

TÜRK KUMAŞINA GÜÇLÜ DESTEK

ATHİB
DO-KU-MA
KU-MAS
TA-SA-RİM
YA-RIŞ-MA-SI



Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (ATHİB) "Tasarımda Gelecek Var" sloganıyla düzenlediği 9. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda genç tasarımcılar birbirinden yenilikçi ve özgün koleksiyonlarıyla Türk kumaşının yıldızını parlattı.

İHRACATTA KÜRESEL MARKA ATAĞI

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), pandemide küresel fırsatları değerlendirmek, markalı ihracatı ve ihracattaki katma değeri artırmak amacıyla TİM Marka Konseyi'ni kurdu.

AKMİB'DE YENİ BAŞKAN SAADETTİN ÇAĞAN

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (AKMİB) Olağanüstü Seçimli Genel Kurulu'nda genel kurula katılan delegelerin tamamının oyunu alan Saadetin Çağan başkan seçildi.



AKİB'İN İLK YARI İHRACATI 7,32 MİLYAR DOLAR

ŞEHİRİMİZİ AYDINLATIYORUZ



MERSİN
POWERLED

BELGELERİMİZ



İhracat pazarlarının aranan ülkesiyiz



FATİH DOĞAN

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak mayısta olduğu gibi haziran ayında da Türkiye ortalamasının üzerinde bir ihracat artışına imza atarak 1,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Böylelikle ihracatımız yılın ilk yarısında geçen yıla göre yüzde 40 artarak 7,3 milyar dolara, yıllık bazda ise 13,3 milyar dolara yükselmiş oldu.

Ülke ihracatımız ise haziran ayında 19,8 milyar dolar olurken yılın ilk yarısında 105 milyar dolarlık değere ulaşıldı. Söz konusu rakamlar hem aylık hem de altı aylık bazda Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracat tutarları olarak kayıtlara geçti. Bu artışın yanında bir başka sevindirici gelişme de 1,1 dolar seviyesinde olan ihracat birim değerimizin haziran ayında 1,3 dolar seviyesine yükselmesi oldu. İhracatımızın birim değerinin yükselmesinin orta ve uzun vadeli hedeflerimizi gerçekleştirebilmek ve ihracatımızdaki artışların sürdürülebilir bir şekilde devamını sağlayabilmemiz için çok önemli olduğunu düşünüyorum.

GENÇLERİMİZİ, EŞSİZ ÖDÜLLER SUNDUĞUMUZ ATHİB 10. DOKUMA KUMAŞ TASARIM YARIŞMAMIZA KATILMAYA DAVET EDİYORUM.

Haziran ayında en fazla ihracatı, 412,9 milyon dolarlık performans sergileyen Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'miz gerçekleştirenken bunu sırasıyla Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği'miz 398 milyon dolar ile ikinci ve Başkanlığını yürüttüğüm Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'miz 119,6 milyon dolarlık ihracata imza atarak üçüncü sırada takip etti. Yine bu dönemde Nijerya, Hollanda, Birleşik Devletler, Mısır ve İspanya pazarlarında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 500'lere

varan oranlarda ihracat artışları gerçekleştirdik. İsrail, Romanya, Suriye, İtalya ve Belçika pazarlarında da yüzde 100'e varan oranlarda ihracat artışlarına imza attık. Bu başarıda emeği geçen tüm ihracatçılarımıza şükranlarımı sunuyorum.

İnanıyorum ki bu azim ve kararlılıkla devam edecek ihracat serüvenimiz yeni rekorlarla sürecek ve ülkemizin ihracatı 200 milyar doların üzerine çıkacaktır. AKİB olarak bizler de bu ihracat performansına olan desteğimizi çok daha yukarılara taşımak için çalışacağız.

Diğer yandan pandemi nedeniyle ertelenen yarışma ve etkinliklerimizi de bir bir hayata geçirmeye başlamanın mutluluğunu yaşadığımızı belirtmek isterim. ATHİB olarak bu yıl 9'uncusunu gerçekleştirdiğimiz ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda dereceye giren finalistlerimize ödülleri takdim ettik. Gençlerimiz, bizleri kumaşta tasarım üstünlüğüne taşıyarak dünyanın en önemli ülkelerinden biri haline gelmemize ciddi katkı sağlıyor. Dergimizin iç sayfalarında yarışmamızın detaylı haberlerini okuyacaksınız. Bu vesile ile yarışmanın ödül törenini gerçekleştirirken yenisinin de startını verdiğimiz belirtiyor, üniversitelerimizin tekstil, moda tasarımı ile tekstil mühendisliği bölümlerinde okuyan veya yeni mezun olan gençlerimizi ATHİB 10. Dokuma Kumaş Tasarım Yarışmamıza katılmaya davet ediyorum.

Pandemi nedeniyle yavaşlayan iş süreçlerinin hızlanarak devam ettiği bu günlerde İhracatçı Birlikleri olarak bizler de üzerimize düşen sorumluluğun bilinciyle hareket ediyor, insanımızın ve ülkemizin geleceğine olan inançla her zamankinden daha fazlasını gerçekleştirebilmek için elimizden gelen gayreti gösteriyoruz. İnanıyorum ki; Türkiye'miz bizlerin de çaba ve gayretleri ile bu süreçten güçlenerek çıkacak ve yeni normalin yarattığı fırsatları en güzel şekilde değerlendirecek dünyanın mal ve hizmet temininde aranan ülkelerin başında yer alacaktır.

AKİBaktüel

SAHİBİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri adına
Nejdat Sin

YAYIN KURULU

Fatih Doğan, Fuat Tosyalı,
Gürkan Tekin, Huriye Yamanyılmaz,
Hüseyin Arslan, R. Onur Kılıçer,
Saadetin Çağan

SORUMLU

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Mehmet Ali Erkan

YÖNETİM YERİ

AKİB Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksoy Cad. No:4 33120
Yenişehir / MERSİN
Tel: (0324) 325 37 37
Faks: (0324) 325 41 42
Web: www.akib.org.tr
e-posta: akib@akib.org.tr

YAPIM

NAR PR

Medya İletişim Danışmanlık

NAR PR Medya İletişim
Danışmanlık Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Recep Şenyurt
senyurt@narprmedya.com

EDİTÖR

Nadide Akın
narpr@narprmedya.com

İLETİŞİM

Kurtuluş Mah. Ziyapaşa Blv.
Hürriyet Apt. B Blok Kat:1 D:2
Seyhan/ADANA
Tel : (0322) 606 54 59-79
e-posta: narpr@narprmedya.com

BASKI - CİLT

Plusone Basım
Maltepe Mah. Litros Yolu Cad.
2. Matbaacılar Sitesi No:1 BF1
Zeytinburnu / İSTANBUL

DAĞITIM

Albatros Dağıtım

• AKİB Aktüel Dergisi AKİB adına NAR PR MEDYA İletişim Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından yayına hazırlanmaktadır.

• AKİB Aktüel, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından ayda bir yayımlanır ve ücretsiz dağıtılır.

• AKİB Aktüel'de yer alan imzalı yazılar, yazarların kişisel görüşleridir, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ni bağlamaz.

• AKİB Aktüel'de yer alan yazılar ve fotoğrafların her türlü telif hakkı Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne aittir. İzin alınmadan, kaynak gösterilerek dahi iktibas edilemez.

İHRACATTA DÖRT DÖRTLÜK REKOR

6 > Değerlendirme



13 > Haber

SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT İÇİN YEŞİL EYLEM PLANI



17 > Haber

'TASARIMA VE İNAVOSYONA DAHA FAZLA DESTEK BEKLİYORUZ'

18 > Haber

YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATININ YILDIZLARI

20 > Haber

TEKSTİL İHRACATININ LİDERLERİ ÖDÜLENDİRİLDİ

22 > Aktüel Haber

CENNETE ASANSÖR, CEHENNEME SEYİR TERASI

25 > Haber

TOSYALI, AVRUPA'NIN EN HIZLI BÜYÜYEN 2'NCİ ÇELİK ÜRETİCİSİ

32 > Haber

ULUSOY TEKSTİL, KATMA DEĞERİ YÜKSEK İHRACATA ODAKLANDI



34 > Makale

TASARIM YARIŞMALARINDA PLANLAMA VE SÜREÇ YÖNETİMİNİN ÖNEM ARZ EDEN YÖNLERİ



38 > Araştırma

LATİN AMERİKA'NIN FIRSATLAR DİYARI ARJANTİN

40 > Haber

TÜİOSB, TÜRKİYE'NİN DİJİTAL VE YEŞİL OSB'Sİ OLACAK



41 > Haber

'KURBAN DERİSİ VE BAĞIRSAĞI EKONOMİYE KAZANÇ OLSUN'

Kurban Derileri ve Bağırsakları

ZİYAN OLMASIN!



**EKONOMİYE
KAZANDIRILSIN.**



ASHiB

AKDENİZ SU ÜRÜNLERİ ve HAYVANSAL MAMULLER İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Ticaret Bakanı
Mehmet Muş

İHRACATTA DÖRT DÖRTLÜK REKOR

Ticaret Bakanı Mehmet Muş, "2021 yılının ilk 6 ayında ülke ihracatımız yüzde 40 artışla 105 milyar dolar oldu. Aylık, çeyreklik, 6 aylık ve son 12 aylık bazda Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracat tutarlarına ulaştık." dedi.

Ticaret Bakanı Mehmet Muş ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Bakanlık Konferans Salonu'nda düzenlenen toplantıda haziran ayı dış ticaret rakamlarını açıkladı. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, bu yılın ilk beş ayında ihracatta sergilenen güçlü performansın, haziran ayında artarak devam ettiğini vurgulayıp, "Haziran ayı ihracatımız geçtiğimiz yılın aynı ayına göre yüzde 47 artışla 19,8 milyar dolara yükselmiştir. Bu sayede ilk altı ayda ihracatımızı, geçtiğimiz yıla oranla yüzde 40 artışla 105 milyar dolar seviyesine taşımış durumdayız. Söz konusu değerler hem aylık hem çeyreklik hem de altı aylık bazda Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracat tutarlarıdır." dedi.

Son 12 aylık ihracat 200 milyar dolar sınırına dayandı

Bakan Muş, son 12 aylık ihracat değerinin 199 milyar 567 milyon dolar ile bugüne kadar gerçekleşen 'en yüksek 12 aylık ihracat' olduğuna işaret ederek, "Normalleşme adımlarıyla Orta Vadeli Program'da yer alan 2022 hedefi olan 198 milyarı da aşmış ihracatımızı 200 milyar doların çok daha ötesine taşıyacağımıza inanıyoruz." diye konuştu.

Çiftçisinden sanayicisine tüm girişimcilerin emeğiyle ortaya çıkan bu başarının, kamu ve özel sektörün güçlü iş birliğinin ürünü olduğunu belirten Bakan Muş, ihracat tutarı kadar,

ihracata yönelen firma sayısındaki artışın da ihracatın tabana yayılması açısından sevindirici olduğuna dikkat çekerek, bu yılın ilk yarısında ihracat yapan firma sayısının yüzde 12 artışla 76 bin 189 olduğunu söyledi.

Toplam ihracatın yüzde 42'si AB'ye

Yılın ilk yarısında AB ülkelerine yapılan ihracatın, geçen yıla göre yüzde 42 artışla 44 milyar dolara yükseldiğini, söz konusu ülkelere yapılan ihracatın, toplam ihracatın yüzde 42'sini oluşturduğunu aktaran Muş, "Önümüzdeki süreçte pandeminin atlatılmasıyla, uzun süredir ötelenmekte olan küresel tüketim taleplerinin karşılanması noktasında büyük bir fırsat karşımızda durmaktadır. Bu, ihracatımız için büyük bir potansiyeldir. İhracatımıza düşen, fırsatları iyi değerlendirmektir." dedi.

İhracat birim değeri 1,3 dolar

TİM Başkanı İsmail Gülle ise konuşmasında ihracat performansını detaylandırdı. Haziran ayının birim ihracat değeri için de önemli bir eşik olarak tarihe geçtiğine dikkat çeken Gülle, "Kur manipülasyonundan negatif etkilenen ihracat birim değerimizi 1,1 dolar seviyesinden 1,3 dolar seviyesine getirmeyi başardık. Son bir yılda kilogram ihracat değerimizi yüzde 20 artırdık. Biliyoruz ki, markalı ihracat, katma değerli ihracatı artıran faktörlerin başında geliyor. Bu minvalde, Türkiye markasını hep birlikte daha da yükseltmek, markalı ihracatımızı artırmak için için TİM Marka Konseyi'ni hayata geçirdik." ifadelerini kullandı.

Özellikle teknoloji, yazılım ve katma değerli ürünlere odaklı yatırımların, önümüzdeki dönemde Türkiye'yi diğer ülkelerden pozitif ayrıştıracağını kaydeden Gülle, şunları söyledi: "Yılın ilk altı ayında otomotiv sektörümüz 14,4 milyar dolar ve yüzde 38,9 artışla birinci, kimyevi maddeler ve mamulleri sektörümüz ise 9,4 milyar dolar ve yüzde 35,3 artışla üçüncü oldu. Avrupa Birliği'ne 43,9 milyar dolar (%42,4 artış), Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 17,9 milyar dolar (%25,1 artış), Afrika kıtasının tamamına 9,8 milyar dolar (%36,2 artış), Uzak Doğu ülkelere 8,3 milyar dolar (%51,1 artış), Kuzey Amerika'ya ise 7,5 milyar dolar (%46,7 artış), ihracat gerçekleştirdik."

19,8
MİLYAR
DOLAR

TÜRKİYE'NİN
HAZİRAN AYI
İHRACATI

AKİB'İN 2021 YILI İLK YARI İHRACATI 7,32 MİLYAR DOLAR

AKİB Koordinatör Başkanı Nejdat Sin, 2021 yılının Ocak-Haziran döneminde yüzde 40 artışla 7,32 milyar dolarlık ihracat değerine ulaştıklarını belirtip, "İhracat hacminde en yüksek artışları tekstil, demir çelik, su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörlerinde yakaladık. En fazla ihracat artışı elde ettiğimiz ülkelerin başında Nijerya, Yunanistan ve Lübnan yer aldı." dedi.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Nejdat Sin, 2021'in ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 40 artışla 7,32 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı. 2021 yılı Ocak-Haziran döneminde 105 milyar dolarlık ülke ihracatına yüzde 7,7 oranında destek verdiklerini belirten Başkan Sin, ihracat hacminde en yüksek artışları tekstil, demir çelik, su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörlerinde yakaladıklarını, en fazla ihracat artışı elde ettikleri ülkelerin başında Nijerya, Yunanistan ve Lübnan'ın geldiğini söyledi.

Lokomotif sektörler kimya, demir çelik ve hububat bakliyat

Yılın ilk yarısında 8 sektörün 7'sinde artış yakaladıklarını dile getiren Başkan Sin, "Bu dönemde en fazla ihracatı yüzde 39 artış ve 2,17 milyar dolar değer ile Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'miz gerçekleştirdi. Yüzde 56 artış ve 1,97 milyar dolar değer ile Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği'miz ikinci, yüzde 20 artış ve 727,8 milyon dolar değer ile Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'miz üçüncü sırada yer aldı. Bu dönemde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'miz yüzde 71 artış ve 601,9 milyon dolar değer ile ihracat hacminde en yüksek artışı elde eden birliğimiz oldu. Bunu Demir ve Demir Dışı

13,3
MİLYAR
DOLAR

AKİB'İN SON
12 AYLIK
İHRACATI

Metaller İhracatçıları Birliği'miz ikinci sırada takip ederken Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği'miz yüzde 54 artış ve 211,6 milyon dolar değer ile üçüncülüğü elde etti. Yine bu dönemde Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'miz performansını yüzde 11 artırarak 656,1 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'miz yüzde 46 artışla 562,3 milyon dolarlık, Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'miz yüzde 1 düşüşle 158,3 milyon dolarlık ihracata imza attılar." diye konuştu.

'Afrika'nın lider ülkesi Nijerya'da ihracatımızı 5'e katladık'

AKİB'in ilk yarı ihracatını ülkelere göre ele alan Başkan Sin, "Ülke ortalamasının üzerinde bir performans sergileyen Birliğimiz, en fazla ihracatı yüzde 40 artış ve 495 milyon dolar değer ile Hollanda'ya gerçekleştirdi. Yüzde 3 artış ve 481 milyon dolar değer ile Irak ikinci, yüzde 31 artış ve 337,4 milyon dolar değer ile Rusya üçüncü sırada yer aldı." dedi.

Afrika'nın lider ülkelerinden Nijerya pazarında rekor düzeyde başarı yakaladıklarını kaydeden Başkan Sin, şunları söyledi: "Afrika'nın en büyük ticari pazarlarından Nijerya'da son 5 yılda ihracatımız rekorlarla artıyor. Bu ülkede 2016 yılında 36 milyon dolar düzeyinde olan ihracatımız yıldan yıla katlanarak 2020'de 175 milyon dolara ulaştı. Bu pazarda 2021 yılının Ocak-Haziran döneminde ise yüzde 473 artışla 243,3 milyon dolar ihracat değerine ulaştık. İhracatımızı en fazla artırdığımız ülkelerde Nijerya'nın ardından yüzde 146 artış ve 112,2 milyon dolar değer ile Yunanistan ikinci, yüzde 117 artış ve 168,2 milyon dolar değer ile Lübnan üçüncü sırada yer aldı. AKİB olarak önemli ihracat artışları sağladığımız diğer ülkeler ABD, Birleşik Krallık, Belçika, Ukrayna, Fransa, İspanya, Suriye, Fas ve İsrail oldu."



Nejdat Sin
AKİB Koordinatör Başkanı

ADMİB, ilk 6 ayda 1,97 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi

Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADMİB) 2021 yılının ilk yarısında 1 milyar 974 milyon dolarlık dış satıma ulaştı. Covid-19 salgını sürecinde alınan ekonomik tedbirler ve destekler sayesinde üretimin devamlılığını sağlayan ADMİB üyeleri, 2021'de yükseliş ivmesini hızlandırarak yüzde 56 artış başarısını yakaladı.

