



EURATEX İSTANBUL KONGRESİ & 12. İSTANBUL MODA KONFERANSI

2-3 Ekim 2019
Çırağan Palace Kempinski

SONUÇ RAPORU

BETTER
TOGETHER

AÇILIŞ KONUŞMALARI

TGSD Başkanı Hadi Karasu selamlamanın ardından tüm gün sürecek konferansın teması ve içeriği hakkında bilgi verdi. 12'ncisi düzenlenen İstanbul Moda Konferansı'nın bu yıl küresel ölçekte bir adım daha büyütüldüğünü söyleyen Karasu, her yıl TGSD çatısı altında buluşulan konferansın bu yılki temasının "Better Together" yani tekstil ve hazır giyim sektörünün "Birlikte Daha İyi" olduğunu vurgulayan bir tema ile düzenlendiğini belirterek, temaya uygun olarak **İstanbul Moda Konferansı'nın** bu yıl Türkiye'nin 4 önemli sektörel kuruluşu ve Avrupa Hazır Giyim ve Tekstil Konfederasyonu (EURATEX) ile birlikte düzenlendiğini hatırlattı.

Bu işbirliğinin bir diğer öneminin, konferansla birlikte aynı zamanda EURATEX Kongresine de ev sahipliği yapılıyor olduğuna vurgu yaptı. Karasu; EURATEX, Avrupa Komisyonu'nun sektörle ilgili kararlarında sıklıkla görüş aldığı referans bir sivil toplum örgütü olması açısından Türk Tekstil ve Hazır Giyimi için ayrıca önemlidir." diyerek EURATEX Başkanı Alberto Pacanelli'ye, Yönetim Kuruluna ve profesyonel ekibe teşekkür etti ve konuşmasına şöyle devam etti;

Bu yıl ki temamız, aslında geçen seneki sürdürülebilirlik temamızın bir devamı. İki tüm gün sürecek maratonumuzda, işbirliğinin, sektörümüzün tamamen sürdürülebilir hale dönüştürülmesi sürecindeki önemine vurgu yapacağız. Burada gerçekleşecek sunumlar, konuşmalar ve tartışmalar, aslında Türkiye'deki tekstil, moda ve hazır giyim sektörünün de gündeminde olan ve her geçen gün adını kendinden daha sıklıkla bahsettiren döngüsel ekonomi ve dijital dönüşüm bağlamında yapılacak. Konferansın artık ayrılmaz parçası haline gelen yine büyük bir organizasyonumuzda ertesi gün devam edecek B2B görüşmeleridir. Bu yıl 100 firmamız 50 civarında alım grubu ile randevulaştı. B2B'ler ile her yıl yüzlerce yeni işbirliğinin temelini atarak bir başka misyonumuzu daha yerine getiriyoruz.



Müştereken yapılan Moda Konferansımız ve EURATEX Kongresi'nin bu anlamda hepimiz için faydalı tartışmalara vesile olacağına inanıyorum. Zamanı ekonomik kullanmak için sadece bir konunun altını çizmek istiyorum. Dünyayı şekillendiren konuları önceliğine alarak masaya yatırmaktan ve bu konularda sorumluluk almaktan çekinmeyen Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi, bütün yan sanayi dalları ile birlikte entegre donanıma sahip, güçlü bir ekosistemi olan, Dünyada Çin ile birlikte iki ülkeden biri olmanın yanı sıra, sürdürülebilirlik konusunda güçlü bir altyapıya sahiptir. Yani Türkiye olarak, kapasite ve vizyonumuzla, Dünya Moda Endüstrisi'nin yakın geleceğinde bugünden çok daha fazla ve güçlü bir sese kısa zamanda sahip olacağımıza inanıyorum. Ülkemize ve dünyamıza katkılarından dolayı Türk Moda Endüstrisi ve onu Dünyada temsil ediyor olmaktan gurur duyuyorum.

Karasu sözlerine son verirken organizasyonda emeği geçen EURATEX, İHKİB, İTHİB, TTSİS Profesyonel ekiplerine ve her satırında imzası olan TGSD Konferans Çalışma Grubu'na ve Yönetim Kurulu'na ayrıca teşekkür ederek konuşmasını tamamladı.

Ardından sahneye çıkan **TTSİS Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Hamdi Topbaş** Sendikanın, tüm ülke sathında faaliyete geçtiği 1962 yılından günümüze, tekstil ve hazır giyim sanayinde işveren ve çalışanlarımız arasındaki iş barışını tesis ettiğine vurgu yaptı. Bu önemli görevinin yanı sıra, tekstil ve hazır giyimde tam entegre yapının korunması ve katma değerinin yükseltilmesi maksadıyla yapılan tüm projelere tam destek sağladığına dikkat çeken Topbaş, günümüzde, tedarikçisi olduğumuz büyük markaların üzerinde önemle durduğu "Sosyal uygunluk", "çalışan haklarının korunması" ve "sürdürülebilirlik" konuları, Sendikanın yıllardır savunduğu örgütlü çalışma koşullarının da temelini oluşturduğunu vurguladı. Teknolojinin baş döndürücü hızıyla sektörümüzde değişen iş yapma modelleri, Sanayi 4,0'a uyum süreci, çalışma hayatındaki yeni normlar, Sektörümüzde daha fazla işbirliği gerektirdiğini söyleyen Topbaş, gerçekleştirilen EURATEX konvansiyonu ve İstanbul Moda Konferansı'nın, bu işbirliğinin güzel bir örneğini teşkil ettiğini hatırlatarak konuşmasını tamamladı.



