

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 448 • KASIM - ARALIK 2020

**Efsanevi renk
yeniden hayat buluyor**

EDİRNE KIRMIZISI

Teknik tekstilde
2021 ihracat hedefi:
3 MİLYAR DOLAR

**ISO İKİNCİ 500 LİSTESİ'NDE
TTSİS ÜYELERİ**

**PERYÖN İNSAN
YÖNETİMİ KONGRESİ
2020'DEN İZLENİMLER**

**KİMYASALLARIN
İTHALATINDA
NELER DEĞİŞECEK?**
Seminerimizden notlar

AB GÜNDEMİ
*Yeni Tüketici
Ajandası'nın detayları*

**PANDEMİ VE
SONRASINDA EKONOMİ**
Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu yazdı

OUTKAST PEOPLE
*Markanın kurucusu
Emre Aktuna ile söyleşi*

Umudumuzu kaybetmediğimiz başlangıçlara...



Sevgili okuyucumuz,
Bu çağda yaşayan neslin en karanlık ve karamsar yıllarından birini geride bıraktık. Birçoğumuz, yaşanan felaketi içinde bulunduğumuz yıla yükleyerek “Bit artık, 2020” çağrısı yaparken; kimimiz de “En kötüsü henüz gelmedi” diyerek, 2021 için daha da kötümser bir bakış ortaya koyuyor. Aşı konusundaki gelişmeler umutları yükseltse de, biz sanayicilere düşen, her senaryoya mümkün olduğunca hazırlıklı davranarak uluslararası rekabet gücümüzü kaybetmeden ayakta kalabilmek; böylece insanımıza aş sağlamaya, ülkemizin üretimine ve refahına katkı sağlamaya devam etmek. Nitekim istatistikler, tekstil ve hazır giyim sanayilerimiz için bunu doğruluyor. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) verilerine göre, 2020’de küresel ticaretin yüzde 9.2 küçülmüş olması beklenirken, en güncel Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) rakamlarına göre Türkiye’nin ihracatı geçen yıla göre yüzde 6.3 azalmış görülüyor. Bizim sektörümüzün ihracatındaki düşüş ise sadece yüzde 4 olarak hesaplanıyor ki; bu şartlar altında bunun hayli iyi bir performans olduğu açıkça görülüyor.

28 yıldır, özellikle insan kaynakları dünyasından yüzlerce profesyoneli bir araya getiren, ilgi çekici konuşmacılarıyla her yılın beklenen organizasyonu olan PERYÖN İnsan Yönetimi Kongresi, bu sene ilk defa online gerçekleşti. Kongre; kişilerin fiziksel olarak birbirinden uzak, ama ‘ev haliyle’ yapılan toplantılarla birbirlerine daha yakın olduğu gerçeğine dikkat çeken ‘Maskesiz’ temasıyla, pandemi sürecinin getirdiği yeni çalışma hayatını ele aldı. Kongre, ekran arkasından bile olsa, önceki yıllardaki gibi doyurucu içeriğiyle katılımcılara aynı keyfi yaşatmayı başardı. Biz de bu keyifli organizasyonu bu sayfalardan size yansıtmaya çalıştık.

Dünyada ne olursa olsun, sürdürülebilirlik gündemden hiç düşmüyor.

Avrupa Birliği, en büyük dönüşüm programlarından biri olan Yeşil Mutabakat’ı hayata geçirmek için adımlar atmaya başladı. Bunun tüketicilere nasıl yansıtacağını bu sayımızda inceledik.

Son yıllarda, özellikle imalat sanayiinin radarında olan, Avrupa Birliği’nin (AB) REACH Yönetmeliği’nin ülkemizdeki karşılığı olan Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması Yönetmeliği’nin etkilerini 2021 Ocak ayından itibaren göreceğiz. Üyelerimizin getirilecek değişikliklere hazırlık olması için Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ile geniş katılımlı bir seminer gerçekleştirdik.

Bu yıl pandemi gölgesinde, eski coşkusundan uzak kutlansa da yeni yıl her zaman yeni umutlar demektir. Biz de kırmızıyla özdeşleşen bu kutlama zamanında; 15’inci yüzyılda Edirneli boya ustaları tarafından elde edildikten sonra, uluslararası literature ‘Rouge d’Andrinople’ olarak geçen ve şimdilerde tekrar hayat verilmeye çalışılan, Türk Kırmızısı olarak da bilinen ‘Edirne Kırmızısı’na bu sayımızda yer verdik.

Tüm bu konuları ve daha fazlasını sizlerle bu sayımızda paylaştık, 2021’e umut dolu bir başlangıç yaptık.

Keyifli okumalar dileriz.

Av. Başar AY

Genel Sekreter



**Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

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

Tekstil İşveren Dergisi

Kasım - Aralık 2020 Sayı: 448

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Adına
İmtiyaz Sahibi
Ahmet Hamdi Topbaş

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Av. Başar Ay

Yayın Kurulu
Levent Oğuz, Av. Çiğdem Ayvazoğluyüksel,
Av. Yaşar Mert Babayiğit, Tuba Kobaş Huvaj, Lerzan Öztürk, İrem Yılmaz, Gamze Kılınç

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

JODOMO

Yayına Hazırlayan
JODOMO Bilgi Teknolojileri ve Danışmanlık A.Ş.

Baskı
Birinci Baskı Matbaacılık ve Reklamcılık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti
Maltepe Mah. Davutpaşa Çifte Havuzlar Sokak No: 2/61/1 Zeytinburnu/ İstanbul
Tel:0212 612 0088

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

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

İşbu yayındaki bilgi ve veriler, genel bilgi edinilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Bu yayında yer alan bilgilerin
doğruluğu konusunda gerekli özen gösterilmiş olmasına rağmen, bilgi ve verilerdeki olası hatalardan ya da alınacak
yatırım kararları ile bunların sonuçlarından TTSİS sorumlu değildir. Zira buradaki bilgiler yatırım amaçlı bir tavsiye
amacını taşımamaktadır. Makale yazarlarının ya da görüş alınan kişilerin beyanları ise şahsi niteliktedir.



- 6 Aklımızda kalanlar**
- 10 Dünyada çalışma hayatı**
- 12 ISO İkinci 500'de TTSİS üyeleri**
İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından açıklanan Türkiye'nin İkinci Büyük 500 Sanayi Kuruluşu / 2019 listesinde Sendikamızın altı üyesi yer aldı.
- 24 PERYÖN İnsan Yönetimi Kongresi**
TİSK'in ana sporloğunda düzenlenen kongreye Sendikamızın 48 üyesi katıldı.
- 28 Pandemi ve sonrasında ekonomi**
Piri Reis Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu yazdı.
- 34 Teknik tekstilde 2021 ihracat hedefi: 3 milyar dolar**
Türkiye'nin teknik tekstil ihracatı, 1 Ocak-21 Aralık 2020 döneminde 2019 yılına göre yüzde 75 artış gösterdi.
- 42 Edirne Kırmızısı**
Efsane renk, Trakya Üniversitesi'nin girişimiyle tekrar hayat buluyor.
- 46 AB Gündemi**
AB'nin Yeni Tüketici Ajandası'nı mercek altına aldık.
- 50 Kimyasalların ithalatında neler değişecek?**
Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması Yönetmeliği'ne ilişkin bilgilendirme semineri Sendikamız ev sahipliğinde gerçekleştirildi.
- 54 OUTKAST PEOPLE**
Emre Aktuna, markasının tasarım kodlarından, Türkiye'deki üretim avantajlarına sorularımızı yanıtladı.
- 58 Dünyanın çevresinde filmlerle seyahat**
Gönül rahatlığıyla seyahat edemediğimiz bugünlerde, gelin, filmlerin yol arkadaşlığında şehir şehir dolaşalım.
- 62 Kültür sanat**
- 64 İngilizce özetler**



Yeni asgari ücret belli oldu

Asgari Ücret Tespit Komisyonu, yeni yılda geçerli olacak asgari ücreti belirleme çalışmaları kapsamında dördüncü ve son toplantısını Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının ev sahipliğinde yaptı. Bakan Zehra Zümrüt Selçuk başkanlığındaki toplantıda, işçi kesimini Türk-İş, işveren kesimini ise Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) temsil etti. Asgari Ücret Tespit Komisyonu, 2021'de geçerli olacak asgari ücreti brüt 3 bin 577 lira 50 kuruş, net 2 bin 825 lira 90 kuruş olarak belirledi. Bakan Selçuk, yeni asgari ücretle ilgili olarak, "Geçen yıla göre net asgari ücret 500 lira artarak, yüzde 21.56 oranında yükselmiş oldu. Aylık 2 bin 825 lira 90 kuruş olarak açıkladığımız net asgari ücret, bekar ve çocuksuz bir çalışan için geçerli. Üç çocuklu ve evli bir işçi için net asgari ücret ise 3 bin 13 lira 72 kuruş olacak" dedi. TİSK Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Burak Akkol ise, "Komisyon, çalışanların durumunu ve işletmelerin geleceğini de dikkate alarak zor koşullarda kararını verdi. Enflasyonun 7 puan üzerinde bir refah payıyla asgari ücrete karar verilmiş oldu" dedi.



Birleşik Krallık ile Türkiye arasında tarihi anlaşma

Birleşik Krallık, Brexit sonrası Avrupa Birliği (AB) ile vardığı anlaşmanın ardından ilk Serbest Ticaret Anlaşması'nı (STA) Türkiye ile gerçekleştirdi. Böylece Türkiye, Gümrük Birliği'nin 25 yıl boyunca getirdiği kazanımları korumuş oldu. Türkiye ile Birleşik Krallık arasında STA imzalanması dolayısıyla düzenlenen tören, Ticaret Bakanı

Ruhsar Pekcan ile Birleşik Krallık Uluslararası Ticaret Bakanı Liz Truss'ın video konferansa katılımıyla gerçekleştirildi. Anlaşma, Gümrük Birliği'nin 25 yıl boyunca getirdiği kazanımları korurken, Türkiye'nin Birleşik Krallık ile ilişkilerini daha da derinleştirme yönünde ilk adım oldu. STA ile sanayi ürünlerinde gümrük vergileri sıfırlandı, tarım ve işlenmiş tarım ürünlerinde AB ile mevcut tavizler ölçeklendirilerek yeni ticari ilişkilere yansıtıldı. Söz konusu taviz yapısıyla ihracatçıların, en önemli ihraç pazarlarından olan Birleşik Krallık'ta mevcut pazara giriş koşullarının korunması ve bu ülkenin diğer STA ortakları karşısında rekabet güçlerinin olumsuz etkilenmemesi sağlandı. Birleşik Krallık'a geçen yıl 11.2 milyar dolarlık ihracat yapılırken, bu ülkeden 5.6 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirildi. Birleşik Krallık, Türkiye'nin ihracatında Almanya'nın ardından ikinci sırada ve en fazla ticaret fazlası verilen ülkelerden biri.

"Benim Kıyafetim Senin Kıyafetin Olsun"

H&M Türkiye; tasarımcı, iş kadını, sanatçı ve moda dünyasından alanında öncü 47 kadını, Aralık ayında kendi tasarımlarına ve gardıroplarındaki kıyafetlerine ikinci bir şans vermeleri için bir araya getirdi. 'Benim Kıyafetim Senin Kıyafetin Olsun' sloganlı kampanyanın hedefi modada dönüşüme katkı sağlanması. Satışı gerçekleşen tüm ürünlerin geliri WWF-Türkiye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı), OGEM-VAK (Ormanlığı Geliştirme ve Orman Yangınları ile Mücadele Hizmetlerini Destekleme Vakfı) ve DenizTemiz Derneği / TURMEPA'ya bağışlandı. Sürdürülebilirlik vizyonu ve modada döngüsel ekonomiye dikkat çeken isimlerden bazıları Arzu Sabancı, Ahu Yağtu, Buse Terim, Edvina Sponza ve Yasemin Taciroğlu...



Tekstilin yeni üssü Van

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 'Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı' çerçevesinde Van'da başlatılan Tekstilkent Projesi, kentin yeniden bölgenin yükselen yıldızı olmasını sağlayacak. Tekstilkent, Bakanlık ile buraya bağlı Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) tarafından desteklendi. Projeye 32 fabrika binası ve sosyal tesislerle birlikte 54 bin metrekare kapalı alan inşa edildi. Yaklaşık 52 milyon lira bütçeli proje kapsamında 2 bin kişi istihdam edildi. 2017'de sonuçlanan projeyi, 2019'da başlatılan Van Tekstil ve Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgesi (OSB) Projesi izledi. 16 milyon liralık bu projeye tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yatırım alanı ihtiyacı karşılanacak. Proje kapsamında her biri 5 ile 10 dekar arasında değişen 70 alanın altyapısı tamamlanacak.

Hugo Boss Tekstil'in yeni Genel Müdürü Arif Kaya

Hugo Boss'da üst düzey görev değişikliğine gidildi. Hugo Boss Tekstil'de genel müdürlük görevine 1 Kasım 2020 itibarıyla Arif Kaya getirildi. Kaya, Ocak 2014'te Hugo Boss'un dünyadaki en büyük üretim tesislerinden olan İzmir'deki Hugo Boss Tekstil Sanayi'ne Finans ve İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak katıldı. Hugo Boss'taki görevine başlamadan önce otomotiv sektöründe üst düzey yöneticilik deneyimleri bulunan Kaya, işletme üzerine lisans ve yüksek lisans eğitimlerini Almanya'daki Duisburg Üniversitesi'nde tamamladı. Kaya, yeni görevinde, Hugo Boss Grubu için İzmir fabrikalarının rekabetçi yapısını korumaya ve tesisin büyüme ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunmaya odaklanacak.



Black Friday'de tekstil harcamaları zirve yaptı

Her yıl Kasım ayında heyecanla beklenen Black Friday ya da ülkemizdeki adıyla Efsane Günler, tüketiciler ve işletmeler için bu yıl da güzel fırsatlar sundu. Birçok tüketicinin ihtiyaçlarını karşılamak ve alışveriş yapmak için beklediği bu fırsat döneminde alışveriş hacimlerinde ciddi artışlar gözlemlendi. PayTR'nin verilerine göre, Efsane Günler'de internetten alışveriş hacmi geçen yıla göre yüzde 166, işlem adedi ise yüzde 162 artış gösterdi. En çok satış gerçekleşen ilk üç kategori tekstil (giyim), ayakkabı ve elektronik oldu. Geçen yıl en çok alışveriş yapılan kategori elektronikti. Ortalama sepet tutarında ise geçtiğimiz yıla göre düşüş yaşandı. Geçtiğimiz yıl 647 TL olan rakam, bu yıl 247 TL'ye düştü. Kasım ayındaki cirolarla karşılaştığında geçtiğimiz yıl Efsane Günler'deki artış yüzde 40 iken, bu yıl yaklaşık yüzde 61 oldu. Alışveriş hacmi saat 00:00-02:00 ve 18:00-21:00 arası yoğunlaştı. En çok alışveriş yapılan şehirler ise sırasıyla İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa ve Trabzon oldu.



NASA için kumaş üreten Kordsa, 94 milyon TL net kâr açıkladı

ABD'deki şirketi Fabric Development aracılığı ile NASA'nın çok amaçlı uzay aracı Orion için kumaş üreten Kordsa, üçüncü çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı. Buna göre, yılın ilk dokuz ayında Kordsa'nın cirosu 3.086 milyon TL, net kâr ise 94 milyon TL oldu. Aynı dönemde faiz amortisman vergi öncesi karı ise 363.9 milyon TL olarak gerçekleşti. Kompozit alanında 2018 ve 2019 yıllarında ABD'de yaptığı satın alımların ardından, bu alandaki ürün portföyünü tamamlayan Kordsa, lastik güçlendirmeden uzay sanayisine uzanan geniş bir yelpazede hizmet veriyor.

Kadınlarla güçlenen Akso Akrilik'e ödül

Sabancı Üniversitesi Kurumsal Yönetim Forumu'nun bu yıl 8'incisini düzenlediği Kadın Direktörler Konferansı'nda, 'Kadınlarla Güçlendirilmiş Yönetim Kurulu Ödülleri' açıklandı. Sabancı Üniversitesi Kurumsal Yönetim Forumu akademisyenleri tarafından geliştirilen ve Borsa İstanbul A.Ş. (BIST) 100'e kayıtlı firmaları kapsayan 'Kadınlarla Güçlendirilmiş Yönetim Kurulları Endeksi'nde bu yıl en yüksek puanı alan Akso Akrilik, ödülün sahibi oldu. Aynı zamanda Yüzde 30 Kulübü üyesi olan Akso Akrilik'in dokuz kişilik yönetim kurulunda Nilüfer Dinçkök Çiftçi, Alize Dinçkök, İlknur Gül Uralcan ve Lale Develioğlu bulunuyor.





Markaların yüzde 75'inin sürdürülebilir viskon tedarik etme taahhüdü yok

Ağaçlardan ve bitkilerden üretilen biyolojik olarak parçalanabilir bir lif olan viskon, yağdan türetilmiş sentetiklerin ve pamuğun alternatifi. Ancak, bitki selülozunu viskon liflere dönüştürmek bir dizi toksik kimyasal kullanıma yol açtığından, viskon, sürdürülebilirliği zor bir ürün. Değişen Piyasalar Vakfı, Moda Devrimi, Temiz Giysi Kampanyası, Etik Tüketici ve WeMove.EU tarafından hazırlanan yeni bir rapor, dünyanın önde gelen markalarının yaklaşık yüzde 75'inin daha sürdürülebilir viskon tedarik etmek için çok az taahhütte bulunduğunu veya hiç taahhütte bulunmadığını bildiriyor. Kuruluşlar, dünyanın önde gelen 100 giyim markasını inceledi ve sorumlu viskon üretim planları ve şeffaflık konusundaki ilerlemeler hakkındaki ankete verdikleri yanıtlara göre dört gruba ayırdı: Öncü, Daha İyi Yapabilir, Arkasından İzleyen ve Kırmızı Bölge. 100 markadan sadece 14'ü, viskona özgü politikaları sürdürmek, viskon tedarikçilerini kamuya açıklamak ve 2017'de kurulan Changing Markets Foundation'ın (sektörü ormansızlaşmaya veya kimyasal kirliliğe katkıda bulunmayan, kapalı döngü viskon üretimine götürmek için kurulan kâr amacı gütmeyen kuruluş) yol haritasına kaydolmak için hak kazandı.

Avustralya'da pamuk yetiştiricileri için yeni verim tahmin aracı



Avustralya'nın Pamuk Tohumu Distribütörleri (CSD) pamuk üreticilerinin büyüme mevsimi boyunca potansiyel verimi tahmin etmelerine yardımcı olabilecek yeni bir ürün modelleme aracı yayınladı. 'BARRY' (Temsilci Verimini Gerçekleştirmek için Biyometrik Agronomi) olarak adlandırılan bu araç, bölge, iklim, üretim türü ve çeşitliliğini hesaba katarak ilk çiçek, kesim, çiçeklenme ve sezon sonu gibi temel büyüme aşamalarındaki ölçümlerin anlık görüntüsünü sağlıyor. BARRY, potansiyel verimi güvenilir bir doğrulukla tahmin etmek için CSD'nin programlarından toplanan kapsamlı veri tabanını ve Avustralya hükümetinin Commonwealth Bilimsel ve Endüstriyel Araştırma Kuruluşu (CSIRO)'nun makine öğrenimi algoritmalarını kullanarak CSIRO ile ortaklaşa geliştirildi. Geçen pamuk sezonu, CSD, programın doğruluğunu değerlendirmek için tarla denemesi testleri yapmak için bir dizi yetiştiriciyle ortaklık kurdu. BARRY, yetiştiricilerin yönetim kararlarını güvenle almalarına izin vererek mahsul potansiyelinin daha iyi anlaşılmasını sağlayabilir. BARRY'nin arkasındaki teknoloji sayesinde, bir yetiştiricinin veya danışmanın uyguladığı yöntemler için verim tahminini (gerçek zamanlı olarak) değerlendirmesine ve zamanla çeşitli senaryoların sonuçlarına ilişkin veriler oluşturmaya olanak tanınması hedefleniyor.



Gerçekçi çevrimiçi ürün sunumuyla iadeler azalabilir

Tüketici açısından online alışverişin en iyi özelliklerinden biri, hızlı iadeye imkân tanınması. Ancak iade trafiği yoğun. Bunun azaltılması için bir ürünün tüketiciye en gerçekçi haliyle sunulması önemli. 360 derece fotoğraflar gerçekçi bir ürün sunumuna yardımcı tekniklerden. Videolar da daha bütünsel, çok boyutlu bir görünüme katkıda bulunuyor ve üzerinde değişiklik yapılma olasılığı bir fotoğraftan çok daha az olduğundan tüketici güvenini güçlendiriyor. Geçen Kasım ayında İngiltere'de 2 bin kişiye yapılan GlobalData araştırmasına göre perakendeciler, ürünlerin görüntülerini çekerken, modellerin üzerinde daha iyi uyum sağlaması için ürünleri sabitlemekten ve değiştirmekten kaçınmalı; çünkü ürünler geldiğinde ve ürün kişiye farklı görüldüğünde bu durum tüketici de hayal kırıklığına yol açabiliyor. Modellerin boyutlarının ve ölçümlerinin de tam olarak raporlanması gerekiyor. Araştırma, alışveriş yapanların ürünlerini kendi üzerlerinde gösteren fotoğrafları paylaşımlarının da teşvik edilmesi gerektiğini ortaya koyuyor.

Amazon'dan kişiye özel tişört

Amazon kısa süre önce müşterilerinin kendi özelliklerine uygun tişörtler satın almalarını sağlayan bir uygulamaya başladı. Müşteriler, 'Made For You' mağazasında Amazon'un uygulaması ya da web sitesi üzerinden ağırlık, boy ve vücut tipleriyle ilgili ayrıntıları ve iki fotoğraflarını gönderip, sekiz renk seçeneği içinden istediklerini belirledikten sonra tişörtün ve kollarının boyunu, yaka modelini belirtebiliyorlar. Pamuk bazlı iki kumaş arasından seçim yapmak da mümkün. Tüketiciler, son aşamada tasarladıkları tişörtün nasıl olduğunu görüntüleyebiliyor ve bu sayede sipariş öncesi son ayarlamaları yapabiliyor. Kişiye öze tişörtlerin fiyatı 25 dolar.



Antibakteriyel eldiven üretimi

Finlandiya merkezli Hofler şirketi, virüsleri ve bakterileri yüzde 99 oranında ortadan kaldırdığını belirttiği, doğal bazlı işleme sahip bir eldiven geliştirdi. Hofler Biotech UT, dokunmatik ekran özelliğine de sahip, ince ve şekilli bir örgü eldiven. Eldivenin doğal bazlı antibakteriyel işlemi orman endüstrisi üzerinden sürdürülebilir şekilde üretiliyor. Bu işlem toksit değil ve ağır metaller ve zararlı kimyasallar içermiyor. Hofler'in açıklamasına göre, eldivenler günlük kullanım için tasarlanıyor ancak aynı zamanda evde bakım, perakende satış mağazaları, restoranlar ve benzerlerinde çalışmak için de idealler. Şirket, yeniden kullanılabilir eldivenin tek kullanımlık eldiven ve el dezenfektanlarının tüketimini de önemli ölçüde azalttığını ekliyor. Firma, lekelenmeleri halinde eldivenlerin antimikrobiyal özelliklerini kaybetmeden makinede 30 defaya kadar yıkanabileceğini belirtiyor.

İlk tekstil ayıklama sistemi, tekstil geri dönüşümünde devrim yaratıyor

Dünyanın ilk endüstriyel ölçekli otomatik tekstil ayıklama sistemi İsveç'te faaliyete geçti. Bu gelişme, ülkedeki tekstil geri dönüşümünde devrim yaratabilir ve tekstil atıkları için yeni pazarlar yaratabilir. Yeni kurulan sistem, Siptex (Tekstil Ayırma için İsveç Yenilik Platformu) olarak adlandırıldı. 30 metrelik sistem, her yıl ülkede üretilen 140 bin ton tekstil atığının 24 bin tonluk bölümünü ayrıştırma kapasitesine sahip. Otomatik ayırma sistemi, yakın kızılötesi ışığın yardımıyla tekstilleri renk ve elyaf bileşimine göre büyük bir hassasiyetle sıralayabilen optik sensörler üzerinde tasarlanmış. Yeni sistem, endüstrinin büyük tekstil akışlarının üstesinden gelmesini sağlarken aynı zamanda tekstil geri dönüşümcülerinin ve tekstil şirketlerinin ihtiyaçlarını karşılayan tekstil fraksiyonları üretimini sağlıyor. Mekanizma, şirketlerin zamandan ve paradan tasarruf etmelerine yardımcı olabilir.



Küresel moda endüstrisinin kâr oranı 2020'de yüzde 90 düştü

The Business of Fashion (BoF) ve McKinsey & Company, BoF'un düzenlediği yıllık sektörel toplantı VOICES'ta, The State of Fashion 2021 raporunu yayınladı. McKinsey Global Fashion Index'e göre moda şirketleri, 2019'da kârlarında gördükleri yüzde 4'lük artışın ardından bu yıl, yüzde 90'lık bir düşüşle kapattı. Moda endüstrisi, borsada işlem gören şirketlerinin neredeyse dörtte üçünün para kaybetmesiyle kötü bir yıl geçirmiş olsa da salgın sırasında, online moda satışları toplam gelirlerin neredeyse iki katına çıktı. Moda yöneticilerinin yüzde 71'i çevrimiçi işlerinin 2020'de, yüzde 20 veya daha fazla oranda büyümesini bekliyor.

