cezası"** var.

Yeni Türk Ticaret Kanunu'na göre de bu bilgileri açıklamazsan suç ve hapis cezası ile para cezası var.

Daha ötesi, eksik bir bilgi nedeniyle de hem hapis hem para cezası var. İnternet sitesi ile ilgili düzenlemenin de gözden geçirilmesi gerekiyor.

Faturalar yeniden bastırılacak

Milyonlarca vergi mükellefi, sadece faturaları değil, gider pusulası, müstahsil makbuzu, yazar kasa fişi ve perakende satış vesikaları ve kullandıkları her türlü kağıdı 1 Temmuz 2012'ye kadar yeniden bastırılacaklar.

Nedenine gelince, bu belgelere ve kullanılan her türlü kağıda; firmaların sicil no.su, ticaret ünvanı, taahhüt edilen ve ödenen sermaye, internet sitesi bilgileri, yönetim kurulu başkan ve üyelerinin, müdür ve yöneticilerin adı-soyadı ayrı ayrı belirtilecek.

İnsan bunları görünce **"annelerinin kızlık soyadı unutulmuş"** ya da **"boyu ve göz renkleri unutulmuş"** diyesi geliyor!

Oysa mevcut fatura ve diğer belgeler kullanılabilirliydi...

Yazar kasa fişine nasıl yazılacak?

Yukarıdaki bilgiler, küçücük yazar kasa fişine, sinema biletine nasıl ve neresine yazılacak?

Bu imkânsız! Acilen düzeltilmeli...

Ayrıca sinemaya giden, otobüse binen ya da çocuğuna kelem veya oyuncak alan bir vatandaş, o şirketin yönetim kurulu üyesini bilse ne olur, bilmese ne olur?

Gerekçe olarak **"AB ülkelerinde böyle"** deniliyor ama dünyada bile örneği yok!

Defterlere hem açılış hem de kapanış tasdiki / Noterler yaşadı

Yeni yasa ile mevcut ticari defterlere ek olarak; pay defteri, yönetim kurulu karar defteri, genel kurul toplantı ve müzakere defteri gibi defterler **"ticari defterler"** olarak kabul edildi. Ayrıca bir de **"internet defteri"** var.

Ticari defterlerin hem açılış hem de kapanış tasdikinin, notere götürülüp her yıl yaptırılması gerekiyor.

Bunlardan herhangi birinin yaptırılmaması halinde 200 günden (4-20 bin liradan) aşağı olmamak üzere **"adli para cezası"** kesilecek. Tebliğinden itibaren 30 gün içinde ödenmezse bu kadar süre **"hapis cezası"** uygulanacak.

Oysa AB ülkelerinde **"kapanış tasdiki"** diye bir tasdik yok.

Defterlere **"eksik kayıt"** yapılması veya **"zamanında kayıt"** yapılmamasının yaptırımı da aynı...

Bu maddeler yeniden düzenlenmeli.

Defterleri ibraz etmeye doğrudan kırmızı

Tutulması ve saklanması gereken defterleri, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı denetim elemanlarına ibraz etmeyenlere veya eksik ibraz edenlere **"doğrudan kırmızı kart"** gösterilecek ve **"üç aydan iki yıla kadar hapis cezası"** ile cezalandırılacak.

Vergi Usul Kanunu'nda, defter ve belgelerin vergi inceleme elemanına ibrazında, 15 günlük süre var. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı denetim elemanlarına defter ibrazı için herhangi bir sürenin yasada yer almayışı, ciddi bir eksiklik.

Düzeltilip, süre konulmalı.

Ekonomik suça hapis mi, para cezası mı?

Bir taraftan **"ekonomik suça, ekonomik ceza uygulanmalı"** denilerek, **"karşılıksız çek"** nedeniyle hapis cezası kaldırılıyor. Hapiste olanları tahliye edecek yasa çıkartılmak üzere...



Diğer taraftan, Yeni Türk Ticaret Kanunu ile ekonomik suça **"hapis cezası"** getiriliyor. Bu ciddi bir çelişki...

Cezalarda başlangıç var bitiş yok

Yeni Türk Ticaret Kanunu'na göz attığımızda, 200 günden başlayan, 300 günden başlayan şekilde **"adli para cezaları"** göze çarpıyor.

Oysa **"başlayan"** yerine 200 güne kadar, 300 güne kadar şeklinde cezalar belirlense daha anlamlı olurdu. Aynı şekilde, söz konusu fiillerin yıl içinde birden fazla işlenmesi ile ilgili **"sınırlama"** yok. Bu da ciddi bir eksiklik.

Adli para cezasının bir ay içinde ödenmemesi halinde **"hapis"** cezasına dönüşmesi, böyle bir sınırlamanın önemini ortaya koyuyor.

Yasa değişmeli ve ertelenmeli

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda çok ciddi eksiklikler ve hatalar var. Mevcut yasanın virgülüne kadar uygulanması halinde, hapse girmeyen şirket ortağı kalmaz.

İnsanlar, şirket kurma yoluna gitmez, mevcut şirketlerin önemli bir kısmı da şahıs işletmesine dönüşür. Oysa şirketleşme teşvik edilmeli.

Yasadaki **"adli para cezaları"** idari para cezasına dönüştürülmeli, hapis cezaları da gözden geçirilmeli ve **"ekonomik suça ekonomik ceza"** ilkesi benimsenmeli.

TÜRKİYE'DE İYİMSERLİK, DÜNYADA KÖTÜMSERLİK!



Türkiye 2011 yılının son döneminde ve 2012 yılının başında spekülasyonla uğraşmak zorunda kaldı ama en sonunda, başta Merkez Bankası olmak üzere ekonomi yönetimi sisteme hâkim oldu.

Türkiye'nin 2011 yılında ne yaptığını özetleyecek ve sonra da 2012 için IMF tahminlerini vereceğiz.

Geçmişe, 2011 yılı Türkiye'sine dönersek, Merkez Bankası Kasım 2011 tarihinde Başkan Durmuş Yılmaz döneminde **kredi balonuna, sıcak para girişine, aşırı hızlı büyüme ve cari açığa fren içeren ve enflasyon yanında sistemik finansal istikrarı da hedefleyen, yeni para politikası** yaklaşımı kararları almıştı. Gecelik faiz düşürülürken sıcak para çıkmaya teşvik ediliyordu. Tabii ki bu kararlar BDDK tarafından atılan adımlarla da desteklenecekti.

Zaman geçti, Başkan değişti, ABD'nin ratingi Ağustos ayı başında düşürüldü ve AB'nin sorunları aşmak için hiç bir şey yapmadığı ortaya çıktı, piyasalar panikledi, kur ve faiz spekülasyonu gündeme geldi. **Bu global riski artırıcı gelişmeler, yeni Başkan Erdal Başçı tarafından acilen para po-**

litikası değişikliği adımları atılmasını gerektirdi. Gecelik faiz yeniden yükseltilecek Merkez Bankası'nın borç verme faizi de yüzde 12-12.5 düzeyine yükseltildi. Bu şartlarda bankaların finansmanı politika faizi olan yüzde 5.75 düzeyindeki repo faizinin üstünde ve üst limit olan yüzde 12 arasında gerçekleşecekti. Bu arada karşılık oranları yeniden ama kısmen düşürüldü, döviz ve altın, TL mevduat karşılıkları için kabul edilmeye başlandı. Döviz piyasasına da 2011 yılı sonunda ve 2012 başında müdahale gerekmişti.

Ekonominin yavaşlaması "oldukça yavaş" olmakta idi, bu nedenle de cari denge açığı da "yavaş" küçülmemekte idi. Risk algılaması da artıyordu. Burada Merkez Bankası enflasyon hedefleme-

sini klasik anlamda uygulayamazdı. Diğer taraftan da kuru spekülasyon ortamında piyasaya bırakamazdı. **Spekülasyon yaklaşımlar piyasaya hâkim olunca Merkez Bankası sopyayı eline aldı.** Geçmişimizde kamu bütçesi ve borcunun büyük problem olduğu, döviz rezervlerinin üç beş "metelik" boyutunda var olduğu ve kamunun, bankaların ve özel tarafın dev açık pozisyonları, kısa vadeli iç ve dış borçları olduğu ortamda yapılamayacak adımlar atıldı.

Geçmişte sopya piyasanın elinde oldu ve Merkezi piyasa test ederdi. Şimdi ise tersi gerçekleşti. Merkez, finans kesiminin finansman maliyetini gün bazında hatta bazen gün içinde saat bazında değiştirmeye başladı. Agresif şekilde de döviz müdahale etmeye girişti. Adeta oyunun kuralları değişmişti. Bu ortamda finans kesiminin finansman maliyetleri saat başında bile değişiyor ve şartlara göre Merkez, repo faizi ile borç verme faizi arasında (yani 5.75 ile 12 arasında) oluşmaya başlıyordu. Yılbaşı öncesi ve sonrasındaki spekülasyon hareketleri, sonunda eldeki verilere göre yıl başından hemen sonra sakinleşerek 20 Ocak tarihine gelindiğinde iyice sakinleşti. Merkez bu arada kamunun dış borcunun düzenli ödemelerini gerçekleştirdiği gibi, iç ve dış

TABLO 1: IMF 24 OCAK 2012 REVİZE TAHMİNLERİ (% BÜYÜME)

Ülke	2011	2012	Ocak 2012'de Eylül 2011 ile fark
Dünya	3.8	3.3	Eksi 0.7
Gelişmiş Ülkeler	1.6	1.2	Eksi 0.7
ABD	1.8	1.8	0
Euro Bölgesi	1.6	Eksi 0.5	Eksi 1.6
Almanya	3.0	0.3	Eksi 1.0
Fransa	1.6	0.2	Eksi 1.2
İtalya	0.4	Eksi 2.2	Eksi 2.5
İspanya	0.7	Eksi 1.7	Eksi 2.8
Japonya	Eksi 0.9	1.7	Eksi 0.6
Birleşik Krallık	0.9	0.6	Eksi 1.0
Kanada	2.3	1.7	Eksi 0.2



döviz talebini de karşılamıştı. Ocak ayının sonuna gelirken Merkez Bankası yeni enflasyonu ön plana alan ve döviz kurunu iç ve dış piyasa trendlerine bırakan yaklaşımına geri döndü. Ama bir türlü anlaşılamayan "koridor" politikasından

(anlamaya niyeti olmayan anlayamaz) da vaz geçmedi, yani sopayı elinde tuttu. Özellikle bazı iç ve dış menkul kıymet şirketi analistlerinin iyi niyetinden ciddi şekilde şüpheliyim. Merkez kasden belirsizlik yaratırken, piyasanın da huzursuz olması, sopenin Merkez Bankası'nın eline geçmesi ile sonuçlanmıştı. Zaman geçti ve piyasa sakinleşti. Merkez Bankası'nın kararlılığı anlaşılmıştı. Spekülasyon durdu ve finansman maliyeti normalleşti.

Tabii ki kur etkileri açısından bakılınca TL'nin hızlı değer kaybı, enflasyonu etkileyecekti. Öyle de oldu. Enflasyon yüzde 10 düzeyinin üstüne çıktı. Diğer taraftan da artan faiz maliyeti de genel faiz düzeylerini artıracaktı. Bu da gerçekleşti, faiz de yükseldi.

Ancak ekonomi dış ve iç "ulema" ve medya tarafından önerilen "anlayamadığımız koridor yaklaşımından çık ve genel politika faizini arttır" söyleminden çok farklı sonuçlar verdi. Genel politika faizi bir kere arttırdın mı, uzun süre yüksek faize angaje olmuşsun demektir. Halbuki koridor sisteminde faiz ancak spekülasyonla uğraşılacak zorunda kalındığında yükseltmek zorunda kalıyordu. Merkez Bankası'nın koridor politikası çok daha esnek bir yaklaşımdı ve şu anda bulunduğumuz yerde, politika yaklaşımının başarılı olduğu görülmek zorunda. Yüzde 6-7 enflasyonla faizi yüzde 12 düzeyine yükselten Brezilya, enflasyonu düşüremediği gibi, ekonomisini de erkenden sert iniş ve durgunluğa sokmuştu.

Piyasadan ve köşe yazarlarından gelen "döviz rezervi biter, satmayın!" feryatlarının da ne kadar komik olduğu ortada.

2012 yılında Türkiye açısından en önemli faktör AB ülkelerinin ve dünya genelinin gi-



dıştı. Bu konuda IMF'in son günlerde yayınladığı 2012 tahminlerini gündeme getireceğiz.

IMF 24 Ocak 2012 tarihinde, sadece dört ay evvel Eylül 2011 tarihinde yapmış olduğu global ekonomik büyüme tahminlerini önemli ölçüde düşürdü ve revize etti. Aşağıda IMF'in yeni tahminlerini özetliyoruz. İlk tablo gelişmiş ülkelerin acı durumunu özetliyor! Bir tek ABD ayakta kalmış durumda, diğerleri kötüleşmiş!

Tablo 1'deki tahminler global büyümenin neden önemli ölçüde daralacağını gösteriyor. Daralmanın büyük kısmı da başta Euro Bölgesi olmak üzere Avrupa ve dünyanın diğer gelişmiş ve sanayileşmiş ülkelerindeki ekonomik yönetim zafiyetinden gerçekleşecek. Bu durum da büyük çapta Merkel ve Sarkozy'nin başarısı (!) .

Gelişen ülkelerin durumunu sergileyen ikinci tabloda görüldüğü gibi gelişen ve kalkınan ülkelerin tümü de, sanayileşmiş ülkelerin durumundan (ve büyük çapta Euro Bölgesi'nin çöküşünden) etkilenerek global daralmadan nasiplerini alsalar da, gene de yüksek büyüme sergileyerek global ekonomiyi daha büyük bir daralmadan koruyan bölgeler olacaklar.

Bu tablo Merkel ve Sarkozy'nin ne kadar başarısız bir siyasi ikili olduğunu ve tüm dünyayı dört ayda nasıl aşağıya çektiklerini açık ve seçik sergilemekte.

Türkiye tablolarda yer almıyor, çünkü IMF'in gelecek tahminleri az sayıda ülkeyi içine alan bir model ile yapılmakta ve Türkiye bu modelde olmayan ve ülke tahminleri sonradan dışarıdan gerçekleştirilen bir ekonomi!

TABLO 2: IMF 24 OCAK 2012 REVİZE TAHMİNLERİ (BÜYÜME %)

Ülke veya Bölge Adı	2011	2012	Ocak 2012'de Eylül 2011 ile fark
Dünya	3.8	3.3	Eksi 0.7
Gelişen Ülkeler	6.2	5.4	Eksi 0.7
Doğu ve Merkez Avrupa	5.1	1.1	Eksi 1.6
Rusya	4.1	3.3	Eksi 0.8
Çin	9.2	8.2	Eksi 0.8
Hindistan	7.4	7.0	Eksi 0.5
Asean 5 (Endonezya, Malezya Filipinler, Tayland ve Vietnam)	4.8	5.2	Eksi 0.4
Brezilya	2.9	3.0	Eksi 0.6
Meksika	4.1	3.5	Eksi 0.1
Güney Afrika	3.1	2.5	Eksi 1.1
Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA)	3.1	3.2	Tahmin Yoktu

OVP VE 2012 YILI EKONOMİK BEKLENTİLERİ

Yeni bir yıla daha girdik... 20.12.2012 tarihini birileri, dünyanın sonu, diye görseler de, hiç kimsenin geleceği bilmediğine, bilemeyeceğine, kehanetlerin de geçerli olmadığına inancımız tam olduğuna göre, buradan tüm tekstil camiasına sağlık, başarı ve mutluluk dolu iyi bir yıl geçirmeleri dileklerimi iletmekle yetinmek isterim...

Şüphesiz, kehanetleri ya da iyi yıl dileklerini bir yana bıraksak da, 2012 yılında ekonomide neler olacak, kim ne dedi, nasıl bir beklenti içinde olacağız, kararlarımızı alırken nelere dikkat etmek gerek, diye sormaktan da kendimizi alamıyoruz. Her seferinde ifadeye çalıştığım üzere, yine de yazacaklarım tamamen benim kişisel beklentilerim olarak değerlendirilmeli, diye daha başlangıçta belirtme gereğini hissediyorum.

Bu kez yazımı, hükümetin 13.10.2011 tarihinde açıkladığı 2012-2014 yıllarını kapsayan 3 yıllık süreçte uygulamayı hedeflediği Orta Vadeli Plan (OVP) ışığında 2012 yılı ekonomik beklentilerine odaklanmak istiyorum.

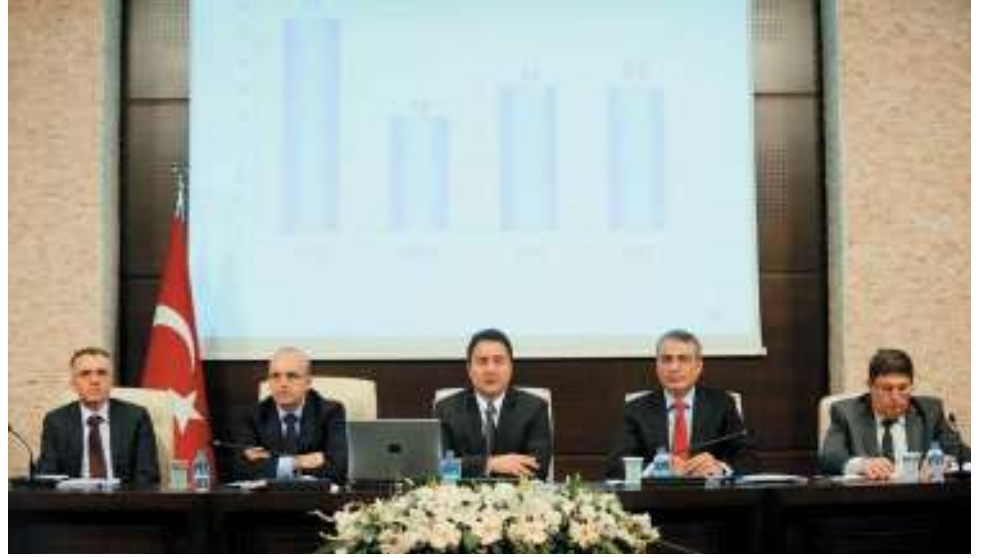
OVP'de neler var?

Hükümet, 3 yıllık süreçte uygulamayı hedeflediği OVP ile

- İstikrarlı büyümeyi,
- İstihdamı artırmayı,
- Mali disiplini sürdürmeyi,
- Yurtiçi tasarruf düzeyini artırmayı,
- Cari açığı azaltmayı,
- Ekonomik istikrarı güçlendirmeyi, hedeflemektedir.

OVP de, öngörülen rakamsal hedeflere ilişkin büyüklükler özetle aşağıdaki tabloya alınmıştır. Ek'teki tabloda yer alan rakamsal büyüklüklerin 3 yıllık vadedeki öngörülere özetlendiğinde,

- Reel büyümenin 2011 yılında yüzde 7.5, 2012'de yüzde 4, 2013 ve 2014 yılında ise yüzde 5 olmasının hedeflendiği,
- İşsizliğin 3 yılda yüzde 10.5'ten yüzde 9.9 a gerileyeceği,



➢ Enflasyonun 3 yılsonunda yüzde 5'e çekileceği,

➢ Dış ticaret dengesinde ve cari açığa önemli düzeltilmelerin öngörüldüğü, ihracatın yüzde 38 büyürken, ithalatın yüzde 24 büyüyeceği ve cari açık dengesinin GSYH'ya oranının yüzde 9.4'ten OVP'nin son yılında yüzde 7'ye gerileyeceği,

➢ Merkezi yönetim bütçesinin de bu süreçte iyileşeceği, gelirler yüzde 34 artarken, harcamaların yüzde 30 büyüyeceği, böylece bütçe dengesinde açığın azalacağı, faiz dışı fazlanın artacağı, kamu borç stokunun da GSYH içindeki yerinin yüzde 39.8'den yüzde 32'ye gerileyeceği, konularına öncelik verildiği dikkat çekmektedir.

Resmi Gazete'de yayınlanan OVP daha detaylı incelendiğinde; özetin özeti ya da ana başlıkları ile ifade etmek gerekir ise,

I. Kamu Maliyesine ilişkin politika uygulamasında,

- Mali disiplinden taviz verilmemesi,
- ✓ Verilen ödenekle sınırlı, etkin ve verimli bir harcama politikası,
- ✓ Sosyal ihtiyaçları giderici, üretimi destekleyecek altyapıyı geliştirici bir kamu yatırım harcamaları politikası,
- ✓ İstihdamı ve yatırımları teşvik edici, re-

kabet gücünü artırıcı, kayıtdışılığı önleyici bir vergi politikası,

✓ Orta ve uzun vadeli en uygun maliyet ve riski öngören bir borçlanma politikası,

✓ Sayıştay marifeti ile kamu mali yönetim ve denetim politikası, uygulaması,

➢ KİT'lerde karlılık ve verimlilik odaklı yeni bir yönetim modelinin oluşturulması,

➢ Kamu mali yönetiminde şeffaflık, raporlama ve kontrol sistemlerinde uluslararası standartlara ulaşılması.

II. Ödemeler Dengesinde,

➢ Sürdürülebilir cari açık,

➢ Borç yaratmayan kaynaklar,

➢ İhracatın artırılması,

✓ Ar-Ge'ye dayalı katma değeri yüksek üretim,

✓ Tasarım, marka, pazarlama ve tanıtım destekleri,

✓ Pazar çeşitliliği stratejisi,

➢ İthalata bağımlılığın azaltılması.