Ardından söz alan **İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz,**

Hazır giyimin tekstilden ayrı düşünölemeyeceğini, tıpkı hazır giyim gibi tekstil endüstrisi önemli bir değişim ve dönüşüm süreci yaşadığını, İTHİB olarak 4 binin üzerinde üye ve ölkemiz için tüm bu süreçlerin yakından takip edildiğini belirtti. Pazar payımızı daha da artırmak için yenilikleri takip etmek, dünyanın evirildiği yönleri görmek ve buna uygun projeler üretmek zorunda olduğuna dikkat çeken Öksüz, “Sürdürülebilirlik” ve “teknik tekstil” geleceğimizi belirleyecek iki önemli başlık olarak önümüzde durduğunu belirtti. Öksüz sözlerine şöyle devam etti; Bizim de yakından takip ettiğimiz “sürdürülebilirlik” hem kaynakların verimli kullanılması hem de ticaretin ana argümanları arasında ilk sıralara çıkması açısından önem taşıyor. AR-GE ve inovasyon faaliyetlerinin en başarılı ve katma değeri yüksek çıktılarını teknik tekstil ürün grubumuzdan alıyoruz. Zira dünyada nanoteknolojik akıllı tekstil ürünleri konuşuluyor. Teknik tekstil inşaattan medikale, otomotivden savunma sanayiine kadar birçok alanda kullanılıyor. Bu süreçte EURATEX İstanbul Kongresi ve İstanbul Moda Konferansı’ndan edineceğimiz bilgiler sektörümüze ışık tutacak, geleceğimizi aydınlatacak.

Bu iki organizasyonun bizlere dünyadaki yeni trendleri, farklı bakış açılarını bir arada sunacağına inanıyorum, diyerek konuşmasını tamamladı.

Bu inançla hepinize sevgi ve saygılarımı sunuyorum.

Son olarak söz alan **İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe,** Hazır giyim sektörünün Türkiye ekonomisinin geçmişinde iz bıraktığını, gelecek için de söz verdiğini belirten Gültepe ,sektörün aynı zamanda ‘Küresel Oyuncu olduğuna dikkat çekti.

Gültepe konuşmasına şöyle devam etti; Üretimde marka; Hızlı modada lider ölkemiz.

3 haftada sipariş teslim edebiliyoruz. Daha da önemlisi küresel ölçekte en az 5 marka çıkarmak istiyoruz. Bu noktaya tüm paydaşların dayanışması ve ‘ortak akıl’ ile geldik. Katma değerli, markalı üretim ile dünyanın 3’üncü büyük tedarikçisi olmayı hedefliyoruz. İstanbul Moda Konferansı için bir araya gelen sektör bileşenleri olarak bu hedefe inanıyoruz. Kamu otoritesinin desteği arkamızda. Yani özel sektör ve kamu otoritesi olarak aynı hedefe kilitlenmiş durumdayız. Önümüzdeki süreçte oyunun kuralını Endüstri 4.0 ve sürdürülebilirlik belirleyecek. Kurumsal sosyal sorumluluk; Sürdürülebilirlik konusunda güçlü bir alt yapımız var. Konferansın temasında olduğu gibi biz **‘birlikte daha iyiyiz’.** Sektör bileşenlerimize EURATEX’in verdiği katkıyı çok önemsiyorum, dedi. Mustafa Gültepe, EURATEX Başkanı Alberto Paccanelli ve ekibine katılımları için teşekkür ederek konuşmasını tamamladı.



EURATEX Yönetim Kurulu Başkanı Alberto Paccanelli de konuşmasında İstanbul'da olmaktan ve Türk hazır giyim giyim endüstrisi ile işbirliği yapmaktan büyük bir gurur duyduğunu söyledi. EURATEX'in 170 bin şirket ve yaklaşık 1,7 milyon çalışan ile 180 milyar Euro ciro yarattığını hatırlatan Pacanelli, şöyle devam etti:

"Türkiye tekstil ve hazır giyimde AB'nin üçüncü büyük tedarikçisi. İki taraf arasında ekonomik ve ticari ilişkiler son 10 yıldır büyüyor. Ekonomilerinin gelişimi için AB ve Türkiye arasında güçlü bir ortaklık çok önemli. AB ile Türkiye arasında Gümrük Birliği var, ancak mevcut koşullarda yeterli değil. Güncellenmiş bir Gümrük Birliği, karşılıklı yararlarla ilişkilerimizde yeni bir ilerleme sağlayabilir. AB ve Türkiye tekstil endüstrileri olarak biz ticaretin önündeki teknik engellerle mücadelenin öncelikli olduğu konusunda anlaştık. Ancak her iki taraftaki politik kaygılar bu modernleşme sürecini durdurduğu için üzgünüz. Liderlerimizi ekonomiyi ilk sıraya

koymaya çağırıyoruz; servet üreten ve iş yaratan ekonomidir. Türkiye ve AB tekstil endüstrileri kısıtlama olmadan ve daha verimli ve daha fazla çalışmak zorunda." dedi.



