

WHY?

turkey!



**10. İSTANBUL
MODA
KONFERANSI**

**10. İSTANBUL
FASHION
CONFERENCE**

11-12 EKİM / OCTOBER 2017
ÇIRAGAN PALACE KEMPINSKI İSTANBUL



SONUÇ RAPORU
10. İstanbul Moda Konferansı
11-12 Ekim 2017

**TGSD 41. Yılını 10. İstanbul Moda Konferansı'nın
Gala Yemeği'nde Kutladı.**



**Dünya Modayı İstanbul'da konuştu.
Hazır Giyim Dünyası 10. İstanbul Moda Konferansı'nda bir araya geldi.**

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

tarafından Marka Yatırım Holding'in isim sponsorluğuyla gerçekleştirilen 10. İSTANBUL MODA KONFERANSI bu yıl, 11-12 Ekim 2017 tarihlerinde Çırağan Palace Kempinski İstanbul'da **"Why Turkey"** teması ile hayata geçti. Konferans'ta Türkiye'de hazır giyim sektörünün gücü, sürdürülebilirlik anlayışı ve bölgede rakipsiz bir iş ortağı olarak yetkinlikleri vurgulandı.



Konferans açılış konuşmalarını **TGSD Başkanı Şeref Fayat, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Türk Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım** yaptı.

Markalı ihracatımızı %50 artırma potansiyeline sahibiz.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi:

“Uluslararası bu konferansta sektörün geleceğine ışık tutacağız. Hazır giyim ve konfeksiyon ihracat rakamlarına tekstili de dahil edince, Türkiye'nin büyük ihracatçı sektörü oluyoruz. 2017'nin ilk 9 ayında 12 milyar 610 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. Geçen yıla göre halen %1.8 gerideyiz ama yıl sonuna kadar hedeflerimizi tutturacağız. Ülkemize 15 milyar dolarlık bir katma değer sunuyoruz. Bu rakamlar yeterli değil. İhracatımızı kg başına 50 dolara çıkarmalıyız. İhracatın %72-73'ünü Avrupa'ya yapıyoruz. ABD orta ve uzun vadede en büyük pazarımız. Bu pazarda ihracatımızı 2 katına çıkarmalıyız. Almanya'ya ihracatta geçen yıla oranla aynı seviyedeyiz, İngiltere'de %6 gerideyiz, İspanya'da %12 artıdayız. Tasarım, katma değerli üretim ve markalı ihracatla büyüme elde edebiliriz. Markalı ihracatımızı %50'ye çıkarabilme potansiyeline sahibiz” dedi.



“İhracatçıya 2017’de vereceğimiz hedef destek tutarı 40 Milyar Dolar”

Türk Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım olarak TGSD’nin düzenlediği konferansı ve yapılacak anlaşmaları yakından takip ediyoruz. Aktif büyüklüğü açısından 11. bankayız. Olumsuzluklara ve para politikalarına bakmaksızın değerlendirme yapıyoruz. İhracatçımıza geçen yıl 33 milyar dolar destek sağladık. Hedefimiz 40 milyar Dolar. 2016 sonunda ihracatın %23’üne destek vermiştik, 2017’de %26’sına destek vereceğiz. %25 hedefimizi bugün itibarıyla tutturduğumuzu müjdelemek isterim. Yıl sonu hedeflerimize ulaştığımızda ihracatçısına en büyük desteği veren ülkeler içinde ilk sırada olan Güney Kore’ye biraz daha yaklaşmış olacağız”





“Türkiye, AB ve küresel pazar için vazgeçilmezdir”

