



FASHION'S
WAKE UP
CALL!

Bloomberg HT Live

— 8-9 Ekim/October 2020

**13. İstanbul
Moda Konferansı**

13th İstanbul
Fashion Conference



8-9 Ekim 2020

**13. İstanbul Moda
Konferansı**

**Sonuç
Raporu**



Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından bu yıl 13'üncüsü düzenlenen ve Türk Moda Endüstrisi'nin uluslararası ölçekte prestij organizasyonlarından biri olan İstanbul Moda Konferansı'nda salgın sonrası 'yeni normal' ve Türk hazır giyim sektörünü bekleyen fırsatlar mercek altına alındı.

Covid-19 Pandemisi nedeniyle ilk kez dijital platforma taşınan İstanbul Moda Konferansı, www.BloombergHT.com masterhead alanından ve kanalın youtube ve periscope sosyal medya hesaplarından Türkçe olarak ve www.istanbulmodakonferansi.com'dan İngilizce olarak canlı yayınlanarak, 6 milyondan fazla görüntüleme aldı, 7 panelde 41 konuşmacının görüş ve deneyimlerini aktardığı konferansı gün boyu 150 bin izleyici takip etti. İkinci gün online ortamda gerçekleşen ikili iş görüşmelerinde ise üretici firmalar, 37 alım ofisi ile toplamda 627 iş görüşmesi gerçekleştirdi. 'Moda Endüstrisinde Dönüşüm Başladı' vurgusuyla gerçekleştirilen konferansın açılışında, **Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank**, hazır giyim sektörünün Türkiye'nin medarı iftihar olduğunu söyledi. Sektörün 2019 yılında 16,5 milyar dolar dış ticaret fazlası verdiğini bildiren Varank, şöyle devam etti:

“TEŞVİK DESTEĞİMİZ İLE 350 BİN İLAVE İSTİHDAMIN ÖNÜNÜ AÇTIK”



“İmalat sanayi sektörleri arasında en fazla ihracatı hazır giyimde yapıyoruz. Diğer taraftan hazır giyimde dünyada büyük bir oyuncuyuz. Bu ihracatın katma değeri de yüksek. Türkiye'nin kilogram başına ihracat ortalaması 1,3 dolarken hazır giyimde 13,2 dolar olarak gerçekleşti. Hazır giyim ve tekstil sektörlerinde bir milyonun üzerinde emekçi çalışıyor. Kadın istihdam oranı ise yüzde 68. Bu başarıda hükümetlerimizin desteğinin de payı büyük. 18 yılda hazır giyim alanında 7,5 milyar liralık sabit yatırımı teşvik belgelerimizle destekledik. Belgeli yatırımlar sayesinde 350 bin ilave istihdamın önü açıldı. Planlı sanayileşme politikalarımız doğrultusunda Bolu, Bursa, Diyarbakır, Kahramanmaraş, Yalova ve Kilis'te tekstil ihtisas organize sanayi bölgeleri kurup küresel manada sektör kümelenmelerini teşvik ettik. Sektörün AR-GE ve inovasyon projelerini TÜBİTAK, ticarileşme ve girişimcilik faaliyetlerini de KOSGEB ile destekliyoruz. Hazır giyimde faaliyet gösteren AR-GE ve tasarım merkezlerine vergi indirimi, sigorta primi desteği, gelir vergisi stopajı imkanlarından faydalanma hakkı getirdik. 2017 yılında Sınai Mülkiyet Kanunu'nda yaptığımız değişiklikle moda takı ve tekstil sektörleri için tescilsiz tasarım koruma hakkını mümkün hale getirdik. Bu sayede firmalarımız tasarımları için Türk Patent ve Marka Kurumuna başvurmadan da 3 yıl süreyle koruma elde etmeye başladılar. “



“BİLİŞİM VADİSİ BÜNYESİNDE BİR TASARIM KÜMELENMESİ KURUYORUZ”

Mustafa Varank, hazır giyim sektörünün bölgesel kalkınma politikaları açısından da kritik bir fonksiyona sahip olduğunu vurguladı. Kalkınma ajansları, bölge kalkınma idareleri ve cazibe merkezlerini destekleme programı aracılığı ile hazır giyim ve tekstil sektörlerindeki projelere destek verdiklerini anlatan Varank, Van, Erzurum, Bingöl, Kilis, Silopi, Muş, Bitlis, Erzincan, Hakkari ve Iğdır’da tekstil merkezleri kurduklarını bildirdi. Varank, şöyle devam etti:

“Hazır giyim sektöründeki üstünlüğümüzü daha ileriye taşımak için dünyada ses getiren çığır açıcı işlere de odaklanmalıyız. Sektörün gelişme adımlarını iyi okuyup zamanlı adımlar atılmasına ihtiyacımız var. İçinden geçtiğimiz bu dönem bize yeni fırsatlar sunuyor. Covid-19 ile birlikte değişime uğrayan küresel değer zincirinden daha çok pay almaya çalışmalıyız. Buna giden yol moda, moda tasarımı ve markalaşma odaklı hareket etmekten geçiyor. İşte tam da bu ihtiyaçtan hareketle bakanlık olarak stratejik bir adım atıyoruz. Bilişim Vadisi bünyesinde bir tasarım kümelenmesi kuruyoruz. Tüm hazırlıklarımızı tamamladık. İnşallah Kasım ayında açılışını gerçekleştireceğiz. Bu kümede tasarım stüdyoları, iş geliştirme merkezi, prototip üretim atölyeleri, sergi alanları gibi yapılarla tasarımla sanayiye daha güçlü bir etkileşime geçireceğiz.”

Bakanımızın açılış konuşmasının tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/qSvnCgdEZsY> **ENG:** <https://youtu.be/zAdjI85Smol>

HADİ KARASU: “TEŞVİK SİSTEMİNİN GÖZDEN GEÇİRİLMESİ GEREKTİĞİNİ DÜŞÜNÜYORUZ”

Konferansa ev sahipliği yapan **TGSD Başkanı ve EURATEX Başkan Yardımcısı Hadi Karasu** ise konuşmasında, küresel iş süreçlerinde 15 – 20 yıldır ciddi bir tıkanma yaşandığının altını çizdi. Salgın sürecinin tıkanıklığı aşacak yenilenmeyi, değişimi, dönüşümü ve uyanışı acil ihtiyaç haline getirdiğini vurgulayan Karasu, şöyle devam etti:



“Biz ihtiyacı yıllar önce fark ederek başta moda konferansımız olmak üzere tüm platformlarda bu konuya kafa yorduk. İlk kez online düzenlediğimiz 13’üncü konferansımızı ‘moda endüstrisinde dönüşüm başladı’ teması ile yapıyoruz. Dönüşümün temel dinamiklerinden birini dijitalleşme oluşturuyor. Dijitalleşmede iyi bir noktadayız ama avantajı fırsata çevirebilmek için gençlere daha fazla fırsat vermek durumundayız.



Salgın sürecinde hızlı modanın yanı sıra yine hızlı ama sezon temelli üretime geçmemiz gerektiğini öğrendik. Dolayısıyla üçer aylık veya daha kısa aralarla koleksiyon yapabilecek altyapıyı hızla kurgulamamız gerekiyor. Yine bu dönemde uzak ülkelerden tedarik ve uzun dönemli stok yapmanın büyük finansal kayıplara ve yıkımlara neden olduğu görüldü. Çin gibi uzak coğrafyalardaki üretimlerini durdurup ihtiyaçlarını yakın bölgelerden, minimum stokla ve hızlı döndürmek isteyen markalar için Türkiye’den daha iyi bir alternatif görünmüyor. Çin’in 170 milyar dolarlık pastasından yüzde 10 pay alabilirsek 17 milyar dolarlardaki ihracatımızı kısa sürede iki katına çıkarabiliriz. Bu büyük pastadan yüzde 10 pay alabilmek için mevcut ihracatımız kadar kapasite yaratmamız gerektiğini biliyoruz. Yeni yatırımlar için bir yılı ödemesiz 3 - 4 yıl vadeli kredi kullandırılması, teşvik sisteminin büyük şehirlerdeki firmalarımızı da kapsayacak şekilde yeniden düzenlenmesi gerektiğini düşünüyoruz. Sayın Bakanımız Mustafa Varank’ın konferansımızın açılışına katılarak verdiği desteğin beklentilerimizin kamu otoritesi tarafından anlaşıldığının bir işareti olarak değerlendiriyor, kendilerine teşekkür ediyoruz.”