İhracat hacminde en yüksek artış demir çelik çubukta

Ocak-Haziran ayları arasında 1 milyon 584 bin tonluk dış satıma imza atan ADMİB'in en fazla ihraç ettiği ürün grupları değerlendirildiğinde demir çelik yassa kaplama, demir çelik boru ve demir çelik çubuk öne çıktı. Yüzde 49 artış ve 338,3 milyon dolar değer ile demir çelik yassa kaplama birinci, yüzde 57 artış ve 208,8 milyon dolar değer ile demir çelik boru ikinci, yüzde 161 artış ve 133,5 milyon dolar değer ile demir çelik çubuk üçüncü sırada yer aldı. ADMİB'in yılın ilk yarısında en fazla ihracat artışı yakaladığı ürünler incelendiğinde yüzde 161 artış ve 133,5 milyon dolar değer ile demir çelik çubuk birinci, yüzde 160 artış ve 47,6 milyon dolar değer ile demir çelik yassı sıcak ikinci, yüzde 119 artış ve 67,6 milyon dolar değer ile demir çelik filmaşın üçüncü oldu.



En fazla ihracat İspanya, Mısır ve İsrail'e

ADMİB'in 2021 yılı Ocak-Haziran döneminde ihracat ana pazarlarını Avrupa, Afrika ve Orta Doğu ülkeleri oluşturdu. Yılın ilk yarısında ADMİB'in en fazla ihracat yaptığı ülkelerde, yüzde 140 artış ve 151,8 milyon dolar değer ile İspanya birinci, yüzde 27 artış ve 111,6 milyon dolar değer ile Mısır ikinci, yüzde 59 artış ve 104,8 milyon dolar değer ile İsrail üçüncü sırada yer aldı. Söz konusu dönemde ADMİB'in en fazla ihracat artışları sağladığı ülkeler değerlendirildiğinde yüzde 186 artış ve 76,8 milyon dolar değer ile Yemen birinci, yüzde 140 artış ve 151,8 milyon dolar değer ile İspanya ikinci, yüzde 126 artış ve 99,4 milyon dolar değer ile İtalya üçüncü sırada geldi. ADMİB, Birleşik Krallık, Hollanda ve Romanya pazarlarında da önemli ihracat artışlarına imza attı.

AHKİB'in lider pazarı modanın merkezi İspanya

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) 2021 yılının Ocak-Haziran ayları arasında 158 milyon 345 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. AHKİB'in en fazla ihracat yaptığı ülkeler İspanya, Almanya ve Hollanda olurken Bulgaristan, Polonya ve İtalya pazarlarında rekor düzeyde artışlar yakalandı. Ham madde tedarikinde yaşanan sıkıntılar, maliyet artışları, lojistik fiyatlarının yükselmesinden etkilenen AHKİB üyesi firmalar, çok yönlü zorluklara rağmen Avrupa Birliği pazarındaki bir çok ülkede ihracat hacminde yükseliş elde etme başarısı gösterdi. AHKİB'in 6 aylık ihracatında Avrupa pazarının payı yüzde 71 düzeyinde gerçekleşti.



Bölge ihracatının yüzde 87'si 4 ürün grubunda kümelendi

21 bin 40 ton ürünü dış pazarlarda değerlendiren AHKİB'in performansında bayan dış giyim, diğer hazır eşya, bay dış giyim ve pamuklu ev tekstili ürünleri bölge ihracatının yüzde 87'sini oluşturdu. Ocak-Haziran döneminde en fazla ihraç edilen ürünlerde, yüzde 46 pay ve 76,7 milyon dolar değer ile bayan dış giyim birinci sırada yer aldı. Bunu yüzde 15 pay ve 25,5 milyon dolar değer ile diğer hazır eşya ikinci sırada, yine yüzde 15 pay ve 24,7 milyon dolar değer ile bay dış giyim üçüncü sırada takip etti. Söz konusu dönemde AHKİB, en yüksek ihracat

artışlarını suni-sentetik yatak kıyafetleri, diğer spor ve yüzme kıyafetleri ile diğer ev tekstili ürünlerinde elde etti. Söz konusu dönemde suni-sentetik ev tekstili ihracatı yüzde 5 bin 418 artışla 1,6 milyon dolara yükseldi.

Modaya yön veren İspanya'da yüzde 72 artış

AHKİB'in ihracatı ülkelere göre değerlendirildiğinde uluslararası moda topluluğunun merkezi İspanya ana pazar oldu. Yüzde 72 artış sağlanan İspanya'yı Almanya ve Hollanda takip etti. AHKİB'in ihracatında yüzde 29 pay ve 48,1 milyon dolar değer ile İspanya birinci, yüzde 17 pay ve 27,9 milyon dolar değer ile Almanya ikinci, yüzde 11 pay ve 18,6 milyon dolar değer ile Hollanda üçüncü sırada yer aldı. AHKİB, ihracat hacminde en yüksek performansı yüzde 2 bin 88 artış ve 4,6 milyon dolar değer ile Bulgaristan'da elde etti.

AHBİB, hububat, yağlı tohumlar ve şeker ihracatında atak yaptı



Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB), 2021 yılının ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 20 artışla 727 milyon 806 bin dolarlık ihracat gerçekleştiren, en yüksek artışları hububat, yağlı tohumlar, şeker ve şeker mamullerinde yakaladı. 2021 yılının Ocak-Haziran ayları arasında 984 bin 273 ton ürünü küresel pazarlarda değerlendiren AHBİB, hububatta yüzde 103 artışla 23,9 milyon dolar, yağlı tohumlarda yüzde 86 artışla 47,8 milyon dolar, şeker ve şeker mamullerinde yüzde 75 artışla 92,7 milyon dolar ihracat değerine ulaştı. Ocak-Haziran döneminde 4,15 milyar dolarlık sektör ihracatına yüzde 17 oranında destek veren AHBİB'in ihracatı ürün gruplarına göre değerlendirildiğinde yüzde 6 artış ve 165,3 milyon dolar değer ile pastacılık ürünleri birinci sırada yer aldı. Bunu 154,5 milyon dolar değer ile bakliyat, yüzde 75 artış ve 92,7 milyon dolar değer ile şeker ve şeker mamulleri takip

etti. Yılın ilk yarısında tüm ürün gruplarında en fazla ihraç edilen ürün ise 72,2 milyon dolar değer ve yüzde 10 pay ile kırmızı mercimek oldu.

En fazla ihracat Irak, Suriye ve Almanya'ya

176 ülke ve bölgeye dış satım yapan AHBİB, 100'ü aşkın ülkede önemli artışlar yakaladı. AHBİB üyelerinin Güney Asya, Güney Amerika ve Afrika pazarlarındaki başarıları raporlara yansdı. AHBİB, Ocak-Haziran döneminde en fazla ihracatı yüzde 13 artış ve 107,6 milyon dolar değer ile Irak'ta gerçekleştirdi. Bu ülkeyi yüzde 60 artış ve 83,2 milyon dolar değer ile Suriye ikinci, yüzde 32 artış ve 27,3 milyon dolar değer ile Almanya üçüncü sırada takip etti. Bu dönemde AHBİB, Çin, Venezuela, KKTC, İran, Birleşik Krallık, Fildişi Sahili, Angola, Endonezya ve Nijerya pazarlarındaki ihracat hacmini 11 katına varan oranlarda artırma başarısı gösterdi.

İhracatın lokomotifi AKMİB, ilk yarıda 2,17 milyar dolara ulaştı

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AKMİB), 2021 yılının Ocak-Haziran ayları arasında ihracat performansında yüzde 39 artış yakaladı. Geçen yılın aynı döneminde 1 milyar 561 milyon dolar dış satım gerçekleştiren AKMİB, 2021'in ilk yarısında ihracatını 2 milyar 170 milyon dolar seviyesine yükseltme başarısı gösterdi. AKİB bölgesinde 8 ana sektör arasında en fazla ihracat gerçekleştiren birlik olan AKMİB, yılın ilk yarısında 11,96 milyar dolarlık sektör ihracatından yüzde 18,13 oranında pay aldı.

Nijerya pazarında 10 katına varan ihracat artışı sağlandı

AKMİB'in Ocak-Haziran dönemindeki ihracatı ülkelere göre değerlendirildiğinde, yüzde 43 artış ve 351,1 milyon dolar değer ile Hollanda birinci sırada yer aldı. Nijerya pazarında rekor kıran AKMİB, yüzde 969 artış yakalayıp 209 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Yüzde 151 artış ve 129,1 milyon dolar değer ile Birleşik Devletler üçüncü sırada yer aldı.



6 aylık ihracatın yüzde 88'i üç ürün grubunda kümelendi

Yılın ilk yarısında 3 milyon 375 bin ton ürünü uluslararası piyasada değerlendiren AKMİB'in ihracatı ürün gruplarına göre ele alındığında 6 aylık dış satımın yüzde 88'ini mineral yakıtlar, mineral yağlar, plastikler ve plastikten mamuller ile anorganik kimyasallardan oluştu. AKMİB'in en fazla ihraç ettiği ürünler listesinde yüzde 45 artış ve 1,25 milyar dolar değer ile mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünleri birinci sırada yer aldı. AKMİB'in ilk yarı ihracatından yüzde 67 pay alan mineral yakıtlar ve mineral yağların ardından yüzde 41 artış ve 265,1 milyon dolar değer ile plastikler ve plastikten mamuller ikinci, yüzde 2 azalış ve 138,8 milyon dolar değer ile anorganik kimyasallar üçüncü oldu.

Mobilyada Birleşik Krallık'a rekor ihracat artışı

Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB), 2021 yılının ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 46 artış sağlayıp, 562 milyon 303 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. 2021'in Ocak-Haziran ayları arasında Türkiye'nin 3,21 milyar dolarlık mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ihracatına yüzde 17,49 oranında destek veren AKAMİB, söz konusu dönemde 372 bin 636 ton ürünü uluslararası piyasada değerlendirdi. Markalaşmaya öncelik veren AKAMİB'in ihracatı ürün gruplarına göre ele alındığında, yüzde 44,3 artış ve 252,1 milyon dolar değer ile mobilyalar birinci sırada yer aldı. Bölge ihracatından 58,8 pay alan mobilyanın ardından yüzde 50,8 artış ve 68,1 milyon dolar değer ile keresteler-sandık-kafes ve paletler ikinci sırada, yüzde 23,7 artış ve 60,6 milyon dolar değer ile kâğıt-karton ve matbu yayınlar üçüncü sırada yer aldı. 2021 yılı ilk yarısında AKAMİB ihracat hacminde en yüksek artışları, yüzde 53,5 artış ve 31,1 milyon dolar değer ile orman tali ürünlerinde elde etti.



Birleşik Krallık pazarında yüzde 133,2 artış

Orta Doğu, Avrupa, Afrika ve Amerika pazarlarında etkin olan AKAMİB'in yılın yarısındaki ihracatı ülkelere göre değerlendirildiğinde, yüzde 30,2 artış ve 90,3 milyon dolar değer ile Irak birinci sırada yer aldı. Bu ülkeyi yüzde 35,7 artış ve 32,7 milyon dolar değer ile İsrail ikinci, yüzde 25,9 artış ve 30,4 milyon dolar değer ile Almanya üçüncü sırada takip etti. Söz konusu dö-

nemde AKAMİB'in ihracatını en fazla artırdığı ülkeler ise Birleşik Krallık, Suriye ve Fransa oldu. Yüzde 133,2 artış ve 11,4 milyon dolar değer ile Birleşik Krallık birinci, yüzde 97,5 artış ve 10,9 milyon dolar değer ile Suriye ikinci, yüzde 92,7 artış ve 15,9 milyon dolar değer ile Fransa üçüncü sırada yer aldı. AKAMİB'in ilk yarı ihracatına Kayseri 241,6 milyon dolarlık, Adana 61,7 milyon dolarlık, Mersin 52,3 milyon dolarlık destek verdi.

ASHİB, Çin pazarında ihracatını 87 kattan fazla artırdı

Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB), 2020 yılı Ocak-Haziran ayları arasında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 54 artış sağlayıp 211,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

2021'in ilk yarısında 1,53 milyar dolarlık sektör ihracatına 13,6 oranında destek veren ASHİB, küresel pazarlarda 128 bin 512 ton ürünü değerlendirdi. ASHİB'in Ocak-Haziran dönemindeki ihracatı ürün gruplarına göre değerlendirildiğinde, yüzde 28 artış ve 55,3 milyon dolar değer ile kümes hayvanları etleri ilk sırada yer aldı. Bunu yüzde 51 artış ve 35 milyon dolar değer ile yumurtalar ikinci, yüzde 1001 artış ve 31,1 milyon dolar değer ile süt ve süt ürünleri üçüncü sırada takip etti. ASHİB'in 6 aylık ihracatında rekor artış yakaladığı süt ve süt ürünlerinin payı yüzde 15 oldu.

107 ülkeden 66'sında artış sağlandı

Avrupa ülkelerinin etkin olduğu Afrika pazarında eşdeğer kalitede ve rekabetçi fiyatlarla söz sahibi olmak için Kenya, Gana, Tunus ve Güney Afrika'da lojistik merkezler açmaya hazırlanan, Bir-



leşik Arap Emirlikleri'nin Dubai kentinde de benzer proje yürüten ASHİB, yılın ilk yarısında ihracat yaptığı 107 ülkenin 66'sında artışlar elde etti. Geçen yıldan itibaren süt ürünlerinde Türkiye'ye kapılarını açan Çin'deki fırsatları iyi değerlendiren ASHİB üyeleri, bu ülkeye yönelik ihracatını 87 kattan fazla artırma başarısı gösterip, 22,5 milyon dolarlık ihracat değerine ulaştı. ASHİB'in Güney Asya ve Doğu Asya'da etkinliğini artırdığı diğer ülkeler Bangladeş, Japonya, Pakistan ve Afganistan oldu. ASHİB'in en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler değerlendirildiğinde, yüzde 1 azalış ve 51,1 milyon dolar değer ile Irak birinci, yüzde 51 artış ve 29,2 milyon dolar değer ile Suriye ikinci, yüzde 8 bin 776 artış ve 22,5 milyon dolar değer ile Çin üçüncü sırada yer aldı.

ATHİB, ilk yarıda uzak pazarlarda rekorlar kırdı

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB), 2021 yılının Ocak-Haziran döneminde 601 milyon 962 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 71 oranında artış yakalayan ATHİB, ihracat hacminde en fazla yükselişleri Çin, Bangladeş ve Mısır pazarlarında elde etti.

Dokuma kumaşlar bölge ihracatının zirvesinde

Pandeminin damga vurduğu 2020 yılında hükümetin sağladığı destekler ve kolaylaştırıcı uygulamalar sayesinde ihracatın devamlılığını sağlayan Akdenizli tekstilciler, 2021 yılının ilk yarısında Avrupa, Amerika, Bağımsız Devletler Topluluğu, Afrika, Orta Doğu ve Uzak Doğu pazarlarında önemli artışlar yakaladı.

Ocak-Haziran ayları arasında dış pazarlarda 242 bin 739 ton ürüne değer kazandıran ATHİB, en fazla dokuma kumaşlar, örme kumaşlar, pamuk ipliği ve suni-sentetik elyaf ihraç etti. Bu dört ürün ATHİB'in ihracatının yüzde 79'unu oluşturdu. Yılın ilk yarısında bölge ihracatının zirvesinde yüzde 49 artış ve 138,8 milyon dolar değer ile dokuma kumaşlar yer aldı. Bunu yüzde 68 artış ve 125,1 milyon dolar değer ile örme kumaşlar ikinci sırada, yüzde 171 artış ve 113,3 milyon dolar değer ile pamuk ipliği üçüncü sırada takip etti. ATHİB'in ihracatını en fazla artırdığı ürün grupları yüzde 171 artış ve 113,3 milyon dolar değer ile pamuk ipliği, yüz-



de 107 artış ve 71,4 milyon dolar değer ile suni-sentetik elyaflar, yüzde 104 artış ve 26,3 milyon dolar değer ile suni-sentetik iplikler şeklinde sıralandı.

En fazla ihracat İtalya, Portekiz ve İspanya'ya

ATHİB'in en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler değerlendirildiğinde yüzde 78 artış ve 85 milyon dolar değer ile İtalya birinci, yüzde 250 artış ve 32,4 milyon dolar değer ile Portekiz ikinci, yüzde 97 artış ve 29,7 milyon dolar değer ile İspanya üçüncü oldu. Söz konusu dönemde ATHİB'in ihracatını en fazla artırdığı ülkeler incelendiğinde ilk üç sırada yüzde 357 artış ve 10,8 milyon dolar değer ile Çin, yüzde 355 artış ve 13,2 milyon dolar değer ile Bangladeş, yüzde 327 artış ve 22,4 milyon dolar değer ile Mısır yer aldı.

Yaş meyve sebze ihracatında yüzde 12 artış

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, 2021 yılının Ocak-Haziran ayları arasında 572 milyon 895 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 12 artış yakalayan Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, sektör ihracatından yüzde 39 pay alarak liderliğini sürdürdü.

Yaş meyve sebze ihracatında Mersin lider şehir

2 milyon 296 bin ton ürünü küresel pazarlarda değerlendirerek Türkiye'ye 1,47 milyar dolar döviz kazandıran yaş meyve sebze sektöründe Akdeniz illeri etkin rol oynadı. Ocak-Haziran ayları arasında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 artış elde eden Mersin, 314,2 milyon dolarlık yaş meyve sebze ihracatına imza atarak birinci sırada yer aldı. Aynı dönemde yüzde 12 artış yakalayan Hatay gerçekleştirdiği 225,2 milyon dolarlık ihracat

tutarı ile üçüncü oldu. Adana yüzde 9 artış ve 54,2 milyon dolar değer ile genel klasmanda yedinci sırada yer aldı. Yaş meyve sebze sektörünün lideri olarak Türkiye'de koordinatörlük ve sekretarya hizmetlerini yürüten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, dış satımda en önemli ürün grubunu oluşturan narenciyede 6 aylık süreçte yüzde 68 paya ulaşmış 252,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.



En fazla patates, mandarin ve limon ihraç edildi

Türk üreticisinin emeğini küresel pazarlarda en iyi şekilde değerlendiren yaş meyve sebze sektörünün en fazla ihraç ettiği ilk üç ürün 216,4 milyon dolar değer ile domates, 141,9 milyon dolar değer ile mandarin ve 141,1 milyon dolar değer ile limon oldu. Altı aylık dönemde en fazla ihracat artışı yakalanan ürünlere bakıldığında ise yüzde 461 artış ve 21,9 milyon dolar değer ile patates birinci, yüzde 93 artış ve 18,5 milyon dolar değer ile soğan-şalot ikinci, yüzde 91 artış ve 44,9 milyon dolar değer ile çilek üçüncü sırada yer aldı.

