

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 453 - OCAK-ŞUBAT-MART 2022

Tekstil sektörü

2022'YE

temkinli girdi!
Dünyadaki belirsizlikler
tekstil sektörünü de
etkiliyor

**YEŞİL ENERJİYLE
HEDEF SIFIR
KARBON**

*Zamansız keşiflerin
vaktidir şimdi:*

BAKSI MÜZESİ

**FUARLAR
YENİDEN
KAPILARINI AÇTI**

*'Sürdürülebilir
Tekstil
Stratejisi'*

AÇIKLANDI

*Sinoplu kadınlar
UNDP'NİN
projesiyle
kooperatifleşiyor*

*Moda markaları
METAVVERSE
dünyasında ne
yapıyor?*



Değişime öncülük etmek



Değerli Okuyucumuz,

Geçtiğimiz yılın son çeyreğini değerlendirdiğimiz bir önceki sayımıza başlarken, sektörümüzün üretimde ve ihracatta üst üste dönemsel rekorlara imza attığını paylaşmıştık. Yıl sonu ihracatımızın ilk kez 30 milyar Dolar'ı geçeceğine dair öngörüler içeren haberlere yer vermiştik. Bugün kesinleşmiş ticaret rakamlarına bakarak mutlulukla söyleyebilirim ki; beklenen gerçekleşti ve 2021 yılı tekstil ve hazır giyim ihracatımız 34 milyar Dolar'ı buldu. Üstelik bunu, büyük bir kısmı pandemi kısıtlamalarıyla geçen, tedarik ve lojistik sorununun devam ettiği, küresel düzeyde artan enflasyonun tüketiciler üzerinde baskı oluşturduğu bir yılda başardık. Fakat öte yandan; büyüyen dış pazarlarımızın ve gittikçe gelişen ihracat performansımızın bu şekilde süreceğini varsaymak yanlış olur. En büyük pazarımız Avrupa Birliği, pazara giriş şartlarında oyunu kökten değiştiren değişiklikler yapıyor. Bir süredir gerek bu sayfalardan gerek gerçekleştirdiğimiz seminerlerle gelişini duyurduğumuz Yeşil Mutabakat çerçevesindeki düzenlemeler bir bir hayata geçiyor. Şu an çeşitli yasama aşamalarında olan 15'ten fazla düzenleme, tekstil ve hazır giyim üretiminin eskisi gibi olmaması gerektiğini söylüyor. Uzun süredir beklediğimiz AB Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi geçtiğimiz haftalarda açıklandı. Buna göre; bu değişikliğe direnen ya da adapte olamayan üreticilerin ürünleri 2030'dan itibaren AB pazarında yer bulamayacak. Bu Strateji Belgesi ile ilgili haberimizi bu sayıda bulabilirsiniz.

Fakat bu başarımız maalesef girdiğimiz yeni yılda tüm dünyayı şoke eden bir sıcak savaşın gölgesinde kaldı. Bir yandan yaşanan insanlık dramına, bir yandan da yıllardır korunan denge politikalarının çökmesine, dünyanın yeniden güvensiz ve güvenliksiz bir yer olmasına üzüldük. Öte yandan da bu savaşın enerji boyutunun ülkelerimize, endüstrilerimize, fabrikalarımıza, hatta hanelerimize olan etkisini gördük. Bugün Avrupa'nın en güçlü sanayi ülkeleri bile, enerjiye erişim kısıtları ve fiyatlardaki artışla üretimin durma ihtimalini konuşuyor, alternatif enerji kaynakları arıyor. Belki de bu yıkıcı gelişme, AB'nin bir süredir gündemde tuttuğu Yeşil Enerji Dönüşümü'ne ivme kazandırır. Bu sayımızda bu yeni enerji politikasını da mercek altına aldık.

İkinci yılını tamamladığımız pandeminin artık etkisini azalttığı artık bilim ve sağlık çevrelerince de kabul gördü. Aıştığımız hayata dönmemizin sinyallerini iş hayatından ulaşım, sosyal hayattan sağlığa kadar her alanda görmeye başladık. Sektörümüzün en önemli buluşma noktalarından fuarlar için de durum bu. Bir açıklanan, bir iptal edilen fuar takvimiyle dolu bir 2021'den sonra, bu yıl herkesin umudu PV, Fabric Start, Kingpins gibi fuarlara yeniden katılabilmek. Gerek bizim sektörümüze gerek fuar sektörüne 2022 beklenti ve planlarını sorduk, umut verici cevaplar aldık. Önce birkaç teknoloji tutkunu gencin hayali dediğimiz, sonra büyük yatırımcıların emlak satın aldığı bir ortama dönüşen Metaverse'te moda sektörü, seslerini Birleşmiş Milletler'e dahi duyurarak destek almayı başaran Sinop ve Ayancık'taki kadın kooperatiflerimizin emekleri ve çok daha fazlasını bu sayfalarda bulacaksınız.

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@tektilisveren.org.tr

Tekstil İşveren Dergisi

Ocak - Şubat - Mart 2022 Sayı: 453

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, Av. Buse Elmas, Tuba Kobaş Huvaj, İbrahim Kurtulan,
İrem Yılmaz, Gamze Kılınç, Güray 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.

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.



- 06 Aklımızda kalanlar**
- 10 Dünyada çalışma hayatı**
- 12 Tekstil sektörü 2022 yılına temkinli girdi**

Sektör temsilcileri, 2022'nin zor geçeceği uyarısında bulunsalar da, gerekli önlemler alındığında üretim ve ihracat hedeflerine ulaşılacağına öngörüyorlar.

- 20 Enerjide yeşile dönüş zamanı!**

Tekstil ve hazır giyim sektöründe sürdürülebilir üretim için öncelikle yeşil enerjiye dönüş projelerine ağırlık veriliyor.

- 28 Hasret bitiyor, fuarlar yeniden açılıyor**

Pandemi nedeniyle dijital ortamda yapılmak zorunda kalan fuarlar, salgının etkisini yavaş yavaş yitirmeye başlamasıyla yeniden fiziki ortama taşınıyor.

- 36 Metaverse evreninde yeniden şekillenen sektör: Tekstil**

Metaverse evrenindeki markaların sayısı hızla artıyor. Tekstil ve hazır giyim markaları bu hızı en yakından takip edenler arasında bulunuyor.

- 44 Avrupa Birliği Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi açıklandı**

Avrupa Komisyonu, üst düzey yetkilerinin katıldığı bir basın toplantısıyla Döngüsel Ekonomi Eylem Planı'nı açıkladı.

- 50 Ketene hayat veren kadınlar**

Sinop ve Ayancık'taki kadın kooperatifleri, sandıklarda kalan keteni ve onu işleme sanatını yeniden canlandırıyor.

- 56 Baksı'dan Çoruh'a zamansız keşifler...**

Baksı Müzesi, Çoruh Nehri'ne hâkim konumuyla doğaseverler için de bir nefes alma durağı. Özellikle bahar aylarında tabiat şenlenmiş, Çoruh da coşmuşken...



İhracatçı kendi ürününü, kendi şirketiyle taşıyacak

Pandemi sonrasında küresel ticarete yaşanan hızlı artış konteyner noksanlığına, gemi ve ekipman yetersizliğine, limanlarda sıkışmalara yol açarken, navlunlar da tarihi zirvelere ulaştı. Pandemi öncesi 2 bin dolar seviyesinde olan Uzak Doğu-Avrupa arasındaki bir konteyner navlunu 10 bin doların üzerine çıkarken, bu süreçte armatörlerin çeşitli gerekçelerle yansıttıkları cezalar, ihracatçıları ortak hareket etmeye yöneltti. Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, Ege Maden İhracatçıları Birliği Başkanı Mevlüt Kaya, Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Öztürk ve Meclis Başkanı Kenan Yalavaş, lojistik sektöründe yaşanan sorunları değerlendirmek üzere Ege İhracatçı Birlikleri'nde bir araya geldi. Tüm ihracatçıların ürünlerinin nakliyesi için ortak hareket edecekleri bir model üzerinde çalıştıklarını vurgulayan Eskinazi, "Ege Bölgesi'nin 28 milyar doları aşan ihracatının yüzde 55'i, deniz yoluyla yapılıyor. Günümüzde Türkiye'deki navlun fiyatları, İtalya'dan daha yüksek. Bu zinciri birlikte hareket ederek kıracağız. Yol haritamızı belirlemek için çalışıyoruz" dedi.



TÜSİAD'ın yeni Başkanı Orhan Turan

Türkiye Sanayici ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD) yeni başkanını seçti ve Orhan Turan, Simone Kaslowski'den bayrağı devraldı. TÜSİAD 52'nci Olağan Genel Kurulu'nda yeni yönetim de belirlendi. Buna göre Cevdet Alemdar, İzel Levi Coşkun, Fatih Kemal Ebiçlioğlu, Ozan Diren, Perihan İnci, Çağatay Özdoğru, Murat Özyeğin, Mehmet Tara, Serpil Veral, Elvan Ünlütürk ve Bedii Can Yücaoğlu Yönetim Kurulu'nda görev aldı. Seçimlerin ardından konuşan Turan, "Katılımcı demokrasiyi, laik hukuk devletini esas alarak, 'özgürlük kutsaldır' diyerek, rekabetçi piyasa ekonomisi, toplumsal refah ve sürdürülebilir çevre dengesinin benimsendiği bir ortama yönelik çalışmalarını sürdüreceğiz" dedi. ODE Yalıtım'ın Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, 2017-2019 dönemi TÜSİAD'da Denetleme Kurulu Başkanlığı yaptı, halen Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği'nde YK Başkan Yardımcılığı ve TÜRKONFED'de YK Başkanlığı görevlerini sürdürüyor. Sivil toplum kuruluşlarında görev alan Turan ayrıca Sabancı, Koç, Marmara ve Yıldız Teknik üniversitelerinde lisansüstü seviyesinde dersler verdi.

Doku Kumaş Tasarım Yarışması'nın başvuruları başladı

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) tarafından, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde, Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle düzenlenen Doku Kumaş Tasarım Yarışması'nın 2022 takvimi açıklandı. Dokuma, örme ve baskı kategorilerinin her birinde dereceye giren 10 finalistin projeleri hayata geçirilecek, ilk üçe girenlerse toplamda 900 bin TL para ödülü alacak. Kategori birincileri yurtdışında eğitim hakkı elde ederken her kategoride ilk 5'e girenler yurtdışındaki tekstil ve moda fuarını ziyaret edebilecek. Katılmak isteyenlerin 11 Mayıs'a kadar <https://dokusundasanatvar.org/> adresinden başvuruda bulunabileceği yarışmanın finali, 9 Eylül'de yapılacak. GATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Fikret Kileci, konuya ilişkin yaptığı açıklamada, "Yarışmaya katılan, değerlendirilmeye alınan herkes, kariyer yolculuklarının henüz başlangıcındayken paha biçilmez bir altın anahtar elde edecek" dedi.



Sektörün en önemli gücü: Tasarım

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından 15 yıldır düzenlenen Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması, bu yıl ilk defa Futuaretex İstanbul markası altında "FutureBase International" ve "FutureTech" olarak iki ayrı kategoride yapılacak. Tekstil sektöründeki yetenekli kişilerin katıldığı ödüllü etkinliğin FutureBase kategorisinde yarışma koçluğunu, tasarımcı Tuvana Büyükcınar, FutureTech'te ise tasarımcı Özlem Süer üstlenecek. Her iki yarışmada birinciye 200 bin, ikinciye 150 bin, üçüncüye 100 bin TL ödül verilecek. FutureBase kategorisinde dereceye girenlere söz konusu ödüllere ek olarak yurtdışı eğitim hakkı, 6 ay yurtdışında yabancı dil eğitimi, PV Paris Fuarı'nı ziyaret ve 60 bin TL jüri özel ödülü de takdim edilecek. FutureBase kategorisinin temaları, "Sürdürülebilirlik", "Doğal Elyaflar", "Denim", "Geleneksel Dokumalar" olacak. FutureTech yarışmasının temaları ise "Biotech", "Dijitalleşme", "NanoTech", "Smart Textile" olarak belirlendi. Bu yarışmayla, tüm paydaşları için yarattıkları katma değeri artıracıklarını belirten İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, "Dünyadaki güçlü konumumuzu pekiştireceğiz" dedi.



Akıllı tekstilden esnek ekran üretildi

Bilim insanları, cep telefonu ekranı işlevlerini bütünüyle yerine getirebilen, kumaştan dokunmuş 46 inç (116,84 cm) büyüklüğünde akıllı bir "tekstil" ekran üretti. Cambridge Üniversitesi tarafından yönetilen araştırma kapsamında elde edilen başarılı sonuçlar, bir zamanlar bilimkurgu gibi görünen uygulamaların artık hayal olmadığını gösteriyor. Bu buluş sayesinde gelecekte aynı zamanda televizyon olan perdeler, enerji depolayabilen halılar ve kendi kendine çalışan giysiler görebileceğiz. Bir ekran olarak çalışabilen, çeşitli girdileri sunabilen veya daha sonra kullanmak üzere enerji depolayabilen söz konusu kumaş, radyo frekansı sinyallerini, dokunmayı, ışığı ve sıcaklığı algılayabiliyor. Ticari tekstil üretim teknikleri kullanılarak yapıldığı için sarılarak büyük kumaş ruloları şeklinde saklanabiliyor. Araştırmacılar, yeni geliştirdikleri prototip ekranların, kendi enerjisini üretip depolayabilen akıllı ve enerji verimli binalar, nesnelerin interneti, sensör ağları ve etkileşimli ekranlar gibi sektörlerde yeni nesil e-tekstil uygulamalarının önünü açacağını belirtiyor.

Kalp atışını duyan kumaş...

Bilim insanları yine ilginç bir çalışmayla gündemde. Kalp ritmini gerçek zamanlı olarak takip edebilen bir kumaş geliştirildi. İnsan kulağından ilham alan bu yeni akustik kumaş, duyulabilir sesleri elektrik sinyallerine dönüştürüyor. Singapur'daki Nanyang Teknoloji Üniversitesi'nde malzeme bilimcisi olan Wei Yan, akustik kumaşların belki yüzlerce yıldır var olduğunu, fakat sesi azaltmak için kullanıldıklarını belirtiyor. Yan, mikrofona olarak kullanılan bu kumaşın ise "tamamen farklı bir konsept" olduğunu söylüyor. İletişime ve işitme sorununa yardım edeceği tahmin edilen kumaş hakkında bilim insanları da çeşitli öngörülerde bulunuyor. Onlara göre kumaşın, sessiz bir kitaplıktan yoğun karayolu trafiğine kadar, farklı desibeldeki sesleri yakalayabilme ve alkış gibi ani seslerin kesin yönünü belirleme özelliği olabilir.



Şubat ayında 617 yatırım teşvik belgesi verildi

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, bu yılın Şubat ayında toplam tutarı 17 milyar 736 milyon lirayı aşan 617 yatırım teşvik belgesi düzenledi. Yatırım teşvik belgesi listesi, Resmi Gazete'de yayımlandı. Belge alan projelerin yatırım tutarı 17 milyar 736 milyon 488 bin 158 lira olarak hesaplandı. Bu yatırımların gerçekleştirilmesiyle 20 bin 320 kişinin istihdam edilmesi planlanıyor. Öte yandan sabit yatırım tutarı 4 milyar 484 milyon 278 bin 242 lira olan ve 30 bin 307 kişinin istihdamı öngörülen 697 yatırım teşvik belgesi iptal edildi. Bu dönemde 450 yatırım teşvik belgesine tamamlama vizesi verilirken söz konusu projelerin sabit yatırım tutarı 18 milyar 89 milyon 267 bin 828 lira, istihdam edilenlerin sayısı 12 bin 213 oldu. Bununla birlikte Erdem Soft Tekstil AŞ'nin, Gaziantep'in Şehitkamil ilçesindeki 566 milyon 360 bin liralık yatırımı, yıllık 3 milyon kilogram iplik üretimini kapsıyor.



Coats'ten Sürdürülebilirlik Raporu

Endüstriyel iplik üreticisi Coats, 2021 Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınladı. "Sürdürülebilir Bir Geleceğe Öncülük Ediyoruz: Yolculuğumuz Hızlanıyor" başlıklı rapor, iddialı hedefler içeriyor. 2030'a kadar tükettiği enerjinin yüzde 70'ini yenilenebilir kaynaklardan kullanacağını açıklayan Coats, tüm ürünlerini polyester ve naylon gibi petrol bazlı malzemeler kullanmadan üretmeyi taahhüt ediyor. Sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirme yolunda 2021'de kaydettikleri ciddi ilerlemeden memnun olduklarını söyleyen Coats Grup Başkanı Rajiv Sharma, "Sürdürülebilirlik taahhüdümüz, 2022 hedeflerimizle kalmayacak. Endüstri olarak önümüzde uzun bir yolumuz ve Coats'un sürdürülebilir bir geleceğe öncülük etmesini sağlamak için uzun vadeli hedeflerimiz var" dedi. Coats kendi türünde suda çözünebilir ilk iplik olan Coats EcoCycle'i da kısa süre önce piyasaya sunmuştu.



Kadim toprakların
beyaz altını:

Pamuk

İlki, 2010 yılında Adana'da düzenlenen Ulusal Pamuk Zirvesi'nin altıncısı, bereketli topraklarıyla onlarca ürünün yetiştiği Hatay'da gerçekleştirildi. Tekstil sektörünün önde gelen temsilcilerinin katıldığı, pamuğun Türkiye'deki yerinin ele alındığı zirvede, tüm konuşmacılar, sürdürülebilir yerli üretimin artırılması gerektiğine vurgu yaptı.

Ulusal Pamuk Konseyi tarafından 6'ncı kez düzenlenen Ulusal Pamuk Zirvesi, "Pamuk Sektöründe Sürdürülebilirlik" ana temasıyla 17 Şubat'ta Hatay'da yapıldı. Zirve'de, tohumdan hazır giyime yerli pamuk değer zincirinin içinde yer alan bütün kesimlerin, sürdürülebilirlik ve finansman konuları ele alınıp değerlendirildi. Zirvenin sonuç bildirgesi ise Ulusal Pamuk Konseyi Yönetim Kurulu Başkanı Bertan Balçık tarafından sunuldu. Zirvede ele alınan ve bildirmede vurgu yapılan konulardan bazıları şunlardı:

- İyi Pamuk Uygulamaları (BCI) ve organik pamuktaki mevcut gelişmeler açıklanarak sertifikalandırılmış üretim seçeneklerinin yaygınlaştırılması için yapılması gerekenler hakkında öneriler sıralandı.
- Tarım ve Orman Bakanlığı'nın organik pamuk üretiminin geliştirilmesine dair yaklaşımı ve yakın dönem hedefleri açıkladı ve yeni başlatılan bir pilot proje tanıtıldı.
- Pamuk üreticilerinin bazı bölgelerde pamuk üretimini

bırakmasının nedenleri ve bu alanların tekrar pamuğa kazandırılması için uygun ölçekte havza bazlı üretim planlamasıyla Ziraat Bankası kredilerinin kaldıraç olarak kullanılması başta olmak üzere yapılması gerekenler tartışıldı.

- Emanet usulü satışlardaki sorunlar dile getirildi. Bu bağlamda, bölge için yetkili bir borsanın seçilmesi, alım fiyatlarının günlük olarak duyurulması ve diğer borsaların da buna uymalarının zorunlu kılınması önerildi. Ayrıca hızla benimsenerek yaygınlaşan, ancak uygulamada hem üreticiler hem de çırçırcılar açısından birçok sorun ve risk içeren bu satış yönteminde adil bir sisteme ve bir Emanet Usulü Satış Yönetmeliğine ihtiyaç olduğu ifade edildi.
- Mahlıç pamuk pazarlanmasında fiziksel salon işlemlerinin yanı sıra elektronik ortamda alım satım imkânının getirilmesinin önemine dikkat çekildi.
- Önemli pamuk üretim merkezlerinden biri olan Şanlıurfa'da da lisanslı depoculuğun başlamış

olması önemli bir gelişme olarak değerlendirildi.