MUSTAFA GÜLTEPE: SALGINA RAĞMEN 2020’Yİ KAYIPSIZ ATLATACAĞIMIZI UMUT EDİYORUM



İHKİB
İSTANBUL HAZIR GIYIM VE
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Organizasyona her yıl olduğu gibi bu yıl da destek veren **İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe** ise konuşmasında “geleceği dünden kurgulama” anlayışının avantajlarını salgın sürecinde gördüklerini söyledi. Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü:



“3 yıl önce Hazır Giyim Sektörü Vizyon Belgesi ile sektörün stratejisini yeniden oluşturduk. Önümüze Türkiye’yi moda endüstrisinde dünyada ilk üçe çıkarma hedefini koyduk. Yeni stratejimizin ışığında Dört Dörtlük Plan adını verdiğimiz yol haritamızı oluşturduk. 33 milyar dolar ihracat hedefli yol haritamızda, üretimde otomasyon ve dijitalleşmeyi, tedarik zincirinin dijital dönüşümünü, donanımlı insan kaynaklarının hazırlanmasını, sürdürülebilirliği ve Türk modası algısının yükseltilmesini temel hedefler olarak belirledik. Yani biz aslında bugünü dünden kurgulamıştık. Birçok sektörün yeni fark ettiği dönüşümü 3 yıl önce başlattık. Değişim ve dönüşüm sürecini bütün faaliyetlerimizin ana eksenini yaptık. Projelerimizi bu tespitlere göre sıraladık ve uygulamaya başladık.



Tüm bu çalışmalarımız sayesinde salgını bugüne kadar en az hasarla atlattık. 2019’u 17,7 milyar dolar ihracatla tamamlamıştık. Maske ve koruyucu kıyafetlerin katkısı ile bu yılı da kayıpsız ya da geçen yıla yakın bir ihracatla kapatacağımızı umut ediyorum. Dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konusundaki alt yapımızın yanı sıra tedarik zincirindeki değişim, 33 milyar dolarlık hedefe salgın öncesine göre çok daha yakın olduğumuzu gösterdi.”

Mustafa Gültepe, her konuda olduğu gibi tasarımda da sektöre liderlik yaptıklarını, Türk Moda Endüstrisi’ni küresel vitrine taşıyan Mercedes - Benz Fashion Week İstanbul’u da tıpkı İstanbul Moda Konferansı gibi dijital platformda gerçekleştireceklerini bildirdi. Gültepe, “Dünyada ilk 10’da yer alan moda haftamızı 12 – 16 Ekim tarihleri arasında düzenleyeceğiz. 30 tasarımcımızın koleksiyonlarını sergileyecekleri dijital moda şölenine herkesi bekliyoruz” dedi.

Açılış konuşmasının tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/qSvnCgdEZsY> **ENG:** <https://youtu.be/5ifnB36Yi3k>





VAKKO'NUN KURULUŞ HİKAYESİ

TGSD tarafından İHKİB'in desteği ile düzenlenen İstanbul Moda Konferansı'nda konuşan Vakko Yönetim Kurulu Başkanı Cem Hakko:

“Tüketici nezdinde hiçbir inandırıcılığı kalmayan indirim kampanyaları belirli kurallara bağlanmalı.”



Doyumsuzluğu tetikleyen, ürünün kalitesini düşüren sistemin artık değişmesi gerektiğini vurgulayan Cem Hakko, “Geçmişte olduğu gibi yılın iki sezonla sınırlandırılması, dolayısıyla sürelerin uzaması ve sonuç olarak da sistemin yavaşlamasının üreticiye ve tüketiciye son derece olumlu dönüşünün olacağına inanıyorum” dedi.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından İHKİB'in desteği ile düzenlenen 13. İstanbul Moda Konferansı'nda konuşan Vakko Yönetim Kurulu Başkanı Cem Hakko, tüm dünyayı etkisi altına alan pandeminin markalara kapsamlı bir dönüşümü başlatmak adına büyük fırsat sunduğunu bildirdi.

Vakko olarak yerli tedarikçilerle çalışmak istediklerini, ülke sınırları içinde her türlü kaliteye ulaşabildiklerini anlatan Cem Hakko, “Bunu sadece biz değil tüm dünya biliyor. Şimdi ekonomiyi ülke içinde döndürmek her zamankinden daha değerli. Birlik ve beraberlik içinde sektördeki bir dizi değişimi başlatmamız gerektiğine inanıyorum” dedi. Bunlardan ilkinin ve en önemlisinin indirim zamanlarının düzenlenmesi olduğunu vurgulayan Hakko, şunları söyledi:

“Tüketici güven duyacağı marka arayışında”

“Tüm dünyaki hızlı moda ve tüketim alışkanlığının sonucu olarak özellikle son 10 yılda takvimlerimiz tamamen değişti. Doyumsuzluğu tetikleyen, ürünün kalitesini düşüren bu sistemin artık değişmesi gerekiyor. Geçmişte olduğu gibi yılın iki sezonla sınırlandırılması, dolayısıyla sürelerin uzaması ve sonuç olarak da sistemin yavaşlamasının üreticiye ve tüketiciye son derece olumlu dönüşünün olacağına inanıyorum.

Ara ve ana sezon indirimlerinin dışında tüketici nezdinde artık hiçbir inandırıcılığı kalmayan, her geçen gün anlamını yitiren indirim kampanyaları neredeyse indirim dışı satış yapmaya hiç imkan vermiyor.



Pandemi ile değişen tüketiciler alışkanlıkları bize gerçekten güven duyabilecekleri markalar bulmak istediklerini gösterdi. Az ve öz alışveriş yapan tüketici, bir ürünü ilk satış fiyatından almaya hazır. İndirim dönemleri elbette tüketici ile buluşulan özel zamanlar. Ancak bu zamanları hakkıyla ve samimi bir şekilde belirlemenin ve indirimleri belirli kurallar çerçevesinde düzenlemenin hepimiz adına çok önemli olduğuna inanıyorum.”

Cem Hakko bir diğer önemli konunun ise AVM’lerin açılış ve kapanış saatleri olduğunu belirterek, “Bu saatlerin tüketici alışkanlıkları ve araştırma sonuçlarından veriler alınarak yeniden belirlenmesi herkes için yararlı olacaktır. Bu tür bir revizyon iş gücü anlamında da markalarımıza büyük fayda sağlayacaktır” dedi.

Konuşmanın tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/lvhGPhRbvtc> **ENG:** <https://youtu.be/CeQr2aoYtYY>

YENİ DÖNEM TEDARİK STRATEJİLERİ

Mavi’nin CEO’su Cüneyt Yavuz’un moderatörlüğünde düzenlenen “Yeni Dönem Tedarik Stratejileri” oturumunda ise řu görüşlere yer verildi:

H&M Üretim Tedarik Müdürü David Savman:

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GELECEKTE HER ŞEY OLACAK, MARKALAR RADİKAL BİR ŞEKİLDE ŞEFFAFLAŞACAK.”



Sürdürülebilirlik gelecekte her şey olacak, bir talep haline gelecek, markaların radikal bir şekilde şeffaflaşması gerekecek. Tüketiciler artık satın aldıkları her ürünü öğrenmek bilmek isteyecekler. Bu gelecekte çok kilit bir öneme sahip olacak.



Markalar biraz daha sorumluluk alarak iş yapış şekillerini değiştirmek zorundalar. Bir markanın hem tedarik zincirini koruması hem de bu değişimleri yaşaması gerekecek. İş yapış şekillerimiz kesinlikle değişecek. Kriz sizi vurmadan bütün bu hazırlıkları tamamlamış olmanız gerekecek. Bir diğer önemli konu da talep üzerine üretim anlayışı artarak devam edecek. Biz özellikle tedarik ortaklarımızla Covid-19 öncesine göre daha güçlü bağlara sahibiz, daha iyi ilişkiler sürdürüyoruz. Zor zamanda dayanışmanın daha güçlendirilmesi gerekiyor ve ben bunun gelecekte daha da güçleneceğini düşünüyorum.

PANGAIA ÜRÜN DİREKTÖRÜ & THEAN / CO KURUCU ORTAĞI HANDE SADIÇ:

“DİJİTALLEŞME HERŞEYE HÜKMEDECEK”

Genel olarak dijitalleşmenin hüküm süreceği bir döneme doğru hareket ediyoruz. Yeni dönemde üstesinden gelmemiz gereken birkaç şey var. Birincisi sürdürülebilirlik. Sürdürülebilirliğin getirdikleri bizi geleneksel kurumsal sorumluluklarımızın da ötesine taşıyacak, döngüsel bir ekonomiye doğru bizi itecek. Kullandığımızı yeniden kullanmayı öğreneceğiz. Bir diğer önemli konu şeffaflık olacak. Dijitalleşme artarken, sosyal medya gücüne güç katarken tüketiciler şeffaflık bağlamında çok daha fazla şey talep edecekler. Özellikle markaların tedarik stratejilerinde ve zincirlerinde neler yaptıklarını bilmek isteyecekler. Bugüne kadar bu konu, daha çok markaların kapalı kapılar ardında yönettiği bir konuydu. Ama artık tüketici daha çok şeffaflık isteyecek ve bu yeni bir dönem başlatacak. Koşullar bizi bir haftada tasarlayıp prototipi fiziksel olarak görmeden üretime geçmeye zorlayacak.