Büyük markalar 3D baskıya yöneliyor

Forbes'a göre, 3D teknolojisi son dokuz yılda 5 milyar dolardan, 30 milyar dolarlık bir endüstriye dönüştü ve mühendislik, otomotiv, tıp ve eğitim sektörlerinde vazgeçilmez hale geldi. Büyük markalar bu teknolojinin yaygınlaşması ve standardizasyonu yolunda öncülük yapıyor. Örneğin New Balance, 2020 başlarında 3D kişiselleştirilmiş iç taban üreticilerinden Superfeet ile bir lisans anlaşması imzaladı. 3D teknolojisi, tekstil ve konfeksiyon üretiminde de giderek daha verimli hale geliyor. TamiCare markasının katmanlı bir üretim süreci olan Cosyflex teknolojisiyle tişörtler, ayakkabı sayaları ve iç çamaşırları dahil olmak üzere çeşitli ürünler sıfırdan basılabilir.





Güney Afrika konfeksiyon sektöründe ücret müzakereleri tamamlandı

Güney Afrika Tekstil ve Konfeksiyon İşçileri Sendikası (SACTWU), konfeksiyon sektöründe dört ay süren müzakerelerin ardından 8 Aralık 2020'de ücret anlaşması imzaladı. Müzakereler sanal platformlarda gerçekleşti, işçi sendikasının uyuşmazlık durumunu açıklamasının ardından kilitlenen müzakerelere çözüm bulmak için birkaç arabuluculuk toplantısı gerçekleştirildi. İmzalanan toplu sözleşmeden 70 binin üzerinde işçi faydalanacak. Sözleşme şartlarına göre, işçilerin ücret ve ikramiyelerine enflasyon oranının üzerinde artış uygulanacak. İşçi sendikası temsilcileri, Konfeksiyon Sektörü Ulusal Ücret Pazarlığı Kurulu'nda bu seneki müzakerelerin zor geçtiğini, buna sebep olarak da salgın sürecinde birçok fabrika ve perakende mağazasının kapanması, personel sayısının azaltılması, çalışma sürelerinin kısaltılması gibi olumsuzlukların etki ettiğini belirtti.



Hindistan'da işçiler ve çiftçiler genel greve katıldı

Hindistan'da işçiler ve çiftçiler ülke genelinde en büyük genel grevlerden birini gerçekleştirdi. 26 Kasım'daki genel greve 250 milyon üzerinde işçi katıldı. İşçi sendikası liderleri hükümetin işçi karşıtı çalışma yasalarını ve çiftçi karşıtı yasaları feshetmesini talep eden bir çağrı yayınladılar. Ülke genelinde hem kamu hem de özel sektör çalışanları genel greve katıldı.

Avrupa Komisyonu 2021 Ortak İstihdam Raporu için bir tasarı yayınladı

Ortak İstihdam Raporu, Covid-19 küresel salgınının Avrupa'da istihdam ve sosyal duruma etkisini analiz ediyor. Rapora göre, Covid-19 krizi işgücü piyasasında altı yıl boyunca devam eden pozitif eğilimi tersine çevirdi. İstihdam edilen toplam kişi sayısı ve istihdam oranı önemli derecede düşüş gösterdi. Bununla beraber, kısa süreli çalışma sistemine geçiş ve benzer tedbirler sayesinde işsizlik oranındaki artış şimdiye kadar orta seviyede gerçekleşti. Avrupa Komisyonu'nun İstihdam ve Sosyal Haklardan Sorumlu Üyesi Nicolas Schmit, Covid-19 krizinin tüm Avrupalıları ve bilhassa gençleri, geçici veya atipik iş sözleşmeleriyle çalışanları etkilediğini belirtti. Schmit, Avrupa Birliği'nin, kriz sosyo-ekonomik neticelerini hafifletmek, işçileri korumak, istihdamda yeşil ve dijital ekonomiye geçiş kolaylaştırmak için Üye Devletleri desteklemeye ve AB'nin tüm kaynaklarını seferber etmeye devam edeceklerini ifade etti. Covid-19 sonrası işgücü piyasası şartlarına uyum sağlamak için beceri geliştirme ve eğitim konularına odaklanmaları gerektiğini vurgulayan Schmit, "Kriz durumunda toplumun en güçsüz kesimine ulaşmamız ve yoksulluk, dışlanma ve eşitsizlikle mücadeleyle özel önem vermemiz gerekli" dedi.



ILO'nun yeni raporuna göre Covid-19, ücretlerin düşmesine neden oluyor

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tarafından yayınlanan 'Küresel Ücret Raporu 2020/21'e göre, resmi verilerin mevcut olduğu ülkelerin üçte ikisinde, 2020 yılının ilk yarısında Covid-19 küresel salgını nedeniyle aylık ücretler düştü veya daha yavaş arttı; öte yandan, krizin yakın gelecekte ücretlerin düşmesi yönünde çok büyük baskı yaratabileceği öngörülmüyor. Rapora göre, krizden tüm işçiler eşit biçimde etkilenmiyor. Kadınların üzerindeki etkiler, erkeklerle göre daha kötü seyrediyor. Kriz, düşük ücretli işçileri de ağır biçimde etkiliyor. Düşük vasıf gerektiren mesleklerde çalışanların çalışma saatlerinde yaşanan gerileme, yüksek ücretli yönetici ve profesyonel işlerde çalışanlardan daha yüksek oranda gerçekleşti. ILO Genel Direktörü Guy Ryder, raporu değerlendirerek, "Toparlanma stratejimiz insan odaklı olmak zorunda. İşlerin ve işletmelerin sürdürülebilirliğini göz önüne alan, aynı zamanda da eşitsizlikleri ele alan yeterli ücret politikalarına ihtiyacımız var" dedi.



Çocuk işçiliğinin en kötü biçimlerine karşı evrensel koruma

1999 tarihli ve 182 sayılı En Kötü Biçimlerdeki Çocuk İşçiliğinin Yasaklanması ve Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Acil Eylem Sözleşmesi 2020 yılında 187 üye devletin hepsi tarafından onaylandığında, ILO tarihinde ilk kez bir Uluslararası Çalışma Standardı evrensel onaya ulaşmış oldu. Bu başarı, Birleşmiş Milletler'in 2021 yılını 'Dünyada Çocuk İşçiliğiyle Mücadele Yılı' ilan etmesiyle aynı dönemde gerçekleşti. Çocuk işçiliğinde mevcut durum incelendiğinde, ülkelerin son 20 yılda büyük mesafe kaydettiği görülüyor. Küresel çocuk işçiliği oranları 2016 yılında 246 milyon çocuktan 2020 yılında 152 milyon çocuğa geriledi. Ancak bu rakam da hala çok yüksek. '2025 yılına kadar, her türlü çocuk işçiliğine son verme'yi öngören Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) Hedef 8.7'yi başarmak için daha fazla çaba sarf etmek ve bu kapsamda, ücretsiz eğitime evrensel erişim, çocuk koruma sistemleri, ana-babalar ve çalışan gençler için insana yakışır işler sağlamak gerekiyor.



Kadınlar için daha çok ve daha iyi işler

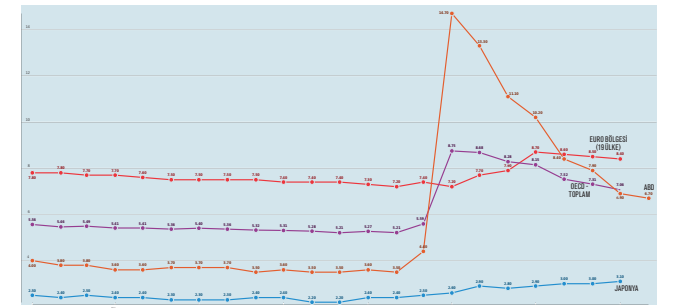
ILO Türkiye Ofisi tarafından insana yakışır koşullarda çalışan kadınların sayısının artırılması amacıyla yürütülmekte olan 'Kadınlar için Daha Çok ve Daha İyi İşler Programı' kapsamında gerçekleştirilen faaliyetleri görüşmek ve etkili sonuçlara ulaşmak için görüş ve önerilerin alınması amacıyla Program Danışma Komitesi çevrimiçi bir toplantı gerçekleştirdi. Kadın istihdamına ilişkin veri toplanmasının ve özellikle salgının şiddet olaylarını tetiklediği bir dönemde ILO'nun çalışma hayatında şiddet ve taciz sözleşmesinin önemine vurgu yapılan toplantıda katılımcılar tarafından şiddet ve tacizin program kapsamında verilen eğitim modüllerine entegre edilmesi, özel sektör ve sendikalarla işbirliğinin sürmesi, Ulusal Eylem Planlarının izlenmesi gerektiği, çocuk bakım hizmetleriyle ilgili yapılan çalışmaların sürdürülmesi ve kadınlar için geleceğin işleri konusuna önem verilmesi gerektiği yönünde öneriler dile getirildi.



OECD işsizlik oranı yüzde 7.1'e düştü

OECD işsizlik oranı azalmaya devam ederek, Eylül ayındaki yüzde 7.3'ten Ekim ayında yüzde 7.1'e geriledi, ancak Covid-19 küresel salgınının işgücü piyasasını sarsmasından önce Şubat ayındaki işsizlik oranıyla mukayese edildiğinde, hâlâ yüzde 2.0 puan daha yüksek seviyede. 15-24 yaş arasındaki nüfusu kapsayan OECD genç işsizliği oranı, Eylül ayındaki yüzde 14.7'den Ekim ayında yüzde 14.4'e geriledi. Euro bölgesinde işsizlik oranı ise Ekim ayında çok az düşerek yüzde 8.4 oldu ve Şubat ayındaki işsizlik oranı ile mukayese edildiğinde yüzde 1.2 puan daha yüksek seviyede.

İŞSİZLİK ORANI (% OCAK 2019 - KASIM 2020)



Asya-Pasifik işgücü piyasalarında 81 milyon iş kaybı



Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tarafından yayınlanan Asya-Pasifik İstihdam ve Sosyal Görünüm 2020 raporuna göre, Covid-19 krizi nedeniyle Asya-Pasifik bölgesinde çalışma saatlerinde çok büyük miktarda düşüşler olması istihdam ve ücretler üzerinde yıkıcı bir etki yarattı. 2020 yılı için çeyrek dönem verileri mevcut olan ülkelerin hemen hemen tümünde istihdam seviyeleri 2019'a göre daraldı. Krizin etkisi geniş kapsamlı oldu, milyonlarca işçinin kısa süreli çalışmaya geçirilmesi veya hiç çalışmaması neticesinde eksik istihdam yükseldi. Genel olarak, Asya-Pasifik bölgesinde çalışma saatleri 2020 yılının ikinci çeyreğinde tahmini yüzde 15.2 ve üçüncü çeyrekte yüzde 10.7 oranlarında azaldı.

TTSİS ÜYELERİ TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜKLERİ ARASINDA

Firmaların 482.1 milyon ile 201.2 milyon TL bandı arasında üretimden satış büyüklüğü dikkate alınarak hazırlanan İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) "Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" 2019 yılı araştırmasında, Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası (TTSİS) üyesi altı firma yer alıyor. İSO ikinci 500'deki firmaların teknoloji, Ar-Ge ve ihracat performansları dikkat çekiyor.

Sanayi kuruluşlarının 2019 yılı verileri üzerinden yapılan sıralamada, üretimden satış büyüklüğüne göre İSO İkinci 500'ün birincisi, 482 milyon 130 bin TL'lik satışıyla 'Panasonic Life Solutions' oldu. 482 milyon 54 bin liralık satışlarıyla 'Kervan Gıda' ikinciliği alırken, AKA Otomotiv 481 milyon 440 bin TL ile üçüncü sırada yer aldı. İSO İkinci 500 arasındaki 463 şirketin, üretimlerinin önemli bir kısmını dış pazarlara satması dikkat çekti.

Ar-Ge harcamaları yüzde 44.6 arttı

2018 yılında 413.7 milyon ile 177.8 milyon TL bandında üretimden satış yapabilen şirketlerin girebildiği İSO İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasında bu bant, 2019 sıralamasında 482.1 milyon ile

201.2 milyon TL arasında oluştu. 'İSO Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Kuruluşu-2019' araştırması, KOBİ ölçeğindeki sanayi kuruluşlarına dair birçok önemli veriyi de ortaya koyuyor. 2019 verilerine göre açıklanan İSO İkinci 500'de geleceğe dair en umut veren veriler, şirketlerin teknoloji, Ar-Ge ve ihracat performansları oldu.

Şirketlerin ekonomik olarak zorlandığı 2019 yılında, İSO İkinci 500 içerisindeki daha çok sayıda kuruluşun Ar-Ge faaliyetlerine yöneldiği dikkat çekti. 2017 yılında Ar-Ge yapan kuruluş sayısı 188 iken, bu sayı 2018 yılında belirgin bir artışla 218'e çıkmıştı. 2019 yılında ise Ar-Ge yapan kuruluş sayısı 231 ile en yüksek seviyesine ulaştı.

Bu şirketlerin Ar-Ge harcamaları da 2019'da yüzde 44.6 oranında artarak 498.6 milyon TL'den 721.2 milyon

TL'ye yükseldi. Aynı dönemde Ar-Ge harcamalarının üretimden satışlara oranı da yüzde 0.36'dan yüzde 0.46'ya çıktı. Söz konusu oran, ölçüm yapılan dönemin en yüksek seviyesine çıkması ve KOBİ'lerimizin inovasyona daha fazla yönlendiğinin bir işareti olarak değerlendirildi.

Türkiye ekonomisine önemli oranda katkı sağlayan firmaların yer aldığı İSO İkinci 500'de, Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası'na (TTSİS) üye altı firma da yer aldı: Yünsa, İşbir Sentetik Dokuma, Akın Tekstil, Coats (Türkiye) İplik, Kilim Grubu Kartaltepe Mensucat, Karsu Tekstil.

Başarılarını artırarak sürdüren Sendikamız üyesi firmalarımızı kutluyoruz. Firma yöneticileriyle yaptığımız özel söyleşiler, bu köklü şirketlerin başarı yolundaki vizyonunu ortaya koyuyor.

Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesinde Sendikamız Üyeleri

İkinci 500 Büyük Kuruluş 2019 - Sıra No	İkinci 500 Büyük Kuruluş 2018 - Sıra No	Firma Adı	Üretimden Satışlar (TL)
14	23	Yünsa Yünlü San. ve Tic. A.Ş.	469.622.670
19	-	İşbir Sentetik Dokuma Sanayi A.Ş.	461.205.904
54	68	Akın Tekstil A.Ş.	425.527.436
65	85	Coats (Türkiye) İplik Sanayii A.Ş.	414.817.276
161	254	Kilim Grubu Kartaltepe Mensucat Fabrikası T.A.Ş.	350.006.822
245	207	Karsu Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	303.890.813

YÜNSA

Avrupa'nın en büyük entegre yünlü kumaş üreticisi

Türkiye'nin dokuma kumaş üretiminin üçte birini gerçekleştiren Yünsa, önümüzdeki üç yılda teknolojisini yükseltmek, Endüstri 4.0'a geçmek için hazırlık yapıyor. 2012'den beri, her türlü kaybı sıfırlamaya yönelik bir yönetim anlayışını uygulamaya koyan Yünsa, TPM Mükemmellik Ödülü'nü almayı hedefliyor.

Avrupa'nın en büyük entegre üst-segment yünlü dokuma kumaş üreticisi ve dünyadaki beş büyük üst segment yünlü kumaş üreticisinden biri olan Yünsa, 'İSO Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu-2019' araştırmasında dokuz sıra yükselerek 14'üncü sırada yer aldı.

Yünsa'nın yüksek ihracat gücüyle Türk ekonomisine katkı sağlarken, üst segment ve yenilikçi ürünleriyle Türkiye'yi uluslararası alanda temsil eden milli markaların başında geldiğine dikkat çeken Yünsa Yönetim Kurulu Başkan Vekili Mustafa Sürmegöz şöyle devam etti: "Halen 50'den fazla ülkeye ihracat yapıyoruz ve Avrupa'nın en büyük entegre yünlü kumaş üreticisiyiz. Dokuma yünlü kumaş olarak ise dünyada 500 milyon metrelik bir pazar mevcut. Türkiye bu pazarın yüzde 6'sına sahip ve Yünsa olarak biz Türkiye üretiminin üçte birini gerçekleştiriyoruz. Özellikle Avrupa pazarında ciddi bir büyüme kapasitesi ve potansiyeli görüyoruz. Önümüzdeki üç yıl için planımız yünlü kumaş üretimi kapasitemizi artırmaktan ziyade, yüksek kapasite kullanımı, teknolojimizi yükseltme ve Endüstri 4.0'a geçiş olarak



kurguluyoruz."

Bunların yanı sıra, yurt dışında oluşabilecek fırsatları yakından takip ettiklerini ifade eden Sürmegöz, "Mevcut üretim yetkinliklerimizi kullanarak kayabileceğimiz yan alanlar Ar-Ge ve strateji ekiplerimiz tarafından yakından incelenerek araştırılıyor, fizibilite çalışmaları yapılıyor. Hedefimiz tabii ki; sürdürülebilir kârlı büyümeyle paydaşlarımıza daha çok getiri sağlayarak, Yünsa'nın Türkiye ekonomisine katkı sağlayan daha büyük ve sektörünün lideri bir kuruluş haline gelmesi" şeklinde konuştu.

Hedef; TPM Mükemmellik Ödülü'nü almak

Yünsa'nın önümüzdeki üç yıllık planlarında, yünlü kumaş üretimi kapasitesini artırmaktan ziyade teknolojisini yükseltmek ve Endüstri 4.0'a geçişi gerçekleştirmek öncelikli hedeflerini oluşturuyor. Yatırımlar öncelikle kalite, verimlilik artırma, maliyetleri düşürme ve mevcut

teknolojinin yükseltilmesi üzerine planlanmış durumda.

"2021 yılı sonuna kadar 4 milyon euro büyüklüğünde dokuma, boya ve apre makinelerimize yatırım yapmayı önceliklendirdik ve bu yılın ikinci yarısı itibariyle yatırımları hayata geçirmeye hız verdik" diyen Sürmegöz, 2022 ve sonrasındaki üç yıl içinde benzer büyüklükte bir bütçeyi iplik, dokuma, Yünsa'nın rekabet üstünlüğüne katkı sağlayacak ve sektörde öncü bir kuruluş olmasını destekleyecek apre makineleriyle birlikte yeni teknolojilere ayırmayı planladıklarını ifade etti.

Sürmegöz ayrıca 2012 yılı itibariyle başladıkları TPM (Total Productive Maintenance – Toplam Üretken Bakım) yolculuğunun Yünsa'nın verimlilik, kalite, maliyet ve müşteriye bakış açısını değiştirdiğini, yönünü her türlü kaybı sıfırlamaya yönelik bir yönetim şekline çevirdiğini söyledi. Sürmegöz "2021 Ocak ayı itibariyle Japonya'nın JIPM Enstitüsü tarafından TPM konusunda dünya

klasında üretim yapan firmaların geçtiği denetim sürecinde, final denetimine gireceğiz. Bu sürecin sonunda da TPM Mükemmellik Ödülü'nü tekstil sektöründe alan, dünyadaki ender kuruluşlardan olmayı hedefliyoruz" dedi.

Yünsa'da araştırma ve ürün geliştirme çalışmalarının her zaman öncelikli olduğunu söyleyen Sürmegöz, 2010 yılından beri faaliyette olan Ar-Ge merkezinde farklı projelerde müşteri ve pazar ihtiyaçlarına göre geliştirme çalışmaları yaptıklarını belirtti.

"Müşterimizin sesi bizim için çok önemli" diyen Sürmegöz, gelen taleplere olabildiğince hızlı ve doğru bir şekilde yanıt vererek, müşterilerinin çözüm ortağı olmaya devam ettiklerini anlattı.

Sürmegöz, fonksiyonel kumaşların çok ilgi gördüğüne dikkat çekti. Bu kapsamda Yünsa'da su - yağ itici, yıkanabilirlik ve buruşmazlık, elastikiyet, konfor özelliği iyileştirilmiş kumaş çalışmalarına devam ediliyor. Yünsa'da multifonksiyonel yüksek performans sağlayan kumaşlar da üretiliyor. Bu kumaşlar; yüksek aşınma dayanımına, yüksek mukavemete, bıçakla kesilme direncine, hızlı emilim, hızlı kuruma, antibakteriyel ve mükemmel UV koruma özelliğine sahip.

Yünsa'da fonksiyonel kumaşların yanı sıra sürdürülebilirlik projelerine de odaklandıklarını vurgulayan Sürmegöz, bu alandaki çalışmalarını özetledi: "Ürünlerimiz doğaya ve çevreye saygılı formlara dönüştürebilmek konusundaki çalışmalarımıza pazarda büyük bir ilgi ve talep var. Bu kapsamda, doğada çözünebilen hammaddelere yöneldiğimiz projelerimiz mevcut. Recycle polyester içeriği yüksek olan kumaşlarımız, yine pazarda

çok rağbet görüyor. Teleflerimizi ve konfeksiyon atıklarını geri dönüştürerek iplik üretimi ve kumaş üretimi yaptığımız çalışmalarımız da halen devam ediyor."

Yünsa'ya rekabetçi üstünlük sağlayan özelliklerden birinin, kumaşlara sürdürülebilir ve doğal işlemlerle tuşe kazandıran apre işlemleri olduğunu söyleyen Sürmegöz, son dönemde geliştirdikleri 'AvoCare' kumaşları da anlattı: "Sağlıklı beslenme trendinin simgesi haline gelen avokado meyvesi vitamin, mineral ve antioksidan açısından oldukça zengin. Bu meyvenin faydalarından yararlanabilmek adına avokado yağıyla işleme alınan kumaşlarımızın, kullanıcıya doğal



Yünsa Yönetim Kurulu Başkan Vekili Mustafa Sürmegöz

yumuşaklık hissiyatını verebilmesini amaçladığımız projemizde yapılan çalışmalar kapsamında farklı kalite ürünlerimizde işlem sağlanmış ve başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Doğal ve sağlıklı giyim konforu talep eden, kullandığı üründe doğal yumuşaklığı bekleyen kullanıcılara geliştirmiş olduğumuz bu apre ile kullanılan avokado yağının, nem absorblayan komponentler içeriği sayesinde nemin yumuşak film içerisinde depolanması, böylece de optimum nem dengesi ve yumuşak tuşe sağlanmıştır. Doğal nemlendirme etkisi, buna bağlı olarak yumuşak ve esnek kumaş yüzeylerin elde edilmesi mümkün hale gelmiştir."

Sürmegöz, son iki yıldır özellikle rahat ve konforlu kıyafetlere artan ilginin, pandemi sürecinde insanların giyim alışkanlıklarında oluşan değişimle daha da hızlanarak, trend haline geldiğine dikkat çekti.

"Mutlu çalışanlar başarının anahtarı"

2021 yılının üçüncü çeyreğiyle birlikte pandemi öncesi gerçekleştirilen üretim rakamlarının üzerine çıkmayı hedeflediklerini ifade eden Sürmegöz, "Bu yılın son iki çeyreği ve 2021 yılının ilk iki çeyreğini, bu hedefimizi gerçekleştirmeye yönelik öncelikli yatırımlarımızı devreye almak üzere kurguladık. Yünsa'nın bundan önceki krizlerde olduğu gibi bu krizden de yenilenerek ve güçlenerek çıkacağına inancımız yüksek. Gereken aksiyonları alarak, bunu gerçekleştirmeye dönük adımları birer birer atıyoruz" dedi.

Sürmegöz, şirketlerin başarısında teknolojik gelişim, Ar-Ge çalışmaları kadar hayati önem taşıyan insan kaynağına da dikkat çekti. "Bir şirketin en önemli değerinin, çalışanları ve paydaşlarıyla ilişkileri olduğunu düşünüyorum. Mutlu çalışanlar, şirketin müşterilerini

de mutlu etmesini sağlayacak gerekli kalitenin, zamanında üretimin ve yenilikçiliğin en önemli anahtarı" diyen Sürmegöz, başarıya giden yolda şu tavsiyelerde bulundu: "Çeviklik, esneklik, dijitalleşme ve Endüstri 4.0 konularında yapılacak çalışmaların ve yatırımların da şirketlerin geleceğe hazırlanması ve bu yolculukta büyümek isteyen şirketlerin geç kalmaması için önceliklerine alması gereken en önemli konular olduğunu düşünüyorum. Her firmanın bulunduğu faaliyet alanı içerisinde kayabileceği yan alanlar ve oluşan pazar fırsatları için de radarlarının açık olması gerekli."



İŞBİR SENTETİK DOKUMA

“Dünyada bir numaralı üretici olma hedefindeyiz”

İşbir Holding, bünyesindeki İşbir Sentetik ile yeni yatırımlarla üretim kapasitesini artırmanın yanı sıra, ürünlerinin ardında daha az karbon izi bırakılmasını sağlayarak pazarda farklılaşmayı, farkındalığı artırmayı ve daha çevreci ambalaj ürünleri üretmeyi hedefliyor. Firmanın güneş enerjisine yönelik yatırımları da artarak sürüyor.