- Spot işlemlere yönelik bu önerilerin yanı sıra, vadeli pamuk piyasaları oluşturulmasının önemi vurgulandı. Hâlihazırda BİST VİOP piyasalarında vadeli işlem sözleşmesinin var olmasına karşın henüz işlem görmemiş olduğu, ancak TURİB tarafından yapılacak ek düzenlemelerle sistemin çalışmaya başlayacağı duyuruldu.
- Son yıllarda organik pamuk konusunda ortaya çıkan olumsuzluklara dikkat çekilerek, ilgili bakanlıklarımızın müdahil olarak GOTS gibi sertifikasyon süreçlerinin kontrol altına alınması önerildi.

- Sürdürülebilir özelliği ve bunu ispatlayacak sertifikası olmayan hiçbir ürünün ticaretinin yapılamayacağından hareketle, geleceğin buna göre kurgulanmasının önemi vurgulandı. Ayrıca ülkemiz pamukçuluğu ve tekstil sanayimiz için büyük fırsatlar içeren "GMO Free Turkish Cotton / GDO'suz Türk Pamuğu" markasının tanıtımı yapıldı.

Lenzing Group, üretimini artırdı

Selüloz bazlı özel elyaf tedarikçisi Lenzing Group, Tayland'da yer alan liyosel fabrikasının üretim kapasitesini artırdığını duyurdu. Bu yatırımla Dünya'da en büyük liyosel elyaf üreticilerinden biri haline gelen tesisin, pandemiden sonra artan müşteri talebini daha iyi karşılayacağı düşünülüyor. Lenzing, 2024 yılına kadar elyaf gelirinin yüzde 75'ini çevreye duyarlı özel liflerden elde etmeyi hedefleyen stratejisi doğrultusunda liyosel elyaf üretim kapasitesini genişletmeye devam edeceğini belirtti. Sürdürülebilir üretimin önemini vurgulayan Yönetim Kurulu Üyesi Robert van de Kerkhof, şirketin vizyonunun, 2030 yılına kadar bir ton ürün başına düşen sera gazı emisyon miktarını yüzde 50 oranında azaltmak, 2050 yılına kadar ise hedeflerinin net sıfır emisyon seviyesine ulaşmak olduğunu ifade etti.



Kendall + Kylie, Türkiye pazarına giriyor

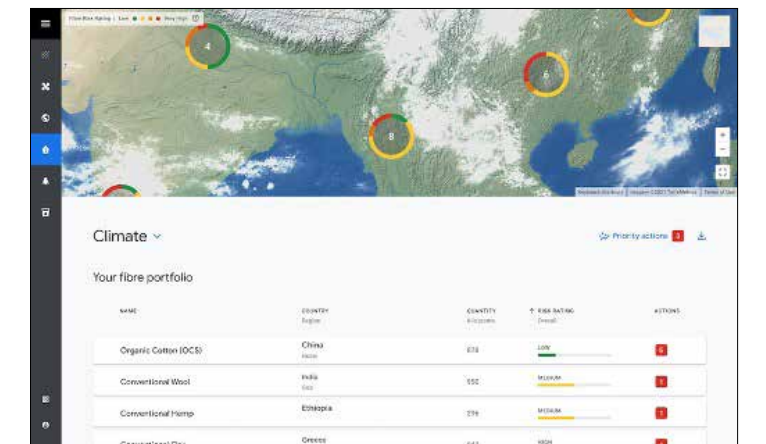
Dünyaca ünlü reality şov yıldızlarından Kendall ve Kylie Jenner kardeşlerin markası olan Kendall + Kylie, Türkiye pazarına gireceklerini açıkladı. İlk mağazasını İstanbul Havalimanı'nda açmayı hedefleyen marka, aksesuar ve çanta dışındaki tüm koleksiyonlarını Türkiye'de üretecek. Böylece birçok kişiye istihdam sağlamak istediklerini söyleyen marka temsilcisi, daha sonraki hedeflerinin, kozmetik ürünlerini de Türkiye'de üretmek olduğunu belirtti. Türkiye'den yurtdışına e-ticaret yoluyla ihracat gerçekleştireceğini duyuran marka temsilcisi, özellikle Körfez ülkeleri, Ortadoğu, Sahra üstü ve altı Afrika, Güney Afrika ve Doğu Avrupa bölgelerindeki moda odaklı pazar yerlerinde ve diğer dijital kanallarda aktif yer alacaklarını ifade etti. Türkiye'de ise bir e-ticaret platformu üzerinden tüketicilerle buluşacaklarını belirtti.

Google'ın yeni uygulaması sektöre katkı sağlayacak!

ABD'li teknoloji devi Google, tekstil ve hazır giyim sektörünün daha sürdürülebilir ve izlenebilir hale gelmesine yardımcı olabilmek için World Wide Fund for Nature'in (WWF) doğayı koruma uzmanlığını ve The Textile Exchange teknik bilgisini birleştirerek The Global Fibre Impact Explorer isimli web tabanlı bir uygulama geliştirdiğini duyurdu. Google Earth Engine ve Google Cloud servisleri üzerine kurulan bu web-tabanlı platform, hava kirliliği, biyo-çeşitlilik, sera gazları, ormancılık ve su kullanımı gibi çevresel faktörleri göz önüne alarak bölgelerdeki farklı liflerin çevresel riskini değerlendiriyor. Google, sektörün taleplerini anlamak ve platformu test etmek için McCartney ve Söktas ile işbirliği yaptı. Adidas, Allbirds, H&M Group ve VF Corporation'ın da aralarında bulunduğu bir grup büyük perakendeci ve marka, ön sürüm sürecine dâhil oldu. Markalar



bu uygulamayla doğal, selülozik ve sentetik bazlı 20'den fazla lif türünün çevresel risklerini kolayca belirleyebilecek. Bu platformla ayrıca, markalar çiftçilerle daha yakın çalışma fırsatları yaratıp, bölgesel olarak liflerin üretiminde meydana gelen riskleri azaltma uygulamaları için öneriler sunacak.





Üç yeni merkezle kayıt dışı istihdamla mücadele devam edecek!

Suriyeli ve Türk mikro işletmelerin ve çalışanlarının kayıt altına alınmasını desteklemek üzere Gaziantep'ten sonra Şanlıurfa, Adana ve Konya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birlikleri (ESOB) bünyesinde de üç yeni Bilgi Merkezi kuruldu. Bilgi Merkezleri, ILO Türkiye Ofisi tarafından, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Uluslararası İşgücü Genel Müdürlüğü (UİGM) işbirliğinde ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) koordinasyonunda uygulanan "Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler ve Türk Vatandaşları için İnsana Yakışır İşlerin Desteklenmesi Projesi" kapsamında hayata geçiriliyor. İşgücü piyasasının kural ve düzenlemeleri hakkında bilinç oluşturarak kayıtlı istihdama geçişi sağlamayı amaçlayan proje, Almanya merkezli KfVW Kalkınma Bankası aracılığıyla Federal Almanya Cumhuriyeti tarafından finanse ediliyor. Proje kapsamında önümüzdeki aylarda İstanbul, Ankara, Hatay, Mersin, Bursa ve İzmir'de de yeni Bilgi Merkezleri açılacak.

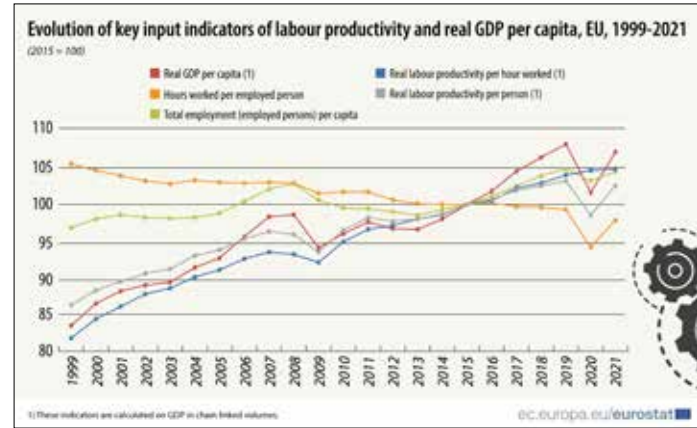
ILO ve SGK, binlerce çalışanı sosyal güvenceye kavuşturacak

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Türkiye Ofisi ve Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), Kayıtlı İstihdama Geçiş Programı (KİGEP) kapsamında, 5 bin 570 çalışanın daha fazla sosyal güvenlik hakkına sahip olabilmesi için işbirliklerini genişletmeye karar verdi. Böylece ILO'nun bu programa aktaracağı kaynak, 159 milyon TL'ye ulaştı. Geçtiğimiz 3 yılda, KİGEP ile 12 binden fazla çalışan ve 2 bine yakın işveren kayıtlı istihdama erişti. 5 bin 570 çalışanın daha KİGEP'den faydalanmasıyla 2022 yılı sonuna kadar söz konusu programdan yararlanarak sosyal güvenceye sahip olacak kişi sayısı, toplamda 16 bin 770 olacak.



AB'de işgücü verimliliğinin temel göstergeleri, toparlanma gösteriyor

Eurostat tarafından yayınlanan veriler, 2009'daki mali krizin ve 2020'deki Covid-19 pandemisinin, işgücü verimliliğine ilişkin genel büyüme eğilimlerini ne ölçüde düşürdüğünü gösteriyor. Buna göre, her iki olayın da Avrupa Birliği ekonomisi üzerinde GSYİH ve işgücü girdi göstergeleri açısından önemli etkileri oldu. Pandeminin etkisine bakıldığında; 2020'de çalışılan saat başına işgücü verimliliği önceki yıla göre yüzde 0,6 oranında çok az yükselirken, kişi başına işgücü verimliliği ise yüzde 4,6 ile keskin bir düşüş yaşadı. Diğer taraftan birçok ülkede uygulanan hükümet destek programları nedeniyle istihdamdaki düşüş sınırlı oldu. 2021'de kişi başına işgücü verimliliği önceki yıla göre yüzde 4,1 artarak neredeyse pandemi öncesi düzeyine geri dönerken, çalışılan saat başına işgücü verimliliği yüzde 0,2'lik sınırlı bir büyüme kaydetti. Buna karşılık 2009 mali krizinde kişi başına işgücü verimliliği ve çalışılan saat başına verimlilik sırasıyla yüzde 2,6 ve yüzde 1,2 oranında azalmıştı.



Belçika'da haftalık çalışma süresi dört gün olacak

Belçika'da Hükümet haftalık çalışma süresinin dört gün olmasına yeşil ışık yaktı. Ayrıca, onaylanan bu reformla iş mesajlarına mesai dışı zamanlarda bakılması zorunluluğunu da kaldırdı. Yeni gelişmeler ışığında, 38 saatlik normal çalışma haftası, beş yerine dört gün olacak. Çalışanlar, uzayan iş saatlerinden kaynaklanan yorgunluklarını, bir gün fazladan izin hakkıyla giderebilecek ve her altı ayda bir işe başlama ve bitirme saatlerini değiştirebilecekler.



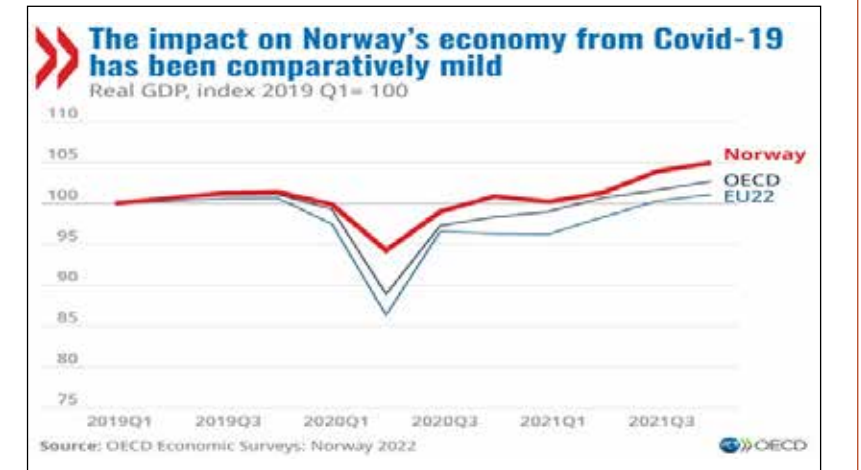
İşçi Sendikalarından Avrupa Parlamentosu'na çağrı

Avrupa Komisyonu'nun daha sürdürülebilir bir Avrupa tekstil endüstrisi oluşturmaya yönelik önerdiği Avrupa Tekstil Strateji Belgesi, tartışılmak üzere Avrupa Parlamentosu'na geldi. Bu oturumdan önce Avrupa İşçi Sendikaları Birliği IndustriAll Europe bir açıklama yaptı. Açıklamada, "Gerçekten sürdürülebilir ve döngüsel bir tekstil endüstrisine geçiş için işçilerin hakları gözetilmeli, insana yakışır işler yaratılmalı, yüksek çevre standartlarında ısrarcı olunmalı ve sosyal tarafların bir araya geldiği sosyal diyaloga odaklanılmalıdır. Avrupa Parlamentosu üyelerini tekstil işçileri için ayağa kalkmaya ve bu Strateji Belgesi'ni Avrupa'da ve dünyada en kırılgan işçiler olan tekstil işçilerini destekleyecek şekilde oluşturmaya davet ediyoruz" dendi.



Yaşam standartını korumak için konut almayı kolaylaştırmak gerek!

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı'nın (OECD) Norveç için yapılan son araştırmasında, bu ülkenin kamu harcamaları etkinliğinin artırılmasının, istihdam ve üretkenlik düzeylerinin yükseltilmesinin ve uygun fiyatlı konutların sağlanmasının, güçlü ve sürdürülebilir bir ekonomik toparlanma için kilit önemde olacağı gösteriliyor. OECD Genel Sekreteri Mathias Cormann, Norveç'in Covid-19 krizini iyi yönettiğini ve kriz sonrasında OECD ülkeleri arasında kişi başı Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'nın (GSYİH) en yüksek olduğu ülkeler arasında kalmayı başardığını belirtti. Cormann, servet fonu büyümesindeki yavaşlamaya eş zamanlı olarak nüfusun yaşlanmasının hükümet bütçesine baskı yaptığını ve bununla birlikte çok yüksek olan ev fiyatlarının, finansal istikrar için bir risk teşkil ettiğini de dile getirdi. Covid-19, birçok OECD ülkesinde olduğu gibi Norveç'te de konut piyasası üzerindeki baskıları artırdı. Düşük borçlanma maliyetleri ve uzaktan çalışmanın tercih edilmesinin yol açtığı güçlü talep, konut fiyatlarının 2010'dan bu yana yüzde 80'den fazla artmasına yol açtı.



Pandemide, 2 milyondan fazla anne işgücünden ayrıldı

Birleşmiş Milletler Kadın Programı (UN Women) ve Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) işbirliğiyle hazırlanan rapora göre, Covid-19 salgını sebebiyle, 189 ülke ve bölgede milyonlarca anne, işgücünden ayrıldı. Söz konusu çalışma, 25-54 yaş arası kadın ve erkek partnerlere ve 6 yaşından küçük en az bir çocuğu olan kişilere odaklandı. Bu grupta, kadınların işgücüne katılımı, pandemi öncesinde dahi yüzde 55 ile kadınların işgücüne genel katılım oranının (yüzde 62,1) gerisindeyken; 2020'de yüzde 53,4'e düşerek 113 milyon oldu. Bir önceki seneye göre 2 milyondan fazla kadın, işgücünden ayrıldı. Öte yandan çalışan babalar ise yüzde 93,5 ile tüm erkeklerden daha yüksek işgücüne katılma oranına sahip.



İspanya'da işçi sendikaları zaferini kutluyor

İspanya'da üçlü sosyal diyalog anlaşmasıyla, 2012 çalışma reformunun temel unsurları yürürlükten kaldırılıyor ve sektör düzeyinde sendikaların pazarlık gücü yeniden canlandırılıyor. 2012 reformu, İspanya'da işçi haklarını kısıtladığı ve ücret artışını engellediği için sendikal harekete ciddi zarar vermişti. Sendikalar, söz konusu anlaşmayla sunulan önerilerin İspanya Parlamentosu tarafından kabul edeceğine inanıyorlar. Anlaşma temel olarak, 2022'den itibaren İspanya işgücü piyasasına istikrar kazandırmayı ve bunun için toplu pazarlık, geçici sözleşmeler, taşeronluk ve yeniden eğitim planlarını tasarlamayı amaçlıyor.

TEKSTİL SEKTÖRÜ 2022 YILINA TEMKİNLİ GİRDİ

Geride bıraktığımız yılı ihracat rekorlarıyla tamamlayan tekstil sektörü, bu yıla tüm dünyada yükselen maliyet artışları, dövizdeki dalgalanmalar ve enerji krizleri nedeniyle temkinli girdi. Son olarak Türkiye'nin önemli pazarları Rusya ve Ukrayna arasında savaş başladı. Hiç de parlak olmayan bu tablo içinde sektör temsilcileri, 2022'nin zor geçeceği uyarısında bulunsalar da, gerekli önlemler alındığında üretim ve ihracat hedeflerine ulaşabileceğini öngörüyorlar.

Dünyada sular durulmuyor... İki yıllık salgın sürecinin ardından tam normale dönülüyor derken, Rusya Ukrayna'yı işgal etti. Türkiye'nin dış ticaretinde önemli paya sahip bu iki ülkenin yanı başımızda savaşılmaya başlaması, hem stratejik hem de ekonomik olarak ülkemizi oldukça etkiliyor.

Pandeminin ekonomik etkilerinin yoğun şekilde hissedildiği 2021 yılının ardından enerji krizinin ve yüksek üretim maliyetlerinin yaşandığı 2022 yılına bir de savaş ortamında girmek, Türkiye'nin yanı sıra dünya ekonomisini de oldukça zora sokacak gibi görünüyor. Savaşın olumsuz etkisi, global bir köye dönen dünyanın tamamında hissediliyor. Türkiye'de tekstil sektörü, dünyada yaşanan gelişmelerden doğrudan etkilenen alanlar arasında yer alıyor. Pandemi sonrasında oldukça

avantajlı bir dönem yaşayan ve 2021 yılını ihracat rekorlarıyla tamamlayan tekstil sektörü, 2022 yılına sektör temsilcilerinin de uyarısıyla oldukça temkinli bir başlangıç yaptı. Tekstil sektörü, 2021 yılında gerçekleştirdiği 12,9 milyar dolar değerinde ihracatla tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. 2021 yılında yüzde 33,2 oranında ihracat artışı gerçekleştiren sektör, ihracat yaptığı 200'ü aşkın ülke ve bölgenin yaklaşık yüzde 85'inde ihracat oranını yükseltti. Ancak 2022 yılına geldiğimize, dünyada yaşanan ekonomik ve siyasal gelişmeler, Türkiye'nin elde ettiği bu avantajlı durumu riske soktu.

Bu yılın başında özellikle Mart ayı sonrasında temkinli olunması uyarısında bulunanlardan biri, Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi oldu. Eskinazi, ilk olarak artan hammadde fiyatlarına dikkat çekti.