GALATA TAŞIMACILIK CEO'SU VITTORIO ZAGAIA:

“TEKNOLOJİYE YATIRIM DURMAMALI”



Pandemi sürecinde dünya büyük bir ders aldı. Bu süreçte tedarik kaynaklarının çeşitlendirilmesi, taşıma, depolama gibi süreçlere esneklik kazandırılması gerektiğini öğrendik. Daha önceden dijitalleşme ve teknolojik altyapımıza yaptığımız yatırımlar pandemi sürecinde bize çok yardımcı oldu. Ancak teknolojiye yatırımın durmaması gerekiyor. 10 yılda sağladığımız teknolojik gelişmenin üç katını önümüzdeki 5 yılda yapmak zorundayız.



ULUSLARARASI HABER SERVİSİ ORTADOĞU VE AFRIKA EDITÖRÜ / ORTADOĞU SORUMLUSU PAUL COCHRANE:

“BÜYÜK İHRACAT NOKTALARINDAN KAYIŞ YAŞANACAK”

Salgınla birlikte her şey tepetaklak oldu. Yeni dönemde talep kilit önem kazanacak. Özellikle sürdürülebilir ürünlere talep artacak. Ama acaba bu konuda müşteri talepleri karşılanabilecek mi? Tüketiciler aynı zamanda markaların sürdürülebilir kaynak planlamasını da görmek isteyecekler. Sürdürülebilirlik konusunda artan farkındalığın fiyatlara yansması ne olacak? Örneğin 5 dolarlık ürünün maliyeti 10 dolara mı çıkacak? Bugünden baktığımızda sorunun cevabını bilemiyoruz. Ama büyük ihracat noktalarından bir kayış yaşanacağını görebiliyoruz. Bu nedenle geleceği beklemeden bir an önce gereken adımları atmamız gerekiyor.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/8JWr3xjvd1w> **ENG:** <https://youtu.be/I4PTu3frbo0>

PAMUK PİYASASINA BAKIŞ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK



COTTON COUNCIL INTERNATIONAL

EMEAR TEMSİLCİSİ NEZİHİ ASLANKESER:

**“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÇALIŞMALARIMIZ
ÇERÇEVESİNDE AMERİKAN PAMUĞU GÜVEN
PROTOKOLÜ’NÜ 15 EYLÜL’DE DEVREYE ALDIK”**



Gezeganimizi kurtarmanın yollarını aradığımız bir dönemden geçiyoruz. Özellikle AB sürdürülebilirlik konusunda çok ciddi baskılarda bulunuyor. Covid-19 ile birlikte tüketicilerde de sürdürülebilirlik konusunda farkındalık ve sürdürülebilir ürünlere talepte artış oldu. Dünya pamuk üretiminde çeşitli sürdürülebilirlik programları var. Bazı markalar ve perakendeciler için bu yeterli değil. Biz Amerikan pamuğunun standart ve doğrulanabilir veriye ihtiyacı olduğunu düşündük. Yine bu çalışmalar çerçevesinde ABD pamuk endüstrisi olarak yeni bir sürdürülebilirlik programını devreye aldık. 15 Eylül itibarı ile Amerikan Pamuğu Güven Protokolü devreye girdi. Veri üzerine kurgulanan ve izlenebilen bu protokol, ABD’deki çiftçilerin daha az kaynak kullanarak ekim sahalarını etkin şekilde kullanımlarını sağlamak için tasarlandı.

Konuşmanın tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/i4pA76Q-1Qg> **ENG:** https://youtu.be/bzN6YY_6cs0



YENİ BİR YARIN BUGÜN BAŞLIYOR! YENİ NORMAL DÖNEMDE BELİRSİZLİKLERİ YÖNETMEK

**CENTRIC SOFTWARE EMEAR BAŞKAN YARDIMCISI
CHRISTOPHE THERREY:**



**“ÜRÜNLERİMİZİ PİYASAYA DAHA KALİTELİ VE DAHA
AZ MALİYETLE SUNMAYA ÇALIŞIYORUZ”**

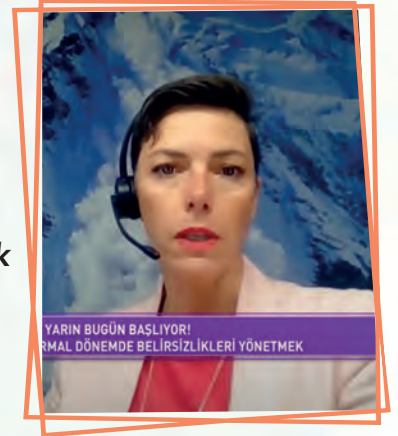
Ben Avrupa’da Centric Software için bir satış organizasyonunun başındayım. Biz ayakkabı, dış giyim, üst giyim işletmeleri için çözümler sunan dünyada 400 müşterisi olan bir firmayız ve birçok farklı kuruma hizmet ediyoruz. Piyasaya ürünlerimizi daha kaliteli ve daha az maliyetli bir şekilde sunmaya çalışıyoruz. Dünyayla ortak noktamız şu ki seyahat kısıtlamaları yaşıyoruz. Güney Afrikada da çok sıkı denetimler var. Bizimle kendi deneyimlerini paylaşabilir misin Renee?



CAPE UNION MART KURUMSAL UYGULAMA YÖNETİCİSİ RENÉE JAIN:

**“KARANTİNANIN BİZE PLM’İ YAYGINLAŞTIRMAMIZ KONUSUNDA
FAYDASI OLDU”**

Salgın nedeniyle karantina başlayınca bir gecede neredeyse bütün bağlantılarımız kayboldu. Önce zoom, skype gibi dijital iletişim kanallarını öğrenmek zorunda kaldık, ardından tedarikçilerle süreçleri bu kanallardan yürütmeye çalıştık. İlk başlarda satın alma konusundaki karar süreçleri uzadı çünkü dokunmadan, görmeden bir elbisenin kalite kontrolünü yapabilmek çok zor hale geldi. Çin ve Hindistan gibi ülkelerdeki bazı küçük tedarikçilerimizin internet erişimi bile yoktu. Zaman içinde yeni yollar bulduk. Aplikasyonlara bağımlı hale geldik. Beklemediğimiz kadar hızlı iletişim kanalları kurduk. Özellikle PLM sayesinde iletişimimizi çok daha kolay hale getirdik. Karantinanın bize PLM’i çok hızlı yaygınlaştırmamız konusunda büyük faydası oldu.



Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/kj4n0QplzmU> **ENG:** <https://youtu.be/xwnBJgDdx68>



DİJİTALLEŞEN SEKTÖRLERDE BÜYÜK VERİYLE REKABETTE FARKLILAŞMA

TURKCELL DİJİTAL İŞ SERVİSLERİ İŞ GELİŞTİRME VE STRATEJİK İŞ ORTAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI SÜHA BAYRAKTAR:

**‘TÜKETİCİ ALIŞKANLIKLARI NASIL DEĞİŞTİ?’ SORUSUNUN
YANITINI ELİMİZDEKİ BÜYÜK VERİ İLE VEREBİLİYORUZ**



Turkcell olarak dijitalleşme konusunda ciddi çalışmalarımız vardı, pandeminin gündemde olmadığı bir dönemde yaptığımız bu çalışmalar iş sürekliliğimizi korumada bize çok faydalı oldu. Salgın sürecinde müşteri alışkanlıkları değişti. Online alışveriş yapanların sayısı iki katına çıktı. Şimdi birçok firma ‘tüketici alışkanlıkları nasıl değişti?’, özellikle ‘tüketiciler e-ticarete hangi kanallara gidiyorlar, hangi kanallardan alışveriş yapıyorlar?’ sorusunun yanıtını arıyorlar. Turkcell olarak biz elimizdeki büyük veri ile bu sorunun yanıtını verebiliyoruz.