Son dönemde Hindistan'a yaptıkları yatırımlarla gündeme gelen İşbir Sentetik Dokuma Sanayi A.Ş., üretimden satış rakamlarıyla 'İSO Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu-2019' araştırmasında 19'uncu sırada yer aldı. İşbir'in, Türkiye ikinci 500 büyük sanayi kuruluşları arasında yer almasının kendileri için mutluluk ve gurur verici olduğunu söyleyen İşbir Holding CEO'su Metin Gültepe "İşbir olarak hedefimiz her yıl önümüzdeki basamakları hızlı ve istikrarlı bir şekilde tırmanıp, kendimizi üst sıralarda konumlandırmaktır. Tüm çabalarımızı bu stratejik ana hedefe odaklanarak planlıyoruz" dedi.

Her şeyin çok hızlı değiştiği, öngörülerin zayıfladığı günümüz şartlarında, adaptasyon ve elastikiyet kabiliyetleri yüksek şirketlerin hayatlarına sorunsuz bir şekilde devam edebileceklerine dikkat çeken



Gültepe, "Bu yeni duruma en hızlı reaksiyonu verip uyum sağlayanlar yani kısacası vizyonu geniş, kabiliyeti yüksek seviyede olan şirketlerin hayatta kalabileceği bir dönemin

içindeyiz. Sürekli gelişim ve yenilikçi anlayışla beslenen yatırımlarımız ve vizyon sahibi çalışanlarımızla sektörümüzde dünyada bir numaralı üretici olma hedefindeyiz" diye konuştu.

Emek yoğun bir sektörde faaliyet gösteren bir firma olarak, emek ücretlerinin görece düşük olduğu ülkelerle yıllardır yoğun ve acımasız bir rekabet içerisinde olduklarını belirten Gültepe, "Salt istihdam artırıcı büyüme stratejilerinin yaratacağı marjinal faydaların, şirketlerin devamlılığı için yeterli olacağına inanmıyoruz. Bu bağlamda hedefimiz, emek yoğun bir ürünü teknoloji yoğun bir ürüne çevirerek rekabet avantajı elde edip, pazardaki etkinliğimizi ve karlılığımızı artırmaktır" dedi.

Bu hedef doğrultusunda 2018 yılında devlet tarafından akredite olmuş, sektöründeki ilk Ar-Ge

merkezini hayata geçiren İşbir, bu merkezle önemli projelere imza attı. Ar-Ge merkezinde hem İşbir Sentetik firmasının ihtiyaçları hem de İşbir Grubu'nun diğer şirketleri için maliyet düşürücü ve inovatif çalışmalar sürdürülüyor.

“Daha önce hiç test edilmemiş bir dönem geçirdik”

Pandeminin tüm dünyada etkisinin yoğun şekilde hissedildiği 2020 yılında İşbir Sentetik, koronavirüsle mücadele kapsamında İşbir Mask yatırımını da hayata geçirdi.

"Kuruluş amaçlarında milli bilinç ve sosyal sorumluluk gibi önemli değerler bulunan İşbir'in, yerli bir firma olarak, pandemi döneminin en önemli dar boğazlarından maske ihtiyacının karşılanmasına yönelik bir çalışma içine girmemesi beklenemezdi" diyen Gültepe, zor şartlar altında maske üretim yatırımını hayata geçirdiklerini ve hizmet verdikleri sektörlerde müşterilerinin kaliteli ve güvenilir maske ihtiyaçlarını karşılamaya devam ettiklerini ifade etti.

Emek yoğun üretim sektöründe faaliyet gösteren global bir firma olarak pandeminin, hem çevresel hem de iç dinamiklerinden fazlasıyla etkilendiklerini belirten Gültepe, bu süreçte yaşadıklarını şöyle anlattı: "Yurt dışı yatırımlarımızdan Hindistan'daki üretim tesisimizin üretimine, ülke boyunca ilan edilen kapanmalar nedeniyle uzunca bir süre ara vermek durumunda kaldık. Yine Avrupa'daki perakende zincirinin, kapanmalar nedeniyle kopması sonucu, ortada talebi kalmayan halı pazarı için ürettiğimiz halı taban üretimine zorunlu olarak ara verdik. Bununla birlikte, tedarik zincir noktalarındaki zorunlu değişikliklerden dolayı yoğun rekabet halinde olduğumuz Güneydoğu Asya ülkelerinden bize doğru artarak kayan Big Bag talebini, yüksek



üretim kabiliyetimizle karşılamaya çalıştık. Bu şartlar altında mevcut ve potansiyel müşterilerimize güvenilir ve sürdürülebilir bir tedarik seçeneği olmaya devam ettik. Sonraları mobilitenin sınırlandırılmasıyla durağanlaşan ve azalan ticari faaliyetler nedeniyle düşüşe geçen genel talep seviyesi, bir önceki dönemde aşırı tetiklenmiş talep seviyesini dengeye getirdi. Kısacası öngörülmesi zor, fazlasıyla gel-git'lerin yaşandığı daha önce hiç test edilmemiş bir dönemi geçirdik ve geçirmeye devam ediyoruz. Portföy çeşitliliği ve derinliğimizle bu aşırı oynak, kararsız pazar dinamiklerini dengelemede başarılı olarak ihracatımızı artırdık."

İşbir Sentetik'i bünyesinde bulunduran İşbir Holding'in, güneş enerjisi yatırımları da son yıllarda ivme kazandı. Bu kapsamda İşbir Sentetik ile Güneş Enerji Santrali (GES) 2020 projesinin birinci kısmı 'Temiz Çevre Sürdürülebilir Gelecek' mottosuyla

hayata geçirildi. İkinci kısım çalışmaları bitirilen projenin tamamı, 2020 sonu itibarıyla devreye alındı. Bu proje, toplam 10 megawatt'lık kurulu kapasitesiyle Türkiye'nin en büyük çatı üstü GES projelerinden.

Gültepe bu projeye ilgili, "Temiz ve tükenmeyen enerji kullanım seçenekleriyle, ürünlerimizin ardında daha az karbon izi bırakmasını sağlayarak pazarımızda farklılaşmak, farkındalığı artırmak ve daha çevreci ambalaj ürünleri üretmek en önemli hedefimiz" diye konuştu.

Büyümeyi hedefleyen şirket yöneticilerine genel kabul görmüş, popüler büyüme reçete ve modelleri yerine, kendi iç dinamiklerine uygun yenilikçi ve milli modellere yönelmelerini öğütleyen Gültepe, "Kendi büyüme modellerini yaratmalarını, katılımcı yönetim ve egolarından kurtulmuş anlayışla, dinlemeyi ve çalışanlarına değer verebilmeyi becerebilen yöneticiler olmalarını tavsiye ederim" dedi.



COATS (TÜRKİYE) İPLİK “Gurur verici ve cesaretlendirici”

Teknolojik değişimleri ve müşterilerin taleplerini doğru analiz ederek sürdürülebilir bir büyüme stratejisi izleyen Coats Türkiye, gelecek döneme yenilikçi ve yüksek mühendislik içeren ürünlerle hazırlanıyor.

Merkezi İngiltere’de bulunan, dünyanın lider endüstriyel iplik şirketi Coats Group plc, yaklaşık 250 yıllık tecrübesiyle, altı kıtada 50’den fazla ülkedeki binlerce çalışanıyla sektördeki liderliğini koruyor.

1952 yılından beri Türkiye’de faaliyetlerine devam eden Coats (Türkiye) İplik Sanayi, Türkiye’nin ekonomisine önemli katkılar sağladığı, üretimden satış rakamlarıyla, ‘İSO Türkiye’nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu-2019’ araştırmasında, 2018 yılına göre 20 sıra yükselerek 65’inci sırada yer aldı.

Coats Türkiye Yönetim Kurulu Başkan Vekili Erhan Aras “Türkiye’nin büyük sanayi kuruluşları listesinde

yer almak, hem ülkemiz bazında, hem de global bazda stratejilerimizin doğruluğunu göstermesi adına bizim ve paydaşlarımız için gurur verici ve cesaretlendirici” dedi. Coats Türkiye olarak stratejilerini “Müşterilerimizin zaman ve teknoloji değişimleri nedeniyle sürekli dinamik olan ihtiyaçlarını, en üst seviyede karşılarken, sürdürülebilir bir büyüme göstermek” şeklinde özetleyen Aras, “Finansal açıdan güçlü olmak, teknolojiye, Ar-Ge’ye sürekli olarak yatırım yapmakla, organizasyonel yapımızı ve iş yapma şeklimizi günümüzün ihtiyacı olan esneklik ve hız üzerine inşa etmekle mümkün olmuştur” şeklinde konuştu.

Aras, özellikle son 10 yılda yapılan

yatırımlar, stratejik şirket alımları ve işbirlikleriyle Coats Group olarak geleceğe yatırım yaptıklarını, bu yatırımların hem teknolojik açıdan, hem de yeni fırsatlar şeklinde Türkiye’ye olumlu yansımaları olduğunu söyledi. 2016 yılında İspanya’da Gotex firması ve 2017’de Amerika’da Patric Yarns firmalarının alınması, 2018 yılı içinde dijital uygulama çözümleri sunan Threadsol firmasının Coats Group bünyesine katılması ve son olarak dijital iplik boyama konusunda devrimsel çalışmalar yapan Twine firmasıyla ortaklık kurulması, bu konuda atılan adımların mihenk taşlarını oluşturuyor.

2019 yılında başlayan ve 2020

yılında etkisi çok daha fazla hissedilen pandeminin, dünyadaki tüm arz-talep dengelerini bozduğunu ve 2020 yılının en önemli zorluklarından biri olduğunu belirten Aras, bu süreçte yaşadıklarını şöyle özetledi: “Coats Türkiye olarak pandeminin olumsuz etkisini en fazla yılın ikinci çeyreğinde yaşadık ve rakamlarımız yarıya yakın azalma gösterdi. Bununla beraber, ikinci çeyrekte sonra çok hızlı bir toparlanma gösterdik ve gururla söylemeliyim ki; bu yıl sonu itibarıyla önceki yılın ihracat seviyesini yakalamış olacağız. Beş kıtada faaliyet göstermemiz, güçlü tedarik zinciri ağıımız ve grup şirketlerimiz arasındaki sağlam yardımlaşma, bu toparlanmanın temel taşları oldu. Esneklik ve hız için yaptığımız yatırımların karşılığını almaktayız.”

“Esneklik ve hız, gelecek 10 yılın mottosu olacak”

Tecrübelerinden yola çıkarak, “Kuşkusuz esneklik ve hız, yani çeviklik önümüzdeki 10 yılın mottosu olacaktır” diyen Aras, dijitalleşmeye ve inovasyona yatırım yaparak, organizasyonlarına bu dinamikliği kazandırmanın bir gereklilik olduğuna dikkat çekti.

Gelecek planları çerçevesinde “Müşterilerimizin mevcut ve ileride oluşabilecek ihtiyaçlarına, çevre ve doğaya etkilerini de göz önünde bulundurarak, sürdürülebilir bir stratejiyle yolumuza devam etmek kararlılığımız var” diyen Aras, Coats Türkiye olarak yenilikçi ve yüksek mühendislik içeren ürünlerle başarıyı yakalayacaklarına inançlarının tam olduğunu vurguladı.

Yenilikçi ve yüksek mühendislik içeren ürünler geliştirmenin temelinde ise Ar-Ge çalışmaları yatıyor. Coats Group’un Amerika’da, Çin’de ve Türkiye’de olmak üzere üç ana Ar-Ge merkezi bulunuyor. EMEA Bölgesi’nde kurulmasına karar verilen Ar-Ge merkezinin, Türkiye’de Nisan 2019’da faaliyete geçirilmesini kendileri için stratejik öneme sahip olduğunu ifade eden Aras, Türkiye’deki Ar-Ge merkezinde geleneksel tekstil sanayiinin dışına çıkılarak, otomotiv sanayii, uzay ve uçak endüstrisi, enerji ve telekomünikasyon sektörü, askeri ve kişisel koruma endüstrileri başta olmak üzere yüksek teknolojik ve yenilik gerektiren pazarlar için ürün geliştirme çalışmaları yapıldığına, karbon ve kompozit ürünler geliştirildiğine dikkat çekiyor.

Dünyada kendi sektöründe lider konumda yer alan, uzun yıllara dayanan geçmişleriyle tecrübenin çok değerli olduğu bir firmada yönetici olan Aras, büyümeye çalışan şirket yöneticilerine de önemli tavsiyelerde bulundu. Aras, “Kurumsal-yapısal esneklik ve hızla sahip, dijital olanakları sonuna kadar kullanarak verimlilik ve hatasız üretim gerçekleştirebilen, pazarı iyi okuyarak yeni ihtiyaçlara karşılık yeni ve inovatif ürünler geliştirme kabiliyetlerini artıracak alanlarda yatırım yapan firmalar, kazananlar olacak” dedi.

Bütün bunların yüksek etik standartlarında, çevre ve doğa ile uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmesinin önemine dikkat çeken Aras sözlerini şöyle sürdürdü: “Bununla beraber şu unutulmamalıdır ki; makinelerle, ekipmanlara, yazılımlara her ne kadar yatırım yapılırsa da şirketlerin en önemli değeri, sahip oldukları insan kaynağıdır. İnsana yatırım yapmak, çalışma arkadaşlarımızı hem teknik, hem de yönetsel olarak geliştirmek, yukarıda bahsettiğim tüm yatırımların gerçeğe dönüşmesinde büyük rol oynayacaktır.”



KİLİM GRUBU KARTALTEPE MENSUCAT

Kilim Grubu, çevre dostu üretim modeline geçti

Denim kumaş ve yüksek teknoloji gerektiren askeri teknik kumaşlar üreten Kilim Grubu, tüm üretim süreçlerinde sürdürülebilirliği hayata geçiriyor. 11 ülkeye ihracat yapan firma, teknik kumaşlara yeni özellikler ekledikleri Tactical, Nanox ve Naturex serisiyle yurt içi ve yurt dışı pazarını genişletmeyi hedefliyor.

İSO Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasında 2018 yılında 254'üncü sırada yer alan Kilim Grubu, 2019 listesinde 93 sıra yükselerek 161'inciye yerleşti. 50 yılı aşkın süredir, denim kumaş ve yüksek teknoloji gerektiren teknik kumaşlar üreten Kilim Grubu savunma sektörü, emniyet teşkilatı, Kızılay ve sağlık sektörünün kumaş ve konfeksiyon ihtiyaçları için de üretim yapıyor.

“Devletimiz ve milletimiz için hizmet etmek bir şeref ve onur kaynağıdır. Bizler şirketimizin kurucusu, rahmetli Mehmet Kilimci'den aldığımız miras ve feyzle bu faaliyetlerimizi ticari olarak görmüyoruz; aynı heyecan ve şevkle üretim ve hizmetlerimize devam ediyoruz” diyen Kilim Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Şükrü Kilimci, “Büyük bir şirket olmaktan ziyade, kendimizi bin 500 kişilik çalışanımızla



Kilim Grubu
Kartaltep Mensucat
Yönetim Kurulu
Başkanı Şükrü Kilimci

büyük bir aile olarak görüyoruz. Tüm çalışanlarımızla ve iş ortaklarımızla; insana, çevreye ve işimize karşı sorumluluklarımızı yerine getirerek büyüyoruz” diye konuştu.

11 ülkeye ihracat yapıyor

Askeri teknik kumaşlar alanında uzun yıllardır Türk ordusu, Kızılay ve emniyet teşkilatının ihtiyaçlarını başıyla tedarik ettiklerini ifade eden Kilimci, “Özellikle denim kumaş sektöründe iç pazardan ziyade yurt dışına ihracat yapmaya başladığımız 2011 – 2012 yılları bu segmentte büyümemizin de dönüm noktasıdır. Hiçbir denim firması Uzakdoğu ülkelerine ihracat yapamazken Kilim Grubu olarak Vietnam, Hindistan ve Çin'e premium dünya markaları için denim kumaş ihracatında zirveye zorladık. Başladığımız ihracat serüvenimiz şu an 11 ülkeye ağırlıklı devam ederken, sürekli bir büyüme

grafığı çizmeye devam ediyoruz” dedi.

Kilim Grup'un büyüme sürecindeki bir diğer dönüş noktası ise 2013 yılında Ürdün Polis Teşkilatı'nın tüm kıyafet ihtiyaçlarının tedariği için anlaşma yapılması oldu. Bu pazarda her yıl artan bir grafik izlediklerini vurgulayan Kilimci, ihracatın kazandırdıklarını “Her girdiğimiz yeni ülke, her yeni pazar, her yeni müşteri istekleri doğrultusunda geliştirdiğimiz yeni kumaşlar bize yeni bir bakış açısı kazandırıyor. İhracatla birlikte Kilim Grubu olarak ekonomik anlamda büyürken, vizyonumuz ve ekibimiz de büyümeye ve genişlemeye başladı” sözleriyle özetledi.

Global marka işbirlikleri için yeni ürünler geliştiriliyor

Son beş yıldır Kilim Grubu olarak özellikle organik pamuk, alternatif ve geri dönüştürülmüş malzeme kullanımıyla, çevre dostu üretim modelini benimseyen öncü firmalardan biri olduklarına dikkat çeken Kilimci, gelecek planlarını “Sürdürülebilir kalkınma hedeflerini destekliyor ve attığımız her adımda bu hedefleri göz önünde bulunduruyoruz. Yer aldığımız ve desteklediğimiz sosyal sorumluluk projeleriyle hem çevreye hem de topluma olabildiğince fayda sağlamaya çalışıyoruz Gelecek beş yıl hedeflerimizde çevre sorumluluğumuzu en üst seviyeye

taşımak, bu segmentte sürdürülebilir, katma değeri yüksek ürünlerle ihracat pazarındaki hacmimizi artırmak yer alıyor” diye anlattı.

Kilim Grubu'nda Ar-Ge çalışmaları sektöre yenilikler kazandırmak hem de müşterilerimizin istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda yürütülüyor. “Risk almaktan ve yenilikçi çalışmaları denemekten hiç çekinmiyoruz ve yönetim olarak destekliyoruz” diyen Kilimci bu yöndeki çalışmalarını şöyle aktardı: “İhracat ve iç piyasada müşterilerimizin ihtiyaçlarını onlar bize gelmeden araştırıp analiz ediyoruz. Sadece kumaş satmıyoruz, sektörde geleceğe dair öngörülerimizle müşterimizi de yönlendiriyoruz. Bu da bizi farklı kılıyor. 2021 yılında mevcut Ar-Ge faaliyetlerimizi TURQUALITY projesi kapsamında yürüterek daha da üst seviyelere çıkarmayı hedefliyoruz.”

Kilim Grubu'nda halihazırda var olan tüm kumaşların çevre dostu üretim inovasyonları üzerinde de çalışmalar yapılıyor. Tüm sürdürülebilirlik hedefleri şeffaf ve izlenebilir bir şekilde raporlanıyor. Aynı zamanda global marka işbirlikleri için de ürünler geliştiriliyor. Tüm çalışmaların meyvelerini önümüzdeki sezonlarda görmeye başlayacakları için heyecan duyduklarını ifade eden Kilimci, iki yeni projelerini paylaştı: “Askeri ve teknik kumaşlar alanında yıllardır başarıyla üretimini

yaptığımız su-yağ itici, antibakteriyel yüksek mukavemetli ve nefes alabilir kumaşlarımıza yeni Ar-Ge çalışmalarımızda Tactical serisi ile konfor özelliği katılıyor. Denim kumaşlarda ise keten, kenevir, tencel gibi farklı doğal elyafların kullanımı ile sürdürülebilir üretimlere ağırlık verilirken; denimde su-yağ itici ve antibakteriyel özellikler kazandıran Nanox ve Naturex serisi müşterilerimizin kullanımına sunulacak.”

“Saygın bir imaj, cirosal büyüklükten daha büyüktür”

Kilim Grubu'nun büyüme hikâyesini ve gelecek hedeflerini anlatan Kilimci, geleceğin yöneticilerine de tavsiyelerde bulundu: “Bir şirketin büyümesi sadece cirosal büyüme ile sağlanamaz. Büyüklük aynı zamanda kurumsal imajınızı da ifade eder. Şirket ciroları yıllık bazda artabilir ya da azalabilir; ancak şirketinizin saygın bir imajı varsa sektörünüzde, cironuzdan bağımsız bir büyüklüğünüz var demektir. Şirket yöneticilerine tavsiyem önceliklerini her daim iyi iletişim konusuna ayırmaları. Ülkeler ve sektörler fark etmeksizin şirketlerin de müşterileri ve kendi çalışanlarıyla kurumsal anlamda çok iyi bir dayanışma ve iletişime sahip olması başarının anahtarı.”



KARSU TEKSTİL

“Başarı, sürdürülebilir ve çevreye duyarlı olmaktır”

Dünyada 38 ülkeye ihracat gerçekleştiren Karsu Tekstil'in hedefi, doğanın döngüsüne zarar vermeden sürdürülebilir ve çevreye duyarlı üretim gerçekleştirmek. Geleceğe hazırlanan Karsu, Ar-Ge çalışmalarını, kullanım alanının çok genişleyeceği öngörülen kenevir elyafıyla, yosun özlü liflerden oluşan Seacell elyafı üzerine yoğunlaştırdı.

Kayseri'de 1973'te kurulan, bugün dünya markalarının onaylı tedarikçisi olarak 38 ülkeye ihracat yapan Karsu Tekstil, 'İSO Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu-2019' araştırmasında 245'inci sırada yer aldı. Karsu Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdür Nevzat Seyok, “Karsu, yüksek kaliteli ve özellikli iplik üretimiyle, Ar-Ge çalışmaları ve müşteri odaklı çalışma yapısıyla, endüstriyel gelişim ve dönüşümlere ayak uydurmuş, yurt içi



Karsu Tekstil
Yönetim
Kurulu Üyesi ve
Genel Müdür
Nevzat Seyok

ve yurt dışı piyasalarda prestijli marka konumunu günümüzde de sürdürmeyi başarmıştır” diye konuştu. “Bizim için başarının anlamı, doğanın döngüsüne uygun ürün üretilmesinin önemli bir sorumluluk olduğunun bilinciyle, sürdürülebilir ve çevreye duyarlı olmaktır” diyen Seyok, bu kapsamda yenilenebilir enerji kullanımıyla birlikte recycle ve organik ürün üretimlerine büyük önem verdiklerini ifade etti. Global Recycled Standart, Ekotex, Organik Cotton, FSC

sertifikalarına sahip Karsu Tekstil, moda fonksiyonel ve teknik tekstillere özellikli ürünler sunuyor. Dünya markalarının onaylı tedarikçisi konumunda olan Karsu, günde 50 ton ve yılda 15 bin ton iplik kapasitesiyle 38 ülkeye ihracat yapıyor.

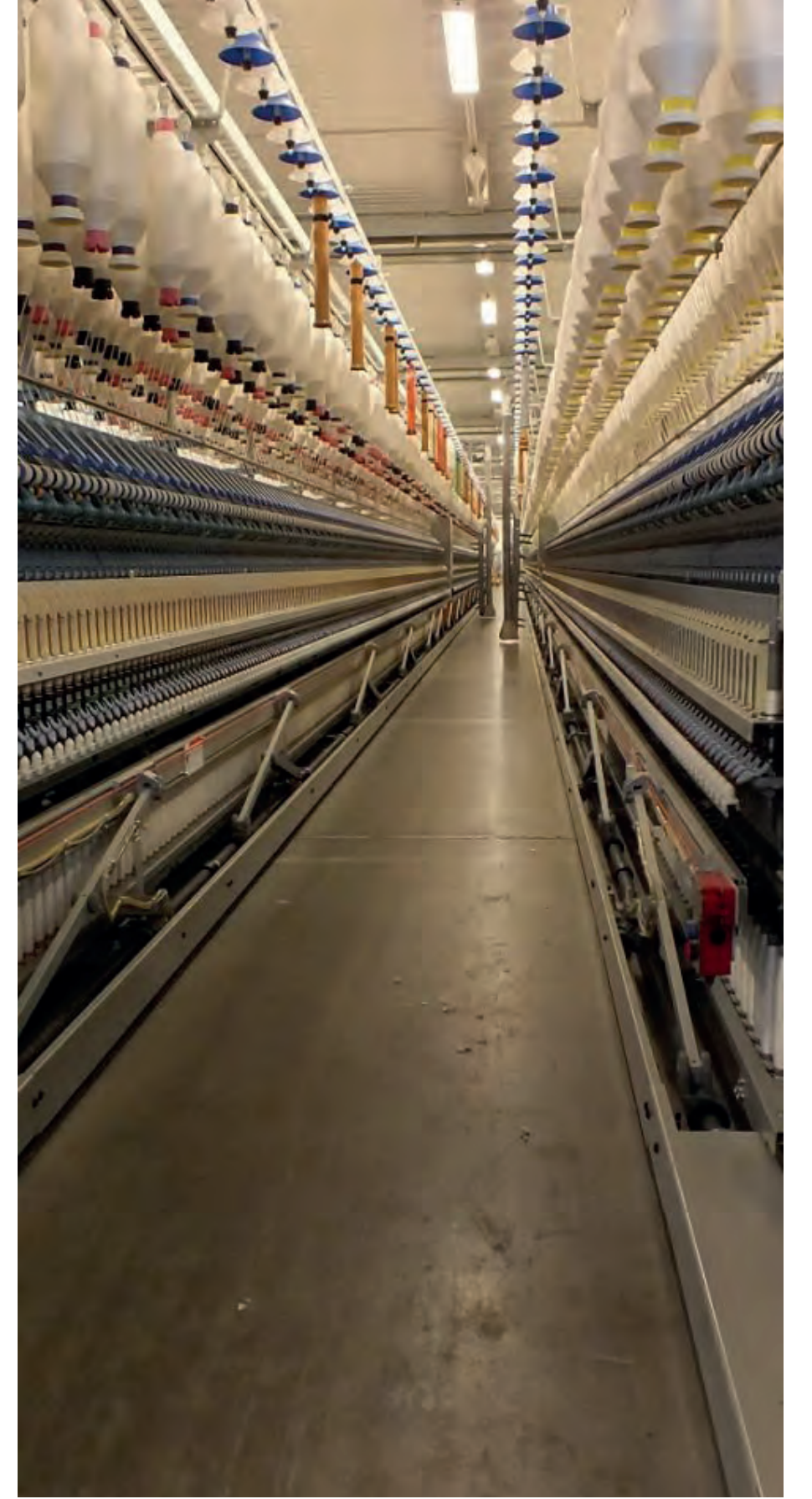
“Beş yıl içinde dijital dönüşüm tamamlanacak”

Karsu Tekstil'in önümüzdeki beş yıl içinde gerek makine ve teknolojik alt yapısında, gerekse yönetim ve insan kaynaklarında dijital dönüşümünü tamamlamayı hedeflediğine dikkat çeken Seyok, bunu gerçekleştiremeyen, şeffaf tedarik zincirlerinin dışında kalan işletmelerin rekabet gücünü kaybedeceğine inanıyor. Seyok, son yapılan uluslararası anketlerde, bu dönüşümün sektör için uzak bir

gelecekte ziyade yakın gelecekte bir zorunluluk olarak ortaya çıktığına dikkat çekti.