TİCARET VE SANAYİ OTURUMU



Oturum moderatörü **EURATEX Genel Koordinatörü Dirk Vantghem** tüm katılımcılara günün ilk oturumuna “hoşgeldiniz” diyerek söze başladı ve şöyle devam etti: “Sizinle bazı detayları paylaştıktan sonra sözü panelistlerimize bırakacağım. Daha önce de belirtildiği gibi tekstil global bir değer zincirine sahip olan bir sektör. Bu da elbette global kurallar gerektiriyor. Avrupa’da sektöre önemli etkileri olacak bir BREXIT hikayesi var, bunun yanında yine sektöre etkisi olacak olan Amerika ve Çin arasındaki

durumu yakından takip ediyoruz. Elimde bu sabah şans eseri denk geldiğim, bu güncel durumların global ticarete olan etkisini inceleyen bir makale var. Bu makale önümüzdeki yıldaki global ticaret hacminin yüzde elli düşeceğini öngörüyor. Kısaca dünya ticareti anlamında bir kez daha zor bir dönemle karşı karşıya olduğumuzu söylememiz gerekiyor.”

Ardından panelistlere dönen **Vantghem**: Dünya Ticaret Örgütü’nün bu yıl için %1.2’lik bir büyüme beklendiğini ilan ettiği, bunun yanı sıra tüm dünyada ticaret savaşlarının arttığı bir dönemde tekstil ve hazır giyim sektörünün nasıl etkileneceğini sorarak paneli başlattı.





Uluslararası Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Han Bekke

sözlerine başlarken TGSD ile dostluğunun 30 yılı aşkın bir süreyi kapsadığına vurgu yaptı. TGSD önceki dönem başkanlarından Hasan Arat ile ilk kez Türkiye’de 1996 yılında yapılan IAF konferansını ve akabinde ilerleyen yıllarda ikinci kez Umut Oran Başkanlığı döneminde de bu konferansın tekrarlandığını hatırlattı. 30 yılda Türk hazır giyim ve tekstil sektörünün çok geliştiğini belirten Han Bekke, günümüzde ABD, Türkiye ve Çin arasında bir ticaret savaşının olduğunu, iklim değişikliği ile ilgili tartışmaların hız kazandığı bir döneme girildiğini ve Körfez bölgesinde yaşanan gerginliklerin olduğuna dikkat çekti.

Han Bekke konuşmasında, önümüzdeki dönemde finansal sıkıntıların küresel çapta giderek daha çok hissedileceğini, artan nüfusun 2050’ye gelindiğinde nasıl doyurulacağı ve giydirileceği gibi önemli bir konunun masada olduğunu belirtti. Öte yandan, siyasi ve finansal sıkıntılar olsa da, büyümenin de devam ettiğini hatırlatan Bekke, IMF’nin küresel olarak %3.5’lik büyüme

beklentisi açıkladığını hatırlattı. Hindistan’daki büyümenin %7 olması beklenirken, AB ve ABD’de ise ortalama %2’nin altında bir büyüme bekleniyor. ABD’nin 2020 büyüme oranı %1.9 civarında bekleniyor bu nedenledir ki Başkan Trump, FED’den faiz oranlarını düşürmesini istiyor. Buradaki amaç, tüketimi artırmaktır.

Zayıflamakta olan önemli ihracat pazarlarına bakıldığında ABD ve Çin arasında jeopolitik ve siyasi anlamda güç hakimiyeti için mücadele veriyorlar. Bilindiği üzere IMF, DB ve WTO gibi Ekonomi kurumlarının ortaya çıkmasında ABD’nin rolü var. Artık süre gelen uluslararası anlaşmalarda yeni bir yaklaşım hakim, buna göre güce dayalı anlaşmalar öne çıkmaya başladı. Nitekim bugün ABD’nin Çin ithalatını kısmak amacı ile koyduğu ilave vergiler gibi BREXİT gibi belirsizliğini koruyan konular gündemimizi giderek daha çok meşgul etmeye başladı. Bu belirsizliklerin korumacılık ile sonuçlanması söz konusu. Geldiğimiz noktada Çin, ABD’de zemin kaybediyorken bu durum Türkiye gibi ülkelere yeni pazarlar sunabilir öte yandan bu durum Çin’in bu sefer de AB’de güç kazanmasına vesile olabilir buna dikkat etmek gerekli. Bu durum yatırımlar üzerinde etkisi olacaktır. Böyle belirsiz bir ortamda alıcıların da ihtiyaçlarını nereden karşılayacaklarına dair bir karar vermesi gerekiyor. Belirsizlik yeni bir norm haline gelmiş durumda. Endüstri için ticaret ortamına baktığımız zaman sürdürülebilirliğin ticaret politikalarının ve satın alma kararları üzerindeki etkisinin giderek arttığını görüyoruz. Hazır giyim ve tekstil sektörünün kirlilik üzerinde önemli bir etkisi olduğu gerçeğinden yola çıkarsak ülke politikaları ve markalar bu konuda giderek artan bir oranda bir takım inisiyatifler üzerinde çalışıyorlar.