Konuşmanın tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/kaoa-syv47s> **ENG:** <https://youtu.be/cQC70lsRvBs>

2020 MODASI & SONRASI YENİ GERÇEKLİK: TÜKETİCİ ODAKLI TEDARİK ZİNCİRİ

BROWZWEAR SOLUTIONS & BROWSWEAR 3D

KURUCU ORTAK & CEO SHARON LIM:

**“TÜKETİCİLER AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, ŞEFFAFLIK
VE İZLENEBİLİRLİK ÖNE ÇIKIYOR”**

Pandemi ile birlikte dünyanın her bir tarafında bir içe kapanma gözleniyor. Bu da tedarikçinin yakın bölgelerden karşılanması arayışını beraberinde getiriyor. Artık markalar tedariklerini yakın bölgelerden ve daha küçük ölçeklerde yapmaya yöneliyor. Uçtan uca tedarik zincirindeki ortakların artık çok daha hızlı ve çevik olmaları, gerektiğinde durumunu ve yönünü çok hızlı değiştirebilmesi gerekiyor. Diğer taraftan yeni dönemde tüketiciler açısından da sürdürülebilirlik, şeffaflık, izlenebilirlik ve hesap verebilirlik gibi konular öne çıkıyor.



Konuşmanın tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/kaoa-syv47s> **ENG:** <https://youtu.be/LEfysfuTCdg>



HAZIR GİYİM VE TEKSTİLİN METAMORFOZU

**TEKSTAR YÖNETİM KURULU ÜYESİ VE TEKNOLOJİ DANIŞMANI
PROF. DR. IŞIK TARAKÇIOĞLU:**

“BİLGİ YOĞUN TEKSTİLLERİN ÇAĞINA HOŞ GELDİNİZ”

İnsanlar tarih boyunca örtünmek ve süslenmek için giyinmişler. Ama artık 21. Yüzyıl'da giysilerinden başta sağlık ve koruma olmak üzere kendilerine daha fazla hizmet vermesini istiyorlar. Bu da fonksiyonel ve çok fonksiyonlu tekstil ürünlerini ortaya çıkarıyor. Artık basit fonksiyonel tekstillerin yanında, herhangi bir dış etkiyi veya etki değişikliğini algılayıp buna göre tepki veren akıllı tekstil ürünleri araştırılıp geliştiriliyor. Yani bir bilgi işlemci ile kombine edilmiş, giyilebilir elektronik ürünler piyasaya çıkmaya başladı. Artık bilgi yoğun tekstillerin çağındayız. Bilgi yoğun tekstillerin çağına hoş geldiniz.

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ DR. ÇAĞLAR SİVRİ:

“DOĞAYI VE KAYNAKLARI SADECE TÜKETMEK YERİNE DOĞADAN İLHAM ALMAYI DA DENEYEBİLİRİZ”

Tüketimi sıfıra indiremeyiz ama doğadaki ayak izimizi azaltabiliriz. Doğayı ve kaynakları sadece tüketmek yerine doğadan ilham almayı deneyebiliriz. Çünkü doğa tüketim yaptığında az emekle yerine koyabiliyor. Biz de doğanın en az emekle bu mühendislik harikası ürünleri nasıl geliştirdiğini anlamaya çalışabiliriz. Bu esinlenmeleri geleceğin yüksek teknolojlili sürdürülebilir tekstil ürünlerinin geliştirilmesinde kullanabiliriz. Tekstil doğadan esinlenilerek yapılabilecek çalışmaların en hızlı geliştirilip ticarileştirileceği alanların başında geliyor.





EVTEKS FİRMASI SAHİBİ İSA DAL:

“RAKİPLERİMİZE ÜSTÜNLÜK SAĞLAYABİLECEĞİMİZ EN ÖNEMLİ ALAN YENİLİKÇİLİK”

Rakiplerimize üstünlük sağlayabileceğimiz en önemli alan yenilikçilik. İnsanı ve çevreyi ön planda tutan sürdürülebilir kaynakları esas alan bir sistem oluşturmaya çalıştık. Sistemi oluştururken en büyük desteği akademiden aldık. Ancak yolculuğumuzun en zor kısmı da bu oldu. Çünkü üniversite sanayinin ciddiyetine, sanayi de üniversitenin samimiyetine inanmıyordu. Bu paradigmayı kırmak pek kolay olmadı. Ben de bundan dolayı işin içine girmek durumunda kaldım. Bizim en zorlu yolculuğumuzu AR-GE süreci ve ürünü ticarileştirmek oluşturuyor. Bu yolculukta inancımızı yitirmeden çalışmamız gerekiyor. Projelerimizi her ne kadar ticarileştirmeyi başaramasak da 2016'dan bu yana çevre ve inovasyon dahil olmak üzere aldığımız 4 ödül bizim için motivasyon kaynağı oldu.

RUDOLF CHEMIE GENEL MÜDÜRÜ GUNTHER DUSCHEK:

“KORUMAYI VE KONFORU BİR ARADA SUNABİLECEK PROJELERE ODAKLANDIK ”

Salgınla birlikte tıpkı oturma odamızın başlığındaki gibi hazır giyim ve tekstilde bir metamorfoz durumu oldu. Özellikle kişisel koruyucu donanım ile ilgili teknik inovasyona ihtiyaç duyuldu. Kişisel koruyucu donanım sadece doktor ve hemşire gibi sadece sağlık çalışanları özelinde düşünülmemeli. Mesela çöp toplayanların inşaat alanlarında çalışanların da koruyucu giysilere ve donanımlara ihtiyaçları var. Öte yandan insanlar gündelik hayatlarında kendilerini korurken aynı zamanda da iyi görünmek istiyorlar. Ortaklarımızla, mühendislerimizle oturup yeni konseptler üzerinde çalıştık. Korunmayı ve konforu bir arada sunabileceğimiz projelere odaklandık.



MODA TASARIMCISI ARZU KAPROL:

“MARKA OLMA YOLUNDA KULLANAMADIĞIMIZ AVANTAJIMIZI BELKİ DE GİYİLEBİLİR TEKSTİLLER KONUSUNDA KULLANABİLİRİZ”

Bugün tekstilin ve giysinin dönüşümünü, tasarımını ve geleceğini konuşuyoruz. Türkiye tekstil ve hazır giyim konusunda önemli bilgi birikimine ve üretim alt yapısına sahip. Çok nitelikli üretim yapabilen bir ülkeyiz. Marka olma yolunda bugüne kadar kullanamadığımız bu avantajı belki de giyilebilir teknolojiler alanında kullanabiliriz. Türkiye olarak gücümüzü bu alana yoğunlaştırabilirsek muazzam işlere imza atabiliriz.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: https://youtu.be/819VSs_ssMc **ENG:** https://youtu.be/EOu_IOejeUA



TOPLU VE TALEBE BAĞLI ÜRETİM İÇİN UÇTAN UCA DİJİTAL ÇÖZÜMLER

GERBER TECHNOLOGY TİCARİ FAALİYETLERDEN SORUMLU İCRA KURULU ÜYESİ LEONARD MARANO:

“TÜRKİYE DİKKAT ÇEKİCİ BİR ÜLKE, YILDIZI ÇOK PARLAK”

Covid-19 salgını bize çok şey öğretti. Örneğin, değer zinciri çok farklı noktalara gelecek, talepler farklılaşacak, trendler ve tedarik zinciri değişecek. İşçilik maliyetlerinden dolayı artık geleneksel yaklaşımlar değişiyor, şirketler Çin'den çıkmaya başlıyor. Mesela bu noktada Türkiye'nin yıldızı gerçekten parlak. Dikkat çekici bir ülke. Özellikle Avrupa ülkelerine çok yakın olması Türkiye'nin avantajını arttırıyor. Ama öne çıkabilmek için diğerlerinden sıyrılabilmeniz için özellikle üretim tarafında dijitalleşmeniz çok önemli. Bütün değer zincirinizi dijitalleştirip bunu sürdürülebilir bir tabana oturtmanız gerekiyor.



GERBER
TECHNOLOGY



GLENGO Teknoloji A.Ş.

Konuşmanın tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/fVA5D5vF6ul> **ENG:** https://youtu.be/_3jGsltHfNA

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA

MODA TASARIMCISI MEHTAP ELAIDI:

Sürdürülebilir Moda Oturumunun Moderatörü olmak benim için çok büyük bir onur, çünkü bugün konuşacağımız konu, herkesin bir süredir gündeminde olan bir konu. Sürdürülebilir Moda'ya bu oturumda 3 perspektiften bakacağız: ilk değineceğimiz konu; moda eğitiminin sürdürülebilirliği. Sürdürülebilir iş stratejileri ve moda okullarının yeni dönem faaliyet alanları. Ardından ikinci konumuz; yeni dönemde perakendeciler ile ilişkilerimizi nasıl yürütebileceğimizi modanın pazarlama ve satışa etkilerini ve nihayetinde moda endüstrisine toplam etkisini ele alacağız. Son olarak değineceğimiz konu ise sürdürülebilirlik konusunun bir üretici gözünden kendi üretim sürecine olan etkileri olacak. Böylelikle konuya her açıdan bakmış olmayı hedefliyoruz.