III. Rekabet gücü ve verimliliğe ilişkin politikalar,

➢ İş ortamının iyileştirilmesi,

➢ Nitelikli insan gücü yetiştirilmesi,

➢ Esnek İstihdam Modeli,



- İş Kur'un kurumsal kapasitesinin geliştirilmesi,
- Ekonomide kayıt dışılığın azaltılması,
- Finansal sistemin geliştirilmesi,
- İstanbul'un Uluslararası Finans Merkezi Projesi'nin uygulaması,
- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması,
- Tarımsal yapının etkinleştirilmesi,
- Sanayi ve hizmetlerde yüksek katma değerli üretime geçişin sağlanması,
- Yatırımlarda kamu-özel sektör işbirliği,
- Bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesi,
- Kalkınma ajanslarının faaliyete geçmesi,
- Kredi Garanti Fonu'na Hazine desteği,
- Yatırım Teşvik sistemi,
- Devlet yardımlarının şeffaflığı ve etkinliği,
- Sağlık sisteminin geliştirilmesi,
- Doğal afetlerde yönetim stratejilerinin geliştirilmesi,

- Yeni Üniversiteler,
 - Yargı sisteminde reform.
- IV. Para Politikasında,
- "Enflasyon hedeflemesi" çerçevesinde yürütülecek bir para politikası,
 - Likidite yönetiminde etkinlik ve esneklik,
 - Dalgalı döviz kuru rejimi, konularının bu kez ön plana çıktığı gözlenmektedir.

OVP'deki öngörülere ilişkin değerlendirme

Her şeyden önce, bu denli kapsamlı bir OVP'nin hazırlanması ve Türk ekonomi kurmaylarının bu programın Başbakan Yardımcısı düzeyinde uygulanmasına sahıplenenini temin etmeleri, şüphesiz dünyadaki tersine gidişe rağmen çok önemli bir gelişme olarak değerlendirilmelidir. Programın hedefleri ve öngörülen politikalar gerçekten arzulanan, kendi içeriğindeki hedeflerin gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceği şu aşamada tartışılmaya açık olsa bile, dünya kamuoyu-

na verilecek mesaj açısından çok büyük bir önem taşımaktadır.

Burada üzerinde durulması gereken bence en önemli konu, daha önceki yıllarda olduğu gibi yani, 5 yıllık planlarda ve yıllık uygulama programlarında ya da önceki yıllarda açıklanan OVP'lerde öngörülerin sadece lafta kalması uygulamaya geçirilememesi korkusudur. Kaldı ki, programın rakamsal büyüklükleri içeriğinde gerçekten tartışılması gereken ve çok iddialı olduğu gözlenen hususların mevcudiyetidir. Bu konuları özetlemek gerekir ise,

- Büyüme oranları gelecek yıllarda düşük öngörülürken istihdamın nasıl azaltılacağı,

- Cari açık azalırken büyümenin nasıl sağlanacağı,

- Kamu maliyesindeki düzelmeye harcamaların azaltılıp buna karşın gelirlerin artırılarak temin edilmesinin pek de mümkün olamayacağı,

- Mali kural uygulamasından vazgeçilmesine ilişkin nedenlerin açıklanmamasının,

- Enflasyon ve kurun pek de gerçekçi olmadığı,

- Para politikasında Merkez Bankası Başkanı tarafından açıklanan son eylem planının OVP ile bağdaşmadığı, belirsizlik ve istikrarsızlığın önüne geçmenin bu yöntemle sağlanamayacağı,

- Sanayileşmede katma değer artışına hangi sahalardan başlanacağı gösterilmemesinin,

tartışmaya açılması gerekir.

OVP- TEMEL EKONOMİK GÖSTERGE ÖNGÖRÜLERİ (2011-2014)

AÇIKLAMALAR		2011	2012	2013	2014
GSYH Reel Büyüme	(%)	7,5	4,0	5,0	5,0
GSYH	(milyar TL)	1.281	1.426	1.572	1.733
GSYH	(milyar USD)	766	822	888	952
Kişi Başı Milli Gelir	(USD)	10.363	10.973	11.716	12.412
Nüfus	(milyon kişi, yıl ortası)	73,9	74,8	75,8	76,7
İşsizlik oranı	(%)	10,5	10,4	10,2	9,9
Enflasyon (Yılsonu TÜFE artış oranı)	(%)	7,8	5,2	5,0	5,0
Ortalama Dolar Kuru	(TL)	1,67	1,73	1,77	1,82
İhracat (FOB)	(milyar USD)	134,8	148,5	165,7	185,1
İthalat (CIF)	(milyar USD)	236,9	248,7	272,5	295,9
Dış Ticaret Dengesi	(milyar USD)	-102,1	-100,2	-106,8	-110,8
Cari İşlemler Dengesi	(milyar USD)	-71,7	-65,4	-67,0	-67,1
Cari Denge / GSYH	(%)	-9,4	-8,0	-7,5	-7,0
Merkezi Yönetim Bütçe Gelirleri	(milyar TL)	290,9	329,8	359,3	390,5
Merkezi Yönetim Bütçe Harcamaları	(milyar TL)	313,1	350,8	381,0	408,6
Faiz Dışı Harcamalar	(milyar TL)	270,5	300,6	328,0	353,6
Bütçe Dengesi	(milyar TL)	-22,2	-21,0	-21,7	-18,1
Bütçe Dengesi / GSYH	(%)	-1,7	-1,5	-1,4	-1,0
Faiz Dışı Fazla / GSYH	(%)	1,2	1,1	1,3	1,5
Kamu Borç Stoku / GSYH	(%)	39,8	37,0	35,0	32,0

KREDİ DERECELENDİRME KURULUŞLARI: ALALIM MI, SATALIM MI?



Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşlarının temsilcileri ile ilk karşılaşmam 1988 yılına rastlar. Türkiye o tarihlere uluslararası sermaye piyasalarına yeni yeni açılmaya başlamıştı. Japonya ve Avrupa piyasalarından borçlanma çabalarımızda başarılı olmuştuk. Özellikle Avrupa'da, Alman bankalarının aracılığı ile sattığımız tahviller piyasalarda aranır durumdaydı.

Eylül 1988'de Berlin'de yapılan Dünya Bankası-IMF Toplantıları'na Hazine Genel Müdürü sıfatı ile katılıyordum. Standard&Poor's yetkilileri benden bir görüşme talep ettiler. Geldiler, ziyaretlerinin nedenini açıkça ortaya koydular. "Biz" dediler, "Türkiye'ye not vereceğiz". Ben, "Teşekkür ederiz ama bizim böyle bir dileğimiz yok, durumumuzdan memnunuz" yanıtını verdiğem de "Bunu istesenez de

istememeniz de yapacağız" diyerek toplantıdan ayrıldılar.

Hazine'de kendi aramızda konuyu görüştük. Başbakan Özal'a konuyu götürdük. "Ortak çalışalım, gerekli bilgi ve belgeleri verelim" dedi. Bunun üzerine bir bavula doldurduğum doküman ile New York'a gittim. Standard&Poor's'un o zaman ki son derecede basit ve lüks olmayan ofisine uğrayarak görüşmeleri başlattık.

Hikâyeyi fazla uzatmayayım. Sonunda bize BBB notunu verdiler. Aslında biz A bekliyorduk. Bayağı bozulduk.

Aradan yirmi yıl geçtikten sonra, üç yıl önce Standard&Poor's'un New York'taki Wall Street'e yaraşır lüks içinde döşenmiş ofisleri olan yeni binasına gittim. Belli ki iyi para kazanmışlardı. Özellikle mortgage kredilerine bağlı kağıtlara AAA notu vererek hem kendilerine kaynak sağlamış-

lar hem de böylesi lüks yatırımlara para ayırabilmişlerdi.

Alternatifleri yok

Kriz sürerken 2008 yılının yaz aylarında Londra'da Lehman Brothers'ın ofisinde yapılan bir başka toplantıya katıldım. Lehman Brothers, o tarihte henüz batmamıştı. Tartışılan konulardan birisi de kredi derecelendirme kuruluşlarıydı.

O tarihlere kriz tüm sıcaklığı ile hissedilmeye yeni başlanmıştı. Sorumlu aranıyordu. Hedefte reyting kuruluşları vardı. Genelde kabul gören görüşe göre bu kurumların asgari 5 yıl bellerini doğrultamayacağı ve sonunda baskılara dayanamayıp sistemden çıkacakları şeklindeydi.

Benim bekleyişlerim de aynı yönde-

di. Büyük hatalar yapılmıştı. Değerinden fazla gösterilen konutlara verilen kredilerin menkulleştirilmesi işlemlerinde, bu kağıtlara AAA notu verilerek yatırımcıların yanlış yönlendirilmesi sisteme çok yüksek bir fatura çıkarmıştı. Böyle bir faturanın ve sorumluluğun altından kalkılması zordu.

Ancak gelişmeler hiç de böyle olmadı. Kredi derecelendirme kuruluşları kısa sürede toparlandılar ve finans sistemine ağırlıklarını koydular. Hatta öylesine ileri gittiler ki geçen yıl ABD'nin notunu bile aşağıya indirdiler. Avrupa ülkelerinin 2011 yılında kabusu oldular.

Son olarak da Ocak ayının 13'ü Cuma günü ise Standard&Poor's, Euro Bölgesi'ndeki 9 ülkenin kredi notunu düşürdü. Fransa, İtalya ve Avusturya gibi uluslararası sermaye piyasalarının kaymağını AAA notu ile 30 yılı aşkın süredir yemekte olan ülkelere bu ayrıcalıklarını kaybettirdi.

Amerika'nın kredi notunu indirdikten sonra ABD otoritelerince sorguya çekil-

mesine aldırış etmeden, bu kez de Avrupa'dan ses getirdi. Onlara krizden çıkış için daha çok çaba göstermeleri gerektiğini hatırlattı. Bu işin böyle gitmeyeceği mesajını verdi.

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşlarından hiç de beklenmeyen bu gelişmelerin kanımca iki temel nedeni var.

Birincisi, bu kuruluşların üstlendiği işlevi yapacak başka yapılanma ya da kurumlar uluslararası finans sisteminde yok. Bağımsız, yansız ve işin gerektirdiği hız ve kaliteye sahip benzer kuruluşlar mevcut değil. Bir ülkenin durumunu irdeleyip onun hakkında yorum yapabilecek ve bunu kamuoyu ile paylaşabilecek alternatif yapı maalesef kurulamadı.

Sistemde zaten üç adet uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu var. Bunlar Standard&Poor's, Moody's ve Fitch. Bunların dışındakilerin piyasa payı çok düşük. Kalite sorunları da var.

İkincisi ise krizde hatalarını anlayan bu üç kuruluş süratle sorunlarına eğildiler ve not verme işlemlerini daha proaktif bir biçimde yerine getirmeye başladılar. İçlerine dönerek zamanın geçmesini beklemediler. Sorumluluk kapsamlarını genişlettiler. Cesur davrandılar.

Krizin başlamasından bu yana geçen 4 yıllık süre içinde yapılan tartışmalar, bu kuruluşların küresel finans mimarisinin bir parçası olmaktan çıkarılmasını gerektirecek bir noktaya gelmedi. Tam tersine onlara olan gereksinim daha fazla arttı. Sistemin adeta ayrılmaz parçası haline geldiler. Konumlarını güçlendirdiler.

Önümüzdeki dönemlerde de bu kuruluşlarla beraber yaşamak zorunda kalacağımız kesin. Dolayısıyla bu gerçeği kabul ederek onlarla daha yakın ilişki kurmanın daha gerçekçi olacağı kanısındayım.



BBB notunu alabilecek miyiz?

1990'da aldığımız BBB notunu ne yazık ki koruyamadık. 1994 yılı krizi bu notun tek B düzeyine inmesine neden oldu. Uzun yıllar B notunun baskısı altında yaşadık.

2005 yılında reyting kuruluşları gerçeklere fazla dayanamadı. Önce Fitch Ocak 2005'de, sonra ise Standard&Poor's Ağustos 2005'de BB eksi ile bizi yeni düzeye oturtular. "Büyük Abi" Moody's ise Aralık 2005'te aynı tepkiyi gösterdi.

Aradan 6 yıl geçmesine karşın halen BB düzeyindeyiz. BB artı notu Fitch'e ait. Ne var ki Fitch 23 Kasım 2011'de pozitif olan görünümümüzü durağana düşürdü.

BBB notuna yükselmek bizim için çok önemli. Zira bu not ile orta ve uzun vadeli uluslararası tasarrufları Türkiye'ye çekebileceğiz. Kısa vadeli fonlara bağımlılığımızı azaltabileceğiz.

Ne var ki bu kez de cari açık ve enflasyon şeklindeki ikiz sorunumuz kredi derecelendirme kuruluşlarının karşısına dikildi. Onların işlerini kolaylaştırdı. Alacağımız BBB notuna ipotek konulmasını sağladı.

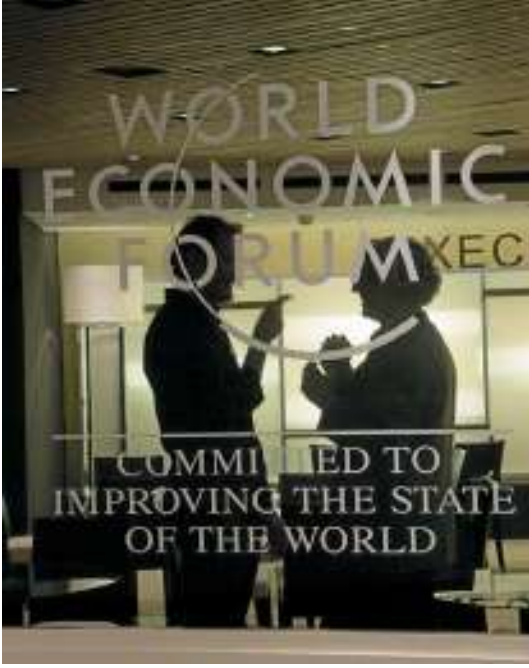
Bu iki sorunu çözdüğümüzü ya da çözeceğimizi dünya kamuoyuna gösteremezsek BBB notunu alamayacağımız görüşündeyim. Bu iki kritik alan bırakın not artırımını, tam tersine not indirimini getirecek riskleri içeriyor.

Ben bu yıl Türkiye için bir not artımı beklemiyorum. Ne zaman cari işlemler açığının milli gelire oranı yüzde 5'in altına düşerse ve enflasyon da yıllık bazda yüzde 5'lere inerse, o zaman umutlarımız yeşerebilir.

2013'ü beklememiz lazım.



KÜRESEL EKONOMİ NASIL KURTULUR?



Liderler bir kez daha Dünya Ekonomik Forumu için Davos'un buz üstündeki kaldırımlarında, lezzetsiz yemeklerinden yiyerek boy gösterdiler. Geçen sene Davos'ta öne çıkan tek konu başlığı 'doğunun önlenemez yükselişi batıyı bir gün kurtaracak' öngörüsüydü. Bunun yetmediği 2011'de ve her halde Davos'un soğuğundan ve yetersiz beslenmesinden akılları pek çalışmayan liderleri, Avrupa Birliği'nin bu kadar fena çuvalayacağını görememişlerdi. Olsun, onlar hâlâ lider ve hâlâ dünyadan uzak bir köşede, 'büyümeyi ve işsizliği nasıl engelleriz, kapitalizmin çöküşünü nasıl önleriz' konu başlıklarını konuşmaktan bıkmıyorlar.

Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'ın konuştuğumuzda hep ifade ettiği gibi; 'lideri olmayan bir AB, sorunlarını çözemeyecek'. Hal böyle olunca Davos'ta, "Küresel Ekonomiye Bakış" oturumunda krizi ensesinde hissetmeyen tek konuşmacı olarak öne çıkan Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'a moderatör Martin Wolf'un da hitabı pek şaşırtıcı olmadı. Finansal Times'ın baş ekonomik yorumcu-

su Wolf, Babacan'a söz verirken, "Burada imtiyazlı konumda tek sizsiniz, bize ders verin" dedi. Vereceğimiz derslere kulak asarlar mı bilinmez ama gazete sayfalarında boy gösteren itiraflar artık çözüm önerilerinin önüne çıkıyorsa, tıkanan sistemin ötelenen sonuçlarına yakın olduğumuzu düşünebiliriz.

Davos kasabasında, Almanya'nın doğusundaki bir kasabadan çıkan Başbakan Angela Merkel, ülkesinin tek başına zordaki tüm ortaklarını kurtaramayacağı mesajını verdi. Rahatsızlığı, ekonomik ve finansal krizin tek umudu haline gelen Almanya'nın gelen taleplerle boğulması. Almanya tutamayacağı halde tüm Avrupa ülkeleri için taahhütte bulunursa Avrupa saldırıya açık hale gelir uyarısı ve yılların birikimi olan ekonomik sorunların bir hamlede çözülemeyeceğini itirafı da mahlumun ilanından başka bir şey değil. Ortak para Euro'yu kurtarmak için ayrılan fonların ikiye, üçe katlanmasının anlamlı olmadığını kaydeden Merkel, "Kendime sürekli bunun ne kadar saygın bir şey olduğunu soruyorum" dedi.

Merkel bunları sora dursun, Yunanistan'ın süreklenmediği açmaz tarihsel bir döngüden başka bir şey değil. Stratford adlı internet sitesinde yapılan araştırmaya göre Osmanlı İmparatorluğu'na karşı 11 yıllık (1821-1832) bağımsızlık savaşının ardından, Yunanistan döngüsel bir şekilde borçlanmaları yüzünden iflas etti. 2008 yılında da iflasa girdi ama bu ilan edilmedi. Üstü kapatıldı. Sırf Euro Bölgesi yaşatılsın, Almanya ve Fransa'nın küresel rekabetten kurtulması için Euro Bölgesi yaşatılsın, diye. AB kurulurken ve genişlerken ortak Avrupa aklının yarattığı "Biz bize yeteriz" benzeri dayatmanın sonuçlarını kabullenmekte zorlanıyorlar. Onlar zorlanırken, tüm dünyayı da kriz ortamının problemlerini paylaşmaya zorluyorlar. Avrupalı siyasiler sürekli gerçek dışı, olumlu mesajlar verirken, piyasalar "bunlar risklerin farkında değil" diyerek üstüne gitmekte. Bu sebeple ülke risklerinin arttığını görüyoruz. AB liderlerinin bu nedenle kredileri azalıyor ve daha da önemlisi kendi halklarına ev ödevi vermeye zorlanıyorlar. Gerçeklerin farkında bile

olsa siyasilerin, artık tabandan gelen baskıyla, hareket etme yetisi sınırlanmış durumda. İşte bu noktada yaşanan krizle mücadele, Merkez Bankaları ve IMF üzerinde yürütülüyor. İlk öncelik güven yaratmak. Kendi politikacılarının yaratmadığı güven, bürokratlar tarafından nasıl yaratılabilir?

Yukardaki sorunun yanıtlarını yine Merkez Bankaları'nın uyguladığı politikalar üzerinden ele alalım. ABD Merkez Bankası FED'in Başkanı Bernanke, enflasyon hedeflemesine giderek önemli bir hamlede bulundu ve dünyanın en etkili Merkez Bankası'nın şeffaflığına ilişkin itibarını da destekledi. FED yetkilileri, uzun vadeli enflasyon hedeflerini de yüzde 2 olarak belirleyerek, Bernanke'nin 2006'da koltuğu devralmasından bu yana süregelen tartışmaları da sonlandırmış oldu. Bernanke, 2005 yılındaki konfirmasyon konuşmasında, "enflasyon hedeflemesinin", karar alma mekanizmasındaki uzun vadeli beklentileri dizginleyerek, belirsizliği de azaltacağını söylemişti. Şeffaflık politikasının, politika hedefleri için önemli bir unsur olduğunu savunan Bernanke, yüzde 2 enflasyon hedefiyle kamuoyunu haberdar etmenin, uzun vadeli fiyat istikrarını ve orta ölçekli uzun vadeli faiz oranlarını destekleyeceğine dikkat çekti. FED, enflasyon hamlesiyle, aralarında Yeni Zelanda, İsveç ve Meksika'nın da yer aldığı Merkez Bankaları arasına girmiş oldu.

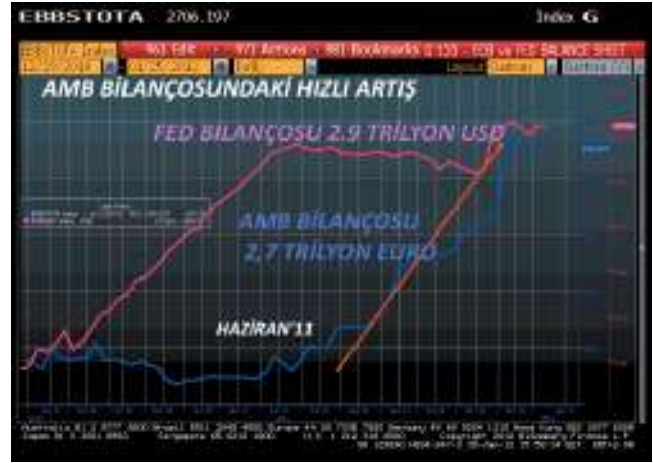
Ancak diğer bankalara kıyasla ABD Merkez Bankası'nın, şirketlerin ücretleri belirlemeden önce en azından maksimum istihdamı sağlaması gerekiyor. İspanya, Yunanistan, İrlanda gibi örneklerin bu konuda ne kadar çaresiz olduğu ortada. Bu noktada da yine iş basiretsiz Avrupalı politikacılara düşüyor ki herkesin umutsuzluğa düşmesinin nedeni de bu.