Bu dönemde en fazla yaş meyve sebze ihraç edilen ülke 472 milyon dolar değer ile Rusya oldu. Yüzde 19 artış sağlanan Rusya'nın ardından yüzde 18 artış ve 140,3 milyon dolar değer ile Almanya ikinci sırada, yüzde 30 artış ve 133,5 milyon dolar değer ile Romanya üçüncü sırada yer aldı.

AKİB'DEN TİCARET BAKANI MUŞ'A 'HAYIRLI OLSUN' ZİYARETİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Nejdät Sin, ihracatçı birliklerinin başkanları ve yöneticileriyle birlikte Ticaret Bakanı olarak atanan Dr. Mehmet Muş'a "Hayırlı olsun" ziyaretinde bulundu. AKİB Koordinatör Başkanı Nejdät Sin, Ticaret Bakanı Mehmet Muş'a yeni görevinde başarılar dilerken Mersin, Adana, Hatay, Kayseri ve Karaman illeri başta olmak üzere Akdeniz Bölgesi'nin üretim gücü, ihracat performansı ve potansiyeli ile ilgili bilgi paylaşımında bulunup sektör sorunlarını, taleplerini ve beklentilerini aktardı.

AKİB Koordinatör Başkanı ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdät Sin, Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı R. Onur Kılıçer, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Gürkan Tekin, Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Hüseyin Arslan, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkan Vekili Ali Can Yamanyılmaz, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Ökkeş Balsuyu ve AKİB Genel Sekreteri



Mehmet Ali Erkan ile birlikte Ticaret Bakanı Dr. Mehmet Muş'u makamında ziyaret etti.

AKİB Koordinatör Başkanı Nejdät Sin, Ticaret Bakanı Mehmet Muş'a hayırlı olsun dileklerini iletip, "Yeni görevinizde sizlere ve ekibinize başarılar diliyoruz." dedi. AKİB heyetinde yer alan ihracatçı birliklerinin başkanları ve yöneticileri de kendi sektörleriyle ilgili çeşitli değerlendirmeler yapıp sorunlarını dile getirerek çözüm konusunda Bakan Muş'tan yardım talebinde bulundular.

AKİB Koordinatör Başkanı Nejdät Sin, ziyaretin ardından yaptığı değerlendirmede "Ticaret Bakanımız Sayın Mehmet Muş, ziyaretimiz esnasında son derece ilgili bir şekilde heyetimizin dile getirdiği sorunları not ederek önemli saptamalar yaptı. Bazı konularda gündeme getirdiğimiz çözüm önerileriyle özel olarak ilgilendi. İlettiğimiz konularda diğer bakanlıklar nezdinde de gerekli takibin yapılacağını ifade etti. Kendilerine misafirperverlikleri ve yakın alakalarından dolayı şükranlarımızı sunuyoruz." diye konuştu.

ÇKA'dan 16 projeye 30 milyon TL hibe

Çukurova Kalkınma Ajansı'nın (ÇKA), 2021 Yılı Mali Destek Programı kapsamında hibe desteği almaya hak kazanan projeler belirlendi. ÇKA Genel Sekreteri Savaş Ülger, turizm destinasyon, yenilik ve verimlilik alanlarında hazırlanan toplam 62 projenin değerlendirme sürecinin tamamlandığını belirtip toplam yatırım tutarı 48,5 milyon lira olan 16 projeye yaklaşık 30 milyon lira hibe vereceklerini bildirdi.

Savaş Ülger, "Turizmde Destinasyon Yönetimi Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programı kapsamında 39 proje arasında 9 proje destek almaya hak kazanmıştır. Bölgemizin yenilik ve verimlilik kapasitesinin artırılmasını, sanayi ve teknoloji bölgeleri ile serbest bölgelerde üretim kapasitesinin ve verimliliğin artırılması için gerekli altyapı yatırımlarının yapılmasını ve güçlendirilmesini amaçlayan Yenilik ve Verimlilik Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programı kapsamında 23 proje arasında 7 proje destek almaya hak kazanmıştır." dedi.

Ülger, ÇKA'nın 2006 yılında bugüne kadar 31 mali destek programı ile 3 bin 832 proje arasından 829 projeye hibe sağladığını, bölge kalkınması için toplam 304 milyon liralık kaynağın yatırımlara tahsis edildiğini bildirdi.



ÇKA
Genel Sekreteri
Savaş Ülger

SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT İÇİN YEŞİL EYLEM PLANI

"Dünyayı tüketmeden, dünya için üretiyoruz" sloganıyla, 12 ana hedefe yönelik hazırladıkları 'Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı tanıtan TİM Başkanı İsmail Gülle "Sürdürülebilir dış ticaret fazlası vermeyi ve Türkiye'yi marka ülke haline getirmeyi amaçlıyoruz." dedi.



'Made in Türkiye' markasını güçlendirmek ve gelecek nesillere daha iyi bir Türkiye bırakmak amacıyla çalışmalarına hız veren TİM, "Her Alanda Sürdürülebilir Türkiye" hedefine ulaşmak için seferberlik başlattı.

zenlediklerini, Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi iş birliğinde İklim Değişikliği ve AB Yeşil Düzen Eğitimi gerçekleştirdiklerini anlattı.

'Her Alanda Sürdürülebilir Türkiye hedefine ulaşacağız'

TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nda yer alan 12 ana hedefin, sürdürülebilirlik noktasında ülkeyi markalaştırarak 'Her Alanda Sürdürülebilir Türkiye' hedefine ulaştıracağına inandığını belirten Gülle, "Kaliteli, katma değerli ihracat hedefiyle sanayide dijital dönüşümü destekleyeceğiz. Bu vizyonu ortaya koyan ve 'Sürdürülebilirlik' başlığında ilklere imza atan TİM Kadın Konseyimizi tebrik ediyorum. İnşallah, eylem planımızdaki hedefleri bir bir gerçekleştirerek Türkiye'yi sürdürülebilirlik alanında marka ülke haline getireceğiz. Çalışmalarımızın sonucunda, dünyayı tüketmeden dünya için üreten ülkemiz, hem sürdürülebilir kalkınma modeliyle ihracatla yükselecek; hem de çevreye değer veren herkesin bir numaralı tercihi haline gelecek." diye konuştu.

Gülle, Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nın yanı sıra Avrupa Katılım Öncesi Yardım Aracı IPA III Proje Çağrısı kapsamında Yeşil Gündem ve Sürdürülebilirlik başlığında proje hazırladıklarını, sınırda karbon düzenlemesine uyum kapsamında Sıfır Karbon Fasilitasyon Merkezi proje başvurusu yaptıklarını, bunların da olumlu sonuçlarını beklediklerini sözlerine ekledi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Kadın Konseyi'nin öncülüğünde "Dünyayı tüketmeden, dünya için üretiyoruz" sloganıyla hazırlanan TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nın ana hedefleri ve yol haritasını ilan etti.

TİM Başkanı İsmail Gülle, sürdürülebilirlik eylem planında 12 ana hedef belirlediklerini ve ihracatta çevre dostu politikaları tek çatı altında topladıklarını belirtip atılacak adımlarla beraber Türkiye'nin çevreci ve güçlü ihracatla bir numaralı tercih haline geleceğini belirtti. Türkiye'nin en önde gelen sürdürülebilir faaliyetinin ihracat olduğunu vurgulayan Gülle, eylem planındaki ana hedefleri 'TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu, İhracatta Sıfır Atık Seferberliği, Dijital Mentorluk ve Eğitim Programları, Kurumsal Karbon Ayak İzi Çalışmaları, Sanayide Döngüsellik ve İleri Kazanım, İleri Arıtma Teknolojileri, Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi, Standardizasyon Uygulamaları, Sertifikasyon Uygulamaları, Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve İstihdam, Dijital Ürün Pasaportu ve İzlenebilirlik olarak duyurdu.

'İhracatçılar, sürdürülebilirlik kavramını en iyi bilen neferlerdir'

TİM olarak sürdürülebilir bir gelecek adına başlattıkları seferberlikten büyük bir heyecan duyduklarını dile getiren Gülle, geçen yıl 148 ülkeye dış ticaret fazlası verildiğini, bu sayıyı artırmak için iklim değişikliği ve çevre konusunu sürekli gündemde tutmak gerektiğini belirtti. Gülle, "İklim değişikliği, artık gelecek nesillerin değil, bugün doğrudan bizlerin sorunu haline gelmiş durumdadır. 2018 yılında görevi devraldığımızdan beri, dış ticaret fazlası verdiğimiz Avrupa Birliği'nin ısrarla karbon nötr kıta olma hedefini dile getirmesi, ihracatımız için oldukça önemli bir gelişmedir. Kimsenin kuşkusuna olmasın, ihracatımız Yeşil Mutabakat'la beraber, mutlaka sürdürülebilir değer fazlası vermeye devam edecektir." dedi.

TİM tarihinde ilk kez İklim Değişikliği Komitesi ve Kadın Konseyi bünyesinde "Sürdürülebilirlik ve İklim" başlıklarında alt çalışma komiteleri oluşturduklarını kaydeden Gülle, Enerji Yoğun, Kaynak Yoğun ve Tarım Sektörü ana gruplandırması ile üç takvimde TİM Avrupa Yeşil Mutabakatı Farkındalık Toplantıları dü-

İHRACATTA KÜRESEL MARKA ATAĞI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), küresel rekabette avantaj sağlamak için harekete geçti. Türkiye'nin önde gelen 30 markası ile TİM Marka Konseyi'ni kurdu. Markalı ve katma değerli ihracatı artırmayı hedeflediklerini vurgulayan TİM Başkanı İsmail Gülle, ilk etapta markalı Türk ürünlerinin uluslararası alanda imajının iyileştirilmesi için çalışacaklarını belirtti.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), pandemide küresel fırsatları değerlendirmek, markalı ihracatı ve ihracattaki katma değeri artırmak amacıyla TİM Marka Konseyi'ni kurdu. TİM Başkanı İsmail Gülle, konseyin yol haritasını ve ana hedeflerini, ihracatta katma değer yaratan Türkiye'nin önde gelen marka kurucularının da katıldığı bir toplantı ile paylaştı.

TİM'in 61 ihracatçı birliği, 27 sektör ile 100 bin ihracatçının tek çatı kuruluşu olduğunu anımsatan Başkan İsmail Gülle, "Türkiye Cumhuriyeti, başlı başına güçlü bir markadır. Bizler, bu güçlü markayı hep

birlikte daha da yükseltmek ve tüm dünya ile rekabet ederken markalı ihracatımızı artırmak için TİM Marka Konseyi'ni hayata geçiriyoruz. Konsey çatısı altında, markalarımızı uluslararası arenada güçlendireceğiz. Bunun sonucu olarak da ihracat birim değerimizi 2030 yılına kadar inşallah 2 doların üzerine çıkaracağız." dedi.

'Dünya ile yarışan marka sayımız artacak'

Uluslararası ticaretin yönünü tayin eden pek çok faktör olsa da markalaşmanın öne çıktığına dikkat çeken Gülle, "Eğer markaysanız, sektörünüz istediği kadar

kırılgan gözüksün, her krizin üstesinden gelebilirsiniz. Markaysanız, tüketim rekor derecede daralsa dahi, toparlanma yine sizinle başlar. Bizler, bu anlamda oldukça şanslı bir coğrafyada bulunuyoruz. Farklı olmak, marka olmak bu milletin geleneğinde, kaderinde var. Marka demek; emek, sermaye ve sabır demek; müşteriye aile gibi görmek, kaliteden ödün vermemek demek. Marka demek; hatalardan ders alıp tekrar etmemek demek. Marka olmak bazen talebi duymak, bazen de talebe liderlik, rehberlik etmektir. Türkiye ihracat konusunda önemli bir mesafe kat etti. İşte bizler bu güçlü markayı hep birlikte daha da yükseltmek; tüm dünya ile rekabet ederken markalı ihracatımızı artırmak için TİM Marka Konseyi'ni hayata geçiriyoruz. Konsey sayesinde dünya ile yarışan marka sayımız artacak." diye konuştu.

'Markaya yatırım yaptıkça küresel endekslerde yukarılara tırmanacağız'

Türkiye'nin ihracat konusunda önemli bir mesafe kat ettiğini dile getiren Gülle "Pandemi koşullarının getirdiği zorluklara rağmen, her ay yeni rekorlarla ihracatımızı üst noktalara taşıyoruz. Bu yıl ihracatta 200 milyar dolar üzerini hedefliyoruz. İhracatta daha ileriye hedeflemenin en önemli yollarından biri ise, markalaşmaktan geçiyor. Bu konuda ülkemizin üreticileri ve ihracatçıları, çok güzel çalışmalara imza attı, atmaya da devam ediyor. Bu girişimler, rakamlara da yansıyor. Dünyanın önde gelen marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance, her yıl 'İlk 5 bin Küresel Marka Değeri'nin milli gelire oranını, bir raporda yayınlıyor. Bu raporun sonucu ilk kez geçtiğimiz yıl, Küresel İnovasyon





Endeksi'nin 80 alt göstergesinden biri oldu. Endeksin 2020 sonuçlarına göre, Türkiye küresel marka değeri göstergesinde 49'uncu sıradan 44'üncü sıraya yükseldi. Firmalarımız markaya önem verdikçe ve markaya yatırım yaptıkça, küresel endekslerde çok daha yukarılara tırmanacağız. Bu doğrultuda, Küresel İnovasyon Endeksi Türkiye Görev Gücü'nün liderliğini üstlenerek Türkiye'nin marka sıralamasında daha yukarılara taşınması için çalışmalar yürüteceğiz" ifadelerini kullandı.

İlk hedef markalı Türk ürünlerinin imajının iyileştirilmesi

TİM Marka Konseyi'nin 2021 yol haritası ve 5 ana hedefini aktaran Gülle, şunları söyledi: "İlk hedefimiz, markalı Türk ürünlerinin uluslararası alanda imajının iyileştirilmesidir. Bu noktada, ürün ve hizmet kalitesinin artırılması, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, Türkiye markası ile global PR, reklam ve kurumsal kimlik faaliyetleri, ajandamızda yer alıyor. İkinci hedefimiz, firmalarımızın bilinen ya da gelişme potansiyeli bulunan yabancı şirket ve markaları satın alarak global pazarlara doğrudan erişim sağlamalarıdır. Bu hedef doğrultusunda ihracatçılarımıza

TİM BAŞKANI GÜLLE: İHRACAT BİRİM DEĞERİMİZİ 2030 YILINA KADAR İNŞALLAH 2 DOLARIN ÜZERİNE ÇIKARACAĞIZ.

bilgilendirme, danışmanlık ve teknik destek sağlanmasına yönelik mekanizmalar oluşturmayı planlıyoruz. Üçüncü hedefimiz, firmaların kendi markaları ile yaptıkları ihracatın izlenmesine yönelik bilgi altyapısı oluşturulmasıdır. Ne yazık ki, ülkemizde markalı ihracata dair bir veri tabanı bulunmuyor. TİM Marka Konseyi olarak, bu veri tabanını oluşturmak ve gerek sahadaki gerekse akademik çalışmalara katkı sağlama arzusundayız. Dördüncü hedefimiz, markalı Türk ürünlerinin dijital platformlarda daha etkin tanıtılmasıdır. Bu kapsamda, dünyanın önde gelen büyük

alıcı ve satıcılarının bir araya geldiği e-ticaret pazaryerleri aracılığıyla, firmalarımızın bilinirliğini artırmayı hedefliyoruz. Beşinci ve son ana hedefimiz ise, Türkiye Tanıtım Grubumuz bünyesindeki Türkiye markası ve ihrac sektörlerine yönelik tanıtım faaliyetlerini TİM Marka Konseyimizin çalışmalarıyla güçlendirmektir."

'Yabancı öğrencilerimiz gönüllü marka elçisi olacak'

Türkiye'de eğitim alan 200 bini aşkın uluslararası öğrenciyi ve 150 bini aşkın mezunu, gönüllü birer marka elçisine dönüştürmeyi amaçladıklarını belirten Gülle, şöyle devam etti: "Bu 5 ana hedefe ulaşmak için; hedef pazarlara yönelik markalaşma faaliyetlerini artırmayı, uluslararası markalara bağımlılığı azaltarak rekabetçi milli markalar yaratmayı, TİM Marka Sohbetleri gerçekleştirmeyi, Ticaret Bakanlığı'mızla başlattığımız '81 İlde İhracata İlk Adım Mentorluk' programındaki uluslararası markalaşma faaliyetlerini ve eğitimlerini KOBİ'lerimizde yaygınlaştırmayı amaçlıyoruz. TİM olarak markalaşma konusunda her fikre, her bakış açısına değer veriyoruz. En küçük firmanın dahi yerelden genele kocaman bir marka haline gelebileceğine inanıyoruz. Unutmayalım ki; bir fert bir ürünü, bir ürün bir firmayı, bir firma bir sektörü, bir sektör ise koca bir ülkeyi marka yapar. Bu nedenle, TİM Marka Konseyi çatısı altında, markalarımızı uluslararası arenada güçlendireceğiz. Küresel fırsatları yakından takip ederek markalı ihracatımızı artıracacağız. Bunun sonucu olarak da ihracat birim değerimizi 2030 yılına kadar inşallah 2 doların üzerine çıkaracağız. Markalı ihracatı ve ihracattaki katma değeri artırmak amacıyla hayata geçirdiğimiz TİM Marka Konseyimizin hayırlı ve uğurlu olmasını diliyorum."

Konsey 30 markadan oluşuyor

TİM Marka Konseyi'nde tekstilden gıdaya, mücevherden ev ve mutfak eşyalarına kadar sektörlerin önemli firmaları yer alıyor. Konseyde; Orka, Vestel, Hassan Tekstil, Aydın Tekstil, Chakra, Desa Deri, Koleksiyon Mobilya, VSY Biyoteknoloji, İstanbul Aydın Üniversitesi, Med-Art, Sanko, Nurus, Gedik, Abdi İbrahim, TAV, Roberta Bravo, Silverline, Zorluteks Tekstil, İpekylol, Altınbaş Üniversitesi, Doğtaş, Kütahya Porselen, BG Store, Helvacızzade, Öztiryakiler, Arzum, Şişecam, Akinon, Avva, Kaleseramik markaları yer alıyor.