Tekstil ve hazır giyim sektöründeki hammadde fiyatlarında, diğer tüm emtialarda olduğu gibi geçtiğimiz yıl önemli oranda artışlar yaşandı. Ancak özellikle pandeminin etkisiyle doğal elyaflara olan talep arttığı için pamuklu giysiler daha fazla tercih edilmeye başlandı. Bu talep artışı diğer elyaflarla karşılaştırıldığında geçen yıl pamuk fiyatının çok daha yüksek seviyelere çıkmasına neden oldu.

Pamuk üretiminin artması fiyatı baskılayacak

2021 ve 2022 sezonunda pamuk üretiminin tüketimden daha fazla olmasının beklendiğini vurgulayan Eskinazi, “Bu durum pamuk fiyatlarının artması üzerinde baskı yaratacaktır. Yılın başında artmaya devam eden pamuk fiyatlarının son üç ay değerlendirildiğinde aynı seviyelerde kaldığını görüyoruz. Aslında nakliyyede ve tedarikte yaşanan sorunlar nedeniyle günümüz pamuk endüstrisinin

Türkiye için iki önemli pazar olan Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş, olumsuz etkilerini ilk günden itibaren göstermeye başladı.

karşılaştığı ve devam etmesi beklenen asıl sorunun, elyafı iplikçilere ulaştırmak olduğunu söyleyebiliriz. Biz tüketiminin yarısından fazlasını ithal eden bir ülkeyiz ve bu bizim tekstil endüstrimizi de etkileyecek bir durum” dedi. Diğer taraftan en fazla tüketilen elyaf olan polyester, geçen yıl önemli oranda artarken 2022 yılının Şubat ayı itibarıyla düşüş trendine geçmişti. Ancak Ukrayna-Rusya savaşı nedeniyle

yaşanan olumsuz gelişmelerin, polyester fiyatlarına az da olsa yansımaya başladığı görülüyor.

Hammadde fiyatlarının artışının yanı sıra 2021 yılının son aylarında özellikle döviz kurlarında yaşanan önemli artışlar ve dalgalanmalar, ihracatçıları zorlamış ve firmaları bir dönem maliyet hesabı yapamaz duruma getirmişti. Jak Eskinazi, tüm bu gelişmelere son aylarda yaşanan enerji fiyatlarındaki yükseliş de eklendiğinde, ihracatçıların durumunun çok da kolay olmadığını ifade ediyor.



Hâlâ devam eden Rusya- Ukrayna savaşının enerji fiyatlarına etkisi de tüm dünyada hissedilmeye başlandı.

Finansmana erişim kolaylaştırılmalı

Üretim maliyetlerinin ve enerji fiyatlarının artışının dışında, sektör temsilcilerinin 2022 yılında çözüm bekledikleri bir başka başlık ise finansmana erişim. . . 2022 yılında öncelikle ihracatçıların finansmana



erişimindeki engellerin ortadan kaldırılması gerektiğine dikkat çeken Eskinazi, “İhracatçının finansman sorunu çözülmezse, Mart ayından sonra ihracatta tıkanıklık yaşanabilir” dedi.

2022 yılında Türkiye'nin 250 milyar dolar ihracat hedefi olduğuna da dikkat çeken Jak Eskinazi şöyle devam etti: “Bu hedefin gerçekleşmesi için ihracatçıların finansmana erişimindeki engellerin ortadan

kaldırılması ve rahatlatıcı önlemlerin devreye alınması gerekiyor. Türkiye ekonomisi 2021 yılında yüzde 11 oranında büyüdü. Nitelikli büyümede süreklilik sağlanması için ihracatçının ve sanayicinin finansman sıkıntısının giderilmesi şart. TÜFE, Ocak ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 48,69, Yİ-ÜFE ise yüzde 93,53 artış gösterdi. Daha önce makas hiç bu kadar açılmamıştı. Bu sanayicinin, üreticinin

2022'ye 22-23 milyar dolarlık bir ihracat hedefiyle başlayan sektör, ilk iki ayı yüzde 13,8'lik bir artışla tamamladı.

sermayesini daha da eritiyor. İhracatın yıldızlarının daha da artması, istihdamın artırılması, 2022 yılında Türkiye'den yapılan ihracatta 250 milyar doları, bölgemizden yapılan ihracatta

18 milyar doları geçmemiz için ihracatçılarımızın desteklenmesi gerekiyor.”

Jak Eskinazi, ihracatçının önündeki engellerin kaldırılması için yapılması gerekenleri ise şöyle sıraladı: “Merkez Bankası Reeskont Kredileri'ni kısıtlarken; bankalar yüzde 30-35 faizle kredi kullanıyor. Merkez Bankası'nın Reeskont Kredileri'ndeki tıkanıklığı gidermesi gerekiyor. İhracata dönük yeni yatırımlar için TCMB

kaynaklı orta ve uzun vadeli reeskont kredileri ihracatçılara yeniden sunulup artırılmalı. İhracatçılarımızın finansmana erişimindeki engellerin ortadan kaldırılması gerektiğini, üç-dört aydır her platformda dile getiriyoruz. İhracatçılarımızın elini rahatlatacak, finansman imkânlarına kolay erişimlerini sağlayacak, kredi sorunlarını

Üretim maliyetlerinin ve enerji fiyatlarının artışının dışında, tekstil sektörünün temsilcilerinin 2022 yılında çözüm bekledikleri bir başka başlık ise finansmana erişim...

çözecek yeni formüllere ivedilikle ihtiyacımız var.”

Katma değerli ürünlere yönelmemiz gerek!

2022'nin maliyet, finansman ve performans dâhil her anlamda çetin bir yıl olacağı görüşünü dile getiren Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Ramazan Kaya da hızla tedbir alınması gerektiğini

vurguladı. Kaya, yurtdışından ithal edilen hammadde ve navlun fiyatlarındaki artış, enerji ve işçilik maliyetlerindeki yükselişle yurtdışından getirilen girdilere uygulanan gümrük vergileri sonucu, üretici firmaların özellikle basic ürünlere fiyat tutturma imkânının neredeyse kalmadığına dikkat çekti.

Ramazan Kaya, “Geçen yıl



Adil Nalbant: “Yıl sonunda, 1 milyar dolar ihracat hedefimize oldukça yakın bir ihracat rakamını yakalamış olduk.”

Hindistan, Bangladeş, Vietnam ve Sri Lanka gibi ülkelerden sipariş kaymaları olmuştur. Fiyat tutturamadığımız için basic ürün siparişlerinin kalıcı olma şansı yok denecek kadar az. Bizim daha çok katma değerli ürünlere yönelmemiz gerekiyor” diye konuştu. Geçen yıl 1200'e yakın teşvik belgesiyle 4 milyar TL'lik yatırım yapıldığını ifade eden Kaya, bu yıl da yatırımlara devam edilmesi gerektiğine, ancak artan maliyetler ve yüksek kredi faizleri nedeniyle firmaların yatırımlarını ertelemek durumunda kaldıklarına dikkat çekti.

Zor bir süreçten geçen tekstil sektörü için son dönemdeki en önemli gelişme ise Türkiye için iki önemli pazar olan Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşın başlaması oldu. Savaşın etkisi ilk günden itibaren sektöre yansdı. 2021'de Rusya'ya 286, Ukrayna'ya ise 173 milyon dolar hazır giyim ihracatı yaptığımızı ifade eden Ramazan Kaya, savaşın sektördeki etkilerini şöyle özetledi: “Yolcu beraberinde eşya ile birlikte, yaklaşık 1 milyar dolara yakın

ihracatımız söz konusu. Ayrıca hazır giyim markalarımızın iki ülkede 1000'in üzerinde mağazası ve satış noktası bulunuyor. Savaşla birlikte Ukraynalı alıcılar siparişlerini iptal ettiler. Rusya'dan da iptal ya da sipariş erteleme talepleri geliyor. Mevcut durum şimdilik daha çok Laleli, Osmanbey ve Zeytinburnu gibi yerler başta olmak üzere İstanbul piyasasını olumsuz etkiliyor. Savaş uzadıkça olumsuzlukları daha çok hissedeceğiz. İşin ticari boyutu bir yana, yüzlerce masum sivilin de hayatına mal olan savaşın bir an önce sona ermesini ve bölgede yeniden barış ikliminin sağlanmasını diliyorum.”

Yılsonu ihracat hedefimize ulaşacağız

Peki, bütün bu tablo içinde tekstil sektörünü nasıl bir gelecek bekliyor? 2022'ye 22-23 milyar dolarlık bir ihracat hedefiyle başlayan sektör, ilk iki ayı yüzde 13,8'lik bir artışla tamamladı. Ancak Rusya'nın Ukrayna'ya müdahalesiyle birlikte küresel ticarete belirsizlikler daha da

artmış durumda. Bu belirsizlik ortamı ve yükselen maliyetler nedeniyle hazır giyim ürünlerine olan talebin artması bekleniyor. TGSD Başkanı Kaya, savaş koşulları en kısa sürede sona erer ve yeniden barış ortamı sağlanabilirse; 2022 hedeflerinin yakalanabileceğine inanıyor. 2022 yılında sektörü temkinli

artışla yükselmeye devam ediyor. 2022 yılı için Türkiye geneli tekstil ihracat hedefinin 15 milyar dolar, EİB'in tekstil ihracat hedefinin ise 500 milyon dolar olarak belirlendiğini ifade eden Eskinazi, tüm olumsuzluklara rağmen, "Yıla artışla başladığımız için hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyorum" diyor.

ülkemiz lehine kırılan tedarik zincirlerinin bir neticesi olarak Uzak Doğu'dan ülkemize doğru yönelen tekstil ve hazır giyim siparişlerinin oldukça yüksek seviyelerde seyrettiğine dikkat çeken Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği (TEMSAD) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Nalbant, tekstil sektöründe yüzde



olmak konusunda uyarın ve alınması gereken önlemleri bir bir sıralayan Jak Eskinazi, dünyada yaşanan olumsuzluklara rağmen gelecekte umutlu. 2022 yılı Ocak- Şubat ayı itibarıyla, hem Türkiye genelinden hem de Ege Bölgesi'nden yapılan tekstil ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 15

Tekstil makinelerinde 1 milyar dolar ihracat hedefine yaklaştık

Tekstil sektöründeki, gelişmelerden, hareketlilikten ya da duraklama dönemlerinden en fazla etkilenen sektörlerin başında tekstil makineleri geliyor. Global ticaret dengelerinin sarsıldığı pandemi sürecinde, özellikle

90'lara ulaşan kapasite kullanım oranı ve yeni yatırım iştahının hem yurtiçi yatırım rakamlarına hem de ihracata yansıdığını ifade etti. Türk tekstil makine sektörü, 2021 yılında ihracatını bir önceki yıla oranla yüzde 27,3 artırarak 955 milyon dolar ihracatla kapattı.

2021 yılını değerlendiren Nalbant, "Yıl sonunda, 1 milyar

dolar ihracat hedefimize oldukça yakın bir ihracat rakamını yakalamış olduk. Normal şartlarda 2023 yılı hedefimiz olan 1 milyar dolar ihracata 2021 yılı sonunda yaklaşılması, sektörümüz açısından gurur verici bir durumdur" dedi.

Oldukça umut verici rakamlarla tamamlanan 2021 yılının ardından 2022 yılında sektörün oldukça zorlu ve yoğun bir gündemi var. "Pandemi sonrasında da devam eden lojistik maliyetlerindeki artışlar, hammadde temininde yaşanan zorluklar ve enerji sorunları gibi konular bir süre daha gündemimizde olacak" diyen Adil Nalbant gelişmiş ülkeler bu sorunlarla mücadeleye devam etse de özellikle AB için Türkiye'nin her geçen gün daha önemli bir ülke haline geldiğine dikkat çekiyor.

Tekstilde tedarik üssü olmak gerekiyor

Dünyada yaşanan gelişmeler ve ekonomik zorluklarla birlikte Türkiye'nin lojistik avantajının çok daha önemli hale geleceğini öngören Nalbat şöyle devam etti: "Lojistik yakınlık ve özellikle tekstildeki tecrübelerimize olan güvenleri, bu dönemde ülkemizi önemli bir tedarik üssü haline getirmiştir. Ayrıca Çin'in kuşak yol projesi kapsamında İpek Yolu'nun tekrar canlanmasıyla birlikte, üretim bölgelerinden tüketim bölgelerine taşınması gereken ürünler için lojistik bir merkez olacağımız gerçeğini de göz önünde bulundurmamız gerekmektedir. Bu çerçevede tehditler ve fırsatlar birlikte değerlendirilip, artan makine talebiyle paralel olarak, ülkemizde üretimi olmayan tekstil



Jak Eskinazi: "2022 yılında Türkiye'den yapılan ihracatta 250 milyar doları, bölgemizden yapılan ihracatta 18 milyar doları geçmemiz için ihracatçılarımızın desteklenmesi gerekiyor."

Sahip olduğu lojistik avantajı ve üretim tecrübesini koruyup sürdürülebilir üretime geçmeyi hızla gerçekleştirebilirse, tekstil sektörünün tüm zorluklara rağmen avantajlı durumunu koruyabileceği öngörülüyor.

makinelerinin üretilmesi için de uygun bir dönem içerisinde olduğumuzu ifade edebiliriz."

Sürdürülebilir üretim, maliyetlerden daha önemli

Adil Nalbant'a göre; dünyanın gündemindeki AB Yeşil Mutabakatı çerçevesinde ilk dönüşüm faaliyetlerinin tekstil sektöründe başlatılmış olması Türkiye tekstilinin avantajlı konumunu korunmasını sağlayacak önemli bir adım. Ülkemiz tekstil sanayisinin,

sürdürülebilir üretimler için dönüşüm halinde olduğunu belirten Nalbant, özellikle Avrupalı büyük markalar için üretimde çevresel hassasiyetlerin gözetilmesinin, ürün maliyetlerinden önce gelmeye başladığı bir dönem yaşadığımızı ifade ediyor.

2022 yılı ve sonrası için beklentiler yüksek

Sahip olduğu lojistik avantajı ve üretim tecrübesini koruyup sürdürülebilir üretime geçmeyi hızla gerçekleştirebilirse tekstil sektörünün tüm zorluklara rağmen avantajlı durumunu koruyabileceği öngörülüyor. Tekstil makine sanayisi de bu dönüşüme uyum sağlamış durumda. Düşük enerji tüketen, kullanılan suyu minimize eden (yüzde 50- 80 oranında azaltan) ve çevre dostu makineler konusunda yoğun Ar-Ge faaliyetleri yürütülüyor. TEMSAD Yönetim Kurulu Başkanı Adil Nalbant, Türkiye'nin gerek filtreleme sistemleri gerekse su tüketimini minimize eden makineler konusunda dünyada iddialı bir noktada olduğunu ifade etti. Türk tekstil makine sektörünün 2022 yılı ve sonrası için önünün açık olduğunu söyleyen Nalbant "Küresel marka haline gelmiş güçlü üreticilerimizle, yurtiçinde ve hedef pazarlarımızda kendi teknolojisini ve kalitesini ispatlamış firmalarımızla güçlü bir sektör haline geldik. Uzmanlaştığımız makine gruplarında Avrupalı makinecilere göre hem fiyat hem de kalite avantajı sağlayabilen bir noktaya gelinmesi, sektörümüz adına gurur vericidir" dedi.

Enerjide yeşile dönüş zamanı!

Enerji, tüm sanayinin gündeminde... Bir tarafta enerji krizleri, artan fiyatlar, diğer tarafta ise AB Yeşil Mutabakatı'nın getirdiği sorumluluklar kapsamında temiz enerjiye geçiş zorunluluğu. Tekstil ve hazır giyim sektörü de bu tablonun içinde sürdürülebilir üretim için öncelikle yeşil enerjiye dönüş projelerine ağırlık vermiş durumda. Zira her geçen gün sektörü sıfır karbon hedefine yaklaştıracak yatırımlar yapıyor, yeni projeler hayata geçiriyor.



Son dönemde tüm dünya ile birlikte Türkiye de enerji konusunda yeni çözümler gerektiren oldukça hareketli ve zor bir dönemden geçiyor. Bir taraftan Türkiye'nin geçtiğimiz yıl imzaladığı Paris Anlaşması ve Yeşil Mutabakat kapsamında temiz enerjinin hızla tüm ülkede yaygınlaştırılması gerekiyor. Bunun için yatırımlara hız verildiyse de kısa süre için tamamen yeşil enerjiye geçmek çok mümkün görünmüyor. Diğer tarafta ise tüm dünyada Türkiye'nin de etkilendiği enerji krizleri yaşanıyor ve enerji fiyatları bir süredir yükselen bir trend takip ediyor. Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan savaş nedeniyle yeni bir enerji krizi daha kapıda... Bütün bu yaşananlardan en fazla etkilenen elbette ki enerjiye bağımlı olan üretim sektörü. Yeşil Mutabakat'a uyum adımları atmak konusunda öncü olan tekstil ve hazır giyim, AB'nin ve markaların net sıfır hedefleri kapsamında yeşil enerjiye dönüş çalışmalarına en erken başlayan sektörlerden biri. Ancak son dönemde artan enerji fiyatları ve sık yaşanan enerji krizleri yeşile dönüşü daha da hızlandırmış durumda.

Yeşim Grup'un hedefi “yeşil fabrika” olmak

Yeşile dönüş konusunda tekstil sektöründe önemli yatırımlarda bulunan firmalardan biri, dünya markalarına üretim yapan Yeşim Grup. Özellikle enerji yönetimi ve çevreye dost üretim çalışmalarını doğaya kulak vererek hazırladıkları Enerji ve Çevre Politikası'na göre şekillendirdiklerini belirten Yeşim Grup CEO'su Selim Şankaya, “Çevre dostu sürdürülebilir



Yeşim Grup CEO'su Selim Şankaya

Selim Şankaya: “Bu mutabakatta temiz üretim için 2024'e kadar atılması gereken adımlara yer verildi. İşlerin öngörüldüğü gibi gitmesi halinde, 2050'de AB coğrafyasından doğaya sera gazı salımı olmayacak.”

faaliyetlerimizle, enerji dostu projelerimizle, atıkları azaltma ve geri kazanım çalışmalarımızla üretimin her aşamasında doğaya zarar vermemeyi kendimize ilke edinmiş durumdayız. Ayrıca kurulduğumuz ilk günden bu yana ‘Yeşil Fabrika’ anlayışını tüm iş süreçlerimize entegre etmeye gayret gösterdik” diyor. AB'nin 2050 yılına kadar karbon emisyonunu sıfırlamayı hedefleyen AB Yeşil Mutabakatı'nı hayata geçirdiğini hatırlatan Şankaya, şöyle devam ediyor: “Bu mutabakatta temiz üretim için 2024'e kadar atılması gereken adımlara yer verildi. İşlerin öngörüldüğü gibi gitmesi halinde, 2050'de AB coğrafyasından doğaya sera gazı salımı olmayacak.

Avrupa, bu hedef doğrultusunda sanayiden tarıma, ulaşımdan enerjiye kapsamlı bir dönüşüm gerçekleştirmeyi amaçlıyor. Tüm bu gelişmeler ışığında Türkiye'deki biz sanayicilere ve ilgili STK'lara önemli görevler düşüyor. Çünkü bilindiği üzere AB pazarı, ülkemizin en büyük ticaret bölgesi.”