ABD Merkez Bankası'nın büyümeyi desteklemek için "varlık alımı" ve "iletişim" olmak üzere 2 aracı olduğunun altını çizmişti. Tahvil alımlarının kesinlikle masanın üzerinde tutulan bir seçenek olduğunun belirtilmesi tek bir devlet olmanın rahatlığından kaynaklanıyor. Ancak aynı ortam Avrupa Birliği için söz konusu değil.

Borçlu ülkeler kendileri için bir çıkış yolu olabilecek ortak tahvil ihraç edebilmek için Almanya'nın ağzının içine bakmakta. Bu beklenti ise Almanya Şansölyesi Merkel tarafından açmaza alındı. Aralık ayında Euro Bölgesi'nde ortak tahvil çıkarılması fikrine karşı çıkarak, ülkelerin bütçeleri üzerindeki denetimlerini korudukları sürece, bu fikrin "düşünülemez" olduğunu savundu.

Yunanistan tahvilleri tutanlar, Ekim ayında, 200 milyar Euro (263 milyar dolar) tutarındaki toplam tahvilden kaynaklanan zararların yüzde 50'sini üstlenmeyi kabul etmelerinin ardından, daha fazla zarar üstlenmeye zorlanıyorlar. Sorunun bu şekilde çözüleceğini düşünen siyasilerden farklı düşünen piyasalarda ise tansiyon artmakta. Uzmanların görüşüne göre, "piyasadaki endişe, Yunanistan'ın sorununun çözümünün Portekiz için bir şablon oluşturabilecek olması". Bu demektir ki, elinde Portekiz tahvilleri tutanlar zararları için daha kocaman bir bardak su içmek zorunda kalabilirler. Ardından sırasıyla borç sorunlarının pençesine düşen ülkeler için de bu yöntem istenirse ki İspanya ve İtalya'dan bahsediyoruz, AB'nin dağılma süreci tamamlanmış olur.

Bu kötü senaryo nerede, hangi aşamada kırılacak? 2012'nin uzmanlık sorusu. Bir dönemin sonu, yeni bir döne-



min başlangıcının eşiğindedir. Ev hanımından bulutlar üstünde oturan yönetim katındakilere kadar herkesin aynı heyecan ve kaygı taşıması gerekiyor. Aksi takdirde, ev hanımıyla yönetim katındakiler daha fazla birlikte vakit geçirecekler.

TÜRK PAMUĞU GELECEĞİNİ ARIYOR



Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'nün girişimi, Ege İhracatçı Birlikleri'nin organizasyonuyla İzmir'de düzenlenen "Pamuk Arama Konferansı", 14-15 Ocak 2012 tarihinde tekstil sektörünün tüm taraflarının katılımıyla gerçekleştirildi. Bu konferans sonrasında elde edilen veriler, Ekonomi Bakanlığı'nca "Eylem Planı" adı altında toplanacak.

T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü girişimi ve Ege İhracatçı Birlikleri organizasyonu ile tekstil sektörünün temel girdisi niteliğindeki pamuk hammaddesine ilişkin teferruatlı bir yol haritası hazırlanmasına yönelik 14-15 Ocak 2012 tarihlerinde Çeşme Radisson Blu Resort'te "Pamuk Arama Konferansı" düzenlendi.

Toplantıya Ekonomi Bakanlığı üst düzey bürokratlarının yanı sıra Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracatçı Birlikleri, Ulusal Pamuk Konseyi, TOBB, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve TÜİK temsilcileri, Ticaret Borsaları, Kooperatifler, Üniversiteler ile pamuk üreticileri ve Bossa, Orta Anadolu, Sanko, Koton gibi önemli pamuk kullanıcılarından oluşan yaklaşık 70 kişi iştirak etti.

Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Ünlütürk, Ulusal Pamuk Konseyi Yönetim Kurulu Başkanı Barış Kocagöz ve Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Tarık Sönmez'in açılış konuşmalarıyla başlayan konferans, Ekonomi Bakanlığı Daire Başkanı Murat Yazıcı'nın "Gites ve Pamuk" başlıklı sunumu ile devam etti. Söz konusu açılış konuşmaları ve sunumda tekstil sektörünün, pamuğun ülkemiz ihracatı ve ithalatındaki yeri ve önemi üzerinde duruldu. Ayrıca pamuk emtiyasının girdi tedariki perspektifinden mercer altına alınması konusunun yer aldığı Girdi Tedarik Stratejisi'nin (GİTES) içeriği anlatıldı.

Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Ünlütürk, gerçekleştirdiği açılış konuşmasında, 2023 yılında 500 milyar dolarlık ihracat hedefi içinde 72 milyar dolarlık paya sahip olması beklenen tekstil ve konfeksiyonun gereken performansı göstermesi için pamuğun stratejik ürün olarak ilan edilmesi gerektiği vurguladı. Pamuk fiyatlarının geçen yıl 7 liraya çıkmasının altında, hammaddesiz kalma endişesinin yattığını belirten Ünlütürk, önümüzdeki dönemlerde de hammaddesiz kalma endişesinin olduğunu ve Türkiye'nin bu tablo içerisinde 1 milyon ton eşik pamuk üretmesi gerektiğini sözlerine ekledi.

Ardından Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı eski Müsteşar Yardımcısı Niyazi İltter'in gerçekleştirdiği sunumda pamuk girdisi ile ilgili olarak Bakanlıkça yapılan GİTES çalışmalarının amaçları ve hedefleri aktarıldı. Bu çalışmalar kapsamında, pamuk emtiyasıyla ilgili oluşturulan genel amaç ve hedefler aşağıda yer almaktadır.

Genel amaç:

1. Daha fazla katma değer Türkiye'de bırakılması
2. İthalat bağımlılığın azaltılması
3. Tedarik güvenliği ve sürekliliği ile sektörlerde ihracatta sürdürülebilir küresel rekabet gücü artışının sağlanması

Hedefler:

1. Pamuğun stratejik ürün olarak belirlenmesi
2. Pamuk üretimi ve rekoltenin doğru ve gerçekçi belirlenmesi

3. Pamuk üretiminde verimin artırılması
4. Kurumlar arası işbirliği ve eş güdümün sağlanması
5. Pamuk üretiminde istikrarı sağlayacak destek sisteminin geliştirilmesi
6. Tek balya sisteminin geleceğine karar verilerek, lisanslı depoculuk faaliyetlerinin etkinleştirilmesi
7. Pamuk kalitesinin iyileştirilmesi

Pamuk emtası ile ilgili açıklanan hedefler sonrasında katılımcılardan, söz konusu hedeflere ulaşmak amacıyla mevcut sorunların tespiti ve bu sorunlara ilişkin politika önerilerinin geliştirilmesi hususunda yedi ayrı çalışma grubu oluşturmaları istendi. Oluşturulan gruplar tam gün süren bir çalışma yaparak, kendi hedef konularında yapılması gereken öncelikli faaliyetleri, sorumlu ve işbirliği yapılacak kuruluşları belirlediler ve bu çalışmaların sunumunu hazırladılar.

Konferansın ikinci gününde gruplar tarafından kendi hedef konuları ile ilgili hazırlanmış oldukları sunumlar sunuldu, değerlendirilmeler yapıldı, eş zamanları olarak diğer katılımcılardan oluşturulan faaliyetlerle ilgili yorumlar alındı ve bu yorumlar Bakanlık yetkilileri tarafından kayıtlı edildi.

Konferansta sunulan hedefler, sebepleri ve söz konusu hedefleri gerçekleştirebilmek amacıyla çalışma gruplarının oluşturulan bazı faaliyet önerileri şöyle sıralanıyor:

1. Pamuğun stratejik ürün olarak belirlenmesi

Pamuk endüstriyel bir bitki olması nedeniyle, girdi olduğu sektörler ve yarattığı istihdam ile sosyal ve ekonomik açıdan tarım ekonomisi içerisinde ayrıcalıklı ve özel bir konuma sahiptir. Ülkemizin tekstil ve konfeksiyon sektöründeki üretimini yüzde 65'inin ihraç edildiği, ihraç edilen ürünlerin yüzde 80'inin pamuklu ürünler olduğu göz önüne alındığında pamuğun ülkemiz için önemi daha iyi anlaşılmaktadır.



Pamuğun stratejik ürün olarak belirlenmesi hedefi ile ilgili oluşturulan faaliyetler şu şekildedir;

- Pamuğun hükümet belgesi olarak kabul edilmesinin sağlanması,
- TBMM üyelerinin konu hakkında bilgilendirilmesi,
- İş hayatındaki sivil toplum kuruluşlarının bilgilendirilmesi amacıyla farkındalık etkinliklerinin düzenlenmesi,
- Pamuk üretim bölgeleri milletvekilleri ve bakanları nezdinde lobi faaliyetleri yürütülmesi,
- Köşe yazarları ile İstanbul'da toplantılar düzenlenmesi.

2. Pamuk üretimi ve rekoltenin doğru ve gerçekçi belirlenmesi

Ülkemizde üretilen pamuk miktarına ilişkin değişik kaynakların verilerinde tutarlılık bulunmamaktadır. 2010/2011 sezonu için Uluslararası Pamuk İstisare Konseyi (ICAC) ile İngiltere merkezli bir araştırma kurumu olan Cotton Outlook'un üretim verileri 450 bin ton, ABD Tarım Bakanlığı (USDA) verileri 490 bin ton iken Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı kaynaklı TÜİK verileri 2010 yılı için 816 bin tondur. Ekonomi Bakanlığı Ürün Güvenliği Genel Müdürlüğü tarafından bölge teşkilatı marifetiyle yapılan pamuk denetimlerine konu pamuk miktarı ise 2010 yılında 451 bin ton pamuktur.

Pamuk üretimi ve rekoltenin doğru ve gerçekçi belirlenmesi için katılımcılar tarafından önerilen faaliyetler şu şekildedir;

- Uzaktan algılama yöntemi ile pamuk rekolte tahminlerinin ülke genelinde yaygınlaştırılması,
- Kütlü ve lif pamuk rekoltesinin çırcır fabrikaları bazında kontrolünü sağlayacak bir sistemin kurulması,
- Pamuk istatistiklerinin yayınlanmadan önce toplu değerlendirmeye tabi tutulması,
- Pamuk ekim tahminlerinin çiftçi kayıt sistemi ile parsel bazında değerlendirilmesi.

3. Pamuk üretiminde verimin artırılması

Ülkemiz, GDO içermeyen pamuk üretiminde birim alan başına verimde Avustralya ve İsrail'den sonra dünyada üçüncü konumda yer almaktadır. Öte yandan, ülkemizde, mevzuat gereği, GDO içeren pamuk üretimi mümkün değildir. Hindistan ve Brezilya gibi tekstil ve konfeksiyon sektöründe yer alan ülkelerin verimlerini ve üretimlerini geçtiğimiz 10 yıl içinde büyük ölçüde artırdıkları gözlemlenmektedir. Yüksek verime rağmen pamuk ekilen alanların artırılması dışında verime yö-



nelik ve ülkemizdeki bölgeler arası verim farkını ortadan kaldırmak için neler yapılabileceği üzerinde çalışıldı.

Pamuk üretiminde verimin artırılması için katılımcılar tarafından önerilen faaliyetler şu şekildedir;

- Arazi tapulaştırılması hızlandırılarak, bölünebilecek asgari arazi miktarının artırılması,
- Yerli tohum ıslah planlarına ağırlık verilerek korunması ve yüzde 100 yerli sermayeye sahip kuruluşların bu amaçlı Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Üniversitelerin, kamu ve özel sektörün TÜBİTAK MAM ile pamukta ileri biyolojik uygulamalar konusunda işbirliğine girerek oluşturulacak projelerin desteklenmesi,
- Kırsal kalkınma destekleri kapsamında hassas tarım teknolojileri alet ve ekipman ilave edilmesi,
- Basınçlı sulama sistemlerinin kullanılabilmesi için gerekli olan kapalı sulama altyapısının kurulması,
- Better Cotton Girişimi göz önünde bulundurularak, iyi tarım uygulamalarının pamuk üretiminde tekrar destek kapsamına alınması,
- Makineli hasatın yaygınlaştırılması için hasat makinelerinin kırsal kalkınma desteğine alınması ve en az yüzde 50 oranında desteklenmesi önerilmiştir.

4. Kurumlar arası işbirliği ve eş güdümün sağlanması

Pamuk, girdisi olduğu endüstriler itibarıyla tarım ve sanayi ürünü olarak nitelendirilmektedir. Pamuğa verilen destekler, girdisi olan başta tekstil ve konfeksiyon sektörü olmak üzere sektörlere etkisi, üretimin artırılması ve sürdürülebilir kılınması, kalitesinin denetlenmesi vb. gibi hususlar birçok kamu kuruluşlarının görev ve yetki alanına girmektedir. Çalışmalar sırasında pamuğa ilişkin politikaların tespitinde eşgüdümün nasıl bir yapıyla sağlanacağı, bu yapıda yer almasında fayda bulunan kamu ve sivil toplum kuruluşlarının tespiti üzerinde duruldu. Bu çerçevede,

Üreticiler arasında koordinasyonun sağlanması

- Pamuk üreticilerinin muhtelif platformlarını (Ziraat Odaları, Tarım Satış Kooperatifleri) bir araya getiren bir çatı organizasyonun teşkili,
- Pamuk üreticilerinin etkin örgütlenmesini teminen tarımsal desteklerin havza bazlı üretim esaslarına dayalı olarak üretici örgütleri tarafından dağıtılması,
- Kooperatifçiliğin proje bazlı desteklenmesi.

Üretici ile sanayici arasında koordinasyon (güç asimetrisi, çıkarların farklılaşması)

- Ulusal Pamuk Konseyi(UPK) mevzuatının ihtiyaçlar doğrultusunda revize edilmesi,
- UPK'nın temsil kabiliyetini güçlendirici faaliyetler yapmasını teminen mali gücünü artırmak üzere üretim, tüketim, dış ticaret gibi faaliyetlerin biri veya birkaçından cüzi bir kesinti yapılması,

- Sözleşmeli üretim modelinin özendirilmesi (hâlihazırdaki desteklerin bu modelde üretim yapanlar lehine dizayn edilmesi).

Özel sektör (üretici+sanayici) kamu ve akademik çevre arası koordinasyon (triple helix)

- Pamukta yaşanan sıkıntılarda muhatapların taleplerini koordine edecek bir "Tek Durak Ofis" (One Stop Shop) teşekkül ettirilmesi önerilmiştir.

5. Pamuk üretiminde istikrarı sağlayacak destek sisteminin geliştirilmesi

Ülkemizde pamuğa verilen destekler, kg başına ödenen prim, mazot ve gübre desteği ile toprak analiz desteğidir. Kg başına ödenen prim, 2009 yılından bu yana sertifikalı tohumda 42 kuruş, sertifikasız tohumda ise 32 kuruş seviyesindedir. Bu destek yaklaşık 10 sent/libre'ye tekabül etmektedir. Dünyada 2010/2011 sezonunda verilen ortalama destek 5 sent/libre seviyesindedir. Bu haliyle, ülkemiz dünya ortalamalarının üzerinde destek vermektedir. Ancak, üretim maliyetlerinin yüksekliği verilen desteklerin avantajlarını azaltmaktadır. Öte yandan desteklerin aynı kaldığı dönemde üretim miktarında yaşanan değişim, destekler ile üretim arasındaki korelasyonun mahiyetinin sorgulanmasına yol açmaktadır.

Bu bağlamda, desteklerin üretim üzerindeki etkisi, desteklerin belirlenmesinde temel alınması gereken kriterlerin tespiti gibi konularda çalışılmış ve aşağıda bulunan çözüm önerileri getirilmiştir;

- Destekleme politikasının 5 yıl süreyle verilmesi, prim miktarının ekim başlamadan belirlenmesi, bir önceki yılın primlerinin bir sonraki yıl ekim başlamadan ödenmesi, verilecek desteğin kg başına sertifikasız tohum için 50 kuruş, sertifikalı tohum için 60 kuruş olması,
- Referans fiyat uygulamasına geçilmesi, piyasa fiyatının hedef fiyat altında kalması halinde üreticilere, maliyet ve fiyat arasındaki fark kadar ödeme yapılması,
- Prim tespit komisyonu oluşturulması (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, UPK, TOBB, TZOB),
- Lisanslı depoculuk sisteminin kullanılan

üreticilerin depolama maliyetlerini 3 yıl süreyle desteklenmesi,

- Cari mazot ve gübre fiyatları gözetlenerek destekleme mekanizması belirlenmeli,
- Sanayicinin yerli pamuk kullanımına teşvik edilmesi, bu konuyla ilgili bir destekleme mekanizması kurulmalı.

6. Tek balya sisteminin geleceğine karar verilerek, lisanslı depoculuk faaliyetlerinin etkinleştirilmesi

21.08.2009 tarih ve 27326 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Preslenmiş Pamukların Tek Balya Standardizasyonuna ve Kontrolüne İlişkin Tebliğ (2009/37 sayılı DTS Tebliği)" ile tek balya sistemine geçişin hukuki altyapısı oluşturulmuştur. Ancak, gelişen nokta itibariyle ülkemizde pamukların kalite denetiminde tek balya sisteminin oluşturulmasının zaruri olup olmadığı tartışmalı hale gelmiştir. Pamuk üretiminde önemli aşamalar kaydetmiş olan Yunanistan ve Avustralya gibi ülkelerde tek balya sistemi uygulanmamaktadır. Bu bağlamda, ülkemiz şartları göz önünde bulundurularak daha etkin bir denetleme sistemine geçilmesine yönelik yapılabileceklerin tespiti, prim ve kalite denetimlerinin tek otoritede toplanmasının ve lisanslı depoculuğun geliştirilmesi için depoculuk maliyetlerine yönelik destek verilmesinin mümkün olup olmadığı konularının üzerinde duruldu.

Gerçekleştirilen çalışma ertesinde aşağıda bulunan öneriler getirilmiştir;

- Pamuk üretim bölgelerinde pamuk çeşidinin azaltılması, yerli tohuma öncelik verilmesi suretiyle, çeşit kirliliğinin önlenmesi,
- Tohumculuk araştırmalarına Ar-Ge desteğinin verilmesi,
- Pamuk standardizasyonunda mevzuatın günün koşullarına ve sektörün ihtiyaçlarına göre güncellenmesi, çırçır ve prese fabrikalarında tek balya sistemine geçilmesi için alt yapısının iyileştirilmesinin teşvik edilmesi,
- Çırçır ve prese fabrikalarının çalışma usul ve esaslarının günün koşullarına göre geliştirilmesi,

- Laboratuvar alt yapısının planlanması ve network sisteminin oluşturulması,
- Tek balya sistemine geçilinceye kadar iç denetime dayalı bir pamuk standardizasyon sisteminin uygulanmaya konması,
- Lisanslı depoculuk sabit yatırımları ile depo kirası sigorta KDV teşviklerinin sağlanması.

7. Pamuk kalitesinin iyileştirilmesi

Hâlihazırda Ege Bölgesi'nde yetiştirilen pamuk birinci kalite Cotlook A Liverpool pamuğu ile eşdeğer seviyededir. Bu anlamda Ege Bölgesi pamuğu yüksek numaralı iplik üretimine uygundur ve düşük fire oranlarına sahiptir. Hal böyle iken, Ege Bölgesi'nin üretimdeki payı düşmektedir. GAP bölgesinin ülkemiz pamuk üretimindeki payı yaklaşık yüzde 50 seviyesindedir. Bu bölge pamuğunda fire oranı yüzde 16-17'ye çıkarken, ABD pamuğunda fire oranı yüzde 3-5 seviyesindedir. Yerli üretimi artırmak kadar üretilen pamuğa talep sağlamanın önemi büyüktür. ABD menşeli pamuklar düşük fire oranı nedeniyle tercih edilmektedir. Ülkemiz pamuğunun niceliksel olduğu kadar niteliksel olarak da gelişmesi büyük önem arz etmektedir.



Bu çerçevede; ülkemizde bulunan 971 adet çırçır tesisinin rehabilitasyonuna yönelik ihtiyaçların, GDO içermeyen Türk pamuğunun (GMO Free Turkish Cotton) desteklenmesi amacıyla yapılabileceklerin ve ülkemizde daha uzun elyaflı pamuk üretimi yapılabilmesi için gerekli olan çalışmaların tespiti ile ilgili öneriler aşağıdadır;

- Havzalara göre tohum çeşitlerinin denenmesi, elde edilen verilerin yayımlanması, alanlara uygun ekim yapılması,
- Çırçır tesislerinin standartlarının korunması ve denetlenmesi,
- Tek balya sisteminin mutlaka kullanılması,
- Kontaminasyonun azaltılmasına yönelik yasaların uygulanmasının titizlikle takibi, hasat sırasında Tarım İl ve İlçe Müdürlükleri tarafından gerekli denetimlerin tavizsiz yapılması,
- Tek balya sistemine geçiş ile birlikte lif kalitesi göz önüne alınarak kütlü pamuğa değil lif pamuğa prim verilmesi,
- "Pamuk araştırmaları mükemmeliyet merkezinin" oluşturulması.

Sonuç;

Pamuğu ilgilendiren birçok kesimin yoğun katılımı, Ekonomi Bakanlığı'nın teşviki ve iki gün boyunca süren etkin çalışmalar neticesinde yedi hedef ile ilgili yaklaşık 40 faaliyet oluşturulmuştur. Bu konferans sonrasında elde edilen veriler Ekonomi Bakanlığı'nca "Eylem Planı" adı altında toplanacaktır. Bakanlıklar nezdinde gerçekleştirilmesine karar verilen faaliyetlerle ilgili kuruluşlar tespit edilecek ve hedeflerin en kısa zamanda sonuca ulaşması amacıyla çalışılacaktır.