PARSONS SCHOOL of DESIGN ÖNCEKİ DÖNEM DEKANI, THEAN/CO KURUCU ORTAĞI BURAK ÇAKMAK:

“TASARIM MODELİNİN DEĞİŞMESİ GEREKİYOR”

Modacılar sadece cazip bir şey tasarlamakla yetinmemeli aynı zamanda tasarladıkları ürününün özellikle üretim sürecinde ne gibi etkileri olduğunu da göz önünde bulundurmaları. Günümüzde çok fazla tasarımcı ve çok fazla tasarım var. Tasarım modelinin değişmesi, tasarımcıların yeni dönemin beklentilerine göre farklılaşmaları gerekiyor. Ama tasarımcılar bu konunun toplama etkisini göremiyorlar.

JOOR CEO'SU KRISTIN SAVILIA:

“MBFWI İLE YAPTIĞIMIZ İŞBİRLİĞİ SAYESİNDE TÜRK MARKALARINI GLOBAL BİR KİTLEYE TANITTIK”

Pandemi moda endüstrisinde dijitalin imkânlarını kullanmayı hızlandırmada bir fırsat oldu. Joor olarak biz de sanal sergi alanları oluşturduk. Ürünleri 360 derece görüntülemeyle video kullanarak 86 bin perakendeciye sunuyoruz. Yani artık her perakendeci için ayrı bir numune hazırlamanıza gerek yok. Bu sezon MBFWI ile de bir işbirliği yaptık ve Türk markalarını global bir kitleye tanıtabildik. Dijitalin imkânları olmasa bu kadar işi bu kadar az bütçeyle ve çevreye bu kadar az zarar vererek yapamazdık. Artık perakendeci kanepesinde otururken alımlarını yapabiliyor. Ben dijitalin imkânlarını önemsiyorum. Elbette yine bazı büyük etkinlikler yine fiziksel mekanlarda yapılacak. Önümüzdeki dönem dijitalin imkânları kullanılırken bazı fiziksel buluşmaların da devam edeceği hibrit bir dönem olacak.



TYH TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI MEHMET KAYA:

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ EKOLOJİK, SOSYAL VE YÖNETSEL OLMAK ÜZERE 3 BAŞLIKTA ELE ALIYORUZ”

TYH’de sürdürülebilirlik olayını ekolojik, sosyal ve yönetsel olmak üzere 3 başlıkta ele alıyoruz. Yeni tesislerimizde güneş ve rüzgar gibi yenilenebilir enerjiyi kullanmaya başladık. Diğer tesislerimizde de aynı sistemi kurmayı planlıyoruz. Yıllık ortalama 80 - 85 günlük su ihtiyacımızı yağmur suyu birikimi ile karşılıyoruz. Özellikle meslek liseleri düzeyindeki çalışmalarımızı arttırdık. Kendi atölyelerimizde eğitim için dershaneler açtık. Okullara da sanayi atölyeleri kurmaya başladık. Diğer taraftan, genç arkadaşlarımızın karar verme süreçlerinde daha etkin olmalarını sağladık.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/-fc8ccy4mIE> **ENG:** <https://youtu.be/jFkJkejMPGY>



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 1. BÖLÜM

PURPOSE SUSTAINABLE IDEAS KURUCUSU DİLEK BİL:

“BU OTURUMUN MODERATÖRÜ OLMAKTAN BÜYÜK MUTLULUK DUYUYORUM.”

Dünya inanılmaz zorlu bir süreçten geçiyor ama moda ve lüks tüketim bunlardan çok orantısız bir zarar gördü. Bu çerçevede Boston Consulting Group'tan Sarah Willersdorf bize gözlemlediği zorlukların neler olduğunu, 2020 satışların söylendiği gibi %30 -%40 düşüş ile mi kapatacağı, gerçekten 500 ila 650 milyar dolarlık kayıp mı yaşanacağına dair görüşlerini paylaşacak. Bu rakamların büyük buhran rakamlarından bile kat ve kat yüksek olduğunu göz önüne bulundurunca, beklenen senaryoların da ne olduğunu merak ediyoruz. Bütün bu senaryolar dahilinde sürdürülebilirliğin bu işine neresinde konumlandığını da kendisinden dinleyeceğiz. Ellen McArthur Foundation'dan Laura Balmond ise bize Kıyafetlerin neden günlük hayatımızın bir parçası olduğunu neden artık bir kişisel ifade aracına da dönüştüğünü, bunun kirlilik ve çevre kirliliği özelinde düşününce nasıl konumlandıracağımızı anlatacak. Make Fashion Circular programı başladığı zaman buradaki hedef kıyafetlerin güvenli ve yenilenebilir malzemelerden üretilmesi ve buna bağlı olarak da yeni iş modellerinin geliştirilmesi gerektiği konusundaki bilgileri de yine kendisinden ediniyor olacağız.

BOSTON CONSULTING GROUP ORTAĞI VE GENEL MÜDÜRÜ SARAH WILLERSDORF:

“DÜNYA EN AZ 3 YIL SÜRECEK DEĞİŞİMİ SALGINLA BİRLİKTE 3 AYDA YAŞADI”

Dünya en az 3 yıl sürecektir değişimi salgınla birlikte 3 ayda yaşadı. Dijitalleşme ve e-ticaret büyük hız kazandı. Ükelere göre değişmekle birlikte tüketicilerin yüzde 30 – 40'ı salgın sürecinde ilk defa online sitelerden alışveriş yaptılar. Yine bu süreçte farkındalık arttı ve tüketiciler daha çok araştırma yaparak ürün alıyorlar. Bu dönem perakende markaları için bir takım sorunları beraberinde getirdi. Markalar bir yandan ellerindeki nakdi ve çalışanları korumaya odaklanırken diğer taraftan iş yapış şekillerini değiştirmek zorunda kaldılar.

ELLEN MACARTHUR VAKFI PROGRAM MÜDÜRÜ LAURA BALMOND:

“SALGINLA BİRLİKTE YENİLENEBİLİR ENERJİ VE DÖNGÜSEL EKONOMİ KONUSUNDA FARKINDALIK ARTTI”

Tekstil endüstrisinin çevre kirliliğinin artmasında ciddi etkisi bulunuyor. Salgınla birlikte insanlar bu konuya daha fazla kafa yormaya başladı. Yenilenebilir enerji ve farklı malzemelerle döngüsel ekonominin desteklenebilmesi için arayışlar hız kazandı. E -ticaret platformlarında farkındalık arttı. Bizim programımız da giysilerin daha uzun süre kullanılmasına odaklanıyor. Salgınla birlikte sürdürülebilirlik konusunda yoğunlaşan ilgiyle birlikte bizim platformumuz da popülerleşti.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/aMuwc-HVc-k> **ENG:** <https://youtu.be/QFjmEH-ALEw>



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 2. BÖLÜM

**LENZING GLOBAL İŞ YÖNETİMİ BAŞKAN YARDIMCISI
FLORIAN HEUBRANDNER:**



“ÜRETİM TESİSLERİMİZDE KARBON EMİSYONUNU YÜZDE 60 – 80 AZALTTIK ”

İklim değişikliği ve karbon emisyonlarının çok büyük sorun yarattığını gördük. Farklı iklim konferanslarında karbon emisyonlarımızın 2030’a kadar yüzde 50 azaltılmasının, 2050’de ise sıfırlanması konuşuluyor. Karbon emisyonunu en düşük seviyeye çekmek ve tekstil endüstrisinin çok önemli bir sorununu çözmek için yakın zamanda bir elyaf geliştirdik. Ayrıca tesislerimize yeşil enerjiyi getirdik ve enerji verimliliğimizi arttırdık. Üretim Tesisimizde karbon emisyonunu yüzde 60 – 80 arasında azaltılmasını sağladık.

İPEKER TEKSTİL YÖNETİM KURULU ÜYESİ İHSAN İPEKER:

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN BİR ZİHNİYET MESELESİ OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYORUM”

Sürdürülebilirliğin bir zihniyet meselesi olduğunu düşünüyorum. Herkes, bütün sanayiciler, tüketiciler ve zincirdeki bütün paydaşlar kendilerine şu soruyu sormalı: Biz sürdürülebilirlikle ilgili samimiyet konusunda nerede bulunuyoruz. Eğer samimiyeti bütün operasyonlarınızın odağına koyarsanız gerisini şekillendirmek çok daha kolaylaşıyor. ‘Daha az daha fazladır’ı anladığımızda, döngüsel ekonomiyi iyice kavradığımızda, Enerji ve kaynakları doğru kullandığımızda oluşacak denge daha başarılı bir değişim sağlayacaktır.