TGSD Başkanı Şeref Fayat, “Why Turkey?” sloganıyla, bölgenin en gelişmiş hazır giyim sektörüne sahip ülkesi olan Türkiye’nin, 2017 ve devamında hazır giyim alanında güçlü bir iş ortağı olduğunu vurgulamak istediklerini söyledi. Fayat şöyle devam etti: **“Bugün TGSD çatısı altında faaliyet gösteren üyelerimiz Türkiye hazır giyim ihracatının %60’ını gerçekleştirmektedir. Sektörün bütün değer zincirini üyelerimiz arasında görebilirsiniz. Sadece yönetim kurulu üyelerimiz 1 milyar dolar ihracat yapmaktadır. Türkiye’nin yıllık hazır giyim ihracatı 17 milyar dolar seviyesindedir. "Sektörümüz, 20\$/kg’lık ihracat kapasitesiyle en başarılı ihracatçı sektördür." Montaj sektörleriyle kendimizi karşılaştırdığımızda sıfırdan ürettiği ürünü tasarlayıp ihraç eden yönümüzle üstün bir konumdayız”** dedi.

Why Turkey ana temasıyla gerçekleşen konferans için Fayat şunları söyledi:

Bu yıl İstanbul Moda Konferansı güçlü ve iddialı bir içerikle gerçekleşecek, “Why Turkey? sloganı itici gücümüz olacak. Ülkemizin hazır giyim alanında gücünü ve vazgeçilmezliğini dünyaya duyurmak istiyoruz. Türkiye hazır giyim için en doğru yatırım ülkesidir.

Türkiye’ye yatırım yapmak konusunda yabancı yatırımcılara sayısız neden sunuyoruz. Belli başlı nedenleri burada sıralamak istiyorum;

- Türkiye bölgedeki dezavantajlı durumlara rağmen vazgeçilmezliğini korumaktadır.
- Bölgesinde ful paket üreten yakın coğrafyadaki tek ülkedir.
- Lojistik açıdan benzersiz bir konuma sahiptir.
- Üretim konusunda tüm tedarik zincirini kendi sınırları içinde barındırmaktadır.
- Hazır giyimde iğneden ipliğe her şey koli bandına kadar Türkiye’de üretilir ve gönderilir.
- Ar-ge, Ür-ge, tasarım, kumaş, konfeksiyon dahil tüm süreçlerin gerçekleştirebildiği tek gücüz.
- Bizim sektörümüzün ticari geleneğinde sözlerin tutulması, hız ve zamanında teslim, etik iş anlayışı hakimdir. Uluslararası ticarete var olmanın ön koşulu etik standartlara sahip olmanızdır. İşçilerinize sağladığınız çalışma koşulları, kurumsal vatandaşlık anlayışınız, çevreye duyduğunuz sorumluluk belirleyicidir. Sürekli inovasyona olan adanmışlığınız, dijitalleşme seviyeniz, işinizin ve sektörünüzün sürdürülebilirliği konusunda performansınız önemlidir. Böyle bir iş ortağı ülke AB ve dünyanın geri kalanı için vazgeçilmezdir” dedi.

10. İstanbul Moda Konferansı'nın isim sponsoru da olan Marka Yatırım Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mine Tozlu** ile JLL Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı **Avi Alkaş** “**Hazır Giyimde Pazar Büyütme Stratejileri: “Brand Plus Department Store”** oturumunda bir araya geldi.



Yeni perakende formülü: Brandplus

Marka Yatırım Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mine Tozlu

10. İstanbul Moda Konferansında «Türk giyim markası» bilincini oluşturmayı, değerini güçlendirmeyi, düşük fiyat rekabetini katma değerli ve markalı ihracata çevirerek ülke ekonomisinde değer yaratacak yeni bir perakende modeli sundu. Markalaşma yolunu kısaltan perakende formülü BrandPlus'ta Türk üreticileri tek çatı altında topluyor. İlk kez 10. İstanbul Moda Konferansı'nda gündeme gelen BrandPlus, tek bir mağaza yatırım bedeli ile 30 farklı lokasyonda satış yapma imkanı sunarken küresel pazarda var olmak isteyen Türk üreticilere markalaşma yolunda test sürüşü yapma olanağı da sunuyor.