46 TEKSTİLİN GİZLİ GÖZDESİ: KAHRAMANMARAŞ



İlin istihdamının büyük bir kısmını kapsayan tekstil sektörü, Kahramanmaraş'ı ihracatta da önemli şehirlerden biri yapıyor. Sektörün gelişmesi özellikle teknoloji ve kalitede ulaşılan noktayla paralellik göstermiş, bu gelişmelerle bölge tekstil sektörü, Türkiye standartlarının üzerine çıkmış durumda. Öyle ki bu özellikleriyle Kahramanmaraşlı tekstilciler dünya tekstil pazarında rekabet edebilecek konuma ulaştı.

1980 yılının başından itibaren sanayileşme atağı gösteren Kahramanmaraş ilinin ekonomisinde ön plana çıkan sektörlerden biri tekstil sektörü. Kahramanmaraş'ta tekstil sektöründe 2007 yılı itibariyle 177 firma faaliyet gösteriyor. Faal işletme sayısında ise yıllar itibariyle artış gözleniyor. Türkiye genelinde üretilen iplik miktarının büyük bir kısmını karşılayan Kahramanmaraş, iplik üretiminin yanı sıra dokuma kumaş üretiminde de önemli bir yere sahip. İl nüfusunun istihdamının büyük bir kısmını kapsayan tekstil sektörü, Kahramanmaraş'ı ihracatta da önemli şehirlerden biri yapıyor. Bütün bunlar yan yana konulduğunda ortaya çıkan tablo, ilin üretim, istihdam ve ihracatında tekstil sektörünün oldukça önemli olduğu ve ekonomik kalkınmada sürükleyici sektörlerden biri olduğu yönünde. Sektörün gelişmesi özellikle teknoloji ve kalitede ulaşılan noktayla paralellik gösteriyor, bu gelişmelerle bölge tekstil sektörü Türkiye standartlarının üzerine çıkmış durumda. Öyle ki bu özellikleriyle Kahramanmaraşlı tekstilciler dünya tekstil pazarında rekabet edebilecek konuma ulaştı.

“Kahramanmaraş, Türkiye iplik üretiminin yüzde 30'unu ve dokuma kumaş üretiminin yüzde 10'unu karşılıyor”

Türkiye iplik üretiminin yüzde 30'unu ve dokuma kumaş üretiminin yüzde 10'unu karşılayan Kahramanmaraş tekstil sektörü, başarılı bir sektör olacağıнын sinyallerini Türkiye'de planlı ekonomiye geçiş dönemi olan 50'li yıllarda gösterdi ve 1955 yılında kurulmaya başlanan ve 10 yılda tamamlanan Kahramanmaraş Pamuklu Dokuma Sanayi T.A.Ş., 12 Şubat 1965 günü açılarak Kahramanmaraş'ın ikinci kurtuluş günü olarak tarihe geçti. Bu gelişmenin ardından Sümerbank, Marteks, Bossa firmaları Kahramanmaraş'ta tekstil sanayiinin temellerini attı. Bugün 224 sanayi tesisinin faaliyet gösterdiği Kahramanmaraş sanayisinin lideri olan tekstil sektöründe, yılda 450

bin ton iplik, 140 milyon metre dokuma kumaş, 50 milyon metre denim, 113 bin ton örme kumaş, 25 milyon adet konfeksiyon üretimi yapılmakta ve 191 bin ton boya ve kasar işi gerçekleştirilmekte. Uluslararası bir hammadde merkezi haline gelen Kahramanmaraş, tekstil sektörü sayesinde kentin yanı sıra ülkenin iktisadi büyümesinde de önemli bir yere sahip oldu, bu sayede yüksek döviz girdisi sağladı. Bölgeye yatırım çekmek amacıyla bölgedeki girişimcilerin çabalarının sonuç vermesi biraz da teşviklerinin uzun süreli olmasıyla alakalı. Bu sayede bölge sektörü yatırımların kalıcılığını da sağlamış olacak. İplik üretiminin yüzde 40'ına sahip olan il, tekstil sektörünün köklü geçmişiyle bölgenin istihdamında önemli bir yere sahip.

Ekonomik kriz, Kahramanmaraş'ta kurumsallaşmasını tamamlayamamış ve finansman yapısı bozulan şirketleri ciddi şekilde etkiledi. Özellikle 2008 yılında pamuk ipliği alanında alınan korunma tedbirleri sayesinde kriz

leri en az zararlı atılan tekstil sektörü, verilen bu destek ile yeni bir vizyon kazandı. Kalite ve verimlilik esasına göre çalışan ve kurumsallaşan şirketler bugün krizden hızla çıkarak büyümelerini devam ettiriyor. Kriz dönemlerinde Kahramanmaraş'ın yeni pazarlara yönelmesi sayesinde hem krizin etkileri en aza inmekte hem de dünya pazarlarında kalıcı bir yer edinilebilmektedir. Şehirlerin kalkınmasında sektörler arası birliğin önemi elbette ki hayatidir. Kahramanmaraş'ta bu durum iplik, kumaş ve konfeksiyon sektörleri arasında birliktelik ve iş birliğiyle kendisini gösterir. Bu durumun daha formal bir şekle dönüştürülmesi ve rekabet avantajına çevrilebilmesi için ise kümelenme projeleri ile bu altyapının desteklenmesi gerekmektedir.

Birçok sektörün en büyük sorunlarından biri olan merdiven altı üretim Kahramanmaraş'ı tekstil sektöründeki ürün gamı ve kalite açısından etkilememektedir. Bunun yanında özellikle hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler için haksız rekabet durumu ortaya çıkmaktadır. Kayıt dışı üretim ve istihdam ile düşük kaliteli ve düşük maliyetli üretim ekonomisi öncelikle ve direkt olarak KOBİ'leri, dolaylı olarak da büyük şirketleri ve tekstilin her alanını olumsuz etkilemektedir. Bölgede tekstil sektörünü geliştirmek adına destek ve teşviklere de ihtiyaç olmaktadır. Mevcut teşvik sisteminde iplik ve dokuma konularında sadece modernizasyon yatırımları desteklenmektedir. Yeni teşvik sistemi çalışmalarında Kahramanmaraş'ta özellikle tekstil ve giyim eşyası imalatı, plastik, metal mutfak eşyaları, maki-



Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Karaküçük:

“SEKTÖREL ÇEŞİTLİLİĞİ SAĞLAMAK ZORUNDAYIZ”

Kahramanmaraş her kriz döneminde yeni ve alternatif pazarlara yönelmiş ve en önemlisi de bu pazarlarda kalıcı olmayı başarmıştır. Sürdürülebilir ihracat konusunda önemli mesafe kaydeden Kahramanmaraş bundan sonraki dönemde ihracat potansiyelini harekete geçirerek sektörel çeşitliliği sağlamak zorundadır. Sektör olarak 2012'den itibaren kurumsallaşma ve sosyal uygunluk ile ileri teknoloji ve Ar-Ge kapasitesi konularında daha fazla mesafe almamız gerektiğini düşünüyorum. Bizler Kahramanmaraş'ta bu stratejik konulara daha fazla eğilmek adına Teknokent Projesi'ni hayata geçiriyoruz. Yine, İTKİB ve BM ile birlikte yürüttüğümüz bir proje kapsamında Tekstil Rekabet Platformu adı altında bir oluşum ile sektörün kısa ve orta vadeli ihtiyaçlarını tespit ederek etkin çözümler üretmeye çalışıyoruz. Kümelenme projeleri ile sektörün rekabet gücünü artıracak faaliyetlerimiz 2012'de de devam edecektir. 2012 yılında, sadece resesyona karşı değil uzun vadeli yeni bir vizyon ile Türk tekstil sektörünün kendisini yenilemesi/geliştirmesi zorunlu.



ne imalatı, gıda, hayvancılık, jeotermal turizm ve seracılık gibi sektörler de teşvik ve destek beklemektedir.

Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Karaküçük, tekstil sektörü sayesinde Kahramanmaraş'ın üç milyar dolar sanayi hasılası ve 1.7 milyar dolar dış ticaret kapasitesine sahip olduğunu belirterek, “Sektör, otuz bin kişinin direkt, 120 bin kişinin dolaylı, yan sektörleri de dâhil edersek 200 bin kişinin işvereni konumunda bulunmaktadır. Kahramanmaraş nüfusunun bir milyon olduğunu düşündüğümüzde beşte birinin tekstil sektörüne hizmet ettiği açıkça görülebilmektedir” dedi.

Kahramanmaraş'ın, tekstil ve hazır giyim sektöründeki ciddi yatırımlarıyla geleceğin Türkiye'sinde bir tekstil ve moda merkezi olmaya hazırlandığını ifade eden Kemal Karaküçük, hazır giyim sektörü yatırımları için çok uygun bir ortam sunan kentin, her türlü iplik ve kumaş üretebilen tekstil sanayisi ve gelişen boya-apre tesislerinin hazır giyim için adeta bir çekim merkezi yarattığını kaydederek, kentin yüksek teknoloji seviyesi sayesinde kaliteli ve hatasız hammadde temini sağladığına işaret etti. Kahramanmaraş'ta 2005 yılından bugüne kadar yapılan ve devam eden özel sektör yatırımlarının 3.5 milyar dolara yaklaştığını belirten Karaküçük, teşvik belgeli yatırım istatistiklerine göre 2005 yılında iller sıralamasında yedinci, 2006'da sekizinci, 2007'de üçüncü ve 2011 Ekim ayı itibarıyla sekizinci sırada bulunduğunu söyledi.

Kahramanmaraş'ın, Türkiye'nin en yatırımçı ilk beş ili arasında olduğunu rahatlıkla söyle-

bildiğini ifade eden Kemal Karaküçük, bu başarının altında yine tekstil sektörünün çok önemli payı bulunduğunun altını çizerek şunları söyledi: “Zira tamamlanan 1.9 milyar dolarlık yatırımın yüzde 40’ı, devam eden 1.3 milyar dolar yatırımın yüzde 35’i tekstil sektörü tarafından gerçekleştirilmektedir. Yatırımların artması ve özellikle yabancı yatırımcıların gelmesi için yürüttüğü-

Kahramanmaraş Organize Sanayi Bölgesi (OSB) Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Çinkay:

“YÜKSEK MALİYETLİ HAMMADDE EN ÖNEMLİ SORUN”

Sektör krizi en az hasarla atlatabilmek adına çalışmalarını sürdürüyor. Bölge sektöründe birlik olmadığının altını çizmeliyiz. Merdiven altı, diye tabir edilen üretimin Kahramanmaraş tekstil sektöründe haksız rekabete sebep olduğu hepimizce bilinen bir gerçektir. Teşvikler konusunda enerji desteği ve SSK desteği en önemli kalemler olup bunlardan faydalanmaktayız. Ancak enerji desteği ödemelerinde sıkıntılar meydana gelmektedir. Bu destekler süreli idi. Dolayısıyla 2012 yılında sona erecek. Bu dönemde, bu tür desteklere sektörün ihtiyacı var. Tekstil geleceği adına yapılacak çalışmalar derken ilk ele alınacak konu yeni bir organize sanayi bölgesi oluşturulmasıdır. Zira mevcut OSB’de boş arsa bulunmamaktadır. Bize göre tekstil sektörü ekonomik krizden 2012 yılında etkileneyecektir. Ama Kahramanmaraş bu yılı en az kayıpla kapatacak ve 2012 yılının ikinci yarısında toparlanıp eski güzel günlere tekrar dönecektir.



Kahramanmaraş Lider İş Adamları Derneği (KALİDA) Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ökkeş Balsuyu:

“KRİZ 2012’DE İHRACATIMIZI OLUMSUZ ETKİLEYECEK”

Bölgede sektörler arasında bir birlik olduğundan söz edilemez. Merdiven altı diye tabir edilen üretim Kahramanmaraş tekstil sektörüne zarar veriyor. Bu aslında bütün sektörlerin ortak sıkıntısı. Devletin bunun önüne geçmek için atacağı her adım önemli. Zararın neresinden dönülürse kârdır. İthalata anti-damping uygulaması doğru bir karardır. Tekstil lokomotif olan konfeksiyon sektöründe çalışan işçilerin, işverence ödenen vergi yüklerinin de azaltılması gerekir. Türkiye’de pamuk tarımının teşvik edilmesi gerekir. Bir zamanlar pamuk cenneti olan bölgemizde talebe cevap verecek üretim yapılmıyor. Eski üretim modern tarzda yeniden canlandırılmalı ve üretici desteklenmeli. İlimiz ekonomisinin bel kemiği tekstil sektörüdür. Bu şehirde tekstil en ağır yükü taşıyor. Ama kârlılıklar her geçen sene azalmakta, teknolojiyi yenilemeye bile yeterli gelmiyor. Dünyada devam eden ekonomik kriz ortamının 2012 yılında daha da bozulacağı ve bu bozulmanın ihracatımızı olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum. Dünya ekonomisindeki süreç bizi de etkileyecek ama temennimiz bunun az olması. İhracatı olan her firmanın buna hazırlıklı olması da gerekiyor.



müz projelerle altyapının iyileştirilmesini, Ar-Ge kapasitesinin gelişmesini ve sektörel işbirliğinin artmasını amaçlıyoruz”.

Ekonomi Bakanlığı’nın projesi olan KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi kapsamında KOBİ’lerin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü artırmayı, ürün ve hizmette farklılaşmayı, yenilikçilik ve insan kapasitesinin geliştirilmesini, KOBİ’lerin işbirliği ortamını geliştirmeyi, ticaret ve sanayi odasının ilerleyen dönemlerde yürüteceği Doğu Akdeniz Ekonomik Kalkınma ve İş Geliştirme Merkezi projesi ile sektörü yatırım, işgücü, yönetim, girişimcilik, iş geliştirme gibi alanlarda desteklemeyi hedeflediklerini söyleyen Kemal Karaküçük, tüm bu unsurlarla birlikte Kahramanmaraş’ın tekstil yatırımları adına cazibe merkezi olacağını açıkça görülebildiğini belirtti.

Bölgedeki tekstil ihracatının daha çok Avrupa ülkelerine gerçekleştirildiğini belirten Kemal Karaküçük, başta İtalya olmak üzere Almanya, İspanya gibi ülkelere ihracatın başı çektiğini söyledi. Tekstil ihracatının ülkelere dağılımı konusunda bundan birkaç yıl önce ilk on sırayı Avrupa ülkelerinin aldığı kaydeden Karaküçük, bugün Brezilya, Mısır, Rusya, İsrail, Suriye gibi Güney Amerika ve Ortadoğu ülkelerinin öne çıktığını söyledi.

Teşvikler daha uzun süreli olmalı

Kahramanmaraş sanayisinin lokomotifini tekstil sektörü olduğunu söyleyen Kahramanmaraş Organize Sanayi Bölgesi (OSB) Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Çinkay, zaman zaman yaşanan ekonomik krizlerin tüm sektörleri olduğu gibi tekstil sektörünü de olumsuz etkilediğine dikkat çekti. Bölgeye yatırım çekmek adına Kahramanmaraşlı girişimcilerin üzerine düşenleri yerine getirdiğini ifade eden Çinkay, “Yatırımları destekleme amaçlı teşviklerin daha uzun süreli, kapsamlı ve koordineli bir şekilde olması gerekmektedir” dedi.

Bölgenin tekstil ihracatının tamamına yakınının Avrupa Birliği ülkelerine yapıldığını ifade

eden Abdullah Çinkay, kriz döneminde Brezilya ve Afrika ülkelerine de ihracat yapıldığını belirtti. Özellikle yüksek maliyetli hammadde bağlantılarının sektörün en önemli sorunu olduğuna değinen Çinkay, bu sorunun kendisini ilerleyen günlerde daha çok hissettireceğini zira birçok firmanın hammadde yükleme tarihlerini ötelediğini belirterek, sektörün avantajının da üretimde yeni teknolojinin kullanılması olduğunu söyledi.

İplik üretiminin yüzde 40'ı Kahramanmaraş'ta

Türkiye'deki iplik üretiminin yüzde 40'ının Kahramanmaraş'ta gerçekleştiğini söyleyen Kahramanmaraş Lider İş Adamları Derneği (KALİDA) Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ökkeş Balsuyu, Türkiye'de yüzde 40 kapasitesinin başka bir ilde görülmediğinin altını çizdi. "İplik üretiminin yanında, dokuma kumaş, örme, denim üretiminde de ülkemizde söz sahibiyiz. Tekstil alanında Kahramanmaraş'ın köklü bir geçmişi var ve bu sektör şehrimizin işsizlik sorununu da gidermiştir" diyen Balsuyu, sektörün işçi bulma sıkıntısı içinde olduğuna da dikkati çekti. İplik ve kumaş üreten fabrikalarıyla şehrin tekstilde bir cazibe merkezi olduğunu belirten Balsuyu, konfeksiyon fabrikalarının sayısının artmasının sektör açısından büyük öneme sahip olduğunu söyledi.

Kahramanmaraş'ta OSB'lerde yatırım yapılacak arsa kalmadığını ve OSB'lere ihtiyaç olduğunu, yapılacak olan OSB'ler sayesinde şehre yatırımın artacağını ifade eden Ökkeş Balsuyu, "Bu yatırımları yapacak güçte ve istekte olan birçok işadamı var. Bu potansiyelin artık bekletilmemesi gerekir. Hâlihazırdaki imkânlar Kahramanmaraş'ı taşıyor. Neticede bir sıkışma olacak ve geç kalınmış bir durumun telafisi zor olacaktır" dedi. Daha çok Avrupa, Balkanlar ve Rusya bölgelerine ihracat yapıldığını, son yıllarda Kuzey Afrika ve Güney Afrika ülkelerine ilginin arttığını ifade eden Balsuyu, "İhracatçımız Afrika pazarına yeni açılım gösterdi denilebilir. Ayrıca hükümetimizin birçok ülkeyle vizeleri kaldırması da ihracatın önünün açılmasını sağladı" dedi.



KAHRAMANMARAŞ SEKTÖR İHRACAT RAKAMLARI

SEKTÖR	2010 EYLÜL	2011 EYLÜL	OCAK-EYLÜL 2010	OCAK-EYLÜL 2011
Tekstil ve Hammaddeleri	31.691	41.019	273.864	442.674
Demir ve Demir Dışı Metaller	4.557	6.914	43.849	58.001
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	5.741	4.862	51.192	56.96
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar	414	1.223	4.548	8.859
Makine ve Aksamları	1.317	498	3.668	4.229
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	799	295	3.716	3.048
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	66	278	962	2.507
Elektrik-Elektronik	698	53	852	1.431
Demir Çelik Ürünleri	150	5	544	1.211
Değerli Maden ve Mücevherat	26	21	166	358
TOPLAM	46.101	55.203	388.777	580.177

Krizin Kahramanmaraş tekstil sektörüne yansımalarına ilişkin 2010 yılı Eylül ayında tırmanmaya başlayan pamuk fiyatlarının dünya tarihinde rastlanmamış bir şekilde 5.40 dolar seviyelerine kadar çıkıp, 2011 yılı Mart ayından itibaren kısa bir sürede 2.50 dolar seviyelerine indiğini söyleyen Ökkeş Balsuyu, "Bu ani fiyat hareketleri iplik üreticilerine zarar ettirmiştir. İplik üreticileri yaralarını sarmaya çalışıyor. Fiyatlardaki hızlı değişim yatırımcıyı ve tekstil dünyasını tedirgin ediyor. Dalgalanmaların getirdiği bir sıkıntı var" dedi.

Krizin etkilerini azaltmak adına hükümet tarafından yurt dışından ucuz fiyata ithal edilen kumaş ve ipliklere anti-damping uygulandığını söyleyen Balsuyu, bu uygulamanın memnuniyet verici olduğunu ifade etti. Bölgede sektörler arasında bir birlik olmadığını da söyleyen Ökkeş Balsuyu, merdiven altı üretimin bölge tekstil sektörüne ciddi zarar verdiğinin altını çizdi. Kayıt dışı üretimin bölgedeki bütün sektörlerin ortak sıkıntısı olduğunu ileri süren Balsuyu, "Devletin bunun önüne geçmek için atacağı her adım önemli. Zararın neresinden dönebilirse kârdır" dedi.

Hükümet tarafından yurt dışından çok ucuz fiyatlara ithal edilen kumaş ve ipliklere anti-damping konulduğunu belirten Ökkeş Balsuyu, bu kararın tekstil sektörü için çok faydalı olduğunu belirterek, hükümete bu konuda teşekkür ettiklerini kaydetti.

ÖRME MAKİNELERİNDE YENİ TEKNOLOJİLER



Örme makineleri, sanayi tipi ve evde kullanılan modeller olmak üzere çeşitlilik gösteriyor. Dairesel örgü makineleri, yüksek hızlı üretim yapar ve örgü makinesinin türüne göre, tek yüz jarse, çift yüz jarse ya da ters ilmek trikoları dokur. Düz örgü makinelerinin örme hareketi, dairesele çift yüz jarse makinesinininki gibidir. Yuvarlak örme makineleri ise üretim hızını artırmak için silindirlerin çevresine iğnelerin dizilmesiyle oluşur. Genellikle iplik sabit, iğneler hareketli prensiple çalışır. Gelin şimdi bu teknolojilere ve üreten firmalara bir göz atalım.

