



14. İSTANBUL
HAZIR GİYİM KONFERANSI
14th ISTANBUL
APPAREL CONFERENCE

**RECODING
FASHION**

14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı

SONUÇ RAPORU

06 Ekim 2021

AÇILIŞ

Pandemi sonrası için modayı yeniden kodlayan hazır giyimciler ihracatta 20 milyar dolara koşuyor

TGSD tarafından düzenlenen İstanbul Hazır Giyim Konferansı, küresel modaya yön veren isimlerle dünyanın önde gelen markalarının temsilcilerini sanal platformda buluşturdu. Konferansta dijitalleşme, sürdürülebilir üretim, AB Yeşil Mutabakatı ve yenilikçi uygulamaların yanı sıra pandemi sonrası için Türk hazır giyim sektörünü bekleyen fırsatlar ve riskler mercek altına alındı.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği tarafından (TGSD) bu yıl 14'üncüsü 'Recoding Fashion' teması ile düzenlenen İstanbul Hazır Giyim Konferansı, küresel modaya yön veren isimlerle dünyanın önde gelen markalarının temsilcilerini bir araya getirdi. Hazır giyim sektörünün prestij organizasyonlarından biri olan ve pandemi nedeniyle bu yıl yine sanal platformda düzenlenen konferansa dijitalleşme, sürdürülebilir üretim, AB Yeşil Mutabakatı ve yenilikçi uygulamalar damga vurdu.

Türk hazır giyim sektörünü bekleyen fırsatlar ve risklerin de mercek altına alındığı konferansın açılış oturumunda konuşan TGSD Başkanı Ramazan Kaya, pandemi ile birlikte hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe iş yapma süreçlerinin yüzde 30 – 40 değiştiğini söyledi. Aynı dönemde tüketici talep ve beklentilerinde de çok önemli değişimler olduğuna dikkat çeken Kaya, şunları söyledi:

KAYA: SÜRDÜRÜLEBİLİR VE ÇEVRE DOSTU ÜRETİM KAPASİTEMİZİ HIZLA ARTIRMALIYIZ

"Pandemi ile birlikte tüketicinin hazır giyim ürünlerine karşı bilinç düzeyi ve farkındalığı arttı. Tüketici aldığı ürünün etiketini daha çok inceliyor. Hangi malzemelerin kullanıldığına, üretim süreçlerinde çevreye zarar verilip verilmediğine dikkat ediyor. Tüketici ve markalar için yıllarca hızlı moda tercih nedeniydi. Pandemi ile birlikte rahat giysilere artan bir ilgi var. Birlikte çalıştığımız markalar da yeni koleksiyonlarını hazırlarken bu talebi göz önünde bulunduruyorlar. Tüketicilerden ve işbirliği yaptığımız markalardan gelen talebi karşılayabilmemiz için sürdürülebilir ve çevre dostu üretim kapasitemizi hızla arttırmalıyız. Diğer taraftan tedarik zincirindeki değişime paralel olarak Avrupa ve ABD'li markalardan yoğun sipariş alıyoruz. Yoğun talebin ihracatımıza yansımalarını da görmeye başladık. Yıllardır 17 milyar dolar bandında seyreden ihracatımızın bu yıl 20 milyar dolara ulaşacağını öngörüyoruz. Ancak siparişlerin kalıcı olabilmesi ve küresel alıcılarla yeni işbirlikleri geliştirebilmemiz için hızla büyük ölçekli kapasite yaratmalıyız."

DİKMEN: YILLIK ÜRETİM KAPASİTEMİZİ 3,4 MİLYON TONDAN 4 MİLYON TONA ÇIKARMALIYIZ

TGSD Başkanı Sanem Dikmen de konuşmasında sektörün pandemi ile birlikte olağanüstü bir dönüşüm sürecine girdiğinin altını çizdi. Dönüşümün dinamiklerini iyi anlamak, uyum göstermek, yeni fırsatlara hazırlanmak, riskleri iyi yönetmek gerektiğini ifade eden Dikmen, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Başka bir ifade ile konferansımızın temasında olduğu gibi modayı yeniden kodlamamız gerekiyor. Yıllık 3,4 milyon ton civarındaki mevcut üretim kapasitemizi 4 milyon tona çıkarmalıyız. Hem mevcutları hem de yeni kapasitelerimizde otomasyon, dijital alt yapı, akıllı sistemler ve 4.0 sanayi uyumunu sağlamalıyız. Kapasitenin yanı sıra katma değerli üretimimizi de artırmalıyız. Sürdürülebilirlik uyumu ve AB Yeşil Mutabakatı kapsamında Sınırdan Karbon Düzenleme Mekanizması bir diğer önemli dönüşüm dinamiğini oluşturuyor. Bu kapsamda karbon emisyonlarını azaltmak, enerji verimliliğini artırmak, yeşil enerji, daha az su tüketimi ve dönüştürülebilir malzeme kullanımı temel önceliklerimiz olmalı. Dönüşümü hızla tamamlayabilmemiz için yeni yatırımlar

gerektiyor. Dolayısıyla devletimizin teşviklerle ve düşük maliyetli finansmana erişim konusunda desteği ile firmalarımızın motivasyonunu arttırmasının büyük önem taşıdığını düşünüyoruz."

AÇILIŞ

GÜLTEPE: EYLÜL'DE 1,9 MİLYAR DOLARLA TÜM ZAMANLARIN AYLIK İHRACAT REKORUNU KIRDIK

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe de hazır giyim sektörünün katma değerli üretimi, istihdama ve ihracata katkısı, yıllık 16 milyar doları aşkın net döviz getirisi ile Türkiye için stratejik sektörler arasında yer aldığını vurguladı. Pandeminin başında sıkıntılı bir dönem geçiren sektörün Haziran 2020'den itibaren giderek yükselen bir ivme yakaladığını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti:

"İhracata çalışan firmalarımızda kapasite kullanımı yüzde 85'in de üzerine çıktı. Talep artışı Eylül'de çifte rekoru beraberinde getirdi. Eylül'de 1 milyar 948 milyon dolarla tüm zamanların en yüksek aylık ihracatını gerçekleştirdik. Yılın dokuzuncu ayını 2020'ye göre yüzde 9, 2019'a göre yüzde 29,8 artıda kapattık. 2021'in Ocak – Eylül döneminde de 14 milyar 811 milyon dolarla en yüksek dokuz aylık performansımıza imza atmış olduk. Önümüzde üç ay kaldı. Aynı hızla gidebilirsek yılı 20 milyar dolar civarında bir ihracatla kapatacağımızı öngörüyoruz."

ÖKSÜZ: 2021'DE 12 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNDE İHRACAT HEDEFLİYORUZ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz ise dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik konusuna büyük önem verdiklerini söyledi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) öncülüğünde Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı hazırlayan ilk sektör olduklarını ifade eden Öksüz, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Dünyayı Tüketmeden Dünya İçin Üretiyoruz mottosuyla yola çıktık. Sürdürülebilirlik Eylem Planımız ile sektörün döngüsel ekonomiye en yüksek seviyede uyumunu sağlarken aynı zamanda sürdürülebilir ürünlere talebi en üst seviyede karşılamayı hedefliyoruz. Dünyaya adapte olmak yerine küresel gelişmelerde belirleyici bir rol üstlenmeliyiz. Sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi, eko tasarım ve sıfır atık yaklaşımlarına tam entegre olmalıyız."

Sektörün ihracatı hakkında da bilgi veren Öksüz, Eylül'de 1,2 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek aylık performansını gerçekleştirdiklerini bildirdi. Ocak – Eylül dönemindeki ihracatın geçen yılın aynı dönemine yüzde 40 artışla 9,4 milyar dolara yükseldiğini anlatan Öksüz, bu yılı 12 milyar doların üzerinde ihracatla kapatmayı hedeflediklerini sözlerine ekledi.

İHKİB, İTHİB ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin işbirliği ile düzenlenen konferansın ana sponsorluğunu bu yıl Karafiber Tekstil üstlendi. Konferansın medya sponsorluğunu Bloomberg HT, açılış kokteyli gümüş sponsorluğunu ise Astaş Juki yaptı. Etkinliğe ayrıca Cotton Council International, Lenzing AG – TENCEL™, Tolkar Smartex, Birla Cellulose, canias4.0, Gama Recycle, Kale İplik, MatTex, Polytropon, Serkon Teknoloji, Astaş Juki, Avery Dennison, Galata Taşımacılık, Lectra, Permess, Uğur Makina ve YKK de destek verdi.



İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, TGSD Başkanları Sanem Dikmen ve Ramazan Kaya ile İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe

FASHION X

Hazır giyimde Türkiye için Portekiz Modeli önerisi

GeniousWorks Kurucusu, Thinkers 50 Global Direktörü Peter Fisk, hazır giyim ve tekstil sektörlerinin Türkiye için en önemli istihdam kaynaklarından biri olduğunu söyledi. Fisk, “Sektör tüm dünyada büyük bir değişim ve dönüşüm sürecinden geçiyor. ‘Daha az daha fazladır’ ilkesinden hareket ederek yeni bir model oluşturan Portekiz bu değişim sürecinde Türkiye için bir rol model olabilir” dedi.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği tarafından (TGSD) bu yıl 14’üncüsü ‘Recoding Fashion’ teması ile düzenlenen İstanbul Hazır Giyim Konferansı’nda pandemi sonrası sektörün geleceği, Türkiye’yi bekleyen fırsatlar ve riskler mercek altına alındı. Konferansın açılışında Fashion X başlıklı bir sunum yapan GeniousWorks Kurucusu, Thinkers 50 Global Direktörü Peter Fisk, Türkiye için Portekiz modelini önerdi.

Pandemi ile birlikte dünyada baş döndürücü bir değişim yaşandığının altını çizen Fisk, bu değişim sürecinin çok önemli zorluklarla birlikte büyük fırsatları da beraberinde getirdiğini söyledi. Fisk, sözlerini şöyle sürdürdü:

PETER FISK: REKABET AÇISINDAN TAMAMEN YENİ BİR ÇAĞ YAŞIYORUZ

“Hazır giyim ve tekstil sektörleri için yeni teknolojiler, yeni pazar yerleri, dijital satış gibi imkanlar var. Tam bir geçiş noktasındayız. Rekabet açısından da tamamen yeni bir çağ yaşıyoruz. Önümüzdeki 10 yılda değişimi daha çarpıcı şekilde göreceğiz. Peki Türkiye bu değişim sürecinde ne yapabilir? Ülke ekonomisi için en önemli istihdam kaynaklarından biri olan hazır giyim ve tekstil sektörleri yeni bu süreci nasıl fırsata çevirebilir? Portekiz Türkiye için rol model olabilir. Portekizli üreticiler ‘Daha az daha fazladır’ ilkesinden hareketle kendilerini yeniden yarattılar. Eski pozisyonlarda değişiklik yaptılar, daha iyi yönettiler, kümelenildiler bir araya geldiler. Böylelikle mükemmeliyet merkezi olmaya başladılar. Fiyat rekabetine girmektense kaliteyi ön plana aldılar. Modern teknolojiyi kullandılar. Robotları ve diğer teknolojileri geleneksel fabrikalara bile entegre ettiler. Portekiz’deki en eski fabrikalara baktığınızda Tesla benzeri ekipmanlar olduğunu görebilirsiniz. Portekiz bütün bunları yaparak dünyaya bir değişim paketi sundu. Türkiye’deki hazır giyim sektörüne de tavsiyem budur.”