Başkan Saadettin Çağan (Solda) ve Onursal Başkan A. Uğur Ateş birlikte oy kullandı.

AKMİB'DE YENİ BAŞKAN SAADETTİN ÇAĞAN

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (AKMİB) 2019-2020 Yılı Olağanüstü Seçimli Genel Kurulu'nda, delegelerin tamamının oyunu alan Nur-İş Pen Kereste İnşaat Taahhüt Yapı Elemanları ve Pazarlama Sanayi Ticaret Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkanı Saadettin Çağan başkan seçildi.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne (AKİB) bağlı Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (AKMİB) 2019-2020 Yılı Olağanüstü Seçimli Genel Kurulu'nda Saadettin Çağan başkan seçildi. PVC kapı ve pencere üretimi yapan Nur-İş Pen firmasının sahibi olan Saadettin Çağan, tek listeye gidilen seçimde 32 delegenin tamamının oyunu alarak AKMİB'i temsil etmeye hak kazandı. AKMİB Başkanı Saadettin Çağan, "Doğu Akdeniz'in ihracatında lokomotif güç olan AKMİB'in daha büyük başarılarına imza atması için büyük bir azim ve kararlılıkla çalışacağız." dedi.

Covid-19 pandemisi nedeniyle ertelenen AKMİB Olağanüstü Seçimli Genel Kurul Toplantısı, AKİB'in Mersin'deki merkez binasında gerçekleştirildi. Mineral yakıtlar ve yağlar, plastikler ve kauçuk mamulleri, organik-anorganik kimyasallar, eczacılık ürünleri, gübreler, boyalar ve kozmetik sektörlerinde faaliyet gösteren ihracatçı firmaların üye olduğu AKMİB'in genel kurulunda İbrahim Halil Uyğur divan başkanlığı yaptı. Genel kurul toplantısında 2019 ve 2020 yılı çalışma raporları, gelir gider hesapları görüşülüp ibra edildi, 2021 yılı bütçe ve iş programı değerlendirilerek oylandı.

Ali Uğur Ateş, Onursal Başkan seçildi

Yönetim kurulu başkanı, yönetim kurulu ve denetim kurulu üyeleri ile AKMİB'i Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Genel Kurulu'nda temsil edecek delegelerin seçiminin gerçekleştirildiği genel kurulda Nur-İş Pen Kereste İnşaat Taahhüt Yapı Elemanları ve Pazarlama Sanayi Ticaret Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkanı Saadettin Çağan başkan seçildi.

Genel kurula katılan delegelerin tamamının oyunu alarak Yönetim Kurulu Başkanı seçilen Saadettin Çağan, kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatçılarına verdikleri destekten dolayı teşekkür etti. Genel kurulda AKMİB Onursal Başkanı seçilen Ali Uğur Ateş'in uzun yıllar kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü ile AKMİB camiasına önemli hizmetler verdiğini belirten yeni Başkan Saadettin Çağan, "Onursal Başkanımıza kimyevi maddeler ve mamulleri sektörünün gelişmesi ve AKMİB'in küresel pazarlardaki etkinliğinin artması için verdiği hizmetlerden dolayı şükranlarımızı sunuyorum. Sayın Ali Uğur Ateş'in bilgi ve tecrübelerinden istifade etmeye ve AKMİB'in yeni ihracat rekorları kırmaya için onursal başkanımızla birlikte çalışmaya devam edeceğiz." dedi.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne (AKİB) bağlı 8 birlik arasında AKMİB'in ihracatta lider olduğunu vurgulayan Başkan Saadettin Çağan, "Birliğimiz 2019 yılında 4,67 milyar dolarlık, 2020 yılında ise 2,59 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Covid-19 salgını sektörümüzü de derinden etkiledi. Pandemi kaynaklı kayıpları 2021 yılının başından itibaren hızlıca telafi etmeye başlayan Birliğimiz, Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 37 artış yakalayıp 1,88 milyar dolarlık ihracat başarısı elde etti. Bu yükseliş ivmesinin artarak devam edeceğine, inanıyoruz." diye konuştu.

AKMİB genel kurul delegeleri Saadettin Çağan'a tam destek verdi.



'TASARIMA VE İNAVOSYONA DAHA FAZLA DESTEK BEKLİYORUZ'

AHKİB Olağan Mali Genel Kurulu'nda konuşan Başkan Gürkan Tekin, "Üyelerimizin moda, endüstriyel tasarım ve inovasyon kapasitelerinin artması ve ihracata dönük katma değeri yüksek ürünlerle küresel pazarlarda daha etkin olması için devlet desteklerinin artırılmasını bekliyoruz." dedi.

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin Covid-19 pandemisi nedeniyle ertelenen 2019-2020 yılı Olağan Mali Genel Kurul Toplantısı gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi yetkililerinin katıldığı genel kurulda konuşan AHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, bölgedeki ihracatçıların moda, endüstriyel tasarım ve inovasyon kapasitelerinin artması ve ihracata dönük katma değeri yüksek ürünlerle küresel pazarlarda daha etkin olması için devlet desteklerinin artırılmasına yönelik yoğun çalışma yürüttüklerini belirtti. Başkan Gürkan Tekin, "Özellikle tasarım ve inovasyon teşvikleri, Kredi Garanti Fonu (KGF) destekli finansal mekanizmaların geliştirilmesi ve uzun vadeli düşük faizli kredilerin daha fazla devreye alınması konusunda gayret gösteriyoruz." dedi.

'Pandemi krizinde fırsatları iyi değerlendirdik'

38 yıllık maziye sahip AHKİB'in Akdeniz bölgesinde katma değeri yüksek, markalı ürünlerin üretimini gerçekleştiren; özgün tasarım, pazarlama ve sevkiyat kanalları oluşturma yolunda gelişim gösteren firmaların dünyaya açılan kapısı olduğunu dile getiren Başkan Gürkan Tekin, "AHKİB olarak küresel krize dönüşen Covid-19 pandemisinin etkili olduğu 2020 yılında fırsatları iyi değerlendirip yüzde 27,7 artış yakalayarak 403 milyon dolarlık ihracata imza attık. Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne bağlı 8 sektör arasında ihracat hacmini en fazla artıran Birlik olma başarısı gösterdik." diye konuştu.

403
MİLYON
DOLAR

AHKİB'İN
2020 YILI
İHRACATI

AHKİB Ailesi olarak pandemi koşullarına hızla uyum sağlama kabiliyeti ortaya koyup, maske, önlük ve tulum üretimine odaklanarak dünya genelindeki talepleri en iyi şekilde değerlendirmeye çalıştıklarını dile getiren Başkan Tekin, şunları söyledi: "Böylesine zorlu bir süreçte rekorlara imza atmak gerçekten takdir hak ediyor. AHKİB üyesi 927 ihracatçımızın her biriyle ayrı ayrı gurur duyuyoruz. Pandeminin ekonomik hayatta ve uluslararası ticarete yarattığı tüm zorluklarına göğüs geren, bu süreçte üretime ve ihracata devam ederek ülkemize döviz kazandıran tüm üyelerimizi tebrik ediyor, şükranlarımı sunuyorum."

'Markalaşma ve pazar çeşitliliği önceliğimiz'

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ham madde, aksesuar ve nitelikli insan gücünün bir arada olmasının verdiği avantajla esnek üretim yapabildiğini ve hızlı termin ile rakiplerinden pozitif ayrıştığını kaydeden Tekin, AHKİB olarak markalaşma ve pazar çeşitliliğine öncelik verdiklerini vurguladı. Tekin, "Firmalarımızın moda, endüstriyel tasarım ve inovasyon kapasitelerini artırması ve ihracata dönük katma değeri yüksek ürünlerle küresel pazarlarda daha etkin olması için çalışmalarımızı yoğun şekilde sürdürüyoruz. Küçük ve orta boy firmalarımızın da gelişip dünya pazarlarında hak ettikleri yeri almaları için güncel gelişmelerden hızlıca haberdar olmalarına ve devlet desteklerinden daha etkin yararlanmalarına kadar vermiş olduğumuz hizmetleri artırarak devam ettiriyoruz. Bölgemizde faaliyet gösteren firmalarımızın ihracat kabiliyetlerini artırmaları amacıyla Avrupa'daki tüm firmaların ve bayilerin bilgilerinin yer aldığı bir veri havuzu oluşturduk ve üyelerimizin kullanımına açtık. Bölge ihracatçılarımız, üretim modellerine uygun firmalara buradan ulaşarak yeni bağlantılar yapabiliyorlar." dedi.



YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATININ YILDIZLARI

Pandemi yılında yüzde 9'luk artışla 1 milyar 193 milyon dolarlık ihracata imza atarak Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatının yüzde 44'ünü gerçekleştiren Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, 2020'de en fazla ihracat yapan üyelerini plaketle ödüllendirdi.

Türkiye'nin 2020 yılındaki 2,73 milyar dolarlık yaş meyve ve sebze ihracatına yüzde 44 oranında destek veren Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, pandemi yılında en fazla ihracat gerçekleştiren 25 üyesini ödüllendirdi. Yaş Meyve Sebze İhracatının Yıldızları listesinde Menas Mersin Zirai Ürünler, Tekasya Tarım Ürünleri ve Sarıkaya Narenciye Paketleme Tarım Ürünleri firmaları ilk üç sırada yer aldı. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdât Sin ile duayen ihracatçılar, başarılı yaş meyve sebze ihracatçılarına plaketlerini alkışlar eşliğinde takdim etti.

'Pandemiye rağmen ihracatımızı artırdık'

Covid-19 salgını nedeniyle ertelenen Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği 2019-2020 yılı Olağan Mali Genel Kurulu ve Yaş Meyve Sebze İhracatının Yıldızları Ödül Töreni Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) merkez binasında gerçekleştirildi. Genel kurul üyelerine hitap eden Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan

Nejdât Sin, toplantıya katılım sağlayan sektörün duayen ihracatçıları Abdülkadir Gürüz, Zeki Altun, Nasreddin Sin ve Mevlüt Gümüş başta olmak üzere tüm üyelere teşekkür etti.

2020 yılında pandemi kaynaklı olumsuzlukların sektöre yansımaları, yoğun mesailer harcıyarak asgari düzeyde tutmaya çalıştıklarını belirten Başkan Sin, "Devletimizin hızlı ve etkili tedbirleri ile kapsamlı destekleri sayesinde Türk yaş meyve sebze ihracatçıları olarak ihracatımızı artırdık ve dünya pazarlarında güvenilir ticaret ortağı olduğumuzu bir kez daha kanıtladık. Bu dönemde Ticaret Ba-

**BAŞKAN SİN:
ALTERNATİF
PAZARLARA
ULAŞMAYA
YÖNELİK ROTAMIZI
UZAK DOĞU'YA
ÇEVİRDİK.**



kanlığımız başta olmak üzere kamu yöneticilerimiz mesai mefhumu olmaksızın ihracatımızın devamlılığı için bizlere her tür desteği verdiler." diye konuştu.

'Standartlara uygun, insana ve çevreye saygılı üretimde büyük gelişim yaşadık'

Türkiye'de tarım sektöründe dünya standartlarına uygun, insana ve çevreye saygılı üretim yapılması noktasında son yıllarda büyük gelişim yaşandığını dile getiren Başkan Nejdât Sin, "Üreticilerimiz ve sektörümüzdeki tüm paydaşların iyi tarım uygulamaları ve modern tarım teknolojilerini kullanması yönünde ciddi anlamda bilinçlendirme ve denetim mekanizmalarının oluşturulması için çalışmalar yaptık. Alternatif pazarlara ulaşmaya yönelik gayretlerimiz devam ederken rotamızı Uzak Doğu ülkelerine çevirdik. Bu kapsamda 2020 yılında Tayland'a elma ihracatının önünü açtık. Bu vesileyle emeği geçen herkese şükranlarımı sunuyorum." dedi.

Başkan Nejdât Sin, önümüzdeki süreçte yaş meyve ve sebze ürünlerinin ihracat pazarlarındaki bilinirliğini artırmak, 'Türk Mali' imajını korumak ve iyileştirmek için etkin tanıtım kampanyaları ve organizasyonlar gerçekleştirmeye devam

**Menas Mersin Zirai Ürünler
adına birincilik ödülünü
Ferhat Gürüz aldı.**



**Tekasya Tarım Ürünleri
adına ikincilik ödülünü
Okan Eryılmaz aldı.**



**Sarıkaya Narenciye Paketleme
Tarım Ürünleri adına
üçüncülük ödülünü
Mehmet Sarıkaya aldı.**

**Yaş meyve sebze
ihracatının yıldızlarına
ödüllerini Başkan Nejdət
Sin, yönetim kurulu
üyeleri ve duayen
ihracatçılar takdim etti.**



lu ise Aksun Tarımsal Ürünler'in ödülünü Esra Söyleyen'e takdim etti. Diğer başarılı yaş meyve sebze ihracatçıları ise ödülleri Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu üyeleri ve duayen ihracatçıların elinden aldı.

AKİB Yaş Meyve Sebze İhracatının Yıldızları listesinde şu firmalar yer aldı: Menas Mersin Zirai Ürünler, Tekasya Tarım Ürünleri, Sarıkaya Narenciye Paketleme Tarım Ürünleri, Özler Tarım Ürünleri, İlsa Dış Ticaret, Aksun Tarımsal Ürünler, Soyulu Gıda, Eren Tarım Ürünleri, Celiller Tarım, Sin Gıda Sanayi, Altun Gıda, Akaş Tarım Ürünleri, Fikret Değirmenci Sarartma Paketleme, Karagözler Gıda, Polat Sebze Meyve Komisyonculuğu, Değirmenciler Zirai Ürün İşleme, Gülerler Komisyonculuk, Er Mey Tarımsal Ürünler, Semt Tarım Ürünleri, Biberçiler İç Dış Gıda, Asi Zirai Ürünler, Oğuz İçecek Gıda Sanayi, Sen Yaş Sebze Meyve, Özler Ziraat, Serhat Narenciye Sarartma ve Paketleme.

edeceklerini, ihracatçıların elini güçlendirecek çalışmaların yürütülmesi, ihracatta karşılaşılabilecek sorunlara birlikte çözüm üretilmesi için ortak akıllı hareket etmeyi sürdüreceklerini ifade etti. Genel kurulda gündem maddelerinin görüşülüp oylanmasının ardından AKİB Yaş Meyve Sebze İhracatının Yıldızları Ödül Töreni gerçekleştirildi. Yaş Meyve Sebze ih-

racatının lokomotifi olan firmaların her birini ayrı ayrı tebrik ettiğini belirten Başkan Nejdət Sin, Menas Mersin Zirai Ürünler'in ödülünü Ferhat Gürüze, Tekasya Tarım Ürünleri'nin ödülünü Okan Eryılmaz'a sundu. Başkan Yardımcısı Ali Kavak, Sarıkaya Narenciye Paketleme Tarım Ürünleri'nin ödülünü Hacı Ahmet Sarıkaya'ya, Başkan Yardımcısı Mehmet Soy-



TEKSTİL İHRACATININ LİDERLERİ ÖDÜLENDİRİLDİ

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, 2020 yılında imza attıkları 745,3 milyon dolarlık ihracat performansına en güçlü desteği veren Akdeniz'in tekstil devlerini ödüllendirirken yenilikçi, özgün tasarımlarla Türkiye'yi uluslararası arenada tercih edilen ülke konumuna getirmeyi amaçladıklarını belirtti.

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB), koronavirüs salgınının damga vurduğu 2020 yılında gerçekleştirilen 745,3 milyon dolarlık ihracat performansına en fazla desteği veren 46 üyesini ödüllendirdi. Akdeniz Bölgesi'nde 2020 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren tekstil firmaları listesinde ilk üç sırada Boyteks, Filpa Ambalaj ve İskur Mensucat yer aldı. ATHİB

Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan ve Başkan Yardımcısı Zeki Kıvanç, pandemi yılının başarılı tekstil ihracatçılarına plaketlerini alkışlar eşliğinde takdim etti.

Koronavirüs salgını nedeniyle ertelenen ATHİB 2019 ve 2020 Yılları Olağan Mali Genel Kurul Toplantıları ve 2020 Yılı Başarılı Tekstil İhracatçıları Ödül Töreni, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) merkez binasında gerçekleştirildi. Ticaret

Bakanlığı ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) yetkililerinin de katıldığı toplantıda genel kurul üyelerine hitap eden ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, küresel ekonomiyi şok edici biçimde sarsan, tedarik zincirlerinin, üretimin, arz ve talebin yönünü bir anda değiştiren Covid-19 salgınının etkili olduğu 2020 yılında hükümetin sağladığı destekler ve kolaylaştırıcı uygulamalar sayesinde ihracatın



Akdeniz Bölgesi'nde 2020 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren tekstil firmaları gurur tablosu oluşturdu.



Başkan Doğan, ikinci sıradaki Filpa Ambalaj'ın ödülünü Salih Sütcü'ye sundu.



Üçüncü sıradaki İskur Mensucat'ın ödülünü İbrahim Serhat Gültekin aldı.



ATHİB Başkanı Fatih Doğan, ihracat şampiyonu Boyteks'in ödülünü Mahmut Halit Kılıç'a takdim etti.

devamlılığını sağladıklarını ve ülke ekonomisine 745,3 milyon dolar döviz kazandırdıklarını belirtti.

'Yenilikçi ürünlerle tercih edilen ülke olmak istiyoruz'

Türkiye'nin kalkınmasında lokomotif gücünü ihracat olduğunu ve devlet desteklerinin katlanarak devam etmesi gerektiğini vurgulayan Başkan Fatih Doğan, "ATHİB olarak daha çok üretmek, daha yenilikçi ürünleri nihai tüketiciye sunmak, katma değeri yüksek ürünlerle dünyada tercih edilen tekstil ihracatçısı ülke olmak istiyoruz. Küresel pazarlardaki zorlu rekabet şartlarında pazar payımızı daha da artırmak adına özgün tasarımlar üretmeyi amaçlıyoruz." diye konuştu.