Teknoloji, makinelerin icadından sonra hızlı bir gelişim içine girdi. Bu icatlar her alanda olduğu gibi, örme alanı olan örme makinelerinin de gelişmesini sağladı. Giyim sanayisinin ve moda'nın gelişmesi, bu alanda da etkili oldu. En eski örgü örnekleri, Mısır'daki Antinoe kenti dolaylarında bulundu. Dünyanın ilk örgü makinesi (trikotaj makinesi) de, 1589'da Calverton'da (İngiltere) William Lee tarafından çizildi ve yapıldı. Bu buluş, trikotaj endüstrisinin kurulmasına yol açtı. Endüstri devriminden sonra örgü makinelerine motor takıldı ve sürekli dönme hareketiyle boru biçimli kumaş ören, yuvarlak makineler yapıldı. Örgü makinelerinin temel parçası, tığ ya da iğnedir. Gagalı ve paletli olmak üzere iki tür tığ vardır. Gagalı tığ, 1589'da Lee tarafından bulunurken, paletli tığ, İngiliz Matthew Townsend tarafından 1849'da geliştirildi. Paletli tığın bir mil üstüne oturtulmuş bir paleti vardır ve ilmekleri aşağı yukarı hareket ederek yapar. Evlerde kullanılan makinelerde, bu tip tığ yaygındır. Gagalı tığın, yay gibi uzun bir gagası vardır. Bu gaga, tığın her hareketinde kapanır. Gagalı tığın çalışması paletli tığinkinden daha karmaşık olmasına karşılık, günümüzde örgü makinelerinde yaygın biçimde kullanılır. Bunun birinci nedeni, gagalı tığın küçük boyutlarda örgü yapabilmesi, ikinci nedeni de giysiye istenen modeli makine üstünde veren örgü makinelerinde kullanılabilmesidir.

Otomatik işleyiş

Dairesel örgü makineleri, yüksek hızlı üretim yapar ve örgü makinesinin türüne göre, tek yüz jarse, çift yüz jarse ya da ters ilmek trikoları dokur. Tek yüz jarse, yalnızca bir takım tığı olan maki-

nelerde dokunur. Tığlar genellikle makinenin çevresine dizilmiş ve her biri yuvasına dikey biçimde yerleştirilmiştir. Kam biçimindeki metal parçaları, tığları yukarı aşağı hareket ettirir. Bu hareket denetlenerek istenilen motif yapılabilir. Yukarı kalkan tığlar ipliği örür, aşağıda kalan tığlar ipliği almaz, eski ilmeklerini tutarlar. Makineye, dikey tığların yanı sıra yatay tığlar da takılır. Yatay tığlar kumaşa iki yüz kazandırır.

Düz örgü makinelerinin örme hareketi, dairesele çift yüz jarse makinesinininki gibidir. Ama düz makinede tığlar, ters çevrilmiş V biçimindedir. Paletli tıglı düz örgü makineleri, dairesele örgü makinelerinden daha yavaş çalışır. Örgü işlemi ileri geri bir hareketle yapıldığından, trikonun iki yanında sağlam kenar şeritleri oluşur. Gagalı tıglı makineler, kesiksiz örgü örebilir. Değişik giysi parçalarının, daha sonra kesme ge-

rektirmeyecek biçimde örülebilmesi için, bu makinelerde, kenara gelen ilmekler her sırada eksiltilip artırılır. Düz makineler çok yaygındır. Endüstri makineleri, evlerde kullanılan düz makinelere benzerler; tek fark, otomatik işleyişi sağlayan bir güç birimiyle donatılmış olmalarıdır.

Dakikada üç milyon ilmek

Çözgü örgü makineleri, iplikleri dikey örür. Bunlarda, dokumacıktakine benzeyen bir çözgü ipliği kullanılır. Gömleklik kumaş dokuyan makinede, 2 bin 500 tiğ bulunur. Her tiğâ iki iplik takıldığından, makineye aynı anda 5 bin iplik geçirilir. Bu tür makineler, dakikada üç milyon ilmek atıp bin 200 sıradan fazla örebilir.

Yuvarlak örme makineleri üretim hızını artırmak için silindirlerin çevresine iğnelerin dizilmesiyle oluşur. Genellikle iplik sabit, iğneler hareketli prensiple çalışır. Örme dairesel bir düzlemde oluşur ve bir kumaş tüpü oluşturur. Silindirin çevresine sabit kamlar yerleştirilip, iğnelerin üzerinde yer aldığı silindir döndürülerek örgü örülür. Örülen örgü, makinenin silindiri içinden aşağı doğru çekilir. İplikler sistemlere yukarıdan beslenir.

Yuvarlak örme makineleri, triko (düz örme) makinelerine göre 2-3-4 hatta 8 misli daha hızlı çalışır (Tekstüre, çorap, bant v.b. gibi makinelerde 400-800 bazen 4000 devir/dakika hız olabilmektedir). Ayrıca yuvarlak örme makinelerinde hızın yanı sıra sistem sayısı da fazladır. Triko makinelerinde maksimum dört sistem yerleştirilebilir ki, bu da çalışılacak kısmı artırır. Yuvarlak örme makinelerinde ise ip-



liklerin verildiği yerin sabit olması sistem sayısının çoğalmasına imkan verir.

Yuvarlak örme makineleri triko makinelerine göre daha ince (yüksek faynlı) makinelerdir. Bu nedenle yuvarlak örme makinelerinde elde edilen kumaşlar daha ince ve zariftir. Yuvarlak örme makineleri, iğnelerin yan yana ve dairesel (kovan halindeki) iğne yatakları üzerine açılmış iğne kanallarına dizilmiştir. İğne yatağının dairesel hareketi sırasında kanallar içinde hareket eden iğnelere, iğne yatağı ve kanallar üzerinde hareketsiz duran, iğnelere hareket veren kilit mekanizmalarının yardımı ile ayrı ayrı hareket ettirilmesi ve buna uygun sabit iplik yatırımı ile örme işlemi yapan makinelerdir. Yuvarlak örme makinelerinde örme elemanları ve mekanizmaları dairesel olarak yatay ve dikey konumlardaki iğne yatakları üzerinde bulunurlar. Örme işlemi, ipliklerin iğne yatağı çevresine belirli aralıklarla sıralanmış çalışma yerlerinde bu iğneler topluca dönüş hareketi yaparken aynı zamanda sabit olan kilit sistemlerinden uygun hareketleri almaları ve üzerlerine yatırılan iplikleri çekerek ilmek oluşturmaları ile gerçekleşir.

Titreşimleri absorbe etmeli

Yuvarlak örme makinelerinde iskelet tasarlanırken şunlara dikkat edilmelidir: Eleman oluşan kumaş rahat görebilmeli, makine fazla yer kaplamamalıdır ve çalışma anındaki hareketlere rağmen, sarsıntısız ve dengeli bir halde durabilmeli ve oluşabilecek titreşimleri absorbe etmelidir.



Yuvarlak örme makinelerinde hareket verme mekanizmalarının asıl görevi, makine işletme güvenliğini ve üretilen kumaş kalitesinin yüksek olmasını sağlamaktır. O halde modern bir hareket verme mekanizmasından istenilen özellikleri şöyle sıralayabiliriz: Makinenin, frenlemeden sonra çalıştırıldığı zaman işletme hızına kesintisiz bir şekilde yükseltilmesi gerekir. Oluşabilecek bir kaza anında makinenin geciktirilmeden durdurulabilmesi gerekir. Makine devrinin ve örgünün kontrolü için elle çalışan hareket mekanizmasının olması gerekir. Otomatik seyir için dönme sayısının verilmesi gerekir. Bakım ve temizleme işlemi için devir sayısının verilmesi gerekir. Boşa çalıştırma ve silindir ile kapak iğne yataklarının dönüşünü senkronize eden mekanizmanın, silindir ve kapak iğne rayı arasında bulunması gerekir.



Yuvarlak örme makinelerinde hareket verme ve iletme elemanları, artan devir sayıları ve sistem sayılarına paralel olarak oldukça büyük bir yüklemeye göre tasarlanırlar. Örme işlemine katılan iplikler, bobinler halinde hazırlanır. Bu iplik bobinleri, ipliklerin düzgün bir şekilde örme bölgesine sevk edilmesi için cağlık adı verilen bir taşıyıcı üzerine yerleştirilmiştir. Çalışılan ipliğin numarasına bağlı olarak farklı iplik geçme

delikleri bulunur. Her iplik numarasına uygun delikten geçirilmelidir ki, bu şekilde kalın ve hatalı kısımlar örücü iğnelere geçmeden, hatalı ipliğin kontrol edilerek, örme hataları önlenmiş olur. Gerginliği fazla olan ve kalınlık yoklama kısmından zor geçen ipliklerin, örme kumaş üzerinde hata oluşturmaması için, ipliğin gerilim etkisi altında kontrol lambası yanması suretiyle makinenin durmasını sağlarlar.

Toz dağıtıcı fanlar

Elips Tekstil, 1995 yılından beri Türkiye tekstil sektöründe üretici firmaların ihtiyaç duyduğu makine satış, servis, yedek parça temini, teknik danışmanlık alanlarında hizmet veriyor. Yıllar içerisinde imalatçı firmalardan gelen talep üzerine temsilcisi olduğu firma sayısı arttı. Firmanın dağıtımını yaptığı markalar arasında yer alan Pai Lung'un tek plakalı ve çift plakalı örgü makineleri mevcut. PL -XF3B ve PL -XF3B-LP Tek Plakalı Makinelerde standart ekipman olarak sayılabileceklerimiz arasında; entegre LCD dokunmatik ekran, İntertör kontrollü motor, Memminger Pozitif Besleme Sistemi, iğne dedektörleri, merkezi may ayar sistemi, havalı ve elektronik yağlama sistemi, mekanik veya elektronik kumaş çektirme sistemi, Memminger çardak, Cadrateks kumaş gerdirici, takım çantası, yedek iğne platin, toz dağıtıcı fanlar, aydınlatma ışığı, RS 485 arabirim yer alıyor. Pai Lung Vanıza Havlu Makineleri PL -XPA, PL-XSP, PL-XSP/2'nin özellikleri arasında, entegre LCD dokunmatik ekran, İntertör kontrollü motor, Memminger Pozitif Besleme Sistemi, iğne dedektörleri, merkezi may ayar sistemi, havalı ve elektronik yağlama sistemi, mekanik veya elektronik kumaş çektirme sistemi, Memminger çardak, Cadrateks kumaş gerdirici, takım çantası, yedek iğne platin, toz dağıtıcı fanlar, aydınlatma ışığı ve RS 485 arabirim yer alıyor.

Örgü üretimine yepyeni standart

TETAŞ, 1982 yılında konfeksiyon makineleri sektörüne hizmet vermek amacıyla İstanbul'da kuruldu. Profesyonel kadrosu ve teknolojik alt yapısı ile birçok ürün grubunu, tek bir şemsiye altında toplayarak, yıllarca tedarikçi ve müşterileri ile güvene dayanan iş birlikteliğini başarı ile yakalamış, bir firma. TETAŞ'ın mümessilliğini yaptığı SHIMA SEIKI örme makineleri intersiya örgü üretimine yepyeni bir standart getiriyor. SSR®112-SV WideGauge® makineleri farklı iğne gagası seçeneğiyle 7G, 12G ve 14G şeklinde mevcuttur. Özel LL gagası yüksek gauge aralığı için daha kalın gauge'lere veya çoklu kat iplik kullanımına imkân tanıyan büyük boy bir gagaya sahipken MM gagası standart

büyükte bir gagaya sahip. SSR®112SV farklı gauge'lerin tek bir makinede örülebilmesini sağlayan WideGauge® özelliğine sahiptir. Bu her bir gauge için bir makine yatırımı yapmaksızın veya karmaşık olan ve zaman kaybına sebep olan gauge değişiklikleri gerektirmeden değişen sezonları ve değişen trendleri ele alma özgürlüğünü sunar. Tüm iğnelerin kullanıldığı sıkı ve ince gauge kumaşlardan yarım gauge örme (1x1) kullanan daha kalın ve düşük gauge örgülere kadar geniş çaplı bir üretim mümkün. WideGauge özelliğine sahip modeller ayrıca daha geniş desen imkânları sağlamak amacıyla farklı gauge'lerin tek bir giyside örülebildiği gauge içermeyen örgüyü de gerçekleştirilebilir.

CE standartlarında üretim

TMA Tekstil Makine ve Aksesuar Ltd. Şti. 1990 yılında kuruldu. İlk yıllarında dokuma, örgü ve boya terbiye makineleri alanında müşterilerine hizmet verdi. 2004 yılından itibaren trendlerin değişmesi ve piyasanın talepleri doğrultusunda teknik tekstil makineleri ve ham madde sektörlerini ürün gamına ekleyerek ürün yelpazesini genişletti. Firma, boya baskı ve terbiye makineleri, teknik tekstil, Nonwoven makineleri, örgü makineleri, dokuma, ham madde alanlarında hizmet veriyor. Firma, Çin menşeli SAGA firmasının makinelerinin distribütörlüğünü yapıyor. Firmanın Sung Chang marka Yuvarlak Peluş Örgü Makineleri bulunuyor. Akrilik ve polyester iplik ve fitilden çalışan makineler üzerinde çalışan Koreli firma



jakarlı ve düz yuvarlak örgü makineleri üretiyor. İstenilen çap ve sıklıkta müşteri talebine göre üretim yapıyor ve makinelerini CE standartlarına göre üretiyor. Makinenin akrilik polyester iplik ve fitilden çalışma seçenekleri var. 12 - 30 Fayn 26 - 36 Pus. Tek plaka ve çift plaka örgü makineleri üreten Shin Ta adlı Tayvanlı firma ise TMA'nın dağıtımını yaptığı diğer marka olan Shin Ta, 50 yılı aşkın deneyimi ile düz, mini jakarlı makineleri ile süprem, 2 iplik, 3 iplik, havlu, düz ve ters vanize, açık en sarımlı yuvarlak örgü makineleri üretiyor.



Hızlı tedarik avantajı

1993 yılından beri tüm Türkiye'de, bir dünya devi olan Alman yuvarlak örgü makinesi üreticisi Mayer & Cie.'nin ve medikal çorap sanayinde lider bir marka olan Merz'in temsilciliğini yapmakta olan Mayer Mümessilik Tekstil Ticaret Ltd. Şti., makina satışı, danışmanlık, satış sonrası teknik servis ve yedek parça satış hizmetleri veriyor. Türkiye'de düz örme teknolojisine yıllardır yön veren 135 yıllık Alman menşeli Stoll markası, günümüzde de My Stoll My Future (benim Stoll'um, benim geleceğim) sloganıyla triko üretiminde kullanılan en yaygın makine üreticisi olarak başarısını devam ettiriyor.

AJUM, LİFADO ve ANVH jenerasyonlarından günümüzün CMS jenerasyonlarına kadar her triko üreticisinin vazgeçilmezi olan Stoll düz örgü makineleri her geçen gün kendini daha da ileriye taşıyarak, üstün örme kalitesiyle rakiplerine oranla büyük üstünlük sağlıyor. Günümüzde en çok satan CMS 530 HP model yüksek performanslı makinesi ile düz örme teknolojisinde üreticilere hızlı tedarik konusunda önemli bir avantaj sağlıyor. Bu modelle birlikte tandem makinelerde CMS 822 HP ve CMS 933 HP, kalın numaralı makine grubunda ise CMS 520 C modelleri ile hizmet veriyor. Dünyada üretim esnekliğinin getirdiği bir talep olarak ise Multi Gauge makinelerini pazara sundu. Desen yaratma konusunda daha hızlı ve

otomatik yeni M1 Plus programı ile daha fazla deseni daha kısa sürede oluşturma olanağını da sizlere sağlıyor. Bütün bunların yanında sadece müşterilerine destek olabilmek amacıyla moda yaratma konusunda www.stollpattern.com aracılığıyla müşterilerine trendler hakkında ve desenler konusunda da destek sağlıyor.

Merz firması küçük çaplı tek plaka - yuvarlak örme makineleri alanında uzman. Medikal çorap ve bandaj malzemelerinin üretiminde kullanılan yuvarlak örme makineleri ile dünyada pazar lideri konumunda. Özellikle son yıllarda Türkiye'de tıbbi standartlara uygun özel sertifikalı bazı medikal tekstil ürünlerinin üretimi yönünde bir ivmelenme başladı. Bu sayede dünyada kullanımı yaygın olan özel varis çorapları, korseler, antiembolizm çorapları, bandaj, dizlik, bileklik vb. medikal ürünlerin imalat ağırlığını oluşturan belli başlı Avrupa ülkelerinin arasına Türkiye de katıldı. Tüm bu medikal ürünlerin imalatı için Merz'in CC4-MED tipi kullanılıyor.

CC4 tipi ise medikal içerikli olmayan çok ince bayan külotlu çorabı ve normal çorapların imalatı için kullanılıyor. Teknik olarak E41 fayna kadar üretime uygun. MBS ise dikişsiz örgü "seamless" iç ve dış giysileri, büstiyer, tayt vb. tarzında üretim yapabilen çok üstün teknolojinin kullanıldığı bir makine tipidir. Burada kullanılan teknoloji Mayer&Cie. firmasının geliştirmiş olduğu "monomagnet" metodu ile iğne seçimidir. Merz'in asrı geçmiş bilgi birikimi ve tecrübesi ile birleştirdiği know-how sonucu ortaya çıkmış bir model.

Kendi atölyenizi kurmanız için

Passap Elektronik 6000 Örgü Makinesi'nin hafızasındaki 660 desenden istediğinizi seçebilirsiniz. Passap Elektronik 6000'in ekranı sizinle konuşabiliyor. Passap Elektronik 6000 size bazı sorular soruyor ve bilgisayar ekranı ile size adım adım ne yapmanız gerektiğini gösteriyor. Desen kartına kendi çizebileceğiniz bir deseni Passap Elektronik 6000 okuyup, aynı çizdiğiniz gibi örebilir. Ayrıca bellekteki herhangi bir deseni, kendi çizdiğiniz desen ile birleştirebilirsiniz. Passap Duomatic 80 Örgü Makinesi ile ufak bir yatırım ile kendi atölyenizi kurabilirsiniz. Kullandığınız desene ve ipe göre bir kazağı 1-2 saat içinde örebilirsiniz. DECO, otomatik desen yapabilen karton tertibatıdır. 40 ilmeğin tekrar edildiği kartlar özel zımba ile delinerek çok çeşitli desenler yapılabilir. U-70, çift yataktan tek yatağa geçmek ve ajur için aktarma aletidir. AUTOCOLOR tam otomatik renk değiştirici, yalnızca iki renkli değil aynı zamanda üç ve dört renkli örgüler için. Programlanabilir motor ile istenilen aralıklarla durdurma, renk değiştirmeler yapılabilir, ip kopmasında durdurma tertibatı vardır.

SEKTÖRÜN BEKLEDİĞİ HAMLE: ENERJİ BORSASI



Yerli ve yabancı yatırımlara zemin hazırlaması ve enerji piyasasını derinleştirmesi açısından atılacak en önemli adım olarak kabul edilen 'Enerji Borsası'nın kurulması ile Türkiye'nin ihtiyacı olan yatırımların daha kısa sürede faaliyete geçeceği tahmin ediliyor.

Enerji konusu, Türkiye'nin kalkınmasında önemli rol oynuyor. Ekonomik gelişme, sanayileşme ve kentleşmeye paralel olarak yüksek talep artışının da etkisiyle Türkiye, dünyanın en hızlı büyüyen enerji piyasalarından bir tanesi. 2020 yılına kadar Avrupa ortalamalarının üzerinde büyümesini sürdürmesi beklenen Türkiye, büyümeye paralel olarak da enerji ihtiyacında artış yaşayacak. Bu büyümenin desteklenmesi için de büyük ölçekte enerji yatırımlarına ihtiyaç doğmaktadır. Bu yatırımların odak noktasında olan Enerji Borsası konusu da enerji talebinin karşılanabilmesi açısından büyük öneme sahip. Borsa fırsatını değerlendirmesi halinde Türkiye enerji sektörü, gelecek on yılda ihtiyacı olan 100 milyar dolarlık yatırımı bölgesine çekme planı yapıyor. Avrupa'da var olan enerji borsasından yola çıkarak, Türkiye'de de kamu kontrollü kurulacak olan enerji borsasının sektöre büyük katkısı olacağı düşüncesi hâkim.