CESUR YENİ DÜNYA PANELİ

CÜNEYT YAVUZ: GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERİN FARKLI SORUMLULUKLARI VAR

Konferansta 'Cesur Dünya' başlıklı oturumu yöneten Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz ise insanlık için çevrenin korunmasının hayati önemde olduğunu söyledi. Bu konuda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere farklı sorumluluklar düştüğünü belirten Yavuz, "Fakat bu işin bir de ekonomik boyutu var. Dolayısı ile konunun çok yönlü ele alınıp tartışılması ve en adil paylaşımın olması için çaba göstermek gerekiyor" diye konuştu.

Cüneyt Yavuz'un yönettiği 'Cesur Dünya' oturumunda konuşan diğer katılımcıların değerlendirmeleri ise özetle şöyle:



B LAB AMBASSADOR / NOW PARTNERS KURUCUSU MARCELLO PALAZZI: MADE IN TURKEY ETİKETİ DÜNYANIN HER YERİNDE TANINMALI

Günümüzde başarı için iki konunun altını çizmek istiyorum. Birincisi yenilikçilik diğeri de iş birliği. Sektörünüzün büyük bir tarihe sahip geçmişi ile sürdürülebilirlik arasında bir denge oluşturmalsınız. Çok iyi bir başlangıç noktanız var. Türkiye'de hazır giyim üretimi yapan bütün firmalar birbirleriyle daha yakın dirsek temasında bulunmalılar. Aralarında eşgüdümü ve iş birliğini geliştirmeliler. Nihai amacınız ise ortak bir marka yaratmak olmalı. Dünyanın her yerinde birine sorduğunuz zaman Made in Turkey etiketini tanıyabilmeli.

CESUR YENİ DÜNYA PANELİ

**İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ DEKAN
YARDIMCISI**

DOÇ. FEHİMİ GÖRKEM ÜÇTÜĞ:

HER ÜRÜNE KARBON AYAK İZİ İÇİN BİR LİMİT VERİLECEK

Her hazır giyim ürününün bir karbon ayak izi var. AB'nin yeni politikaları çerçevesinde her ürüne karbon ayak izi için bir limit verilecek. Ürün eğer AB sınırları içinde satılacaksa ve karbon ayak izi limitini aşarsa 2026'dan itibaren ilave bir vergi ile karşı karşıya kalacak. Bu da kaçınılmaz olarak fiyatı arttıracak ve talebi azaltacak. Mevcut zorluk bu. Zaten daha şimdiden bazı AB ülkeleri konuya çok hassas yaklaşmaya başladı. AB Türkiye hazır giyim sektörünün en büyük pazarı ve Avrupa'ya ihracat yapan firmalarımız zaten şimdiden bir planlamaları yapmak zorundalar. Bu konu önümüzdeki dönem çok daha yaygın olarak firmalarımızın önüne gelecek.

**MAVİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DANIŞMANI VE YAŞAM DÖNGÜSÜ
DEĞERLENDİRME UZMANI**

BEYSİN TEKİNEL:

**SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDA FARKINDALIĞIN ARTTIRILMASI
GEREKİYOR**

Son dönemde sürdürülebilir ürünlere tüketicilerin ilgisi arttı. Bilinçli tüketici geri dönüştürülmüş malzemelerden üretilen giysi istiyor. Ancak bu tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının tamamen değiştiği anlamına gelmiyor. Bir ürünü satın almak için birinci gerekçe sürdürülebilir malzemelerden üretilmiş olması değil. Moda, yaşam tarzı, fiyat gibi kriterler hâlâ daha önde geliyor. Bazı müşteriler geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilen ürünün ikinci kalite veya hijyenik olmadığını düşünüyor. Bence markalar STK'lar ve devlet kurumları sürdürülebilir moda hakkında farkındalığı arttırmalılar.



SÜRDÜRÜLEBİLİR HAMMADDELERDE YENİLİKÇİ UYGULAMALAR / KARAFİBER TEKSTİL

Karafiber Tekstil Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Kara:

2021 sonu itibarı ile 20 bin ton lyocell üretmeye başlıyoruz

Biz uzun zamandır sürdürülebilir elyaflar üzerine çalışmalar yapıyoruz. Yaklaşık beş yıldır fizibilitesini yaptığımız ve araştırdığımız lyocell elyaf projemiz var. Lyocell elyaf ağaç bazlı, yüzde 100 selülozik bir madde olduğu için tamamen doğal. Doğaya kesinlikle zarar vermiyor. Sürdürülebilir olmasının yanında biyobozunur bir elyaf. Şimdi bildiğimiz gibi sektördeki birçok uluslararası firma sürdürülebilir ürünler, karbon ayak izini düşürmeye yönelik çalışmalar yapıyor. Bu da bize gösteriyor ki doğal elyaflara olan talep gittikçe artacak. Lyocell elyaf çok yeni bir teknoloji ve dünyada sadece Çin, Hindistan, İngiltere, Avusturya ve ABD tarafından üretiliyor. Türkiye bu elyafı üretecek altıncı ülke. Bundan gerçekten çok gurur duyuyoruz. Çünkü Türkiye'yi böyle bir alanda ve ülkemizi uluslararası platformda böyle temsil etmek bize gurur veriyor. Bu aynı zamanda dört etaplı yaklaşık 400 milyon Euro'luk bir yatırım. İlk etabını tamamladık. Bu sene sonu itibarıyla 20 bin ton elyaf üretmeye başlıyoruz. Hali hazırda Türkiye yılda 20 bin ton Lyocell ürün ithal ediyor. Biz önümüzdeki yıl bu ihtiyacı karşılayarak 50 milyon Euro'luk ithalatı önleyeceğiz. 2025'te te yatırımlarımızı tamamlayarak 80 bin ton kapasiteye ulaşacağız. .



#Canlı | 14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı - Recoding Fashion

«SÜRDÜRÜLEBİLİR HAMMADDELERDE YENİLİKÇİ UYGULAMALAR» PANELİ

KARAFİBER TEKSTİL

Linea Recycle Tekstil CEO Erkin Eren:

Global markaların çok büyük bir kısmına ürün yapıyoruz

Biz doğal kaynak olan pamuğun tüketiminin azaltılması için bu yola çıktık. İplik üretimlerinde elde edilen fireler var ve onların konfeksiyon atıkları var. Bu atıkların geri kazanılması noktasında moda markalarının meyil gösterdiği sürdürülebilir ürünleri üretmeye çalışıyoruz. Bu çalışmalara beş yıl önce başladık. Yaptığımız iş, geri dönüşüm olduğu için kalite anlamında modaya uygun üretimin yapılması oldukça zor. Sektörün tüm paydaşlarının birbirine destek olması gerekiyor. Kalitenin tutturulması ile ilgili biz, AR-GE'mizi ve ÜR-GE'mizi geliştirdik. Ürünü yapmak yetmiyor moda firmalarının da onaylaması gerekiyor çünkü onların alışlagelmiş bir kabul standartları, kalite standartları var. Geri dönüşümlü bir üründe aynı kaliteyi veya benzer kaliteleri yakalamak epey zor. Biz bu konuda belli bir seviyeye getirdik. Halen global markaların çok büyük bir kısmına ürün yapıyoruz. Onların artık proje partneriyiz. global bazda hizmet vermeye devam ediyoruz. Sürekli yeni markalarla, yeni ürünlerle AR-GE çalışmalarımız devam ediyor. Bugün itibari ile yıllık yaklaşık 1500 ton civarında pamuğun tüketimini engellemiş bulunmaktayız. Bu bizim için çok önemli bir konu. Çünkü biz pamuğa dokunmadan mevcut tekstil atıklarını geri kazandırarak modaya uygun ürünler üretmeye çalışıyoruz. Bunu da başardığımızı umuyorum.



Kale İplik Yönetim Kurulu Başkanı Fahrettin Elmas:

Ürün geri dönüşümü için 25 yıldır çalışıyoruz

Biz geri dönüşümlü ürünler üzerine 25 yıldan bu yana AR-GE çalışması yapıyoruz. Bu konuda kendimizi hakikaten şanslı kabul ediyoruz. Kale iplik Bonafibra markasıyla tekstil ve konfeksiyon atıklarından yüksek kaliteli geri dönüştürülmüş elyaflar ve bu elyaflardan iplik üretiyoruz. Bu alanda 25 yıllık tecrübe ve birikimi olan küresel bilinirliği yüksek çevre dostu bir kuruluşuz. 25 yıl önce yüzde 100 pamuklu kumaş atıklarını, kırıntılarını ayıklayıp balyalayarak İtalya'ya, İspanya'ya ihraç ederdik. Bugün bu atıkları kendi tesislerimizde geri dönüştürerek iplik üretiyoruz. Bunu yaparken de sadece yüzde 100 pamuklu atıkları değil, yün, kaşmir, ipek gibi atıkları da ayrı ayrı kendi renklerinde geri dönüştürebiliyoruz. Geçmişte geri dönüştürme işlemi sırasında yeterli mukavemet oluşması için ipliğe polyester veya akrilik karıştırırdık. Bugün bu elyafları polyester dışındaki teknik ipliklerden üretilmiş giysilerden de üretebiliyoruz. Teknik ipliklerden üretilmiş belli sektörlerin kullanması gereken koruyucu giysilerin post consumer ve preconsumer atıklarından da iplik üreterek tekrar değerlendiriyoruz. Orijinal pamuk veya organik pamukla elde edilen ürünlerle karşılaştırdığımızda bu ürünlerin daha iyi performans gösterdiğini, daha olumlu sonuçlar doğurduğunu görüyoruz. Karbon ayak izinden uzak, su, kimyasal, kömür, doğal gaz vesaire kullanımı olmaksızın ürettiğimiz renkli iplikleri de bunun bir delili olarak gösterebilirim.

SÜRDÜRÜLEBİLİR HAMMEDELERDE İZLENEBİLİRLİK

Gama Recycle CEO Zafer Kaplan

2024'e kadar 200 milyon dolarlık ilave yatırım hedefliyoruz

Dünyanın geri dönüşüm konusunda çok iyi fikirleri ihtiyacı var. Biz o fikirleri hayata geçiriyoruz. Gaziantep'te üç, Düzce'de iki tesisimiz bulunuyor. Yaklaşık 250 milyon dolar civarında yatırım yaptık. 2024'e kadar 200 milyon dolar civarında ilave yatırım yapmayı hedefliyoruz. Orada yapacağımız işler genellikle kullanılmış kıyafetlerin geri dönüşümüyle ilgili. Dünyada 130 milyon ton civarında tekstil ve konfeksiyon üretiliyor ama sadece binde 1'lik bölümü geri dönüştürülüyor. Bazı literatürlerde bu rakamın yüzde 3 seviyesinde olduğu ifade ediliyor ama gerçekte binde 1 seviyesinde. Bununla ilgili üreticiler bazında çalışılabilirse gerçek rakamlara ulaşmak mümkün. Dolayısıyla çok iyi fikirleri ihtiyaç var. Geri dönüştürülmüş ürünlerin kullanımıyla ilgili çok ciddi çalışmalar yapılıyor. Ama aslında geri dönüştürülmüş ürünlerle beraber ürünleri geri dönüştürülebilir olarak üretmemiz gerekiyor. Dünyada recycle elyaf üretimi aşağı yukarı toplam üretimin yüzde 7.5'luk kısmını karşılıyor. Bu yüzde 7,5'un da yüzde 7'lik kısmı pet şişelerden üretilen polyester elyaflar. Bu tabii önemli bir şey. Perakendecilerin buna özellikle itibar ediyor olmalarını olumlu buluyoruz. Ama buradaki daha önemli nokta tekstilciler olarak kendi atıklarımızı geri dönüştürmeyle ilgili herhangi bir faaliyetimiz yok. Bizim esas odaklanmamız gereken nokta kendi atıklarımızı geri dönüştürmek olmalı.