Sektörün gündemi sürdürülebilirlik olmalı

Ülkemizdeki tüm endüstri dünyası temsilcilerinin, özellikle de tekstil sektörünün en önemli gündem maddesinin sürdürülebilirlik olması gerektiğine dikkat çeken Şankaya, tekstil ve hazır giyim sektörü açısından sürdürülebilirliğin kapsamını şöyle özetliyor: “Bir taraftan sorumlu bir moda anlayışını, diğer taraftan da geri dönüşüme dayalı ürünler, şeffaf bir tedarik zinciriyle çevre ve insan dostu üretim gibi önemli başlıkları içeriyor. Öte yandan işin verimli enerji kullanımı, susuz üretim, alternatif malzeme ve taşıma modelleri gibi alt bileşenleri de var.”



Tekstil ve hazır giyim endüstrisi dünyada yılda 1,2 milyar ton karbon emisyonuna neden oluyor. Şankaya'ya göre üretim ve ihracat hacmine göre karbon salınımında Türkiye birçok ülkeye göre biraz daha iyi durumda sayılabilir. Türk tekstil ve hazır giyim endüstrisinin 2018'deki toplam karbon salınımı 600 bin ton seviyelerindeydi. Yeşim Grup, uzun yıllardır sahip olduğu SA8000 ve OEKO-TEX SteP gibi sosyal uygunluk ve sürdürülebilirlik sertifikası standartlarıyla üretime devam ediyor. Sertifikaların devamlılığı için her yıl düzenli olarak denetleniyor. Karbon emisyonunu düşürme, hatta belirli bir ölçekte sıfırlama konusunun çok büyük çaba ve radikal adımlar gerektirdiğini belirten Şankaya, "Bu açıdan grup olarak bizim de almamız gereken çok yol var. Bursa sanayisinin de bu anlamda büyük bir sınav vereceği aşikâr" diyor.

2025'te hedef, karbonu yüzde 50 azaltmak

Yeşil dönüşüm çalışmalarına oldukça erken başlayan Yeşim Grup'un ev tekstili bölümünde karbon performansları iyileştirme girişimi sistemine (CPI2) 2014 yılında kayıt yaptırıldı. Bu iyileştirme, sistematik olarak enerji maliyetlerini düşürmeyi ve karbon emisyonlarını azaltmayı hedefliyor. 2014 yılında yapılan kayıt işleminin ardından 2016'da fabrika verileri online olarak sisteme girildi ve verilere göre online iyileştirme tavsiyeleri alındı. Yeşim Grup'un bu kapsamda 2017 yılında başlattığı çalışmalar sonrası 2018'de karbon performanslarında yüzde 3, 2019'da yüzde 5, 2021'de de yüzde 5,5 oranında



iyileşme kaydetmeyi başardığını belirten Selim Şankaya, "Karbon emisyonu konusunda hedefimiz, 2025 yılına kadar söz konusu değerimizi yüzde 40 - 50 oranında azaltmaktır" diyor.

Doğalgazla çalışan buhar kazanları yolda

Bu hedef doğrultusunda Yeşim Grup'ta çok sayıda enerji tasarrufu projesinin de hayata geçirildiğini belirten Şankaya, bu çalışmaları birer birer sıralıyor. Özellikle doğalgazla çalışan son teknoloji buhar kazanlarına geçiş projesiyle Yeşim'de karbon emisyon rakamlarının düşürülmesi hedefleniyor. Projenin altyapı çalışmalarında sona gelinmiş durumda. Yakın zamanda

buhar kazanları çalışmaya başlayacak. Enerji ve su tasarrufu makine yatırımlarıyla da dış aydınlatmalarda güneş enerjisi kullanmak suretiyle emisyon oranlarının düşürülmesine katkı sağlanacak. Elektrik tedarikinin hidroelektrik santralden sağlanmasına devam ediliyor ve bu konudaki emisyon azaltma hedefi sürdürülüyor. Firmadaki makinelerin mevcut motorları revize edilirken IE4 verimli motorlarla değiştiriliyor. Daha ekolojik kimyasal kullanımı artırılarak enerji tasarrufu sağlanıyor ve böylelikle emisyon düşürülüyor. Düz boya makinelerinin izolasyonlarına devam ediliyor. Şankaya, bütün bu projeler realize edilerek 2025

yılına kadar söz konusu hedeflerine ulaşmayı amaçladıklarını belirtiyor.

Enerjiyi yeşil üretmek kadar, yeşil tüketmek de önemli

Yeşil enerjiye geçiş konusunda önemli adımların atıldığı Yeşim Grup'un gündemindeki bir diğer önemli başlık ise enerji tüketimi... Bu kapsamda Uluslararası Yenilenebilir Enerji Sertifikası (I-REC) temini için Max Energy firmasıyla işbirliğine gittiklerin anlatan Şankaya, "Söz konusu işbirliği kapsamında, 2022 yılında Bursa fabrikamızda tüketeceğimiz elektriği yenilenebilir enerji kaynaklarından temin ederek karbon ayak izini en aza indirme ve 'Yeşil Fabrika' kimliğimizi daha

da güçlendirme şansı bulacağız" şeklinde konuştu. Yeşim Grup'a bağlı olarak Mısır'da faaliyetlerine devam eden Jade Tekstil firması da üretimde kullandığı elektriği, sürdürülebilir enerji kaynaklarından temin etmek için bir çalışma başlattı. Proje tamamlandığında İsmailia Tesisi'ndeki elektrik tüketiminin yaklaşık üçte biri, güneş enerjisi sistemlerinden karşılanacak. Proje, tesisteki elektrik tüketiminin tamamının sürdürülebilir enerji kaynaklarından sağlanmasının da önünü açacak.

Yatırım çalışmalarında artık sona geldiklerini vurgulayan Şankaya, "Söz konusu projenin kurulum sürecini üstlenecek firmanın belirlenmesinin ardından harekete geçilerek tesisteki üretim sürecinde çevreci, sürdürülebilir enerji kullanımına geçilmiş olacak. Yaklaşık 1 milyon dolarlık yatırım bedeliyle şekillenecek 1.661 MW büyüklüğündeki projeye karbon emisyonunu yılda 1,6 ton azaltmayı ve yılda 200 bin dolarlık tasarruf sağlamayı hedefliyoruz" diyor. Yeşil enerji projelerinin yanı sıra çevre dostu enerji yönetimi yaklaşımını da benimseyen Yeşim Grup, "Sıfır Atık Belgesi" almaya da hak kazandı. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yayımlanan Sıfır Atık Yönetmeliği kapsamında Bursa fabrikasında sıfır atık yönetim sistemi kuruldu. Bu sisteme uygun olarak sıfır atık kutuları yerleştirilen alanlarda oluşan atıkların, tanımlı kutulara uygun şekilde atılması sağlanıyor.

Söktaş'ın enerjisi sürdürülebilir kaynaklardan

Sürdürülebilir üretime geçiş ve bu geçişin en önemli adımlarından



Söktaş CEO'su
Muzaffer Turgut Kayhan

biri olan yeşil enerjiye dönüş hemen tüm firmalarda başlamış durumda. Söz konusu dönüşüm çalışmaları, kimi firmalarda Paris Anlaşması sonrası başlamış olsa da, kim firmalar uzun yıllardır bunu devam ettiriyor. Aralarında Hugo Boss, Paul & Shark, Zegna, Stella Mc- Cartney, Massimo Dutti, Gucci ve Max- Mara'nın da bulunduğu üst segment perakende markalarına kumaş üreten Söktaş Tekstil, sürdürülebilirlik uygulamalarına çok erken başlayan firmalardan. Söktaş Tekstil son olarak yeni yılla birlikte kömürle çalışan

Muzaffer Turgut Kayhan:
"Tekstil sektörü birçok konuda olduğu gibi yeşil enerjiye dönüşte de ülkemizin öncü sektörlerinden. Yoğun ihracat devam edebilmesi amacıyla, zaten yakın zamanda AB Yeşil Mutabakat şartlarına uyulması gerekiyor."

termik santralden enerji alımını bırakacağını açıkladı. Söktaş Tekstil CEO'su Muzaffer Turgut Kayhan, “2021 yılı başından beri tüm elektriğimizi IREC sertifikası (yenilenebilir enerji sertifikası) ile alıyoruz. Bu da yüzde 100 sürdürülebilir kaynaklardan üretilen elektriği tüketiyoruz demek. AB sınırları içerisinde bulunan müşterilerimizin bize verdiği kömürden çıkış planından önce harekete geçtik ve bu kapsamda dışarıdan sağladığımız elektrik alımında da çevreye duyarlı kaynaklardan yararlanmak istedik. Amacımız şirketimizi karbon pozitif bir şirket haline getirmek” diyor.

Yeşil enerjiye dönüş kapsamında Söktaş fabrikasının çatılarına kurulacak güneş panelleri sayesinde toplam tüketimin yüzde 20'lik kısmını Söktaş kendisi üretecek. Rüzgâr yoğun bir bölgede bulunan Söktaş, bu imkânı da kullanarak rüzgâr enerjisi projesini kısa sürede hayata geçirecek. Söktaş'ın yan kuruluşu olan Efeler Çiftliği'nin ülkemizde Biogaz tesisi olan tek çiftlik olduğunu belirten Kayhan, bu çiftlikte biomass'tan elektrik üretimi gerçekleştirdiklerini ifade ediyor.

İhracatın devamı yeşil dönüşüme bağlı

Tekstilin yoğun ihracat yapılan sektörler arasında yer aldığını ve ihracatın aynı oranlarda devam edebilmesi için dönüşümün gerçekleşmesi gerektiğini belirten Kayhan, “Tekstil sektörü birçok konuda olduğu gibi yeşil enerjiye dönüşte de ülkemizin öncülerinden. Yoğun ihracat yaptığımız bir alan. Bu ihracatın devam edebilmesi amacıyla,

zaten yakın zamanda AB Yeşil Mutabakat şartlarına uyulması gerekiyor. Benim şu anda gördüğüm birçok şirket, yeşil enerji alanında yatırımlar yapıyor” diyor. Pandemi sonrası Türkiye'deki tekstil sektörünün hedef pazarlar içinde çok avantajlı bir hale geldiğine dikkat çeken Kayhan, “Bunun ana faktörleri pazara yakınlık ve rekabet içerisinde olduğumuz Çin'in pamuklu tekstil ürünlerinde tercih edilmemeye başlanması. Bu avantajımızı kaybetmemek adına sürdürülebilir üretim şartlarını benimsememiz ve devamlı hale getirmemiz gerekli.

Müşterilerimizin bizde öngördüğü üretim koşullarını proaktif bir şekilde sağlıyor olmamız ülkemizi vazgeçilemez bir üretim merkezi haline getirecektir” dedi.

Global markalar dönüşüme zorluyor

AB Yeşil Mutabakat kapsamında Sınırdaki Karbon Düzenlemesi'nin 1 Ocak 2023'te yürürlüğe girmesi ve 31 Aralık 2025'e kadar da geçiş dönemi kapsamında aşamalı olarak uygulanması hedefleniyor. 1 Ocak 2026'dan itibaren ise Sınırdaki Karbon Vergisi uygulaması tam olarak yürürlüğe girecek.

Anlaşılabileceği üzere süre oldukça azalmış durumda. Tekstil, AB tarafından uyum için açıklanan öncelikle sektörler arasında yer almasa da dönüşümün en hızlı yaşandığı alanlardan biri. Dönüşüme en hazırlıklı sektörün hazır giyim ve tekstil olduğu belirten TOBB Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi Başkanı Şeref Fayat, bunu sebebini ise “Bildiğiniz gibi tekstil, karbon ayak izi sınırlaması kapsamındaki öncelikli beş sektörden biri değil. Fakat buna rağmen yıllardır çok uluslu firmaların bizi ve çalışma koşullarımızı sürekli denetlemeleri

bizi bu gibi dönüşümlere hazır kılmaktadır” sözleriyle açıklıyor.

Yeşile dönüşte öncelik enerji yatırımları

Hazır giyim ve tekstil sektörünün yeşil mutabakata uyum sürecinde öncelikle yenilebilir enerji yatırımlarına ağırlık verdiğine dikkat çeken Fayat, firmaların kendi enerjilerini üretebilmek amacıyla fabrikalarına güneş enerji panelleri yatırımları yaptıklarını, enerji ihtiyaçlarını doğaya zarar vermeyen kaynaklardan sağlayacak projeleri hayata geçirdiklerini ifade etti. Fayat, şöyle



TOBB Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi Başkanı Şeref Fayat

Şeref Fayat: “Bildiğiniz gibi tekstil, karbon ayak izi sınırlaması kapsamındaki öncelikli beş sektörden biri değil. Fakat buna rağmen yıllardır çok uluslu firmaların bizi ve çalışma koşullarımızı sürekli denetlemeleri, bizi bu gibi dönüşümlere hazır kılmaktadır.”

devam etti: “Türkiye Sanayisi 2050 yılında sıfır karbon hedefi olan ana pazarımız Avrupa Birliği'ne gümrüklerde ilave karbon ayak izi vergisi ödememek ve rekabetçi olabilmek için dönüşümünü Yeşil Mutabakat'a uyumlu yatırımlara çevirmeli. Aksi taktirde ağırlıklı pazarımız olan Avrupa Birliği'ne ticaretimiz önemli miktarda gerileme riskiyle karşı karşıya kalacaktır. Öncelikli sektörlerden biri olmasak da hazır giyim ve tekstil sektörü sınırdaki karbon vergisi alınmaya başlanacak olan 2026 yılında, sektörün büyük oyuncularını yatırımlarını, dönüşümlerini tamamlamış olacaktır.”



Hasret bitiyor, fuarlar yeniden açılıyor

Pandeminin getirdiği kısıtlamalar nedeniyle yaklaşık iki yıldır sanal fuarlarda bir araya gelen tekstil ve hazır giyim sektörü, yüz yüze fuarlara hasret kalmıştı. 2022 yılındaysa hem Türkiye’de hem de yurtdışında onlarca fuar düzenlenmesi planlanıyor. Sektör temsilcileri, fiziki veya dijital katılımın olacağı bu fuarlarda, ihracatının artacağı beklentisiyle yeni müşteriler bulacakları keyifli buluşmalara hazırlanıyor.



Tekstil ve hazır giyim sektörünün en önemli organizasyonları olan fuarlar, yeniden eski ihtişamıyla ve heyecanıyla düzenlenmeye başladı. Tüm dünyada pandeminin getirdiği kısıtlamaların etkisiyle hemen her şeyin dijitalleştiği bir dönemden geçtik. Yaklaşık iki yıl süren pandemi döneminde fuarlar sanal olarak yapılmaya devam ettiyse de ihtiyacı aynı oranda karşılayamadı. Katılımcılar da, ziyaretçiler de kumaşlara, giysilere dokunamadıkları, paylaşamadıkları, birbirlerini ağırlayamadıkları sanal fuarlardan aynı tadı alamadı.

Türkiye’de 2021 yılında, Hazır Giyim, Moda, Kumaş, Konfeksiyon Yan Sanayii alanında 14 fuar gerçekleştirildi. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından açıklanan 2022 Yılı Fuar

Takvimi’ne göre TOBB tarafından bu yıl, 115’i uluslararası olmak üzere 358 fuar organize edilecek. En fazla fuarın gerçekleştirileceği şehirler olan İstanbul’da 175, İzmir’de 20, Gaziantep’te 19, Antalya’da 17, Bursa’da 16 ve Ankara’da 12 fuar düzenlenecek.

PV Fuarı’na ilgi yoğun oldu

Fiziki fuarların yeniden düzenlenmesiyle birlikte yakın zamanda dünyadaki en prestijli tekstil fuarlarından biri olan Premiere Vision Manufacturing Paris Fuarı (PV Fuarı) yapıldı. Yılda iki kez olmak üzere her yıl dünyanın dört bir yanından hazır giyim üretimine yönelik kumaş üreticilerini, tasarımcıları ve alım gruplarını bir araya getiren bu önemli etkinliğe katılım, oldukça yoğun. Türk tekstil sektörünün küresel pazarda tanınırlığının artması ve daha

katma değerli ihracat hedefinin gerçekleştirilmesi için büyük önem taşıyan bu fuara, İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri (İTHİB), Şubat 2022 döneminde 28’inci kez Milli Katılım Organizasyonu düzenledi. 7-11 Şubat tarihlerinde, fiziki ve dijital olarak gerçekleştirilen fuarda 41 ülkeden, Premiere Vision kriterleri doğrultusunda seçilmiş 1080 katılımcı firmayla, yüzde 60’ı uluslararası olmak üzere 74 bin 600 profesyonel ziyaretçi bir araya geldi.

Ziyaretçi yüzde 24 arttı

Fiziksel etkinliğe gelen ziyaretçi sayısının 21 bin 300 olduğuna ve geçtiğimiz Eylül fuarına oranla yüzde 24 oranında arttığına dikkat çeken Premiere Vision Türkiye Ofisi Direktörü Gülperi Erkanlı, “Ziyaretçilerimiz ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerindendi. Özellikle,



İtalya, İspanya ve İngiltere'den gelen ziyaretçi sayısında kayda değer bir artış gözlemlendi. İspanya ve İngiltere'den gelen ziyaretçilerin sayısı geçtiğimiz Eylül fuarına oranla iki katına çıktı" dedi. Erkanlı, belirsizliğin halen hüküm sürdüğü bu dönemde sektörün toparlanmasına yönelik son derece pozitif sinyaller alındığını, 05-07 Temmuz tarihlerinde gerçekleşecek sezonun ikinci fuarında Asya ve ABD pazarlarının da fuara geri döneceği beklentisinin çok güçlendiğini ifade etti. Fuarın 986 fiziksel katılımcısı, elyaf, iplik, kumaş, deri, konfeksiyon, aksesuar,

İTHİB 2022'de fuarla ağırlık veriyor

İTHİB, sektörün ihracat hedeflerine ulaşmasında önemli rol oynayan fuar organizasyonları gerçekleştirmeye 2022 yılında daha yoğun bir şekilde devam edecek. İTHİB'in 2022 fuar hedeflerini Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz anlattı: "2022 yılında Premiere Vision Paris, Munich Fabric Start, London Textile Fair gibi tüm dünyanın takip ettiği uluslararası fuarlara Milli Katılım Organizasyonu gerçekleştirmenin yanında İTHİB olarak bu sene sektörümüzden gelen büyük taleplerden birini karşılıyoruz. 16-18 Mart tarihlerinde İstanbul Ticaret Odası (İTO) işbirliğiyle İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı'nı yaptık. İTHİB olarak ilk defa kendi fuarımızı organize etmenin yanında her yıl New York'ta Birlik olarak düzenlediğimiz "i of the World" fuarına 2022 yılında da devam edeceğiz. Katıldığımız ve gerçekleştirdiğimiz uluslararası fuarlarda kurduğumuz küresel bağlantılar sayesinde, 2022 yılı 15 milyar dolar ihracat hedefimize emin adımlarla yürüyoruz."



desen gibi farklı segmentlerde 2023 İlkbahar - Yaz sezonuna ait en yeni koleksiyonlarını sergilediler.

Türk firmaları fuarlarda bir adım öne çıkıyor

Fuarda Türkiye'den 186 firma yer aldı. Türk firmalarının ihracatlarını artırmak üzere fuarda çok yoğun çalıştıklarını belirten Erkanlı, "Farklı ülkelerden gelen ziyaretçilerin Türk katılımcı firmalarına ilgisinin üst düzeyde olduğunu güvenle söyleyebiliriz. Ülkemizin tekstil ve hazır giyim alanında ihracatının önemli bir kısmını gerçekleştirdiği Avrupa kıtası ve İngiltere markalarının temsilcilerinin fuarda bizzat bulunabilmesi, var olan ticari ilişkiyi geliştirmek ve derinleştirmekte rol oynarken, aynı zamanda yeni müşterilerle de iş geliştirme imkânı oldu"

şeklinde konuştu. Erkan'a göre geçirdiğimiz sezon, sektörün Türk firmalarına olan ilgisinin daha da kuvvetlendiğini görme imkânını sağladı, dünyada yaşadığımız tedarik stratejilerindeki değişiklik dolayısıyla Türkiye'ye olan ilgi daha da arttı.