“Organize Perakende Bölgeleri kurmalıyız”

JLL Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Avi Alkaş: “Biz bir tekstil ülkesiyiz ve çok ciddi bir birikimimiz var. Bugün Avm’lerde yabancı markalar LC Waikiki’nin, Damat’ın, Koton’un yanında yer istiyor. Biz bundan sonra “Organize Perakende Bölgeleri” kurmalıyız. Yakın coğrafyadan başlayarak Balkanlar ve Orta Doğu başta olmak üzere Türk hazır giyim markalaşması için çalışmalıyız. BrandPlus bize bu yolu kısaltacak” dedi.



Nigel Gosse

The Woolmark Company
Birleşik Krallık ve Türkiye
Ülke Müdürü



Türkiye'nin markaları ihracat yolculuğunu anlattı. Dünyaya açılan vitrinimiz: LC Waikiki, Koton, Damat, Mavi

Türk perakende markasını küresel pazarda temsil eden üç büyük Türk markası da Konferans'ta yerini aldı. **LC Waikiki Ceo'su Mustafa Küçük, Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu ve Koton Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Yılmaz, Türkiye'nin Markaları & Markaların İhracatı** oturumunda konuşma yaptı.



Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu:

“Yüzde 95’ini ülkemizde üretiyoruz” Hammadde aldığımız Avustralya’ya bugün son mamul ürün ihraç ediyoruz. Sidney’de 2. mağazamızı açıyoruz. Geçmişte bugünleri hayal edemezdik. Bir ülke sahip olduğu markaları kadar zengindir. Ana stratejiyi iyi kurgulamalısnız. Her segmentte var olma çabasına girmedik, kendi segmentimize odaklandık. “Ulaşılabilir lüks” kavramına odaklandık. İki yıldır hedefimiz İtalya. Bugün İtalya’da 9 noktada varız. 5-6 ay içinde 18 mağazaya çıkacağız. Azerbaycan’da 5 mağazamız var, Filistin’de de İsrail’de de varız. 2015 yılında en büyük yatırımımızı üretime yaptık. Teknoloji olarak Avrupa’nın sayılı üretim yatırımlarından birine imza attık. Gerçek katma değere odaklanıyor, 3 bin kişi istihdam ediyoruz. İhracatımızın%95’ini kendi ülkemizde üretiyoruz. Bir isteğim var: Yabancı hayranlığından kurtulup, kendi markalarımıza inanalım. Biz mağazacılığı ve perakendeyi öğrendik, büyük fırsatlar bizi bekliyor. Yeter ki Türk markasının gücüne inanalım.



LC Waikiki Ceo'su Mustafa Küçük: “Marka eksliğimiz yok lider eksliğimiz var”

Üreticiydik, sadece üretim yatırımı yapıyorduk. Taklitlerimizin önüne geçmeye çalışırken lisansını aldık. Toptan satışla küçük bir mağazada 1990'larda satışa başladık. 1997 yılında LC Waikiki'yi satın aldık. Üretimle perakendeyi ayırıp mağazalaşmaya geçiş kararı aldık. 2010 yılına kadar iç pazarda var olacağı z sonra dünyaya açılacağız demiştik. Doğru zamanda doğru kararı almak çok önemli. Geliştirdiğimiz markanın segmenti doğru seçildi. Tek bir alanda uzmanlaşacağız dedik ve farklı alanlara yatırım yapmama kararı aldık. Vizyon ve misyonu belirlerken “Neden?” sorusuna yanıt aradık. Niye Türkiye markası çıkmıyor sorusunu sorguladık. Dar gelirli bir aileden geliyorum. “İyi giyinmek herkesin hakkı” felsefesinden yola çıktık. Mütevazı ve çift kanatlı liderler yetiştirmeye özen gösteriyor hep öğreniyoruz.