#Canlı | 14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı - Recoding Fashion

ABD PAMUĞU GÜVEN PROTOKOLÜ



Flourish CSR Kurucu Ortağı ve Direktörü & Cotton Council International Danışmanı:

Tara Luckman

Güven Protokolü ile pamuğun her aşamasını takip edebiliyoruz

ABD dünyanın üçüncü büyük pamuk üreticisi; pamuk ihracatında ise ikinci sırada yer alıyor. Ülkenin sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda organik pamuk üretiminde önemli adımlar atılıyor. Sürdürülebilir bir pamuk ile dünyayı da daha iyi bir hale getirmeye çalışıyoruz. ABD’de özellikle nesilden nesile geçen küçük aile çiftliklerinde sürdürülebilir pamuk üretimi yapılıyor. Bu çiftliklerde çok yüksek düzeyde hassas tarım uygulamaları da gerçekleştiriliyor. Pamukta sürdürülebilir üretimi artırmak için hazırlanan ‘Güven Protokolü’ çiftçiler açısından gönüllülük esasına dayanıyor ve sürekli iyileştiriliyor. Önümüzdeki beş yılda üretimde kullanılan su oranı yüzde 18, enerji tüketimi yüzde 15, sera gazı emisyonu yüzde 39 azaltılacak. Dolayısı ile Amerikan pamuğuna güven daha da artacak. Hem markalar hem de perakende ortaklarımız ile birlikte mümkün olduğunca bu hedefleri daha ileriye taşımaya çalışıyoruz. Güven Protokolü’nün üyeleri pamuk üretimiyle ilgili verileri alabiliyorlar. Bunlar aynı zamanda sürdürülebilirliklerini ölçmek için ve doğrulamak için kullanabiliyorlar. ‘Güven Protokolü’ ile pamuğun nereden geldiğini, hangi aşamadan geçtiğini de görebiliyoruz.



PERAKENDEDE DEĞİŞEN TRENDLER VE DEĞİŞEN DÜNYANIN GEREKLERİ

Beymen Grup CEO Elif Çapçı:

Perakende hızlı bir değişim sürecinden geçiyor

Dünyada ve ülkemizde perakende hızlı bir değişim sürecinden geçiyor. En önemli değişim dijitalleşme alanında yaşanıyor. Online satışların büyümesi üç haneli sayılara ulaştı. Dijital dönüşümü tetikleyen unsurlar arasında hiç kuşkusuz tüketici davranışları önemli rol oynuyor. Tüketiciler artık ürün ararken de satın alırken de dijital kanalları, sosyal medyayı daha fazla kullanıyor. Beymen olarak Türkiye'de dijitalleşme çalışmalarına ilk başlayan markalardan biriyiz. 2010'da 'Türkiye'nin Online Moda Destinasyonu' mottosuyla platformu hayata geçirdiğimizden bu yana beymen.com muazzam bir hızla büyümeye devam ediyor. Beymen'in cirosunun yaklaşık yüzde 25'i buradan geliyor. Mağazacılık alanında olduğu gibi online lüks perakende de Türkiye'de pazar lideriyiz. 2022 yılı ile birlikte beymen.com'u modanın yanı sıra farklı yaşam tarzı ihtiyaçlarına hitap eden yeni kategori ve markalarla buluşturmaya hazırlanıyoruz. Yaklaşık 100 kişilik e-ticaret kadromuz kendi geliştirdiğimiz yazılım altyapımızı daha ileri taşımak için gece gündüz emek sarf ediyor. Online kanallarımızın içerik üretimine çeviklik ve hız kazandırmak hedefiyle en ileri teknolojilere sahip ekipmanla donatılmış yaklaşık 2000 metrekairelik alanda kurulu Planet B stüdyolarını hizmete aldık. Önümüzdeki dönemde bu platformu sektörün kullanımına açacağız. E - ticarete öne çıkan kavramlardan biri de hızlı teslimat. İstanbul'da haziran ayıyla birlikte Beymen Ekspres ile kendi teslimat hizmetimizi başlattık. 2022'de bu hizmeti, Ankara ve İzmir için de genişleteceğiz.



«MODAYI DÖNÜŞTÜREN TEKNOLOJİ REFIBRA™ LENZING» PANELİ

**Lenzing AG – TENCEL Türkiye, Afrika Bağımsız Devletler Topluluğu, İş Geliştirme Bölüm
Müdürü İlkşen Demiray Dedeoğlu:**

Refibra Teknolojisi ile tonlarca tekstil hurdasının çöpe gitmesini önliyoruz

Tekstil, doğaya ve insan yaşamına en çok zarar veren ikinci sektör. Fast fashion, kültürüne paralel olarak büyük bir atık sorunu gündeme geldi. Dünya genelinde 48 milyon tonun üzerinde bir tekstil atığından bahsediyoruz. Kullanım sonrası ise tekstilin ancak yüzde 2'si geri dönüştürülebiliyor. Tek sorunumuz tekstil atığı değil. Su tüketiminde de çok ciddi bir sorun var. Moda dünyada en çok su tüketen ikinci endüstri. Bir insanın 3,5 yılda içebileceği su, sadece bir adet pamuklu tişört üretiminde kullanılıyor. Biz Lenzing olarak döngüsellikle ilgili hedefleri, tekstil atığı için çözüm önerileri olan bir firmayız. Tekstil atık problemine karşı Refibra Teknolojisini geliştirerek 2017 yılında sektöre ve kamuoyuna duyurduk ve o günden bu yana büyük bir mesafe kat ettik. Bu projede kimyasal recycle işlemi kullandık. Refibra teknolojimizle atığa ikinci bir hayat verirken döngüsel tekstil ekonomisine yönelik bir çözüm sunuyoruz. Bir anlamda doğadan aldığımızı en doğal şekliyle geri veriyoruz. Refibra Teknolojisi ile tonlarca tekstil hurdasının çöplüğe gitmesini engellerken su tüketimini de en aza indiriyoruz. Çünkü pamuğa oranla yüzde 95 daha az su kullanıyoruz. Yani bu bağlamda baktığımızda yüksek kaynak verimliliğimiz ve düşük çevre etkisiyle bir elyafı tekrardan üretime kazandırıyoruz.

Aster Tekstil Account Manager Aybüke Çelebi:

'Second Life Human' projemizle elyafa ikinci bir hayat veriyoruz

Aster Tekstil olarak biz esnekliğimiz, girişimci ruhumuz ve yenilikçi yapımızla yüksek katma değerli ürünler üretmeyi hedefliyoruz. Pandemiyle birlikte tüm iş yapış şekillerinde ciddi değişimler oldu. Buna paralel olarak da markalı ürünlerin 'Local To Local' stratejileri ön plana çıktı. Bu doğrultuda Türkiye özellikle Avrupa için yakın üretim merkezi olarak konumlandı. Biz de Aster olarak bu pozitif rüzgârı doğru değerlendirmek için gerekli altyapı yatırımlarımızı sürdürülebilirlik çerçevesinde yapıyoruz. Bu konuda iki yıldır birçok çalışmamız oldu. Örneğin 'Second Life Human' adını verdiğimiz bir proje yürütüyoruz. Bu proje kapsamında kendi üretim firelerimizi toplayıp yeni elyafarla harmanlayarak onlara ikinci bir hayat veriyoruz. Ayrıca müşterilerimizle proje bazlı siparişler yürütüyoruz. 'Refibra Take Back Projesi' de yine bu kapsamda Timberland markasıyla işbirliğimizden doğdu. Biz bu projede Refibra elyafını organik pamukla birleştirdik. Dört parçadan oluşan bir kapsül koleksiyonla yola çıktığımız projede üçüncü sezondayız. Artan model sayıları ve sipariş adetleriyle devam ediyoruz. Üçüncü sezonda 50 bin adet siparişe ulaştık.

«MODAYI DÖNÜŞTÜREN TEKNOLOJİ REFIBRA™ LENZING» PANELİ

Uslucan Tekstil Genel Müdürü Tayfun Uslucan:

Tüm koleksiyonumuzu iki yıldır sürdürülebilir ilkelere uygun hazırlıyoruz

Lenzingle tanışmamız 28 yıl öncesine, Aster ile işbirliğimiz ise 25 yıl eskiye dayanıyor. Lenzing doğru ham maddeyi ortaya çıkarıyor, biz de sürdürülebilir prensiplere uygun olduğunu düşündüğümüz yöntemlerle iplik sonrası kumaş sürecini tamamlıyoruz. Yapacağımız geliştirmelerin ticari ve kolay üretilebilir olmasına çok dikkat ediyoruz. Pahalı, standartlara uymayacak, termini uzun kumaşlar ortaya çıkarmaktan kaçınıyoruz. Tüm koleksiyonumuzu iki yıldır sürdürülebilir ilkelere uygun hazırlıyoruz. Pandemi öncesi yüzde 10 düzeyindeki sürdürülebilir siparişler yüzde 50'ye ulaştı. Refibra ile ilgili Aster Tekstil'e teşekkür ediyorum. Refibra'yı daha önceden tanıyorduk ve yıllardır bir şeyler yapmak istiyorduk. Koleksiyonlar hazırlamıştık. Timberland vasıtasıyla bunu hızlandırdık. Üç - dört kere üretime dönüştürüldü ve başarılı oldu. Biz de bu başarıyı gördükten sonra Refibra'yı diğer markalara da yaydık. Güzel geri dönüşler alıyoruz.



TGSD
Türkmen Giyim Sanayicileri Derneği
Turkish Clothing Manufacturers Association



AYBÜKE ÇELEBİ
ASTER TEKSTİL MÜŞTERİ YÖNETİCİSİ



İLKŞEN DEDEOĞLU DEMİRAY
LENZING AG-TENCEL™-İŞ GELİŞTİRME BÖL.MD.TÜRKİYE,AFRİKA,BDT



TAYFUN USLUCAN
USLUCAN TEKSTİL GENEL MÜDÜR

TGSD

İLKŞEN DEDEOĞLU DEMİRAY:
TEKSTİLDE ÇİĞ GİBİ BÜYÜYEN BİR ATIK SORUNU VAR



14. İSTANBUL
HAZIR GIYIM KONFERANSI
14th ISTANBUL
APPAREL CONFERENCE

#Canlı | 14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı - Recoding Fashion

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA İÇİN ELYAF

**Birla Cellulose, Pulp and Fiber Business of the Aditya Birla Group Sürdürülebilirlik Başkanı
Mukul Agrawal:**

Sosyal sorumluluk olmadan gelişmeyi sağlayamayız

Sürdürülebilir moda adına çeşitli elyaflar geliştiriyoruz. En büyük selüloz üreticilerinden biriyiz. Altı ülkede 21 farklı üretimimiz var. Endonezya, Hindistan, Tayland, Bangladeş, Türkiye, İsveç, Çin ve Amerika Birleşik Devletleri Kanada dahil olmak üzere. Türkiye, Bangladeş, Taylan, Çin gibi bölgelerde de ofislerimiz var. AR-GE merkezlerimizde dünyanın çeşitli yerlerinde bulunuyor. Sürdürülebilir iş stratejimizi hem gezegenimizi hem de insanları dikkate alacak şekilde oluşturduk. İş stratejimizin beş önemli ayağı var. Bunlardan en önemlisi bence sorumlu imalat. Özellikle çok hassas bir şekilde bu konuya yaklaşmak istiyoruz. O yüzden biz mutlaka sürdürülebilir ormancılık konusunu da dikkate alarak üretimlerimizi gerçekleştiriyoruz. Aynı zamanda tedarikçilerimizde de etik, insan hakları gibi konuların gözetilmesini istiyoruz. Bizim üretimlerimizdeki ikinci ayak sorumlu tedarikçi. 2018’de bu konuyla ilgili bir taahhütümüz oldu. Biz bütün ilgili sahalarımızda sorumlu yaklaşımların uygulanmasına başladık. Bu çerçevede geri dönüşümle birlikte kimyasalların ve solventlerin kısıtlanması yüzde 95’e kadar gerçekleşebildi. Üretimimizde önem verdiğimiz bir diğer konu ortaklıklar. Bizim görüşümüze göre daha büyük etki yaratabilmek için ortaklarımızla mutlaka birlikte çalışmalıyız. Sonuncusu da sosyal sorumluluk. Sosyal sorumluluk olmadan, halkın gelişimi sağlanmadan gelişmeyi bir bütüncül olarak tamamlayamayacağımıza inanıyoruz.