Görülen o ki yeni dengelerden en çok hazır giyim ve tekstil sektörü etkilenecektir.

Ayrıca üretimde Uzak doğudan Avrupa’ya doğru bir kayış görülüyor. Portekiz’de yeni bir kapasite oluşuyor. Hatta ben şahsen, Hollanda’ya üretimin tekrar geri döneceğini düşünüyorum bu dönüş yeni üretim teknikleri sayesinde olacak. Perakendede yapılanlara bakılırsa eski ve alışılmış yapıların gözden kaybolduğunu göreceksiniz. Yeni dönem tedarik zinciri için de iyi bir işbirliği gerekiyor. Pazara hızlı ulaşım artık çok daha önemli olacak. Türkiye’nin coğrafi konumu burada dikkat çekiyor ve bir avantaj yaratıyor. Bekke, salona seslenerek “Gördüğünüz gibi gelecek sizler için hiç de kötü değil dedi.”

Moderatör, Han Bekke'nin ardından Sözü **ABD Moda Sanayi Derneği Başkanı Julia Hughes'a** verdi.

Sözü alan Julia Hughes ABD'nin ticaret politikasında neler olduğuna ve bunun moda markalarına, perakende ve üreticiler üzerindeki etkisini anlatan bir konuşma yaptı. Hughes, uluslararası kurumların eski işlevini yitirdiğine vurgu yaptı. Trump yönetiminin yürüttüğü mevcut ticaret politikasının, bir müzakere taktiği mi yoksa bir politika mı olduğu konusunda ABD kamuoyunun içeride sıklıkla bu konuyu



tartıştığını söyledi. Julia Hughes, Eylül sonunda ABD-Japonya arasında imzalanan ticaret anlaşmasını örnek göstererek, anılan anlaşmaya ilişkin müzakerelerin çok önceden başladığını ve görüşmeler neticesinde anlaşmaya varıldığını hatırlatarak devletlerarası anlaşma geleneğinin bu şekilde olduğuna vurgu yaptı. Hughes, bugün Çin ve ABD arasında süregelen ticaret savaşının ise arkasında, herhangi bir müzakere sürecinin olmadığına dikkat çekti. Bunun da uluslararası ilişkilerde alışılmış yöntemin dışında bir yöntem olarak algılandığını belirtti. Öte yandan Çin'den yapılan ithalattaki azalma ve gerçekleşen ithalattan tahsil edilen gümrük vergisindeki artışın, ABD'li üst düzey yetkilileri memnun ettiğini dolayısıyla bu ticaret savaşının gitme halinden memnun olunduğunu ifade etti. Nitekim gümrük vergisi tahsilatında Eylül ortası itibari ile Trump ticaret politikası önlemleri sayesinde 38 milyar dolarlık ilave tahsilat yapıldığının bilgisini verdi. Bu tahsilatın 29 milyarlık bölümü Çin'den yapılan ithalatı içeriyor. Julia Hughes, bu duruma iş dünyası açısından bakıldığında ise ticaret savaşları nedeniyle artmakta olan maliyetlerin firmaları kaygılandırıldığını ve bir arayışa ittiğini vurguladı. Şirketler bir yandan korumacılık ile mücadele ederken bir yandan artan maliyetler ile uğraşmak zorunda kalıyor. Vietnam ve Bangladeş'te de maliyetlerin artıyor olmasını da mevcut duruma ilave eder isek 2019 da ABD'de giderek artan orandaki mağaza kapanışlarının nedeni çok net bir şekilde görülebiliyor. Kapanan mağazalar neticede tedarikçilere de yansıyor. Hughes, Dünya genelinde bir yıkımın olduğu bu ortamın, ABD ve Türkiye arasında daha sıkı bağlar kurulması için bir fırsat olduğunu belirtti.

Türkiye'nin ABD için önemli bir tedarikçi konumunda olduğunu belirten Julia Hughes, ABDli firmaların önem verdiği başlıca konuların pazara ulaşmadaki hız ve maliyetler ile esneklik ve çeviklik olduğunu belirtti. Konferansın **"Better Together"** olan temasını çok beğendiğini söyleyen Julia Hughes, ABD'li markalar olarak Türk tedarikçiler ile uzun soluklu iş birlikleri kurmak istediklerinin altını çizdi.