Tekstil devlerinin gurur tablosu

Olağan Genel Kurul Toplantısının devamında düzenlenen törende 2020 yılında en yüksek ihracat rakamlarına ulaşan

ATHİB üyeleri plaketle ödüllendirildi. ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, birinci sıradaki Boyteks'in ödülünü Mahmut Halit Kılıç'a, ikinci sıradaki

AKDENİZ'İN 2020 YILINDA EN FAZLA İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN TEKSTİL FİRMALARI LİSTESİNDE İLK ÜÇ SIRADA BOYTEKS, FİLPA AMBALAJ VE İSKUR MENSUCAT YER ALDI.

Filpa Ambalaj'ın ödülünü Salih Sütcü'ye, üçüncü sıradaki İskur Mensucat'ın ödülünü İbrahim Serhat Gültekin'e takdim etti. 2020 yılında başarılı olan ve plakete layık görülen diğer ihracatçı tekstil firmalarının temsilcileri de ödülleri Başkan Fatih Doğan ve Başkan Yardımcısı Zeki Kıvanç'ın elinden aldı.

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (ATHİB) 2020 Yılı Başarılı Tekstil İhracatçıları listesinde şu firmalar yer aldı: Boyteks Tekstil, Filpa Ambalaj, İskur Mensucat, Orta Anadolu Ticaret, İskur İplik Kumaş Mensucat, Hateks Hatay Tekstil İşletmeleri, Şirikçioğlu Pazarlama, Kıvanç Tekstil, Mem Pazarlama, Gözek Tekstil, İnşirah Pazarlama, Küçükler Tekstil, Almer Tekstil, Ulusoy Tekstil, Elit İplik, Teknomelt Teknik Mensucat, Milkay Teknik Tekstil, Beşler Tekstil, Hatfil Tekstil, His Tekstil, Bosforo Tekstil, ÇMS Pazarlama, Bakırlar Tekstil, Abecotton Tekstil, Pidok Plastik Sanayi, Filesan File Çuval Sanayi, Palmiye Dokuma İplik Tekstil, Baktıroğlu Orman Ürünleri Mobilya ve Tekstil Sanayi, Oğuz Tekstil, İlbeyli Tekstil, Esra Tekstil, Zirve Tekstil, Atlas Denim Tekstil, Başyazıcıoğlu Tekstil, Karsu Tekstil, Arseteks Tekstil, Odak Ambalaj, Çalık Denim Tekstil, Kaliteks Vatka Keçe, Çetinkaya Mensucat, BT Enerji Tekstil, Isparta Mensucat, Texhong Textile, Halis Öcal Tekstil, Narteks Tekstil, Dempo Gıda ve Ambalaj.

CENNETE ASANSÖR, CEHENNEME SEYİR TERASI

Mersin'in Silifke ilçesinde 70 metre derinliğindeki yeşil tabiatıyla "Cennet" ve 128 metrelik ürkütücü yapısıyla "Cehennem" olarak adlandırılan tarihi obruklar, yenilenen yüzüyle yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açıldı. Doğu Akdeniz'in önemli turizm durağı geliştirilen projeye daha görkemli ve rahat gezilebilir hale getirildi.





Mersin'in Silifke İlçesi'ndeki Cennet ve Cehennem Obruğu için Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Turizmde Destinasyon Yönetimi Fizibilite Destek Programı kapsamında yürütülen iyileştirme çalışmaları tamamlandı. İlginç yapısıyla öne çıkan bölge, Covid-19 tedbirleri çerçevesinde ziyarete açıldı.

Yaşlı ve engelli ziyaretçiler cennete asansörle iniyor

Kuş seslerinin yankılandığı, yeşil tabiatı ve dibinden akan suyuyla "cennet" olarak adlandırılan 70 metre derinliğindeki obruğun, 452 basamaklı yürüyüş yolunda ve tabanındaki Meryem Ana Kilisesi'nde iyileştirme yapıldı. Elips biçiminde 250 metrelik çapı olan obruğa merdivenle inmekte zorluk yaşayan yaşlı, engelli ve kronik rahatsızlığı bulunan ziyaretçiler için inşa edilen asansör de hizmete açıldı. Girişi obruğun tabanında olan ve doğal su akan mağaraya da yürüyüş yolu kazandırıldı.

Cehennemi izlemek artık daha kolay

Ürkütücü atmosferiyle öne çıkan, içbükey kenarları nedeniyle inilmesi mümkün olmayan 128 metre derinlikteki Cehennem obruğuna da cam seyir terası yapıldı. Önceki dönemlerde incelenmesi zor olan obrukta, seyir terası sayesinde daha kolay gözlem yapma imkânı oluşturuldu. Ziyaretçiler için sosyal alanların da hazırlandığı bölgenin otoparkı yeniden düzenlendi. Obruğların yeni hali Narlıkuyu'daki lokantalarda ekonomik hareketlilik getirdi.

TÜRKİYE'NİN İLK YERLİ ELEKTRİKLİ OTOBÜSÜ

Türkiye otobüs pazarının lider markalarından TEMSA ve Türk savunma sanayisinin lider kuruluşu ASELSAN iş birliğiyle geliştirilen yüzde 100 yerli elektrikli araç Avenue EV, seri üretime hazır hale geldi. Geçtiğimiz yıllarda imzalanan anlaşma kapsamında, ASELSAN'ın elektrikli çekiş sistemleriyle donatılan, Türk otomotiv sanayisinin ilk yerli elektrikli otobüsü Avenue EV'nin tüm süreçleri tamamlanarak banttan indi. Global ihtiyaçlar göz önüne alınarak, çevreci bir bakış açısıyla geliştirilen Avenue EV, 15 dakikada tam şarj ulaşabilmesi ve bu sayede 80 kilometre



gitmesiyle fark yarattı. Sıfır karbon emisyonuna sahip çevreci otobüs, aynı zamanda sessiz, konforlu, yüksek performanslı ve son teknolojiyle donatıldı. Aracın elektrik motoru, çekiş eviricisi, ana bilgisayarı, gösterge paneli gibi normalde ithal olan bileşenler ASELSAN tarafından imal edildi. Bu kapsamda Avenue EV, otomotiv sektöründe Türkiye'de yerlilik oranı en yüksek araç olarak dikkat çekti. TEMSA Skoda Sabancı Ulaşım Araçları A.Ş. CEO'su Tolga Kaan Doğançoğlu, uzun zamandır

Smart Mobility vizyonu ile elektrikli araçlar, akıllı araçlar ve otonom araçlar üzerine ciddi yatırımlar yaptıklarını belirtip, elektrikli araçların sektörde yarattığı dönüşümün kritik önem taşıdığını vurguladı. Doğançoğlu, "ASELSAN'ın teknolojik bilgi birikimiyle TEMSA vizyonunun bileşeni olarak geliştirilen yüksek performanslı, verimli ve çevre dostu bir elektrikli otobüs olan Avenue EV'yi seri üretime hazır hale getirmiş olmanın mutluluğunu yaşıyoruz." dedi.

SASA, PTA yatırımına start verdi

Adana'da 55 yıldır üretim faaliyetini kesintisiz sürdüren ve 2015 yılından beri Erdemoğlu Holding'in iştirakleri arasında bulunan Sasa Polyester Sanayi A.Ş., Amerikan Invista (Koch Industries) ile imzaladığı 935 milyon dolarlık lisans ve teknik hizmet anlaşması kapsamında projelendirdiği Saflaştırılmış Tereftalik Asit (PTA) tesisinin inşaat çalışmalarına başladı.

Polyester, elyaf, filament, polyester bazlı polimerler ve araç ürünleri ile özelliikli ürünler alanında dünyanın önde gelen



üreticilerinden biri olan Sasa Polyester Sanayi'nin Yatırımlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı ve Yatırımlar Koordinatörü Güven Kaya, PTA üretim tesisinin 344 bin metrekarelik alanda kurulacağını belirtti.

Güven Kaya, "Şu anda Türkiye'nin en büyük petrokimya tesisinin kurulumunu yapıyoruz. İnşaat çalışmalarına başladığımız tesisi en geç 2023 yılının mart ayında tam kapasite ile devreye almayı planlıyoruz. Buranın devreye girmesiyle kapasitemiz 200 bin ton artışla yıllık 1,6 milyon tona çıkmış olacak." dedi.

Sasa'nın yeni yatırımlarının hız kesmeden devam ettiğini kaydeden Kaya, 1 milyon ton üretim kapasiteli polyester tesisinin de 2024 yılında devreye gireceğini dile getirerek, bununla toplam polyester yatırım kapasitelerinin 2,4 milyon tonlara ulaşacağını ifade etti. Polyesterin ham maddesini üretmek amacıyla Yumurtalık ilçesinde 12 milyar dolarlık yatırım hedeflediklerini dile getiren Kaya, "2030 yılına geldiğimiz zaman Türkiye'nin ve Avrupa bölgesinin en büyük petrokimya tesisi ve rafineriyle entegre tesislerini orada devreye almış olacağız." diye konuştu.

Kaya, mevcut durumda üretimlerinin yüzde 30'unu Avrupa, Kuzey Afrika ve Çin'e kadar 30 civarında ülkeye ihraç ettiklerini sözlerine ekledi.



Tosyalı Holding, yerel ve küresel olarak iş yapma beceresinin yanı sıra şeffaf ve başarılı bir şekilde yürüttüğü yabancı ortaklıkları, sermaye, teknoloji ve insan kaynağı gücüyle sektöründe öne çıkıyor.

'Yatırımlarımız teknoloji, inovasyon ve sürdürülebilirlik odaklı'

Tosyalı, "Tedarik zincirlerinde küresel olarak sorunlar yaşandığı bu dönemde Tosyalı Holding olarak, teknoloji, inovasyon ve sürdürülebilirlik odaklı olarak yaptığımız yatırımların çok faydasını gördük. Bu sayede hem ülkemizde hem de başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada artan kaliteli çelik talebine hızla karşılık verdik. Bizi bu noktaya taşıyan yatırımlarımıza bu dönemde de hiç ara vermedik. Hem İskenderun 2'nci Organize Sanayi Bölgesi'nde (OSB) hem de Cezayir'de devam eden 4. faz yatırımlarımız tamamlandığında toplam üretimimizi çok daha yukarılara çıkaracağız." diye konuştu.

'Başarının sırrı yenilikçi yatırımlarda'

Uluslararası pazarlarda Karadağ ve Cezayir'den sonra Senegal ve Angola'da da yatırımları devam eden Tosyalı Holding'in Afrika'yı en önemli yatırım bölgesi olarak gördüğünü dile getiren Tosyalı, "Cezayir'de hidrokarbon kaynaklı üretim dışında ülkenin en büyük sanayi kuruluşu olan Tosyalı Algerie, global ölçekteki en büyük teknolojik çelik yatırımlarından biri olarak öne çıkıyor. Yıllık 2,5 milyon ton kapasiteli dünyanın en büyük DRI üretim tesisleriyle birlikte, DRI ile çalışan dünyanın en büyük ark ocağına sahip Tosyalı Algerie, 2020 yılında 2,23 milyon tonluk üretim rakamına ulaşarak dünya rekoru kırmıştı. Tosyalı Holding'in inovasyon ve dijital dönüşümü tüm üretim sürecine entegre ettiği İskenderun Sarıseki Tesisi yatırımımızda ise Türkiye'de bir ilk olan EAF Quantum teknolojisi kullanacağız. Bu tesis, devreye girdiğinde yıllık 4 milyon ton yassı çelik üretecek ve Türkiye'nin yıllık 4 milyar dolarlık ithalatını ikame edecek. Sadece demir-çelik sektöründe değil, farklı alanlardaki yenilikçi endüstri şirketleri tarafında da tüm dünyada yakından takip ediyoruz." dedi.

TOSYALI, AVRUPA'NIN EN HIZLI BÜYÜYEN 2'NCİ ÇELİK ÜRETİCİSİ

Dünyanın en büyük ham çelik üreticileri 2020 Worldsteel listesinde iki basamak yükselişle 82'nci sıraya tırmanan Tosyalı Holding, yüzde 10,49 tonaj artışıyla Avrupa'nın en hızlı büyüyen 2'nci çelik şirketi olmayı başardı.

Üç farklı kıtada 25 tesiste üretimini sürdüren ve 100'ü aşkın ülkeye ihracat gerçekleştirerek yıllık 4 milyar dolarlık ciroya ulaşan Tosyalı Holding, Dünya Çelik Birliği'nin (World Steel Association) her yıl düzenli olarak özel bir yayınlara açıkladığı dünya ham çelik üretimi rakamlarına göre 2019'da 3,91 milyon ton olan ham çelik üretimini 2020 yılında yüzde 10,49 artışla 4,32 milyon tona çıkararak, 84'ncü sıradan 82'nci sıraya yükseldi. Tosyalı Holding, pandemi koşullarına rağmen elde ettiği bu başarıyla aynı zamanda Avrupa'nın en hızlı büyüyen ikinci çelik üreticisi oldu.

'10 bine yakın çalışanımızla başarı hikâyeleri yazıyoruz'

Tosyalı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen demir-çelik üreticilerinden biri olan Tosyalı Holding'in 10 bine yakın çalışanıyla yeni başarı hikâyeleri yazmaya devam ettiğini belirtti. Tosyalı Holding'in sahip olduğu bilgi birikimi, sürdürülebilirlik alanında attığı adımlar, Ar-Ge gücü, teknolojik yetkinliği, Endüstri 4.0 uygulamaları, güçlü sermaye yapısı ve hayata geçirdiği yenilikçi

yatırımlarla dünya çelik üretiminde emin adımlarla üst basamaklara tırmanmayı sürdürdüğünü vurgulayan Fuat Tosyalı, 2020 yılının sadece Türkiye'de değil, tüm dünyada zor bir yıl olmasına rağmen yatırımlara hiçbir zaman ara vermediklerini dile getirdi.



TÜRK KUMAŞINA GÜÇLÜ DESTEK

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin yaratıcı, özgün ve yenilikçi tasarımlarla uluslararası tekstil pazarında etkin olmak amacıyla 9'uncusunu düzenlediği Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda geleceğin tasarımcıları Türk kumaşının yıldızını parlattı. 10 üniversiteden 37 genç tasarımcının katıldığı 9. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda tasarımlarını endüstriyel üretime uyarlayan 10 finalist arasında 'Mere' isimli koleksiyonuyla Kübra Çolak birinciliği, 'Kentsel Deneyim' adlı tasarımıyla Alper Okçu ikinciliği, 'Korozyon' isimli konseptiyle Yavuzhan Daşdemir üçüncülüğü kazandı.



Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (ATHİB) "Tasarımda Gelecek Var" sloganıyla bu yıl 9'uncusunu düzenlediği Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda genç tasarımcılar ödüllendirildi. Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin desteğiyle, inovatif ve özgün tasarımlar geliştirmek, uluslararası tekstil pazarında etkin olmak ve modayı belirleyen ülkeler arasında yer almak amacıyla düzenlenen yarışmada 'Mere' isimli koleksiyonuyla Kübra Çolak birinciliğe, 'Kentsel Deneyim' adlı tasarımıyla Alper Okçu ikinciliğe, 'Korozyon' isimli konseptiyle Yavuzhan Daşdemir üçüncülüğe layık görüldü.

Üniversitelerin tekstil, moda tasarımı ile tekstil mühendisliği öğrencilerine ve mezunlarına açık olan 9. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın finali Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) merkez binasında gerçekleştirildi. Üniversite-sanayi iş birliğinin en güzel örneklerinden biri olan yarışmanın final etabına Adana Sanayi Odası Başkanı



'Mere' temalı tasarımıyla birinciliği kazanan Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nden Kübra Çolak'ın ödülünü ATHİB yöneticileri birlikte verdi.

(ADASO) ve ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması Yürütme Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, ATHİB yönetim kurulu üyeleri, jüri üyeleri ile finale kalan yarışmacılar katıldı.

Finalistlerin tasarımları sergilendi

Pandemi nedeniyle sınırlı katılımın olduğu törende finale kalan 10 yarışmacının dokuma kumaş tasarımları fuayede sergilendi.

Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Alper Okçu, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nden Dilan Geyik, Kübra Çolak, Sahra Zeybekoğlu, Sevda Kanalcı ve Yavuzhan Daşdemir, Süleyman Demirel Üniversitesi'nden Huriye Çiğdem ve Melis Barış, Işık Üniversitesi'nden Selahattin Şenkal, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nden Şengül Akçam tasarımlarını sergilerken büyük heyecan yaşadı.

Yarışmanın jürisinde görev alan Prof. Dr. Havva Halaçeli, Prof. Dr. Osman Babaarslan, Prof. Dr. Yasemin Korkmaz, Dr. Sevim Tuğba Arabalı Koşar, Dr. Özge Usluca Erim, Öğretim Üyesi Fatma Yelda Gezicioğlu, Profesyonel Tasarımcı Müge Krespi, Moda Tasarımcısı Hatice Gökçe, Koton Dizayn Müdürü Ozanay Ersaylan, LC Waikiki Kurumsal Akademi'den Tasarımcı Sevtap Okyay, Başkan Moda Pazarlama Yöneticisi Aylin Karasalkım, Haseki Ev Tekstil Ürünleri Genel Müdürü Ali Rıza Hasoğlu, Ulusoy Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Veli Ulusoy ve Kıvanç Tekstil Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Zeki Kıvanç'ın değerlendirmeleriyle dereceye giren genç tasarımcılar belirlendi.

Kıvanç: Rekabette üstünlük tasarımıyla ve markalaşmayla mümkün

Törenin açılışında konuşan Başkan Zeki Kıvanç, küresel ekonomiyi şok edici biçimde sarsan, tedarik zincirlerinin, üretimin, arz ve talebin yönünü bir



9.ATHİB
DOKUMA KUMAŞ
TASARIM
YARIŞMASINA 10
ÜNİVERSİTEDEN
37 ÖĞRENCİ
SERBEST
TEMAYLA
KOLEKSİYON
HAZIRLADI.

anda değiştiren Covid-19 salgınının tekstil ve moda dünyasını da derinden etkilediğini belirtti. Gelişen noktada Türk tekstil sektörünün hızlı teslimat, hedef pazarlara yakınlık, teknik alt yapı, deneyim, geniş ürün yelpazesi, üretim ve tasarım kapasitesi ile ön plana çıkacağına inandığını vurgulayan Başkan Zeki Kıvanç, “Dünya tekstil sektöründeki ciddi rekabet ortamında Türk tekstil sektörünün payını artırabilmesi ve söz sahibi olabilmesi için rekabet şartlarını sağlaması gerekiyor. Türk tekstil sektörünün rekabetçi olması ancak sektörün teknoloji düzeyinin, eğitilmiş insan kaynağı, ar-ge ve inovasyon kapasitesinin artırılması, tasarımla ve marka ile mümkün görünmektedir.” dedi.