«SÜRDÜRÜLEBİLİR GİYİM TEKNOLOJİSİNDE YENİLİKÇİ UYGULAMALAR « PANELİ / TOLKAR SMARTEX

Tolkar Smartex İhracat Satış Direktörü Mehmet Karalı:

Bir pantolon için su tüketimini 10 – 13 litreye indirmeyi hedefliyoruz

Herhangi bir yıkama prosesinde aşağı yukarı 20 kez su alınıyor. 80’li ve 90’lı yıllarda kullanılan suyun ölçülmesi bile yapılmıyordu. Kimse ne kadar su kullandığını bilmiyordu. Daha net bir örnek vereyim. Sadece bir pantolon için su tüketimi aşağı yukarı 100 - 150 litrele varabiliyordu. Günümüzde kullanılan teknolojilerle tüketim 30 - 40 litre aralığına düştü. Biz daha da ileriye giderek gelişmiş birtakım sistemleri devreye soktuk. Ozonla yıkamada tamamen sudan bağımsız, ‘smart flow’ dediğimiz basınçlı kimyasalı ‘nano bubble’ hale getirip kapaktan püskürterek tekstillerin üzerine verme yöntemleriyle su kullanımını aşağıya çekmeyi başardık. Yani artık iyi tesisler ortalama 20 - 23 litre su ile bir pantolonu yıkayabilir hale geldiler. İlerleyen dönemlerde 10 – 13 litrele kadar inmeyi hedefliyoruz. Biz aynı zamanda firma olarak devlet onaylı bir AR - GE merkeziz. Bütün aktivitelerimiz devlet tarafından kontrol edilip onaylanıyor. Bulduğumuz birtakım yeniliklerin ya da teknolojilerin ticarileşip ticarileşemeyeceği, ihracat potansiyelinin olup olmadığı devlet tarafından kontrol ediliyor. Geliştirdiğimiz 16 - 17 projenin yüzde 75’ini ticarileştirilebilir hale getirdik ve ihracatını yapıyoruz.

TOBB Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sanayi Meclis Başkanı Şeref Fayat:

AB Yeşil Mutabakatı ile ilgili gerekenleri yapabilirsek pozitif ayrışırız

Ana pazarımız AB’nin yıllık 150 - 160 milyar dolarlık tekstil tüketimi var. AB’de yıllık kişi başına tüketilen ortalama 26 kilogram tekstil ürününün yaklaşık 11 kilogramı atık oluyor. Tekstil ve hazır giyim, dünyanın sera gazı üreten en büyük beşinci sektörü. Dolayısı ile sektörün bu konuya eğilmesi lazım. Burada Türkiye’nin avantajı olduğunu söylemek istiyorum. Çünkü Uzak Doğu’nun seviyatında bile sera gazı oluşacağı için Türkiye daha çok tercih edilecek. Yani önümüzdeki yıllarda Avrupa Yeşil Mutabakatı için gerekeni yapan bir Türkiye pozitif ayrışacak. Tekstil ve hazır giyim sadece yüzde 1’ini dönüştürebiliyoruz; bu sürdürülemez. Dolayısıyla geri dönüşümle ilgili çok büyük yatırım gerekiyor. Ülkemizde çok önemli yenilebilir enerji tesislerinin yapıldığını gözlemliyoruz. Bu tesislerin sayısını çoğalttığımızda daha pozitif ayrışabiliriz. Sınırdan sera gazı vergisine ilk etapta tabi olan sektörlerden olmasak da bizden özellikle büyük alım yapan grupların 2023’ten itibaren sürece uygun alımlar talep ettiğini hatırlatmak istiyorum. Bu nedenle döngüsel ekonomi, kaynak verimliliği, dijital dönüşüm ve karbon ayak izi gibi konular önümüzdeki dönemde küresel çapta sanayinin konuştuğu en önemli konular olacak. Çevreye duyarlılık ve sürdürülebilir üretim, tercih değil, zorunluluk haline gelecek. Dolayısıyla temiz üretim yöntemleri ve faydaları konusunda firmaların teknik kapasiteleri geliştirilerek eğitimlerinin artırılması, finansal desteğin verilmesi lazım. Bu konuda bakanlıklarımızla altı aydır çalışmalar yapıyoruz. Özellikle ‘Yeşil OSB’lerin eylem planına dahil edilmesi ve Cumhurbaşkanlığı kararnamesinde yazılması bizi memnun etti.

«SÜRDÜRÜLEBİLİR GİYİM TEKNOLOJİSİNDE YENİLİKÇİ UYGULAMALAR « PANELİ / TOLKAR SMARTEX

Babylon International LLC Kurucusu ve Yöneticisi Gökhan Erkovan: “Yıkama Teknolojilerinde Sürdürülebilirlik”

Türkiye yıkama ve boyamada birçok ülkeye göre 30 yıl ileride

Türkiye yıkama ve boyama teknolojilerinde dünyada lider ülke. İtalya ve İspanya gibi ülkeler de var ama Türkiye çok daha ileride. Teknoloji ve üretim teknikleri bakımından dünyanın bir kısmından neredeyse 30 yıl öndeyiz. Türkiye’de geliştirilen teknolojiler, su, kimyasal ve bütün enerji girdilerinin çok ciddi şekilde düşmesini sağlıyor. Bunu markalara tanıttığınız zaman ciddi avantajlar elde ediyorsunuz. Fabrikalara geri dönüp, ‘bakın bu markalar bizim teknolojimizi gerçekten onayladılar, hatta kullanıyorlar’ diyebiliyorsunuz. Biz ABD’de çok bilinen markalara kendi teknolojilerimizi tanıttık. Onlar artık birçok şeyi bizim teknolojilerimizle, bizim makinelerimizle, bizim temin ettiğimiz üretim teknikleriyle yapıyorlar. Markalarla iş birliğimizle birlikte bir anda satışlarımız arttı. Bizim gibi zamanla daha az su kullanan başka firmalar da var. Örneğin bir kot pantolon için yaklaşık iki saatlik bir yıkama süreci gerekiyor. Eskiden bir kilogram kot pantolon için 10 litre su alınıyordu. Şimdi biz bunu üç litreye düşürdük. Dolayısıyla bu inanılmaz bir su, kimyasal, enerji tasarrufu sağlıyor. Ardından ‘nano bubble’ teknolojisi çıktı. Son olarak da ozonla yıkama, renkleri değiştirme gibi şeyler başladı ve bunlar markaların ve tasarımcıların bir anda en fazla istediği değişiklikler oldu.



#Canlı | 14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı - Recoding Fashion

«TEKNOLOJİ VE DİJİTALLEŞME» PANELİ

İstanbul Moda Akademisi (İMA) Direktörü Gülin Girişmen

Sektöre gelişim ve katma değer sağlamayı hedefliyoruz

Direktörlüğünü yaptığım kurumu size tanıtmak istiyorum. İstanbul Moda Akademisi sektör profesyonellerine, gençlere ve yetişkinlere tasarım, yönetim, iletişim ve üretim alanlarında eğitimler, danışmanlıklar ve çeşitli sektörel hizmetlerle liderlik ediyor. Sektöre kaliteli iş gücünü sağlamak ve iş dünyasıyla bağlantılı olabilmek, çok boyutlu düşünebilen, bugünün ve geleceğin moda profesyonellerini yetiştirmek, girişimcilik ve kariyer planlamalarını yönlendirmek, dijital dönüşümde özellikle de adaptasyonu sağlamak gibi önemli bir misyonumuz var. İstanbul Moda Akademisi IPA II Projesi'yle hayata geçirilen özellikle de e-ticaretin kalbi olan fotoğrafçılık alanında altyapı ve donanımıyla hizmet vermeye başladı. Eğitim ve danışmanlıkların yanı sıra son teknoloji ekipman ve yazılımlarımız ile sektöre dönüşümde liderlik ederken gelişim ve katma değer sağlamayı, hedefliyoruz.

Mattex Genel Müdürü Doğu Pabuçcuoğlu

Tatlı su kullanımını en aza indiriyor, atıkları ortadan kaldırıyor

Türkiye distribütörlüğünü yaptığımız Kornit dijital baskı sektöründeki en büyük oyunculardan biri. Sağlıklı yaşam ve giydiğimiz, tükettiğimiz bütün ürünlerin tekstil sektöründeki baskılarının toksik olmayan, sertifikalı mürekkeplerle basılmasını sağlamaya çalışıyoruz. Sistemimizi kullananlar ve baskı giysileri giyenler hatta bebekler için çok güvenli ürünler üretilmesi için tekstil sektörünün hizmetindeyiz. Üretim sistemlerimizin atıkları tehlikeli dumanları ve kirleticileri ortadan kaldırarak sağlıklı ve operasyonlar için daha az işçi gerektiren güvenli çalışma bölgeleri de sağlıyoruz. Su çok önemli. Dünyada en önemli konulardan biri temiz su. Tekstil üretimi dünya çapında petrolden sonra doğayı en çok kirleten ikinci endüstri. Kornit bu konuda benzersiz sistemleri ve sağlıklı üretim standardıyla da tatlı su kullanımını en aza indiriyor ve atıkları da ortadan kaldırıyor. Aynı şekilde sıfır atık vizyonuna olan bağlılığımızda da tekstil dünya çapında daha temiz bir üretim imkânı sağlamaya çalışıyoruz. Kornit'in dijital baskı teknolojisi temiz enerji içinde çok büyük bir katkı sağlıyor. Hem geleneksel analog sistemlerden hem de rekabetçi dijital çözümlerden daha az tüketiyoruz.



«TEKNOLOJİ VE DİJİTALLEŞME» PANELİ



Polytropon CEO Leslie Riley

Uçtan uca dijital çözümlere odaklandık

Polytropon olarak son dönemde uçtan uca dijitalleşme çözümlerine odaklandık. Dijitalde hem maliyetler hem de zaman kaybı azalıyor. Kaynaklar daha az kullanılıyor. Peki biz ne diyoruz? Hangi fırsatlar var? Dikkate alınması gereken çok fazla faktör bulunuyor. Çok fazla danışmana danışılması gerekiyor ama bence dört tane ana noktaya indirilebilir. İki kategori başlığı altında. Bunlar organizasyonlar ve teknolojik olarak ikiye ayrılıyor. Organizasyon için en önemlisi gözle görülür bir şekilde CEO'nun ve yönetim ekibinin buna bir taahhüt göstermesi gerekiyor. Ancak o zaman sonuç almak mümkün olabiliyor. İkinci olarak doğru kişiler doğru yerlerde konumlandırılmalı. 2020 yılında gelişmekte olan firmaların yüzde 57'si becerili iş gücü olmadığı için pozisyonlarını dolduramadıklarından şikayet ediyorlar. Şanslısınız. Türkiye'de İstanbul Moda Akademisi gibi çok önemli kurumlar, üniversiteler var. Çok ileri seviyede mesleki eğitim sunabiliyorsunuz. Peki teknoloji için ne söyleyebiliriz? Dijitale geçerken teknolojiye de iki tane önemli boyut var. Öncelikle dönüşüm dediğimiz zaman bir iş odaklı platform oluşturmamız gerekiyor. Bu platformun tamamen bizim iş ihtiyaçlarımızla paralel olması gerekiyor. İkinci olarak hiçbir şekilde bir marka tek başına bu dönüşümü gerçekleştiremez. Açık platformlara entegrasyonları kolay teknoloji firmalarına, standartlara ihtiyacımız var.