Ardından söz alan Almanya Tekstil ve Moda Endüstrisi Konfederasyonu Brüksel Ofisi Temsilcisi Ralph Kamphöner :

”Bugün burada Avrupa perspektifini konuşmak için ve Alman tekstil endüstrisini temsilen bulunuyorum ve burada yüksek teknolojlili üretimden bahsetmek istiyorum. Çünkü Almanya tekstil endüstrisi %60 teknik tekstilden oluşuyor. Bildiğiniz üzere çok rekabetçi bir sektörde yer alıyoruz.” diyerek sözlerine başladı. Üretimin her aşamasında yoğun pazarlıkların olduğunu, bunun tüm üretici ülkeler için geçerli olduğunu belirten Kamphöner bu durumun artık yönetilebilir hale gelmesinin kendisini iyimserliğe yönelttiğini

belirtti. BREXIT konusuna da değinen Kamphöner, uluslararası ticaret mevzuatlarının direkt olarak etkileyecek olan bu süreci de yakından takip ettiklerini ve yeni sürecin de hızlı bir adaptasyon dönemiyle atlatılacağına inandığını belirtti.

Son olarak söz alan AB Türkiye Delegasyonu Ekonomi Bölümü Başkanı Bartosz Przywara,

konferansın temasının Better Together olmasının çok yerinde bir karar olduğunu söyledi. “Bizler de her anlamda işbirliğini vurgulamaya çalışıyoruz. Tekstil sektörü Türkiye ve Avrupa için en önemli sektörlerden biri. Bu sektörde yol almak iki taraf arasında güçlü ilişkiler olmasını gerektiriyor. AB Türkiye’nin giyim üretiminde en büyük Pazar olarak yer alıyor.” şeklinde konuşan Przywara sözlerine şöyle devam etti: “Türkiye birçok Avrupa ülkesinin markalarının üretici konumundaki yerini korurken aynı zamanda kendi uluslararası markalarını da yaratmaya başladı. Tekstil ve otomotiv sektörü iki tarafın gümrük birliği uygulamasının iki büyük başarı hikayesi olarak sayılabilir. Türkiye ve AB arasındaki politik ilişkilerin zaman içerisindeki iniş çıkışlarına rağmen ekonomik ve ticari ilişkiler gayet yolunda seyrediyor.” dedi.



EKONOMİ OTURUMU

Garanti BBVA
Katkılarıyla



Oturumda ilk olarak **Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Selahattin Güldü** söz aldı. Sözlerine, “Türkiye’nin lokomotifi olan hazır giyim sektörüne odaklanacağımız bu konferansın hepimiz için verimli ve faydalı olacağını ümit ediyorum diyerek başlayan Güldü; 2018 yılında Türkiye ihracatının %16’sının Tekstil ve Hazır Giyim’den geldiğinin altını çizdi. Çalışan nüfusun %6’sının da bu sektörde istihdam edildiğini ve imalat sanayinin %25’ini de bu sektörün oluşturduğunu söyleyen söyleyen Güldü sektörün ülke ekonomisi içindeki yeri ve önemini altını çizdi. Güldü, sektörde birçok müşterileri olduğunu belirterek, sadece finansman olarak değil, yeni pazarlara açılma konusunda da şirketlere her türlü danışmanlık hizmetini vermeye devam edeceklerini belirtti.

Sonrasında söz alan **Garanti BBVA Türkiye, Çin ve Büyük Veri Baş Ekonomisti Alvaro Ortiz Vidal - Abarca**, sözlerine başlarken, Türkiye’deki ekonomik iyileşmeden bahsedeceğini söyledi. 2018’in zor bir sene olduğunu belirten Abarca, geçen yılki krizden sonra Türk ekonomisinin hızla dengelendiğini belirtti. 2018’e %7 gibi yüksek sayılabilecek bir büyüme ile başlayan ülkenin kriz sonrasında ekonominin büyük bir durgunluğa girdiğini ve tüketicilerin ve şirketlerin bu durgunluktan etkilendiğini belirtti. Bu yıl ise dengelenme sürecinin devam ettiğini ve bu yılın son çeyreğinde %3,5 lik bir büyüme beklendiğini söyledi. Ekonomideki bu iyileşmeye enflasyondaki düşüşün de eşlik ettiğini dile getiren Abarca, bu rakamların çok dikkate değer olduğunu vurguladı. Abarca ayrıca Merkez Bankası’nın faizi düşürmesinin de katkısıyla, talepte artış beklendiğini ve bu iyileşmenin önümüzdeki yılı da kapsayacağını öngördüklerini sözlerine ekledi.