LC Waikiki olarak, 450'si Türkiye'de, 450'si yurtdışında toplam bine yakın mağaza ile 35 ülkede faaliyet gösteriyoruz. Her yıl 150 mağaza açılıyor. Ben nerede mağaza açılıyor ilgilenmiyorum. Türkiye'nin marka eksliği yok lider eksliği var. Ben zamanımı ekip yetiştirmeye harcıyorum.

Global marka olabilmeniz için global tedarik zinciriniz olmalı. Bizim tedarikçimizin %80'i Türkiye'den karşılanıyor. Bu aslında doğru değil. Konfeksiyon tarafı talebe cevap veremiyor. Türkiye'de konfeksiyonda istihdam edilecek işgücü yok. İşsizlik bu kadar yüksekken konfeksiyon işçisi neden bulamıyoruz, sorgulamalıyız. Dış giyim üretecek üretici arıyoruz. Tedarik altyapımıza yatırım yapmalıyız. Bizim yerimize Turquality çatısı altında konfeksiyoncuya, kumaşçıya teşvik verilmeli.

Markalaşmak isteyenlere tavsiyem: Hazır olmadan Batı'ya açılım yapılmamalı. LC Waikiki olarak biz halen Batı'da yokuz. Önce var olduğumuz ülkelerde büyüyecek, markalaşacağız. 2020'ye kadar hazırlığımızı yapacağız. Batı'da Zara'nın yanında 2023'te Türk markası olarak LC Waikiki'yi görebileceksiniz.





Koton Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Yılmaz: “Hammadde ve kumaş üzerindeki vergi indirilmeli”

Türk markaları çok doğru zamanda Türkiye’de gelişim sergiledi. Türkiye bugün Avrupa’da avm mevcudiyeti açısından çok önemli konumda. 25 metrekarelik bir alanda ihracat fazlası alıp satarak işe başladık. Zamanla, üretim yapmayı, koleksiyon yapmayı ihracat yapmayı öğrendik. 2000’de 10 mağazamız varken Türkiye’de bugün 299 mağazamız var. Ferah mağaza yapısı, bol çeşit, uygun fiyat arayan tüketici beklentilerini hep ilk sırada tuttuk ve buna özen gösterdik. Fast fashion mass markette başarılı olmanın tek alternatifi. Bunu her ortamda deneyimliyoruz. 186’sı yurtdışında toplam 485 mağazamız var. İK’nız girişimci gibi davranan bireylerden oluşmalı. İK’ya ve altyapıya yatırım yaparak hedefimiz, bir dünya markası yaratmak.

Tedariğin %80’ini Türkiye’den temin ediyoruz. Dünyanın en pahalı kumaş ve hammaddesini kullanıyoruz. Hammadde ve kumaş üzerindeki vergi indirilmeli. O zaman %90’ını Türkiye’den satın almamak için bir neden yok. Dünyanın sayılı moda ekosistemine sahibiz. Bu gücü, bu potansiyeli ekosisteme yarar sağlayacak bir yaklaşımla geliştirmeliyiz.



Alain Prost

Marka Danışmanı



Öğle Yemeği sonrasında ise **Acapella Ses Ver Sus** grubu canlı orkestrasyon seslerle sahneledikleri performansları ile dinleyenlere güzel dakikalar yaşattılar.



Türkiye ve Pamuk Dünyası

Marsha Powell, Cotton Council Int.&Cotton Inc. Türkiye Program Direktörü



Mavi Jeans Kategori Direktörü Emre Kurtoğlu ve SANKO Holding Yönetim Kurulu Başkanı Abdülkadir Konukoğlu da sektörel bilgi birikimini ve markalaşma yolculuğunu aktardı.