Karsu Tekstil, dijitalleşmenin yanı sıra gelecek için önemli Ar-Ge çalışmaları da yürütüyor. “Ar-Ge çalışmalarımızı, doğal yapısıyla gelecekte kullanım alanının çok genişleyeceğini düşündüğümüz kenevir elyafıyla, yosun özlü liflerden oluşan Seacell elyafı üzerine yoğunlaştırdık” diyen Seyok şöyle devam etti: “Bu elyaflardan ve bu elyafların diğer doğal elyaflarla karışımından üretilen doğal ve fonksiyonel iplik ve kumaşlarla yeni ürün yelpazemizi zenginleştirmeyi hedefliyoruz. Bunların yanı sıra güç tutuşu ve antistatik ürün gruplarıyla recycle ürünlerimiz, piyasalarda ilgi görüyor. Bu gruplarda da Ar-Ge çalışmamız devam ediyor.”

Tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinin değişime ve dönüşüme ciddi anlamda bir katalizörlük yaptığını söyleyen Seyok, “Pandemi sonrası, yeni normale doğru gidilirken, empati becerisi yüksek, vizyon sahibi zihinsel dönüşümü başarabilen yöneticiler başarılı olabilecektir” diyerek, dönüşüme ayak uydurmanın önemini vurguladı.



PERYÖN İNSAN YÖNETİMİ KONGRESİ - 2020

28. İnsan Yönetimi Kongresi 25-27 Kasım tarihleri arasında online platformda gerçekleşti. Üyesi olduğumuz Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK), bu yılki kongrenin ana sponsorlarından biri oldu. Kongreye TİSK'in desteğiyle Sendikamız üyelerinden 48 kişi katılım gösterdi.

İREM YILMAZ / TTSİS ARAŞTIRMA UZMANI



PERYÖN İnsan Yönetimi Kongresi bu yıl 'Maskesiz' temasıyla pandemi sürecinin, bu sürecin tetiklediği yeni çalışma hayatının ve gelecek üzerine pek çok konunun konuşulup, irdelendiği bir buluşma oldu.

Açılış konuşmasından önce T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanı Doç. Dr. Salim Atay, kongre özel notunu

tüm katılımcılara ilettiler. Atay, ekip olarak toplumun tamamına fırsat eşitliği sunan çağdaş bir insan kaynakları (İK) sistemi kurmak için çalıştıklarını belirtti. Atay, öğrenci ve işvereni bir araya getiren 'Yetenek Kapısı' isimli bir çevrimiçi platform açtıklarını ve bugüne kadar bu platformdan 5 bine yakın öğrencinin yararlandığını belirtti.

Atay, Covid-19 süreciyle iş

başında uzaktan eğitimin de zorunluluk haline geldiğinin altını çizerek, 16 Bakanlık ile 245 kamu kuruluşunda 3.3 milyon personelin yer aldığı 'Uzaktan Eğitim Kapısı' isimli platformla uzaktan eğitimin sürdürüldüğünü belirtti. Özel sektörle de yakın temasta çalışmak isteyen ofis, özel sektörden firmalara ulaşmak için İstanbul'da bir irtibat ofisi açtı.



"Tüm iyi yönleriyle geleceği hep birlikte tasarlamalıyız"

Kongrenin açılış konuşmasını her yıl olduğu gibi bu yıl da PERYÖN Yönetim Kurulu Başkanı Berna Öztınaz yaptı. Öztınaz sözlerine, geçen yılki kongrenin gündeminden süzülen 'dünyanın belirsizlikte de yolunu bulabilen, ilerlemeye ve değer üretmeye devam edebilen insanlara ihtiyacı duyduğu ve dünyayı bunu başaran insanların şekillendireceği' öngörüsünü hatırlatarak başladı ve bu öngörünün 2020 yılıyla ne kadar çabuk ve şiddetle gerçek olduğunu dile getirdi. Pandemi sürecinde psikolojik sermayesi kuvvetli, değişim cesaretine sahip, ortak akla inanan liderlerin, ülkelerini, şirketlerini kurumlarını çok daha iyi yönettiğini dile getirdi. Yeni dünyanın 'alçakgönüllü süper becerileri' olarak tanımlanan empati, enerji, neşe, iyimserlik gibi becerilerle ilham vermeyi başaran liderlerin ve ekiplerin, rolleri ne olursa olsun değişimin kendisi olmaya başladıklarını söyledi. Öztınaz "Tüm yönleriyle daha iyi bir geleceği hep beraber tasarlamamız ve bu gelecek için yolumuza devam etmemiz

gerek" diyerek açılış konuşmasını sonlandırdı. Üç gün süren kongrede, katılımcıların öne çıkan mesajları ise şöyle oldu:

"İşimizin yarınını bugünden şekillendiriyoruz"

TİSK ve MESS Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Burak Akkol kongrede, 'İşimizin Yarınını Bugünden Şekillendiriyoruz' başlıklı bir konuşma yaptı. Son 10 yılda muazzam bir değişim yaşadığımızı belirten Akkol, bu değişimin üzerine Covid-19 eklenince, değişim sürecinin daha da hızlandığını belirtti.



Akkol'un sunumunda paylaştığı bazı güncel veriler şöyle:

- 2025 yılına kadar mevcut işlerin yarısı makineler tarafında yapılacak.
- Mevcut neslin sadece yüzde 8'i yeni dönem mesleklere uygun niteliğe sahip.
- Kısa vadede, çalışanların en az yüzde 40'ının yeni beceri kazanması gerekiyor.
- Yapılan bir araştırmada, geçen sene işletmelerin yüzde 65'i becerilerin hemen değişmesi gerektiğini belirtirken, bu sene

oran yüzde 94'e yükseldi.

- Dijital eğitim arayışında dört kat artış var.
 - İşletmelerin çalışanları için eğitim arayışında beş katlık bir artış var (en çok talep edilen eğitimler arasında veri analizi, bilişim ve dijital yetkinlik vb. yer alıyor).
- Akkol sunumunda ayrıca, geleceğin dünyasına hazırlanmak için TİSK olarak hayata geçirdikleri projeleri paylaştı; 'Çevik (Agile) Çalışma Modeli'ne geçtiklerini, tasarım odaklı düşünme kavramı adına birçok adım attıklarını, MESS teknoloji merkezini açtıklarını aktardı.

"Mevcut neslin sadece yüzde 8'i yeni dönem mesleklere uygun niteliğe sahip."

ÖZGÜR BURAK AKKOL

Sanayi odaklı işgücü dönüşümü uygulamaları

McKinsey&Company'den Bengi Korkmaz, TİSK Genel Sekreter Yardımcısı Deniz Karakaş ve MESS Teknoloji Merkezi Direktörü Efe Erdem'in katıldığı oturumda 'Sanayi Odaklı İşgücü Dönüşümü Uygulamaları' üzerine konuşuldu. Oturumda işgücüne dair şu noktalar öne çıktı:

- Eski usul sendikacılığın ötesine geçip, yeni nesil sendikacılık felsefesiyle hareket etmek gerekiyor. Yeni nesil çalışma modellerine adapte olabilecek, çevik yapılar oluşmalı.
- 2025 yılına kadar 85 milyon kişi, insan ve makine arasında dönüşüm gösterecek bir işe sahip olacak. Diğer bir taraftan 95 milyon yeni iş yaratılacak öngörüsü yapılıyor

(Dünya Ekonomik Forumu Raporu).

• Dünya genelindeki işletmelerin üçte biri önümüzdeki dönemde teknoloji dönüşümüyle, çalışan sayılarını yarı yarıya azaltmayı hedefliyor.

• Önümüzdeki 5-10 sene içerisinde Türkiye’de 8 milyon işgücünün değişmesi gerekecek. 9 milyon işin de kaybolan işlerin yerine geçebileceği öngörülüyor.

• Dönüşümle öne çıkacak beceriler: Teknolojik yetkinlikler, bilişsel yetkinlikler, makinelerin yapamayacağı sosyal yetkinlikler.

• Genç nüfus yüksek olsa da Türkiye’deki işsizlerin dörtte biri üniversite mezunlarından oluşuyor. İşyerlerinin çalışanları için aradıkları yetkinliklerle, öğrencilerin mezun olunca edindiği yetkinlikler arasında çok fark var.



Dijital liderlik

Turkcell Genel Müdürü Murat Erkan kongrede ‘dijital liderlik’ üzerine bir konuşma yaptı. Erkan, konuşmasında dikkat çeken şu konulara değindi:

• Klasik liderlik yerini dijital liderliğe bıraktı. Dijital liderlik farklı yetkinliklere sahip olan ve tüm yetkinliklerini iş yapış şekline,

işine yansıtabilen liderdir.

• Dijital lider her alanda eski kalıpları kırıp, hiyerarşik bakış açısını geride bırakarak ekibi için daha samimi ve kucaklayıcı tavır sergileyen bir liderdir.

• Geleneksel organizasyonlardaki tek tip uygulamalar geride kaldı. İş, süreç ve süregelen taleple değil, her başlığı bir arada düşünebilen, yönetebilen sistemlere ve liderlere ihtiyaç var.

• Esnek organizasyon yapısına sahip olmak da en önemli inisiyatiflerden biri. Esnek çalışma modelleri sayesinde, gençlerin ve kadınların daha çok yer aldığı çalışma ortamları sağlanabiliyor.



Kriz ve belirsizlik durumunda kurumsal iç iletişim

Bilgi Üniversitesi Öğretim Görevlisi Dr. Fatoş Karahasan, gazeteci-yazar Demet Cengiz ve danışman-yazar İdil Türkmenoğlu’nun yer aldığı oturumda ise ‘Kriz ve Belirsizlik Durumunda Kurumsal İç İletişim’ üzerine sohbet edildi.

Dr. Karahasan pandemi sürecine ait bazı verileri paylaştı:

• Küresel ekonomide toplamda 2.7 trilyon dolarlık bir kayıp var.

• Hükümetlerin toplam gelir kaybı 3.4 trilyon doları buluyor.

• Türkiye’deki firmaların yüzde 83’ü devletten destek bekliyor. Oturumda ayrıca şu başlıklar da

gündeme getirildi:

• Firmalar ilk olarak çalışanı, sonra sırasıyla toplumu, ülkesi ve gezegeni için ne yapması gerektiğini kavramalı (kurumsal vatandaşlık).

• Pandemi sürecinde büyük firmaların neredeyse hepsi çalışanlarının fiziki ve ruh sağlığını korudu.

• Belirsizliklerin mevcut olduğu ve büyük bir bilgi krizinin yaşandığı bu ortamda doğru iletişim yollarının belirlenmesi sağlanmalı. Sosyal medyada yanlış bir bilgi, doğru bir bilgiye göre altı kat daha hızlı yayılıyor.

• Şirket içinde işverenlerin ve çalışanların Covid-19 salgını konusunda şeffaf olması ve bu konunun kaygı yaratmadan düzgünce konuşulması, çalışan sağlığı ve motivasyonu için önemli.



Yeni dönemde 3 risk 3 fırsat

Kariyer.net CEO’su Fatih Uysal sunumunda, pandeminin insan kaynakları yönetimi için oluşturduğu riskleri ve fırsatları anlattı.

Riskler

• **İşsizlik artacak:** Şu an fesih yasağından kaynaklı sadece gönüllü olarak iş arayanlar biliniyor. Ancak fesih yasağı bittikten sonra işsizlik artacak. İK çalışanlarının yeni yetenekler bulması zorlaşacak.

• **Şirketlere yeni yetenekler katılırken şirket kültürünün**

‘devamlılığı’: Bu dönemde yeni çalışmaya başlayanlar, fiziki olarak çalışma arkadaşlarını ve ortamını göremiyor. Bu sebeple şirket kültürünü anlamak zorlaşıyor. Bu kültürü uzaktan aşlamak için de İK’ya sorumluluk düşüyor.

Ofis ortamından uzaklaşma:

Sosyal ortamdan uzaklaşma büyük bir yalnızlık oluşturdu. Bu psikolojik etki çalışan verimliliğini etkileyebilir. Bu sebeple İK çalışanlarının üzerine burada da sorumluluk düşüyor.

Fırsatlar

• **Z kuşağının beklentisi ve şirketlerin mevcut çalışma modeli arasındaki fark azaldı.**

Böylece şirketlerin mevcut Z jenerasyonundaki yeteneklere ulaşma şansı arttı.

• **İş ve yaşam dengesinin sağlanması:** Pandemiyle iş ve yaşamın entegre olması sayesinde maskesiz yüzler daha rahat sergilenmeye başlandı.

• **Dijital dönüşümün şu an gerçekleşmesi:** Pandemi öncesi dijitalleşme doğrusal bir şekilde gerçekleşiyordu. Pandemiyle dijitalleşme keskin bir yükselişe geçti.



Hikâyesini arayan gelecek

Konda Genel Müdürü Bekir Ağır konuşma yapan isimlerden bir diğerydi. Ağır

yine önemli noktalara işaret etti:

Ekonomik Kriz

“Yaşanan sağlık krizinin yanında, şu an çok büyük bir ekonomik kriz yaşanıyor. Söz konusu ekonomik kriz, son 30 yılda yaşanan krizlerden daha farklı. Bugünkü krizin temel sebebi, sanayi toplumunun geleneksel üretim modellemesinden kaynaklanıyor. Bu üretim modeli, sınırsız kaynak varsayımı altında üretim yapan bir model. Ancak günümüzde bu krizi aşmak için sürdürülebilir ve kıt kaynakların



farkında bir üretim modeline geçmek gerekiyor.”

Pandemi Süreci Yönetimi

“Pandemi ve mevcut ekonomik krizden geleceğe hazır ve bu süreçten sağlıklı çıkmış insanlar bırakabilmek için İnsan Kaynakları yöneticilerine ve çalışanlara büyük görev düşüyor. Sağlık riski içinde olan, gelecek kaygısı yaşayan çalışanlar için korku yönetimi sağlanması, verimliliği korumak ve motivasyonu sağlamak açısından çok önemli.”

Değişen Teknolojiyle

Değişen Roller

“Günümüzde teknolojik sıçramayla artık birçok kişi, zaman ve mekândan bağımsız çalışabiliyor, üretim yapabiliyor. Değişen çalışma hayatında daha eski usul hiyerarşik yapının etkisi azalıyor. Birçok mecrada, söz konusu hiyerarşik yapı dışında örgütlenebiliyor. Örneğin eskiden

bir şirkette söz sadece yöneticinin elindeyken, tek taraflı bir ilişki söz konusuydu. Artık teknolojiyle birlikte söz, tüketici ve çalışanın da elinde. Bu bağlamda gelecekte sadece İK değil, pazarlama ve iletişim stratejileri de değişiyor.”

HR Tech: Dijitalleşme ve yetkinlik

Avrupa Yönderlik ve Koçluk Derneği (EMCC) Dünya Başkanı Dr. Rıza Kadılar, Doğu Otomotiv İK ve Süreç Yönetimi Genel Müdürü Ela Kulunyar ve Arçelik

İnsan Kaynakları Direktörü Buket Çelebiöven’in bir arada olduğu oturumun gündeminde dijitalleşme vardı.

Kulunyar, “Doğu Otomotiv, 2017’de bir ‘Dijital Dönüşüm Departmanı’ kurdu ve başlangıç olarak dijitalleşmede nerede olduklarına dair bir çalışma yaptı. Bu çalışmayla 44 başlıkta dijitalleşme sürecini geliştirmeleri gerektiği ortaya çıktı. Bu projeler için ekipler kuruldu ve çalışmalar yapıldı. 2019 yılında da çevik (agile) bir organizasyon yapısına geçtiler” dedi.

Çelebiöven ise Arçelik’te dijitalleşme sürecinin dört başlıkta incelendiğini söyledi: “Çalışanda dijitalleşme, işyerinde dijitalleşme, müşteride dijitalleşme ve üründe dijitalleşme.” Çalışanda dijitalleşmeye öncelik verdiklerini belirten Çelebiöven, çalışanda dijital yetkinlikler yoksa ve çalışanın kullandığı araçlar dijital değilse, diğer başlıklarda dijitalleşmeye geçmenin sağlam bir yapı oluşturmayacağını belirtti.

ONLINE

Pandemi ve sonrasında EKONOMİ

Tarihi bir dönemden geçiyoruz. İspanyol gribinden bu yana en büyük ve en tehlikeli pandeminin halen içindeyiz ve küresel ekonomi, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana en sert daralmasını yaşadığı bir yılı geride bıraktı.

İlk aşamada hemen hemen tüm sektörleri üretim ve istihdam anlamında olumsuz etkileyen pandemi, daha sonra farklılaşan bir etki göstermeye başladı. Online alışverişe de uygunluğu olan imalat sanayi ürünlerinde görece güçlü bir toparlanma yaşanırken, başta turizmle ilgili sektörler olmak



PROF. DR. ERHAN ASLANOĞLU
PİRİ REİS ÜNİVERSİTESİ
REKTÖR YARDIMCISI

üzere hizmet sektörlerinde ciddi sıkıntılı süreçler yaşandı. Maalesef son dönemde, Covid-19 vaka ve kayıp sayılarındaki artışın da etkisiyle hizmet sektörlerinde sorun tekrar ağırlaşmaya başladı.

Tüm bu olumsuz tabloya rağmen, sevindirici haberler yılın sonuna doğru tıp dünyasından aşılarla ilgili gelmeye başladı. Aralık ayıyla başlayan aşılamanın, yaz aylarına kadar pandemi sürecini kontrol etmeye fayda sağlayacak ciddi bir orana ulaşması bekleniyor. Pandemi sürecinin başlamasından bu yana tıp alanına ayrılan

kaynaklar ve sağlanan ilerlemeler, önümüzdeki yıllarda benzer olası salgınlarda mücadele gücünü artıracak görünüyor.

Yeni yılda eğilimler

Bu olumlu gelişmelerle birlikte, 2021 yılının ilk beş-altı aylık döneminde hem sağlık hem ekonomi alanında zorlu bir süreç bizleri bekliyor. Gönüllü ya da zorunlu olarak gelen kapanmaların tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yılın ilk çeyreğinde bir yavaşlama / daralma süreci getirme olasılığı yüksek görünüyor. Bu dönemin başta yeme, içme, turizm ve ulaştırma sektörleri olmak üzere hizmet sektörleri

için daha zorlu geçeceğini öngörüyoruz.

Sanayi sektörü ise birkaç nedenden dolayı görece 'daha az etkilenmeye aday' diyebiliriz. Pandemi döneminde uzaktan çalışma ve eğitimin yaygınlaşmasıyla evde geçirilen süreler uzadı. Evde teknoloji, mobilya, elektronik cihazlar gibi birçok imalat sanayi ürününe gerek yenileme, gerek yenilerini alma anlamında talep arttı. Özellikle gelişmiş ülkelerde başlayan bir eğilim de uzaktan çalışmayla şehir dışındaki evlere yönelimin artması ve bu evlere taşınmayla otomobil dahil çok daha fazla imalat sanayi ürününe talebin daha da yükselmesi oldu. Pandemi

2021 yılının ilk yarısında ülkeler, bölgeler, sektörlerin ayrıştığı, ikinci yarıda ise birbirlerine yakınsadığı bir tablo görme olasılığımız yüksek.

sürecinde ve sonrasında bu eğilimin artma ihtimali yüksek görünüyor. Dolayısıyla imalat sanayi ürünlerine talebin artmaya devam etmesini bekleyebiliriz.

Reel sektörle finans sektörünün ayrışması

Sektörel ayrışma konusunda devam etmeye aday diğer bir durum, reel sektörle finans sektörünün ayrışması olacak gibi görünüyor. Başta Fed olmak üzere büyük Merkez Bankaları pandemi döneminde çok büyük bir parasal genişleme dönemine girdi ve bunu 2022 hatta 2023 yılına kadar sürdürmekte kararlı görünüyorlar. Bu bol likidite ve düşük faiz, finansal piyasalarda hem

volatilitiyi azaltıyor hem de başta hisse senetleri olmak üzere varlık fiyatlarında önlenemez bir çıkışa yol açıyor. Ara ara düzeltmeler yaşansa bile bu eğilimin 2021 yılında da devam etme olasılığı yüksek görünüyor. Özellikle hizmet sektörleri ve KOBİ'ler olmak üzere yılın ilk yarısında reel sektörle finansal sektör ayrışmasının arttığını, fakat ikinci yarıda yakınsamanın olası olduğunu düşünüyoruz.

2020 yılının ikinci yarısında olduğu gibi 2021 yılının ilk yarısında da ülkeler ve bölgeler arasındaki ayrışmanın devam etme olasılığı yüksek görünüyor. Başta Çin olmak üzere Güney Doğu Asya ve Okyanusya

ülkeleri pandemiyle mücadelede hayli başarılı bir sınav verdiler. Ekonomik performans olarak da pozitif ayrışmaya başladılar. Avrupa, Orta Doğu, Kuzey ve Güney Amerika ise ilk yarıda negatif ekilenmeye devam edecek gibi görünüyor.

Yılın ikinci yarısında toparlanma

Özetle 2021 yılının ilk yarısında ülkeler, bölgeler, sektörlerin ayrıştığı, ikinci yarıda ise birbirlerine yakınsadığı bir tablo görme olasılığımız yüksek. Bu çerçevede finans piyasaları için ana senaryo, yılın ikinci yarısına kaysa bile güçlü bir toparlanmanın olacağı yönünde. Bu beklenti,

emtia fiyatlarını yukarı taşımaya devam edecek gibi görünüyor. Dünya ekonomisine ve emtia fiyatlarına ilişkin beklentilerin pozitif olması, risk iştahını artırıyor ve ABD dolarını negatif etkilemeye aday görünüyor. Bu tablo altın için görece negatif, hisse senedi piyasaları için olumlu bir tablo çiziyor.

Genel olarak yüzde 60 ihtimal verdiğimiz bu ana senaryoyu, yılın ilk yarısı için ayrışmayı yansıtan K şeklinde, ikinci yarısında U şeklinde bir tablo ile özetleyebiliriz. Bununla birlikte, bu resim içinde iki önemli noktaya dikkat çekmek istiyoruz. Birincisi finansal piyasalardaki güçlü ayrışmanın varlık balonları

yaratmaya başlaması ve özellikle yılın ilk yarısında bu ayrışma sırasında ciddi düzeltmelerin olma olasılığıdır. İkincisi ise bu düzeltmeye yol açabilecek risklerin uzaması ve kalıcı olması durumunda K şeklindeki senaryonun W şekline dönmesidir.

Türkiye ekonomisi açısından yukarıda bahsettiğimiz olumlu baz senaryonun gerçekleşmesi çok önemli, aksi takdirde dış

Dünya ekonomisine ve emtia fiyatlarına ilişkin beklentilerin pozitif olması, risk iştahını artırıyor ve ABD dolarını negatif etkilemeye aday görünüyor.



finansman ihtiyacı olan bir ülke olarak riskler artacaktır. Baz senaryo içinde dahi yılın ilk dört-beş ayı oldukça zorlu geçecek görünüyor. Bu süreçte özellikle ekonomimizde en fazla istihdam sağlayan hizmet sektörlerindeki gelir ve istihdam kaybını telafi etmeye yönelik maliye politikalarının uygulanması, reel sektör, devlet ve finans sektörü

arasında iletişimi güçlü tutarak kontrollü bir borç yapılandırma sürecinin başarılması büyük önem taşıyor.