Serkon Teknoloji Kurucu Ortağı Alper Diktaş

Hazır giyim sektörüne özel dijital çözümler üretiyoruz

Hazır giyim sektörü dikeyinde özelleşmiş planlama süreçlerini dijitalleştiren birçok yazılım geliştirdik. Bunları yüzlerce fabrikamızda kullanıma aldık. Yine sektörümüzde yıllardır çözüm olarak sunduğumuz otomatik kumaş serme ve tam otomatik kumaş kesme makinamız ile dijitalleşme süreçlerini destekliyoruz. Bu makinalarımızın tamamı hem topladıkları verilerin merkezi bir sistemden izlenebilirliği hem de bilgilendirme ve karar destek sistemlerine olan katkıları ile oldukça kıymetli çözümler. Kumaş kontrol, serme, kesme grubundaki tüm otomasyon çözümlerimizin ürettikleri verilerin çıktıkları birbiriyle paylaşılabilir ve değerlendirme kabiliyetine sahip. Yeni nesil cihazlarımızı kontrol edilen kumaş bilgisini, serici sistemlere aktarabiliyor, sericiler de operatör karar desteğini artırmak amaçlı yüzey kontrol bilgisiyle birlikte pastal yerleşimine dijital olarak operatörlere serim sürecini izletebiliyor. Konfeksiyon safhasına geldiğimizde çok daha detaylı veri toplama ve optimizasyon kabiliyetine ihtiyacımızın olduğu bir ortamla karşılaşıyoruz. Hazır giyim üretimi emek yoğun bir sektör. Bu durumun en şiddetli yaşandığı aşamalardan biri de konfeksiyon yani dikim aşaması. Süreci kolaylaştıran, sahadan toplanan verilerin anlamlandırılması, karara ve öneriye dönüştürülmesi aşaması için yenilikçi yazılımlar ve çözümler geliştirdik.



«HAZIR GIYİMİN GELECEĞİ» PANELİ

British School of Fashion Pazarlama & Sürdürülebilir İşletme Bölümü Profesörü Natascha Radclyffe-Thomas:

Zanaatkarlık kaliteli moda üretiminin bir parçası

Modanın geleceğini tartışırken geçmişine bakmak zanaatkarlık kültürünü de anlamak gerekiyor. Zanaatkarlık bir şeyi yapabilme yetisi. Burada materyaller, teknikler, e-ticaret kaliteli moda üretiminin parçaları. Bugün biliyoruz ki bütün bu tarihçemiz içerisinde tekstil ve moda ilhamdan ve kültürlerden beslenmiştir. Kültürel kalıtım, mirasımız çok önemli. Sürdürülebilir girişimde, özellikle de sürdürülebilir kalkınma hedeflerini düşünecek olursak bunlar son derece kilit öneme sahipler. Belli ki pazarda bu yönde bir talep de var. Bu yana doğru gidiyoruz ama kendimizi bulmamız gereken nokta aslında üretim zincirindeki değerleri keşfetmek, tüketmek ve yapmak arasındaki o denge. Aynı zamanda insan katkısı için iş modellerimizi değiştirmemiz gerekiyor. Fakat daha kültürel bir şekilde, zanaatkarlığa da yer ve değer vererek üretimi yükseltecek şekilde önemsemeliyiz. Bu sayede sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin bir parçası olarak firmalar bu çeşitliliğe de saygı göstererek üretimlerine devam etmek zorundalar.

COS Sürdürülebilirlik & Marka Stratejisi Başkanı Francesca Lilley:

Çok iddialı hedefler koymaya ihtiyacımız var

‘Geleceği görebiliyor musunuz?’ sorusunun üzerinde durmak istiyorum. Çünkü bu soru gerçekten çok önemli. Bu kendimize ve sektörümüze sormamız gereken bir soru. Ama maalesef gelecek belirsiz. Henüz daha bu cevapların hepsine sahip değiliz. Tabii ki daha sağlam kararlar vermeye ve çok iddialı hedefler koymaya ihtiyacımız var. Bu süreçte devletler markalar dernekler, kurumlar, birlikte çalışmalı. Çünkü burada karşılanması çok zor olan hedefler var. Ve hata yapmaya da hazır olmalıyız. Çok iniş çıkışlı, çok belirsizlik içeren bir dönem. Evet karşımızda bir zorluk var ama bu stratejik düşünmeyi, inovasyon, eşgüdüm ya da yaratıcılığı besleyebilir. Onun için ihtiyacımız olan rekabetçiliğe de bizi götürebilir. Müşteri için de tabii ki empati yapma zamanı geldi. Acaba iş gücümüz nasıl bir bu yeni gelecekte bir denge kurabilecek? Ve tabii ki özellikle lineerden daha döngüsel modüllere nasıl geçebiliriz? Lineerden döngüsel ekonomiye geçmek kaynak tüketimini azaltma açısından da çok önemli olacak.



TEKSTİL & HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE ERP VE ENDÜSTRİ 4.0 ÇÖZÜMLERİ

IAS Business Academy Genel Müdürü Çiğdem Dönmez:

ERP çözümü esnek olmalı, özelleştirilebilmeli ve ölçeklendirilebilmeli

Firma için ERP çözümü her şeyden önce esnek olmalı, özelleştirilebilmeli ve ölçeklendirilebilmeli. Seçilecek ERP çözümü mutlaka firmanın ihtiyaçlarına göre tıpkı bir terzi usulü elbise gibi özelleştirilebilir olmalı. Sektörün temel ihtiyaçlarına cevap verebilmeli. Nedir mesela? Sürdürülebilirlik çok önemli. Artık tüketici daha bilinçli. Yasalar pek çok şeyde tüketiciyi de zaten sosyal farkındalık anlamında bilinçli hale getirdi. Tüketici satın aldığı ürünün sadece üretildiği ülkeyi bilmekle yetinmiyor. Hangi tarladan, hangi pamuktan elde edildiğini de bilmek isteyebiliyor. Bunun için seçeceğiniz ERP'nin çok iyi bir izlenebilirlik hizmeti vermesi lazım. Ürün numarası, iplik numarası, kumaşın parti numarası, top numarası gibi çok detaylı, üretimde olacak bir bilgi bile müşterinin işine yarayabiliyor. Hazır giyim firmaları da bunu çok detaylı takip etmek istiyor. Bunun için güçlü bir kurumsal kaynak planlaması çözümü ellerini güçlendirecektir. Bu arada tabii seçilecek ürün yasal mevzuata çok iyi uyum sağlamalı. Sektör deneyiminin özellikle altını çizmek istiyoruz. Biz 30 yıllık deneyimimizle sektörde pek çok proje yaptık. Bunun firmalar için ne kadar katma değer yarattığını görüyoruz. Sektörün dinamiklerine hakimseniz ve onlarla aynı dili konuşabiliyorsanız, proje yapmak da o derece kolaylaşıyor.



«SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK» PANELİ

Purpose - Sustainable Ideas Kurucusu Dilek Bil:

Yeşil dönüşüm ile ilgili aksiyonlar hazır giyim sektörümüzün geleceğini belirleyecek

AB Yeşil Mutabakatı yol haritası olarak benimseyip adım adım uygulamaya geçirmeye başladı. Öte yandan AB Komisyonu yakın zamanda 2050 yılında iklim nötr olma yolunda yüzde 55 hedefine uygunluk başlığıyla kapsamlı bir dizi öneri paketi sunarak somut bir adım attı. Bu değişim rüzgârı hem tüm dünyanın hem de ülkemizin gündemini gerek sanayide gerek finansal kaynaklar gerekse de yasal düzenlemeler açısından etkiliyor. Küresel ekonominin bir parçası olmaya ve gelişmiş ülkelerle ticaret yapmaya devam edebilmek için yeşil dönüşüm kaçınılmaz. Belirlenecek strateji ve alınacak somut aksiyonlar, Türkiye'nin geleceğini şekillendirecek. İhracatımızda AB ülkelerinin payına baktığımızda döngüsel ekonomiye uyumumuzun kaçınılmaz olduğu görünüyor. Gerekli aksiyonları alamadığımız takdirde küresel ekonominin içindeki mevcut konumumuzu korumak mümkün olmayacak. Paris İklim Anlaşması'nın TBMM'nin onayına sunulmasını ülkemizin bu konudaki kararlılığını göstermesi ve uluslararası ticaretteki rolümüzü sağlamlaştıracak olması açısından çok önemsiyorum.



«SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK» PANELİ

Elen MacArthur Found. Make Fashion Circular Program Müdürü Laura Balmond: Modanın geleceğini yeniden tasarlayabileceğiz

‘Döngüsel ekonomi’ dediğimizde atık ve kirliliğin ortadan kaldırıldığı ürün ve materyallerin döngüsel olduğu ve yeniden kullanıldığı bir süreci kastediyoruz. Modada daha fazla ve uzun süre kullanılan kıyafetler olmasını istiyoruz. Geri dönüştürülmüş, yenilenmiş materyallerden üretilmelerini bekliyoruz. Döngüsel ekonomi ya da modada döngüsellik için acaba yatırımcılar, politika yapıcılar, markalar, üniversiteler, STK’lar arasında nasıl bir eşgüdüm sağlanabilir? Yol haritamız ne olmalı? Daha önce hiç olmadığı kadar fazla eş güdüm gerekiyor. Bana göre modayı kesinlikle yeniden kodlayabileceğiz. Zaten yavaş yavaş bunu yapmaya başlayan kuruluşlar var. Ben bir giysiden nasıl daha fazla değer elde edebilirim? Ya da giysinin toprağa gömülmesini nasıl engelleyebilirim? Bir ceket yaptınız. Bu ceketin yapımıyla ilgili her şeyi sorgulamaya başlıyorsunuz. İnsanlar fermuarından ipliğine hatta dolgu maddesine kadar yüzde yüz geri dönüştürülmüş ürüne önem veriyor. Bu hassasiyetleri dikkate alan çok güzel örnekler görmeye başladık. Eminim ki modanın geleceğini tekrar tasarlayabileceğiz. Örneğin dijital moda ile müşterinin sosyal medya fotoğrafı çekimi için bir sefer kullanacağı ürün ihtiyacını var olmayan giysilerle bile karşılayabileceğiz.



**Murat Gürsoy, McKinsey & Company, Ortak
Türk hazır giyim sektörü çok avantajlı**

Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörleri çok zorlu süreçlerden geçti. Her defasında da bir şekilde ayakta kalmayı başardılar. Geleceğe baktığımda hem iyimser hem de kötümser haberler verebilirim. Kötü haberden başlayayım. Çünkü üzerimize neyin geldiğini daha iyi hissetmemiz lazım. İhracat odaklı hazır giyim ve tekstil sektörleri hem istihdam yaratması hem de cari açığa katkıları nedeniyle Türkiye için kritik öneme sahipler. Ana pazarımız AB, yani yüksek gelirli bir piyasaya satıyoruz. Bu piyasada biz bugüne kadar avantajlarımızı kullanarak rekabet gücümüzü koruduk. Ama artık tüketicilerin sürdürülebilir ürün talebi daha çok artıyor. Bizim hesaplamalarımıza göre küresel olarak sektörün sera gazı salınımı yaklaşık 2,1 milyar ton civarında. Bunun çok büyük bir kısmı tarımsal üretim ve tekstil aşamasında gerçekleşiyor. Konfeksiyonun payı çok az. Sonrasında ulaştırma ve perakende aşamaları var. Hazır giyim bundan etkilenecek mi, evet etkilenecek. Ama pamuktan, perakendeye kadar değer zincirinin tümünü düşünmek lazım. Böyle baktığımızda Türk hazır giyim sektörü çok avantajlı. Çünkü Türkiye’de sektör değer değer zincirinin hepsini bir arada barındıran birkaç ülke arasında yer alıyor.