‘Tüketicinin ruhuna dokunmasını bilen tasarımcılara ihtiyaç var’

Pandeminin neden olduğu krizi ve sektörün ihtiyaçlarını doğru okuyup yenilikçi tasarımlar ile global pazardaki payın daha da artırılabilmesine işaret eden Kıvanç “İşte bu sebeplerden dolayı 10 senedir ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışmasını düzenliyoruz. Artık dev üretim tesisleri kurmak yeterli değil. Bu fabrikaların ürünlerinin, tüketici tercihlerine göre tasarlanmasını ve üretilmesini sağlamak gerekiyor. Bunun için de özgün tasarımlar yapan, tüketiciyi tanıyan, onun ruhuna dokunmasını bilen tasarımcılara ihtiyaç var. ATHİB olarak bu yarışma ile tasarım kültürünün güçlenmesine yardımcı olacak tasarımcı adayları ve tasarımcılara kendilerini ifade etme şansı veriyoruz. Amacımız, başta ihracatçı firmalar olmak üzere, bölgemizdeki tekstil sektöründe yer alan tüm firmaların tasarım kültürünü benimsemeleri ve dünya rekabet ortamındaki değişim hareketinde yer almalarını sağlamaktır.” diye konuştu.

‘100’ü aşkın genç tasarımcıyı sektörle buluşturduk’

ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması’nda 9 yıllık süreçte 637 genç tasarımcının başvurusunu aldıklarını, 100’ü aşkın tasarımcıyı sektörle buluşturdıklarını dile getiren Başkan Kıvanç, şunları söyledi: “Üniversite sanayi işbirliğinin en güzel örneklerinden biri olarak gösterilen bu yarışmanın, hem bölgeye hem de ülkemize katma değerinin çok önemli olduğunu düşünüyoruz. Çok içimize sinen



Dokuz Eylül Üniversitesi’nden Alper Okçu ‘Kentsel Deneyim’ adlı tasarımıyla ikinci (Üstte), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi’nden Yavuzhan Daşdemir ‘Korozyon’ isimli konseptiyle üçüncülüğü kazandı.

bir iş yapıyoruz. Bunu dokuzuncu defa yapıyoruz, titizlikle yapıyoruz, yarışmacıları yüreklendirmek için onlara sunmaya çalıştığımız ödülleri artırıyoruz. Fiziki yatırım çok önemli ama en önemli yatırım insana yapılan yatırımdır. Biz bunu elimizden geldiğince gerçekleştirmeye çalışıyoruz. Yarışmacılar, kendi istedikleri bir temaya göre 4 tane dokuma kumaş ürün numunesi teslim etti. Bunlar sadece kağıt üzerinde desenler değil, uygulaması yapılmış tasarımlardı. Ülkemizin en tanınmış üniversitelerinin öğrencileri yarışmamıza iştirak ettiler. Katılım sağlayan bütün üniversitelerimize, destek veren hocalarımıza çok teşekkür ediyorum.”

‘Sponsor firmalarımıza teşekkür ediyoruz’

Törenin devamında 9. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması’na sponsorluk desteği veren tekstil firmaları onore edildi. Başkan Zeki Kıvanç, Alfateks, Arifoğlu Dokuma Tekstil İplik Pazarlama, Bakırlar Tekstil, Bossa, Epengle, İskur İplik Kumaş Mensucat, Kıvanç Tekstil, Kimteks Tekstil, Kipaş Mensucat, Oğuz Tekstil, Şirikçiöğlü Mensucat ve

KIVANÇ: YARIŞMALARIMIZIN TEMALARINI HEP ÖZGÜR BIRAKTIK. İSTEDİK Kİ GENÇLERİMİZ HAYALLERİNİ BİZİMLE PAYLAŞSIN VE GERÇEĞE DÖNÜŞTÜRSÜN.



Başkan Zeki Kıvanç, 9. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'na sponsorluk desteği veren tekstil firmalarına teşekkür etti.

Ulusoy Tekstil'in temsilcilerine teşekkür etti. Daha sonra ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması Koordinatörü, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Nuray Er Bıyıklı ve jüri üyelerine de teşekkür çiçekleri verildi.

Genç tasarımcılar ödülleri Doğan, Kıvanç ve ATHİB yöneticilerinden aldı

Başkan Zeki Kıvanç'ın konuşmasının ardından dereceye giren finalistler açıklandı. Kübra Çolak, genç yaşında umut ve umutsuzluk arasında gidip gelen, kendisiyle sürekli çelişen bir kadın profili sergileyen Mere'nin bir tenis maçına gitmesiyle başlayan ve sadece göz hareketleriyle topu takip ederek sorunlarını yenmesini anlatan öyküden esinlenerek hazırladığı 'Mere' isimli tasarımıyla birinciliği kazandı. Alper Okçu, şehirlerde yükselen abartılı binalar ve iç içe geçmiş bir yaşam biçiminden

9.ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda görev alan jüri üyelerine teşekkür çiçekleri verildi.



esinlenerek oluşturduğu 'Kentsel Deneyim' adlı tasarımıyla ikinci; Yavuzhan Daşdemir, metal özellikteki malzemelerin oksitlenerek geçirdikleri elektrokimyasal reaksiyon olan korozyondan esinlenerek oluşturduğu 'Korozyon' isimli tasarımıyla üçüncü oldu. Sevda Kanalcı ise dokumacılık yaparak hayatını kazanan 64 yaşındaki Andries ve Alzheimer hastası eşi Nyssa'nın dokuma kumaşlardan oluşan anı defterinden esinlenerek hazırladığı 'Nyssa' adını verdiği tasarımıyla LCW Özel Ödülü'ne layık görüldü. Dereceye giren genç tasarımcılara ödülleri Yarışma Yürütme Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, ATHİB Başkanı Fatih Doğan, ATHİB Yönetim Kurulu üyeleri Veli Ulusoy ve Ali Rıza Hasoğlu tarafından verildi.

Bu yıl da genç tasarımcılara ödül yağdı

ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda bu yıl da geleceğin tasarımcılarına yüksek para ödülleri yanı sıra eşsiz eğitim imkânları sunuldu. Yarışmanın birincisine 25 bin TL, ikincisine 20 bin TL, üçüncüsüne 15 bin TL para ödülü verildi. 10 Finalistin tamamı LC Waikiki Kurumsal Akademi'den moda ve trend analizi konularında online eğitim aldı ve hepsine dokuma tezgâhı hediye edildi. Ayrıca Ticaret Bakanlığının uygun gördüğü yarışmacılara tasarım konusunda iki yıl süreyle yurt dışında eğitim imkânı sağlanacak. Öncelikle birinciliği kazanan yarışmacıya eğitim bursunu en iyi şartlarda değerlendirebilmesi amacıyla yabancı dil eğitim bursu da verilecek.

ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın 10 finalisti dünyanın en prestijli moda ve tekstil fuarı olan Paris Premiere Vision'a katılma imkânı bulacak. Finalistlerle birlikte, bağlı oldukları üniversitelerin ilgili bölümünden bir öğretim üyesi de ATHİB'in konuğu olarak Fransa'nın başkenti Paris'teki fuara katılım sağlayacak.

HAYALLERİNİ KUMAŞLARA DOKUDULAR



1. Kübra ÇOLAK MERE

“Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü mezunuyum. Genç yaşında umut ve umutsuzluk arasında gidip gelen, hayatında sınırsızlık ararken kendisiyle sürekli çelişen bir kadın profili sergileyen Mere'nin bir tenis maçına gitmesiyle başlayan ve sadece göz hareketleriyle topu takip ederek sorunlarını yenmesini anlatan öyküsünden esinlendim. Koleksiyonumu oluştururken, çelişkileri farklı iplik dokularıyla katmanlı bir görünümle anlattım. İki mekiği ileri atıp, birbiri içine geçirerek, torba yöntemiyle ve el müdahaleleriyle dokunsallığı ön planda tuttum. Dokunsallık üzerine yoğunlaşan tasarımlarımda farklı bükümlerdeki iplikleri, sıcak ve soğuk renkleri bir arada kullanarak içsel bir armoni elde etmeye çalıştım.”



2. Alper OKÇU KENTSEL DENEYİM

“Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü mezunuyum. Aynı üniversitede yüksek lisans eğitimime devam ediyorum. Tüm canlılar için yuva olan doğada insanların yaşadığı betonarme yapıların hızlı artışı, kontrolsüz şekilde büyüyen kentler ve karmaşa beni hep düşündürdü. Şehirlerde yükselen abartılı binalar ve iç içe geçmiş bir yaşam biçiminden esinlenerek oluşturduğum 'Kentsel Deneyim' isimli tasarımında insanların yüzyıllardır yararlandığı mucizevi özellikler gösteren yün lifini kullandım. Yün lifinin keçeleşme özelliğini daha önce denememiş şekilde değerlendirerek farklı dokular elde etmeye çalıştım. Kumaşlarımda denim ile yün lifini buluşturarak kentli yaşamı ile doğal olanın uyumunu yakalamaya çalıştım.”



3. Yavuzhan DAŞDEMİR KOROZYON

“Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü öğrencisiyim. Sağlamlığı ve dayanıklılığıyla insanlığın yaşam alanlarına yüzlerce yıldır değer katan metal özellikteki malzemelerin oksitlenerek geçirdikleri elektrokimyasal reaksiyon olan korozyondan esinlendim. Tasarımlarımı oluştururken korozyona uğramış dokuların kabarmış, kabuk atmış, renk bozulmalarına uğramış, turuncu veya kahverengi tonlarındaki yapılarından yola çıktım. Sürdürülebilir ipliklerle oluşturduğum tasarımlarım armürlü tezgâhlarda, renk raportlu çözümlerle, farklı teknikler kullanılarak ve el müdahaleleriyle atkıdan bağlantılı, çift katlı, boyutlu kumaşlar olarak ortaya çıktı. Çift yüzü olan kumaşlarımda yüzde 100 sürdürülebilir iplikleri tercih ettim.”

REFERANS TÜRK

Haberin Referans Noktası

En Güncel Haberler...

0322 606 54 59

Kurtuluş Mh. Ziyapaşa Blv. Hürriyet Apt. B Blok Kat:1 Daire:2 Seyhan / ADANA

www.referansturk.com

ULUSOY TEKSTİL, KATMA DEĞERİ YÜKSEK İHRACATA ODAKLANDI

Türk tekstil endüstrisinin beşiği sayılan Adana'da duayen sanayici Veli Ulusoy'un kurduğu Ulusoy Tekstil, fantezi ve şönil iplik üretiminde binlerce çeşit ve renk seçeneğiyle küresel markalar arasına adını yazdırdı. Pandemi sürecinde de yatırımlarına ara vermeden devam eden Ulusoy Tekstil, kontinü filament polyester ve polipropilen iplik ile tekstürize hatlarını devreye alarak katma değeri yüksek ihracata odaklandı.



Türkiye'nin pamuk diyarı Adana'da fantezi ve şönil iplik üretimiy- le öne çıkan sanayi kuruluşlarından olan Ulusoy Tekstil, kontinü filament polyester ve polipropilen iplik ile tekstürize hatlarındaki yatırımlarıyla aylık 1200 ton olan üretim kapasitesinde yüzde 15'lik artış sağlayıp katma değeri yüksek ürünlerin ihracatına odaklandı. İplik üretiminde binlerce çeşit ve renk seçeneğiyle Türk tekstil sektörünün küresel markalarından

olmayı başaran Ulusoy Tekstil, akıllı boyama teknolojileriyle güçlendirdiği iplik boyahanesinde de yüzde 25'lik büyüme sağlayarak aylık 900 tonluk boyama kapasitesine erişti.

'Üretimin yüzde 60'ını ihraç ediyoruz'

Ulusoy Tekstil San. ve Tic. A.Ş. Genel Müdür Yardımcısı Metin Yasan, duayen sanayici Veli Ulusoy'un kurucusu olduğu şirketin Adana Hacı Sabancı Organize

Sanayi Bölgesi'nde ve Osmaniye Organize Sanayi Bölgesi'nde olmak üzere dört tesiste üretimini sürdürdüğünü belirtip, "Ulusoy Tekstil, Türkiye'nin en modern fantezi iplik ve şönil iplik üretim tesisleri ve boyahane üniteleriyle tam entegre tekstil kuruluşudur. 90 bin metrekaresi kapalı olmak üzere toplam 270 bin metrekairelik alanda faaliyetlerine devam eden firmamız, üretiminin yüzde 60'ını ihraç pazarlarında, yüzde 40'ını iç piyasada

değerlendirmektedir. Üretimini yaptığımız ürünler triko, dokuma döşemelik kumaş, dar dokuma, el örgü, çorap ve halı sektörlerinde değerlendirilmektedir.” dedi.

'Kuzey Amerika ve Avrupa pazarında güçlüyüz'

Ulusoy Tekstil'in 20'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirdiğini, Kuzey Amerika ve Avrupa pazarlarında çok güçlü olduklarını kaydeden Genel Müdür Yardımcısı Metin Yasan, "Ulusoy Tekstil olarak, iplik üretiminde başta viskon ve akrilik olmak üzere, pamuk, yün, polyester, floş, tiftik, asetat, alpaka, bambu, ipek, soya, polyamid elyaflarını kullanıyoruz. Şirketimiz, Nm 0.5 ile Nm 8 aralığında akrilik, viskon, pamuk, pamuk viskon ve polyester şönil ipliği üretiminin yanı sıra her türlü fantezi iplik üretebilme özelliğine sahip, delikli iğ fantezi iplik makineleri; kesimli ve tüp iplik üreten fantezi iplik makineleri ve kroşe iplik makineleri ile uzun elyaf ring tesisine sahiptir. Fantezi iplik işletmesinde üretilen iplikler, ağırlıklı olarak triko ve el örgü pazarına satılmaktadır. Ayrıca döşemelik ve perdelik kumaşlar için de birçok fantezi iplik çeşidi üretmekteyiz." diye konuştu.

'Pandemi sürecinde yatırımlarımız devam etti'

El örgü ve halı pazarlarına yönelik uzun elyaf, triko pazarına yönelik kısa elyaf yatırımlarını da devreye aldıklarını belirten Metin Yasan, "Misyonumuz, vizyonumuz ve prensiplerimiz doğrultusunda yurt içi ve dışında fuarlara katılarak, TÜBİTAK ve EUREKA projelerine ağırlık vererek çalışıyoruz. Bu sayede Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları arasında yer alıyoruz. Tekstil endüstrisi geçen yıl dünya ticaretindeki daralma ve pandeminin ortaya çıkması nedeniyle önceki yıllara kıyasla göreceli olarak güç kaybetti. Tekstil sektörü için çok zorlu geçen bu süreçte firmamız yeni yatırımlarını sürdürdü ve istihdam rakamlarını koruyarak daha iyi bir noktaya geldi. Bizim için tamamen yeni olan kontinü filament polyester ve polipropilen iplik üretimi ile tekstürize hatların yatırımlarını tamamladık. Mevcut iplik boyahanemizin kapasitesini yüzde 25 oranında artırdık. Akıllı boyama teknolojilerinde Ar-Ge faaliyetleri kapsamında fantezi iplik üretim tesisi içerisine el örgü ve halı pazarlarına yönelik uzun elyaf, triko pazarına yönelik kısa elyaf yatırımlarımızı da tamamladık. Önümüzdeki

Ulusoy Tekstil
Genel Müdür Yardımcısı
Metin Yasan



süreçte özellikle akıllı iplik boyama başta olmak üzere tüm tesislerde kapasite artırımını planlıyoruz." dedi.

Ulusoy Tekstil'i bağlı olduğu sektörden rakiplerinden pozitif yönde ayıran ve başarılı kılan özelliklerini anlatan Metin Yasan, şunları söyledi: "Ürün geliştirme faaliyetleri için kurduğumuz tecrübeli ekibimiz ile modern makine ve iplik teknolojilerini takip etmek bizim için bir gelenek haline geldi. Kadromuzdaki görev yapan deneyimli mühendislerimizin titiz çalışmalarının meyvesi olan özgün ürünler ortaya çıkardığımız gibi müşterilerimizden gelen talepleri de beklentilere uygun şekilde ve hızlı yanıtlamaya çalışıyoruz. Dinamik yapımız ile sektördeki değişimlere hızlı tepki verebiliyoruz. Bu kabiliyetimiz sayesinde sektördeki benzer firmalara

göre üretim hatlarımızı daha hızlı devreye alabiliyor, modernize edebiliyoruz. Ürün geliştirme ekibimizin çalışmalarını yakından takip ediyor, ihtiyaçlarını gözetiyor, yenilikçi ve kaliteli ürünlerle firmamıza daha fazla güven kazandırmaları konusunda motive ediyoruz."

'Halı üretiminde kullanılan ipliklerde haksız rekabet yaşıyoruz'

Polyester grubu halı endüstrisine yönelik üretimini gerçekleştirdikleri ipliklerin ithalatında vergi oranlarının düşük olmasından dolayı sorunlar yaşadıklarını dile getiren Metin Yasan, "Halı üretiminde kullanılan ipliklerin ithal edildiği ülkeler çeşitli teşviklerle kendi firmalarını desteklediği için bu ürünler düşük fiyatlarla ülkemize giriyor. Halı üretimine yönelik ipliklerde uygulanan ithalat politikası nedeniyle yerli firmaların rekabet şansı ortadan kalkıyor. Bu konuyla ilgili sektör paydaşlarımızın ilgili makamlarda girişimleri devam ediyor. Biz daha fazla üretmek ve ülkemize daha fazla döviz kazandırmak istiyoruz. Ancak haksız rekabet ortamı işimizi oldukça fazla zorluyor." diye konuştu.