KÜRESEL TEDARİK VE MARKA OTURUMU



Oturum Moderatörü **Mavi Giyim CEO'su Cüneyt Yavuz**, ilk sözü **Ralph Lauren İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Halide Alagöz'e** verdi. Alagöz, markayı tanımlarken Ralph Lauren'in "ikonik bir ABD markası" olduğuna vurgu yaptı. 52 yıl önce kurulan marka, zamansızlık üzerine kurgulandığı için ürettiği ürünler kuşaklar boyu aktarılabilir. Bugün 7 milyar dolarlık bir hacmi olan Ralph Lauren, 60 dan fazla ülkeye ihraç ediliyor. Ralph Lauren ürünleri tasarlanırken modanın gelip geçici olduğu düşüncesinden hareketle moda yerine tarza önem veren bir düşünce yapısı ön planda tutuluyor. Çünkü tarz kalıcıdır moda geçicidir. O nedenle sürdürülebilirlik de 1970'den bu yana Ralph Lauren'in izlediği yol. 40 ülkede üretim yapan marka Türkiye'yi de tedarikçi listesinde önemli bir yerde tutuyor. Zira Türkiye, teknik bilgisi olan, inovasyon ve teknoloji alt yapısı olan çevik bir ülke.

Moderatör Ralph Lauren'den sonra **Citizens of Humanity markasının COO'su Frederico Pacnetti'ye** sözü verdi. Pacnetti: Marka 2003 yılında kurulduğunu. Premium bir denim segmenti olarak konumlanan markanın ilk yıllarında, satışla ilgili hiç bir probleminin olmadığını anlattı. Marka premium jean segmentinde her yerde satılabiliriyordu ama o günden bu yana çok şey değişti. Şirket pazara yeni markalar da sundu. Yönetim ekibi, şirketi kurucudan satın aldıktan sonra markada değişim dönüşüm süreci başladı. Pacnetti, markanın benimsediği iş modelinde imalat ve tasarım, markanın kendi bünyesinde yapıldığını ve üretimin de kendi tesislerinde yapıldığını belirtti. Üretim tesislerinden biri Türkiye'de Çorlu'da bulunuyor.

Türkiye'de teknolojiye erişim ve knowhow'un çok önemli bir avantaj olduğunu söyleyen Pacnetti, Yıkama faaliyetlerinde de keza Türkiye'nin çok başarılı olduğunu belirtti. Hammadde konusunda da Türkiye çok iyi bir alt yapıya sahip, nitekim marka, hammaddesini İtalya ve Türkiye'den temin ediyor.

WOOLMARK COMPANY



Woolmark'ın katkıları ile gerçekleşen “Yün, Çevresel Mükemmelliğe Pozitif Bir Katkı” başlıklı sunumda Woolmark Company Global Strateji Danışmanı Peter Ackroyd, bugün artık tüm dünyada eko dengeden bahsedildiğine, yeni neslin bu konuda çok duyarlı davrandığına ve gençlerin giysileri satın almadan önce etiketlerini inceleyerek çevreye zararı olup olmadığını kontrol ettiklerine vurgu yaptı. Ackroyd, 1960 ve 70'lerde polyesterin hayatımıza girmesi ve yün, doğal elyaflar ile yer değiştirmesi üzerine bunun çevreye ciddi bir maliyet yarattığına dikkat çekti. Gelineen noktada bugün Avustralya'da yıllık 220 milyon ton üretilen merinos yününün 178 milyon tonunun Çin'de işlendiğine vurgu yapan Peter Ackroyd kişi başı tüketimde ise bunun Almanya'da 0.6 kg, İtalya'da 0.44 kg., Japonya'da 0.37 kg, İngiltere'de 0.4 kg iken ABD'de bunun 1.9 kg'ı bulunduğunu belirtti.



COTTON COUNCIL



Cotton Council katkıları ile gerçekleştirilen sunumda, Marsha Powell, dünya pamuk pazarındaki fiyatlara yönelik önemli mesaj verdi. Doğal bir madde olan pamuğun, yıllara sair üretimine bakıldığında istikrarlı bir büyüme görüldüğünü vurgulayan Powell, katılımcılar ile bir takım istatistikler paylaştı. Buna göre; dünyada pamuk üretimi de tüketimi de artıyor. Dünyanın en büyük tüketicisi olan Çin'deki stok durumu üretimde de tüketimde de belirleyici bir rol üstleniyor. Bakıldığında Çin'de stokların azaldığını görüyoruz, bu durum, talebin önümüzdeki dönem artacağına dair bize bir ipucu veriyor. Öte yandan Çin'in ABD ile olan ticaret savaşlarının pamuk fiyatları üzerinde etkili olduğunu görüyoruz. Geçen yıl 1 milyon tona ihtiyacı olan Çin'in bu yıl 3,5 milyon tona ihtiyacı olacağı tahmin ediliyor. ABD %38 ile dünyanın en büyük pamuk ihracatçısı pozisyonunda. Hemen ardından Brezilya geliyor. Türkiye'nin ithal ettiği pamuğun % 40 - 50'si ABD'den geliyor. ABD'deki pamuk üretiminin

sürdürülebilirliğe de yatırım yaptığının bilgisini paylaşan Powell, Pamuk Güven Protokolü ile 18 bin çiftçinin protokole dahil olacağını belirterek bu protokol ile çevresel ayak izlerinin kaydedilmeye başlandığına dikkat çekti. Ölçümlemenin önümüzdeki yıl bu ölçümlemenin tamamlanmış olacağını hedefliyor.