PEFC TEKSTİL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DANIŞMANI DEEPA HINGORANI:

“TEKSTİL ÜRETİMİNİN YÜZDE 2,2’SİNİ ORMAN ELYAFLARI OLUŞTURUYOR”



Tekstil üretiminin yüzde 2,2’sini orman elyafları oluşturuyor. Birçok marka koleksiyonlarında yüzde 5 -10 arasında bu elyaflardan kullanıyor. Bu ciddi bir oran. Tekstil endüstrisinde 2032’ye kadar orman elyaflarının kullanımının yüzde 30 azaltılması öngörülüyor. Bu süreçte orman elyafları kullanımını sınırlamamak firmalar için büyük itibar kaybı olur. Sorumlu bir endüstri için farklı paydaşlar arasında daha çok işbirliğine ihtiyaç var. Ben bu alanda çalışıyorum. Tedarikçilere, diğer örgütlere ve firmalara hibe ve bağışlar sağlıyoruz.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/ZXu0P5BC3ms> **ENG:** <https://youtu.be/vkVOYvrnx8s>



GENÇ TGSD - SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

PURPOSE - SUSTAINABLE IDEAS KURUCUSU DİLEK BİL:

“GENÇ TGSD SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PLATFORMU OLARAK DÖNGÜSEL EKONOMİYE ODAKLANMAYA KARAR VERDİK ”

Genç TGSD Sürdürülebilirlik Platformu'nu oluştururken büyük heyecan duyduk. Bu konuda TGSD Yönetim Kurulu'na, özellikle Yönetim Kurulu Başkanı Hadi Karasu'ya bizleri desteklediği için çok teşekkür ediyorum. Eğer sistemsel bir değişiklik istiyorsak gençleri moda endüstrisine entegre etmemiz gerektiğini hepimiz biliyorduk. Arkadaşlarımızla misyonumuzu oluştururken döngüsel ekonomiye ve iş modellerine odaklanmaya, bu modelleri yaygınlaştırmaya dönük çalışmalar yapmaya karar verdik. Çok kısa zamanda kendimize odak alanları seçtik. Arkadaşlarımız kendi alanlarında çalışmalar yaptılar.

MODEGA ÖRME MÜŞTERİ TEMSİLCİSİ LEON AYDIN:

“YENİ NESİL TÜKETİCİ ÇOK FARKLI DEĞERLERE SAHİP”

Tüketici sürdürülebilir iş modelinde belirleyici rol oynuyor. Dijital evrende yetişmiş çevreye duyarlı ve etik sorunlarla ilgilenen bireylerden oluşan yeni nesil tüketici, diğer nesillere göre çok farklı değerlere sahip. Tekstil endüstrisinin sürdürülebilirliği bir numaralı tema haline getirmesinin önemli bir nedeni işte bu tüketici kitlenin bu faktörleri göz önünde bulundurarak seçim yapması. Yeni nesil tüketici ürünlerin daha uzun ömürlü olmasına, kaynağına, üretim koşullarına, etik değerlere uygun üretilip üretilmediğine büyük önem veriyor. Şirketler de tüketicilerin güvenini kazanabilmek için çok şeffaf olmak zorundalar. Pandemi süreci de tüketici alışkanlıklarını doğrudan etkileyeceği için hazır giyim firmaları için durumu resetleme fırsatı doğacak.





TYH TEKSTİL AR-GE PROJE GELİŞTİRME UZMANI AYŞEGÜL KAYA:

**“DÜNYADA TEKSTİL SEKTÖRLERİ TARAFINDAN KABUL GÖREN ENDEKSLERİ BAZ ALARAK
ÖRNEK BİR KILAVUZ OLUŞTURMAYA KARAR VERDİK ”**

Tekstil çevreye en çok zarar veren sektörlerden biri. Kaynakların kısıtlı olduğu bir dünyada yaşıyoruz. Şimdi ve gelecekte daha yaşanabilir bir dünya için her birimiz bulduğumuz gruplar, kurumlar ve özellikle devletler olarak ciddi anlamda sürdürülebilirlik konularında ilerlemek durumundayız. Bu bizim için zorunluluk haline geldi. Bizler de sürdürülebilirliğe odaklanmaya karar verdik. Genç TGSD olarak bizler dünyada tekstil sektörleri tarafından kabul gören endeksleri baz aldık. Bu endekslerle ihtiyaç olduğunu düşündüğümüz kullanımı kolay örnek bir kılavuz oluşturmaya karar verdik. Çalışmalarımızın ilerleyen aşamalarında bu kılavuzu geliştirip bütün sektörle paylaşmayı hedefliyoruz.

SUGLOBAL TEKSTİL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE KURUMSAL İLİŞKİLER YÖNETİCİSİ BÜŞRA KARASU:

“KULLANIM ÖMRÜNÜ TAMAMLAMIŞ ÜRÜNLERİN GERİ KAZANIMINA ODAKLANDIK”

Dünyada hazır giyim üretiminde kullanılan materyallerin yüzde 99'u tekrar giysiye çevrilemediği için yıllık 100 milyar doların üzerinde bir değer kaybı yaşanıyor. Dolayısı ile biz döngüsel ekonomiye dayanan bir model ihtiyacı olduğunu bildiğimizden uygulama alanı olarak kullanım ömrünü tamamlamış ürünlerin geri kazanımına odaklandık. Kıyafetlerin tek bir toplama ve ayrıştırma aşında birleştiği kapalı döngüde tüm atıkların tekrar değerlendirildiği, hammadde maliyetinin ve karbon ayak izinin minimize edildiği bir ekosistem olmadığını gördük. Dolayısı ile bütün paydaşların aktif katılımını teşvik eden, sorumluluğu tek bir paydaşa yüklemeyen özel sektör, kamu ve sivil toplumun işbirliği yaptığı inovasyon tabanlı merkezi bir sistem hayal ettik. Bir yandan da BM'nin sürdürülebilir kalkınma hedeflerini kendimize rehber aldık.

PAMEKS GİYİM KIDEMLİ MÜŞTERİ YÖNETİCİSİ ÇAĞIL KARAHASANOĞLU:

**“YILDA YARIM MİLYON TON MİKROFİBER SENTETİK ÜRÜNLERİN YIKANMASI İLE BİRLİKTE
OKYANUSLARA KARIŞIYOR”**

Yıkama sonrası ortaya çıkan mikrofiberler doğaya karışıyorlar ve ne yazık ki doğada ayrışamıyorlar. Okyanusları kirleten plastiklerin yüzde 35'i bu bahsettiğim sentetik ürünlerin yıkanması sonucu ortaya çıkan mikrofiberler. Araştırmalara göre yılda yaklaşık yarım milyon ton mikrofiber sentetik ürünlerin yıkanması ile birlikte



okyanuslara karışıyor. Günümüzde 1,4 katrilyon mikrofiberin okyanuslarda olduğu tahmin ediliyor. 2050 yılında okyanuslarda deniz canlılarından çok plastiklerin olacağı öngörülüyor. Hazır giyim sektörü bu hızla büyürse 2050 yılına kadar 22 milyon ton mikrofiberin okyanusa ulaşacağı tahmin ediliyor. Bu tablo bize açık bir şekilde alarm veriyor.

SEZER TEKSTİL ÜRÜN GELİŞTİRME MÜDÜRÜ YASEMİN SEZER:

“SENTETİK KAYNAKLI TEKSTİLLERDEN KAYNAKLANAN PROBLEMİN BÜYÜMESİNİ YAVAŞLATACAK ÇÖZÜM YOLLARI VAR”

Tekstil ürünlerinin yaklaşık yüzde 70'i sentetik kaynaklı. Bu kadar büyük çaplı bir kaynağın yerine kısa vadede farklı bir ürünle doldurmak zor. Sorunun kökten çözümü uzun vadeli olsa da kısa vadede devleşen problemin büyümesini yavaşlatacak çözüm yolları var. Konuyla ilgili akademik çalışmaları ve ölçümleri desteklemek, sentetik ürünlerde kaliteyi arttırmak ve çalışmalarımızı daha detaylı verilerle desteklemek ilk hedefimiz. Yıkama sırasında salınımı engellemek için kullanılabilecek filtre sistemlerinin adaptasyonunu arttırmak da bir diğer odak noktamız. Üzerinde çalıştığımız üçüncü alternatif çözüm ise üreticilerle marka sahiplerinin işbirliği ile tüketicilerin satın aldıkları ürünler ve materyallerle ilgili bilgilendirilmelerini sağlamak.