Markalaşmada Bir Başarı Hikayesi:

Mavi Jeans Mavi Jeans Kategori Direktörü Emre Kurtoğlu:

“%100 Türk üreticilerle çalışıyoruz” 1991’den önce kurucumuz denim üretirken markalaşmaya gidiyor ve Mavi Jeans ile 1996’da pazar lideri oluyoruz. 1997’de herkes doğuya giderken biz Batı’ya giderek Amerika ve Kanada’da sonra Almanya ve Hollanda’da yatırım yaptık. Bugün Rusya’da 11 mağazamız var.

2009 yılından sonra sadece denim yetmez diyerek kadın-erkek-çocuk üst giyimi de dahil ettik. 35 ülkede 6 şirketimizle faaliyet gösteriyor, 5.000’den fazla mağazada 3.500’e yakın çalışanımız bulunuyor. “Kaliteli olmalı, hayat standardımı yansıtmalı, üstüme tam oturmalı” tüketici beklentisine yanıt olduk. Ciromuz: 1.3 milyar TL. Türkiye’nin 142. şirketiyiz. 2014-2016 büyüme oranınız %21. 80 ilde 331 mağazaya sahibiz. Mavi’yi marka, markayı moda yaptık. E-ticaret platformumuzda birleşik büyüme %39. Gurur duyuyoruz ki; %100 Türk üreticilerle çalışıyoruz.



Tekstilde Neden Türkiye?

Abdülkadir Konukoğlu, Sanko Holding Onursal Başkanı

“Hafif bulut da olsa güneşli günler bizi bekliyor”

Dünyada tekstil dendiğinde her zaman Türkiye’nin bayrağı dalgalanacak. Bugün konfeksiyon işçisi bulamıyoruz. Tekstil en fazla istihdam sağlayan, en katma değerli sektör. Kumaş konusunda çok ilerdeyiz. Tasarımda geliyoruz. Çantamızı alıp dünyayı gezeceğiz. Türkiye’de hafif bulut olsa da güneşli günler bizi bekliyor.

“Sürdürülebilir Gelecek için İş Birliği” Oturumu

Lenzing'in katkılarıyla

Moderatör: **Esra Ercan**, Spring Near East Manufacturing Yönetim Kurulu Başkanı

Konuşmacılar : **Jason Kibbey**, Sustainable Apparel Coalition (SAC) CEO'su
Peter Bartsch, Lenzing Sustainability Direktörü
Serkan Tanka, H&M Türkiye Müdürü



“Hazır Giyimde Teknolojik Gelişmeler: Sanayi 4.0” Oturumu - Glengo'nun katkılarıyla

Moderatör : Aykut Vural, Glengo Teknoloji Yönetim Kurulu Başkanı

Konuşmacılar : Joachim Hensch, Hugo Boss Tekstil Sanayi Genel Müdürü

Levent Nart, Nart Sigorta&Reasürans Brokerliği AŞ. Yönetim Kurulu Başkanı

Michael J. Lock, Gerber Technology Global İş Geliştirme Direktörü

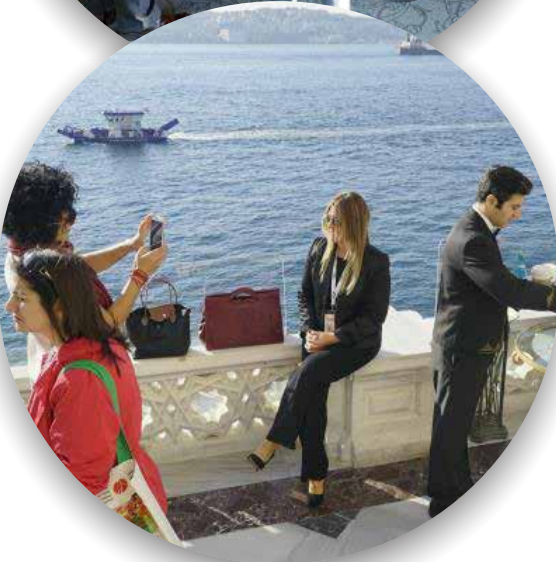


Modanın Yeni Yaratım Alanları ve Dijital Dönüşüm Oturumu - İMA' nın katkılarıyla**Moderatör : Gülin Girişmen,**