GDO'suz Türk pamuğu dünyaya tanıtıldı

Pandeminin uluslararası seyahatlere etkisi devam etmesine rağmen Türk firmalarının fuara yoğun ilgi gösterdiklerini belirten İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, "Fuara katılan 200'e yakın Türk firmamızla B2B görüşmeler sağlamanın yanında, tekstil sektörümüzün küresel ölçekte tanınırlığının ve katma değerinin artması için de çalışmalar gerçekleştirdik. Bu kapsamda sadece katılımcı



İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz

firmalarımızın değil, aynı zamanda ziyaretçilerin de ilgisiyle karşılaştık" diyerek düşüncelerini dile getirdi.

Fuarın ilk gününden itibaren Türk firmaların ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılaştığını belirten Öksüz şöyle devam

etti: "Fuar boyunca yalnızca Fransa'dan değil, aynı zamanda İtalya, İspanya, Almanya, İngiltere ve ABD'den olmak üzere geniş bir yelpazeyi barındıran uluslararası müşterilerle gerçekleştirilen görüşmeler, oldukça verimli geçti. Bu fuarda firmalarımız, hedeflenen yüksek kalite segmentindeki müşteri kitlesine ulaştılar." Premiere Vision Fuarı'nda İTHİB ayrıca, GMO Free Turkish Cotton standıyla da yer aldı. GDO'suz Türk Pamuğu'nun dünyaya tanıtılmasının amaçlandığı standın uluslararası ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi gördüğünü ifade eden Öksüz, "Standımızda aynı zamanda Türkiye Dokuma Atlası Sahnesi için hazırlanan tasarımlarımızı da sergileyerek uluslararası alıcıların beğenilerine sunduk. Pandemi döneminde de olsak firmalarımızın ve ziyaretçilerimizin yoğun katılımını büyük memnuniyetle karşıladık" dedi.

Teknoloji yüz yüze iletişimin yerini alamaz

PV Fuarı ile birlikte fiziki fuarlara sektörün gösterdiği yoğun ilgiyi değerlendiren Gülperi Erkanlı, "Teknolojinin geldiği bu şaşırtıcı nokta bile henüz ne insanların yüz yüze

2022 Yılı Fuar Takvimi'ne göre TOBB tarafından bu yıl, 115'i uluslararası olmak üzere 358 fuar organize edilecek. En fazla fuarın gerçekleştirileceği şehirler olan İstanbul'da 175, İzmir'de 20, Gaziantep'te 19, Antalya'da 17, Bursa'da 16 ve Ankara'da 12 fuar düzenlenecek.



PV Türkiye Ofisi Direktörü Gülperi Erkanlı

gelmesinin yerine geçebilecek ne de bir kumaşa, bir malzemeye dokunma hissinin yerini alabilecek düzeyde diye düşünüyorum. Biz teknolojiyi yüz yüze ilişki kurmanın veya bir malzemeye dokunmanın tamamlayıcısı olarak değerlendirdiğimiz için fuarların gördüğü ilgi bizi şaşırtmıyor" dedi.

Fiziki fuarların diğer pazarlama yöntemleriyle kıyaslandığında alıcıyla üreticiyi buluşturma noktasında oldukça etkili bir seçenek olduğunu belirten Ahmet Öksüz, sektörün fiziki fuarları neden tercih ettiğini şöyle özetledi: "Firmalarımız, katıldığı fuarlar sayesinde kolaylıkla hedef müşteri kitlelerine ulaşabiliyor. Bu etkenler de yurtiçi ve yurtdışı fuarları vazgeçilmez kılıyor. Bununla birlikte fuarlar sadece B2B organizasyonlarının yapıldığı alanlar değil; trendlerin takip edildiği, kurumlar arası network paylaşımlarının yapıldığı, firmaların perspektiflerinin 360 derece artırıldığı etkinlikler."

BOSSA Strateji ve İş Geliştirme
Direktörü Besim Özek



Sektör dört gözle fiziki fuarları bekliyor

BOSSA Strateji ve İş Geliştirme Direktörü Besim Özek ise fiziki fuarların başlamasından en olumlu etkilenecek sektörün tekstil olacağı görüşünü dile getirdi. “Tekstil sektörü için kesinlikle fiziki fuarlar,” diyen Özek, “Sanal olarak kumaşı görmek, hissetmek, tuşesini

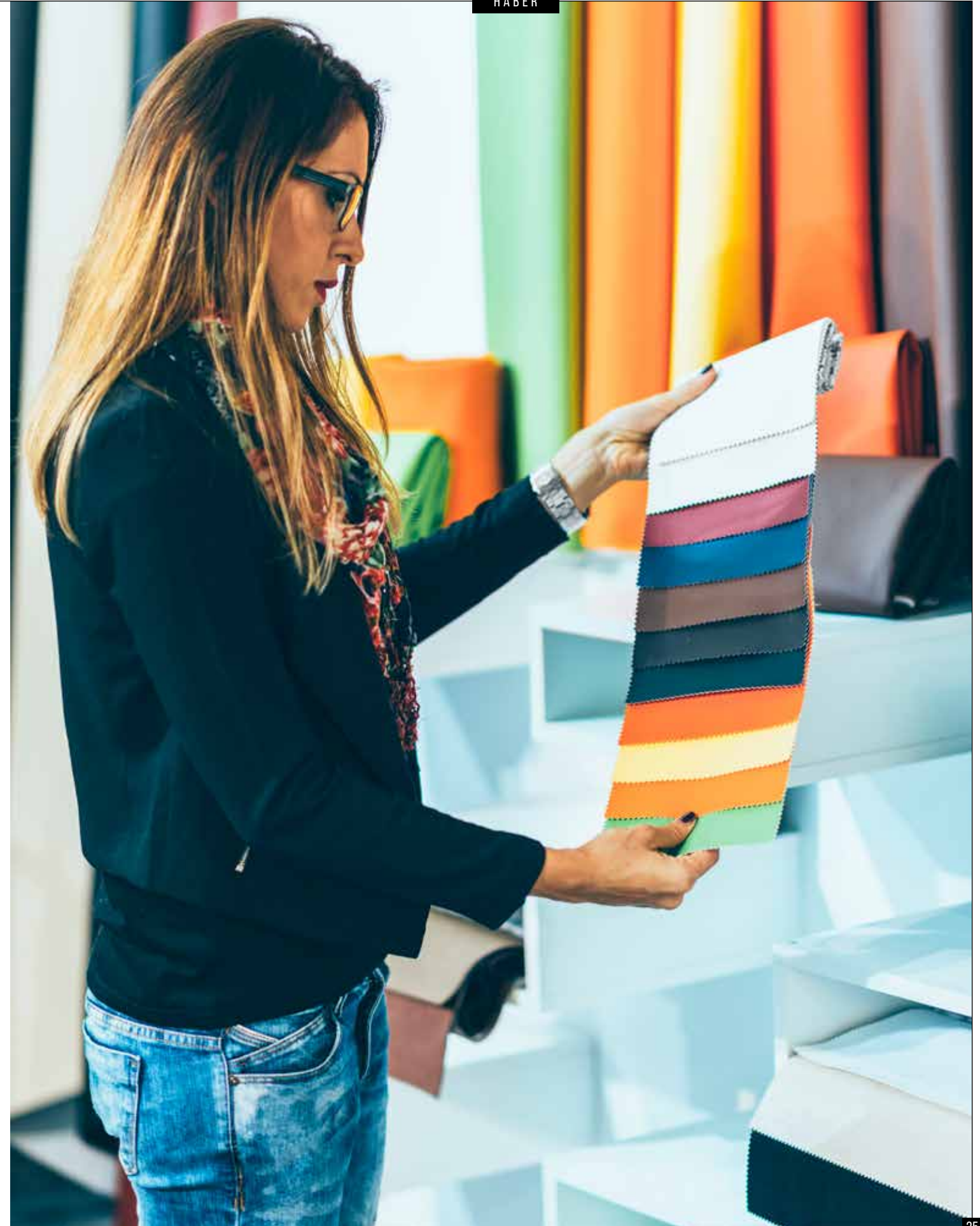
anlamak imkânsız. Dört gözle fiziki fuarları bekliyoruz. Fuarlar sektörle buluştuğumuz sadece ürün tanıtımı değil, seminerleri ve bilgilendirici etkinlikleriyle bizi de besleyen organizasyonlardır. Pandemi nedeniyle bunu sanal ortamda gerçekleştirmeye çalıştık, ancak kumaşa dokunma, fiziki olarak fuarda bulunmanın tadı bir başka oluyor” dedi.

71’inci yaşını kutlayan ve dünyanın neredeyse her yerinde satış organizasyonu olan BOSSA’nın fuarlardaki en büyük amacının yeni müşterilerle

7-11 Şubat tarihlerinde, fiziki ve dijital olarak gerçekleştirilen Premiere Vision Manufacturing Paris Fuarı’nda, 41 ülkeden seçilmiş 1080 katılımcı firma ve yüzde 60’ı uluslararası olmak üzere 74 bin 600 profesyonel ziyaretçi bir araya geldi.

tanışmak değil, yeni geliştirilen ürünleri gösterip hikâyesini mümkün olduğu kadar geniş kapsamda anlatmak olduğunu söyleyen Özek, “Fiziki fuarlar bunun yapılabileceği en güzel mekânlar. Online etkinlikler ve uygulamalar, hem sürdürülebilirlik hem de dünyanın gidişatı için kaçınılmaz olarak devam edecek, ama fiziksel fuarların devamı dinamiklik açısından önemli” dedi.

Fiziki fuarlar, tekstil sektörü için buluşma noktası olmaya devam ediyor. Diğer paydaşlarla etkileşim içinde sektörün gidişatına yön vermeye zemin hazırlayan fuarlar, aynı zamanda sektörün lokomotif durumunda. 2022 için sektörün beklentisi ise normalleşmenin başladığı, fiziki fuarların sağlıklı olarak yapıldığı, tekrar sanal dünyaya dönmek zorunda kalmayacağımız bir yıl olması.



METAVERSE EVRENİNDE YENİDEN ŞEKİLLENEN SEKTÖR: TEKSTİL

Metaverse evrenindeki markaların sayıları hızla artıyor. Tekstil ve hazır giyim markaları, bu hızı en yakından takip eden sektör içinde yer alıyor. Sanal mağazalar, AVM'ler, avatarlar için tasarlanan NFT giysiler ve tabii ayakkabılar çoktan hayatımıza girmeye başladı. Şu anda 420 milyar dolara ulaşan iş hacminin, beş yıl içinde 8 trilyon dolara ulaşacağı öngörülen metaverse'de olmaya hazır mısınız? Ya da avatarınız için alışverişe çıkmaya?



Metaverse ekosisteminin büyüme hızına yetişmek mümkün değil. Dünyanın dev şirketleri adeta yarışarcasına metaverse'ye giriyor. "İnternetin geleceği" olarak tanımlanan bu alana yönelik geliştirilen projeler, milyon dolarlık yatırımlar alıyor. Sektör fark etmeksizin iş dünyasının gözü kulağı metaverse'de... Teknoloji şirketlerinin ağırlığının gözlemlendiği bu ekosistemde, hızla yaygınlaşan sektörler arasında tekstil ve hazır giyim de var. Global tekstil firmalarının büyük çoğunluğu metaverse'de mağazalarını açmakla kalmayıp avatarlar (sanal kimlik) için hazırladıkları giysileri sanal dünyada satışa çıkarıyorlar.

İlk Metaverse Moda Haftası yapıldı

Geçtiğimiz günlerde dünyanın ilk sanal moda haftası, metaverse platformu Decentraland'de gerçekleştirildi. 23-27 Mart tarihlerinde yapılan Metaverse Moda Haftası'na aralarında Estée Lauder, Tommy Hilfiger, Dolce & Gabbana, Cavalli, Elie Saab, Etro, Jacob & Co gibi global firmaların da bulunduğu 70 ünlü marka katıldı. Decentraland'ta yer alan "Luxury Fashion / Lüks Moda" alanında düzenlenen dünyanın ilk Metaverse Moda Haftası'nda markalar, sanal podyumlarda yürüyen avatarlar üzerinde dijital giysilerini sergilediler. Metaverse Moda Haftası, ilgili kişilerin dünyanın her yerinden herhangi bir ücret ödemeksizin katılabilecekleri bir etkinlik oldu. Ayrıca Moda Haftası'nı ziyaret edenler, defile sırasında beğendikleri kıyafetleri NFT olarak satın alma ve bu



ürünleri kendi avatarlarına giydirme olanağı da buldu.

Metaverse evreninde, içerik üreticilerinin geçen yıl avatarlar için giyilebilir ürün satışlarından 1 milyon doların üzerinde gelir elde ettiği biliniyor. Bütün bu bahsedilenler kimileri için kârlı bir yatırım platformunun ayak sesleri, kimileri için ise bir bilimkurgu filminden sahneler sanki. Peki, metaverse evreninde neler oluyor? Tekstil ve hazır giyim sektörünü metaverse ile birlikte nasıl bir gelecek bekliyor?

Gucci mağazasını 19 milyon kişi ziyaret etti

Yapay zekâ, dijital teknoloji ve dünyanın Artırılmış Gerçeklik (AR) tabanlı ilk metaverse platformu Goart Metaverse programını hayata geçiren Roof Stacks CEO'su Burak Soylu, moda, tekstil ve tasarım dünyasının, metaverse ile yakın temas kuran ilk öncü grup olduğunu ifade ediyor. Nedeni ise tekstil sektörünün yapısı ve içeriği gereği meta evrenin bileşenleriyle en hızlı uyuma sahip alan olması. Hem ticari kazanç potansiyeli



hem de evrensel gücü açısından metaverse, global markaların kaçırmak istemeyeceği fırsatları içinde barındırıyor. Adidas, Nike, Gucci, Dolce & Gabbana gibi pek çok global tekstil devi, tekil olarak ya da marka işbirlikleri çatısı altında metaverse evrenindeki yerlerini almaya başladılar. Sanal koleksiyonlarını NFT pazarında satışa çıkardıklarını duyuruyorlar ve çok büyük satış rakamlarına ulaştılar bile. Örneğin Dolce & Gabbana'nın NFT koleksiyonu, markaya 5,6 milyon dolarlık bir kâr getirdi. Gucci'nin metaverse mağazası ise 19 milyon insan tarafından ziyaret edildi. Ve bu sayı her geçen gün artıyor. Dijital ikiz evrende oluşan bu bağımsız ticari pazar, her geçen gün çok daha büyük bir ekonomi haline geliyor.

Hem ticari kazanç potansiyeli hem de evrensel gücü açısından metaverse, global markaların kaçırmak istemeyeceği fırsatlar barındırıyor.

Metaverse iş hacmi 420 milyar dolar

Gelişmeler gösteriyor ki; Türkiye'deki markalar da bu potansiyelin ve dev pazarın farkında... Türk tekstil sektörünün önde gelen markalarıyla GoArt metaverse içinde sanal mağazalarını açmak üzere anlaşmalar yaptıkların belirten Soylu, "Türkiye'den görüştüğümüz isimler arasında bankalar, gıda markaları, gayrimenkul firmaları da var, ancak en yoğun ilgi hazır giyim ve tekstil sektöründen" diyor.

Burak Soylu, şu anda

metaverse'in iş hacminin 420 milyar dolara ulaştığına dikkat çekiyor; ekonomistlerse bu rakamın 5 yıl içinde 8 trilyon dolara ulaşacağı kanaatinde.

Damat Tween metaverse'de

GoArt metaverse içinde sanal mağazasını açmaya hazırlanan firmalardan biri de Damat Twewen ve D'S damat markalarıyla Orka Holding. Nisan ayında Türkiye'nin erkek giyim alanındaki ilk metaverse mağazasını açmaya hazırlanan firma, geleceğin yeni rekabet alanı olan sanal evrende öncü olmayı hedefliyor.

Damat Tween metaverse mağazasında müşteriler, ev veya ofis gibi bulundukları mekânlardan çıkarak mağazaya gitmek ve vakit kaybetmek zorunda kalmayacak. Diledikleri lokasyondan

“Augmented Reality (AR) / Artırılmış Gerçeklik” ve “Virtual Reality (VR)) / Sanal Gerçeklik” teknolojileriyle metaverse mağazasında sanal gezinti yaparak ürünlerin tüm özelliklerini inceleyebilecek; istedikleri kıyafeti, istedikleri bedende kendi avatarlarına giydirme ayrıcalığına

Bilimkurgu filmlerinin içinde yaşayacağız!

Metaverse ile birlikte tekstil ve hazır giyim sektöründe nasıl bir değişim yaşanacağını Goart Metaverse Projesi’ni hayata geçiren Roof Stacks CEO’su Burak Soylu, şu sözlerle anlatıyor: “Metaverse’ün moda sektörü için sunduğu önemli fırsatlardan biri olan ve dijital ortamdaki ürünleri benzersiz kılan NFT, bugün olduğu gibi önümüzdeki süreçte de hızlandırıcı bir rol üstlenecek. Tekstil ve hazır giyim markalarının metaverse’de birden çok form içinde yer alabilmesi de sektör için özel bir avantaj. Tasarımcılar veya tekstil markaları NFT olarak dijital koleksiyonlarını çıkarabilir, 360 derece mağaza, showroom ya da pop-up mağaza açabilir, lansmanlar, defileler, moda haftası yapabilir aynı zamanda da içinde oldukları metaverse platformunun ya da oyunların kullanıcıları arasında etkinlikler, partiler düzenleyebilirler. Meta- fluencer’ların ortaya çıkacağı, yeni mesleklerin ve gelir modellerinin oluşacağı bir moda dünyası yavaştan şekilleniyor diyebilirim. Belki yapay zekâ ile oluşturulmuş bir karakter, moda tutkunlarına, avatarları için gardıroplar oluşturmaya ve onları özelleştirmeye yardımcı olacak sanal styling hizmetleri sunacak. Bunlar artık hayal değil, bilimkurgu filmlerini artık sadece izlemeyeceğiz, günlük hayatımızda bilfiil yaşayacağız. Ve tüm bunlar doğal olarak tekstil endüstrisine bambaşka kapılar açacak.”

kavuşacak. Ve beğendikleri ürünleri online olarak satın alarak alışverişlerini tamamlayabilecekler.

Evden çıkmadan alışveriş turu

“Metaverse, hiç kuşkusuz ki, geleceğin yeni ve en etkin rekabet alanı olacak” diyen Orka Holding Pazarlama Grup Başkanı Büşra Orakçıoğlu, nasıl bir geleceğe doğru ilerlediğimizi şu sözlerle özetliyor: “Dünyada Artırılmış Gerçeklik kullanıcı sayısı 800 milyonken, bu sayının 2025’te 2 milyar olacağı öngörülüyor. AR teknolojilerinin özellikle e- ticarete kullanımının önünü açacağı, şirketlerin müşterileriyle iletişim dilini yeniden programlayacağı, satış faaliyetlerinin artık yeni

platformlar ve pazar yerleri üzerinden yapılacağı bir gelecek, çok yakında bizleri bekliyor.”

Giyilebilir NFT’lerin kurgusal evrendeki yaşamın en önemli parçalarından biri olması hedefleniyor. Bununla birlikte online alışverişin metaverse içerisinde kullanıcıların ürünleri kendi evlerindeyken deneyebilmelerine olanak sağlayacak bir noktaya gelmesinin gündemde olduğuna dikkat çeken Orakçıoğlu, bu aladaki gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, metaverse evreninde yerini sağlamlaştıran markaların kazançlı çıkacağını ifade ediyor.