Enerji Borsası fikri sektörde faaliyet gösteren firmalar tarafından olumlu karşılandığı gibi Maliye Bakanı Mehmet Şimşek de konunun Tür-



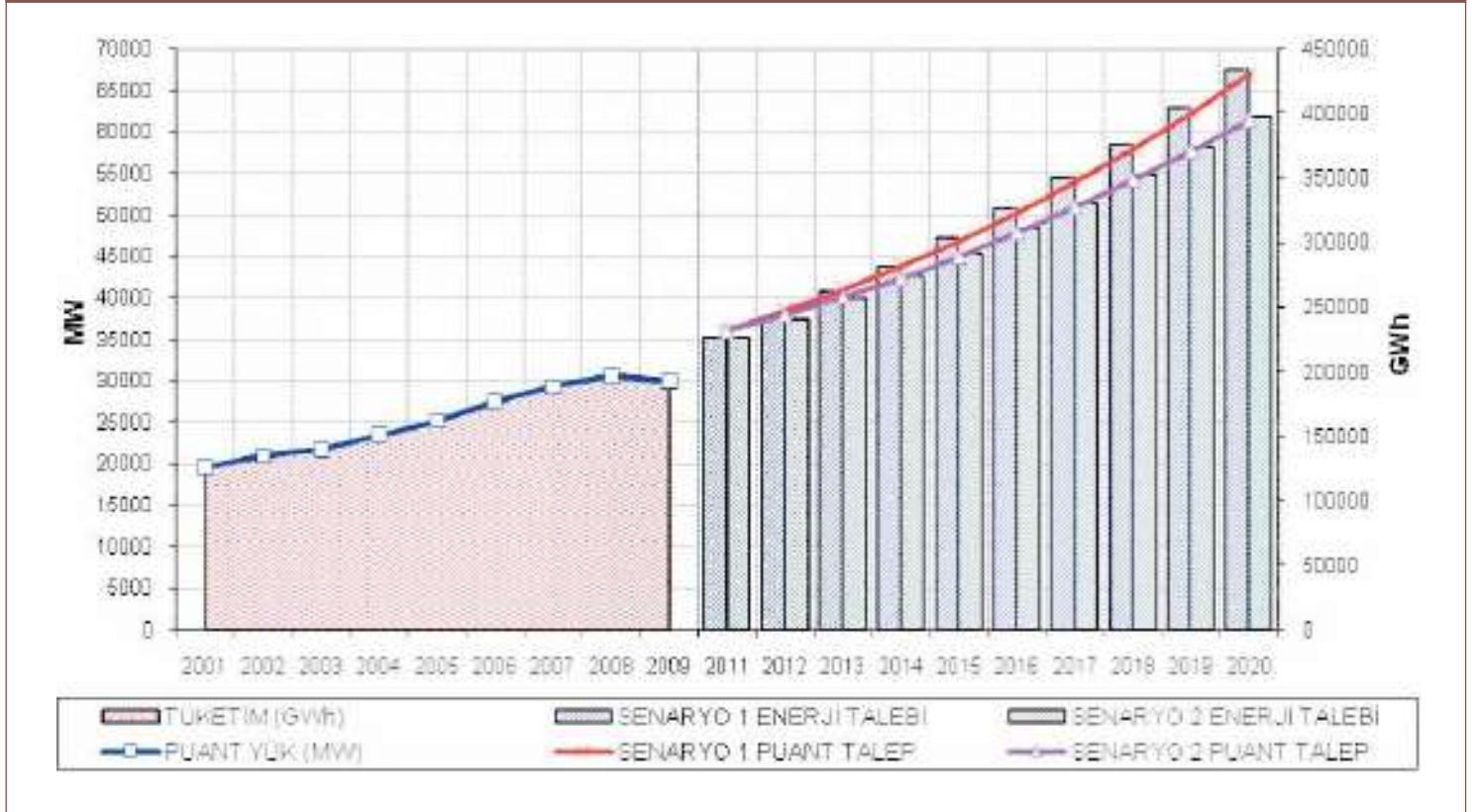
kiye için son derece faydalı olacağı görüşünde. Bu düşünceden hareketle oluşturulacak olan Enerji Borsası'nın, sektöre büyük bir hareketlilik katacağı gibi rekabetin maliyet düşüşü ve verimlilik artışını beraberinde getirdiği bir piyasada böyle bir borsaya ihtiyaç da dikkat çekiyor. Kurulacak borsa ile tüketicilerin de fiyatların adil olup olmadığı konusunda bir karara varması kolaylaşacak. Bu sayede de daha uygun fiyatlarla enerjiye ulaşım sağlanması amaçlanmakta. Enerji Borsası konusu sektörün talebinin yanı sıra hükümetin seçim bildirisinde de yer alıyor.

Kurulacak enerji borsası ile enerji piyasasında birçok değişimin zemini hazırlanmış olacak. Bu sayede yatırımcılar gelecekle ilgili daha rahat strateji belirleyecek ve Türkiye'de özelleştirmelerle başlayan liberalleşme sürecine daha şeffaf ve likit bir piyasa ortamı kurulmasını sağlayacak. Sektördeki yatırım atağına bağlı olarak da kurulacak olan yapının likidite ve yatırımları da olumlu etkileyeceği gö-



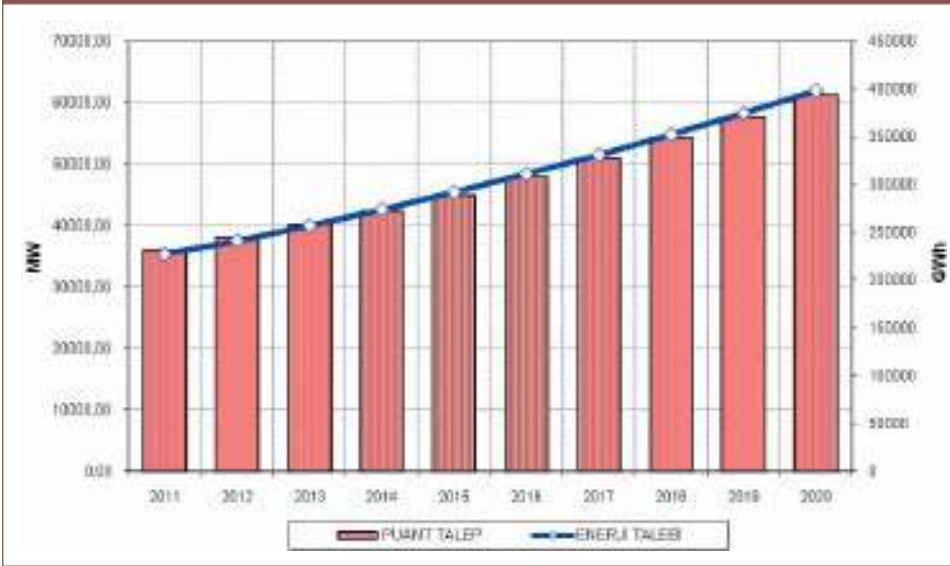
rüşü hâkim. Doğru fiyatın oluşması ve tüm katılımcıların da eşit koşullarda rekabet etmesini sağlayacak olan Enerji Borsası, sektördeki yatırım atağından yola çıkan Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın da kanuni hazırlıkların tamamlanması adına çalışmalarına hız vermesini sağladı.

2001-2020 YILLARI TÜRKİYE PUANT, GÜÇ VE ENERJİ TALEBİ





TALEP TAHMİNİ (DÜŞÜK TALEP)



TALEP TAHMİNİ (YÜKSEK TALEP)



Enerji sektörünün en önemli ülkelerinin merkezinde olan Türkiye, finans merkezi İstanbul'da kurulacak Enerji Borsası sayesinde petrol, doğalgaz, elektrik gibi ürünleri alıp satabilecek. Enerji, cari açık ve istihdam gibi sorunlara katkıda bulunacak olan Enerji Borsası, aynı zamanda yüksek büyüme ortamı da yaratacak. Dünya enerji tüketiminin yaklaşık üçte birinin enerji ticareti ile karşılandığı göz önünde bulundurulduğunda, Enerji Borsası enerji arz güvenliği açısından da büyük önem taşıyor. Enerji Borsası'nın faaliyete geçmesi ile birlikte Türkiye'de de batı ülkelerinde görüldüğü gibi hem üretici hem de tedarikçiler arasından bir markalaşma ve uzmanlaşma söz konusu olacak. Bu da kamu yararını gözeterek, hizmet kalitesi ve sürekliliğini iş anlayışı olarak benimseyen enerji şirketlerinin artmasına zemin hazırlayacak. Sektör temsilcilerine göre ise yatırımların yapılabilmesi için gerekli olan güvenli ve büyümeye açık pazar ortamı, Enerji Borsası'nın kurulması ile mümkün olacak.

Enerji Borsası liberalleşme sürecinde kilit noktada bulunuyor

Ekonomik gelişme, sanayileşme ve kentleşme dinamiklerine paralel olarak yüksek talep artışı ile dünyanın en hızlı büyüyen enerji piyasalarının başında Türkiye'nin geldiği biliniyor. Türkiye'nin 2020 yılına kadar dünya ve Avrupa ortalamalarının üzerinde büyümesini sür-

dürmesi beklenirken, bu büyümenin desteklenmesi için büyük ölçekli enerji yatırımlarının hayata geçirilmesi gerekiyor. Son dönemde sıkça gündeme gelen Enerji Borsası liberalleşme sürecinde kilit noktada bulunuyor. Borsa fırsatını değerlendirmesi halinde Türkiye enerji sektörü, gelecek 10 yılda ihtiyacı olan 100 milyar dolarlık yatırımı bölgesine çekmenin planlarını yapıyor. Sektörde yaşanan yatırım atağına bağlı olarak kurulması planlanan Enerji Borsası'nın ortakları arasında enerji şirketleri, bankalar, İMKB hatta VOB ile birlikte odaların da yer alması bekleniyor.

Enerji Borsası'nın kurulması hakkında net bir tarih henüz verilmiyor fakat Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı çalışmaları tüm hızıyla yürütüyor. Çalışmanın yeni yasama döneminde tamamlanacağı tahmin ediliyor. Enerji talebi ve arzı, sektörün son yıllarda en çok tartıştığı ve global ölçekte çözümler aradığı konuların başında geliyor. Global ölçekte ülkeler, arz güvenliğini ancak enerji üretimine hız vererek ve kaynak çeşitliliğine giderek artırabilecekleri konusunda tartışmasız hem fikirler, istikrarlı makroekonomik gelişme, bir yandan Türkiye'de elektrik enerjisi talebini tetikliyor, diğer yandan da yeni kapasite ihtiyacını gündeme getiriyor. Yerli ve yabancı yatırımlara zemin hazırlaması ve enerji piyasasını derinleştirilmesi açısından atılacak en önemli adım olarak kabul edilen Enerji Borsası'nın kurulması ile Türkiye'nin ihtiyacı olan yatırımların daha kısa sürede faaliyete geçeceği tahmin ediliyor.



ENERJİ BORSASI SEKTÖRE NE KATACAK?

Enerji sektörünün en önemli ülkelerinin yanı sıra başında hatta merkezinde olan Türkiye, finans merkezi İstanbul'da kurulacak Enerji Borsası sayesinde petrol, doğalgaz, elektrik gibi ürünleri alıp satabilecek. Borsa, hem enerji, cari açık ve istihdam sorunlarına katkıda bulunacak hem de yüksek büyümeye yardımcı olacak. Dünya enerji tüketiminin yaklaşık üçte biri, enerji ticareti ile karşılanıyor. Bu noktada Enerji Borsası, enerji arz güvenliği açısından büyük önem taşıyor. Enerji Borsası'nın faaliyete geçmesi ile birlikte Türkiye'de de batı ülkelerinde görüldüğü gibi hem üretici hem de tedarikçiler açısından bir markalaşma ve uzmanlık söz konusu olacak. Bu da kamu yararını gözetken, hizmet kalitesi ve sürekliliğini iş anlayışı olarak benimseyen enerji şirketlerinin artmasına zemin hazırlayacak. Sektör temsilcilerine göre, yatırımların yapılabilmesi için gerekli olan güvenli ve büyümeye açık pazar ortamı, Enerji Borsası'nın kurulması ile mümkün olacak. Enerji Borsası, Türkiye enerji piyasasında birçok değişimin zeminini hazırlayacak. Enerji Borsası, yatırımcıların gelecekle ilgili daha rahat strateji belirlemesine imkân verecek. Borsa ve serbest ticaretin yapıldığı bir pazar yapısı, doğru fiyat sinyallerini vereceği için uzun dönemli planlamaları daha hesaplanabilir hale getirecek. Bununla birlikte, bu yapı, likiditeyi ve yatırımları da olumlu yönde etkileyecek. En önemlisi, doğru fiyatın oluşmasını ve tüm katılımcıların eşit koşullarda rekabet etmesini sağlayacak.

BORSA KURULURSA NE OLACAK?

Türkiye Enerji Borsası kurulması halinde aynen İMKB'de hisselerin alım satımı gibi işlemlerle enerji alım satımı yapılacak. Bu borsanın Avrupa'ya entegre edilmesi halinde de Madrid'deki evlere Türkiye'deki üretici firma enerji ürünlerini satabilecek. Türk tüketicileri, ülke içindeki enerji fiyatlarından rahatsız olması durumunda da Batı'daki herhangi bir ülkeden enerji alabilecek.

EPENGLER HEIMTEXTİL FUARI'NDA SATIŞLARINI YÜZDE 30 ARTIRDI



Sendikamız tarafından yürütülen "Fuarları Teşvik Projesi" kapsamında Türk tekstil işletmeleri geçtiğimiz ay Frankfurt'ta düzenlenen Heimtextil 2012 Fuarı'ndaydı. 11-14 Ocak 2012 tarihleri arasında gerçekleştirilen ve aralarında Broderi Narin, Lüks Kadife, Epengle, Bezci Tekstil, Er-Fun'un da bulunduğu sendikamız üyesi işletmelerin katıldığı fuar, kriz zamanlarında tanıtım ve pazarlamanın ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koydu. Türkiye'den toplam 176 tekstil işletmesinin katıldığı fuarla ilgili izlenimlerini Tekstil İşveren Dergisi ile paylaşan Epengle Tekstil Endüstrisi ve Ticaret A.Ş. yetkilileri, bir önceki yıla göre fuarda satışlarını yüzde 30 artırdıklarını açıkladılar. Hüseyin Gergerlioğlu başkanlığında Serkant Gürgülü, Erdal Şen, Özlem Halide Atıl, Hanife Seçil Yağcı, Murat Seçim, Gürkan Mutoy ve Emre Güleç'ten oluşan 8 kişilik ekiple fuara çıkarma yaptıklarını anlatan Epengle Tekstil yetkilileri, "Heimtextil Fuarı'na uzun bir aradan sonra geçen sene katıldık. Bu sene ise ikinci kez gittik. Geçen yıla göre kıyasladığımızda standımızı ziyaret eden ziyaretçi sayısında geçen yıla oranla yüzde 20'lik bir azalma oldu. Ancak satışlarımızı kıyasladığımızda yüzde

30'luk bir artış söz konusu oldu" dediler. Ziyaretçi sayısında yaşanan düşüşün Avrupa'daki krize ve 2012'ye ilişkin kötümser beklentilere bağlı olduğunu düşündüklerini anlatan Epengle Tekstil yetkilileri, "Özellikle Avrupalı ziyaretçi sayısında önemli bir düşüş yaşandı. Ayrıca Ortadoğu'dan gelen müşterilerimiz ve ziyaretçilerimiz, bu bölgedeki siyasal problemlerden dolayı kaygılı ve karamsarlar" şeklinde konuştular.

Epengle Tekstil yetkilileri, 2012 için öngörülen tüm bu olumsuz göstergelere rağmen Heimtextil Fuarı'na en iyi şekilde hazırlanıldıklarını anlattılar. Epengle yetkilileri, "Fuar ürün çeşitliliğimizi artırarak katıldık. Bunun neticesinde de talep yaratma başarısını gösterip satışlarımızı geçen yıla göre artırma başarısı gösterdik. Önümüzdeki aylarda siparişe dönüşecek görüşmeler ve müşteriler ile anlaşmalar yaptık" dediler. Epengle yetkilileri, fuar sonrası ortaya çıkan tablo nedeniyle 2013 yılındaki Heimtextil Fuarı'na da şimdiden katılma kararı aldıklarını belirttiler.



FUAR TAKVİMİ (MART-NİSAN-MAYIS 2012)

TARİH	FUAR
MART	
01.03.2012-03.03.2012	İstanbul (Türkiye) Texbridge Fuarı
06.03.2012-08.03.2012	Şanghay (Çin) SpinExpo-İplik ve Elyaf Fuarı
08.03.2012-11.03.2012	İstanbul (Türkiye) MODAKS'2012-Tekstil, Moda Aksesuarları ve Üretim Teknolojileri Fuarı
10.03.2012-12.03.2012	Karaçi (Pakistan) Tekstil Asya-Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi ve Aksesuarları Fuarı ve Konferansı
12.03.2012-14.03.2012	Moskova (Rusya) Techtexil Rusya
14.03.2012-16.03.2012	Hong Kong (Çin) Uluslararası Tekstil Fuarı
15.03.2012-18.03.2012	Almatı (Kazakistan) Orta Asya Ev Tekstili Fuarı
18.03.2012-21.03.2012	Guangzhou (Çin) Uluslararası Ev Tekstili Fuarı
27.03.2012-29.03.2012	Şanghay (Çin) DOMOTEX-Zemin Kaplama Sanayi Fuarı
29.03.2012-31.03.2012	Pekin (Çin) Uluslararası İplik ve Elyaf Fuarı
NİSAN	
01.04.2012-03.04.2012	Almatı (Kazakistan) HOMEDECO-Uluslararası Ev Tekstili ve İç Mekan Tasarımı Fuarı
02.04.2012-05.04.2012	Moskova (Rusya) Decotex-Uluslararası Ev Tekstili ve Duvar Kaplamaları Fuarı
11.04.2012-14.04.2012	Ho Chi Minh City (Vietnam) Vientnam Saigon Kumaş ve Konfeksiyon Aksesuarları Fuarı
19.04.2012-22.04.2012	Cakarta (Endonezya) INATEX-Uluslararası Tekstil, İplik, Kumaş, Giyim, Ev Teks. ve Tekstil Aksesuarları Fuarı
21.04.2012-24.04.2012	İstanbul (Türkiye) 9. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı
21.04.2012-24.04.2012	İstanbul (Türkiye) İstanbul Teknik Tekstiller Fuarı
21.04.2012- 24.04.2012	İstanbul (Türkiye) Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü Çorap Makineleri ve Kimyasalları Fuarı
24.04.2012-26.04.2012	Atlanta (ABD) Uluslararası Teknik Tekstil Fuarı
26.04.2012-29.04.2012	Bağdat (Irak) Bağdat Uluslararası Hazır Giyim ve Deri Fuarı
MAYIS	
05.05.2012-09.05.2012	Frankfurt (Almanya) Modern Tekstil Bakımı Fuarı
16.05.2012-20.05.2012	İstanbul (Türkiye) 8. İstanbul Ev Tekstili Fuarı (TÜYAP)
18.05.2012-22.05.2012	İstanbul (Türkiye) EVTEKS Fuarı (CNR)
26.05.2012-28.05.2012	Milano (İtalya) Uluslararası Örgü ve Hazır Giyim Makineleri Fuarı
31.05.2012-03.06.2012	İstanbul (Türkiye) İstanbul Kumaş Fuarı
31.05.2012-03.06.2012	İstanbul (Türkiye) Konfeksiyon Makinesi Fuarı

ULUDAĞ'IN ZİRVESİNDE MODA ŞOVU



Hazır giyim sektörüne yeni bir iş modeli kazandıran ve her yıl 2 kez gerçekleştirilen Dosso Dossi Fashion Show, bu yıl Bursa Uludağ'da 9-15 Ocak 2012 tarihlerinde yapıldı. Bu yıl 13'ün-

cüsü yapılan organizasyon hem ticaret hem de eğlenceyi bir arada sundu. Uludağ'da özel olarak kurulan 7 bin metrekarelik çadırda gerçekleşen etkinliklerde 100'den fazla markanın 20 bin farklı ürünü de birbirinden ilginç defile ve şovlarla tanıtıldı. Organizasyon yetkilileri, fuar dolayısıyla ülkemize gelen yabancıların aynı zamanda tatil yapma imkânını da bulduklarını belirterek, "İşadamları aileleriyle birlikte geldiler. Uludağ gibi kış turizminin merkezi olan bir yerde düzenlediğimiz organizasyonumuz sadece tekstil sektörüne değil turizm sektörümüze de büyük katkı yaptı. Organizasyonda 2012 ilkbahar-yaz koleksiyonları tanıtıldı. Yazın Antalya'da tekrarlanacak olan Dosso Dossi Fashion Show'da da kış sezonu ürünlerini tanıtacağız" dediler.

GELİNLİK FUARI'NIN GALA DEFİLESİ ÖZLEM SÜER'DEN



İZFAŞ tarafından İhracat Genel Müdürlüğü'nün katkılarıyla, İzmir Büyükşehir Belediyesi, Türkiye Moda ve Hazırgiyim Federasyonu ve Ege Giyim Sanayicileri Derneği'nin destekleriyle 15-18 Şu-

bat 2012 tarihleri arasında organize edilecek IF Wedding Fashion İzmir-6. Gelinlik Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı'nın gala defilesi ünlü tasarımcı Özlem Süer tarafından gerçekleştirilecek. İzmir'deki ilk defilesini gerçekleştirecek olan tasarımları dünya moda otoritelerince kabul gören Özlem Süer; 25 parçadan oluşan 2012 ilkbahar-yaz sezonu 'A New Marvel' koleksiyonunu da Londra ve Milano'dan sonra Türkiye'de ilk kez IF Wedding Fashion İzmir Fuarı kapsamında 14 Şubat 2012 Salı günü yapılacak gala defilesinde sergileyecek.

MUHTEŞEM OSMANLI ELBİSELERİNE GENÇ MODACILAR HAYAT VERECEK



İtalya, Romanya, Finlandiya ve Türkiye'deki tarihi kıyafetler, genç modacılar tarafından tekrar tasarlanarak İtalya'daki defilede sergilenecek. İtalya koordinatörlüğünde AB Hayat Boyu Öğrenme Programı çerçevesinde tasarım öğrencileri ve eğitmenler, tarihi 2 kadın ve 2 erkek kıyafetini günümüz şartlarına uyarlayacak. Proje kapsamında İtalya, Finlandiya ve Romanya

ülkelerinden gelen 27 kişilik öğrenci ve eğitmenlerden oluşan heyet, Faruk Saraç Meslek Yüksekokulu'nda Osmanlı kıyafetlerini inceledi. Öğrenciler, Sultan 2. Murat'ın kaftanı ve elbisesi ile Pertevniyal Sultan'ın elbisesini mercek altına aldı. Proje ortaklarından Mudanya Dörtçelik Anadolu Teknik Lisesi'nin Felsefe Öğretmeni Necla Kılıçgedik, yabancı ülkelerden gelen öğrenciler ile Bursalı genç moda tasarımcılarının fikir alışverişinde bulduklarını söyledi. Projenin tekstil müzelerindeki kültürel mirasla moda okullarının teknik yetenekleri arasında bağ kurmayı hedeflediğini söyleyen Kılıçgedik, tarihi ve sanatsal değer taşıyan kıyafetlerden ilham alarak yeni ürünler tasarlamaya çalışıldığını vurguladı. Ortaklık içinde bulunan her ülkedeki 4 kıyafetin değerlendirildiğini söyleyen Kılıçgedik, proje sonunda düzenlenecek defilede ortak okulların diktiği 16 tarihi kıyafetin İtalya'da sergileneceğini ifade etti.