İstanbul Moda Akademisi (İMA) Tekstil & Moda Tasarımı Bölüm Başkanı

Konuşmacılar : Pascaline Wilhelm, Première Vision Moda Direktörü**Arzu Kaprol,** Moda Tasarımcısı**Ece Gözen,** Moda Tasarımcısı

FUAYE ALANI



İKİLİ GÖRÜŞMELER (B2B)

T.C. Ekonomi Bakanlığı tarafından desteklenen konferansa Bakanlığın yurtdışı tanıtım faaliyetleri çerçevesinde yabancı firma temsilcileri davet edildi.

Konferansın ikinci günü, tüm gün süren İkili İş Görüşmelerine (B2B), 50 alım grubu katıldı. Ekonomi Bakanlığı'nın desteklediği B2B görüşmelerinde bu yıl alım grupları ile yerel üreticiler arasında 1000'e yakın görüşme yapıldı. Türkiye'ye yönelik güvenlik kaygılarının yaşandığı bir dönemde, önceki yıla göre yapılan görüşmelerde yüzde 20 artış yaşanması sektörde olumlu olarak karşılanıyor. Konferans kapsamında gerçekleşen B2B görüşmelerinde alım ofislerinin potansiyel olarak orta vadede ihracata 1 milyar dolar katkı sağlayacağı düşünülüyor.

ALIM OFİSLERİ

- . ABİTEKS
- . ADİL IŞIK
- . ANNA LAUDEL
- . ANT DIŞ TİCARET
- . BESTSELLER
- . BIS TEXTILES
- . BOYNER
- . CARREFOUR
- . CELTIC SOURCING
- . COMAB
- . CONNOR INT. SOURCING
- . CONTEX
- . DEFACTO
- . DECATHLON
- . EDPA
- . EL CORTE INGLES
- . FRENCH CONNECTION
- . GAIA SOURCING
- . GROUPE BEAUMANOİR
- . H&M
- . HERMES OTTO
- . K&L RUPPERT
- . KOTON
- . LC WAIKIKI
- . LEFTIES
- . LI & FUNG
- . MARKS & SPENCER
- . MİNO TEKSTİL
- . NEW LOOK
- . NOVATEKS
- . PERSEUS
- . RSR TEKSTİL
- . SONGUR MÜMESSİLLİK
- . SPRING NEAR EAST MANUFACTURING
- . SUPERGROUP MÜMESSİLLİK
- . TEKSPERT
- . TRENDYOL
- . TUREKS / GÜNSAN DANIŞMANLIK
- . ULTIMO
- . VARNER
- . VF
- . BVB MERCHANDISING (ALMANYA)
- . ELEGANCE (YUNANİSTAN)
- . PLMD LTD. (BULGARİSTAN)
- . VIDEA MARKET LTD. (BULGARİSTAN)
- . SPLEXS (HOLLANDA)
- . AZ PLUS (TUNUS)
- . ITHAAD AL NASEEM SERVICES LLC (UMMAN)
- . NADA AL ZAMRED MODERN PROJECTS (UMMAN)
- . C&A (ALMANYA)

B2B ALANI

850

Kayıt

50

Alım Ofisi

1000

B2B Görüşmesi

4

Panel Oturumu

8Yabancı
Konuşmacı**27**

Konuşmacı

30Sponsor & Destekçi
Kuruluş**30**

Basın

NE DEDİLER?

B2B görüşmelerde örme imalatçıları çoğunlukta olmak üzere 20'ye yakın üretici ile görüştük. Bir kısmı ile görüşmelerimiz devam ediyor, diğerleri ile de arayışlarımızı paylaştık. Organizasyonun 2. günü bizim için verimli geçti. Zamanlama ve geçişler sorunsuz ve yerindeydi. İleriki senelerde de verimli olacağını düşünüyoruz.