Son gelen verilerde de gördüğümüz gibi, gıda fiyatlarında baskı ve döviz kurlarının gecikmeli etkisiyle enflasyon tekrar yükselişe geçerek yüzde 14'ler seviyesine geldi. Nisan ayına kadar da baz etkisiyle enflasyonun ve faizlerin yüksek seyretmesi olası görünüyor. Bu süreçte enflasyonla mücadelenin öncelikli olması, yılın ikinci yarısında büyümeye geçişi desteklemek açısından büyük önem taşıyor. 2020'nin son haftalarında yabancı sermaye girişi yavaş yavaş başlasa da yerleşiklerin döviz tevdiat

döviz piyasasında dengelenme sağlanabilir. Döviz kurları üzerinde sadece faizler değil, beklentiler de önemli rol oynamaktadır. Son dönemde gündeme gelen, başta hukuk olmak üzere reformların uluslararası standartlarda devreye girmesi, kurumsallaşma, şeffaflık ve demokratikleşme anlamında somut adımların atılması durumunda dengelenme daha olası hale gelecektir.

Önemli olan sürdürülebilir büyüme

Özetlemeye çalıştığımız politikaları Türkiye ekonomisi için devreye alabilirsek, küresel ekonomi için bahsettiğimiz baz senaryo altında yılın ikinci yarısında Türkiye ekonomisi de büyümeye geçecektir. Son 10 yılda birkaç kere, en son 2020 yılında yaşadığımız deneyim bize gösteriyor ki Türkiye ekonomisinin önceliği hızlı büyüme değil, sürdürülebilir büyüme olmalıdır. Dış açık ve buna bağlı kur baskısıyla, enflasyon sorununu çözmeden hızlı büyümenin olamadığını, bu sorunların faize baskı yaparak büyümeyi durdurduğunu bir kez daha görmüş olduk. Bu nedenle, ekonomi yönetiminin önceliği ‘cari açık ve enflasyon sorununu çözmek, bu süreçte de hızlı değil, dengeli büyümeyi hedeflemek’ olmalıdır görüşündeyiz.

Teknoloji sektörü ve lojistik hizmetler yükseliyor

Küresel ekonomiye daha makro ve sektörel açıdan baktığımızda, 2020 yılında yaşananlar 2021 ve sonrasına güçlü ışık tutuyor görünüyor. Forbes dergisinin dünyanın en zengin kişileri

listesinde Tesla’nın sahibi Elon Musk 2019 yılında, 31 milyar dolarlık servetiyle 24’üncü sıradaydı. 2020 yılında 153 milyar dolarlık servetiyle ikinci sıraya yükseldi. 2019 yılında 111 milyar dolarlık servetiyle birinci sırada olan Amazon’un sahibi Jeff Bezos, 2020 yılında 186 milyar dolar servetiyle yine birinci sırada yer alıyor. Bu iki örnek 2020 yılında pandemiyle beraber teknoloji sektörünün, lojistik hizmetlerin ve online alışverişin nasıl ön plana çıktığını gösteriyor. Pandemi süreci, beklediğimiz teknolojik devrimi hızla öne çekmiş görünüyor. Bioteknoloji’den robotlara, yapay zekâdan nano-teknolojiye birçok alanda büyük ilerlemeler

Teknolojik değişim, bakır ve paladyum gibi madenlerin değerini yukarı çekiyor. Lojistik sektörü de güçlü bir büyüme eğiliminde görünüyor.

görüyoruz. Bu değişim, teknoloji yoğun otomobil, elektrik ve elektronik gibi birçok imalat sanayi sektörüyle beraber, sağlık ve eğitim gibi alanlara yayılıyor. Teknolojik değişim, bu tür ürünlerin yoğun kullandığı bakır ve paladyum gibi madenlerin değerini yukarı çekiyor. Lojistik sektörü de hızla artan ve muhtemelen artmaya devam edecek online alışverişin etkisiyle çok güçlü bir büyüme eğiliminde bulunuyor.

İklim değişikliği hep gündemde

İklim değişikliği, pandemi öncesi gündemin en üst



sıralarına çıkmayı başarmıştı. Pandemi süreci konunun önemini daha da artırdı. Bunun birinci nedeni, pandeminin ana nedenlerinden birisinin iklim değişikliği ve doğaya aşırı müdahale olduğu görüşünün ciddi destek bulması. İkinci nedeniyse pandeminin ilk çıktığı dönemde, dünya ekonomisinin durma noktasına gelmesiyle karbon salımının hızla düşmesi ve doğanın kendine gelmesinin somut olarak gözlemlenmesidir. Tüm bu gelişmeler, özellikle gençler başta olmak üzere iklim değişikliğiyle mücadelede ciddi bir kamuoyu oluşturmaya başlıyor. Avrupa

Birliği, bu konuda politikaları oluşturarak ciddi bir ilerleme kaydetmiş durumda. ABD’de Joe Biden’ın Başkan seçilmesi, ‘new green deal’ (yeni yeşil düzen) adı altında önemli bir politika değişiminin geleceğini gösteriyor. Bu çerçevede, Çin de orta vadeli planlarına bu değişim dinamiklerini büyük oranda yansıtmaya başladı. Çok da uzak olmayan bir gelecekte, uluslararası ticarete konu olan ürünlerin ihracat ve ithalata dönüşebilmesi, ne kadar karbon salınımına neden olduğu, ne kadar yenilenebilir enerji kullandığıyla çok alakalı olacak. Bu çerçevede, üretim süreçlerini

ABD’de Joe Biden’ın Başkan seçilmesi, ‘new green deal’ (yeni yeşil düzen) adı altında önemli bir politika değişiminin geleceğini gösteriyor.

bu duruma hazırlayan üreticiler rekabet güçlerini çok daha fazla artıracaktır. Üretimde fosil yakıtların yerini yenilenebilir enerjilerin almasıyla, enerji sektörünü de önümüzdeki yıllarda ciddi bir değişim bekliyor. Fosil yakıt üreten enerji şirketlerinin yerini, yenilenebilir enerji şirketlerinin alacağı bu değişim, muhtemelen sancılı olacaktır.

Bunun hisse senedi piyasalarında da yansımalarını beklemeliyiz.

Küresel riskler

Pandemi öncesinde iki önemli risk küresel ekonominin istikrarı açısından sorun oluşturmuyordu; yüksek borçluluk ve bozulan gelir dağılımı. Pandeminin yarattığı büyüme sorunları her iki riski daha da artırmaya aday görünüyor. Küresel borç stok rakamı, 2020 yılında 280 trilyon doları aşmış görünüyor. Buna karşın, küresel GSYİH 80 trilyon dolara geriledi. Yaratılan gelirin 3.5 katı borç oluşmuş durumda. Yaklaşık 15 yıl önce yaratılan gelir 70 trilyon dolar, borç 140 trilyon dolardı, yani oran 2 idi. Covid-19’un uzaması durumunda, bu borçların geri ödenememesi riski artacaktır. Çok iyi yönetilmesi gereken bir borç yapılandırma sorunu bulunuyor. Diğer taraftan, zaten bozuk olan gelir dağılımı pandemi dönemiyle daha da artmaya başlamış görünüyor. Sosyal, siyasal ve doğal olarak ekonomik dengeler açısından mutlaka çözüm üretilmesi gereken bir sorun olarak karşımızda duruyor.

Sonuç olarak, pandeminin ilk etapta yarattığı büyüme sorunu, zaman içerisinde ülkeler, bölgeler ve sektörler arasında ayrışma yaratarak bazı riskleri artırmaya devam ediyor. Ayrışmaların çoğu, zaman içerisinde yakınsamaya dönüşecek. Ayrışmalar sırasında bazı sektör ve firmalar için riskler artarken, diğer bazıları için fırsatlar doğacak. Fırsatları yakalamak için, radikal değişime aday tüketici davranışlarını doğru okumak her zamankinden daha önemli olacak.

TEKNİK TEKSTİLDE 2021 İHRACAT HEDEFİ: 3 MİLYAR DOLAR

Her yıl büyümeye devam eden teknik tekstil ihracatında Türkiye bu yıl bir rekora imza attı. Türkiye'nin teknik tekstil ihracatı, 1 Ocak-21 Aralık 2020 döneminde 2019 yılına göre yüzde 75 artış gösterdi. Rakamların daha da artması için Ar-Ge ve inovasyon odaklı iş modeline, çevreye ve insana dost üretim modeline yatırım şart.

Tekstil sektörünün son yıllarda öne çıkan alanlarından teknik tekstilin üretim ve ihracat rakamlarında pandemiyle birlikte dikkat çeken bir artış yaşanıyor. 2020 yılında global pazarlarda yaşanan bu artışın en yüksek oranlarda gerçekleştiği ülkelerden biri Türkiye oldu. Türkiye'nin teknik tekstil ihracatı 01 Ocak-21 Aralık döneminde, 2019 yılına göre yüzde 75 arttı. 2019 yılında, 1 milyar 724 milyon dolar olan teknik tekstil ihracatı, yıl sonu hedefi olan 2.5 milyar doları aştı ve 2.8 milyar dolara ulaştı. Bu süreçte Almanya, ABD, Birleşik Krallık,

İtalya, Hollanda, İspanya, Fransa, Romanya, Polonya, İran, Mısır, İsrail, Kanada, Bulgaristan, Çin başta olmak üzere 192 ülkeye ihracat gerçekleştirildi.

Kalp atışlarını dinleyen yatak çarşaflarından, ısı yayan kumaşlara; izolasyon özelliği olan, buhar geçirgenliği sağlayan spor giysilerinden, çelikten 15 kat daha dayanıklı elyaflara; yanmayan, terletmeyen, anti bakteriyel, nano teknolojik kumaşlara kadar çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olan teknik tekstil pazarı, pandemi döneminde özellikle sağlık sektörüne yönelik ürünlerle hayli büyüdü.

Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracatı yapıldı

İhracat rakamlarındaki artışı değerlendiren İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, "Salgın dönemiyle birlikte ihracatımızda ana artış yaşadığımız alt sektörümüz teknik tekstil oldu. Teknik tekstil ihracatımızın Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracat verisine ulaşması gurur verici" diye konuştu. Öksüz, teknik tekstil ihracatında 2021 hedefinin ise 3 milyar dolar olacağı öngörüsünde bulundu.

Özellikle Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının görüldüğü Mart 2020’den itibaren tıbbi tekstile yönelik yoğun talebi karşılayan Türk üreticilerin, yeni yatırımlar için teşvik aldığına dikkat çeken Öksüz, “Salgın döneminde teknik tekstil sektörümüz maske, önlük gibi kişisel koruyucu donanım ürünlerine ilişkin yaklaşık 3 milyar TL, dokunmamış kumaş yatırımları için ise yaklaşık 2.5 milyar TL yatırım teşvik belgesi aldı. Küresel teknik tekstil ihracatında 19’uncu sırada olan sektörümüzün, özellikle son yıllarda gerçekleştirdiği yatırımlarla, önümüzdeki yıllarda küresel ölçekteki sıralamasının

“Yüksek teknoloji isteyen yatırımlara hız veren şirketler, katma değerli ihracata imza atıyor.”

AHMET ÖKSÜZ

daha yukarılara çıkacağını öngörüyoruz” dedi. Öksüz, ‘dokusuz kumaş’ adı verilen nonwoven’den üretilen maskeler ve yine tıp alanında kullanılan



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz

Türkiye'nin teknik tekstilde 10 büyük ihracat pazarı (Ocak-Ekim/Bin \$)					
Ölke	2019	2020	Değişim %	Pay %	
ABD	103.593	240.753	132,4	10,8	
ALMANYA	118.735	230.306	94,0	10,4	
İNGİLTERE	91.228	183.030	100,6	8,2	
HOLLANDA	36.647	132.864	262,5	6,0	
İTALYA	89.444	131.765	47,3	5,9	
İSPANYA	47.623	99.994	110,0	4,5	
ROMANYA	42.550	70.475	65,6	3,2	
FRANSA	65.731	60.788	-7,5	2,7	
POLONYA	49.870	53.801	7,9	2,4	
MISIR	43.305	43.374	0,2	2,0	
İLK 10 ÖLKE TOPLAMI	688.726	1.247.150	81,1	56,2	
DIĞER ÖLKELER VE SERBEST.BÖLGELER	758.551	972.872	28,3	43,8	
AB (28) TOPLAMI	732.999	1.220.133	66,5	55,0	
TEKNİK TEKSTİL İHRACATI	1.447.277	2.220.022	53,4	100	

Başarıda sürdürülebilirlik için Ar-Ge ve İnovasyon

İTHİB’in verilerine göre, Türkiye’nin teknik tekstil ihracatında en çok ihraç edilen alt ürün gruplarının ‘Teknik Tekstil Materyalinden Hazır Giyim’ ve ‘Dokunmamış Mensucat’ olduğunu ifade den Öksüz, bu iki alt ürün grubunun, teknik tekstil ihracatının yüzde 50’sinden fazlasını oluşturduğunu söyledi. Teknik tekstilden ambalaj için yapılmış torba ve çuvallarla yüksek mukavemetli iplikten üretilmiş, nakil vasıtası iç ve dış lastiğin imalatında kullanılacak mensucatin (kord bezi) da önemli ürün grupları arasında yer aldığını belirten Öksüz, teknik tekstillerin birçok sektörde kullanılması sayesinde geleneksel tekstillerden önemli bir pay alacağına dikkat çekti. Öksüz, “Sistemin, Ar-Ge ve inovasyonun ön planda olduğu teknik tekstillere doğru hızla evrileceğini gözlemliyoruz. Salgın döneminin de bu dönüşüm sürecini hızlandırdığını düşünüyoruz. Teknik tekstiller özellikle son 10 yılda küresel tekstil ve hammaddeleri ihracatı içerisinde payını her geçen yıl

artırıyor” diye konuştu.

2020 yılında teknik tekstil ihracatında bir rekora imza atıldığını ifade Öksüz, sözlerini şöyle tamamladı: “Ar-Ge ve inovasyon gücü yüksek teknik tekstil ürünlerine gerçekleştirdiğimiz yatırımlarla, buradaki başarıyı sürekli kılmayı hedefliyoruz. Türkiye tekstil ve hammaddeleri ihracatının çatı kuruluşu İTHİB olarak teknik tekstillerin gerek beşerî sermayesini güçlendirmek için üniversitelerimizle işbirliği yaparak gerekse dijital dönüşümünü sağlamak üzere Ticaret Bakanlığımızın Ur-Ge destekleriyle çalışmalarımızı yürütüyoruz.”

Ege Bölgesi 126 ülkeye ihracat yaptı

2020 yılında rekor düzeye ulaşan teknik tekstil ihracatına Ege Bölgesi’nin de önemli katkıları oldu. Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi (TEKSMER) Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Ünlütürk “Ege Bölgesi teknik tekstil ihracatını 1 Ocak-21 Aralık döneminde yüzde 92 artırarak 185 milyon dolara taşıdı ve 126 ülkeye ihracat gerçekleştirdi. Küresel virüs salgınının dünya ekonomisini ağır bir şekilde sarstığı 2020’yi tüm zamanların rekorunu kırarak hedeflerin üstünde bir ihracat rakamıyla kapatıyoruz. Teknik tekstil, Türkiye’nin gücünü, yüksek katma değerli ürün gruplarıyla, geri dönüşümle dünyaya göstermeye devam ediyor” dedi.

Gelişmiş ülkelerin tekstildeki konumlarını yüksek düzeyde tutmak için üreticilerini teknik tekstil üretmeye teşvik ettiğine dikkat çeken Ünlütürk, “Türkiye’nin bu rekabet ortamında

yer alabilmesi için, çok çeşitli alt gruplara ayrılan teknik tekstiller alanında yenilikçi faaliyetler göstermesi, teknik tekstil üretimine daha fazla odaklanması gerekiyor” diye konuştu.

“2020’yi tüm zamanların rekorunu kırarak hedeflerin üstünde bir ihracat rakamıyla kapatıyoruz.”

SABRİ ÜNLÜTÜRK



Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi (TEKSMER) Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Ünlütürk

Çevre dostu üretime geçilmeli

“Teknik tekstilin, Türkiye’nin toplam tekstil ihracatının yüzde 20’sini oluşturduğunu göz önünde bulunduracak olursak, bu potansiyelin daha da artırılması, İzmir ve Ege Bölgesi’nin ve dahası ülkenin teknik tekstil konusunda basamak atlaması için TEKSMER, önemli rol ve sorumluluk üstleniyor” diyen Ünlütürk, yeni dünya düzeninde tüm sektörün hedefinde yer alması gereken çevre dostu üretime ve iklim değişikliğine dikkat çekti.

Türkiye’nin bu süreçte uzun ömürlü pozisyon alması için uzun vadeli bir perspektifle yola çıkması gerektiğini söyleyen Ünlütürk, şöyle devam etti: “Kolektif aklı içeren, tutarlı bir politikayla iklime dönük çözümleri masaya yatırmalı ve müzakerelere başlamalıyız. Düşük karbonlu bir geleceğe ulaşmak istiyorsak, sıfır atıksız bir endüstrimiz olmalı. Üretilen malzemenin tasarım aşamasından üretim aşamasına kadar her noktayı planlamalıyız.”

Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi’nin (TEKSMER), Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği ve Dokuz Eylül Üniversitesi’nin ortaklığında, Dokuz Eylül Üniversitesi Tınaztepe Yerleşkesi’nde İzmir Kalkınma Ajansı’nın güdümlü bir projesi olarak 2014 yılında hayata geçirildiğini anlatan Ünlütürk, TEKSMER’in ana hedefini; “Tekstil sektörünün teknik tekstiller alanında rekabet gücünü artırmak, sanayinin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verecek nitelikte üniversite-sanayi işbirliğiyle araştırma projelerinin geliştirilmesini sağlamak, bunun için gerekli olan laboratuvar alt yapısı ve nitelikli insan kaynağını oluşturarak bilgi ve know-how üretmek” diye özetledi.

“Termoplastik Masterbatch Atıklarının Kullanılması ile Yüksek Katma Değerli Bikomponent Liflerin Geliştirilmesi Projesi, Atopik Dermatit (Egzama) Kaynaklı Hassas Ciltlerin Tıbbi Tedavisine Destek Sağlayacak Sağlık Tekstillerinin Geliştirilmesi, Atopik Dermatit (Egzama) Kaynaklı Hassas Ciltlerin Tıbbi Tedavisine Destek Sağlayacak

Sağlık Tekstillerinin Geliştirilmesi, Teknik Tekstil Sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması URGE Projesi', TEKSMEER'in üzerinde çalıştığı projeler...

Dış ticaretteki canlılık devam edecek

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği de teknik tekstil ihracatını artırmaya yönelik önemli çalışmalar yürütüyor. 2020 yılı sonunda 1 milyar doları aşacağını öngördükleri ihracatın yaklaşık 150-200 milyon dolarının yani yüzde 15-20'lik bölümünü teknik tekstil ürünlerinin oluşturacağını

“Ülkemiz, 3 milyar dolarlık teknik tekstil hedefini tutturabilecek güce ve potansiyele fazlasıyla sahip.”

PINAR TAŞDELEN ENGİN

ifade eden Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Pınar Taşdelen Engin'e göre; 2021 yılında da bu oran artarak devam edecek.

Yatırım ve istihdam bakımından Avrupa'daki en büyük tekstil sektörünün Türkiye'de yer aldığına dikkat çeken Engin, açıklamasını “Ar-Ge ve Ur-Ge'ye kesintisiz şekilde odaklanmaya devam etmemiz şart. Avrupa Birliği, tekstil sektörünü anahtar sektörlerden biri olarak görüyor ve sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlamaya devam etmesini istiyor. Benzer şekilde bizim için de tekstil sektörümüz vazgeçilmez bir hazine. Bunu iyi değerlendirmeliyiz. Sektörümüz hem anahtar sektör hem de öncelikli sektör konumunda. Bu bağlamda tecrübeli yöneticileri,



nitelikli çalışanları ve bilim insanlarıyla hep birlikte yeni rekabet alanına hazır durumda” sözleriyle sürdürdü.

Ülkemizin tekstil sektöründe pazar çeşitlendirmesini son derece başarılı şekilde gerçekleştirdiği görüşünü dile getiren Engin, “ABD seçimlerinin sonuçlanmasıyla, dünyadaki korumacı anlayış ve ticaret savaşlarında bir durulma ve liberal politikalara geri dönüş trendi başlayacağını tahmin ediyoruz. Böylelikle Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin dış ticaretinde canlılık devam edecek” diye konuştu. Türkiye'nin, pandemi döneminde 100'den fazla ülkeden teknik tekstil bağlamında yardım talebi aldığına ve birçoğuna destek olduğuna dikkat çeken Engin, “Ülkemiz, 3 milyar dolarlık teknik tekstil hedefini tutturabilecek güce ve potansiyele fazlasıyla sahip” dedi.

Tasarım, Ar-Ge, inovasyon ve markalaşma önceliğimiz olmalı

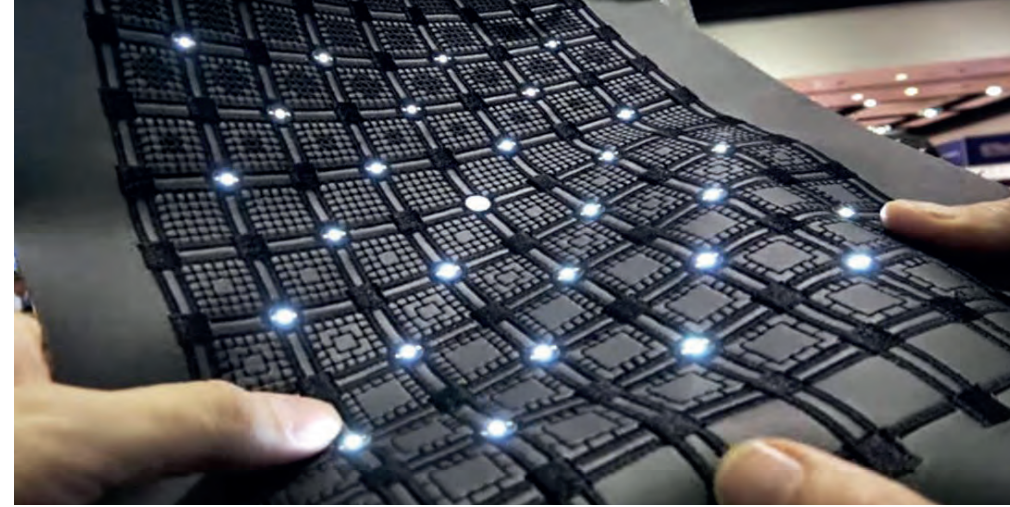
Engin'e göre hedefin gerçekleştirilebilmesi için

öncelikle, tasarım, Ar-Ge, inovasyon ve markalaşma konusuna büyük önem vermek gerekiyor. Tekstil sektörünün başlıca sorunları arasında yer alan kalifiye eleman yetersizliğine de dikkat çeken Engin, “Tekstil mühendisliği son yıllarda gençlerin tercih sıralamasının sonlarında yer almaya başladı. Oysa sektörümüzün nitelikli ve deneyimli mühendislere ihtiyacı var. Üstelik tekstil sektörü artık teknoloji ile iç içe” dedi.

Sektördeki bu eksikliğin giderilmesi için başlattıkları burs programında bahseden Engin, tekstil mühendisliği algısının iyileştirilmesine yönelik yapılan çalışmalar sonunda üniversitelerde kontenjan doluluk oranının yüzde 42'den yüzde 92'ye yükseldiğini ifade etti. Bu yıl ise 14 tekstil mühendisliği bölümünden 9'unun yüzde 100 doluluk oranına ulaştığına dikkat çeken Engin, sektördeki bu eksikliğin giderilmesi yönelik gelecek dönemde daha kapsamlı çalışmalar yapacakları söyledi.

Nitelikli ve deneyimli mühendislere ihtiyaç var

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği tarafından tekstil sektörünün genelini ve özelde de teknik tekstiller sektörünü geliştirmek ve güçlendirmek için düzenlenen Techxtile Start-Up Challenge'dan bahseden Engin şöyle devam etti: “İçinde bulunduğumuz pandemi sürecine rağmen başvuran proje sayısı geçen seneye göre yüzde 66 gibi rekor bir düzeyde artış gösterdi. Ülkemizin çeşitli illerinden gelen toplam 174 projenin konuları ise hayli ilgi çekici. 11 aday, tüm dünya



olarak mücadele ettiğimiz Covid-19 ile ilgili proje geliştirirken, akıllı tekstiller, sanal gerçeklik, teknik tekstiller, sürdürülebilirlik, yapay zeka gibi alanlardan önemli sayıda proje gelmesi, adaylarımızın dünya gündemini yakalamış olmaları açısından bizleri sevindirdi. Başarılı start-up adaylarımızı bu süreçte daha donanımlı hazırlamak için girişimcilik eğitimlerimize başladık. Bu eğitimler sayesinde tüm katılımcılar çok değerli bilgiler ve tecrübe kazanacaklar. Bütün bu çalışmalar Türkiye'nin teknik tekstil ihracatına da önemli katkılar sunacak.”