İŞBİRLİĞİ OTURUMU



Oturumun moderatörü **Modacı Mehtap Elaidi** tüm katılımcılara teşekkür ettikten sonra, “Bugün burada modanın katmanlarını konuşmak istiyoruz. Moda vitrinde ve magazin sayfalarında renkli görüntüler verirken perde arkasında neler oluyor ve tasarımcı ve marka iş birlikleri çeşitli şekillerde gerçekleştiği için bugün burada çok önemli iki işbirliğini konuşacağız” diyerek sözlerine başladı.

İlk sorusunu **Modacı Bora Aksu’ya** yönelten Elaidi, Aksu’ya, yaptığı iş birliklerinin nasıl başladığını ve ne yöne doğru ilerlediğini sordu.





Bunun üzerine söz alan **Bora Aksu**: “Bu iş birliğinin ilk temelleri 2014 - 2015 yıllarında atıldı diyebilirim. İtalya ve Çin’deki iş ortaklarımın sadece konfeksiyon değil, diğer sektörlerde de markaları var. 2014’te Avrupa’dan bir markayı Pasifik’e taşımaya karar verdiler ve bunun bireysel bir marka olmasını istiyorlardı. Bu sebeple Londra’ya geldiler ve benim de dahil olduğum sekiz kadar tasarımcıyla birebir görüşmeler yaptılar. 2015 Mayıs gibi de birlikte yol almaya karar verildi.” dedi. Bunun üzerine bir yıllık bir planlama sürecinin ardından 2016 yılı Mayıs ayında ilk Bora Aksu mağazasının açıldığını ve şu an mağaza sayısının 38’e çıktığını dile getirdi.

İkinci sorusunu **Gizia Gate firma sahibi İsmail Kutlu’ya** yöneltti, kendisinden; Türk tasarımcıların ön plana çıkarılmadığı bir dönemde Türk moda tasarımcılarıyla birlikte yola çıkmak gibi çok cesur bir karar aldıklarını ve bunun hikayesini paylaşmasını rica etti. Elaidi’nin sorusu üzerine İsmail Kutlu söz aldı ve: Benim aslında iki şapkam var, ilki kendi markamız olan Gizia, diğeri ise 137 modacının yer aldığı Gizia Gate var. Gizia Gate’le ilgili olarak hep söylediğim bir şey var, Gizia Gate sadece bizim değil, bizim dışımızda 137 tane sahibi var.” dedi. Bu yola çıkarken zor olanı tercih ettiklerini dile getiren Kutlu, 130’un üstünde kendi yerel tasarımcılarıyla oluşturulan bu konsept Türkiye’de ya da dünyada denenmemiş bir konsept olarak yola çıktıklarını ve bu yola çıkarken ne kazanılacağını çok öngöremeden çıktıklarını belirtti. Bu konsepti modacılar sunduklarında da çok olumlu geri dönüşler aldıklarını söyleyen Kutlu, sözlerine şöyle devam etti: “İlk olarak görüştüğümüz altı modacının, her birinden de bu projeyi paylaşacakları birer kişiyle konuşmalarını rica ettik ve on iki modacıyla 2015’in Temmuz ayında bu yola çıktık.”



DÖNGÜSEL EKONOMİ



Oturum moderatörü **Purpose - Sustainable Ideas Kurucusu Dilek Bil** sözlerine, başkanlara ve katılımcılara teşekkür ederek başladı. Bu yıl ikinci kez moderatör olarak yer aldığı etkinlik için TGSD Başkanı Hadi Karasu'ya ayrıca teşekkür eden Bil, sahneye ilk olarak **Global Compact Türkiye Başkanı Ahmet Dördüncü'yü** davet etti ve kendisine, Birleşmiş Milletler nezdinde kurulan ve 2002 yılında Türkiye'ye gelen Global Compact'ın Türkiye iş dünyasına nasıl bir fayda sağladığını sordu. Bu soru üzerine Dördüncü sözlerine Global Compact'ın Birleşmiş Milletler tarafından dönemin genel sekreteri Kofi Annan tarafından hayata geçirildiğini belirterek başladı ve sözlerine şöyle devam etti: "2000'lerin başlangıcında Türkiye'ye gelen inisiyatifin Türkiye'de önderliğini rahmetli Mustafa Koç yapmıştır ve ilk toplantıda Kofi Annan bizzat Türkiye'ye gelmiş ve hazır bulunmuş ve bu inisiyatifin Türkiye'de yerleşmesi için gerekli desteği vermiştir. Global Compact tüm dünyada on bini aşkın katılımcıdan oluşuyor. Bunun yanında üç bini aşkın sivil toplum kuruluşu ve akademik kuruluşlar bu oluşumun içindedir.