**İSO TÜRKİYE'NİN İKİNCİ 500 BÜYÜK
SANAYİ KURULUŞU 2020 YILI LİSTESİNDE
ULUSOY TEKSTİL, 73 SIRA BİRDEN
YÜKSELEREK 316'NCI OLDU.**

Dr. Öğr. Üyesi Nuray ER BİYİKLİ
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve
Moda Tasarımı Bölümü

TASARIM YARIŞMALARINDA PLANLAMA VE SÜREÇ YÖNETİMİNİN ÖNEM ARZ EDEN YÖNLERİ

İhracatçı Birlikleri Tarafından Düzenlenen Yarışmaların Tasarım Öğrencileri İçin Önemi ve Kazanımlar başlıklı yazı serisinin ikinci bölümünde tekstil, hazır giyim ve moda alanında düzenlenen tasarım yarışmalarının dikkate alınması gereken, değer ve önem arz eden yönleri ile süreçlerini ele alıp değerlendirmek istiyorum.

Türkiye Cumhuriyeti devletinin tasarım yarışmalarını destekleme amacı ve hedefi, 2008/2 Sayılı Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ hükümleri kapsamında belirlenmiştir. Tekstil, hazır giyim ve moda tasarımı alanında bu amaç ve hedefler doğrultusunda, süreç bütünlüğü içinde, adil ve iyi yürütülen yarışmalar düzenlendiğinde, yarışmacıların yaratıcı ve bireysel katılımcı kişiliğine, sektöre ve tasarım eğitimine katkı sağlanmaktadır.

Tekstil, hazır giyim ve moda alanında düzenlenen tasarım yarışmalarının sayısının giderek artıyor olması; katılımcıların yarışmaların amaç ve hedefleri beraberinde de şartname içeriğini dikkate alarak yarışmalar arasında seçim yapmalarını gerektirmektedir.

Tekstil, hazır giyim ve moda sektörünün geleceğinde önemli yeri olacak tasarım öğrencileri tasarım yarışmalarına katılmayı önemsemektedir. Çünkü yarışmalar onlar için sektör ile bir araya gelmek, deneyim kazanmak demektir. Tekstil ve moda tasarımı öğrencileri özgün, yaratıcı, fark yaratan fikirler ve sıra dışı temalarla tasarımlar geliştirerek, aldıkları eğitimin de gücüyle kendilerini en iyi şekilde ifade etmeyi amaçladıkları tasarımlarla yarışmalara katılırlar. Öğrenci bu yaklaşımla başvuru yapmak istediği yarışmayı incelerken; öncelikle fikir geliştirme özgürlüğünün sınırlarını bilmek ister, yarışmacılardan talep edilenleri, şartnamedeki teknik açıklamaları, başvuru tarihini ve yarışma takvimini dikkate alır. Özellikle teknik şartları ve yarışma takvimini dikkate alarak teslim kriterlerini yerine getirebilmek üzere planlamalarını yapar. Bu nedenle yarışmaların şartnamelerinin açık, net ve anlaşılır olması, başvuru şartlarının ve içeriğinin, değerlendirme kriterlerinin, tasarımların teslim şeklinin iyi açıklanması önemlidir.

Öğrencilerin yarışmalara başvuru yaparken dikkate aldıkları diğer bir konuda jüri üyeleridir. Yarışmacılar yarışmalara katılmadan önce veya yarışmalar arasında seçim yaparken, tasarımlarını değerlendirecek olan jüri üyelerinin ilgili alandan



ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda finale kalan genç tasarımcılar, sponsorluk desteği veren fabrikalarda uzman eğitimcilerin rehberliğinde tasarımlarını endüstriyel üretime uyarlayarak hayallerini dokuyor.

olmaları, mesleki yeterlilikleri ve alandaki yetkinlikleri önemserler böylece yarışmaya katılıp katılmama kararlarını daha kolay verirler. Jürilerde yer alacak kişilerin yarışmanın kapsamına uygun niteliklere sahip olmaları, alana yönelik yeterlik ve yetkinlik düzeyleri aynı zamanda yarışmanın düzeyini de belirleyen bir unsurdur. Tasarım yarışmalarını düzenleyen yürütme kuruları veya organizasyon ekipleri ön eleme, final ve benzeri jürilerini oluştururken bu yaklaşıma ve hassasiyete dikkat etmeli, tasarım yarışmalarının amaç ve hedefleri doğrultusunda akademisyenler, ilgili alanlardan tasarımcılar ve sektör temsilcilerinin katılımı konusunda hassasiyet göstermelidir.

Yarışmacılar özellikle de öğrenciler için yarışmaların en önemli ve kıymetli aşaması endüstriyel üretim sürecidir. Tasarımcı adayları olan tekstil ve moda tasarımı bölümü gibi tasarımcı yetiştiren bölümlerin öğrencileri ve yeni mezunlar, özgün ve yenilikçi fikir geliştirme yönlerine güçlendirmek, özgüvenlerini pekiştirmek, hedeflerini destekleyecek ödüller ve beraberinde sektör iş birliğiyle deneyim kazanmak için tasarım yarışmalarına katılırken; tasarımlarını endüstriyel ortamda üretme imkânı bulabilmenin heyecanını ve merakını da çokça yaşarlar. Çünkü tasarım yarışmaları öğrencilerin ilgi alanlarına yönelik fikirlerinin ürünü olan tasarımlarını uygulamak, endüstriyel deneyim yaşamak için bir fırsattır. Öğrenciler yaratıcı fikirleriyle çıktıkları bu yolda, daha önce stajlarında dahi elde edemedikleri imkânlara sahip olmanın, Ür-Ge ekiplerine katılarak fikirlerini ürüne dönüştürebilmenin merakını ve heyecanını yaşarlar. Bu süreç öğrencilerin ürün geliştirme ekiplerinin desteğiyle eğitimlerini paralel olarak mesleki bilgilerini geliştirmelerini

"9 YILDIZ BAŞARIYLA DÜZENLENEN ATHİB DOKUMA KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI'NA KATILAN GENÇLER TASARIMLARIYLA ÜLKEMİZ TEKSTİL SEKTÖRÜNE UMUT VERİYOR"



'Tasarımda Gelecek Var' sloganıyla düzenlenen 9. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda finalde yarışan genç tasarımcılar, koleksiyonlarını AKİB merkez binasında sergiledi.

desteklerken, edindikleri bilgiler ve deneyimler mezzuniyet sonrası çalışma alanları için onları daha da cesaretlendirir.

Bu doğrultuda; tekstil, hazır giyim ve moda tasarımı alanında yürütülen tasarım yarışmalarıyla sektöre olan ilgiyi artırma ve gençleri bu alanlara yönlendirme hedefinde, firmaların tasarım ve ürün geliştirme ekiplerine de önemli görevler düşmektedir. Yarışmacıların bu deneyimleri sırasında kazanımları ve inançları, gelecekte sektöre katılımları açısından da çok büyük önem taşımaktadır. Sektörde kendini geliştirmiş, yetişmiş her deneyimli kişinin, ardından gelen istekli ve bu alanda ilerlemek isteyen öğrencileri gençleri destekleme, bilgi ve deneyimini paylaşarak yetiştirme, onları cesaretlendirme yaklaşımında olması önemlidir. Tasarım yarışmalarına katılan ülkenin yetenekli öğrencilerinin, yarışmaların üretim süreçlerinde sektör firmalarının bünyelerinde fiilen varlık göstermelerinin sağlanması endüstriyel üretim sürecinin mesleki kazanımları açısından değerlidir, bu nedenle tasarım yarışmalarında bu süreç ihmal edilmemelidir. Öğrenciler, yarışmaların sponsoru olan üretici firmaların ürün geliştirme ve üretim sürecinde sağladığı imkânlar sayesinde eğitim programlarında zorunlu olan staj süreçlerinde dahi deneyimleyemeyecekleri tecrübeler elde etmektedir. Bu tecrübeler onların geleceği ait düşüncelerini şekillendirmekte, iş yaşamlarına ait hedeflerini belirlemekte ve yönlendirmektedir.

Endüstriyel ortamdaki üretim sürecinde diğer önemli bir konu yarışmalara katılan öğrencilerin sınıf düzeylerinin birbirinden farklı olduğunun

unutulmaması gerektiğidir, çünkü bu duruma bağlı olarak üretim sürecinde çeşitli sorunlar yaşanabilmektedir. Bu nedenle öğrencilerin endüstriyel üretim süreçleri hakkında yeterli deneyime sahip olmadıkları, üretim sürecinde ve işletme ortamında karşılaşılan problemlere yönelik çözümler geliştirme konusunda eksik oldukları unutulmamalıdır. Tasarımlarının teknik ve endüstriyel üretime yönelik çözümlerinde fikir geliştirip, çözüm buldukları konularda bile bazen kendilerini doğru ifade edemedikleri görülmüş, endüstriyel üretim aşmasında ekip içinde çalışmalarını yürütürken birçok sorunla karşılaştığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin lisans ve lisansüstü düzeylerinde bilgi, donanım ve yetkinlik düzeyleri birbirinden normal olarak farklıdır. Yarışmalarda genellikle sınıf düzeyi belirtilmediğinden, her sınıf düzeyinde tasarım öğrencisi katılım yapabilmektedir. Bu nedenle özellikle de eğitimlerinin 1'inci ve 2'nci sınıfında olan öğrencilerin, üretim ortamında özgüvenleri eksik, endüstriyel üretime yönelik materyal bilgileri yetersiz olabilmektedir. Endüstriyel üretim sürecinde firmaların ürün geliştirme ekiplerinde yer alan kişilerin yarışmacılara karşı biraz daha sabırlı, paylaşımcı ve öğretici olmaları önemlidir. Öğrenciler tasarımda yenilikçi gelişmelere öncülük etmelerine fırsat veren yarışma süreçlerinin firmalar tarafından da aynı düzeyde önemsenmesi beklentisindedir. Kısacası, endüstriyel üretim sürecinde firmaların Ür-Ge veya tasarım ekiplerinin tutumları, konuya olan inançları, bu sürece olan yaklaşımları yarışmacılar ve yarışmaların devamlılığı için çok çok önemli, değerli ve yönlendiricidir. Sektör deneyimi olmayan, sektörde yer almak üzerine eğitimine devam eden gençlerin tasarım ve üretim ekiplerinin farklı pozisyonlarda yer alan deneyimli, kendine göre daha bilgili olan



kişiler tarafından motive edilmesi ve desteklenmesinin firma yöneticileri tarafından da önemsenmesi gerekmektedir.

Endüstriyel üretim süreçlerindeki deneyim öğrenciler için bu kadar önemliyken, üretim desteği sağlayan firmaların ürün geliştirme ve tasarım ekiplerinin bu sürece özen göstermedikleri hatta bazı durumlarda gençleri küçümseyen, kişiliklerini dahi eleştiren tutum ve davranışlar sergiledikleri, yarışmacılar tarafından iletilen konular arasındadır. Sponsor firmaların üst düzey yöneticileri tasarım ve tasarımcının öneminin farkında olarak firmalarının tüm olanakları ile bu sürece destek olmaktadır. Ancak yarışmacılar üretim süreci boyunca üretim ekiplerinin farklı seviyelerde ve görevlerdeki çalışanlarıyla iletişim kurmakta, düşüncelerini fikirlerini ifade etmeye çalışmaktadır. Yarışmacıların süreç boyunca birlikte çalıştığı ürün geliştirme ve tasarım ekiplerinin tüm düzeyde çalışmasının; yarışmanın kazanımlarına değer vermeleri, önemine inanmaları, yarışmacılara destek olarak bilgiyi ve deneyimi paylaşma konusuna ise yatkın olmaları gereklidir. Ayrıca bu kişilerden yenilikçi malzemelerle tasarlanmış, farklı disiplinlerin bir arada çözüm getirmesi gereken tasarımları üretme konusunda da öğrencilere destekte gönüllü olmaları, çözüm odaklı bir yaklaşım sergilemeleri beklenmektedir. Bu anlamda yarışmanın üretim sürecinde iş birliği ve dayanışma içinde deneyim ve bilginin paylaşımının önemi firma çalışanları tarafından tam olarak kavranmalı, tasarımcı aday öğrencilerin tasarım ve üretim ekipleri içinde kendilerini ifade etmeleri ciddiye alınmalıdır. Ürün geliştirme veya tasarım ekiplerinde yer alan kişilerin; geleneksel veya bilinen uygulamaların yaratıcı ve yenilikçi çözüm önerileriyle yorumlamaya yatkın, alışılmamış malzemelere yeni imkânlar sunma konusunda meraklı, yeniliğe olan yaklaşımlarının ise eleştirel olmaması üzerinde durulması gereken bir durumdur. Öğrencilerin hayal etme düzeylerini eleştirmeden, günümüz üretim biçimlerinin sağladığı olanaklardan nasıl yararlanacaklarını öğretmek, tekstil ve hazır giyim ürünlerinde fark yaratan fikirler geliştirmek konusunda onlara cesaret kazandırmak, ülkemiz tekstil, hazır giyim ve moda sektörüne uzun vadede kesinlikle katkı sağlayacaktır. Türk tekstil, hazır giyim ve moda sektörünün bugün ve gelecekte üretim gücünün yanı sıra yenilikçi ve yaratıcı, tasarım kalitesi yüksek, dünya pazarlarında rekabet edebilecek niteliklerde ürünlerle varlığını sürdürebilmesi için yenilikçi yaklaşım önemlidir, sektörün her kesiminin yenilikçi yaklaşım konusunda bilinçli olması gerekir.

Tekstil sektörü ülkemiz ihracatında öncü bir sektör, dünya pazarlarında ise önemli bir konumdadır. Sektörü temsil eden firmalar teknoloji düzeylerini geliştirirken beraberinde ilgili eğitim alanları ile iletişim içinde çalışmalar yaparak inovasyon



Türk tekstil sektörünün geleceğine yön verecek yaratıcı ve yenilikçi tasarımları ödüllendiren Akdeniz Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (ATHİB) yarışmalarına katılan gençler, hayallerini kumaşa dönüştürürken kariyerlerinin en önemli deneyimlerini yaşıyor.

kabilyetini yükseltmeli, Ar-Ge faaliyetlerini özellikle donanım ve insan kaynağı açısından yatırım yapmayı dikkate almalıdır. Firmalar, dünya pazarlarında güçlü markalar yaratarak rekabet edebilir düzeyde varlığını sürdürebilmek için geleceğe dair kazanımların önemsendiği, tasarım yarışmaları gibi kalkınma açısından yararlı etkinliklerde yer almalıdır.

Yarışmacılar sponsor firmalar tarafından tasarım ve üretim içeren süreçlerde desteklenirken sektörde ilerlemek isteyen tasarımcı adayları için mümkün olan en iyi şartlar sağlanmalıdır. Ayrıca yarışmalarında yarışmacı ile sektör çalışanını bir araya getirerek yeni fikirlerin yeni teknolojilerle buluşmasını sağlaması açısından da önemli bir etkileşim sebebidir. Bu etkileşim doğrultusunda ve gerçekçi bir yaklaşımla; sektörde her çalışanın teknoloji başta olmak üzere tasarıma ait kavramlar, yenilik, üretim yöntemlerindeki gelişmeler ve ürün geliştirme gibi konularda gelişimi desteklenmelidir. Yarışma süreçleri iyi planlandığında ve iyi yürütüldüğünde yaşanan etkileşim tarafların beklediği ve hedeflediği kazanımları elde edilme şansını artırmaktadır.

LATİN AMERİKA'NIN FIRSATLAR DİYARI ARJANTİN

Türkiye'nin her sektörde ihracat hedeflerini yüksek tuttuğu Latin Amerika pazarında 42 milyar dolarlık ithalat hacmine sahip Arjantin, 882 üründe Türk ihracatçılar için fırsatlar barındırıyor. Türkiye'nin küresel pazarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak Arjantin pazarında hiç yer almayan bu ürünlerin parasal karşılığı ise 5,9 milyar doları buluyor.



Latin Amerika'nın 46 milyon nüfuslu ülkesi Arjantin, 445 milyar doları aşan gayri safi yurt içi hasılası, 97 milyar dolarlık dış ticaretteki hacmi ile Türkiye'nin dış ticarete hedef pazarları arasında bulunuyor. Atlantik Okyanusu'na kıyısı bulunan, batısında Şili, kuzeyinde Bolivya ve Paraguay, kuzeydoğusunda ise Brezilya ve Uruguay ile komşu olan Arjantin, 2,8 milyon kilometrekarelik yüzölçümünde geniş ormanlık alanları, verimli tarım arazileri, kurşun, çinko, kalay, bakır, demir cevheri, manganez, petrol ve uranyum kaynaklarıyla adından söz ettiriyor. 4 bin 700 kilometrelik sahili ile dünyanın en verimli balıkçılık alanlarına sahip olan Arjantin'de bol miktarda mürekkep balığı

avcılığı yapıyor. Arjantin, yerli balık filosunun yanı sıra uluslararası anlaşmalarla Japonya, Güney Kore, Rusya ve İspanya başta olmak üzere birçok ülke ile balıkçılık faaliyetlerini ortaklaşa sürdürüyor.

Brezilya ve Meksika'nın ardından Latin Amerika'nın üçüncü büyük ekonomisi olan Arjantin'in dış ticaretinde tarımsal ürünler, otomotiv, petrol, su ürünleri, şarap ve petrol gazları öne çıkıyor. Arjantin'in ithal ettiği başlıca ürünler ise soya fasulyesi, karayolu taşıtları için aksam ve parçaları, otomobiller, telefon cihazları, petrol gazları, dozlandırılmış ilaçlar, serum ve aşılar, bilgisayarlar, petrol ve haşarat öldürücülerden oluşturuyor. 2020 yılı verilerine göre Arjantin'in 42 milyar 355

milyon dolarlık ithalatında en büyük tedarikçiler arasında 8,68 milyar dolar değer ile Brezilya, 8,65 milyar değer dolar ile Çin ve 4,4 milyar dolar değer ile ABD ilk üç sırada bulunuyor. Bu ülkeleri Paraguay, Almanya, Bolivya, İtalya, Tayland, Meksika ve Hindistan takip ediyor.