Yeni ihracat pazarları araştırılmalı

Türkiye'nin 2021 yılındaki 3 milyar dolar teknik tekstil ihracatını gerçekleştirilebilecek tecrübeye ve bilgi birikimine sahip olduğunu belirten Denizli Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Erdoğan, bu hedef doğrultusunda yeni pazar arayışının kesintisiz sürdürülmesi hatta hızlandırılması gerektiğini ifade ediyor. “Ürün yelpazesi genişletilerek, bu konuda hizmet verebilecek alternatifler oluşturulmalı” diyen Erdoğan,

“Potansiyelimizin yüksek olduğu teknik tekstilde, pozisyonumuzu çok daha iyiye taşımak adına yürüttüğümüz çabamızı hız kesmeden devam ettirmeliyiz. Biz de bu konuda çoktan kolları sıvadık ve işe koyulduk; bu yöndeki çabamızın adını da Denizli'de Teknik Tekstile Dönüşüm Projesi koyduk” şeklinde konuştu.

Denizli'de Teknik Tekstile Dönüşüm Projesi kapsamında kurulacak merkez için 1000 metrekarelik bir alan Denizli



Denizli Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Erdoğan

OSB yönetimi tarafından DTO'ya tahsis edildi. Teknik Tekstil Merkezi'nin yanında Mesleki ve Test Eğitim Merkezi de kurulacak. Böylece işletmeler, tüm iş geliştirme, eğitim ve danışmanlık hizmetlerini tek noktadan alacak.

KOBİ'ler küresel rekabete dahil edilmeli

Teknik tekstil sektörünün geleceği için önemli bir adım olan projenin detaylarını anlatan Erdoğan, “Projemizin sonunda Teknik Tekstil Merkezi kurulmasını ve teknik tekstil kümesinin oluşturulmasını, en az 50 KOBİ'mizin bu merkezden yararlanmasını, 100 KOBİ'mize veya girişimcimize ise teknik tekstil üzerine iş geliştirme desteği verilmesini, 30 KOBİ'mizin satışlarını ve/veya ihracatını arttırmasını, enerji dâhil girdi maliyetlerinin azaltılmasını, en az beş yeni işletmenin kurulmasını ve 13 nitelikli istihdam oluşturulmasını hedefledik” dedi.

Erdoğan şöyle devam etti: “Tüm bu süreçte, Denizli imalat sanayimizde teknik tekstil alanında kapasite oluşturulmasını ve firmaların bu konudaki dönüşümüne destek olmayı, ayrıca tekstil imalat sanayimizin de teknik tekstile dönüşümünü sağlayarak KOBİ'lerimizin rekabet güçlerini artırıp küresel değer zincirine dahil etmeyi amaçladık.”

Zorlu Tekstil pet şişeden iplik üretecek

Pandeminin de etkisiyle, 2020 yılında bir rekora imza atılan teknik tekstil üretiminin ve ihracatının 2021 yılında da artarak devam etmesine yönelik



çalışmalar artarak devam ediyor. Sivil Toplum Kuruluşları'nın (STK) geliştirdiği projelerin yanı sıra, özel sektördeki firmalar da geleceğin en gözde alanlarından biri olan teknik tekstile yatırım yapıyor, uzun vadeli projelerini hayata geçiriyor.

Türkiye’de teknik tekstile yatırım yapan ilk firmalardan biri olan Zorlu Tekstil, pandemi öncesinde yakaladığı büyüme hızını, pandemi döneminde geliştirdiği akıllı tekstil üretimiyle sürdürdü. 30 kez yıkanabilir beş milyon maskeyi Marks&Spencer’a satan Zorlu Tekstil, yatırımını yaptığı yeni tesisinde pet şişelerden iplik üretecek. Böylece plastik şişe atıklarının doğada çevre kirliliği yapmasını önleyecek ve ekonomiye kazandırılacak.

Zorlu Holding Tekstil Grubu Başkanı Necat Altın da konuyla ilgili verdiği farklı demeçlerde, Erciyes Üniversitesi ile antibakteriyel ve antiviral apre geliştirilmesi konusunda işbirliği içinde olduklarını, Erciyes Üniversitesi bilim insanlarıyla nano teknolojik çalışmalar sonunda nano gümüş etkenli bir dezenfektan üreterek, salgınla ve diğer zararlı mikroorganizmalarla

mücadelede güçlü bir koruyucu geliştirildiğini de ifade ediyor. Bu koruyucu maddenin Türkiye’nin tek vegan belgeli koruyucusu olma özelliği de taşıdığına dikkat çeken Altın, ev içi kullanımına yönelik yıkanabilir özellikli antibakteriyel nevresim takımı, pratik ve hijyenik seyahat tipi kolay taşınabilir ürünler ve tek kullanımlık kullan-at ürün grubunu satışa sunduklarını sözlerine ekliyor.

STK’ların yanı sıra özel firmalar da geleceğin en gözde alanlarından biri olan teknik tekstile yatırım yapıyor.

Teknoloji vurgusu

Türkiye’nin tekstilde sıçrama yapması için Ar-Ge ve inovasyon odaklı bir iş modeline geçmesi gerektiğini söyleyen Altın, “Tamamen Ar-Ge, teknoloji ve inovasyon odaklı bu alana yatırımla, ülkemizin hedeflediği katma değerli ihracata, tekstil sektörü olarak ciddi bir katkı yapabiliriz” diyor. Zor tutuşan perde ve kumaşlar, antistatik iplikler, antibakteriyel tıbbi malzemeler gibi teknik tekstilin

yanı sıra; serin tutan pike, şarj edilebilir LED’li perde, kendini temizleyen kumaş, EKG ritim takip sistemli tişört gibi akıllı tekstil ürünlerinin Ar-Ge’ye yapılan yatırımın bir yansıması olduğunu belirten Altın, bu alandaki gelişimin olmazsa olması Ar-Ge ve inovasyonla birlikte teknolojiye de dikkat çekiyor.

Altın açıklamalarında, “Akıllı tekstil ürünlerini üretmek istiyorsanız, Ar-Ge ve inovasyon ile birlikte teknolojiye de üst düzeyde hakim olmanız gerekiyor” diyerek, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Elbette insan kaynağının, mühendis kadronuzun yetkinlikleri de bunun ayrılmaz bir parçası. Bugün iki Ar-Ge ve bir Tasarım Merkezi’miz var. Ciromuzun yüzde 20’si akıllı ve sürdürülebilir tekstil kategorisinden geliyor. Bunu, 2025’te ciromuzun yarısına kadar çıkarmayı hedefliyoruz. Bu yıl Ar-Ge bütçesi ve personel sayımızda yüzde 10’luk artış öngörüyoruz. Patent ve tescilde de yüzde 50’lik bir artış bekliyoruz. Tüm bunlara paralel olarak sürdürülebilir ve akıllı ürün kategorisinden gelen ciromuzu önceki yıla göre yüzde 10 oranında artırmayı hedefliyoruz.”

Kaliteli ürün yetmez, sürdürülebilirlik üretim şart

Zorlu Tekstil sürdürülebilirlik stratejisini doğa ve insan temelli olarak iki ana başlık üzerine inşa ediyor. “Dünyanın en iyi, kaliteli ürününü bile yaptığınızı iddia etseniz, perakende devleri eğer, çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlikle ilgili koydukları kriterleri karşılamıyorsanız, sizden o ürünü asla almıyor” cümlesiyle çevreye ve topluma dost üretime dikkat çeken Altın, “Bir ürünü üretirken çevresel etkiniz, çalışanlarınıza sunduğunuz iş ortamı, kullandığınız hammadde, proses yönetiminde uyguladığınız yöntemler, nihai ürünün içeriği, paketleme ve sevkiyat dahil, aklınıza dahi gelmeyecek

“Perakende devleri, çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlikle ilgili kriterlerini karşılamıyorsanız, sizden o ürünü asla almıyor.”

NECAT ALTIN

çok ciddi sürdürülebilirlik kriterleri var. Biz bunların hepsini karşılayabildiğimiz için, gerektiğinde daha pahalı olsun ama Zorlu’dan olsun diyorlar. Bu anlamda dünyada ‘Made by Zorlu’ markasının bir karşılığı olduğunu gururla söyleyebilirim” diye konuşuyor.

“Türkiye’nin dünyaya açılan kapısı olabiliyoruz”

Zorlu Tekstil Grubu, Akıllı Hayat 2030 vizyonu doğrultusunda başlattığı sürdürülebilirlik odaklı akıllı dönüşümle yeni nesil tekstillerin

Denizli yüzünü teknik tekstile döndü!

Denizli’de Teknik Tekstile Dönüşüm Projesi kapsamında kurulacak Teknik Tekstil Merkezi’nde;

- Uçak, helikopter, tren, otomobil, drone, yat, kayak ve kano parçaları ile kayak takımı ve golf sopasının yanı sıra keman ve gitar gibi çalgı aletlerinin kasalarının inovatif halinin numunesi üretilebilecek.
- İtfaiyeciler için, güç tutuşur kumaşlar tasarlanabilecek.
- Otomotiv, medikal, tekstil ve ambalaj sektörlerinde kullanılabilecek ürünlerde, ultrasonik dikiş makinesiyle hava geçirilmeyen dikiş yapılabilecek.
- Isıtma ve soğutma yapabilen ve yaşamsal verilerin toplanması gibi özel işlevleri olan akıllı yatak tekstilleri geliştirilebilecek.
- Dâhili elektronik iletişim cihazlarına sahip akıllı giysilerin geliştirilmesiyle ilgili çalışılabilecek.
- Perdelerde ve döşemelerde, dekorasyon çeşitliliğini artırmak için rengi

ayarlanabilen optik ev tekstillerinin numuneleri üretilebilecek.

- Çevreye duyarlı olarak sentetik ürünlerin ve belki de pamuk liflerinin susuz ortamda boyanabilmesi sağlanacak.
- Covid-19 salgınıyla değeri daha çok anlaşılan, ameliyathanelerde kullanılan önlükler ile ameliyat masalarında kullanılan tekstil ürünleri gibi tek kullanımlık malzemelerin geliştirilmiş hallerinin numunesi üretilebilecek.
- İnşaatlarda kullanılmak üzere, beton ile birleştirilebilen, ağırlığı azaltan, mukavemeti ve mimari kaliteyi artıran tekstil ürünleri dizayn edilebilecek.
- Merkezdeki enerji ölçüm ekipmanlarıyla, üyelerin tesislerinin enerji verimliliği izlenerek, kayıplarının azaltılması da sağlanacak.
- Üyeler, tüm bu hizmetlerden üç yıl boyunca ücretsiz bir şekilde yararlanabilecek.

Türkiye’deki öncüsü olmaya devam ediyor.

Tekstilin şimdi olduğu gibi gelecekte de katma değer yaratacak en kritik sektörlerden biri olacağını belirten Altın, “Türkiye’nin katma değerli üretimin şifrelerini aradığı bir dönemde asıl katma değer in inovasyonda olduğunu, çok erken dönemde keşfetmiş bir şirketiz. Bu sayede büyük markaların inovatif iş ortağı ve yaptığımız ihracat ile yeni nesil akıllı tekstillerde Türkiye’nin dünyaya açılan kapısı olabiliyoruz. Isıya ve neme duyarlı, hava geçirgenliği yüksek aynı zamanda antibakteriyel ve antiviral özelliklere sahip iplik ve kumaşlarımızla güvenlik, savunma sanayi, sağlık, otomotiv ve elbette uzmanlık alanlarımızdan biri olan ev tekstili olmak üzere pek çok sektöre akıllı tekstil ürünleri sunuyoruz” diyor.

Altın açıklamalarında, pandemi

sürecinde yaptıkları inovatif çalışmalarını ise şöyle özetliyor: “DRY TOUCH® adını verdiğimiz terletmeyen ve nefes aldırın teknik tekstil kategorisindeki kumaşlarımızla maskeler ürettik. Aylık 3 milyon adet maske üretim kapasitesine sahibiz. Antibakteriyel maskenin yanı sıra antiviral maske de üretiyoruz. Şu anda ihracatımızın yüzde 10’u maske satışından geliyor. Çok yakın bir zamanda İngiltere’ye Marks&Spencer markası için beş milyon adet antibakteriyel maske ihracatı gerçekleştirdik. Yine bu süreçte İngiltere’ye havayı temizleyen perde satışı yapmaya başladık. Ayrıca Erciyes Üniversitesi ile antibakteriyel ve antiviral apre geliştirilmesi konusunda işbirliğine gittik. Geleceğin tekstilini oluşturmak noktasında inovasyon, tasarım ve Ar-Ge çalışmaları temel kılavuzumuzu oluşturuyoruz.”

KIRMIZISI

EFSANE RENK

Edirne Kırmızısı

15'inci yüzyılda Edirneli boya ustaları tarafından elde edildikten sonra 1740'lı yıllarda Fransa'da üretilmeye başlanan Edirne Kırmızısı (rouge d'Andrinople) Trakya Üniversitesi'nin girişimiyle tekrar hayat buluyor.

LERZAN ÖZTÜRK / TTSİS ARAŞTIRMA VE İSTATİSTİK UZMANI

Trakya Üniversitesi, Rektör Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu önderliğinde, oluşturduğu Edirne Kırmızısı Stratejik Planı kapsamında bir dizi bilimsel ve akademik çalışma gerçekleştirdi ve plan kapsamında çalışmalara devam ediyor. Planın birinci safhası olarak, 1.Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu düzenlendi. İkinci adım, Edirne Kırmızısı üretiminde kullanılan bir kök boya bitkisi olan Rubia tinctorum'un Edirne topraklarında yetiştirilerek çoğaltılması için girişimlere başlanması oldu. Daha sonra, bu özel renge kurumsal bir kimlik kazandırmak üzere, Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması düzenlendi. Efsane renge tekrar hayat vermek için yapılan çalışmaları dergimizin bu sayısında sizlerle paylaşıyoruz.

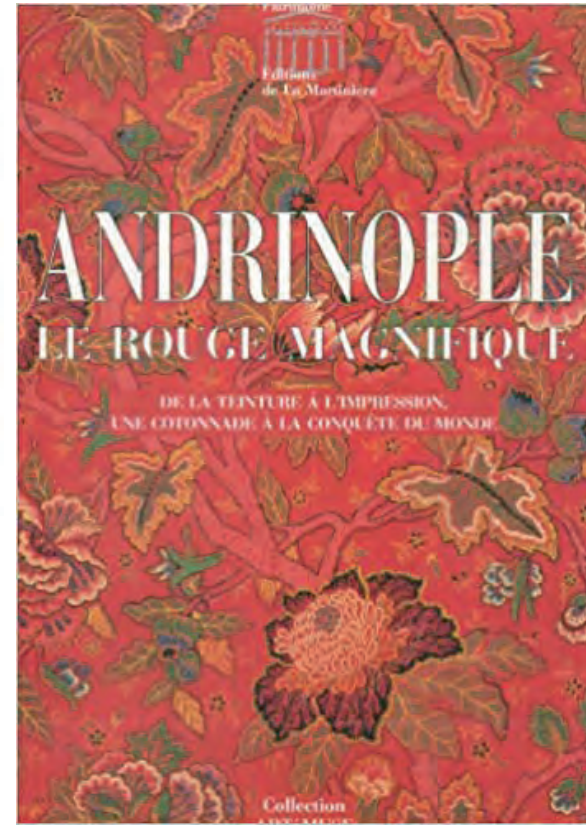
Uluslararası literatürde Fransızca ismi 'Rouge d'Andrinople' olarak anılan Edirne Kırmızısı'nı kent

kimliğine kazandırmak amacıyla bilimsel, kültürel, sanatsal ve birçok alanda çalışmalar başlatan ve bu doğrultuda Edirne Kırmızısı Stratejik Planı oluşturan Trakya Üniversitesi, stratejik planın bir parçası olan bilimsel-akademik çalışmalar kapsamında 20 Ekim 2020 tarihinde 1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumunu düzenledi. Türkiye, Yunanistan ve Romanya'dan altı bilim insanı ve araştırmacının katıldığı sempozyumda Edirne Kırmızısı turizm, moda, tekstil, kimya,

tarih ve eczacılık alanlarında değerlendirildi.

1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu

Sempozyum Genel Koordinatörü Orkun Akman, Trakya Üniversitesi olarak, binlerce yıllık geçmişe sahip Edirne'nin, kültürel değerlerinden biri olan Edirne Kırmızısı'na dair birçok alanda çalışmalar başlattıklarını, bu çalışmalardan birinin de 1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu olduğunu ifade etti.



Sempozyumda konuşma yapan Trakya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu, Edirne'nin 8 bin 300 yıllık tarihiyle pek çok medeniyete ev sahipliği yaptığını ve stratejik konumuyla çok sayıda değere sahip olduğunu belirtti. Rektör Erhan Tabakoğlu, "Edirne, özellikle 1361'de Osmanlı'nın buraya gelmesiyle yaklaşık 100 yıl başkentlik yapan, İstanbul'un fethedilmesinin ardından ikinci başkent olarak değerlendirilmiş bir şehir. Büyük bir imparatorluğun başkenti olduğu için burada birçok bilim insanı, sanatçı, mimar, usta çalışmalar yapmış. Edirne, bu masal dünyasını yaşadığı yıllardan sonra maalesef işgallerle, yağmalarla ve var olan değerli insanların göçlerle, ölümlerle kaybettikten sonra bir hafıza kaybına uğruyor. Şimdi biz tekrar değerlerimizin farkına varıyoruz ve ortaya çıkarıyoruz. Çalışmalarımız, 'Muhteşem Edirne Kırmızısı' kitabının üniversite kütüphanemize kazandırılmasıyla başladı. Edirne Kırmızısı sadece Edirne'nin değil, Osmanlı'nın o zamanki coğrafyasını düşünürseniz, çok büyük bir toprak parçasında yaşayan tüm insanların ortak değeri" dedi.

Sempozyumun ilk oturumunda Trakya Üniversitesi Uygulamalı

Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Emel Gönenç Güler 'Edirne Kırmızısı'nın Turizmdeki Yeri', University Ecclesiastical Academy of Thessaloniki'den Prof. Dr. Ioannis Karapanagiotis 'Akdeniz Kültür Mirasının

Edirne Kırmızısı, adına düzenlenen e-sempozyumda bilim insanı ve araştırmacıların katılımıyla farklı alanlarda değerlendirildi.

Nesnelerindeki Kök Boyasının HPLC Kullanılarak Belirlenmesi' ve Trakya Üniversitesi Eczacılık Fakültesinden Dr. Öğretim Üyesi Gülşah Gedik de 'Edirne Kırmızısı ve Üretim Yöntemi' başlıklı

sunumlarını yaptı.

Prof. Dr. Karapanagiotis, 'Akdeniz Kültür Mirasının Nesnelerindeki Kök Boyasının HPLC Kullanılarak Belirlenmesi' başlıklı sunumunda kültürel miras objelerinde renklerin kullanımı ve tespitiyle kök boyaların kullanıldığı bölgeler konusunda bilgiler verdi, kültürel mirasın analizi ile ilgili yaptığı çalışmaları aktardı. Edirne Kırmızısı'nın üretiminde kullanılan kök boyanın başka hangi alanlarda kullanıldığını da anlatan Karapanagiotis, rengin hangi objelerde, nerede ve nasıl kullanıldığının tespitini yaparak pigmentlerin ve organik maddelerin analizinde kullanılan yöntemleri belirtti. Bizans ve Osmanlı tekstil ürünlerini karşılaştıran ve Akdeniz ülkelerinin yer aldığı bir projenin verilerine dayanarak hangi maddelerin ne kadar kullanıldığını dair istatistiksel bilgiler paylaştı.

Trakya Üniversitesi Eczacılık Fakültesi'nden Dr. Öğretim Üyesi Gülşah Gedik, 'Edirne Kırmızısı ve Üretim Yöntemi' başlıklı sunumunda, Edirne Kırmızısı renginin üretiminde; sökütü, mazi, şap, zeytinyağı ve



beyaz sabun gibi malzemelerin kullanıldığını ifade etti. “Türk Kırmızısı’ olarak da bilinen rengin endüstrisinin varlığını, kök boya gibi bir doğal boyaya borçlu olduğunu ve bu yüzden sentetik boyaların üretilmesiyle düşüşe geçtiğini belirten Gedik, Edirne Kırmızısının üretilmesinde kullanılan kök boyanın Rubia cinsine mensup bir bitki olduğunu ve eski Mısırlılardan beri bilinen bir boya maddesi olduğunu ifade etti. Gedik sunumunda şu ifadelere yer verdi:

Trakya Üniversitesi ve Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi, Edirne Kırmızısı’nın elde edilmesi için gereken kök boya bitkisinin yetiştirilmesi için el ele verdi.

“Rubiaceae familyasına ait 450 cins ve 600 tür, Rubia cinsine ait ise 40 tür bulunmakta olup, bu cinsin köklerinden boya elde edilen türü Rubia Tinctorum’dur. Köklerde boya oluşumu, çimlenmenin ilk günlerinden itibaren başlar. Rubia Tinctorum, antrakinon türevleri ve bunlardan en önemlisi alizarini içeren kök boya kaynağı olarak bilinmektedir. Sentetik ürüne karşı doğala özlem duyulan günümüzde, eskiden Edirne Kırmızısı’nın üretildiği ana hammadde olan kök boya bitkisinden yeni ve modern yöntemlerle püskürtmeli kurutucu kullanılarak rengin mikrokapsüle edilerek uzun süre stabil kalması ve kozmetik, ilaç, gıda, tekstil gibi pek çok alana uygulanabilir olması hedeflenmiştir.”

Sempozyumun ikinci oturumunda İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Recep Karadağ ‘Türk Kırmızısı Reçetesi, Patent ve Sanayi Ölçeğinde Yeniden Üretimi’, Romanya Ulusal Tarih Müzesi’nden Dr. Irina Petroviciu ‘Romanya Koleksiyonlarından Doğuya Özgü Kumaşlarda Kırmızı Boyalar’ ve Trakya Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu’ndan Dr. Öğretim Üyesi Nilgün Becenen de ‘Neden Edirne Kırmızısı?’ başlıklı sunumlarını yaptı.

“Türk Kırmızısı Reçetesi, Patent ve Sanayi Ölçeğinde Yeniden Üretimi’ başlıklı sunumunda İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Recep Karadağ, Türk Kırmızısı olarak da bilinen Edirne Kırmızısının özel bir yöntemle boyanan bir renk olduğunu belirtti. Edirne Kırmızısı renginin çok kompleks bir boya prosesine sahip olduğunu ve 38 basamaktan oluştuğunu ifade eden Karadağ, rengin tarihsel gelişiminden bahsettiği sunumunda Edirne Kırmızısı renginin özel bir reçetesi olduğunu belirtti.

‘Romanya Koleksiyonlarından Doğuya Özgü Kumaşlarda Kırmızı Boyalar’ başlıklı bir sunum gerçekleştiren Romanya Ulusal Tarih Müzesi’nden Petroviciu, Romanya’nın İslam dünyasından sonra en zengin Türk halısı koleksiyonuna sahip olduğunu belirtti. Romanya’da yaklaşık 600 adet kilim ve halı türünde ürün bulunduğunu ve bunların 400’den fazlasının 15’inci ve 18’inci yüzyıllar arasındaki döneme ait olduğunu ifade eden Petroviciu ‘Romanya Ulusal Müzesinde birçok kilim incelemeleri, özellikle de kırmızı kök boya çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucu

Edirne Kırmızısı üretiminde kullanılan doğal kök boyasının sentetik boyadan çok daha dayanıklı olduğu gözlenmiştir’ diye konuştu.

Trakya Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu’ndan Dr. Öğretim Üyesi Nilgün Becenen ‘Neden Edirne Kırmızısı?’ başlıklı sunumunda Edirne’nin kök boya üretimi ile kırmızı renge marka kent olarak dünyaya nam saldıığını ifade etti. Becenen sunumunda şu ifadelere yer verdi:



“Türk tekstil boyamacılığının tarihi incelendiğinde, bitkilerden kırmızı renk elde edilmesinin doğal boyamalarda önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Ancak zaman içinde yaşanan değişimler, sentetik boyarmaddelerin keşfi, doğal boyamaların gerilemesine ve yok almasına yol açmıştır. Değişen bu tekstil boyama endüstrisi günümüzde temiz su kaynaklarının en önemli kirleticisi durumuna gelmiştir. Kumaş boyama işlemlerinin toksik olmayan, sürdürülebilir yollarla ekolojik üretime dönüşmesi zorunlu bir hal almıştır. Trakya Üniversitesinin öncülüğünü yaptığı ve her türlü desteği verdiği, Edirne’nin tarihinde var olan ancak unutulmuş, bitkisel boyacılığı yeniden gündeme getirerek, tekstil

ürünlerinin renklendirilmesinde kullanılması, tekstil sanayiine kazandırılması ekoloji ve ekonomi açısından son derece önemli.”

Kök boya bitkisi Rubia Tinctorum’un yetiştirilmesi ve çoğaltılması

Trakya Üniversitesi, Edirne Kırmızısı Stratejik Planı kapsamında bilimsel-akademik çalışmaların ikincisi için harekete geçti. Edirne Kırmızısı üretiminde kullanılan bir kök boya bitkisi



olan Rubia tinctorum’un Edirne topraklarında yetiştirilerek çoğaltılması için girişimlere başladı.