Metaverse dünyasına adım atan bir başka marka ise LC

Waikiki oldu. LC Waikiki, yeni kurduğu meta ekip tarafından geliştirilen “meta-store / mağaza-ötesi” çalışmasının ilk görsellerini paylaştı. Diğer yandan LC Waikiki metaverse mağazasının hazırlıkları da tüm hızıyla devam ediyor.

Sen giysini seç, avatarın senin için denesin!

Metaverse dijital dünyayı farklı bir seviyeye taşıyor. Dolayısıyla reel satış dışında dijitalde de varlığını sürdüren pek çok sektör gibi tekstil ve hazır giyim sektörünü de değişime uğratacak. Gerçeklik ve ihtiyaç algısının tekstil endüstrisi için yeniden tanımlanacağı bir devir başlıyor.

Roof Stacks CEO’su Burak Soylu yaşanacak değişimi şöyle özetliyor:



“Artık evimizden çıkıp, fiziksel olarak kendimizi mağazalara götürüp bir şeyler denemektense, istediğimiz her yerde, metaverse evreni içinde istediğimiz kıyafeti, istediğimiz bedende avatarlarımıza giydirebileceğiz. Ve tüm bunları sizin gibi diğer avatarlarla etkileşim ve network kurarak, yepyeni bir ekosistem içerisinde, yeni bir sosyal hayat düzeninde yapabileceksiniz.” Soylu, hangi bilinçle kıyafet satın alıp giyiyorsak metaverse’de de yine aynı hissiyatla hareket edeceğimizi belirtiyor ve ekliyor: “Ama tek farkla; bunu avatarımız üzerinden deneyimleyeceğiz. Sanal mağazalardan aldığımız ürünlerle ve NFT’lerle avatarımızı güçlendireceğiz ya da sadece zevk unsuru olarak giydireceğiz.”

Bu yeni evrenin, insanların günlük hayatında daha fazla yer alması, fiziksel dünyanın yanı sıra sanal dünyada da giysilere daha çok önem kazandıracak. Burak Soylu’ya göre; kullanıcı alışkanlıkları zaman içinde önce avatara sonra kendine kıyafet alma şeklinde evrilecek. Diğer avatarlarla olan etkileşimimiz ise, markaların o evrendeki organik bir PR’ı gibi

Metaverse, dijital dünyayı farklı bir seviyeye taşıyor. Dolayısıyla reel satış dışında dijitalde de varlığını sürdüren pek çok sektör gibi tekstil ve hazır giyim de değişim geçirecek. Gerçeklik ve ihtiyaç algısının tekstil endüstrisi için yeniden tanımlanacağı bir devir başlıyor.

olacak. Bu da tekstil ve hazır giyim markalarının marketing ve reklam planlamalarını metaverse ortamına tayin edecekleri anlamına geliyor.

Alternatif bir yaşam inşa ediliyor

Araştırmalara göre avatarlarımızın gardırobu, kendi gardırobumuzdan daha zengin olacak ve bu sanal gardırop için daha fazla para harcayacağız... Şu anda pek çok kişi için kulağa oldukça tuhaf gelen ve çoğu zaman anlamlandırmakta zorlandığımız bu değişimin nasıl yaşanacağını Soylu anlatıyor: “Yakın gelecekte avatarlarımız, gerçek hayatta sahip olduğumuz pek çok ürün ve de deneyimden daha fazlasına sahip olacaklar. Metaverse teknolojisinin etkisini hayatın





akışı içinde daha bütüncül bir şekilde yaşamaya başladığımızda, alternatif bir yaşam modeli inşa edilmiş olacak. Göremediğiniz ülkeleri evinizden gezebileceğinizi, gerçekte alamadığınızı ya da bir sebeple ulaşamadığınız ürünleri sanal mağaza alışverişiyle alabileceğinizi, fiziki evrende belki de imkânsızken meta evrende orijinal bir sanat eserini alıp satabileceğinizi ya da emlak sahibi olabileceğinizi, ikiz bir evrende fiziken bir araya gelmenin çok zor olduğu farklı coğrafyalardan insanlarla aynı etkinliğe ya da okula gidebildiğinizi hayal edin. Böyle bir seviyeyle birlikte, o evrende geçirdiğimiz zaman da, tüketim de artacaktır. Metaverse'de avatarımızla bir iş toplantısına katılacağımız zaman ya da bir konsere gideceğimizde yine bizi istediğimiz gibi temsil edecek bir giysi seçimine ihtiyaç

Metaverse ile birlikte yeni bir evrenin kapıları aralanıyor. Bu yeni evrenin insanların günlük hayatında daha fazla yer alması, fiziksel olanın yanı sıra sanal dünyada da giysilere daha çok önem kazandıracak.

duyacağız. Avatarınızın gardırobu sizinkinden zengin olabilir; gerçekte sahip olmadığınız bir çanta ya da ayakkabının avatarınızın gardırobunda olma ihtimali oldukça yüksek.”

Gerçekte alamadıklarını sanal dünyada satın alıyorlar!

Instagram'da Bergdorfverse adını verdiği hesabında, moda dünyasına yönelik içerikler üreten Gülşah Sarpoğlu, avatarların gardıroplarına yönelik açıklanan

bu öngörüye bire bir şahit oluyor. “Şu anda benim içerik ürettiğim oyunlardaki oyuncuların tüketim alışkanlıklarından yola çıkarak avatarlarına çokça alışveriş yaptıklarını söyleyebilirim. Gerçek hayatta fiyatı çok yüksek olan ürünlerin sanal versiyonlarının daha uygun fiyatlara alıp avatarları üzerinden sahip olmak, birçok kişinin hayatını daha kolay hale getirecek” diyen Sarpoğlu, bu gelişmelerin nedenini ise şöyle açıklıyor: “Gerçek hayatta kaçınılamaz bazı masrafların sanal gerçeklikte var olmaması sebebiyle istenilen kıyafetler, evler, arabalar çok daha erişilebilir hale geliyor. Bu sebeple avatarların daha çok ürüne sahip olması mümkün, ancak harcanan miktar bakımından henüz gerçek hayat harcamalarını geçeceğini düşünmüyorum.”

Sarpoğlu, bir ürün ne kadar farklı

platformda olursa bilinirliğinin o kadar arttığını, sanal gerçeklikte insan varlığı git gide artarken bu platformlarda da var olmanın artık markalar için avantajlı bir durum haline geldiğini ifade ediyor.

“İçerik ürettiğim oyunlarda, ben ve birçok yaratıcı, gerçekte var olan içeriklerden ilham alarak üretim yapıyoruz. Oyuncular gerçekte gördükleri kıyafetleri avatarlarına giydirmekten hoşlandığı gibi çoğu zaman trendlerden ve ürünlerden bu sayede haberdar olup kendilerine de alıyorlar” diyen Gülşah Sarpoğlu, şöyle devam ediyor: “Gerçek hayatta popüler olup benzeri sanal gerçeklik oyunları için de yapılmamış bir ürün bulmak oldukça zor. Bu talep, sanal gerçeklikte varlık gösteren hazır giyim markalarının ürünlerine iyi bir görünürlük kazandırıyor.”



Avrupa Birliği Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi açıklandı

Avrupa Komisyonu, üst düzey yetkililerin katıldığı bir basın toplantısıyla Döngüsel Ekonomi Eylem Planı'nı açıkladı. Sürdürülebilir Ürün Girişimi ve Avrupa Tekstil Strateji Belgesi, söz konusu eylem planı içinde yer alan, tekstil ve hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiren iki bileşen.



Avrupa Komisyonu, 2019 yılının son günlerinde Avrupa'nın en kapsamlı dönüşüm programı olan ve tüm iş yapış şekillerini kökten değiştiren Avrupa Yeşil Mutabakatı'nı açıklamıştı. 2050'de seragazi emisyonunu net sıfıra indirmek, sadece sürdürülebilir ürünlerin AB pazarında dolaşımına izin vermek, sadece yeşil ve mavi kaynaklardan enerji elde etmek gibi pek çok iddialı hedeften oluşan bu program için 1 trilyon Euro kadar bir yatırım bütçesi taahhüt edildi.

Yeşil Mutabakat'ın her alanda nasıl işleyeceğine yönelik yasal düzenlemeler bir bir çıkarılmaya başlandı. Tüm imalat sektörlerini yakından ilgilendiren Döngüsel Ekonomi Eylem Planı ise 30

Mart'ta Avrupa Komisyonu'nun üst düzey yetkilileri tarafından bir basın toplantısıyla açıklandı. Bu plan içindeki iki kritik bileşen, tekstil ve hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiriyor: Sürdürülebilir Ürün Girişimi ve Avrupa Tekstil Strateji Belgesi.

Dayanıklı, uzun ömürlü ve dönüştürülebilir

Avrupa Komisyonu Başkan Yardımcısı Frans Timmermans, basın toplantısında "Her gün kullandığımız ürünlerin ikinci, üçüncü, dördüncü el kullanıma izin verecek kadar dayanıklı olmasını; bozulduğunda eskiden olduğu gibi kullanıcılar tarafından kolayca tamir edilebilir olmasını; bir telefonun pilinin kolayca

değiştirilebilmesini ve uzun süre kullanılabilmesini; bir ürünün ömrü bittiğinde kolayca geri dönüştürülebilmesini ya da başka bir işlevle tekrar kullanılabilmesini; giysilerimizin üç yıkamada yıpranmamasını bekliyoruz" diyerek dayanıklı, uzun ömürlü, geri dönüştürülmüş ve dönüştürülebilir, tamir edilebilir özelliklere atıfta bulunan Sürdürülebilir Ürün Girişimi'ne vurgu yaptı. Timmermans, "Artık şirketler ürün değil, hizmet sunmalı. Araç değil, ulaşım; ampul değil, ısıtık satmalısınız" diyerek yeni bir ekonomi modelini de tartışmaya açtı. Paket kapsamında yürürlüğe giren ya da taslağı oluşturulan düzenlemelerden birkaçı şöyle:

- Şimdiye kadar elektronik aletlerden aşına olduğumuz enerji etiketlendirmesini tüm ürünlere yayan Eko-Dizayn Direktifi.
- Ürünlerin nerede, hangi şartlar altında, hangi malzemeler kullanılarak üretildiğini ve ömrünü tükettikten sonraki yolculuklarını detaylı olarak gösteren Dijital Ürün Pasaportu.
- Atıkların nasıl bertaraf edildiğini ve satılmadan veya kullanılmadan atık haline dönüşen ürünlerin nasıl yönetileceğini düzenleyen Atık Çerçeve Direktifi.

- Bir ürünün tasarımından ömrünü tüketene kadar; paketlemeden, geri dönüşüme giden süreçte oluşan atıkla ilgili üreticilere daha çok sorumluluk yükleyen Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu
- Basın toplantısının gündeminde en çok yer kaplayan konu ise Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi oldu. Çevreden Sorumlu AB Komisyonu Üyesi Virginijus Sinkevičius, Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi kapsamında alınacak önlemleri üç başlıkta grupladı.

1) Performans: Tekstil ürünlerinin dayanıklı, uzun süre kullanılabilir ve sonrasında tamir edilebilir, elyafan elyafa dönüştürülebilir olması.

2) Şeffaf bilgiye erişim: Tekstil ürünlerinin ne şekilde ve nerede üretildiği, içeriğindeki maddeler, kaç yıkamaya dayanıklı olduğu gibi bilgilerin tüketicinin kolay erişebileceği şekilde paylaşılması.

3) Atık yönetimi: Tekstil ürünlerinin ömrünü tamamladıktan sonra oluşan atıkta üreticilerin de sorumluluk yüklenmesi; atığın doğru şekilde toplanarak ayrılması, ürünlerin tasarımdan itibaren geri dönüşüme uygun şekilde üretilmesi.

Komisyon'un İç Pazardan Sorumlu Üyesi Thierry Breton ise, bu şartlara uygun üretilen ürünlerin destekleneceğini ve bu ürünler için büyük bir Pazar oluşturulacağını belirtti. Sürdürülebilir ürünlerin tüketiciler için daha pahalı olacağına ilişkin yanlış bir algı bulunduğunu söyleyen Breton, tersine, bu ürünlerin daha az kaynak ve daha düşük maliyetle

üretileceğinin, daha uzun ömürlü olacağının ve böylece tüketicilerin bütçeleri için daha ekonomik olacağının altını çizdi.

Haklara, insana, doğaya saygı

Özetle Avrupa Tekstil Stratejisi; AB pazarına giren tüm tekstil ürünlerinin 2030'a kadar şu prensipleri gözetmesini söylüyor: Daha uzun ömürlü (dayanıklı ve tamir edilebilir). Geri dönüştürülebilir (tasarım aşamasından itibaren geri dönüştürülmesini kolaylaştıracak şekilde tasarlanmalı, elyaf bileşenlerine bile dikkat edilmeli). İnsan ve çevre için zararlı içerik olmamalı. Tüm üretim sürecinde sosyal haklara saygılı olmalı.

Sürdürülebilir Üretimin Getireceği Maliyetler Endişe Yaratıyor

Aslında bu yeni düzenlemelerin maliyeti sadece tüketicileri değil, üreticileri de endişelendiren bir konu ve Sendikamızın üyesi bulunduğu Avrupa Hazır Giyim ve Tekstil Sanayicileri Konfederasyonu'nun (EURATEX) gündeminde de uzun süredir tartışılıyor. Avrupa Birliği'nin yasama sürecinde yasa taslaklarına endüstri adına katkı sunan kurumlardan biri olan EURATEX, Yeşil Mutabakat ve beraberinde gelen düzenlemelere ilişkin değerlendirmelerinde, "sürdürülebilir bir dünya hepimizin hedefi, fakat takip edemediğimiz derecede çok ve ağır düzenlemelerin Avrupa'da üretim yapan endüstrileri zorladığı da açık" diyor.

Yeşil Mutabakat kapsamında tekstil ve hazır giyim endüstrisini

direkt olarak ilgilendiren ve şu anda yasama sürecinde olan 15'ten fazla düzenleme bulunuyor. Tekstil üretiminde kullanılan kimyasalların kısıtlanmasından (Reach Direktifi) tüm değer zincirinde sosyal uygunluk şartlarının kontrolüne (Due Diligence Direktifi), 2025'e kadar tüm tekstil atıklarının toplanması kapasitesinin oluşturulmasından (Atık Çerçeve Direktifi) ürünle ilgili tüm bilgilerin şeffaf olarak tüketiciyle paylaşılmasına (Dijital Ürün Pasaportu) kadar, yapım aşamasında olan ya da yürürlüğe giren tüm düzenlemeler EURATEX üyelerince inceleniyor. Yasaklanan kimyasallar yerine alternatiflerinin bulunup bulunamayacağı, dünyanın en uzak köşelerindeki tedarikçilerin nasıl denetlenebileceği, ürün bilgilerinin hangi teknolojiler kullanılarak etiketlerde paylaşılacağı hakkında çalışılıyor.

Avrupa tekstil endüstrisini temsil eden EURATEX üyelerinin ortak kaygısı, tüm bu düzenlemelerin maliyetleri çok artıracığı, üretimi Avrupa'dan kaçıracağı, işsizliği artıracığı yönünde. Endüstri, bu riske karşı sektörün finansal yardımlarla desteklenmesini talep ediyor. Düzenlemeleri getiren AB Komisyonu temsilcileri, bunun uzun vadede Avrupa ekonomisine katkı sunacağını ve Avrupalı üretici ve tüketiciye kazanç sağlayacağını savunuyor. Tüm bu yasal düzenlemelerin, Avrupa'nın tekstil ve hazır giyimde en büyük tedarikçilerinden biri olan ülkemiz üreticileri için de geçerli olduğu düşünüldüğünde; bizim sanayicimizin de yakından takip etmesi ve uyum sağlaması gereken bir süreç olduğu anlaşılıyor.

Bir sezon daha geride kaldı

Hibrit bir yapıda kurgulanan Fashion Week Istanbul'un son sezonu, Soho House İstanbul'da ve dijital platformlarda gerçekleşti.

Fashion Week Istanbul (FWI), 2009'da temelleri atıldığından bu yana Türk modasını ve tasarımcılarını tüm dünyada desteklemek ve geliştirmek için çalışmalarına devam ediyor. Yıllardır sürdürülen dijitalleşme faaliyetlerine pandemiyle beraber hız kesmeden devam eden

Fashion Week Istanbul, tamamen dijital gerçekleştirilen üç sezonun ardından, fiziksel mekânları da programına dâhil etti ve hibrit bir yapıda "yola devam" dedi.

Son sezon, 14 Mart'taki kick-off partiyle mekân sponsoru Soho House İstanbul'da başladı. 15-18 Mart tarihlerinde gerçekleşen Fashion Week

İstanbul'a, 20'den fazla tasarımcı ve tasarımcı markası katıldı. Tasarımcılar, sinema ve moda disiplinlerinin bir nevi görsel kutlaması niteliğindeki moda filmleri ve birbirinden farklı, yaratıcı etkinlikler eşliğinde, ürettiklerini endüstrisinin önde gelen temsilcilerinin beğenisine sundular.

Dicle Kayek



Ceren Ocak



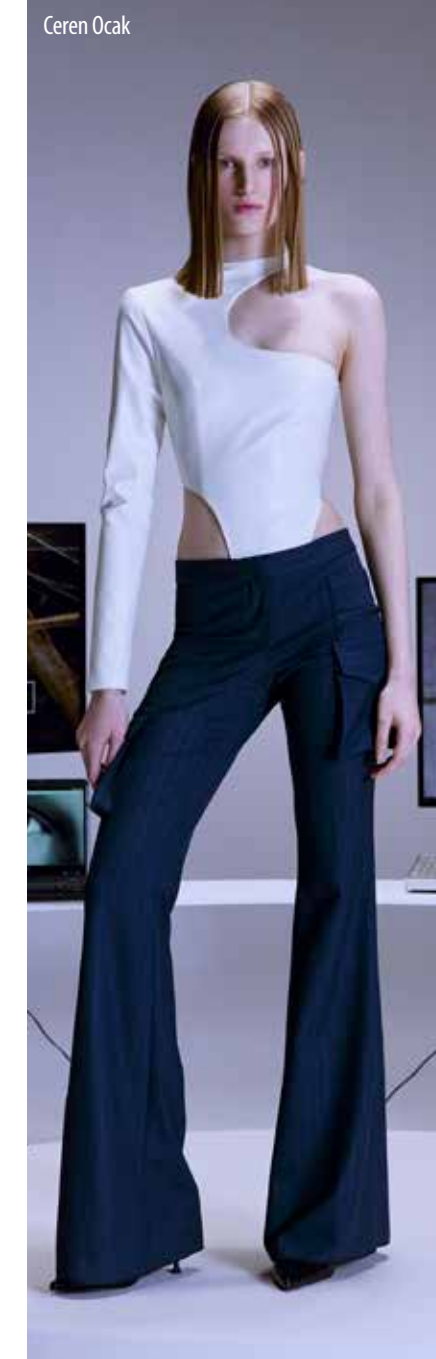
SUDIETUZ



Dicle Kayek



Ceren Ocak



Dicle Kayek



SUDIETUZ



Koleksiyonları sergilenenler

FWI kapsamında 18 tasarımcı ile sekiz New Gen by İMA ve Karma by İMA genç tasarımcısı koleksiyonlarını sergiledi. Bashaques, Ceren Ocak, DB Berdan, Dice Kayek, Emre Erdemoğlu, Gökhan Yavaş, Mert Erkan, Murat Aytulum, Nihan Peker, Niyazi Erdoğan, Özlem Erkan, Red Beard by Tanju Babacan, Selen Akyüz, Sezgi Tüzel, SUDIETUZ, T.A.G.G, Tuğba Atasoy ve Y+ Yakup Biçer hafta boyunca Sonbahar-Kış 2022/23 koleksiyonlarını sundu. Yaratıcı çalışmaları sektörle buluşan genç tasarımcılar ise şöyle sıralandı: New Gen by İMA kapsamında Berfin Özgür, Nazlıcan Türker, Öykü Ece Uza, Selina Alp, Şeyma Hamamcı ve Karma by İMA kapsamında Aycan Hakalmaz, Beyza Eyüboğlu, Ezgi Yıldırım... Koleksiyonların moda

filmleri ise etkinliğin resmi sitesi **fashionweek.istanbul** adresinden ve dijital platformlardan takip edildi. Hafta boyunca şehre yayılan panellerde sektöre ışık tutmak amacıyla, önemli isimlerle modanın gündemi masaya yatırıldı.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin organizasyonu ile düzenlenen FWI; Ticaret Bakanlığı öncülüğünde Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından destekleniyor ve Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ile İstanbul Moda Akademisi (İMA) işbirliğinde yürütülüyor.