«AB TEKSTİL STRATEJİSİ VE YEŞİL MUTABAKAT» PANELİ / İHKİB

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Kolunsağ:

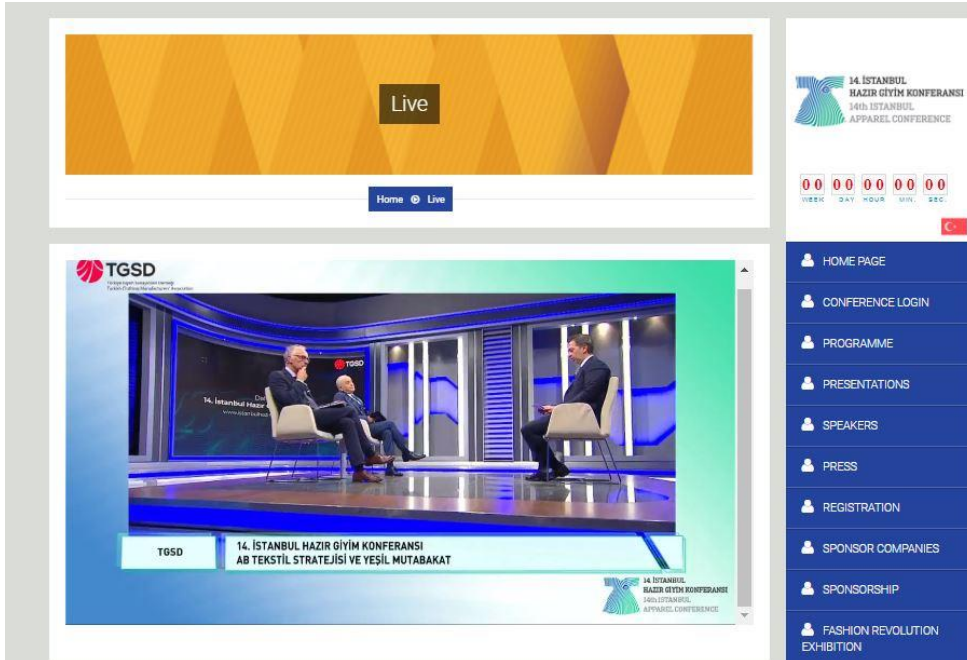
Yeşil Mutabakat tüm sektörü dönüştürecek

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün dinamik altyapısı ve her zaman ileriye yönelik planlaması gelecekte de avantajımız olmaya devam edecek. Pandemi ile birlikte sürdürülebilirlik konusundaki politika hedeflerinin daha kararlı ve somut bir şekilde hükümet belgelerine yansıdığına tanık oluyoruz. Hatta mevzuata dönüşmeye başladığını gördük. Sürdürülebilirlik alanında sektörümüz her zaman alıcıların talep ettiği koşullara uyum sağladı. Denetimlerden tam not aldı. Bu sayede AB'nin en önemli tedarik ülkesi haline gelmiş durumdayız. AB Aralık 2019'da Yeşil Mutabakat'ı açıklayıp hızlı bir şekilde topyekun değişim ve dönüşüm sürecini başlattı. Yeşil Mutabakat, bir politika belgesinden çok öte tüm sektörü dönüştürecek nitelikte bir mevzuat bütünü. Aynı zamanda sektörümüzün dikkatle takip ettiği önemli bir metin. Yeşil Mutabakat kapsamında gerçekleştirilmesi öngörülen dönüşüm süreci, üretici ülke konumundaki sektörümüzün KOBİ ağırlıklı yapısı dikkate alındığında finansman konuları ayrıca gündeme geliyor.

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Haldun Boz:

Avrupa'da İtalya gibi bir ülkeyle rekabet edebilir durumdayız

Artık bir tercihten ziyade zorunluluk haline gelen sürdürülebilirlik kriterlerini pek çok üreticimiz, ihracatçımız ve Avrupa ile çalışan firmalarımız rahatlıkla yerine getirebiliyor. Geçirdiğimiz denetimlerin sonuçları durumu rahatlıkla ortaya koyuyor. Türkiye'de sektörün önemli bir kısmı özellikle global ve uluslararası oyuncular bu standartları yerine getirebilir noktadalar. Bu anlamda Türkiye, pek çok rakibine göre üretim ve çalışan hakları bakımından ve diğer sorumluluklar bakımından hayli ileride. Biz pek çok ihracat pazarında Avrupa'da İtalya gibi bir ülkeyle rekabet edebilir durumdayız. Sadece bunu fiyatla rekabet etmek olarak da algılamayalım. Sağladığımız standartlar bizi tercih edilen ülke durumuna getirdi. Yeşil Mutabakat süreci ile birlikte oyunun kuralı yeniden tanımlandı. Biz bugüne kadar geçirdiğimiz denetim ve geliştirme süreçleri sayesinde Yeşil Mutabakat'ın getireceği veya getirmekte olduğu zorunlu mevzuata büyük ölçüde hazırız. Bunu rahatlıkla ifade etmek isterim. Yeşil Mutabakat bizim bugün geldiğimiz sürdürülebilirlik sürecinin yeni bir aşaması olmakla beraber dünyada bu konuda tam bir standart olmadığını ve aslında olması gerektiğini söylemek istiyorum.



«AB TEKSTİL STRATEJİSİ VE YEŞİL MUTABAKAT» PANELİ / İHKİB

EURATEX Genel Direktörü Dirk Vantghem:

Sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği tek bir plan içine dahil edebilmeliyiz

EURATEX olarak sürdürülebilirlik üzerine odaklanıyoruz ama rekabetçilik de var. Nasıl rekabetçi kalacağımızı belirlememiz lazım? Birçok küreselleşmiş sektör bunu yapıyor. Dolayısıyla sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği nasıl tek bir plan içine dahil edeceğimizi belirlememiz lazım. İşte zorluk bu noktada. Bu konuda Türkiye'nin de aralarında bulunduğu üyelerimizle birlikte çalışıyoruz. Sektörümüzün geleceğiyle ilgili bir vizyon ortaya koymayı hedefliyoruz. Bunu yaparken kilit taleplerin neler olduğuna bakılıyor. Hangi konular ele alınmalı ki biz çok daha rekabetçi olabilelim. Üç ana hedeften bahsedebilirim: Birincisi, Türkiye'nin de içinde yer aldığı Avrupa, sürdürülebilir tekstil konusunda küresel lider olmalı. İkincisi, özellikle sektörümüzün verimliliğinin etkinliğini artırma konusunda çalışmamız gerekiyor. Üçüncüsü ise tekstil sektörüne küresel boyutta bakmamız lazım. Bu bahsettiğim üç hedef çerçevesinde spesifik eylem ya da hedefleri belirledik. Sürdürülebilirliği nasıl ölçeceğiz? Sürdürülebilir ürün nedir? Tekstil atıklarıyla ilgili ne yapacağız? Tüketicilerin davranışlarını nasıl değiştiririz? Hükümetlerin davranışını kamu alımları bağlamında nasıl değiştirebiliriz? Bunların üzerinde çalışacağız. Beceriler konusu, dijitalleşme konusu da çok önemli. Yeşil ve dijital dönüşümü sağlayabilmek için KOBİ'lere için mali destek vermek gerekiyor.



TGSD GENÇLİK PLATFORMU – SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROJELERİ

TGSD Gençlik Platformu Kurucu Mentör ve Koordinatörü Dilek Bil:

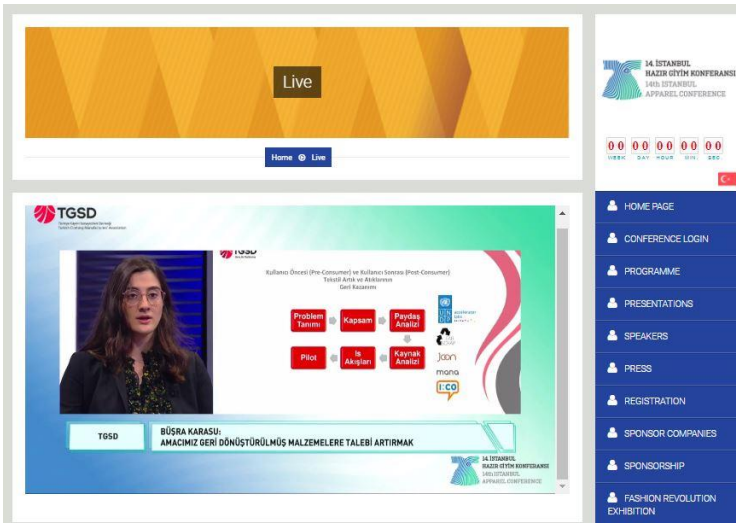
Hayalleri ve ufukları gençlerle yaşayacak bir platform kurduğumuz için çok mutluyum

Sürdürülebilirlik, TGSD'nin odak alanlarından biri olmaya başladığı ilk günden beri kavramı anlatmak, aciliyetini tartışmak ve gençleri bir parçası yapmak istiyoruz. Gençler, dünyanın içinden geçtiği bu zor dönemde problemlerini hızlıca anlıyor, sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarıyla değerlendirebiliyor ve en önemlisi 'neden?' diye sorabiliyorlar. Bu, bize gelecek için ümit veriyor. Gençlerin ilgisi ve azminden gurur duyuyorum. Hayalleri ve ufukları bu gençlerle yaşayacak bir platform kurduğumuz için çok mutluyum. Galiba benim de şimdiye kadar en çok mutlu olduğum projem diyebilirim. Bana ve gençlere inanarak hep yanımızda olan TGSD başkanlarına, platformda beni asiste ederek gençlerle çok yakın çalışan ve bu projenin hepsinin gelişmesine destek veren Melissa Kaslowski'ye ve TGSD sekreteryasına teşekkür ediyorum. Şimdi 2022'de hayata geçecek, sektörel etkilerini ölçümleyebileceğimiz dört projemizi sizinle paylaşmak istiyoruz.

TGSD Gençlik Platformu Üyesi Büşra Karasu:

Sürdürülebilirlik odaklı düşünen kullanıcılar yetiştirmeyi hedefliyoruz

Şirketlerde ve konutlarda bekleyen, çöpe atılan, doğru ayrıştırılmadığı için sistemi yoran, zora sokan dönüştürülemeyen tekstil ürünlerin çok büyük bir ekonomik değeri var. Aslında bu bir sistem problemi. Dolayısıyla çok kademeli, katmanlı ve çok partnerli bir çözümle ilerlemek mümkün. Bu nedenle biz de kapsamımızı ve önceliklendirmemizi ona göre yaptık. Pre-consumer ve post-consumer atıkların toplanması, ayrıştırılması ve farkındalık yaratılmasına, dönüştürülmüş malzemelere olan talebin artırılmasına odaklandık. İş modeli olarak aslında daha hızlı uygulanabilir, ölçümlenebilir ve ölçeklenebilir bir model üzerinden gitmek istedik. Paydaş analizimizi yaptık. Burada çok iyi döngüsellığı ölçeklendirilmiş start-uplarla görüştük. İki aşamalı bir proje üzerinde çalışıyoruz. Projemizin ilk ayağı paylaşım ekonomisi temelli bir dijital uygulama. İkincisi ise etiket okur yazarlığı ve tekstil döngüsellığı gibi konularda farkındalık yaratıp sürdürülebilirlik odaklı düşünen kullanıcılar yetiştirmeyi hedefliyor. İlk projede sürdürülebilir üretim yapanlarla daha büyük ölçekli üreticileri bir araya getiren, atık malzemelerin yeni sahiplerini bulduğu bir pazar yeri oluşturmayı hedefliyoruz. Projede dijital altyapıyı tamamlama aşamasına geldik ve gönüllü satıcılarla da bu ay içinde pilot çalışmayı tamamlamayı hedefliyoruz.