Bitkinin yetiştirilerek bahar döneminde çoğaltılması amacıyla, Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (NGBB) yetkilileriyle irtibata geçerek bitkinin üniversite bünyesine kazandırılması sağlandı.

Konuyla ilgili açıklama yapan Trakya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu, Edirne ve civarında yetiştigi bilinen kök boya bitkisinin uygun koşullarda incelenmesi ve çoğaltılması için Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi ile güzel bir işbirliğine imza attıklarını belirterek, “İleriki dönemde bitkinin daha geniş bir araziye yayılması

için akademisyenlerimiz ve araştırmacılarla birlikte, Edirne ve çevresinde saha taraması yapacağız. Nihai hedefimiz, Edirne iklimine uygun koşullarda yetiştigi bilinen bu bitkinin tekstil üretiminde kullanılarak Edirne ekonomisine eskiden olduğu gibi katkı sunması. Yapılacak güzel işbirlikleri sayesinde rengi sadece bilimsel, kültürel ve sanatsal olarak değil, işin ticari boyutunu da düşünerek kent ekonomisine kazandırmalıyız” dedi.



Köklerinden alizarin ve parparin adlı boyar maddelerin elde edildiği Rubia tinctorum bitkisini, bünyesindeki seralarda yetiştirmeye başlayan Trakya Üniversitesi, proje çalışmalarıyla bitkinin bölge şartlarındaki tarımsal potansiyelini ortaya koymayı amaçlıyor. Trakya Üniversitesi Havsa Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Mustafa Tan tarafından planlanan proje ile Rubia tinctorum bitkisinin Edirne şartlarında üç yıllık bir süreyle büyüme-gelişme, verim

ve köklerindeki boya miktarının belirlenmesi amaçlanıyor. Prof. Dr. Mustafa Tan çimlendirmeyi hızlandırmak ve hasat süresini kısaltmak için çalışmaya başladıklarını ifade etti.

Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü’nün, Karaağaç Mahallesi’ndeki deneme tarlasında düzenlenen törende, rengi veren Rubia tinctorum bitkisinin tohumları ekildi. Edirne Valisi Ekrem Canalp, törende yaptığı açıklamada, tarihte kalmış Edirne Kırmızısını tekrar canlandırmayı hedeflediklerini belirtti ve yaygın kullanım alanı olacağını vurguladı.

Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması

Edirne Kırmızısı rengine kurumsal bir kimlik kazandırmak adına çalışmalarını sürdüren Trakya Üniversitesi, hem renkle hem de şehirle özdeşleşen, rengin



kimliğini ön plana çıkaracak bir logo belirlemek üzere, Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması düzenledi. 400’den fazla eser sahibinin 703 çalışma ile başvurduğu yarışma sonucu kazanan eser, Edirne Kırmızısı renginin yeni logosu olarak belirlendi. Jüri üyelerinin titizlikle yaptığı değerlendirmeler sonucu yarışmanın kazananı, Özkan Keçili’ye ait tasarım oldu.

Yararlanılan Kaynaklar:
Trakya Üniversitesi Edirne Kırmızısı Haberler
<https://edirnekirmizisi.trakya.edu.tr>

AB'nin Yeni Tüketici Gündemi

Avrupa Komisyonu, önümüzdeki dört yıl içinde odaklanacağı Yeni Tüketici Gündemi'ni Kasım ayında açıkladı. Amaç; yeşil ekonomi, dijitalleşme ve küresel salgın üçgeninde Avrupalı tüketiciyi güçlendirmek ve haklarının korunması sağlamak.

TUBA KOBAŞ HUVAJ / TTSİS ARAŞTIRMA MÜDÜRÜ

AB Komisyonu'nun bu yıl ortaya koyduğu Yeşil Mutabakat'ın (Green Deal) Avrupa Birliği (AB) tarihinin en kapsamlı dönüşüm paketlerinden biri olduğu söylenebilir. Bu girişim

kapsamında; tüm endüstrilerin daha çevreci bir üretime geçmesi, AB tüketim pazarının sürdürülebilir olmayan ürünlerden tamamen temizlenmesi ve nihayetinde 2050 yılında yüzde

100 karbon-nötr bir ekonomiye geçiş öngörülüyor.

Küresel düzeyde büyüklüğü 1.9 trilyon doları, AB'de ise 500 milyar doları bulan tekstil-hazır giyim-ayakkabı gruplarından oluşan

moda pazarı, tüketim ürünleri arasında en büyük paylardan birine sahip; bu sebeple karbon ayak izi çok yüksek ve Yeşil Mutabakat'ın en çok etkileyeceği sektörlerden biri.

'Yeşil Aklama' ile mücadele

AB Komisyonu'nun Yeni Tüketici Ajandası kapsamındaki en önemli mücadelelerden biri Yeşil Aklama'ya (Greenwashing) karşı veriliyor. Greenwashing markaların, yeşil vaatlerle

gönlümüzü çelmesine verilen isim. Bilinçlenen tüketicinin, sürdürülebilir ürünleri tercih ettiği ve hatta bu ürünlere daha çok para ödemeye istekli olduğu günümüz alışveriş ortamında hemen her gün bir markanın 'eko', 'organik', 'yeşil', 'doğa dostu', 'biyoçözünür', 'vegan' bir koleksiyon lansmanıyla karşı karşıya kalıyoruz. 'Geri dönüştürülmüş plastik şişeden' elbisemizi, 'okyanuslardan toplanan çöplerden' üretilen ayakkabımızla kombinleyerek,

üstelik bu alışverişimizin belli bir kısmıyla ormanların korunması fonuna bağış yaparak, karbon ayak izimizi sıfırladığımıza inanıyoruz ya da inandırılıyor. Oysa, aldığımız 'geri dönüştürülmüş plastikten' elbise istediğimiz renge boyanırken ne kadar su harcandığını, ayakkabıda kullanılan malzemenin yüzde kaçının vaat edilen 'okyanus çöpünden' oluştuğunu gerçekten bilmiyoruz. Bazı markalar sürdürülebilirlik hedeflerini ve süreçlerini açık, şeffaf, net bir şekilde ilan edip, bilimsel çalışmalara ciddi bütçeler harcarken; bazı markalar bunu bir pazarlama taktiği olarak kullanıp kârlarını katlıyor.

Yeni Tüketici Ajandası, Yeşil Aklama'ya (Greenwashing) yani markaların yeşil vaatlerle gönlümüzü çelmesine karşı mücadele veriyor.

Yeni Tüketici Gündemi'yle tüketicinin bu tür yanıltıcı vaatlere karşı korunması; etiketler, RFID (radyo frekansı ile tanımlama), karekod gibi teknolojilerle ürünün üretim süreçleri, özellikleri ve hatta ömrünü tamamladıktan sonraki geri dönüşüm süreciyle ilgili doğru bilgiye ulaşması ve



'güçlendirilmesi' temel hedef. Ürünü satan markalar ise gerek minimum yasal zorunluluklar, gerekse bunların ötesindeki gönüllü taahhütlere yönelik doğru ve şeffaf bilgi paylaşımına teşvik edilecek; tüketiciyi yanıltıcı bilgi vermeleri engellenecek.

Avrupa Parlamentosu, 'tüketicinin korunmasının yanı sıra, toplumda tamir ve yeniden kullanma kültürünün oluşması için önlem önerileri'ni açıkladı.

Yeni Trend: Tamir Edilebilirlik

AB, uzun yıllardır tüketiciyi alışverişlerinde sürdürülebilirlik, geri ya da ileri dönüştürülebilirlik (upcycling), 'izlenebilirlik' (traceability) özelliklerini aramaya teşvik ediyor; üreticiye ise bu prensiplerle üretimi adım adım zorunlu kılıyor. Başlarda bu sözcükleri telaffuz etmekte dahi zorlanırken, artık epeyce içselleştirdiğimiz söylenebilir. Yeni Tüketici Gündemi ise 'tamir edilebilirlik' (repairability)



prensibine odaklanıyor.

Bu kavram, ürünlerin dayanıklılığı ve uzun süre tüketiciye hizmet etmesi için dizayn, malzeme seçimi ve üretim dahil olmak üzere tüm süreçlerin buna göre tasarlanması öngörülüyor. AB Komisyonu, tüketicilerin ürünleri tamir ederek daha uzun süre kullanmasını, böylece sürdürülebilirlik ve döngüsellüğün sağlanmasını teşvik edecek.

Bunu destekleyen bir adım da Avrupa Parlamentosu'ndan geldi. Parlamento, 25 Aralık'ta 'iş dünyası ve tüketiciler için

daha sürdürülebilir bir Tek Pazar' başlığıyla bir karar yayınlayarak 'tüketicinin korunmasının yanı sıra, toplumda tamir ve yeniden kullanma kültürünün oluşması için önlem önerileri'ni açıkladı. İkinci el ürün kullanımının finansal olarak desteklenmesi ve teşvik edilmesi, ürünlerin tamirinin kolaylaştırılması ve maliyetinin azaltılması, ürünlerin son ömrünü ve tamir sürelerini gösteren etiketleme sistemine geçilmesi gibi yenilikçi öneriler öne çıkıyor.

Bu tür uygulamaların dünyamız ve insanlık için çok faydalı olacağına şüphe olmamakla birlikte; en büyük tüketim ürün gruplarından tekstil ve hazır giyim açısından durum o kadar kolay değil. Sendikamızın da aralarında olduğu Avrupa Hazır Giyim ve Tekstil Konfederasyonu EURATEX üyeleri, böyle bir düzenlemenin sektöre etkilerini değerlendirmek üzere gündeme aldı. Tanımların doğru yapılmaması, sektörlerin kendilerine has üretim süreçlerinin dikkate alınmaması, farklı ürünlerin farklı karakteristik özelliklerinin göz ardı edilmesi gibi risklerin hem sektöre hem tüketicilere olumsuz etkileri olacağı not edildi. EURATEX, ilgili AB kurumları

ile çalışarak tekstil ürünlerinin tamirinin nasıl, kim tarafından ve hangi tesiste yapılabileceği, maliyet ve ürün güvenliği gibi sorumlulukları kimin üsteleneceği gibi sorulara cevap arayacak.

Dijital dünyada tüketici hakları

AB Komisyonu'nun Yeni Tüketici Gündemi, e-ticaret yoluyla ve sosyal medya üzerinden alışverişleri de gözden geçiriyor. Moda sektöründe zaten hızla artmakta olan online alışverişin payı, pandemi koşulları sebebiyle beklenenin çok daha üstünde bir yükselişe geçti. 2019'da dünyada 500 milyar doları geçen online tekstil-hazır giyim-ayakkabı-aksesuar alışverişinin, 2025'te 1 trilyon doları bulması bekleniyor. Üstelik artık sadece e-ticaret siteleri üzerinden değil, sosyal medya aracılığıyla da kolayca alışveriş yapılabilir. Takipçi sayısı yüksek olan sosyal

medya kullanıcıları, markalarla yaptıkları işbirlikleri ve reklam anlaşmaları kapsamında, takipçilerini önerdikleri ürünlere hızlı bir bağlantıyla yönlendirebiliyor. Dünya ticaret tarihi düşünüldüğünde hayli yeni olan bu alışveriş yönteminde, alıcı ve satıcının hakları ve tüketicinin korunması konularında hukuki olarak hâlâ pek çok boşluk bulunuyor.

AB Komisyonu'nun Yeni Tüketici Gündemi, e-ticaret yoluyla ve sosyal medya üzerinden alışverişleri de gözden geçiriyor.

Yeni Tüketici Gündemi işte bu belirsizlikleri de ele almayı hedefliyor. Bundan böyle; özellikle salgın döneminde yaşamı kolaylaştıran ve konforu artıran e-ticarette; adil olmayan ticari uygulamalar, gizli ve

yanıltıcı reklamlar, tüketicinin davranışlarını izleyerek karar alma süreçlerini etkileyen yapay zekâ algoritmaları mercek altına alınacak. Buna bağlı olarak ürün güvenliği, finansal hizmetlerin pazarlanması gibi e-ticaretle dolaylı olarak ilişkilendirilebilecek mevzuat da gözden geçirilecek.

E-ticaretin bireysel tüketici ürünlerinin yurt dışından getirilmesini kolaylaştırmasıyla, 2014'te yüzde 17 olan AB dışından alışveriş, 2019'da yüzde 27'ye yükseldi. Bu da satıcı güvenilirliği ve ürün güvenliği sorularını beraberinde getirdi. AB Komisyonu, bireysel online alışverişte en önemli satıcılardan biri olan Çin ile bir eylem planı için işbirliği yaparak ürün güvenliğini garanti etmeyi de hedefliyor. Böylece, AB pazarının adil olmayan ticaret uygulamaları ve güvenli olmayan ürünlerden de temizlenmesi öngörülüyor.

Yeni öneriler

Elektronik atıklar da AB'nin gündeminde. 2016'da dünyada 50 milyon metrik ton elektronik atık oluştu. Dünya genelinde kişi başı elektronik atık miktarı yıllık ortalama 6 kilogram iken, bu rakam AB'de 16.6 kilogramı buluyor. Bunda elektronik ürünlerin ömürlerinin kısa olması büyük bir rol oynuyor. Toplumda sıkça tartışılan, özellikle akıllı telefonların belli bir süre sonra fiziksel olarak kullanılabilir durumda olmasına rağmen yazılımlarının güncellenememesinden dolayı atıl duruma gelmelerinin önüne geçecek düzenlemeler de Parlamento'nun öneriler arasında yer alıyor. AB'de ayrıca, elektronik atık miktarını düşürebilmek için telefon, tablet gibi elektronik cihazların ortak şarj adaptörüne sahip olması gerektiği de uzun bir süredir tartışılıyor. Zira, farklı marka ve modellerin birbirlerinden değişik şarj girişlerine sahip olması, elektronik ürün kullanımını ve dolayısıyla atığını artıran bir durum.



Kimyasalların ithalatında neler değişecek?

Sektörümüzü yakından ilgilendiren Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması Yönetmeliği'ne ilişkin bilgilendirme semineri geçtiğimiz 10 Aralık'ta Sendikamız ev sahipliğinde gerçekleştirildi.



Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Kimyasallar Yönetimi Dairesi Başkanlığı, Çevre ve Şehircilik Uzmanı Dilek Erkan; TTSİS Genel Sekreteri Av. Başar Ay.

Avrupa Birliği'nin (AB) çevre ve insan sağlığını korumaya yönelik belki de en kapsamlı düzenlemelerinden biri, ülkemizde de imalatçılarımızın aşına olduğu REACH Direktifi. Kimyasal maddelerin etap etap kaydı, değerlendirilmesi, izni ve kısıtlanmasını öngören bu mevzuat, yürürlüğe girdiği 2007 yılından beri, endüstriye etkileri değerlendirilerek çeşitli revizyonlara uğradı. REACH 'Veri yoksa, pazar da yok' prensibiyle, başlarda üreticilerin korktuğunun aksine, bir yasaklamayı değil, doğru bilgi paylaşımını hedefliyor. Bu düzenlemeyle, kimyasal maddelerden kaynaklı güvenlik riskinin yönetim sorumluluğu, bu maddeleri üreten, ithal eden ve kullanan sanayicilere yükleniyor.

Ülkemizin AB adaylığı kapsamında, REACH mevzuatına uyum amacıyla Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması Yönetmeliği 23 Haziran 2017'de Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmişti. Yönetmelik, endüstride hammadde olarak kullanılan pek çok kimyasalı kapsıyor. Uzun vadede, sisteme kaydı yapılmayan kimyasal maddeler piyasada bulunamayacağından, bunları kullanan imalatçılarımızın tedarikte sıkıntı yaşamaması için yönetmeliğin getirdiği düzenlemelere hakim olması gerekiyor. Ön kayıt süresinin dolacağı 31 Aralık 2020 tarihi öncesinde; Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'mızın yetkisi dahilinde olan bu konu hakkında bir bilgilendirme semineri gerçekleştirdik.

Yardım Masası'ndan bilgi alabilirsiniz:

KKDİK mevzuatıyla ilgili detaylı bilgiye Kimyasallar Yönetimi Daire Başkanlığı'na bağlı Kimyasallar Yardım Masası'ndan ulaşılabilir:

<https://kimyasallar.csb.gov.tr/YardımMasası>nda hangi sorulara cevap bulabilirsiniz?:

- Karışım içinde kullandığım kimyasal yönetmelik kapsamına giriyor mu?
- Tıbbi ürün imalatında

kullandığım kimyasal maddeyi kayıt etmeli miyim?

- Kimyasal atık, kimyasal madde sayılıyor mu?
- Kimyasal maddeyi Türkiye'de distribütörden alıyorum. Kayıt yükümlülüğüm var mı?
- Ön kayıt süresini kaçırdım. Artık bu kimyasal maddeyi üretemeyecek miyim?
- Kimyasal Değerlendirme Uzmanı istihdam etmeli miyim?



AB'de REACH mevzuatına göre, gerek üretici gerek ithalatçı olarak kimyasal madde sağlayıcıların, bu maddelerin özelliklerini ve insan sağlığına ve çevreye etkileriyle ilgili verilerini, Helsinki'de bulunan Avrupa Kimyasallar Ajansı'nda (ECHA) tutulan bir merkezi veri tabanına kayıt ettirmeleri gerekiyor. Ajans, kayıt sisteminin işleyişinden, tehlikeli kimyasalların değerlendirilmesinden ve tüketicilerin de ulaşabileceği bu açık veri tabanının operasyonundan sorumlu. Ülkemizde, bu veri tabanı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü'nce tutuluyor.

Yeni bir iş kolu: Kimyasal Değerlendirme Uzmanlığı

Kimyasal maddelerin kaydı sırasında istenen değerlendirmenin bir Kimyasal Değerlendirme Uzmanı tarafından yapılması gerekiyor. Bu kişinin Bakanlık onaylı bir eğitim kuruluşundan 64 saatlik teknik eğitim alması ve uzmanlığını akredite bir kuruluşça yapılan sınavla kanıtlaması gerekiyor. Beş yıl geçerliliği olan bu belgeye sahip Kimyasal Değerlendirme Uzmanları şirketin ürettiği/ithal ettiği kimyasal maddeleri risk açısından değerlendirerek Güvenlik Bilgi Formu'nu

doldurmakla sorumlu. Kayıt yükümlülüğü olan şirketler, ihtiyaçlarına göre kendi bünyelerinde bir Kimyasal Değerlendirme Uzmanı istihdam edebilecekleri gibi, dışarıdan danışmanlık hizmeti de alabilir.

Tekstil imalatçıları neleri bilmek zorunda?

Tekstil imalatında kullanılan, boya ve terbiye maddeleri başta olmak üzere, pek çok hammadde KKDİK kapsamına giriyor. İmalatçılarımız bu maddelerin ithalatlarını kendileri yapıyorlarsa, gerekli kayıtları yapma konusunda sorumlulukları bulunuyor. Bu maddeleri yurt içinde bir üretici/ithalatçı/distribütörden temin eden imalatçılar 'alt kullanıcı' olarak tanımlanıyor ve sadece bilgi akışı sağlamakla yükümlü. Maddenin ne şekilde kullanıldığı, başka hangi maddelerle karıştırıldığı, insan sağlığı ve çevreye olası etkileri, alternatiflerinin bulunup bulunmadığı gibi bilgiler, ihtiyaç halinde alt kullanıcılardan alınabilir.

Bu maddelerin tedarikinde sorun yaşanmaması ve üretim süreçlerinin etkilenmemesi için, tekstil imalatçılarına KKDİK mevzuatıyla ilgili bilgi edinmeleri, tanımlara hakim olmaları, kayıt takvimini izlemeleri ve kimyasal madde tedarikçilerinin gerekli kayıtları yapıp yapmadıklarını takip etmeleri tavsiye edilebilir.

Hedef: Alternatif bulmak için yenilikçi üretim

AB'de REACH ve ülkemizde KKDİK mevzuatının tek amacı kimyasal maddelerin kaydını tutmak ve belirli bir tonajı aştığında kısıtlamak değil, aynı zamanda tehlikeli maddelerin daha uygun alternatiflerinin bulunabilmesi için sanayide araştırma-geliştirme

ve inovasyonu teşvik etmek. Böylece uzun vadede piyasanın riskli ürünlerden temizlenmesi amaçlanıyor. Bu sebeple, belirli aralıklarla endüstrilere etkileri ölçülüyor. İmalatçıların kullandıkları bu kimyasal maddelerin alternatiflerinin bulunup bulunamayacağı, maliyetlere ve üretim süreçlerine etkilerinin ne olacağı, uluslararası rekabetin ve iç pazarın ne şekilde değişeceği değerlendiriliyor. Böylece insan ve çevre sağlığıyla, rekabetçi AB pazarı şartları arasında bir denge gözetilmeye çalışılıyor. Yapılan değerlendirme çalışmaları sonucunda yönetmelik etap etap devreye giriyor ve sanayicilerin değişikliklere hazır ve adapte olmaları için süre tanınıyor.

KKDİK TAKVİMİ

31 Aralık 2020:

Ön kayıt süresinin dolduğu tarih.

2021-2024:

Kesin kayıtlar başlıyor. Ülke içinde üretilen ya da ithal edilen ve miktarı yılda 1 tonu geçen kimyasal maddelerle ilgili tüm verileri içeren kayıt dosyaları Kimyasal Kayıt Sistemi'ne kaydedilecek. Kaydı yapılan maddeler Bakanlık tarafından değerlendirilecek. İzne ve kısıtlamaya tabi olmasına karar verilen maddeler belirlenecek ve aday ve kesin listeler yayınlanacak.

2024 sonrası:

Kayıtlı olmayan kimyasallar piyasaya sunulamayacak. İnsan ve çevre sağlığı için yüksek risk teşkil eden maddeler tamamen yasaklanabilecek.



HER SEZONDA YENİ BİR DÜNYA OUTKAST PEOPLE

İddialı ve zamansız parçalarıyla özgün ve niş bir beğeniye hitap eden OUTKAST PEOPLE markasının kurucusu ve kreatif direktörü Emre Aktuna şu günlerde İlkbahar/ Yaz 2021 koleksiyonunun heyecanını yaşıyor. Aktuna, markasının tasarım kodlarından, tüm süreçlerdeki titizliğine, sürdürülebilirlik adımlarından, Türkiye'deki üretim avantajlarına farklı konularda sorularımızı yanıtladı.

Design House London isimli İngiliz tasarım stüdyosunda River Island ile başladığınız kariyer yolculuğunuzda New Look, Dorothy Perkins, Top Shop gibi büyük kitlelere ulaşan markaların koleksiyonlarını tasarladınız. Bu dönemi üretim ve hammadde erişimi, özellikleri açısından Türkiye'deki şartlarla kıyasladığınızda nasıl farklar görüyorsunuz?

Türkiye, hem kumaş yelpazesi hem üretim kapasitesi anlamında İngiltere'nin high street markalarına fason üretim yapan öncü ülkelerden. Tekstil teknolojisine yatırım yapan bir ülkemiz. Öte yandan İngiltere ile kıyasladığımda burada gördüğüm eksiklik, 'kalifiye donanım' diyebilirim. Zanaatkâr ustaların, ekonomik anlamda zorlandıkları için küçük işletmelerini kapatıp, sektör değiştirdiklerine pek çok kez şahit oldum. Dolayısıyla bir yandan teknolojiye yatırım artarken, zanaatkârın da kıymetinin bilinmesi gerektiğini düşünüyorum.

Kendi markanızı kurmaya nasıl karar verdiniz?

Aslında çalıştığım yerde kariyerim çok iyi yönde ilerliyordu; tasarım ve üretimin yanı sıra pazarlama ve satış sürecine de dahil olmaya başlamıştım. "Danimarkalı bir arkadaşımın kendi kurduğu markasının Londra Moda Haftası'nda gerçekleştirdiği sunumu beni aniden tetikledi"

diyebilirim. Milano'ya master'a gittiğim sırada, hayalimin bir gün kendi markamı kurmak olduğunu hatırladım ve istifa ederek home office çalışmaya başladım. Bir yandan marka hazırlıklarına başlarken, diğer yandan serbest olarak tasarım işleri almaya devam ettim.

Marka kimliğinize bakınca, müzik, tarih, sanat, antropoloji

hatta kelimelerden ilham aldığınızı görüyoruz. Peki OUTKAST PEOPLE ürünlerinin enerjisini bir hedef kitleyle eşleştiriyor musunuz? Markanızın tarzı hangi kültürlerle daha yakın gelebilir?

Elbette, markanın çok ciddi bir hedef kitlesi var. İsminden ve tavrından da belli olacağı üzere geniş kitlelere hitap eden bir beğeni anlayışının aksine, çok daha niş ve özgün bir tasarım anlayışına sahip.

"Türkiye kumaş konusunda derya deniz"

Aradığınız materyalleri yerli üretimde bulabiliyor musunuz?

Özellikle doğal içerikli

Emre Aktuna



malzemelerin büyük kısmını yerli firmalardan rahatlıkla temin edebiliyorum. Metal aksesuarlar ve imitasyon kürkler gibi özellikli malzemeleri tamamen ithal kullanıyorum.

Farklı kumaşlarla çalışan bir tasarımcı olarak Türkiye’de üretim yapmak nasıl bir avantaj sunuyor?