Ceren Ocak



Dicle Kayek



Dicle Kayek



Dicle Kayek



Ceren Ocak



Dicle Kayek



Ceren Ocak





KETENE HAYAT VEREN KADINLAR

Kadın kooperatiflerinin ilk kez kurulmasının üzerinden 23 yıl geçti. Günümüzde Türkiye'nin dört bir yanında faaliyet gösteren toplam 594 Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi bulunuyor. Sinop ve Ayancık'taki kadın kooperatifleri de, sandıklarda kalan keteni ve onu işleme sanatını yeniden canlandırırken hem bir geleneğin yaşamasını sağlıyor hem de kadınların istihdamdaki oranını artırıyor.

Zor zamanlarda bir araya gelmek, ortak amaçlar ve ihtiyaçlar doğrultusunda bir topluluk yaratmak, var olduğu günden beri insanın ayakta kalma çabasını perçinleyen yöntemlerden biri. Bu yaklaşımla bakarsak, dünya üzerinde yaşayan insanların yüzde 12'sinin, var olan 3 milyon kooperatiften birinin üyesi olması şaşırtıcı değil. Aslında bu bile başlı başına çok şeyi açıklıyor, ama dilerseniz kooperatif tanımına

Kadınların kooperatifçilik ve satış-pazarlama konularında alacağı eğitimler, ileride çok daha fazla kooperatifin hayata geçilmesine kapı aralayabilir.

biraz daha yakından bakalım. Kooperatifler, ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve isteklerin gerçekleştirilmesi için üyeleri tarafından kurulan, kontrol edilen ve hatta yönetilen, bunu yaparken de insanı merkezine alan işletmeler olarak tanımlanıyor.

Bizim konumuz olan kadın kooperatiflerinin altında ise kırsal ve kentsel alanlarda üreten kadınların, çoğunlukla el emeğine dayalı ürünlerini pazarlama ve



değerlendirme konusundaki örgütlenme gereksinimleri yatıyor. Üstelik bu gereksinimin, son yıllarda kooperatif sayılarının hatırı sayılır bir şekilde artmasına neden olduğu da görülüyor. İlk kadın kooperatiflerinin tarihinin 1999 yılına uzandığını düşünürsek, bugün Türkiye'de 594 faal Kadın

Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi'nin bulunmasının epey ümit verici bir rakamı işaret ettiğini söyleyebiliriz.

Sandıktan çıkan tasarımlar

Evlerde yılların alışkanlığı ve bilgisiyle oluşturulan el işi ürünler, artık kooperatif çatıları

altında bir araya geliyor, kimi zaman da markalaştırılıp pazara açılıyor. Unutulmaya yüz tutmuş, sandıklarda gününü bekleyen yadigârlar; danteller, oyalar, kanaviçeler ve ketenler...

Keten deyince, "United Nations Development Programme (UNDP) / Birleşmiş Milletler Kalkınma



Sinoplu ve Ayancıklı kooperatif üyesi kadınların el emeğiyle, göz nuruyla ürettiklerinin büyük çoğunluğu, sosyal paylaşım platformları üzerinden satılıyor.



Programı” kapsamında hayata geçirilen 40 Kadın Kooperatifine İş Geliştirme Hizmeti Verilmesi Projesi’nin ayaklarından birini oluşturan Sinop’a uzanıyoruz. Projenin detaylarına geçmeden önce, Sinop’u ve bölgenin ürünü ketenleri canlandıran kadınlarla tanışmak istiyoruz. Sinop Kadın Emeği Kalkındırma Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi

Başkanı Funda Akalın, işte o sandıklardan çıkan işleri, günümüz için tasarlayan isimlerden biri. Bazen ufacık bir dantel parçası ya da minik bir oya, ilham verebiliyor ona. Akalın, kaftandan elbiseye, şalvardan çanta ve hırkalara, örgü bikini ve takılara kadar, elindeki tüm imkânları seferber ettiği kooperatifin üyeleriyle birlikte üretiyor.

“Keten dokumasından,” diye anlatıyor Funda Akalın, “eskiden giyim ihtiyacını karşılayacak içlikler diker, yakalarını işlerlermiş ve onlara göynek derlermiş. Uçları renkli işlemeye dokuduklarına ise peşkir.” Keten üretimine izin verilmediği yıllarda, bu keten işleri hep sandıkta beklemiş. Şimdiyse metrelerce dokunmuş keten üzerine çalışmalar yapan kooperatif

üyeleri, Sinop’un keteninin canlanmasına destek oluyor. Kooperatifin Gaşka adında bir tasarım markası da var. Akalın’ın anlattığına göre Hititler’in Sinop’ta bulunduğu zamanlarda yaşayan bir kavimin adı Gaşka. Gaşka ürünleri, Instagram’da “sinopgaska57” adı altında sergileniyor. Satın almak isteyenlerse yine buradan iletişime geçebiliyor.

UNDP’nin başlattığı 40 Kadın Kooperatifine İş Geliştirme Hizmeti Verilmesi Projesi, kooperatiflerin mültecilerin de dâhil olduğu hassas grupların sosyal hayatta fırsat elde edebilmelerini ve ekonomik hayata katılmalarını sağlayan araçlar olduğu gerçeğinin altını bir kez daha çiziyor.

Ayancık Kadın Girişim Üretim Kooperatifi Başkanı Fatma Sönmez ise coğrafi işaretli Ayancık keteninin önemini hatırlatıyor bize. Sönmez’in anlattığına göre Ayancık keteni, keten türleri arasında en doğal, en sağlıklı ve dayanıklı olanı. Dahası, tohumdan ipin oluşumuna ve boyasına kadar her aşaması elde yapılan keten, hem geleneksel hem de yenilikçi



bir ürün. Sönmez, Instagram'dan "ayancikkadın" hesabından takip edebileceğiniz kooperatif ürünleriyle, ketenden yöresel motiflerle birleştirerek dokudukları gömlek, çanta ve hatta gelinlik gibi ürünlerle keteni yaşatmaya çalıştıklarının altını çiziyor. Çünkü karşılaştıkları sıkıntıların başında keten tohumunun azalması da yer alıyor. Yeterli sanayileşmenin olmadığı Ayancık'ta, bir gelenek yaşatılmaya çalışırken üretimin de desteklenmesi gerekiyor.

UNDP verileri ne gösteriyor?

UNDP, bu proje aracılığıyla kooperatiflerin, mültecilerin de dâhil olduğu hassas grupların sosyal hayatta fırsat elde edebilmeleri ve ekonomik hayata katılmalarını sağlayan araçlar olduğu gerçeğinin altını bir kez daha çizdi. Yapılan ziyaretler ve detaylı çalışmalar sonucunda elde edilen veriler raporlandı ve rapordan elde edilen sonuçlar



ışığında bir eğitim programı oluşturuldu. Peki, bu raporlara göre kadın kooperatifleri ne durumda?

Katılımcıların yüzde 31,6'sı ürünlerini daha iyi bir fiyata satabilmek için dâhil olmuş kooperatiflere, zira kooperatif gelirlerinin yüzde 34,5'i satışlardan elde ediliyor; hemen ardından ise kooperatiflerin bel kemiği hibeler (yüzde 20,7) yer alıyor. Yarısından fazlasının içerideki görev tanımları belli. Organizasyon olmanın şartları göz önünde bulundurulduğunda bu iyi bir şey, ancak aidat alan kooperatifler yüzde 20'yi geçmiyor. Bu da onların dışa bağımlı kalmalarının

nedenlerinden biri. Yarısından çoğunun çalışanı yok; iş bölümleri tamamen kurucu ve üyeler arasında yapılıyor.

Çoğu üretim odaklı olsa bile, yüzde 95 gibi hayli yüksek bir oranda kooperatifin herhangi bir kalite sertifika üyeliği yok. Dolayısıyla çoğunun kalite kontrol sistemi, yine kendisinden çıkıyor. Yüzde 72,5'inin iş planının, yüzde 75'inin ise pazarlama stratejisinin olmaması da endişe veren sonuçlar arasında bulunuyor. Satışlarının çoğunluğu yerel pazarlarla sınırlı. Sosyal medya ve internet gibi imkânlardan yararlanma oranı oldukça düşük. Yüzde 67'si dijital pazarlamayla ilgilenmezken, yüzde 55'inin tescilli bir markası bile bulunmuyor.

Yol gösterildiğinde atamayacakları adım yok!

Sinop Kadın Emeği Kalkındırma Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Başkanı Funda Akalın, on yıldır dernek çatısı altında bu

işin içinde olsa da kooperatifin geçen yıl kurulduğunun altını çiziyor ve el dokuması ketenlerden kıyafet tasarımları yapan kooperatif hakkında şunları söylüyor: "Kooperatife girmek kadını sosyal ve ekonomik anlamda güçlendiriyor, özgüven sağlıyor. Tek başına elde edemeyeceği her türlü imkâna kolayca ulaşmasını sağlıyor." Hayatının yirmi beş yılını kamu kuruluşlarında geçirmiş, Funda Akalın. Emekli olmasının ardından da kendi gibi üretmeyi seven kadınları bir araya toplamak istemiş. Ancak Akalın, kooperatif kurmak isteyen herkesin önce kooperatifçilik hakkında eğitim alması ve bu işe bilinçli bir şekilde başlaması gerektiğinin altını çiziyor. Hem Akalın'ın hem de UNDP raporunun işaret ettiği bir konu var ki, o da ihtiyaç duyulan şeyin ağırlıkla danışmanlık hizmeti olduğu gerçeği. Maddi açıdan da zorlanıyorlar, ancak bunun yaşanmaması için yöntemi ve sistemi öğrenmeye ihtiyaçları

Üretimde ve satışta birçok sorun yaşanmakla birlikte kadın kooperatiflerinin varlığı ve her geçen gün biraz daha çoğalması umut verici gelişmelerin habercisi gibi görünüyor.

var. Üstelik, doğru yol gösterilirse atamayacakları adım yok.

Ayancık Kadın Girişim Üretim Kooperatifi ise 2020 yılının Şubat ayında üyelerin kendi evlerinde yaptıklarını seri üretilmesi amacıyla kurulmuş. KUZKA'nın "Gücüm Emeğim" programıyla desteklenen kooperatif, bölgedeki sel felaketinden gördüğü zararlar başa çıkmaya çalışıyor. Kooperatifin Başkanı Fatma Sönmez de tıpkı Akalın gibi süreçte ne kadar zorlandıklarının altını çiziyor: "Kooperatif nedir, nasıl kurulur, bu işi yaparken öğrendik. İşin resmi kısmı bizim için zorlu bir süreç oldu." Sel ilk malzemelerini kaybeden

kooperatif üyeleri yılmamış ve UNDP'ye ekipman için başvuruda bulunmuş. Fatma Sönmez dünyanın dijital olarak evrildiğinin farkında, hem kendisinin hem de kooperatifinin bu dünyanın gerisinde kalmaması için özellikle dijital eğitimlere ve danışmanlığa ihtiyaç olduğunu belirtiyor.

Proje kapsamında önce tüm bu sorunlar masaya yatırılmış; ardından dijital pazarlama, satış, üretim, görünürlük, kalite gibi eksik görülen alanlar üzerinde eğitimler sağlanmış. Proje son olarak kooperatiflerin üretim ve satış süreçleri boyunca eksikliğini çektiği materyalleri karşılayabilmeleri için kendi bütçesinden alım da yapmış. Bununla birlikte UNDP kooperatiflerin en çok ihtiyaç duyduğu hibelere başvurabilmeleri için destek vermeyi sürdürüyor. Umarız bu desteklerle birlikte Sinop ve Ayancık ketenlerinden yapılmış muhteşem el işleriyle daha sık karşılaşacağız.

Baksı'dan Çoruh'a zamansız keşifler...

Baksı Müzesi, bulunduğu tepeden dünyayı kucaklayan, ürettiği yaşam enerjisiyle umut ışığı yakan, seyirlik bir müze olmaktan çok insanların hayatına dokunan barışçıl, üretken ve samimi bir yer. Çağdaş sanat eserlerinden geleneksel el sanatlarına uzanan zengin koleksiyonuyla sanatseverler için bir mabet olan bu müze, Çoruh Nehri'ne hâkim konumuyla doğaseverler için de bir nefes alma durağı. Özellikle bahar aylarında tabiat şenlenmiş, Çoruh da coşmuşken... **YAZI: Güler Emektar**



Erzurum Havalimanı'ndan Bayburt'un Bayraktar Köyü'ne doğru yol alırken boşluk hissinin bu derece yoğun olacağını kestiremiyor insan. Boşlukta uzanan yollar, sanki ağaç yeşermez, ot bitmezmişçesine kıraç tepeler ve alabildiğine boş, bomboş bir gökyüzü... Yolun akışına kapılıp giderken etrafınıza yayılan tüm bu boşluğun yavaş yavaş sizi hafiflettiğini de hissediyor; fazlalıklarınızı ata ata finale doğru ilerliyorsunuz.

Birkaç saat sonra uzaktan bir noktayı andıran Baksı Müzesi, Bayraktar Köyü'nün bir tepesi üstünde yükselip yol boyunca aşınası olduğunuz o boşluğu hem fiziksel hem de duygusal olarak doldurmaya başlıyor... Bulunduğu coğrafyanın iklimini her anlamda değiştiren bir müze Baksı Müzesi. Sadece bulunduğu coğrafyanın dersek, biraz haksızlık etmiş oluruz. Zira Baksı'nın bulunduğu tepeden tüm ülkeye 20 yıldır ezberleri bozan, gülümseten, iyileştiren bir enerji yayılıyor. Öncelikli olarak “sanatın merkezde kalmasına itiraz eden”, “sanatsal bir direniş” olarak karşımıza çıkısa da bir sanat kurumu olmasının dışında hayatta pek çok karşılığı var Baksı'nın. Müzenin bulunduğu tepede geçmiş görebilirsiniz. Çünkü bir zamanlar gurbetteki babalarının yolunu gözleyen çocukların öyküsüdür Baksı. Bu tepede aynı zamanda barışı görebilirsiniz. Çünkü “yargılayan” ve “sınıflandıran”; “alt”, “üst” diye ayıran bir bakış açısını tümüyle reddeden bir felsefesi var müzenin. Bu felsefenin odağında ise yalnızca insanı ve hayata değer katma çabasını görürsünüz. O değer ise öyle çok uzaklarda, büyük başarılarda, ileri hedeflerde değil; çoğunlukla bu topraklarda, gündelik hayatımızın içinde, bize ait olanda... Hepsiyle birlikte bu tepede umudu da görebilirsiniz. Çünkü herkesin “daha iyi bir hayat” için gitmek istediği bir şehirde yeniden hayata tutunabilmenin karşılığıdır Baksı. Atölyeleriyle, projeleriyle, bahçeleriyle durmadan üreten, durmadan dönüştüren müze, yolun bittiği yerde hayallerin bitmediğini inatla hepimize hatırlatıyor...

Şifa veren bir Şaman...

Adını, içinde bulunduğu köyden alan Baksı, Kırgız Türkçesinde “şaman” demek; yani şifa veren, koruyan, kollayan kişi anlamına geliyor... Bu bir tesadüf değil elbette. Şaman izlerinin, köyün uzak geçmişinden geldiğini düşündüren bazı ritüeller günümüzde de gözlemleniyor hâlâ. Zaman içinde “Bayraktar” olarak anılmaya başlayan köyün kaderini, Anadolu'daki pek çok köyde olduğu gibi göç belirlemiş. Bayburt'ta son 20 yılda ekonomik sebeplerle yaşanan yoğun göç, köyde hem insan hem de kültür kaybına sebep olmuş. Nüfus azalınca vaktiyle köyün geçim kaynağı olan el sanatları da unutulur hale gelmiş. Geleneksel mimari de çağın beton gecekondularına yenik düşmüş. Bu durum elbette müzenin kurucusu Prof. Dr. Hüsamettin Koçan'ın hayatında da etkili olmuş. Çocukluğunu sürekli göç veren ve giderek yalnızlaşan yerde, müzenin şu anda bulunduğu tepeden sevdiklerinin yolunu gözleyerek geçiren Koçan, bir zaman sonra da buralardan giden o gurbetçiler arasına katılmış. Yıllar sonra



Kadınlar için emek, üretim, istihdam ve kendi hayatına sahip olmanın bir yolu olan müze, Baksı Kültür Sanat Vakfı Kadın Merkezi adıyla yeni bir girişime hayat verdi.

Baksı'ya dönüşü ise beraberinde Baksı Müzesi'ni getirmiş. Babasının yolunu gözlediği tepeye müzeyi inşa eden Hüsamettin Hoca'nın, "Babam iki yılda bir gelebildiği köyüne döndüğünde her şey o kadar güzeldi ki, bir defa da ben dönmek istiyorum diye düşündüm," sözleri, "gitmenin ve kalmanın" bütün hikâyesini özetliyor aslında. Dönüş o dönüş tabii... Sonuç olarak bugün Bayraktar Köyü'nün bir tepesinde göçe karşı, kültürel erozyona karşı, sanatın merkezde olmasına karşı, kadının evde kalmasına karşı, çocuğun sanatsız büyümesine karşı, turizmin popüler trendlerin tekelinde olmasına karşı koca bir itiraz gibi dimdik ayakta duruyor Baksı Müzesi. Üstelik bu müze sadece ülkenin değil, Avrupa'nın da en iyi müzelerinden biri. Nitekim 2014 Yılı Avrupa Konseyi Müze Ödülü'nü alarak bu durumunu tescillemişti. Şimdi insanlar için yaşam, başka müzeler içinse ilham kaynağı olmayı sürdürüyor.

Gündüzü ayrı, gecesi ayrı güzel

Bulunduğu konum ve şaşırtıcı mimarisiyle kimi ziyaretçiler için daha yolun başında çarpıcı bir etki yaratıyor Baksı Müzesi. Bu etki, müzede de uzunca

Kuruluşundan bu yana Özlem Süer, Arzu Kaprol ve Faruk Malhan gibi ünlü tasarımcılar, müze için projeler ürettiler. Son olarak da moda tasarımcısı Hatice Gökçe, geçtiğimiz aylarda ehram kumaşından tasarladığı "Yeni Doğan" koleksiyonuna imza attı.



bir süre devam ediyor. Çoruh Nehri'nin kıvrıla kıvrıla aktığı vadiyi tepeden izleyen müzenin bostanlara, taş evlere, sergi mekânlarına, çiçeklere, ağaçlara ve hesap edemediğiniz köşelerde karşınıza çıkacak heykellere açılan yolları, her adımda insana iyi ki buradayım dedirtiyor. Vadi manzarasına eklenen bir denizaltı gördüğünüzde, ne demek istediğimizi daha iyi anlarsınız. Sabah uyanıp odanızdan çıkarken, etrafta dolanırken, dinlenme alanlarından birinde soluklanırken yahut günü batırırken beş duyunuz da iş başında olacak...