BİLSAR OPERASYON DİREKTÖRÜ ASİSTANI SİNA BİLAL:

“YENİ ELYAFLARLA SÜRDÜRÜLEBİLİR ALTERNATİFLER SUNARAK DAHA TEMİZ BİR GELECEĞİN KURULMASINA KATKIDA BULUNMAK İSTİYORUZ”

Ülkemizde yenilikçi alanlarda AR-GE çalışmaları yerine daha çok Avrupa’da ve dünyada kendini kanıtlamış ürünler ya da metotlar kullanılıyor. Bu sayede firmalar kısa vadede daha az risk alsalar da uzun vadede teknolojiye dışarıya bağımlı kalabiliyoruz. Biz dünyaya neler yapabileceğimizi göstermek ve yapabileceklerimizin altını çizmeyi hedefliyoruz. Bu konuda lokal şirketlerimizde geliştirilecek elyaflar sayesinde yeni üretim ve markalaşma olanakları ile sürdürülebilir alternatifler sunarak ihracatımızın büyümesine ve daha temiz bir geleceğin kurulmasına katkıda bulunmak istiyoruz.

FATTO GİYİM İNOVASYON DANIŞMANI VE ENDÜSTRİYEL TASARIMCI ENGİN KARAHAN:

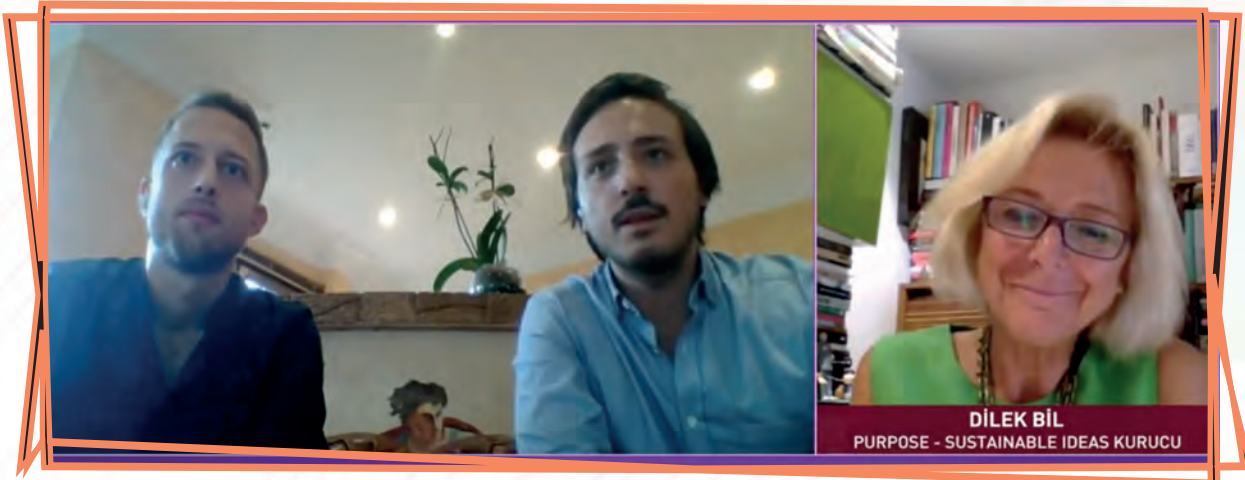
“KENEVİR ORGANİK BİR MALZEME OLMASINA RAĞMEN PAMUKTAN ÜÇ KAT DAHA DAYANIKLI, ÇOK DAHA HIZLI YETİŞEBİLİYOR”

Ben tekstil sektöründe neler yapıldığına değinmek istiyorum. Plastik çöpleri işleyerek kumaş olarak dönüştürmek mümkün. Kenevir organik bir malzeme olmasına rağmen pamuktan üç kat daha dayanıklı, çok daha hızlı yetişebiliyor. Tarımında kimyasal kullanılmadığı için toprağa zarar vermiyor. Çok daha hızlı büyüyor ve çok daha fazla oksijen üretiyor. Selüloz bazlı kumaşlar var. Bunlar geri dönüştürülmüş ağaçların ya da kağıtların yeniden kumaş haline getirilmesiyle olabiliyor. Denizin dibindeki yosunlar alınıp kaliteli bir kumaşa çevrilebiliyor. Aynı zamanda bu cilde vitamin veriyor. Ayrıca kahve çekirdeklerinden kumaş üretilabiliyor.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR-1: <https://youtu.be/UjAi2Jx-nf4> **ENG-1:** <https://youtu.be/OZDTEtajhYo>

TR-2: <https://youtu.be/l4rTxliQrIU> **ENG-2:** <https://youtu.be/kEyqYqZyB0I>





SOLAR ENERJİNİN VERİMLİ KULLANILMASI

“Solar Enerjinin Verimli Kullanılması” oturumunda ise bu sonsuz kaynağın işletmelere ve ülkelere sağladığı katkı ele alındı. Konuşmacılar bu oturumda ise şu görüşleri dile getirdiler:

SCHMID PEKINTAŞ ENERJİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI ÖZHAN OLCAY:

“KENDİ ENERJİSİNİ ÜRETEN FABRİKA DAHA REKABETÇİ OLACAK ”

Enerjisini kendi üreten bir fabrika rakipleriyle kıyaslandıklarında son derece avantajlı bir konumda olacak. Bu işletmeler ihracatta daha avantajlı, fiyatta daha rekabetçi bir hale gelecek. Tekstil ve hazır giyim üreticisinin ciddi şekilde temiz ve kaliteli elektriğe ihtiyacı var. Gelişmiş elektronik makinelerle seri üretim yapıyorlar. Burada aksama yaşanmaması gerekiyor. Her geçen gün kurulum maliyeti düşen solar enerji işletmelerimize bu imkanı sağlıyor.

SOLAR AKADEMİ KURUCU ORTAĞI KERİM BARAN:

“TÜRKİYE’NİN YÜZDE 1’İNİ SOLARA AYIRSAK ENERJİ SORUNU KALMAZ”

Önümüzdeki on yıllar içinde milyonlarca bina güneş enerjisine geçecek. ABD’de 10 yıl önce enerjinin sadece binde biri güneşten gelirken bugün bu oran yüzde 2’ye çıktı. Doğudan batıya 1600 km, kuzeyden güneye 600 kilometrelik bir ülkemiz var. Bunun yüzde birini güneş enerjisine adadığımızda Türkiye’nin bütün elektrik ihtiyacını karşılayabiliyoruz. Bundan 10 sene önce 750 dolar olan bir panel bugün 150 dolara indi. Yatırım maliyetleri düştü. Haliyle solar enerjiden yararlanmak daha da kolaylaştı.

Oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/Q7ooDaCcGxw> **ENG:** https://youtu.be/-GFrm7Mw_xg





TGSD YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI MURAT AYDIN:

‘BİZİM İÇİN İLK DENEYİMDİ, UMARIM BU DENEYİMİ BAŞARI İLE GEÇTİK’

2020 unutmak istediğimiz bir yıl yaşattı bize hâlâ da yaşatmaya devam ediyor. Hayatımızda birçok şey değişti. Konferansımızda sektörümüzde ne tür değişiklikler olduğunu, bu değişikliklerin iş yapış şekillerimizde ne gibi farklılıklar yaratacağını dinlediniz. Bu zorunlu değişikliklerden biri de 12 yıldır fiziki olarak yaptığımız moda konferansımızı pandemi dolayısıyla dijitale taşımak oldu. Bu hepimiz için bir ilk deneyimdi. Bu deneyimi umarım başarılı bir şekilde geçtik. Konferansın gerçekleştirilmesinde büyük emekleri olan sponsorlarımıza, derneğimizin profesyonel ekibine, organizasyon komitesi üyelerimize, konuşmacılarımıza, moderatörlerimize ve BloombergHT ailesine teşekkürlerimi sunuyorum. Seneye nasıl olacak göreceğiz ama şimdiden sizleri 14. İstanbul Moda Konferansı'na davet ediyorum.



PERSEUS TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI BÜLENT ALKANLI:

‘İSTANBUL MODA KONFERANSI SÜRDÜRÜLEBİLİR OLDUĞUNU KANITLADI ’

TGSD'nin önemli imzalarından biri olan İstanbul Moda Konferansı, bugün düzenlediğimiz 13'üncüsü ile sürdürülebilir olduğunu kanıtladı. 12 yıldır çevrimdışı özgün temalarla birbirinden farklı, çeşitli ülkelerden davet edilen konuşmacılarla gerçekleşen konferans bu sene Youtube, www.istanbulmodakonferansi.com, BloombergHT ve Periscope gibi birçok altyapıyı başarılı bir şekilde kullandı. Bu sayede Türk medyasının güçlü kanallarından BloombergHT'nin altyapısı ve stüdyolarının kullanıldığı bir günde iki milyonu geçkin bir izleyiciye ulaştı. 9 farklı ülkeden 38 değerli konuşmacının yanında sevgili Cem Ceminay da evinin balkonundan bizlerle oldu. Pandemi süreci bize farklı platformları aynı anda kullanmayı öğretti ve daha önce kendimizde olduğunu bilmediğimiz yetkinlikleri keşfetmemizi sağladı. Gelinek noktada görüyoruz ki Avrupa Futbol Şampiyonası, Wimbledon Tenis Turnuvası'nın iptal edildiği, ertelendiği bir senede İstanbul Moda Haftası perde arkasında çalışan komite üyeleri ve onlara aylardır destek veren büyük bir ekiple sürdürülebilir olduğunu kanıtladı.