Cem Öztat
H&M

B2B görüşmeleri bizler açısından çok verimli geçti, yeni iş ortaklıkları kurmak anlamında bu organizasyonun hem markalar hem üreticiler için çok faydalı olduğunu düşünüyorum ve teşekkürlerimi sunuyorum.

Yücel Keser
DeFacto

TGSD tarafından organize edilmiş olan 10.İstanbul Moda Fuarı'nda Boynergrup olarak 21 yeni üretici ile B2B görüşmeleri yaparak üretici portföyümüze çeşitli alanlarda yeni üreticiler ekleme şansı yakaladık. Bu sene geçen senelerden farklı olarak Çırağan Sarayı'nın seçilmiş olması, hem toplantılarda ferah bir ortam sağlanmasına hem de toplantı aralarının daha keyifli geçmesine olanak sağladı. Her şey için tekrar çok teşekkür ederiz. 11.Modakonferansı'nda tekrar görüşmek dileğiyle...

Birsen Şehirli Tor
Boyner

10. İstanbul Modakonferansı bu yıl da Hermes Otto International için çok verimli geçti. Birinci gün konuşmacı olarak katılan sektörün önemli isimleri hem güncel olaylar hakkında fikir ve öneri paylaştılar hem de sektörü gelecekte etkileyebilecek konular hakkında öğretici sunumlar yaptılar. İkinci gün de ise üretimle alakalı her türlü ihtiyacımıza göre bir çok imalatçı ile tanışma fırsatını yakaladık. TGSD'nin ev sahipliğinde gerçekleşmiş olan bu etkinliğin önümüzdeki yıllarda daha da artan konuşmacı ve katılımcı sayısı ile tekrar organize edilmesini temenni ediyoruz. Son olarak organizasyonda emeği geçen TGSD ekibine sonsuz teşekkürler. İyi ki varsın TGSD.

Ömer Tayan
Hermes Otto

Teşekkürler başarılı organizasyon için..

Gaye ERSAVCI
EDPA

B2B toplantılarına katılımımızdan genel olarak bu sene de memnun kaldık. Amacımız mümkün olduğunca üretici ile bir araya gelip firmalarını tanıtmaya şans verilebilmek. Sektöre bu anlamda desteğimizi her zaman sürdürmek istediğimizi ve önümüzdeki yıl da katılımında bulunmayı arzuladığımızı iletmek isteriz

Cenk Yerlikaya
Varner

Size bu güzel organizasyon için teşekkür ederim. Bir sonraki toplantıda görüşmek dileğiyle..

Mehmet Tokatlı
Comab

Çok teşekkür ederiz, umarım bir sene sonra tekrar görüşebiliriz

Fatih Aslaner
RSR

BILLBOARD



ÜST GEÇİT VE ELEKTRİK DİREKLERİ



KONFERANS SPONSORLARIMIZ






DESTEK VEREN KURULUŞLAR









OTURUM SPONSORLARI










B2B ALAN SPONSORU



YAKA KORDONETİ SPONSORU



ÜRÜN SPONSORLARI




FUAYE SPONSORLARI









B2B SERGİ KATILIM SPONSORLARI






HİZMET SPONSORU



www.istanbulmodakonferansi.com

www.tgsd.org.tr

twitter.com/TGSD
facebook.com/TGSD1
[tgsdoffical](https://tgsdoffical.com)

B2B SPONSORLARIMIZ








TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI
Katkıları ile

B2B ALAN SPONSORU



3'LÜ KAPSÜL








2'Lİ KAPSÜL










1'Lİ KAPSÜL










www.istanbulmodakongresi.com
www.tgsd.org.tr

twitter.com/TGSD
facebook.com/TGSD1
[tgsdoffical](https://tgsdoffical.com)