YILIN İLK MODA HAFTASI



2012 yılının ilk moda haftası Almanya'da yapıldı. Berlin'de 18-21 Ocak tarihinde yapılan Mercedes-Benz Moda Haftası kapsamında hem Almanya'nın hem de dünyanın önde gelen moda devleri sahne aldı. Büyük ilgi gören moda haftasında 2012 yılının kış ve ilkbahar tasarımları podyuma çıktı. Birbirinden çekici ve güzel man-

kenlerinin sunduğu moda tasarımlarında Kaviar Gauche, Gulnara Karimova, Luca Luca ve Patrick Mohr'in tasarımları büyük ilgi gördü.

İPEK ARNAS ÖRGÜ TEKNİĞİNİ MARKA YAPTI; 2 TERS 1 DÜZ

Genç bir modacıdan yeni bir marka daha tasarım dünyasında yerini aldı. İpek Arnas çok kullanılan bir örgü tekniğini markası yaptı; 2 Ters 1 Düz

İpek Arnas, kendi yarattığı 2 Ters 1 Düz markasıyla yükselişte olan genç bir moda tasarımcısı.

Bir el örgüsü markası olan 2 Ters 1 Düz ile moda sektörüne giriş yapmadan önce de sektörün içerisinde İpek Arnas olarak çalışmaları vardı. Ama asıl çıkışını 2 Ters 1 Düz ile yaptı. Yarattığı bu konsept marka ile aslında Türkiye geleneğinin içerisinde var olan el emeğini moda ile buluşturdu. Tamamen el emeğini kullanarak vintage değeri taşıyan, çok zahmetli bir süreç sonucu ortaya çıkan ve unique denilebilecek tasarımlar ortaya koydu. Fabrikasyon üretimin tavan yaptığı günümüzde bu çok yeni ve rakipsiz bir soluk oldu. Markanın 1 yıllık geçmişi olmasına rağmen zaman içerisinde çok oturmuş bir müşteri kitlesi oluştu.

Kocaeli Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olan Arnas, Lasalle International Academy'de moda tasarımı eğitimi aldı. Hazır giyimde Amerika ve Avrupa'ya üretim yapan bir tekstil firmasında spor ve otantik bir giyim markasının tasarım ekibinde yer aldı.

Kendi markasını yaratma düşüncesinde birbirinden farklı birçok ilgi alanına katkıda bulundu. Vintage dükkânlara olan ilgisi, dinlediği müzik tarzı, Uzakdoğu kültürlerine ve sürreal sanata olan merakı, kedilere olan sevgisi ve el emeğine verdiği değerle buluşunca ortaya benzerine az rastlanır, alışılmadık dışında işler çıkarttı. İşte bu markanın isminin çıkış noktası da çok kullanılan bir örgü tekniği olan 2 Ters 1 Düz.

2 Ters 1 Düz'ün bağımsız koleksiyonlarının yanında Türkiye'nin köklü iplik üreticisi ve markası Nako için 2 Ters 1 Düz markası ile koleksiyonlar hazırlıyor.

İlham kaynakları

Geçen yıl İstanbul Moda Haftası'nda da bir defile ile sergilenen ve büyük ilgi gören 2 Ters 1 Düz markasının farklılığını Arnas, şöyle anlatıyor; "Günümüzde fabrikasyon üretim de dahil trikoyla birbirinden farklı, çeşitli dokular oluşturulabiliyor. Bir de buna el emeğini katarsak tasarım aşamasında sınırsız doku çeşitliliği sunulabiliyor. Sunduğu konsept ile de markam 2 Ters 1 Düz,



ağırlıklı olarak triko konsepti sunan tek marka oldu."

Değişken sokak ruhu ile birlikte onun ilham kaynakları da dönemsel olarak değişiyor. Bir tasarımcı olarak bakış açısının farklılığı da çevresindeki bazı şeyleri çok daha farklı ilham kaynakları olarak algılamasını sağlayabiliyor. Değişmeyen tek ilham kaynağı ise doğa. Koleksiyonlar genel olarak alternatif bir ruh hali taşıyorlar. El emeğine değer veren ve farklı bir giyim tarzına sahip kişilere hitap ediyor.

Deniz kızının hikâyesi

2012 ilkbahar-yaz koleksiyonunun teması "Yeni bir dalga". Koleksiyon bir deniz kızının, denizin derinliklerindeki yaşantısından sıyrılıp doğa ile buluşmasının hikâyesini anlatıyor. Markanın çıkışı ve yeni bir soluk getirmesi açısından düşünüldüğünde de "Yeni bir dalga" pek çok şey anlatıyor.



İpek Arnas'ın yarattığı 2 Ters 1 Düz markasının 2012 ilkbahar/yaz koleksiyonu olan "Yeni bir dalga", markanın karakteristik yapısını devam ettirirken, kimliğine yeni bir soluk kazandırmaktan da geri kalmıyor. Daha önce denenmemiş birçok örgü tekniğini, örgüde hiçbir zaman kullanılmamış hammaddelerle buluşturuyor. 2011 yaz sezonunda örgüye kazandırdığı saf pamuktan örülmüş giysilerden oluşmuş koleksiyonu gibi, 2012 yaz sezonunda da ilk kez keten ipliğini el örgüsünde kullanıyor. Yazın sıcak turuncularını, pembelerini, metalik ve pastel renklerle harmanlayan "Yeni bir dalga" koleksiyonu, retro kalıpları günümüzün modern yorumuyla buluşturuyor.

Koleksiyona kaynaklık eden durumu ise kendi kaleminden şöyle aktarıyor; "Durgun ve sessiz hayatı bir girdaba sürüklenerek birdenbire değişmişti. Bir afetten kurtulduğunda tepetaklak olmuş dünyasında yeni bir hayat filizlenmeye başlıyordu. Yoğun sivilara karşılık solunacak bir hava, soğuk ve karanlığın yerine sıcaklık ve renk gelmişti. Bu yeni huzuru bozabilecek tek şey bir heyecan dalgasıydı. Dalga sudaydı, dalga havadaydı, dalga onun içindeydi."

Triko hızla yükseliyor

Trikonun modadaki yükselişine dikkat çekerek şunları söylüyor; "Bir triko markası ile çıkış yapmak çok öngörülü bir seçim oldu. Triko ve özellikle el örgüsü son bir yıldır oldukça hızlı bir yükselişte."

Fetiş tasarımların da kadınlar için ilgi çekici olduğunu, bu anlamda da deri ve transparan tasarımların modada yıldızının parladığını sözlerine ekliyor.



Beyoğlu Danışman Geçidi'nde bulunan showroom ofisi moda severlerin uğrak noktası haline gelmiş durumda. Tasarımlarını çalışmakta olduğu seçkin butikler vasıtasıyla da müşterileriyle buluşturuyor. Onun tasarımlarının tutkunları arasında Naz Elmas, Zeynep Tunuslu ve Zeynep Tosun var.

Sanayici-tasarımcı işbirliği

Yaratıcı bir bakış açısına sahip, detaylara önem veren ayrıca ortalamanın üzerinde bir espri anlayışı olan insanların özellikle yaptığı işe değer vereceğini düşünüyor. Yakın gelecekte katılmayı planladığı ve araştırmasını yaptığı bazı fuarlar var. Özellikle Paris'teki Who's Next Fuarı, sunduğu butik konsept ile onun için çok uygun olduğundan buraya katılmanın hazırlıkları içinde.

Yurtdışında da bir kitleye ulaşmak için hazırlıklarını sürdürüyor. Bunun dışında da markayı tanıttığı bazı seyahatler ile bazı satış noktaları için görüşüyor. Özellikle İngiltere'den çok ilgi gördüğü için, başta İngiltere olmak üzere Fransa, Japonya ve Kuzey Avrupa ülkelerinde satış noktalarının olmasını planlıyor.

Köklü iplik markası Nako ile yapmış olduğu işbirliğinden çok memnun. Tasarım alanında markalarla yeni işbirlikleri yapmak, bunun yanında markaların sezon konseptlerinin oluşturulma dönemlerinde danışmanlık yapmak ve moda ile ilgili gerçekleşecek her türlü projede styling yapmak üzerine yeni projeler üzerinde çalışıyor.

“SAVAŞ ATI”NIN GÖZÜNDEN



Sinemanın dahi çocuğu Steven Spielberg'in iddialı filmi "Savaş Atı" (War Horse), sinemalarımızda 3 Şubat Cuma günü vizyona girdi. I. Dünya Savaşı sırasında kırsal İngiltere ve Avrupa arasında geçen "Savaş Atı",

Joey adlı bir at ile onu evcilleştirip eğiten Albert adında genç bir adam arasındaki muazzam dostlukla başlıyor. İkili mecburen ayrı düşüyor. Atın savaş boyunca yaptığı sıra dışı yolculuğu anlatan film Tarafsız Topraklar'da duygusal sona yaklaşırken atın karşılaştığı herkesin- İngiliz süvarilerin, Alman askerlerinin, bir Fransız çiftçi ve onun torunun - hayatlarını nasıl değiştirip onlara ilham verdiğini konu ediyor. Morpurgo'nun romanından ve National Theatre of Great Britain'ın yapımcılığını üstlendiği, Tom Morris ve Marianne Elliot'ın yönetmenliğini yaptığı Nick Stafford'ın tiyatro oyunundan uyarlanan "Savaş Atı"nda Emily Watson, David Thewlis, Peter Mullan, Niels Arestrup, Tom Hiddleston, Jeremy Irvine, Benedict Cumberbatch ve Toby Kebbell önemli rolleri yorumluyor.

ADAM SANDLER İKİ ROLDE



Adam Sandler, Happy Madison yapımı yeni filmi "Jack ve Jill"de (Jack and Jill) sevenlerinin karşısına hem Jack hem de Jill olarak çıkıyor. Filmde Jack neredeyse kusursuz bir hayat yaşıyor, sabit ve sinir bozucu bir istisnayı saymazsak tabii: İki kız kardeşi Jill. Jack, her yıl şükran gününde boğucu ve hayatını alt üst eden kız kardeşinin ziyaretine katılmak zorunda. Hafta sonunu kapsayacak bu ziyaret bir aya uzadığında, kardeşler sadece ikizlerin yapabileceği şekilde tartışır, kavga eder, birbiriyle alay eder. Jill'in hiç gitmeyeceğini anlayan Jack, kurduğu çeşitli planlarla Jill'i görmeyi en sevdiği yere göndermeyi ummaktadır- ülkenin diğer ucuna. Filmin başrollerinde Adam Sandler'e Katie Holmes ve Al Pacino eşlik ediyor. Filmin yönetmeni ise Dennis Dugan.

MARILYN MONROE BEYAZPERDEYE DÖNÜYOR



Marilyn Monroe... Bir sinema ikonu... Bu ikon, Simon Curtis'in çektiği "Marilyn ile Bir Hafta" filmi aracılığıyla beyazperdeye taşıyor. Michelle Williams'a "En İyi Kadın Oyuncu" dalında Oscar adaylığı getiren filmde diğer önemli rolleri; Eddie Redmayne, Kenneth Branagh ve Julia Ormond yorumluyor. Film, efsanevi oyuncu Marilyn Monroe'nun İngiltere'de geçen bir haftasından ve aşk hayatından bir kesit sunuyor. Marilyn Monroe rolündeki Michelle Williams, Monroe'ya olan benzerliği ve muhteşem oyunculuğuyla göz dolduruyor. "Marilyn ile Bir Hafta"nın konusu kısaca şöyle özetlenebilir: 1956 yılının yazında, 23 yaşında genç bir delikanlı olan Colin Clark (Eddie Redmayne), Oxford'da okuduğu bölümü terk ederek, sinema sektörüne girer ve kendisini o sırada çekimlerine başlanan "The Prince and the Showgirl" adlı filmin setinde, en alt kademedeki asistanlardan biri olarak bulur. Sir Laurence Olivier (Kenneth Branagh), efsanevi yıldız Marilyn Monroe (Michelle Williams) ve o dönem yeni evlendiği kocası, İngiliz tiyatro oyun yazarı Arthur Miller'ı (Dougray Scott) merkezine alan film, asistan Colin'in gözünden Monroe'nun İngiltere'de geçen bir haftasını anlatıyor. Miller, İngiltere'den bir süre ayrılmak zorunda kaldığında genç asistana da, Hollywood'a dönmeden önce güzel akt-

risti İngiliz sosyetesini ile tanıştırmak, gezdirmek ve eğlendirmek görevi düşüyor.

DÜNYANIN BÜTÜN MUTSUZLARI

Tolstoy'un "Anna Karenina"ya nasıl başladığını hatırlayın: "Bütün mutlu aileler birbirlerine benzer, mutsuz olan her aile de mutsuzluğunu kendisine göre yaşar." Roman ve öyküleriyle olduğu kadar, denemeleri ve politik düşüncesiyle de çağımıza damgasını vurmuş yazarlardan biri olan Carlos Fuentes, dilimize Zeynep Önal'ın kazandırdığı "Bütün Mutlu Aileler" kitabını işte bu cümleden hareketle oluşturmuş. On altı öyküden oluşan "Bütün Mutlu Aileler"; çağdaş Meksika'nın tezatlarla dolu dokusunun aslında ne kadar evrensel olabileceğini gösteriyor okurlara. Fuentes, öykülerinde Meksika toplumunun aile yapısını tanımlayıp sorgularken, Meksikalıların kimliğini oluşturan travmaların kökenini de arıyor. Meksikalıların aile anlayışı, dinin günlük hayatta işleyişi, sınıflar arası geçişin zorluğu, şiddet hiyerarşisi gibi temaları gençler, yaşlılar, yerliler, çiftçiler, cumhurbaşkanları, sörfçüler gibi çok farklı karakterler aracılığıyla aktarıyor. Her öykünün ardından gelen koro ile eşleştirildiği eserde, Meksika'nın sömürge geçmişinin kalıntısı ataerkil yaralar da rengini belli ediyor.



COVEY BU KEZ LİDERLİĞİ ANLATIYOR



Bireyler ve kurumlar sürekli değişen bir ortamda nasıl ayakta kalırlar? Yatırılan milyonlarca dolara, harcanan onca zamana ve emeğe rağmen, iyileştirme çabaları neden başarısız kalır? Baskı altındayken kendimizin ve başkalarının içindeki yaratıcılığı, yeteneği ve enerjiyi nasıl açığa çıkarırız? Kişisel, aile ve meslek yaşamları arasında denge kurulabileceğine inanmak gerçekçi midir? Okurların "Etkili İnsanların 7 Alışkanlığı" ile tanıdıkları Stephen R. Covey yeni kitabında, bu ikilemlerin yanıtının "İlke-Merkezli Liderlik" yani insanları ve kurumları geliştirmeye yönelik, uzun vadeli, içten dışa bir yaklaşım olduğunu gösteriyor. Bu ilkeleri hem işyerinde hem de evde uygulamanıza yardım edecek yönlendirici kurallar da sunuyor. "İlke-Merkezli Liderlik" kitabını okurken kalite ve üretkenliği nasıl artıracığınızı öğrenecek, ayrıca daha dengeli, daha etkili bir yaşam sürebilmek için anlamlı kişisel ve mesleki ilişkiler kurmanın önemini anlayacaksınız...

DONDURUCU BİR POLİSİYE

2006 yılının dondurucu kışının hüküm sürdüğü İsveç'in kuzeyindeki unutulmuş bir köye çağrılan polisler korkunç bir cinayetin kurbanını karların içinde yatarken bulurlar. Araştırmalarına başladıklarında köyün ürkütücü bir sessizliğe bürünmüş olması dikkatlerini çeker. Ortalıklarda hiç kimse yoktur. Cinayetin görgü tanığı olup olmadığını öğrenmek için ev ev dolaşmaya başladıklarındaysa İsveç tarihinde eş benzeri görülmemiş bir katliamı ortaya çıkarırlar. Yargıç Birgitta Roslin gazeteleri okuduğunda öldürülen çiftlerden biriyle arasında ailevi bir bağ olduğu keşfeder ve olayı araştırmaya karar verir. Elinde 19. yüzyıldan kalma bir günlük ve cinayetlerin işlendiği köyün yakınlarında bulunan kırmızı bir ipek kurdeleden başka hiçbir ipucu yoktur... Henning Mankell'in tam da bu soğuklarda iyi gidecek romanı "Pekin'den Gelen Adam"ın konusu kısaca böyle. Kitap için Observer, "Mankell çağımızın polisiye dehalerinden biri. Şiddetle tavsiye ediyoruz" diyor.



BOĞAZIÇI'NI HIÇ BÖYLE GÖRMEDİNİZ

Suna ve İnan Kırac Vakfı Pera Müzesi, "Konstantiniyye'den İstanbul'a - XIX. Yüzyıl Ortalarından XX. Yüzyıla Boğaziçi'nin Anadolu Yakası Fotoğrafları" sergisiyle sanatseverleri Boğaziçi'nde bir yolculuğa davet ediyor. Yaklaşık altı yıl önce Boğaziçi'nin Rumeli yakası fotoğraflarını sergileyen Pera Müzesi, bu kez de Suna ve İnan Kırac Fotoğraf Koleksiyonu ve bazı özel koleksiyonlardan derlenen Anadolu yakası fotoğrafları sergisinde, bir devrin İstanbul'u eşsiz kıyıları, çarpıcı yapıları, gündelik hayatı ve ilginç kişilikleriyle gözler önüne seriyor. Küratörlüğünü Mimar Dr. M. Sinan Genim'in yaptığı ve 182 adet fotoğrafın yer aldığı sergi, İstanbul Araştırmaları Enstitüsü'nün aynı adı taşıyan kitap çalışmasından bir seçkiyle hazırlandı. "Konstantiniyye'den İstanbul'a - XIX. Yüzyıl Ortalarından XX. Yüzyıla Boğaziçi'nin Anadolu Yakası Fotoğrafları" sergisinde yer alan ve o dönemin Caranza, Robertson, Pascal Sebah, Kargopoulo, Sebah & Joaillier, Abdullah Biraderler, Gülmez Biraderler, Ali Sami Aközer, Ali Enis Oza ve Elisa Pante Zonaro gibi fotoğraf sanatçıların ve bazı amatör fotoğraf meraklılarının dönemin zorlu ve zahmetli tek-



Göksu Deresi

nikleriyle çektikleri fotoğraflar, İstanbul'un o yüzyıllardaki fiziksel ve sosyo-kültürel yapısı hakkında fikir verirken, şehrin bugün çoğu şekil değiştirmiş ya da kaybolmuş eşsiz güzelliklerini gözler önüne seriyor. Müzede 1 Nisan'a kadar açık kalacak "Konstantiniyye'den İstanbul'a - XIX. Yüzyıl Ortalarından XX. Yüzyıla Boğaziçi'nin Anadolu Yakası Fotoğrafları" sergisinin ve Mimar Dr. M. Sinan Genim tarafından kaleme alınmış aynı isimli kitabın ulusal ve ulus-

lararası kültür ve sanat çevrelerinde, ilk sergide olduğu gibi ilgiyle karşılanması bekleniyor.



Anadolu Hisarı



Beykoz



Sabahattin Ali ve kızı Filiz Ali...

FOTOĞRAFLARLA SABAHATTİN ALİ

Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık'ın Kadıköy Belediyesi Caddebostan Kültür Merkezi Sanat Galerisi işbirliği ile düzenlediği "Bir Fotoğraf Camı" sergisinde, 41 yıllık kısa yaşamına çok sayıda eser ve tercüme sığdıran, Türkiye'nin farklı yerlerinde öğretmenlik yaparken öğrencileri üzerinde derin izler bırakan, Ankara'da Devlet Konservatuarı'nın kuruluşunda ve ilk öğrencilerinin yetişmesinde büyük emeği olan Sabahattin Ali'nin en büyük tutkularından biri olan fotoğrafları, kişisel evrakı ve bazı özel eşyaları sergileniyor. Sergi, Sabahattin Ali'nin yaşamöyküsünün fotoğraflarla anlatıldığı ilk bölümün ardından, yazarın yaşamından seçilmiş temalarla devam ediyor. Serginin yazarın ailesi, çocukluğu, gençliği, Almanya'da yaşadığı yıllar, öğretmenlik, askerlik, evlilik ve babalık dönemleri gibi başlıklı bölümlerinde ise yazarın fotoğraflarına kişisel evrakı ve eşyaları da eşlik ediyor.

Nâzım Hikmet'in Bursa Hapishanesi'nden gönderdiği mektup ve ilk kez bu sergide görülecek bir fotoğrafı, Orhan Veli Kanık'ın imzalı kitabı, Sabahattin Ali'nin gözlüğü ve Paşakapısı Cezaevi'ndeyken üzerinde olan takım elbisesi de serginin önemli parçalarından... Sabahattin Ali'nin Objektifinden başlıklı bölümde de ilk kez bu sergide görülebilecek fotoğraflar var. Ayrıca sergide yer alan ve Sabahattin Ali'nin 1939 yılında Sivas yolunda çektiği fotoğrafları ile eşi ve kızı Filiz Ali'ye ait fotoğraflar da sanatsal olarak dikkate değer.