Kapanış oturumun tamamını dinlemek için tıklayın:

TR: <https://youtu.be/y04BFPQtdEw> **ENG:** <https://youtu.be/3iD9NS-5NmQ>



B2B PLATFORMU

Salgın nedeniyle tamamen online olarak gerçekleştirilen organizasyonun bu yılki teması 'Fashion's Wake Up Call' olarak belirlendi. Konferansta dönüşüm, dijitalleşme, sürdürülebilir çevre dostu üretim ve markalaşmanın yanı sıra pamukta sürdürülebilirlik konusu ele alındı. Konferansın ikinci gününde H&M, Lee Fung, Spring ve Bestseller gibi uluslararası markaların yanı sıra LCW, Mavi ve Defacto gibi yerli markaların da aralarında bulunduğu 40'a yakın alım grubunun temsilcileri bu kez sanal ortamda firmalarla buluşacak. Bu bölümde 1000'in üzerinde görüşme yapılması ve alınacak siparişlerle hazır giyim ihracatına 250 milyon dolarlık katkı yapılması öngörülüyor. Konferansa İHKİB'in yanı sıra İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Cotton Council International, Centric Software, Turkcell, Galata Taşımacılık, PEFC, Polytropon, Lenzing, YKK, Glengo - Gerber, Aykaya Plastik, İpeker, Dupont, Genç Tekstil, Permess, Uğur Makine, Bregla, Flomak, Polsan, İsveç Konsoloslugu, Swedish Institute destek veriyor. Medya sponsorluğunu Bloomberg HT'nin üstlendiği konferansın çözüm ortaklığını ise Browzwear ve Prosoft yapıyor.

ALIM OFİSLERİ

ABİTEKS
ANT
ASMARA
BEAUMANOIR
BESTSELLER
BIS TEXTILES
COMAB
CONNOR
DECATHLON
DEFACTO
EL CORTE INGLES
FRENCH
CONNECTION

GAIA
H&M
KLINGEL
LCW
LI FUNG - HTL
FASHION
LI FUNG - MODIUM
MAVİ
MİNO
MODA TİMKAR
MOODTEX
NEW LOOK
NOVATEKS

OMNIBRAND
PERSEUS
RSR
SPRING
SUPERDRY
TEKSPERT
THE VERY GROUP
TUREKS
ULTIMO
US MÜMESSİLLİK
VARNER
VF EGE
ZXY



SAYILARLA 13. İSTANBUL MODA KONFERANSI

6 MİLYON
GÖRÜNTÜLENME

%94'ü yurtiçinden %6'sı yurtdışından

150B
İZLEYİCİ

627
B2B
GÖRÜŞMESİ

37
ALIM
OFİSİ

7
PANEL

23
DAVETLİ
KONUŞMACI

41
KONUŞMACI

25
SPONSOR



**Bloomberght.com masterhead alanından
tüm konferans canlı yayınlandı.**

**Bloomberg YouTube ve periscope hesaplarından
canlı yayınlandı.**

**3 saatlik kolajı haftasonu Bloombergh TV'den
yayınlandı.**

**www.istanbulmodakonferansı.com'dan simültane
ingilizce yayın yapıldı.**

4 kıtadan konuşmacılarla canlı bağlantı

- Hong Kong
- Singapur
- Amerika Birleşik Devletleri
- Güney Afrika
- İngiltere
- Avusturya
- Fransa
- Almanya

Toplam 70 yayın, 7 dergi, 1 e-gazete, 62 gazete.



NE DEDİLER?

Sizlerle çalışmak benim için de büyük keyif oldu. Konferansın başarılı geçmiş olmasına sevindim..

Zor şartlar altında mükemmel bir yayın gerçekleştirdik. Başta siz olmak üzere emeği geçen tüm ekibi kutlarım. Her zaman hizmetinizdeyim.

Saygılarımla.

Cem Ceminay

Babam Bay Vitali'nin de kurucularının arasında bulunduğu TGSD'nin düzenlediği 13. İstanbul Moda Konferansı'nda açılış konuşmasını yapmak benim için büyük bir gururdu. Başta size ve Yönetim Kurulu'na olmak üzere, emeği geçen herkese teşekkür etmeyi bir borç bilirim. 14. Moda Konferansı'nda görüşebilmek dileğiyle...

Sevgi ve selamlarımla,

Cem Hakko

Türkiyemiz için fedakarca çalışan TGSD'mizin hep yanında olacağız. Başarılarınızın devamını dilerim.

M. Aykut VURAL

Ülkemiz ve sektörümüz için çok önemli ve faydalı olduğunu düşündüğüm bu aktivitede, bize katkıda bulunma imkanı tanıdığınız için size ve TGSD yönetimine, başarılı organizasyonda emeği geçen herkese çok teşekkür ederiz. Önümüzdeki yıllarda devamını dileriz.

Saygılarımızla,

Güçlü Karavelioğlu



Hadi Bey ben de organizasyon için size ve çalışma arkadaşlarınıza çok teşekkür ederim. Sizler ile çalışmak bizim için de mutluluk vesilesi. İnşallah önümüzdeki organizasyonlarda çıtayı hep birlikte daha da yukarı taşıyabiliriz.

Selam ve sevgiler,

Barış Esen

Sunucu, Bloomberg

Hadi bey,

Ben size ve Murat Aydin'a tesekkür ederim beni davet ettiginiz için. Organizasyon çok basariliydi.

Sevgiler,

Kerim Baran

Kurucu, SolarAcademy

The results are amazing; thanks for sharing. I followed up the event from the link on your web site; it had a very fruitful, strong content and a very smooth flow.

Raising awareness about sustainable fashion production and consumption is always an important priority for us; we truly appreciate that you have provided us with the opportunity to place the Fashion Revolution Exhibition on the event page.

We are also looking forward to continuing our collaboration in the future.

Have a lovely week,

Kind Regards

Şevin Yalçın

Commercial Officer



Dear Hadi Karasu,

It was a great pleasure and honor to speak at the Istanbul Fashion Conference. As usual, the event was extremely well organized.

Looking forward to next year.

Florian Heubrandner

Vice President, Global Business Management Textiles at Lenzing Group

Sayın Başkanım ve Yönetim Kurulum,

Sizlerle olmak bir zerrede olsa sektör adına katkıda bulunmuş olmak bizler için son derece kıymetli, şahsım ve şirketim adına ben teşekkür ederim. Emeği geçen tüm meslektaşlarımıza gönülden tebrik ederim çok kıymetli bir organizasyona imza attınız. Her zaman Aykaya Plastik olarak yanınızdayız. Başarılarınızın devamını dileriz.

Saygılarımla

Ayfer Karakoyunlu

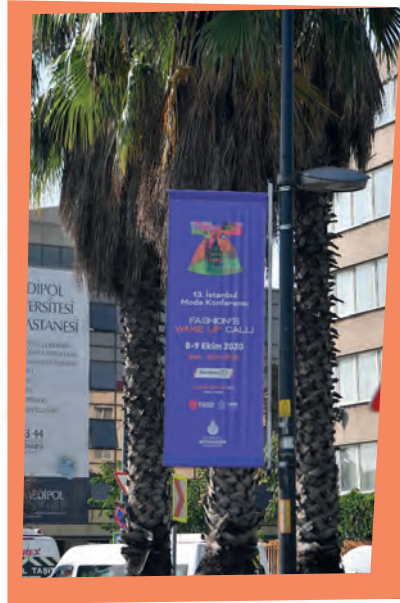
Aykaya Plastik



BILLBOARD



ELEKTRİK DİREĞİ



ÜST GEÇİT



FASHION'S
WAKE UP
CALL!



SPONSORLAR

OTURUM SPONSORU



KONUŞMACI SPONSORLARI



İLETİŞİM VE TEKNOLOJİ SPONSORU



HOSPITALITY SPONSORU



KONFERANS SPONSORLARI



B2B KATILIM SPONSORLARI



ÇÖZÜM ORTAKLARIMIZ



MEDYA SPONSORU



DESTEK VEREN KURULUŞLAR



13. İstanbul Moda
Konferansı



FASHION'S
WAKE UP
CALL!

Bloomberg HT Live

— 8-9 Ekim/October 2020

**13. İstanbul
Moda Konferansı**

13th İstanbul
Fashion Conference



TGSD

istanbulmodakonferansi.com

tgsd.org.tr