Müzenin gündüzü bu kadar güzel de gecesi farklı mı sanki? Bütün bu saydıklarımızın, akşam karanlığında yıldızlarla donanmış bir gökyüzüyle kaplı olduğunu düşünün? Kimi zaman size göz kırpacak, kimi zaman başınızın

üstünde kayacak, olanca ışıklarıyla parlayıp gözünüzü alacak yüzlerce, binlerce, belki milyonlarca yıldız... İster bol bol dilek tutun, ister bu anlarda sadece gökyüzünü izleyip doğayla ve kendinizle baş başa kalın. Hepsi için de şanslısınız! Bugüne dek ağırlıklı olarak araştırmacı, eğitimci, sanatçı ve gezginleri ağırlayan Baksı konukları, tatil kavramına daha geniş bir pencereden bakanlar, büyük şehrin kaosundan kaçıp arınmak isteyenler ve doğayla iç içe olmayı tercih edenler için tam yerinde bir seçenek. Burada geçireceğiniz günlerde, Baksı Müzesi'nin bölgenin kültür ve doğa turizminde gelişimini kendine görev edinmiş olmasının ne kadar da yerinde bir karar olduğuna muhtemelen siz de hak vereceksiniz.

Bayraktar Köyü müzeye zaten 15-20 dakikalık yürüyüş mesafesinde, gidip mutlaka misafir olun. Yürümeyi seviyorsanız etrafta pek çok patika var. Tepelerden aşağı kendinizi bıraktığınızda Çoruh'a uzanabilirsiniz. Özellikle doğa severler için Mayıs ve Haziran ayları tam bir görsel



Bölgedeki çocukların özellikle tasarım, sanat ve kültür alanlarındaki gelişimlerini desteklemek için çalışmalar yürüten Baksı, bu amaçla her yıl çocuklara yönelik bir sanat şenliği düzenliyor.

şölen zamanı. Baksı'ya gelmişken Huykesen Ağacı'nı ziyaret etmeden dönmek olmaz. Şaman inancına göre ağaca çaput bağlamak, doğanın iyileriyle (ruhlarıyla) iletişim kurmak demek. Bölgede hâlâ süregiden bu geleneğin sembolü ise Huykesen Ağacı. Her bir dalından rengârenk çaputların salındığı bu ağaç, bazen kötü huyların kesilmesi, bazen de iyiliklerin ve güzelliklerin gelip dileyenini bulması için kollarını açmış ziyaretçilerini bekliyor. Siz de bırakın içinizden geçen şeyi Huykesen'e, o sizi anlayacaktır.

Söz konusu Bayburt ve Çoruh olunca, doğa sporları için de bir parantez açmak gerekiyor. Bildiğiniz üzere rafting tutkunları için Çoruh'un dünya ölçeğinde gördüğü bir ilgi söz konusu. Rafting, kano ve nehir kayağı sporları için biçilmiş kaftan olan

bu nehir, her yıl farklı ülkelerden macera tutkunlarını ağırlıyor. Zengin florası ve yaban hayatıyla da ziyaretçileri kendine çeken Çoruh, akıp gittiği vadiler boyunca tarihi ve kültürel kalıntıları da izleme şansı sunuyor. Dilerseniz 106 kilometreyi bulan Bayburt-İspir arasındaki ilk parkurda, kendinizi sınavabilirsiniz. Güçlük derecesi 2-3 olan parkurda kamp yapma şansınız da var. . .

Tarihi, kültürü ve mutfağıyla Bayburt'u keşfemekse bir başka seçenek. Bayburt Kalesi ve Saat Kulesi, Sırakayalar Şelalesi,



Her türlü sınıflandırmaya karşı çıkan müzede gelenekselle çağdaş, sanatla zanaat, doğalla endüstriyel aynı çatı altında birlikte nefes alıp veriyor. Tıpkı hayatın kendisinde olduğu gibi...

Aydıntepe Yeraltı Şehri, Çımağıl Mağarası, Korgan Köprüsü ve Dede Korkut Kümbeti'yle bu küçük şehir seve seve merakınıza talip olur.

Gelenekselle modern, sanatla zanaat bir arada...

Gelelim müzenin koleksiyonuna. . . Baksı, çağdaş sanat eserlerinden yerel yapılara, tarihsel olduğu kadar etnografik açıdan da önemli eserler içeren hatırı sayılır bir koleksiyona sahip. Üstelik de neredeyse tamamı sanatçı bağışlarından oluşuyor. Her türlü sınıflandırmaya karşı çıkan müzede gelenekselle çağdaş, sanatla zanaat, doğalla endüstriyel, aynı çatı altında birlikte nefes alıp veriyor. Tıpkı hayatın kendisinde olduğu gibi. . .

Ana bina ve Depo Müze'de karşımıza çıkan koleksiyonda iki grup eser bulunuyor: Birinci grupta Ömer Ali Kazma, Murat Morova, İnci Eviner, Mustafa Ata, Bubi, Gülsün Karamustafa gibi günümüz sanatının önemli isimleri yer alıyor. Bu grubun yanı sıra Elif Süsler, Sena Arcak, Şenay Kazanova, Ali İbrahim Öcal, İbrahim Koç, Özlem Şimşek Esin, Borga Kantürk, Çağrı Saray gibi genç kuşak sanatçıların yapıtları da sergileniyor. Geleneksel sanatlar bölümü ise şifa taşları, Ah Minel Aşk, Eshab-ı Kehf, kahve resimleri, yerel çömlekçilik, camaltı ve işleme ve taş baskı örneklerinin içinde bulunduğu geniş bir koleksiyona ev sahipliği yapıyor.

2021 yılının Ağustos ayında kuruluşunun 20. yıldönümünü bir dizi etkinlikle kutlayan müze, son olarak 9 sanatçının eserlerinden oluşan “Kıraçta Heykel” sergisini misafirleriyle buluşturdu. Baksı'nın 65 yıldır değişme uğramadan kalmış tepelerinde yükselen heykellerle ziyaretçileri şaşırtan sergiye dair Hüsamettin Hoca şunları not düşüyor: “İçinde bulunduğumuz koşullar ne kadar zorlayıcı olsa da bunu bir insanlık deneyimi olarak kaydedip yeni yapıtlar üretmeye devam ediyoruz. Çocukluk anılarımda önemli bir yere sahip bir mekânda karşımıza çıkan heykeller, bu kıraç sırttan nehre doğru uzanırken yeni bir sessizlikle, Baksı'yı ziyaret edenleri hem çağırıyor hem de onları yeni bir duyum alımına davet ediyor.” Sanatçı Şakir Gökçebağ'ın heykel ve yerleştirmelerinden oluşan “Aşına” ile farklı sanatçıların eserlerini içeren “Maske/ Çağrışımlar” da yine yakın dönem sergilerinden. . .

Kadınlar ve çocuklar için bir yaşam alanı...

Baksı'ya kimin gözünden bakarsak bakalım anlamlı; ama bu anlamı en çok kadınların ve çocukların dünyasında bulduğunu söylemek de yanlış olmaz.



Çocukları sanatla buluşturmanın, onlara umut vermenin, onlar için geleceğe bir kapı aralamanın yanı sıra fiziksel varlığıyla da çocukların dünyalarını zenginleştiren bir tarafı var Baksı'nın. Burası onlar için koca bir oyun ve hayal âlemi gibi. . . Bölgedeki çocukların özellikle tasarım, sanat ve kültür alanlarındaki gelişimlerini desteklemek için çalışmalar yürüten Baksı, bu amaçla her yıl çocuklara yönelik bir sanat şenliği düzenliyor. Yetenekli öğrencilere burs da sağlayan Baksı Müzesi Öğrenci Sanat Şenliği, öğrencilerin katıldığı bir resim yarışması ve atölye çalışmalarını da içeriyor.

Kadınlar içinse emek, üretim, istihdam ve kendi hayatına sahip olmanın bir yolu Baksı. Müze, Baksı Kültür Sanat Vakfı Kadın Merkezi adıyla yeni bir girişime hayat verdi. Bayburtlu kadınların beceri ve yeteneklerini geliştirecekleri, deneyimlerini paylaşıp değerlendirecekleri bu merkez, özellikle kırsalda yaşayan kadınlar için sosyo-ekonomik fırsatlar yaratmayı hedefliyor. Geleneği yaşatmak, üretim potansiyelini geliştirmek,

kadının sosyal ve ekonomik yaşamına artı değer kazandırmak amacıyla düzenlenen atölyelerde Bayburt'un geleneksel kumaşı ehram dokunuyor; seramik, doğal boya, el sanatları ve çağdaş sanat kursları veriliyor. Bu çalışmalar, günümüz tasarım dinamiklerini de kapsamına alıyor. Kuruluşundan bu yana Özlem Süer, Arzu Kaprol ve Faruk Malhan gibi ünlü tasarımcılar müze için projeler ürettiler. Son olarak da moda tasarımcısı Hatice Gökçe, geçtiğimiz aylarda ehram kumaşından tasarladığı “Yeni Doğan” koleksiyonuna imza attı.

Baksı; sanatı, zanaatı ve tasarımı kendi özerkliği içinde bir araya getiren bir alan demiştik. Müze mağazası da bu anlayışın temsilcisi olan ürünler, tasarımlar ve aksesuarlarla dolu. Takılar, defterler, şahmaran baskılar, ehramdan yapılan giysiler. . . Özlem Süer'in tasarımlarının yanı sıra, Özlem Yalım yönetiminde müze mağazası için özel olarak tasarlanmış “Tılsım” koleksiyonu da kalbinizi çalmaya aday. Göğsünüze buralardan bir tılsım iliştirmeden Baksı'dan ayrılmayın!

Satürn Yıldızı Altında

Satürn Yıldızı Altında, Amerikalı yazar, eleştirmen, insan hakları savunucusu Susan Sontag'ın biri The New Yorker'da, diğerleri The New York Review of Books'ta yayımlanmış yazılarından bir derlemeyi içeriyor. Denemelerin tamamı, 20'nci yüzyılda düşünce, edebiyat ve sinemada fark yaratmış, tartışma alanları açmış sanatçılar hakkında. Kitap, Sontag'ın erken yaşlardan itibaren izlediği ve etkisi altında kaldığı Amerikalı yazar Paul Goodman'ın ölümü üzerine yaşadıkları ve düşündüklerine ilişkin bir denemeye başlıyor; Roland Barthes'in geride bıraktıkları, Antonin Artaud'un yaşamı ve sanat

felsefesi, Walter Benjamin ve Elias Canetti hakkındaki değerlendirmeleriyle sürüyor; Hitler'in gözde sinemacısı ve propagandacısı Leni Riefenstahl'ın eserleriyle sanatının otopsiye tabi tutulduğu, Hitler hakkındaki çok uzun filmiyle tanınan Hans Jürken Syberberg'in ve sinemasının irdelendiği denemelerle sona eriyor. Sontag, bu figürlerin kişisel ve düşünsel evreninde bıraktığı birikimle, ölüm, sanat, hayalgücü, etik ve estetik; bunlar arasındaki ilişkiler ve yazmak üzerine düşünüyor.

KİTAP



“Uysallar” başladı

Sıkı bir ekibin elinden çıkma Uysallar, Netflix'in merakla beklenen yerli yapımlarından. Hakan Günday'ın yazdığı, Onur Saylak'ın yönettiği sekiz bölümlük disfonksiyonel aile kara komedisinin başrollerini Öner Erkan, Songül Öden, Haluk Bilginer ve Uğur Yücel paylaşıyor. Hikâye, 2020 yılında çarpık kentsel dönüşümlü İstanbul'un keşfedilmemiş sokaklarında ve yükselmeye devam eden plaza, rezidanslarında geçen, üst orta sınıf mimar Oktay Uysal'ın ve onun geniş sayılabilecek ailesinin kim olduğunu sorgulaması ve uyanışıyla ilgili. Tanıtım metinlerinde şöyle deniyor: Uysallar, arka planda İstanbul'un tanımlanamayan şehrin görselliğinde alternatif bir sunarken aynı “Ben en son mutluydum?” diye sorduracaktır.”



EKRAM



KONSER

Suzan'ın Hıdırellez Bahçesi

Renkli kişiliği ve çok yönlülüğü ile tanıdığımız Suzan Kardeş, geçen yıllarda yaptığı gibi bu sene de Hıdırellez kutlaması için sahneye çıkacak. “Suzan'ın Hıdırellez Bahçesi” adını taşıyan gösteri, 3 Mayıs'ta Beylikdüzü'ndeki Mask Beach'de saat 21.00'da izleyicisiyle buluşacak.



SERGİ

Canan Tolon'dan “Limbo”

Canan Tolon'un Limbo sergisi, Contemporary Istanbul Vakfı'nda açıldı. 05 Mayıs'a kadar sürecek sergi, Tolon'un tarihi Fişekhane'de yer alan Cocoon'a özel olarak ürettiği büyük ölçekli enstalasyonuna ev sahipliği yapıyor. Tolon'un 1997'de yayımlanan kitabıyla aynı adı taşıyan mekâna özgü enstalasyonu, yıllara yayılan sanatsal üretim pratiğine konu olan kurtarılmış, kullanılmış, savaşımlara tanıklık eden ve aidiyetin olmadığı mekânlarla; özgür, hapis veya muaf olmak gibi doğasında mücadele, direniş ve iyileşmeyi barındıran kavramlar ışığında yeniden yorumlanıyor. Sanatçı sergiyle, izleyicinin suyun metal salıncaklara yaptığı korozyon ve aşınma hâli üzerinden doğayı, çevreyi ve yaşamı yeniden düşünmesini sağlıyor.

Deep Purple geliyor...

Bir efsaneyle buluşmaya hazır mısınız? 22 stüdyo albümünü geride bırakan ve yenisinin de haberini veren Deep Purple, son turnemiz olabilir dedikleri “The Long Goodbye Tour” adlı dünya turnesi kapsamında İstanbul'a geliyor. “Smoke on the Water”, “Perfect Strangers”, “Highway Star” gibi nice klasiği hep beraber söylemek için tarih 25 Mayıs (21.00), yer Life Park. (passo.com.tr)



KONSER

Monica Bellucci: Maria Callas “Mektuplar & Anılar”

Farklı dönemlerin iki ikonik ismi, bir tiyatro oyununda bir araya geliyor. Sesiyle olduğu kadar çalkantılı hayatıyla da gündem yaratmış olan 1923 doğumlu soprano Maria Callas'ın hayatı, Monica Belluci'nin anlatımıyla sahnede. Bellucci, Tom Volf'un yazıp yönettiği Maria Callas'ın hayatına dair bilinmeyen detayların ve ilginç hikâyelerin yer aldığı tek kişilik tiyatroyla ilk kez Türkiye'de olacak. Maria Callas'ın New York'taki mütevazı çocukluğundan Atina'daki savaş yıllarına, operadaki ihtiyatlı duruşundan skandallar ve kişisel sorunlarla gölgelenmiş bir kariyere... 20. yüzyılın en büyük sesinin en derin ve dokunaklı hikâyesi, Belluci tarafından İngilizce sahnelenecek, Türkçe alt yazıyla da takip edilebilecek. 80 dakikalık performans için biletler zorlupsm.com'da. Tarih, 21 Nisan.



PERFORMANS



FESTİVAL

Chill-Out Festival 2022

16 yıl önce başladığından bu yana tutkunlarını sürekli artıran, İstanbullulara bahara yakışır harika bir gün yaşatan Chill-Out Festival, her zamanki gibi Kemer Country Club'da konuklarını ağırlamaya hazır. 15 Mayıs'ta gerçekleşecek festivalde bu sene, 14 yaşında atıldığı müzik macerasını elektronik müzik camiasında dünya çapında bilinirliğiyle taçlandıran Christian Löffler ve Afro Amerikan kültürüne ilgi duyan Romare yer alacak. Çimlere yayılıp müziğin tadını çıkarmak isteyenler kaçırmasın. (biletix.com)



SERGİ

Sürdürülebilir bir dünya için

“İyi Bak Dünyana” diyerek, sürdürülebilirliği yaşamın merkezine koyan Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM), entelektüel derinliğe ve birikime sahip fikirleri buluşturmaya devam ediyor. Disiplinlerarası paylaşımlara imkân veren üretim ve buluşma platformu olma yolunda hızla ilerleyen Karaköy merkezli KTSM, küresel iklim değişikliğine dikkat çekmek için yepyeni bir sergiye imza atıyor. Bu kapsamda sanatçı Murat Germen'in iklim değişikliği, küresel ısınma, su hakları gibi konulara dair birbirine eklemeli sergilerinin en son safhası olan “Küresel İkaz” fotoğraf sergisi, 29 Mart- 30 Nisan tarihlerinde KTSM'de ziyaret edilebilecek. Tasarımı Eray Makal tarafından yapılan sergide, Norveç, Svalbard Adası ve Grönland'da çekilen toplam 17 fotoğraf yer alıyor ve belgeleme, arşivleme, delil toplama üzerinden bellek oluşturuluyor.

“EU SUSTAINABLE TEXTILE STRATEGY” ANNOUNCED



Sustainable Textile Strategy under three headings: Performance, access to transparent information and waste management.

Thierry Breton, Commissioner for Internal Market, stated that products produced in accordance with these conditions will be supported and a large market will be created. Telling that there is a misconception that sustainable products will be more expensive for consumers, Breton underlined these products will be produced with less resources and lower cost, will last longer, and thus be more economical for consumers' budgets.

In fact, the cost of these new regulations is a matter of concern not only to consumers but also to manufacturers, and has been discussed for a long time on the agenda of the European Confederation of Apparel and Textile Manufacturers (EURATEX), of which Turkish Textile Employers' Association (TTEA) is a member. The common concern of EURATEX members is that all these regulations will increase the costs a lot, will drive production away from Europe and increase unemployment. The industry demands financial support against this risk.

Representatives of the EU Commission, who made the regulations, argue that this will contribute to the European economy in the long run and will provide gains to European producers and consumers.

Considering all these legal regulations are also valid for the manufacturers of Turkey -which is one of the largest suppliers of textile and apparel in Europe- it is obvious that industrialists should follow the process closely and adapt to.

The Circular Economy Action Plan, which is closely related to all manufacturing sectors, was announced at a press conference organized by the European Commission's senior officials on March 30th. Two critical components in this plan are closely related to the textile and apparel industry: the Sustainable Product Initiative and the European Textile Strategy Document.

Frans Timmermans, Vice President of the European Commission, said at the meeting “The products we use every day should be durable enough to allow second, third and fourth-hand use. When it breaks down, it should be easily repaired by users; a phone's battery should be easily

replaced and used for a long time. He told that a product should be easily recycled or reused for another function at the end of its life. “We expect our clothes not to wear out in three washes” said Timmermans and highlighted the Sustainable Product Initiative, which refers to durable, long-lasting, recycled and recyclable, repairable properties. Eco-Design Directive, Waste Framework Directive, Digital Product Passport, Extended Producer Responsibility and Sustainable Textile Strategy are just a few of the regulations enacted or drafted within the scope of the package. EU Commissioner for Environment Virginijus Sinkevičius grouped the measures to be taken within the



**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