“KEŞANLI ALİ DESTANI”NI TİYATRODA SEYREDİN

Türk Tiyatrosunun en önemli başyapıtlarından biri olan, Haldun Taner’in ölümsüz eseri “Keşanlı Ali Destanı”, Yavuz Bingöl, Songül Öden, Kerem Alışık, Mustafa Üstündağ, Tuba Ünsal, Kayhan Yıldızoğlu, Serda Kondeler Aktuna, Fuat Onan, Ayhan Anıl ve Şinasi Yurtsever gibi isimlerin yer aldığı dev kadrosuyla Sevgililer Günü’ne özel, 12 Şubat Pazar günü saat 15:00’te Groupon Şehirfırsatı işbirliğiyle Tim Show Center’da tiyatro severlerle buluşuyor! “Keşanlı Ali Destanı”, büyük kentin eteklerinde yer alan varoşlarda yaşayan ezilen yoksul insanların öykülerini ele alırken, gündelik hayatın yanı sıra iktidar, çıkar, aşk ilişkileri dolayında gelişen, olaylara da eğlenceli bir yaklaşımla değinen Türk Tiyatrosu’nun kült oyunlarının başında geliyor. Groupon Şehirfırsatı’na özel, 12 Şubat Pazar günü saat 15:00’da perdelerini izleyiciye açacak olan “Keşanlı Ali Destanı” 3 kategori alternatifleriyle satışa sunuluyor.



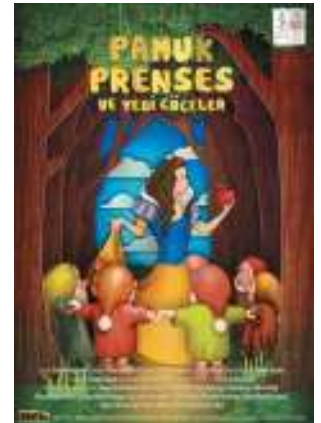
GÜLMEK İSTEYEN TİYATROSEVERLER İÇİN

Paso Tiyatro’nun, Apo Kaya’nın yazıp yönettiği oyunu “Dur Bi Dakka” gülmek isteyen tiyatroseverler için ideal: Bir meleğin hatasıyla vaktinden evvel ölen türkücü Salim Yavaş; öbür dünyada durum anlaşılınca itiraz eder. Ancak meleklerin Salim’i geri gönderme çabaları sonuçsuz kalır, çünkü Salim’i döven mafyalar öldüğünü anlayınca cesedi parçalara ayırıp yok etmişlerdir. Olayda bir de görgü şahidi olduğunu fark eden mafyalar, bu kişinin peşine düşüp, arabayla ezip kaçarlar. Görgü şahidi olan Ayhan Kara’nın bitkisel hayata girdiğini öğrenen melekler ise bu hatalarını telafi etmek için Salim’in ruhunu, fişi çekilecek olan Ayhan’ın bedenine yerleştirmeye karar verirler. Onu öldürenlerden intikam almak ateşiyle başka bir bedene giren Salim’i bir sürpriz beklemektedir. Geniş oyuncu kadrosuyla dikkat çeken “Dur Bi Dakka!” da Derya Karadaş, Ebru Tekgündüz, Cengiz Okuyucu, Melina Özprodemos, Enis Aybar, Sibel Taka, Korhan Herduran, Ergun Doğmacı, Murat Arda, Alican Yarka, Murat Şahan, Faruk Ural ve Cihan Gülmüş rol alırken; Mustafa Üstündağ ve Orhan Eşkin de konuk oyuncu olarak, barkovizyondan oyuna dahil oluyorlar. Reji asistanlığını Burçin Kutlu’nun, müzik direktörlüğünü Seçil Akın’ın üstlendiği “Dur Bi Dakka” da, dekor tasarımı ise Sibel Taka ile Apo Kaya’ya ait. Oyunun koordinatörlüğünü ise Hülya Demirtaş üstleniyor. Apo Kaya’nın kaleme aldığı ve yönetmenliğini üstlendiği “Dur Bi Dakka”; Şubat ayı boyunca her Cumartesi ve Pazar günü Tiyatro Karnaval Gönül Ülkü-Gazanfer Özcan Sahnesi’nde izlenebiliyor.

Geniş oyuncu kadrosuyla dikkat çeken “Dur Bi Dakka!” da Derya Karadaş, Ebru Tekgündüz, Cengiz Okuyucu, Melina Özprodemos, Enis Aybar, Sibel Taka, Korhan Herduran, Ergun Doğmacı, Murat Arda, Alican Yarka, Murat Şahan, Faruk Ural ve Cihan Gülmüş rol alırken; Mustafa Üstündağ ve Orhan Eşkin de konuk oyuncu olarak, barkovizyondan oyuna dahil oluyorlar. Reji asistanlığını Burçin Kutlu’nun, müzik direktörlüğünü Seçil Akın’ın üstlendiği “Dur Bi Dakka” da, dekor tasarımı ise Sibel Taka ile Apo Kaya’ya ait. Oyunun koordinatörlüğünü ise Hülya Demirtaş üstleniyor. Apo Kaya’nın kaleme aldığı ve yönetmenliğini üstlendiği “Dur Bi Dakka”; Şubat ayı boyunca her Cumartesi ve Pazar günü Tiyatro Karnaval Gönül Ülkü-Gazanfer Özcan Sahnesi’nde izlenebiliyor.

“PAMUK PRENSES” MÜZİKAL OLDU

Sömestr tatilinde çocuklarıyla birlikte aktivitelere katılmak isteyen anne babalar için, İş Sanat’ta hoş bir alternatif var: Yönetmenliğini Işıl Kasapoğlu’nun yaptığı “Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler” müzikali premierini yaptı. Uyarlaması Yavuz Pekman’a, müziği Alper Maral’a, dekoru ve kostümü Hakan Dündar’a ait olan Pamuk Prenses rolünde Başrolde Aşk ve Lise Deferi dizilerinin sevilen oyuncusu Akasya Asıl-türkmen, üvey anne rolünde ise pop-rock şarkıları ile tanınan ve aynı zamanda konservatuarın tiyatro bölümünden mezun olan Pamela Spence’in yer aldığı müzikal sezon boyunca izlenebilecek.



2012'NİN GÖZDE KAYAK MERKEZİ: PALANDÖKEN



Doğunun yükselen kayak merkezi Palandöken bu yıl yüz güldürecek. Çok kaliteli bir kara ve uzun kayak pistlerine sahip olan Erzurum'un ünlü kayak merkezi kente turizm yönünden de büyük bir açılım sağlıyor.

Erzurum'un güneyinde yer alan ve 3 bin 185 metre zirveye sahip Palandöken Dağları, Doğu-Batı yönünde uzanır. Türkiye'nin en yüksek ve soğuk illerinden biri olan Erzurum, yılın 150 günü karla kaplıdır. Aralık-mayıs arasındaki dönem, kayak etkinlikleri için en uygun zamandır. Normal kış koşullarında 2-3 metre kar yağışı alan Erzurum'da mevsim boyunca 'toz kar' üzerinde kayak yapılır.

Palandöken Kayak Merkezi'ndeki pistler dünyanın en uzun ve dik kayak pistleri arasında yer alır. Pistlerin toplam uzunluğu 28 km, en uzun pisti ise 12 km'dir. Kayak alanı 2 bin 200-3 bin 176 metre yükseklik kuşağı üzerinde yer alır. Başlangıç yeriyle varış noktası arasındaki yükseklik farkı 1000 metredir. Slalom ve büyük slalom yarışmaları için iki adet tescilli pist (Ejder ve Kapıkaya) bulunur. Kayak merkezinde 5 adet telesijej (toplam 4 bin 500 kişi/saat kapasiteli), 1 adet teleski (300 kişi/saat kapasiteli), 2 adet baby lift (toplam bin 800 kapasiteli), 1 adet gondol lift (1500 kişi/saat kapasiteli) hizmet vermektedir.

Konaklama ve ulaşım

Palandöken'de dört ve beş yıldızlı konaklama tesisleri, kayak evi, günübir-

lik tesisler ve lokantalar vardır. Kayak dersi ve malzeme kiralama hizmetleri alınabilir. Erzurum'a, Ankara ve İstanbul'dan her gün uçak seferleri yapılmaktadır. Kayak merkezi, Erzurum şehir merkezine beş kilometre, hava alanına ise yalnızca 10 dakika mesafededir.



Kış mevsimi boyunca şehir merkezinden halk otobüsü seferleri vardır.

Türkiye'de kış turizmi için yapılan ilk ciddi ve kapsamlı proje, "Erzurum-Palandöken Kış Sporları ve Turizm Master Plan Çalışması"dır. Yapılan çalışmada, Palandöken Dağları'nın doğal yapısı ve iklimi ile uluslararası kış sporları merkezi niteliklerine sahip olduğu belirlenmiştir. Projeye göre, üç ayrı alanda yapılacak düzenlemelerle günde 32 bin kişinin kayak yapmasına olanak sağlanabilecektir. Uluslararası yarışmalar hatta kış olimpiyatları burada düzenlenebilecektir. Bütün bu projelerin gerçekleşmesi halinde dağda 6 bin kişiye doğrudan istihdam olanağı sağlanacaktır.

Kayak merkezi

Palandöken, günde toplam 32 bin kişinin kayak yapabileceği, uluslararası yarışmalar hatta kış olimpiyatlarının düzenlenebileceği ve 6 bin kişinin doğrudan istihdam edilebileceği bir kapasiteye sahiptir. Palandöken, Doğu'nun hatta Türkiye'nin en iyi ilk üç kayak merkezinden birisidir. Yüksek irtifa, kaliteli kar, uzun kış, Palandöken'de sınırsız kayak keyfi sunmaktadır.

Kayak zamanı, kasımdan mayısa kadar tam altı ay sürer. Normal kış şartlarında iki ya da üç metre kar kalınlığı vardır. İkliminden dolayı da bu süre boyunca, kar kalitesi 'toz kar' özelliğini korumaktadır.

Palandöken Kayak Merkezi'nin 3 bin 125 metrelik pisti, Türkiye'nin en yüksek rakımlı pistidir. Ayrıca 3 bin 125 metreden 2 bin 100 metre rakıma, hiç durmadan kayarak inmek mümkündür. 27 No'lu pist, sekiz kilometreye varan uzunluğuyla, Türkiye'nin en uzun pistlerinden biridir. Palandöken'de snowboardcular için de ezilmemiş, doğal pistler vardır, bu pistlere teleski ya da telesiyerlerle ulaşılır.

Palandöken'in özelliklerinden biri de uçak, otobüs ya da trenden indiğiniz andan itibaren, yirmi dakika içinde, pist ve otellere ulaşabi-



lirsiniz. Çünkü Palandöken Kayak Merkezi, Erzurum'a sadece 13 kilometre uzaklıkta bulunmaktadır. Bu yol en sert hava koşullarında bile, her zaman ulaşılabilir.

Palandöken'de çeşitli kategorilerde kayak ve snowboard yarışmaları ile kar festivalleri de düzenlenmektedir. Ayrıca dağda 5 yıldızlı otellerin yanı sıra kayak evi, günübirlik tesisler ve lokantalar bulunmaktadır. Kayak malzemesi kiralama hizmetleri verilmektedir, ayrıca amatör kayakçılar için kayak hocalarından dersler de alınabilmektedir.

PİSTLER

Palandöken Kayak Merkezi'nde toplam 22 adet pist mevcut olup, bu pistlerden 2'si FIS tarafından 1967-83 tescil numarası ile olimpiik pist olarak ilan edilmiştir. Doğu Anadolu'da, Erzurum'un otantik atmosferi içinde yükselen Palandöken, kayak severlerin en gözde mekânlarından biri. İdeal bir kar kalitesine sahip olan dağda, Türkiye'nin en uzun ve farklı zorluk derecesine sahip birçok kayak pisti yer alıyor. Kayarken duyulan heyecan, Palandöken'in muhteşem görüntüleri ile birleştiğinde unutulmaz bir tatil gerçekleşiyor.

Kolay pist	8 tane
Orta düzey pist	9 tane
İleri düzey pist	3 tane
Yol pist	4 tane

	Ejder Pisti	Güney Pisti (Kapıkaya)
Mesafe	1075 m.	510 m.
İniş rakımı	3100 m	3100 m.
Çıkış rakımı	2720 m.	2025 m.
İrtifa farkı	380 m.	1075 m.



TEXTILE PRODUCTION IS TURNING GREEN

The enterprises in the textiles and ready-to-wear sector have adapted themselves to the trend of achieving "sustainable production," which is part of the environmental movement. Today, many textile companies are reviewing all of their production processes—from energy consumption to the use of raw materials—in order to get the maximum share of the internationally competitive "green market". At this stage, the products created are being re-shaped according to the concept of "greener and more sustainable textiles". The process is being speeded up with the increase in "green consumption" trends. While companies are now offering their consumers environment-friendly labels, they are also seeking both savings and productivity with "sustainable production" processes. Yeşim Tekstil, for example, is saving 26 percent in natural gas, 1,750 cubic meters of water per day, and 16 percent in electricity by implementing sustainable processes. These savings are translated into profit in the company's budget. Also developing nature-friendly recyc-

lable products, Yeşim Tekstil has recently begun to use cotton yarn certified by the Better Cotton Initiative (BCI) in its production. Another company that has taken giant steps in the uptrend of sustainable production is Bossa. Last month, the company manufactured the country's first "GMO-Free Turkish Cotton" label product, making a name for itself in environment-friendly products. The company's work in "sustainability" brings it continuous savings in energy consumption and the capability of using 100 percent organic cotton in the collections it is launching. Still another company taking its place among the environmentally awa-



re enterprises is Akin Tekstil, which reinforced its renown in non-water-input manufacturing with "the Award for Best Environment-Friendly Product and Application" it received from the Istanbul Chamber of Industry. Currently as well, both Orta Anadolu Mensucat and Pisa Tekstil, among others, are making efficient use of natural resources as they implement waste-reducing recycling techniques at their facilities. These companies have crowned their production processes with prestigious environmental certificates received from various international organizations.

İPEKİŞ, THE COMPANY FOUNDED ON THE DIRECTIVE OF ATATÜRK, IS NOW BECOMING A RECOGNIZED BRAND

İpekış, the first factory of the Turkish Republic, was founded on the directive of Mustafa Kemal Atatürk, and was inaugurated by Atatürk himself on October 1, 1925. The company has now applied to the Turkish Patents Institute for license as a "recognized brand." The dis-

tingtion of a recognized brand is granted to brands that have not only been accepted by the target audience but also have reached a level of recognition by all segments of the population, to the point where the brand name automatically forms an association in the mind with the product or the enterprise. İpekış General Manager Aşkın Kandil states that as a company, İpekış places great importance on the subject of industrial property rights, maintaining that all original works, which include investment capital as well as intellectual capital, should be protected by registration rights. Asserting that as an establishment founded by Atatürk, the company has a responsibility to protect its values, Kandil says that this is why they believe strongly in registration. Kandil continued, "An organization like ours that has evolved to-

gether with the history of the Republic of Turkey must be a leader in the matter of registration. We are taking the required steps in this with the help of the Adres Patent company." Kandil said that it was İpekış, with its focus on research & development-based production, that introduced smart fabric technology to Turkey and it was because of this that the company developed a significant awareness of the importance of protecting registrations rights. Kandil added: "Until now, we have produced and placed 7 different smart fabrics on the market. These are fabrics that provide maximum elasticity, they are water-dirt repellent, anti-bacterial, deodorized, help in weight-reduction and they are pollen-repellent and contribute to reducing the harmful effects of the sun."

Meanwhile, İpekış, now manufacturing for many major fashion brands in the world, has recently released a new smart fabric that emits a pleasant odor of perfume "Bioperfume."



BUYERS GROUPS ARE COMING BACK AGAIN TO TURKEY

With the rise in foreign exchange rates, the Arab Spring and rising prices in China, buyers groups are once again turning their eyes on Turkey. While in the past, Turkish manufacturers had been losing customers to the competition in other countries because they were unable to match prices, they are now regaining these clients. From M&S to Zara, Tesco to Gerry Weber, the world-famous groups of buyers are expected to purchase a product volume of about 5 billion dollars from Turkey in 2012. The president of the Turkish Apparel Manufacturers Association (TGSD), Cem Negrin said that purchases from Turkey were expected to increase as of the second half of 2012. Negrin disclosed that Zara had bought 1 billion dollars in goods just by itself and that Li Fung had made purchases of 600 million dollars, adding that the 12 major brands with offices in Turkey were expected to reach a total buying volume of 5 billion dollars. Negrin said that there is no other country located around the EU that can be a rival to Turkey. Asserting that purchases would increase toward



the middle of 2012, Negrin further said that this New Year's biggest surprise had come from Japan. Japan's largest food retailing chain Aeon had made some investigations in the Aegean region, after which it started to purchase textiles from Turkey. With 391 chain stores all over Japan, the company was exploring the Aegean region for a range of products, from food to textiles and le-

ather, and placed its first order with Yeşim Tekstil. With an annual turnover of 59 billion dollars, the company is significantly ahead of many small countries. Yeşim Tekstil CEO Şenol Şankaya commented that in their purchases from Turkey, the Japanese were particularly interested in organic products and focused largely on casualwear.

A BOOST OF MORALE AT THE FAIRS

Now an important player in the European market, Turkish textiles and ready-to-wear apparel manufacturers came back from the fairs they participated in with boosted morale. Turkish companies were a significant presence at the international fairs held in January, including the Heimtextil, Domotex and Pitti Uomo fairs, and proved to be the first choi-



ce of major buyers. The orders that were placed set the Turkish companies off on a good start for 2012, which is expected to be a challenging year. The biggest sign that the crisis will turn into opportunity was apparent at the world's largest home textiles fair Heimtextil, which was held in Frankfurt on January 11-14. The 176 Turkish companies participating, among them Broderi Narin, Lüks Kadife, Epengle, Bezci Tekstil and Er-Fun, attracted an intensive flurry of orders on the one hand while at the same time they were besieged by the interest of European textile machinery manufacturers. There were also 151 Turkish companies participating in the Domotex Carpets and Floor Coverings Show organized in Hannover, Germany. Turkey was the third largest group to take

part in the fair, coming in first in the ranks of countries occupying the biggest stand area square-meter-wise.

As the Turkish companies were coming back with new orders from these exhibitions abroad, the participants in the first fair of the year in Istanbul, IFEXPO, met with a rush of enthusiastic buyers from the Middle East and neighboring countries. The increase in the visitors coming from abroad, especially from Russia and Ukraine, was largely caused by the lifting of visa requirements and the fact that the fair was being held concurrently with the 6th Leather Fashions Fair. IFEXPO carried great significance as the first fair of the year after the financial crisis in Europe broke out. Its success signals hope for the other fairs to be held over the course of the year. Textile and ready-to-wear manufacturers are now concentrating on getting ready for Collection Première İstanbul (CPI) and İstanbul Fashion Week (IFW), both to be held in February.

ŞANS

Adamın birine piyangodan büyük ikramiye çıkıyor.
Karısına bile söylemeden, sabaha karşı ikramiye için Ankara'ya yola çıkıyor.
Tam Ankara'ya yaklaşırken bir telefon...
Arayan kayınbiraderi;
- Neredesin enişte?
- Dışarıdayım hayırdır?
- Çabuk eve gel!
- N'oldu? Çok mu acil?
- Hemen gel ablam...
- Yoksa hasta mı?
- Yok sizlere ömür!
Telefonu kapattıktan sonra adam koltuğa yaslanıp demiş ki;
"Ey güzel Allah'ım, verdikçe veriyor, verdikçe veriyor..."



Biri sizi bir defa aldatırsa suç onundur; ikinci kez aldanırsanız bilin ki suç sizindir.

Sarah BERNARDT

KADIN SUSUYORSA

Bir kadın söyleyeceği çok şey olduğu halde susuyorsa, erkek artık tüm şansını kaybetmiş demektir.

Pablo Neruda

KARNE

Karne günüdür. Küçük çocuk okuldan döner, Annesi;

"Karnen nerde yavrum?" diye sorar.
- Arkadaşıma ödünç verdim, babasını korkutacaktım!..



ŞANS MI

ŞANSSIZLIK MI?

Telefonu icat eden Alexander Graham Bell, karısı ve kaynanasıyla hiçbir zaman telefonda konuşmadı.

Çünkü ikisi de doğuştan sağırdı...



BİLGİSAYAR TERİMLERİNİN OSMANLICASI

- Çift Tıklama: tikirtî ül tekerrür
- Messenger: havadisçi
- Hata Raporu: malumat-ül kabahat
- Hacker: deyyus-ül-ekber
- mail server: divan-ül mektubat



ORGANİZASYON

Temel cam silerken elini kesmiş. Aile hekimine gideyim demiş.
İki kapı çıkmış karşısına "Hastalıklar ve yaralanmalar" diye..
Eli kesildiği için yaralanmalara girmiş. İki kapı daha çıkmış önüne "kanamalı ve kanamasız" diye. "Kanamalıya gireyim" demiş. Sonra önüne iki kapı daha çıkmış "hayati önemi olan ve olmayan" diye.. Hayati önemi olmayana girmiş ve kendini sokakta bulmuş..
Akşam eve gelmiş, Fadime sormuş:
"İyi baktılar mı parmağına Temel?"
O da;
"Vallahi iyi bakmadılar ama organizasyon müthiştil" demiş.