TGSD GENÇLİK PLATFORMU – SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROJELERİ

TGSD Gençlik Platformu Üyesi Alp Buğra Kanlıgöl:

Z kuşağını, tekstilin döngüsellliği konusunda bilinçlendirmeyi hedefliyoruz

Projenin ikinci ayağında tüketici sonrası atıkların değerlendirmesini ele alıyoruz. Burada çalışacağımız kurumları özel okullar, onların kardeş okulları meslek liseleri, dönüşüm tesisleri ve iplikçiler olarak tasarladık. Geleceğin mühendisleri, tasarımcıları olacak Z kuşağını, tekstilin döngüsellliği konusunda bilinçlendirmek ve bu döngüsel ekonomiye katkıda bulunmalarını hedefliyoruz. Biz TGSD'nin bilgi birikimini kullanarak bazı eğitim modülleri hazırlayacağız. Okullarda uluslararası sektör temsilcileri, uluslararası markalar ve akademisyenlerle birlikte bu eğitim modüllerini öğrencilere aktaracağız. Daha sonra onlardan evlerinde kullanmadıkları atık giysilerini okullarına getirip renk ve elyaf içeriği gibi parametreler doğrultusunda ayrıştırmalarını isteyeceğiz. Ayrıştırdığımız giysilerden geri dönüştürülmesi mümkün olmayanları meslek liseleriyle paylaşıp kendi projelerinde bir malzeme niyetine kullanmalarını hedefliyoruz. Ayrıştırılması mümkün olanların ise iplik firmaları tarafından alınıp dönüştürülmesini sağlayacağız. Buradan elde edilecek gelir ve kazanımlar da özel okulların kardeş okullarının ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılacak.

TGSD Gençlik Platformu Üyesi Ayşegül Kaya:

Sürdürülebilirlikle ilgili uluslararası standartlarda bir rehber oluşturmak istiyoruz

Türkiye'de sürdürülebilirlikle ilgili Türkçe oluşturulmuş bir rehber konusunda ciddi bir eksik var. Biz de sürdürülebilirliği kendine hedef edinen herkese uluslararası standartlarda bir rehber oluşturmak istedik. Kullanılabilir, kullanıcı dostu, zamansız ve bütün kullanıcıların kendilerini ölçümleyebilecekleri, bu ölçümler doğrultusunda iyileştirebilecekleri, en önemli denetleyebilecekleri ve bütün bunları şeffaf bir yöntemle yapabilecekleri bir rehber oluşturduk. Bütün bunları yaparken fark ettik ki aslında bizim bir de sözlüğe ihtiyacımız var. Sürdürülebilirlikte kullanılan kelimeleri araştırarak ufak bir sözlük ekledik. Bu yolculuğu iyi örnekleyen bazı şirketler olduğunu tespit ettik ve o şirketlerin iyi rapor örneklerini burada paylaştık. Çalışmalarımız sırasında biz çok keyif aldık çok şey öğrendik. Faz - I Ocak 2022'de web sitemiz üzerinden yayınlanacak. Faz - II aşamamızı ise, sürdürülebilirlik raporlama kılavuzumuzun dijital platformda kullanıcılara hizmet verme hedefiyle hazırlıyoruz.



TGSD GENÇLİK PLATFORMU - SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROJELERİ

TGSD Gençlik Platformu Üyesi

Arınç Bilge:

Hazır giyim sektöründe bilinçlenmeye ve farkındalığı artırmaya odaklandık

Biz hazır giyim sektöründe bilinçlenmenin ve farkındalığın artması gerektiğini düşünüyoruz. Bu nedenle bir problem tanımlı oluşturduk. 3D teknolojisi merkeze aldık ve bu merkez çevresinde hazır giyim sektörünü bilinçlendirmeye ve dört yıl içinde iş akışını olabildiğince dijitalleştirmeye odaklandık. Teknolojiye ve sektörün dinamik yapısına adapte olabilmeyi, numune üretimindeki atıkları engelleyebilmeyi, karbon ayak izini azaltmayı ve verimliliği arttırmayı başarı kriteri olarak belirledik. Bizim buradaki proje kapsamımız bilinçli, teknolojik gelişmelere açık, gerekli altyapıya sahip, dinamik ve önemli müşteri portföyüne sahip üretici firmalar ve markalardan oluşuyor. Tabii ki her projenin bir kısıtlaması, bir engeli vardır. 3D teknolojisi başta olacak şekilde dijitalleşme, uzun vadede bir getirisi olan bir değişim. Biz bunun üç aşamada gerçekleştiğini gördük. İlk aşama 'bilinçlendirme'. Firmalar kafalarındaki soru işaretlerini gidermeye, dijitalleşmeyi bir düşünce yapısı olarak benimsemeye çalışıyorlar. İkinci adıma ise 'ikna' dedik. Biz burada bilinçlendirme aşamasına odaklandık. Bu konuyla ilgili de bir çözüm önerisi yaptık.



TGSD Gençlik Platformu Üyesi Asef Levin:

Sektörün sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasını hedefliyoruz

Proje hedefimiz, tekstil sektörünün, teknolojik gelişmeleri kullanarak daha sürdürülebilir bir yapıya çevrilmesi. Bir taraftan tekstil firmaları inovatif olmaya çalışıyor. Fakat uygulamada problemlerle karşılaşılıyorlar. Diğer taraftan start-up'lar sektörle daha yakından çalışma arzusundalar, fakat ortak bir çalışma platformu bulamıyorlar. Bizim proje tam burada devreye giriyor. Hedefimiz sorunları ortadan kaldıracak bir teknoloji ekosistemi yaratmak. Yılda bir gerçekleşecek bu etkinliğimiz üç koldan ilerliyor. Birincisi tekstil firmalarının teknolojik gelişimlerden bilgilendirilmesi, ikincisi start-up firmalarının katılacağı bir yarışma, üçüncüsü ise firma ve start-up arasındaki boşluğu kapatacak bir platform. Etkinliklerin detayları şu şekilde: Bilgilendirici sunumlar moderatör eşliğinde uzman konuşmacılar ve panelleriyle firmalar bilinçlendirilecek. Start-up yarışmaları ise fikir sahibi sektörde bilinirlik kazanacaklar. Tabi ki potansiyel yatırımların da önünü açacaklar ve yarışmanın sonucundaki ödül ve diğer imkânlardan da yararlanacaklar.

TGSD Gençlik Platformu Üyesi Tuna Özoğuz:

Start-up şirketlerinden bir ekosistem oluşturmayı hedefliyoruz

2022 için beş ana tema belirledik. İlk başlığımız olan 'Sürdürülebilirlik', tekstilde de en önemli hususlar arasında yer alıyor. İkinci konumuz 'Üretim otomasyonu'. Kaynaklarımızı daha elverişli kullanmak adına üretimi yarı veya tam otomatik hale getirmeyi hedefleyen projelerden oluşturduk. Üçüncü temamız '3D teknolojisi' üzerine. Günümüzde zaten yeri bulunan teknolojik konseptin yakın sürede ciddi gelişim göstermesini bekliyoruz. Bir sonraki konumuz 'Siber güvenlik ve blockchain'. Dijitalleşme çağında güvenlik sağlamak ön planda olan bir konu. Bununla birlikte blockchain konseptinin çağımıza girmesi ile hız ve kolaylıkla sağlanacak koruma adına projeler yenilikçi entegre sistemlerden oluşacak. Son konumuz ise 'Giyebilir teknoloji ve ham madde inovasyonu'. Bu konular üzerinde start-up şirketlerinden bir ekosistem oluşturmayı ve Türk tekstil sektörünü geliştirmeye düşünüyoruz.

KAPANIŞ

TGSD Başkanı Ramazan Kaya

Sektör değişim ve dönüşüm sürecinde

Bugün konuşulanlardan bir kez daha gördüğümüz gibi sektör değişim ve dönüşüm sürecinde. Değişim ve dönüşümün içinde sürdürülebilirlik ve dijitalleşmenin ne kadar önemli olduğunu bütün konuşmacılar vurguladı. Bu sene de zaten ihracat rakamlarımıza baktığımız zaman 2021'i 20 milyar doların üzerinde hazır giyim ihracatıyla kapatacağımızı öngörüyoruz. Kısa vadede de 25 milyar dolar gibi de önümüzde bir hedefimiz var. Tekstil ihracatında yine 12 milyar dolar gibi bir rakamımız var. Net ihracatımızı 16 milyar dolar olarak söyleyebiliriz. Tabii burada bugünkü konuşmalarda ve izlemiş olduğumuz politikalara bakarsak gelen talepler doğrultusunda hem iç piyasada hem dış piyasada işlerimizin artacağını görüyoruz. Bu doğrultuda da yeni kapasite yaratmamız gerekecek. Tüketici alışkanlıklarında değişim var. Hızlı modadan tüketicilerin biraz daha konforlu, rahat kıyafetlere geçiş yaptığını öngörmekteyiz. Sonuç olarak bir değişim ve dönüşümün içindeyiz. Bunu da bugünkü konuşmalardan çıkarttığımız ana başlık olarak düşünebiliriz.

TGSD Başkanı Sanem Dikmen

Hem çok esnek hem çok hızlı hem de izlenebilir olmamız gerekiyor

Kapasite ihtiyacını karşılamak için vardiyalı sistemde üretim yapmamız gerekiyor. Böylece var olan bina ve makine yatırımını daha verimli kullanıp daha kısa sürelerde sevkiyat yapabilme özelliğimizi sürdüreceğiz. Beraberinde katma değerli bir üretime de yönelmek durumundayız. Öte yandan, süreçlerde ciddi bir değişim var. Bu değişim hem çok esnek ve süratli olmayı hem de çok ciddi bir şekilde izlenebilir olmayı gerektiriyor. Bildiğiniz gibi rakibimiz olan ülkelerle karşılaştırdırca Türkiye'de sektörün tüm paydaşları var. İplikçisi, kumaşçısı, yan sanayi, lojistiği. Bu sadece hazır giyimcinin tek başına yapabildiği bir şey değil. İç piyasada da olsa ihracatta da olsa bütüncül bir çalışmayı gerektiriyor. Önümüzdeki dönemde ortaklıklar yaparak, belki birlikte çalışarak hem müşterilerle hem tedarikçilerimizle çok daha kuvvetli ve yakın temaslı çalıştığımız zaman izlenebilir bir üretim modeli geliştirmek zorundayız. Çünkü müşteri 'bu mal nereden geliyor?' diye soruyor. Hangi fabrikada dikildiğini değil aslında ulaşılabilir 'hangi tarladan bu pamuk çıktı' diye tamamını görmek istiyor. Bu hikayeye hakim olabilmemiz için bizim hızımızı kaybetmeden üretim yapma kabiliyetimizi korumamız lazım.