Türkiye kumaş konusunda derya deniz. Her tarzda ve özellikle malzemeyi ya üretiyoruz ya da hammaddesini ithal edip işliyoruz. Dolayısıyla her sezon fuarların yanı sıra, iç piyasaya çıkıp kumaş araştırması yapmak benim ufkumu açıyor, her seferinde yeni bir şeylerle tanışma fırsatı buluyorum.

Dünyanın değişen düzeninde üretim süreci

Modayı iki boyutlu olarak, ekranlardan görüp tüketmeye başladıkça materyal ve üretim kalitesini tüketiciye aktarmak zorlaştı mı?

“Türkiye kumaş konusunda derya deniz. Her tarzda ve özellikle malzemeyi ya üretiyoruz ya da hammaddesini ithal edip işliyoruz.”

Bizim müşteri kitlemiz, kullandığımız materyalin yanı sıra kalıplarımızla da genel olarak aşk yaşıyor. Dolayısıyla bu süreç aslında hepimizi biraz daha kapsamlı sunumlarla ve güçlü görsel tanımlarla son tüketicimize ulaştırma yolları aramaya itti. **Tasarımdan vitrine her aşamada dahil olduğunuz koleksiyon sürecinde en keyifli faz hangisi?**

Konsept oluşturma ve tasarım



süreci tabi ki en keyifli kısmı. Her sezon yeni bir dünyaya girdiğimi hissediyorum. **Sürdürülebilirlik, her sorumlu markanın kitabına girdi, OUTKAST PEOPLE üretim ve tasarım süreçlerinde bu konuyu nasıl ele alıyorsunuz?** Elimden geldiğince doğal malzemelerin peşindeyim. Örneğin bu yaz sezonunda kullandığımız tüm kumaşlar doğal elyaflı; desenler dijital yöntemle yüzde

100 doğal içerikli kumaşlar üzerine basıldı. Polyester ürünlerde geri dönüşümlü polyesteri tercih etmeye çalışıyorum. Her bir ürünün uzun ömürlü, yüksek kaliteli olması konusunda çok hassasım. Zaten deseninden düğmesine tüm süreci bizzat yönettiğim için ürünlerin, sahiplerine uzun yıllar eşlik etmesi öncelikli hedefim. **Pandemi sürecinde yeni bir koleksiyon (SS21) üretmek**



nasıl bir deneyimdi?

Gerçek bir ‘challenge’ diyebilirim. Tüm üreticilerimiz yanı zamanlı çalışmaya başladı, sipariş ettiğimiz malzemelerin teslim süreleri normalin üç-dört katı uzadı. Ancak böyle bir dönemde bile beni yalnız bırakmayan ve canla başla çalışan, çok sıkı bir ekibim var. Hepimiz gerçekten çok çaba sarf ettik bu süreçte ve her biri el emeği ürünlerimiz askıdaki yerini aldı. Şu anda SS21 sezonunun üretimini



“Polyester ürünlerde geri dönüşümlü polyesteri tercih etmeye çalışıyorum. Ürünün uzun ömürlü, yüksek kaliteli olması konusunda çok hassasım.”

yapıyoruz, Şubat itibarıyla mağazalarda olacak. **Daha az tüketmeye yöneldiğimiz dünyada ‘bir kent göçebesi’ olarak**

tanımladığınız markanızın tasarım kodları, sizce tüketiciye en çok hangi açıdan hitap ediyor?

Bana göre OUTKAST PEOPLE ürünlerinin her biri, ulaştığı kişinin bir şekilde vazgeçemediği ‘o parça’ haline geliyor. Ve zamanının önünde olduğu için gün geçtikçe daha çok kıymeti biliniyor. “Hem iddialı, hem de zamansız olması en çok tercih edilme sebebi” diyebilirim.

Dünyanın çevresinde filmlerle seyahat

Her bir film, küçük bir seyahat çantası gibidir. Onu elimize alır ve bizi istediği yere götürmesine izin veririz. Gönül rahatlığıyla seyahat edemediğimiz bugünlerde, gelin, filmlerin yol arkadaşlığında şehir şehir dolaşalım.



'Star Wars' ile dünya turu TUNUS, GUATEMALA, NORVEÇ, KALİFORNİYA, İTALYA, İSPANYA, TAYLAND

Star Wars'un konusu çok uzak bir galakside geçiyor olabilir; ama 1977'de çekilen ilk filmdeki Luke Skywalker'ın gezegeni Tatooine, bildiğimiz Tunus'tan başka bir yer değil. Hatta genç Skywalker'ın mağarayı andıran evi, bugün Matmata kasabesindeki The Sidi Driss adında otantik bir otel. Galaksinin her köşesinden gelme müzisyenlerin çaldığı Mos Eisley Cantina ve Ben Kenobi'nin evleri de Ajinn kentinde.

İmparatora karşı ayaklanan asilerin, Yavin gezegeninin dördüncü uydusundaki sığınağı ise dev Maya tapınaklarının yağmur ormanlarının içinden yükseldiği Guatemala'daki mistik Tikal şehri harabeleri. 1980 yapımı İmparator adlı ikinci filmin, buz gezegeni Hoth'da geçen sahneleri ise Norveç'in Finse kentindeki Hardengerjokulen Buzulu'nda çekilmiş. Buraya kış aylarında sadece trenle ulaşılabilir ve şehrin ötesinde büyük bir donmuş göl uzanıyor. 'Jedi'nin Dönüşü' adlı dördüncü filmdeki ayı yavrularına benzeyen Ewok'ların yaşadığı Endor gezegeni Kaliforniya'daki Redwood Ormanı. Burada E.T. ve Jurassic Park'ın da bazı sahneleri çekilmiş. Nispeten yakın zamanda çekilen ve daha önceki bir dönemi kapsayan yeni 'Star Wars' üçlemesinin ilk filmi 'Gizli Tehlike' için ekip yeniden Tunus'a dönmüş. Anakin'in çocukken yaşadığı köle mahallesi, Medenine şehrindeki bir tahıl ambarı. Kraliçe Amidala'nın sarayının olduğu

Naboo gezegeni ise İtalya'nın Napoli şehri. Sarayın içinde geçen sahneler nefes kesen mermerlerle döşenmiş Palazzo Reale'de çekilmiş. 1752'de Napoli Kralı III. Charles'ın adına yaptırılan bu barok saray, Napoli'den trenle yarım saat uzaklıktaki Caserta kasabasında bulunuyor. Sarayın içi Ron Howard'ın yönettiği 'Melekler ve Şeytanlar'da ve Tom Cruise'un oynadığı 'Görevimiz Tehlike 3'te de Vatikan olarak kullanılmış. Anakin ve Padme'nin ilk kez öpüştüğü göl manzaralı villa ise İtalya'nın kuzeyindeki Como Gölü'nün kıyısında. Lenno kasabesindeki bu lüks villanın adı Villa del Balbienello ve halka açık. 'Sith'in İntikamı'na geldiğimizde, filmin çekildiği yerler de giderek korkunçlaşıyor. Obi Van Kenobi ve Anakin Skywalker'ın düellosuna sahne olan cehennem Mustafar gezegeni, volkanik Etna Dağı'nın eteklerinde yaratılmış. Tüm jedi'ların öldürülmesiyle sonuçlanan 66'ncı Emir'in gerçekleştirildiği ormanlık Kashyyyk gezegeni ise Tayland'ın turistik Phuket şehrinde bulunuyor.





New York'un yeraltı dünyası

En iyi New York filmleri mi? Unutun gitsin! Buraya sığması için birçok iyi filmi elemek zorunda kalırsınız ve sonuçta bu bir pizzayı çatal ve bıçakla yemek kadar büyük bir suçtur. Aşağıdaki listeyi ilgili sorunuz olursa New York'lu gibi tepki verin yeter.

Baba I: 1950'li yıllardaki New York gangsterlerinin hayatına klasik bir bakış atan ilk film, şehri, varlıklı kesimden işçi sınıfına kadar dilim dilim gösteriyordu. Filmin başındaki düşün sahnesi için Staten Adası'ndaki Emerson Hill'de bulunan bir malikâne kullanılmıştı. Michael Corleone ve Kay'in kaldığı otel Fifth Avenue'nun köşesindeki St. Regis Hotel'di. Don Corleone'nin, Little Italy mahallesindeki ilk zamanlarını da içine alan ikinci film ise 1920'li yıllarda göçmenlerin yaşamlarını yeniden yaratmıştı. Bu sahneler için East Village'daki Altıncı Cadde kullanılmıştı. **Taksi Şoförü:** Robert de Niro, bu filmde canlandırdığı taksi şoförü Travis Bickle rolünde öyle etkili ki, kadrage giren başka şeylere bakmak çok zordu. Gene de caz müziği eşliğinde 1970'ler New York'unun kirliliğini açık seçik gösteren yerler arasında 57'nci Cadde'yi ve kanlı çatışmanın yaşandığı East Village'daki pespaye apartmanı unutmak mümkün değil. **Woody Allen:** Hayır, bu bir film ismi değil. Ama neredeyse bütün Woody Allen filmlerinin (son dönemdekiler hariç) New York'ta geçtiğini düşünürsek, bu şekilde adlandırmak doğru olacaktır. 1979'dan 2005'e kadar çektiği filmler arasında, elbette en başta Manhattan ve Annie Hall gelir. Tabii bir de 'Hannah ve Kız Kardeşleri'. Woody Allen filmleri New York turist rehberi gibidir ve bize gidip görmemiz gereken yerler olarak şunları gösterir: Staten Island Feribotu, spiral şeklindeki Guggenheim Müzesi, Queensboro Köprüsü altında bir bank, Greenwich Village'daki John's Pizza, Carlyle Hotel'deki şık Cafe Carlyle, bir de Mia Farrow'un gerçek evi olan Central Park'ın batı yakasındaki 135 numaralı apartman var.

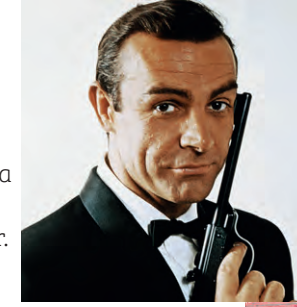
Harry Sally'yle Tanışınca: New York'ta geçen en romantik filmlerden biri hiç kuşkusuz başrollerinde Meg Ryan ve Billy Crystal'ın oynadığı bu film. "Nevrotik New Yorkluların arasındaki aşk en iyi nerelerde yaşanır?" diye merak ediyorsanız Cafe Luxembourg'u, Katz Delicatessen'de, Shakespeare and Co Kitapevi'ni, Metropolitan Museum of Art'ı ve Washington Square Park'ı deneyin. Harry ve Sally öyle yapmıştı.



James Bond'un mekânları

JAMAİKA, MIAMI, NEW ORLEANS, LUKSOR, METEORA, UDIAPUS, CADIZ, KARLOVY VARY, SIENA Ian Fleming'in 1953'te yarattığı ünlü İngiliz casus James Bond votka martini içer, Omega marka saat takar ve dünyayı gezer. Hem de ne gezmek! Onun gezdiği birçok yer hâlâ gizli ajanın adıyla anılıyor. Aralarında İstanbul'un da olduğu bu şehirlerin elbette en önemlisi serinin ilk filmi Dr. No'daki Jamaika. Geçtiğimiz 31 Ekim'de hayata veda eden Sean Connery'nin başrolünde olduğu bu filmde Bond, Port Royal'de kötü adamları arar, Mavi Dağlar'ın eteklerindeki Ochros Rios kasabasında bulunan Couples Sans Souci Otelinde kalır ve Crab Key adlı sahilde dalgaların arasından çıkan beyaz bikinili Honey Ryder'ı (Ursula Andress) gözetler. 1964 yapımı 'Altın Parmak'ta kaldığı Miami'deki Fontainebleau Hotel'in kendisi bile bir film yıldızı olarak gösterilebilir. Brian de Palma'nın 'Yaralı Yüz' adlı filminde Tony Montana (Al Pacino) bu otelin havuzunda serinlemiş, 'Bodyguard'da Kevin Costner, Whitney Houston'ı burada korumuştur. Roger Moore'un canlandırdığı Bond filmlerinin ilki olan 'Yaşamak İçin Öldür'de Bond, bir eroin kaçakçısının peşinden New Orleans'a gelir. Karnaval havası hissedilen eski şehirdeki timsah çiftlikleri hâlâ geziliyor.

1981 yapımı 'Yalnız Senin Gözlerin İçin' adlı filmdeki en etkileyici mekân ise hiç kuşkusuz Yunanistan'daki Meteora kasabası. Bir dağın tepesindeki Agia Triatha Manastırı, 14'üncü yüzyılda yapılmış bir Bizans eseri. Eski zamanlarda kayaların tepesindeki bu manastıra çıkmak için taşınabilir merdivenler kullanılırken, bugün buraya kayaya oyulmuş basamaklar ve rampalarla çıkış sağlanıyor. 1983 yapımı 'Ahtapot'taki yüzen saray sahnesi için ise Hindistan'daki Lake Palace Hotel kullanılmış. Tac Mahal üzerinden Udiapus şehrine gelen Bond, kraliyet saraylarının birinden devşirilmiş olan Hotel Shiv Niwas Palace'da kalsa da, filmin odak noktası Picola Gölü'nün üzerinde bir adaya kurulmuş Ahtapot'un kaldığı göl sarayıdır. Bond'u Daniel Craig'in canlandırdığı 'Casino Royale'deki lüks kumarhane, Çek Cumhuriyeti sınırları içinde kalan Karlovy Vary kasabasındaki Hotel Splendide. Bu filmdeki kitap raflarıyla kaplı lobi ise Prag'daki ünlü Strahov Manastırı. Bu gotik kütüphane daha önce de Johnny Depp'in oynadığı 'Cehennemden Gelen' adlı filmde kullanılmıştı. Serinin son filmi 'Quantum of Solace'ın çekildiği en etkileyici yerlerden biri de İtalya'daki Siena kasabası. Siena'nın çatılarındaki kovalamacı sahnesi ise insana farklı açılardan turistik bir şov sunuyor.



Beyaz perde İtalya'sız olur mu?

Roma Tatili: Audrey Hepburn ve Gregory Peck'in başrol oynadığı film, Roma'yı tanıtan bir turistik rehber gibi şehrin her yerini geziyor. **Postacı:** Napoli Körfezi'nin üstündeki küçük Procida kasabasında çekilen film, insanın içini sıcak Akdeniz havasıyla dolduruyor. **Melekler ve Şeytanlar:** Dan Brown'ın aynı adlı romanından uyarlanan filmde, Vatikan'da meydana gelen bir suç ve ardında yatan tarihi gizemleri Roma haritası üzerinden inceliyoruz. **Manzaralı Bir Oda:** E.M. Forster'in aynı adlı romanından uyarlanan film, genç ve bekâr İngiliz Lucy Honeychurch'ün, Floransa'ya tatile gelip, kendisini manzarasız bir odada bulmasıyla başlıyor. Filmin çekildiği Pensione Pertolini, bugün Hotel degli Orati adıyla konuklarını ağırlıyor.

Şimdi Bakma: Sonbahar ve kış aylarında ölü bir şehre dönüşen rutubetli Venedik, Nicolas Roeg'in tüyler ürpertici filmine de mozaik gibi bir arka plan oluşturmuş. Filmde restore edilen 'gizemli' kilise, Venedik'in en eski yapılarından biri olan San Niccolo dei Mendicoli Kilisesi.



Salzburg Symphony Chamber Orchestra

'Turkcell Platinum Istanbul Night Flight' konserleri dördüncü sezonunda dinleyicilerle buluşmaya hazırlanıyor. Volkswagen Arena'da gerçekleşecek seri, 22 Ocak Cuma günü saat 21.00'de dünyaca ünlü şef Jürgen Bruns yönetimindeki Salzburg Symphony Chamber Orchestra'yı ağırlayacak. Sınırlı sayıda dinleyiciyle buluşacak konsere katılmak isterseniz yerinizi şimdiden ayırtın. Konser sırasında pandemi koşullarına uygun önlemler alınacak. Misafirlerin mekâna gelmeden önce 'Hayat Eve Sığar' uygulaması, SMS ya da e-Devlet portalı üzerinden HES kodu alması ve girişte ibraz etmesi gerekiyor. Detaylı bilgi ve biletler Biletix.com'da.

KONSER



MÜZE GEZİSİ

Berlin Pergamon Müzesi

Dünyanın en önemli müzelerinden biri olan Pergamon Müzesi'ni sanal olarak gezebilirsiniz. Müzede sergilenen Babil, Uruk, Asur, Milet, Priene, Hattuşa, Yazılıkaya, Mısır, İslam coğrafyası ve Anadolu topraklarından çıkarılmış çok değerli eserleri profesyonel rehber Tülay Zeybek Özcan anlatıyor. Online gezi sırasında, uzun zamandır tadilat nedeniyle kapalı olan bölümde sergilenen Zeus Altar'ını da görme şansınız olacak. İki saat sürecek gezi için 21 Ocak Perşembe günü saat 11.00'e kayıt yaptırmayı unutmayın. Yayının gerçekleşeceği Zoom bağlantısı, 24 ile 48 saat öncesinden e-postayla paylaşılacak. Biletix.com

Kahve: Efsunlu İçeceğin Yolculuğu

Tarihçi Memet Ekinci'nin anlatımıyla online katılabileceğiniz etkinlik, kahvenin ortaya çıkışı, gelişmesi, tarihçesi, efsaneleri, küresel ekonomideki payı, türleri, yapımıyla ilgili bilgileri ayrıntılı olarak dinlemek isteyen herkese açık. 29 Ocak Cuma, saat 20.00'de gerçekleşecek ve iki saat sürecek online konferans sonrasındaki 30 dakikalık soru-sohbet bölümünde, merak ettiklerinizi eğitmene iletme şansınız var. Yayının gerçekleşeceği Zoom bağlantısı, kayıt yaptıranlara 24 ile 48 saat öncesinden e-posta yoluyla gönderilecek. Biletix.com



KONFERANS



EĞİTİM

İç mekân tasarımında kumaşlar

Ren Sourcing online moda ve tekstil eğitimleri kapsamındaki etkinlik, Zoom üzerinden yapılacak ve iki buçuk saat sürecek. 27 Şubat Cumartesi günü saat 11.00'de gerçekleşecek 'İç Mekan Tasarımında Kumaşlar' eğitiminde, iç mekân kumaşlarında kullanılan doğal ve sentetik liflerden başlayarak, dokuma ve örme kumaş üretim yöntemleriyle, kumaş boy ve baskı çeşitlerinden bahsedilecek, bazı ev tekstili kumaşları vurgulanacak. İç mekân tasarımına, dekorasyona ve ev tekstiline ilgi duyan tüm katılımcılara açık eğitim için herhangi bir ön bilgiye sahip olmaya gerek yok. Eğitim sonunda tüm katılımcılara online katılım belgesi verilecek. Katılım için gerekli bilgiler etkinlikten bir gün önce e-postayla gönderilecek. Biletix.com

Webrazzi E-Ticaret

2021 yılının ilk Webrazzi konferansı her yıl olduğu gibi Webrazzi E-Ticaret olacak. Her geçen gün büyümeye devam eden, Türkiye ve dünya çapında sürdürülebilirliği en yüksek internet trendi olarak adlandırılacak e-ticaretin yalnızca Türkiye'deki değil, küresel çaptaki temsilcileri, bu yıl yine Webrazzi E-Ticaret'te, sektör, trendler ve son gelişmelerle ilgili bilgi sahibi olmak isteyen herkesi bekliyor. 17 Şubat Çarşamba günü için şimdiden kaydınızı yaptırın. Biletler Webrazzi.com'da.

DİJİTAL ETKİNLİK

w'e-ticaret



DİZİ

The Undoing

Başarılı bir terapist olan Grace Sachs'ın hayatına odaklanan HBO mini dizisi The Undoing, son günlerin en çok öne çıkanları arasında. Jean Hanff Korelitz'in 'You Should Have Known' romanından uyarlanan The Undoing'ın başrollerini Nicole Kidman ve Hugh Grant paylaşıyor. Dizinin konusuna kısaca değinirsek; mutlu bir evlilik süren Grace'in hayatı, bir kazanın ardından kocasının kaybolmasıyla kabusu döner. Kendisini bir anda felaketler dizisinin ortasında bulan kadın, oğluyla birlikte yeni bir sayfa açmaya çalışır. Psikolojik gerilim türündeki dizi Bein Connect'te izlenebilir.



BELGESEL

Night On Earth

Dünyanın farklı köşelerinde yaşayan hayvanların, gecenin karanlığındaki gizli yaşamları... 2020'nin en çok konuşulan doğa belgesellerinden biri olan Night On Earth, günümüz teknolojisi sayesinde, aslanlardan yarasalara kadar pek çok hayvanın, karanlık köktükten sonraki sırlarını açığa çıkarıyor. Emmy ödüllü oyuncu Samira Wiley'nin anlatımıyla, içinde bulunduğumuz gezegene ve ev sahipliği yaptığı canlıların ilginç dünyasına bir kez daha hayran kalacaksınız. Netflix'te izlenebilir.



KİTAP

Yeni Yönetici

'İş dünyasında da değişmeyen tek şey değişimdir' fikriyle yola çıkan kitap, "Lider olma süreci heyecan verse de, sürekli öğrenmeye ve kendini geliştirmeye dayalı, zahmetli bir yolculuktur" diyor. Linda Hill, Michael Watkins ve Carol Walker gibi alanının öncü isimlerinin tavsiyeleri ve yönetim alanının en etkili uzmanlarının Harvard Business Review'den derlenen 10 makalesiyle, altın değerinde fikirler edineceksiniz.



EU'S NEW CONSUMER AGENDA

The EU has adopted the New Consumer Agenda to empower consumers vis-a-vis digital and green transitions. This new initiative aims at equipping the consumers with clear and comprehensive rights in an era of ever-rising e-commerce and the Green Deal, one of the largest industrial transition programs of the EU. Greenwashing is one of the major pillars of the new policy to protect consumers against misleading PR activities by over-using the labels like "organic, green, eco-friendly, vegan, bio-degradable, recycled, etc." to appeal customers. Such unfair marketing practices are increasing in the market where the customers with high environmental awareness are willing to pay higher prices for sustainable products. While some brands are highly investing into scientific studies for green transition and being transparent about their progress, some of them are merely using this as marketing tools to increase profit. The new regulation will combat such market practices by ensuring EU citizens have access to reliable information on the product, manufacturing processes and end-of-life processes.



The policy package also brings a brand new concept: repairability. Once we internalized the words like sustainability, upcycling, and traceability; repairability comes in as the new trend. It is based on the principle that the product to be designed and materialized in order to serve longer to the consumer. The Commission will promote "repair and re-use culture" in the European society and ensure sustainability and

circularity through giving financial support, easing the repair processes, launching labelling systems indicating the lifespan of the product. While this new principle would be more easily applied for electronic products, the European textile and apparel manufacturers already started to discuss if this is applicable and feasible for their industry. Last, but not least, the New Consumer Agenda also reviews the commercial practices from the consumer protection perspective in e-trade which boomed during the pandemic. The shopping platforms are no more limited to e-commerce websites, but also the social media now allows one-click shopping. The Commission aims to tackle online sellers that mislead the consumers with false information, artificial intelligence applications tracking the consumer behavior and manipulating decision making behaviors shopping habits. Ultimately, this whole new package aims to strengthen the consumers by providing transparent and reliable information about their consumption and to wipe out unsafe and unfair products from the European Single Market.

TTEA HOSTED REACH SEMINAR

REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) Regulation that is in force since 2007, can be considered as the most comprehensive legislation to protect environmental and human health in the EU. REACH requires all the chemicals used in the European market to be registered at the database hosted by the European Chemicals Agency (ECHA) based in Helsinki. The responsibility of the registration process lies with the provider of the chemicals, be it the manufacturer if it is produced in the EU or the importer. All the other industries, using the chemicals as raw material, are categorized as "user" and have the responsibility of providing the necessary usage data on the impact of these chemicals on human and environment health. According to "no data, no market" principle, the

chemicals that have no registration data at ECHA are not allowed in the EU market. The ultimate aim is having a risk-free European Market where there is public access to all data on the chemicals circulating in the market, while not compromising the availability of necessary consumption products. There, the legislation also promoted R&D activities to find alternative materials to those that are found risky. Within the harmonization of Turkish Law with the EU Law, REACH-equivalent legislation KKDİK entered into force in 2017 in Turkey. The Ministry of Environment and Urbanization is the authorized body to operate the database and audit the market vis-a-vis the chemicals. The pre-registration deadline is the end of 2020 when the final registration phase starts. The restriction of the high-risk

chemicals will start in 2024. KKDİK covers many chemicals that are used in manufacturing industries as raw material, including a large portion of textile dyes and other finishing materials. Therefore, TTEA urges the textile manufacturers to be well aware of their registration responsibilities -if any- or confirm with their chemicals suppliers that they completed the necessary processes. Otherwise, they may face the risk of shortage in the chemicals they are using in their manufacturing by 2024. The online seminar hosted on 10th of December by TTEA, brought the experts from the Ministry together with the members giving them the opportunity to learn about their responsibilities under this legislation. The Ministry's help desk for KKDİK is reachable at <https://kimyasallar.csb.gov.tr>





**Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

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