Türkiye'nin Arjantin'e ihracatında çelik, kimya, otomotiv başı çekiyor

Türkiye ile Arjantin arasındaki ticaret, coğrafi uzaklık, nakliye maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle düşük hacimde seyrediyor. Türkiye'nin Avrupa Birliği pazarına, Arjantin'in ise Amerika pazarına odaklanması iki ülke arasındaki dış ticaretin gelişiminin yavaş ilerlemesinde etki-



Türk ihracatçıların Arjantin pazarına girişte başarılı olmaları için pazarı yerinde ziyaret etmeleri, potansiyel müşteriler ile yüz yüze görüşmeleri öneriliyor.

sini gösteriyor. Türkiye'nin Arjantin'e yönelik ihracatında çelik, kimya, otomotiv sektörleri başı çekiyor. 2020 verilerine göre Türkiye 144 milyon dolar ihracat değeri ile Arjantin pazarında 31'inci sırada bulunuyor. 2020 yılında Türkiye'nin Arjantin'e ihracatında 23,6 milyon dolar değer ile çelik sektörü birinci, 22,3 milyon dolar değer ile kimya sektörü ikinci, 19,5 milyon dolar değer ile otomotiv sektörü üçüncü sırada yer aldı. Söz konusu dönemde Türkiye'nin ihracatında en yüksek artışlar mobilya, tütün ve iklimlendirme sektörlerinde yaşandı. Bu yılda Türkiye mobilyada yüzde 56,4 artışla 3,9 milyon dolarlık, iklimlendirmede yüzde 55,1 artışla 9,7 milyon dolarlık ve tütünde yüzde 40,4 artışla 2,8 milyon dolarlık dış satım performansına imza attı. 2021 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında ise Türkiye, Arjantin pazarında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 113'lük artış yakalayıp 90,4 milyon dolarlık ihracat değerine ulaştı.

Türkiye, Arjantin'e toplamda 875 kalem ürün ihraç ediyor

Küresel ticarete 214 ülkeye 4 bin 729 farklı kalemede ürün ihraç eden Türkiye, Arjantin pazarında 875 kalem ürünle varlık gösteriyor. Oysa Arjantin, 164 ülkeden toplam 4 bin 409 GTİP kodlu ürün ithal ediyor. Türk ihracatçıların dünyaya sattığı ancak Arjantin pazarında satışını yapamadığı 3 bin 320 GTİP kodlu ürün bulunuyor. Arjantin, Türkiye ile arasındaki ticarete konu olan 875 üründe dünya genelinden toplam 30,1 milyar dolarlık ithalat yapıyor. Bu rakam Arjantin'in toplam ithalatının yüzde 46'sını oluşturuyor.



Rekabet üstünlüğümüz olan 882 üründe Arjantin'de yok

Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak Arjantin pazarında yer almayan 882 ürün bulunuyor. Arjantin bu 882 üründe toplam 5,9 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiriyor. Bu ithalatın 2,62 milyar doları otomotiv, 543 milyon doları kimya, 541 milyon doları çelik, 370 milyon doları tekstil ve 340 milyon doları makine ve aksesuarları ürünlerinden oluşuyor. Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak Arjantin pazarında hiç yer almayan 882 ürünler sektörel olarak değerlendirildiğinde otomotivde 19, kimyada 92, çelikte 64, tekstilde 218, makine ve aksesuarlarında 64, demir ve demir dışı metallerde 44, hububat ve bakliyatda 42, mobilyada 44, elektrik-elektronikte 18, çimento cam ve seramikte 27, su ürünleri ve hayvansal mamullerde 19, ik-

limlendirmede 22, hazır giyimde 104, gemi ve yatta 8, meyve sebze mamullerinde 18, deri ve mamullerinde 14, tütünde 3, yaş meyve sebze 14, savunma ve havacılıkta 7, halda 10, zeytin ve zeytinyağında 3, süs bitkilerinde 4, mücevherde 3, kuru meyve mamullerinde 4 ve fındık ve mamullerinde 1 adet GTİP kodlu ürün bulunuyor.

AKİB, Arjantin pazarında en fazla kimya sektöründe etkili

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), Arjantin'e yönelik ihracatında son 5 yılda 5 milyon dolar düzeyindeki ihracatını 13 milyon doların üzerine çıkarmayı başardı. AKİB, bu pazarda en fazla ihracatı kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe gerçekleştirdi. 2016 yılından bu yana kimyada 23,3 milyon dolarlık, elektrik-elektronikte 18,9 milyon dolarlık, demir çelikte 2,7 milyon dolarlık ihracat değerine ulaştı.

Hataylı mobilyacıların hedefi 500 milyon dolar

Mobilya sektöründe Türkiye'nin en büyük ihtisas sanayi sitesi özelliği taşıyan Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin (MOBSAN) resmi açılışı gerçekleştirildi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın kentteki bir dizi yatırımı hizmete açmasının ardından online olarak katıldığı MOBSAN'ın açılış töreninde, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) Başkanı Mustafa Balcı, MOBSAN Başkanı Hüseyin Doğru, kent protokolü ve site yönetim kurulu üyeleri kurdele kesti.

Törende konuşan Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, 465 bin metrekare alan üzerinde kurulan Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin Türkiye için örnek bir üretim üssü olduğunu belirtti. MOBSAN'ın altyapı ve üstyapısına büyük destek verdiklerini kaydeden Bakan Varank, "Burada tam 100 fabrika var. Bu fabrikaların 85 tanesi şu anda üretime geçti. 15 tanesi taşınma aşamasında, şu an-



da 6 bin Hataylı kardeşimiz burada çalışıyor. Hedefimiz en az 10 bin kişi istihdam sağlamak ve 500 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmektir." dedi.

MOBSAN Başkanı Doğru, Hatay'ın 150 milyon dolarlık mobilya ihracatını 500 milyon dolar seviyesine çıkarmayı hedeflediklerini, 100 firmanın 60'ının ihracatçı konumunda olduğunu ve Orta Doğu, Afrika

ve Türk cumhuriyetlerine dış satım yaptığını ifade etti. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca yaklaşık 187 milyon TL kredi kullanılarak inşa edilen MOBSAN'da fabrikaların yanı sıra spor tesisi, restoran, cami gibi sosyal donatı alanları da yapıldı. Yakın bir tarihte kurulacak kooperatifle birlikte sitedeki tüm çatıların güneş enerjisi panelleriyle kaplanacağı belirtildi.

TÜİOSB, TÜRKİYE'NİN DİJİTAL VE YEŞİL OSB'Sİ OLACAK

Mersin-Tarsus Tarımsal Ürün İşleme İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (TÜİOSB) Yönetim Kurulu Başkanı Gül Akyürek Balta, Avrupa Birliği'nin beklentilerini karşılamaya yönelik Türkiye'nin ilk dijital ve yeşil OSB'sini kurmak için harekete geçtiklerini açıkladı. Başkan Akyürek Balta, TÜİOSB olarak bir yandan altyapısı güçlü, modern ve güvenli üretim merkezlerinin hayata geçirilmesi konusunda büyük gayret gösterirken diğer yandan Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın zorunlu kıldığı yeşil dönüşüm odaklı rekabet üstünlüğü elde edecek yol haritasını netleştirdiklerini belirtti.

Mersin Valisi Ali İhsan Su başkanlığında gerçekleştirilen TÜİOSB Müteşebbis Heyet Toplantısı'nda dijital yeşil OSB olma yolunda olgunlaştırdıkları planlamaları anlatan Yönetim Kurulu Başkanı Gül Akyürek Balta, "Endüstri 4.0 kurallarının uygulandığı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı'na uyumlu olarak ülkemize kazandıracığımız yeşil OSB'de tarladan çatala dijital değer zincirini oluştururken ana hedeflerimiz sürdürülebilir ihracat, yeşil üretim, verinin gücüyle izleme, doğrulama, takip ve verimliliğe dayalı dijital dönüşüm olacaktır." dedi.



TÜİOSB Yönetim Kurulu Başkanı Gül Akyürek Balta

TÜİOSB'nin ana hedefinin yenilikçi ürünlerle markalı ihracat olduğunu vurgulayan Akyürek Balta, "Markalaşma alanında yoğun denetim ve etkili tanıtım çalışmaları yürüteceğiz. Diğer yandan Endüstri 4.0 normlarına uygun kurumsal altyapının oluşturulmasına yönelik çalışmalarımızda ihtisas OSB'mizdeki yatırımcıların dijital dönüşümünü destekleyeceğiz. Digi Green Food Tower adıyla kuracağımız Ar-Ge Yenilikçilik ve Dijital Dönüşüm Merkezi'nde tüm yatırımcılarımıza dijitalleşme ve Yeşil Mutabakat danışmanlığı sunacağız." diye konuştu.

'KURBAN DERİSİ VE BAĞIRSAĞI EKONOMİYE KAZANÇ OLSUN'

Ham madde ihtiyacının üçte birlik bölümünü Kurban Bayramı'nda kesilen küçükbaş ve büyükbaş hayvanlardan karşılayan bağırsak ve deri sektörü son 5 yılda 8 milyar 540 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. ASHİB Yönetim Kurulu Üyesi Nurullah Eskitütüncü, "Tuzlamaya dikkat edilmediği için her yıl kurban derilerinin yüzde 20'sini, bağırsakların ise yüzde 50'sini değerlendiremiyoruz." dedi.

Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB) Yönetim Kurulu Üyesi Nurullah Eskitütüncü, son 5 yılda 8 milyar 540 milyon dolarlık ihracat değerine ulaşan deri ve bağırsak sektörünün ham madde ihtiyacının üçte birlik bölümünün Kurban Bayramı'nda kesilen küçükbaş ve büyükbaş hayvanlardan karşılandığını belirtti. Kurban Bayramı'nın yaz mevsimine denk gelmesi nedeniyle derilerin ve bağırsakların uygun koşullarda muhafaza edilmemesinden sektörün büyük kayıp yaşadığını vurgulayan Nurullah Eskitütüncü, "İstatistiklere göre her yıl Kurban Bayramı'nda yaklaşık 2 milyon adet küçükbaş, 600 bin adet büyükbaş hayvan kesiliyor. Ancak, kurban derilerinin yüzde 20'si, bağırsakların ise yüzde 50'si heba oluyor. Oysa bu ürünleri korumanın en etkili yolu basit ve az maliyetli olan tuzlama işlemidir." dedi.

Deride Ukrayna ve Rusya, bağırsakta AB ülkeleri ana pazar

Deri ve bağırsakta yüzde 60 oranında yerli kaynaklardan yararlandıklarını, kalanını ithal edip işledikten sonra ihraç ettiklerini ifade eden Nurullah Eskitütüncü, işlenmiş deride Ukrayna ve Rusya pazarının, bağırsakta ise ağırlıklı Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin ana alıcı olduğunu söyledi. Sosis üretiminde kullanılan küçükbaş hayvan bağırsağının dünya çapında yaklaşık 30 milyar dolarlık pazar hacmi oluşturduğunu dile getiren Eskitütüncü, Avrupa ülkeleri ve ABD'nin doğal hayvan bağırsağı tercih ettiğini, iç piyasadaki sosis üreticilerinin daha çok suni zarları kullanması nedeniyle koyun bağırsaklarının önemli bir bölümünü dış pazarlarda değerlendirdiklerini ifade etti.

Türkiye'nin bağırsak, deri ve deri mamulleri ihracatındaki performansını değerlendiren Eskitütüncü, "Son beş yıllık ihracat raporlarını değerlendirdiğimizde bağırsak (kurutulmuş şirdenler) alt ürün



ASHİB Yönetim Kurulu Üyesi
Nurullah Eskitütüncü



grubunda sektör ihracatımız yıldan yıla artış gösteriyor. 2016'da 44,3 milyon dolar düzeyinde olan bağırsak ihracatımız 2020 yılında 69,5 milyon dolara yükseldi. 2021 yılının ilk 5 ayında ise 32,2 milyon dolarlık ihracat değeri elde ettik. 2016'daki 1,39 milyar dolar düzeyindeki deri ve deri mamulleri ihracatımız ise 2019'da 1,68 milyar dolara ulaştı. Ancak, 2020 yılında bu değer 1,33 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2021 yılının Ocak-Mayıs döneminde ise deri ve deri mamullerinde 640 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Sektörümüz pandemi kaynaklı kayıplarını hızlıca telafi ediyor." diye konuştu.

'Tuzlanmayan deri ve bağırsakları değerlendirme imkânı yok'

Normal zamanlarda orta ölçekli işletmelerde günde 100-150 adet deri ve bağırsağın muamele gördüğünü, Kurban Bayramı günlerinde ise bu rakamın yaklaşık 3-4 bine yükseldiğini dile getiren Eskitütüncü, şunları söyledi: "İşletmeler tuz stoklarından depo alanlarının fiziki durumuna, bağırsakların paketleneceği bidadan personel sayısına kadar tüm eksiklikleri gözden geçirip gereken hazırlıkları eksiksiz yapıyor. Ancak sektörümüz en büyük sıkıntısını özensiz kesimler ve tuzlama yapılmayan deri ve bağırsaklarda yaşıyor. Bayramda özellikle acemi kişiler tarafından zarar verilerek soyulan derileri, kesim sonrası tuzlanmayan deri ve bağırsakları değerlendirme imkânı kalmıyor. Oysa deriyi, tulum halinde kesiksiz olarak çıkarmak, koyun derileri için 2 kilogram, sığır cinsi deriler için 6 kilogram tuz serpmek gerekiyor. Ham deriyi, naylon poşete koymayıp açık havada muhafaza etmek ve deri hayvandan ayırdıktan sonra üzerinde et parçalamamak bozulmaları önüyor."

ENGEL TANIMAYAN YETENEKLERE KARIYER DESTEĞİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nde (AKİB) hizmet veren çalışanların kurduğu AKİB Türk Halk Müziği Korosu, Kadın Emegine Destek Konseri'nden elde ettiği gelire engelli bireyler ve kadın kooperatiflerini desteklemek amacıyla Engel Tanımayan Yetenekler Kariyer Etkinliği gerçekleştirildi.

Geçen yıl 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü etkinlikleri kapsamında düzenledikleri Kadın Emegine Destek Konseri'nde Anadolu insanının aşkını, sevincini, mutluluğunu, hüznünü, acısını, hasretini ve ayrılığını anlatan türküleri başarıyla yorumlayan AKİB Türk Halk Müziği Korosu, yürüttükleri projenin ikinci etap etkinliğini Covid-19 pandemisi nedeniyle ertelemek zorunda kaldı. Pandemi tedbirlerinin sona ermesiyle AKİB Türk Müziği Korosu üyeleri verdikleri sözü haziran ayında yerine getirip, Engel Tanımayan Yetenekler Kariyer Etkinliği'ni Mersin INOGAR'da düzenledi.

Tüm gün devam eden etkinlikte ES Kariyer Engelli İstihdamı Danışmanlığı Kurucusu Esra Odabaşı, İnsan Kaynakları



Profesyoneli-Eğitmen Aslı Durmuşoğlu ve Uzman Psikolojik Danışman İzzet Zülküf Çelik, engelli bireyler ve kadınlara girişimcilik, kariyer seçenekleri ve çalışma hayatında başarıya ulaşmanın yolları hakkında bilgi paylaşımında bulundu. Seminerin ilk konuşmacısı olan Esra Odabaşı Mülakat Simülasyonu ile katılımcılara deneyim yaşatırken Aslı Durmuşoğlu Doğru CV Hazırlama Yöntemleri ve Başarılı Mülakat Teknikleri, İzzet Zülküf Çelik Psikolojik Danışmanlık konularında sunumlar yaptı.

AKİB Engel Tanımayan Yetenekler Kariyer Etkinliği'nde Ahenk Kooperatifi üyeleri Mersin'e özgü yöresel lezzetleri ikram ederek katkı sağladı.

OSB'ler doğal afetlere daha hazır hale gelecek

Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kuruluşu (OSBÜK) ile Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) yurt genelindeki organize sanayi bölgelerinde afet risklerinin azaltılması amacıyla afet ve acil durumlara hazırlık çalışmaları, afet farkındalık eğitimleri gibi birçok konuyu kapsayan protokol imzalandı.

Türkiye'nin sanayi üretiminin yüzde 40'ını gerçekleştiren OSB'lerin doğal afetlere daha hazır hale getirilmesini çok

önemsediklerini belirten OSBÜK Başkanı Memiş Kütükcü, 81 şehirdeki 353 OSB'deki 67 bin sanayi tesisi ile 2 milyon üzerinde çalışanı afetlere karşı daha hazır hale getirmeyi hedeflediklerini söyledi. OSB'lerin toplumsal gelişmeler ve doğal afetlere son derece duyarlı olduğunu kaydeden Kütükcü, "Geçtiğimiz yıl yaşadığımız Elazığ-Malatya depreminde OSB'lerimiz afet anından itibaren bölgeye yardım TIR'larını intikal ettirmeye

başladılar. Ayrıca bölgedeki OSB'lerimiz AFAD ve Kızılay'a kapılarını açarak, lojistik destek verdiler. Aslında AFAD da, OSB'lerimiz ve OSBÜK de olağanüstü durumlarda, afet durumlarında sorumluluklarının, görevlerinin bilincinde. İnşallah, 2021 Türkiye Afet Eğitim Yılı kapsamında imzalayacağımız protokolle daha güvenli yarınlar için daha güçlü iş birlikleri yapacağız." dedi.

AFAD Başkan Vekili Hamza Taşdelen ise 2021 yılının Afet Eğitim Yılı olarak değerlendirildiğini belirterek AFAD için OSB'lerin ayrı bir öneme sahip olduğunu söyledi. OSB'lerde verilecek eğitimlerin birçok riski ortadan kaldıracığını aktaran Taşdelen, "OSB'ler Türkiye'de yaygın bir şekilde bulunuyor. Türkiye'nin tüm coğrafyasında bir organize sanayi bölgesi var. Bu şekilde değerlendirildiğinde çok büyük bir eğitim seferberliği. 2 milyon aşkın çalışan sayısından bahsediyoruz. Bu protokolle bu 2 milyon kişinin tamamına eğitim vermeyi hedefliyoruz." diye konuştu.



MERSİN LİMANI BÜYÜYOR, ROTALAR YENİDEN ÇİZİLİYOR

*MERSIN PORT CONTINUES TO EXPAND,
REDRAWING ROUTES*

Dünyanın en büyük 100 limanından biri olan MIP, Türkiye'de lider konumdadır.

MIP, one of the top 100 ports of the World, is in the leading position in Turkey.





Pp Cf (Fdy)

Pp Aty / Pes Aty (Hava Tekstürize)

Pp Dty / Pes Dty (Tekstürize)

Pes Fdy

Pbt (Ekru ve Renkli)

Dokuma ve Halı İplikleri

Tam Entegre Tesis

Yüzlerce Renk Seçeneği

Hızlı Stok Servis



Tel: +90 322 394 40 20
www.ulusoytekstil.com