#Canlı | 14. İstanbul Hazır Giyim Konferansı - Recoding Fashion

KAPANIŞ

TGSD Ekonomi Danışmanı & ESDH Kurucusu Dr. Can Fuat Gürlelel

Dönüşümü tüketici talepleri ve ihtiyaçları şekillendirecek

Dönüşüm sürecinin sanki arifesinde gibiyiz. Tüketicinin talebi istekleri ve ihtiyaçları bu dönüşümü şekillendirecek. Resim tam nasıl olacak; renkler nasıl olacak? Orada da birkaç şey söylemek lazım. Hızlı moda üretim yapan hazır giyim sektörü 2005'ten sonra 17 milyar dolar ihracat kapasitesine bu şekilde geldi. Şimdi 'slow fashion'a geçiyoruz. Bugün üzerinde çok bahsedildiği gibi bir paylaşım ekonomisine, döngüsel ekonomiye geçiyoruz. Yani hazır giyim sektörünün ekonomisi tarafında bambaşka unsurlarla karşı karşıya kalıyoruz. Tüketici daha genç, sürdürülebilirlik konusunda daha bilinçli, tüketim tercihleri çok farklı. Bireysel tercihler çok farklı. Giderek çok farklı taleplerin, tüketici taleplerinin de oluştuğunu göreceğiz. Son dönemde Türkiye'ye yönelen talebin yönünü yeni tüketici eğilimleri şekillendirecek. Son olarak şunu söylemek lazım. Elektronik ticaret tarafı o kadar hızlı geliyor ki buraya mal yapabilmek buradaki tüketici taleplerine karşılık verebilmek giderek daha da önem kazanacak. Hem kaliteli hem bireyin kendisine özel hissettirebilecek hem de erişilebilir fiyatta olacak. Bütün bunlar işte Türk Hazır Giyim sektörünün dönüşüm yol haritasını çizecek.



AÇILIŞ KOKTEYLİ MANDARİN ORIENTAL HOTEL BOSPHORUS



SAYILARLA 14. İSTANBUL HAZIR GIYİM KONFERANSI

2 dilde (ingilizce simültane
ile) eş zamanlı canlı yayın

4 milyon görüntüleme

150 bin izleyici

9 panel

27 davetli konuşmacı

43 konuşmacı

23 konuşmacı / moderator
stüdyodan yayına katılmıştır

21 sponsor

SAYILARLA 14. İSTANBUL HAZIR GİYİM KONFERANSI

Bloomberght.com ana sayfasında masthead
üzerinden canlı yayın

Bloomberg youtube kanalı

Bloomberg periscope

3 kıtadan konuşmacılarla canlı bağlantı

Hollanda

İngiltere

Hindistan

Amerika

Yunanistan

SAYILARLA 14. İSTANBUL HAZIR GİYİM KONFERANSI

Bu izlenme sayılarının %93'ü yurtiçinden
%7'si yurtdışından gerçekleşmiştir.

Yurtdışından en çok izleyen ülkeler

- Almanya
- ABD
- Kıbrıs
- Hollanda
- Birleşik Krallık
- Fransa
- Avusturya
- Rusya
- Azerbaycan

SAYILARLA 14. İSTANBUL HAZIR GIYİM KONFERANSI

1.	 Turkey	(92.86%)
2.	 Germany	(2.25%)
3.	 United States	(0.60%)
4.	 Cyprus	(0.49%)
5.	 Netherlands	(0.41%)
6.	 United Kingdom	(0.37%)
7.	 France	(0.25%)
8.	 Austria	(0.20%)
9.	 Russia	(0.17%)
10.	 Azerbaijan	(0.17%)

bloomberght.com
🔍 🌐 ⚙️

RECODING FASHION

14. İSTANBUL KAZI ÜNİVERSİTESİ APPLANE CONFERENCE

6 Ekim 2023
Saat: 09:30 - 17:30

Bloomberg

Canlı: Bloomberght.com

TGSD

YERLEŞİMİNİZ İÇİN YERELKURUM EĞİTİMİ

KARAFİBER

6 Ekim 2023
Saat: 09:30 - 17:30

BIST 100	USD/TRY	EUR/TRY	EUR/USD	FAİZ	ALTIN/ONS	BRENT	BALTIK KURU YÜK
1.391,65	8,8992	10,3070	1,1577	18,20	1.752,21	83,01	5.409,00
% 0	% 0,3	% 0,11	% -0,19	0,00	% -0,45	% 0,35	% 2,7

SÖN DAKIKA CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN: ÜNİVERSİTE KAMPÜSLERİNİ TOPLUM VE EKONOMİYDEN KOPIKUP ALANLAR OLMAKTAN ÇIKARMALIYIZ

HIZLI LINKLER

- Fantasia
- Bitcoin
- Emlita
- Enflasyon
- Doğalgaz
- Mevduat

ÖNE ÇIKANLAR

Haberler

Libor'a veda

Tarım

Türkiye 325 bin tonluk mısır ithalatına hazırlanıyor

Haberler

Yeni Zelanda Merkez Bankası yedi yıl sonra ilk kez faiz artırdı

PİYASALAR HABERLER TARIM FINTECH ENERJİ EKONOMİ VERİLERİ KRİPTO PARA GÖRÜŞ MULTİMEDYA YAYIN AKIŞI

Istanbul ☁️ 20°

VIESSMANN

Borsa | Döviz | Emlita | Faiz

1.391,65 % 0

SKODA

SMILEY CLEVER

SPONSORLARIMIZ



14. İSTANBUL
HAZİR GİYİM KONFERANSI
14th ISTANBUL
APPAREL CONFERENCE



TGSD

6 EKİM (OCTOBER) 2021
Saat: 09:30 - 17:30

Canlı / Live:
Bloomberght.com



RECODING
FASHION

İŞ BİRLİĞİ KURULUŞLARI



iHKiB
İSTANBUL HAZİR GİYİM VE
KONFERANS KURULUŞLARI BİRLİĞİ



iTHiB
İSTANBUL TİCARET VE
HİZMETLERİ BİRLİĞİ

ANA SPONSOR



karafiber
TEKSTİL

OTURUM SPONSORLARI



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS



U.S. COTTON
TRUST PROTOCOL®
Trust in a smarter cotton future



Tencel™
Feels so right



Lenzing
Innovative by nature



TOLKAR
SMARTX

KONUŞMACI SPONSORLARI



Birla Cellulose
Fibres from nature



canias
TECHNOLOGIES



GAMA
Recycle



Kaleptik
KALE İPEK SAN. VE DİŞ. TİC. A.Ş.



MatTex



Polytropon



SERKON®
teknoloji

KONFERANS SPONSORLARI



ASTAS JUKI



AVERY
DENNISON



GALATA
İHHARLIK VE TİCARET A.Ş.



LECTRA



Permess
International



UĞUR



YKK
Little Parts. Big Difference.™

MEDYA SPONSORU



Bloomberg HT

AÇILIŞ KOKTEYLİ
GÜMÜŞ SPONSORU



ASTAS JUKI

DESTEK VEREN
RESMİ KURUM

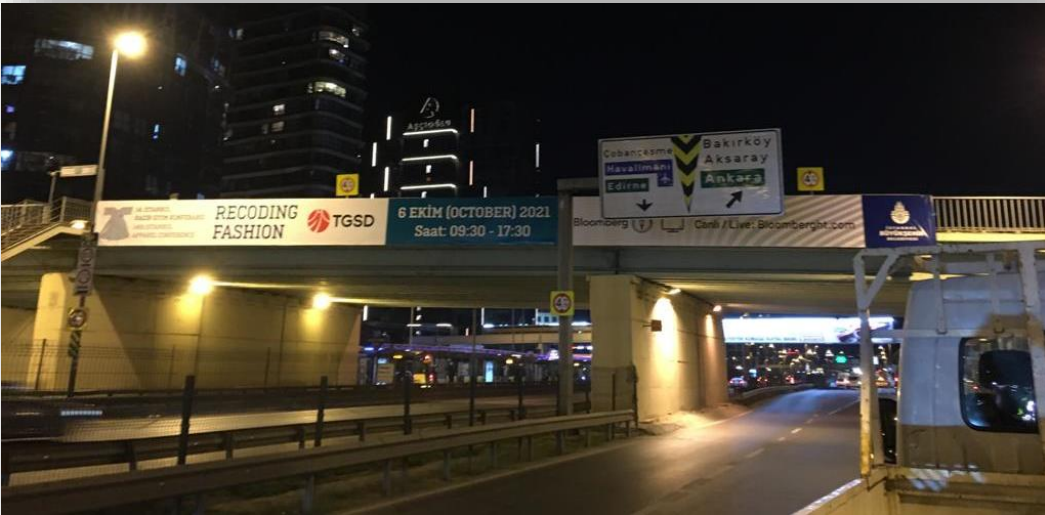
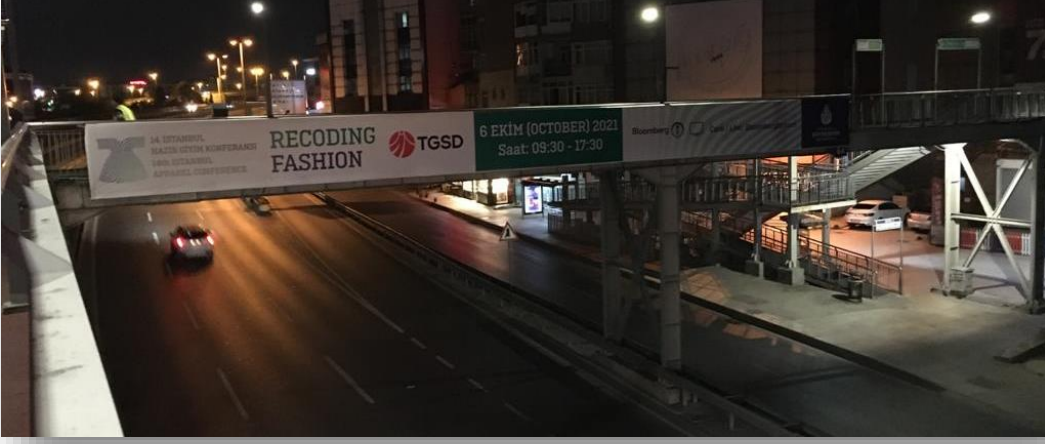


İSTANBUL
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

İBB TANITIM MECRALARI



İBB TANITIM MECRALARI



TEŞEKKÜR MEKTUPLARI

Serap Hanım merhabalar,

Ben de size, Fuat Bey'e, Ülkem Hanım'a, Züleyha Hanım'a ve etkinlikte emeği geçen tüm TGSD ekibine teşekkür ederim.

Lenzing olarak TGSD ailesinin yanında her zaman büyük bir mutlulukla yer alıyoruz.

İlettiğiniz görseller ve panel linki için de teşekkür ederim.

Yeniden bir araya gelme dileğiyle.

Selamlar.
İyi çalışmalar.

Bengi Ergon Kaya
Pazarlama Müdürü
Türkiye, Afrika, BDT Bölgesi

Lenzing Elyaf A.Ş.

Merhaba Serap Hn,

Başkanlarımızı, 23ncü dönem YK üyelerini, sizleri ve bu başarılı organizasyonda emeği geçen herkesi tebrik ederiz. Geleneksel olarak parçası olmaktan gurur duyuyoruz ve gelecekteki aktivitelerinizi dört gözle bekliyoruz.

COVID19 sonrası gerek özel gerekse iş hayatlarımız değişti. Global olarak iş yapma yöntemleri, tedarik ve üretim sistemleri de güncelleniyor. Bu önemli geçiş döneminde, 14ncü Hazır Giyim Konferansı önemli konulara temas etti, yakın geleceğe dair güzel ipuçları verdi. Tüm katılımcıların faydalandığını düşünüyorum.

Bu vesile ile tekrar gösterdiğiniz ilgi, verdiğiniz destek ve işbirliğiniz için çok teşekkürler,

Selam ve sevgilerimizle,

Güçlü Karavelioğlu
Genel Müdür / General Manager
Satış ve Pazarlama Departmanı / Sales & Marketing Department

YKK®

YKK METAL ve PLASTİK ÜRÜNLERİ
SANAYİ ve TİCARET A.Ş.