Global Compact nedir diye sorulduğunda, GC şirketlerin, kuruluşların iyi bir vatandaş olması ve BM tarafından sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yaklaşması için kurulmuş birtakım prensipler koyar. Örneğin, eşit işe eşit ücret verilmesi, kadın erkek eşitliğine dikkat edilmesi, çocuk işçi çalıştırılmaması gibi insanlığın bizatihi kendi içinde kabul etmesi gereken prensiplerin altına imza atmasını sağlar."



Ahmet Dördüncü'yü yerine uğurlayan Bil, diğer panelistleri sahneye davet etti ve ilk sorusunu **Levi Strauss & Co. Global Sürdürülebilirlik Kıdemli Direktörü Manuel Baigorri'ye** sordu. Kendisine yöneltilen Levi's'in sürdürülebilirlik stratejisini nasıl oluşturulduğu şeklinde sorulan soruya cevap verirken öncelikle tedarik zincirleri üzerine odaklandıklarını belirten Baigorri şöyle devam etti: "Tabii bunun farklı yolları var. Bunun yanında göz önünde bulundurulması gereken tüketici davranışları konusu var. Bu konuya eğilirken belki kırktan fazla nokta bulabilirsiniz. Biz yirmi dört farklı nokta belirledik ve bunların üzerine gittik."

Daha sonra **Neutral Kurucu Ortağı Lars Bech'e** dönen Bil kendisine Neutral sertifikasının neden önemli olduğunu sordu. Söz alan Bech, tedarik zincirinin çok uzun ve yönetmesi zor bir süreç olduğuna dikkat çekerek, dışarıdan bakıldığında tüketicinin bu sürecin zorluklarını ve ürünün nasıl kendisine ulaştığını bilemeyeceğini belirtti. Kendilerinin yirmi yıl önce ilk fabrikalarını kurduduklarında bunu deneyimlediklerini ve üretim sürecinin doğa için sıkıntı yaratan aşamalarını farkettiklerini belirtti. Üretim sürecinin bu anlamda takip edilmesi gereken bir şablona, bir rutine ihtiyacı olduğunu ve sertifikasyon fikrinin ilk olarak bu şekilde ortaya çıktığını dile getirdi.





Sıradaki soruyu **Jeanologia CEO'su Enrique Silla'ya** yönelten Bil, Jeanologia'ya kendilerinin bir devrim yaptıklarını söyleyerek, su kullanımını tamamen ortadan kaldıran teknolojilerinin hikayesini anlatmasını istedi. Bu soru üzerine Silla, suyun üretimin ilk yıllarından beri süregelen ve vazgeçilmez addedilen bir konu olduğunu vurguladı ve burada, yüzden sıfıra müthiş radikal bir fikirle ortaya çıktıklarını belirtti. "İşte devrim burada başlıyor." diyen Silla, kurdukları teknolojiyle her bir ürün için ayrı bir platform oluşturdıklarını ve her birinde o ürün uygun olarak ilgili elementlerin eklendiğini ve suya gereksinim duymaksızın bu tepkimeleri yönettikleri ve istenen nihai sonuca ulaştıklarını belirtti.

Sonrasında sözü tekrar alan Bil, Silla'ya teşekkür ettikten sonra, **Marchi & Fildi S.p.A CEO'su & EURATEX Yönetim Kurulu Üyesi Massimo Marchi'ye** dönerek kendisinden marka olarak belirttikleri sürdürülebilirlik stratejileri hakkında bilgi vermesini rica etti. Bunun üzerine Marchi, çok büyük ve herkesi kucaklayan bir doğaya sahip olduğumuzu belirtti ve onu korumak için üretim süreçlerinde iyileştirme yaklaşımlarını benimsediklerini söyledi. Bu süreç zamana ihtiyacı olan ve zaman alan bir süreç olduğunu ve yaptıkları çalışmalarda öncelikle enerji kullanımını olabildiğince azaltma su kullanımını verimli şekilde dönüştürme anlamında epey yok aldıklarını belirtti.





Daha sonraki sorusunu **Lenzing Group Küresel Tekstil İş Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Florian Heubrandner'e** yöneltten Bil, elyaf tarafında sürdürülebilirlik adına yapılan geliştirmelerle ilgili neler söyleyebileceğini sordu. Heubrandner, bilindiği üzere ürünlerinin, tüm elyaf çeşitlerinin ağaç kaynaklı olduğunu ve doğaya karıştığında 14 - 16 haftada yok olan elyaflar ürettiklerini belirterek sözlerine başladı. Heubrandner ayrıca üretim prensiplerinin bu yönde olmasının üretilen ürünlerin kullanıldıktan sonra da dilerse yeniden elyafa dönüştürülebileceğini de sözlerine ekledi.

Son olarak **HM Avrupa Bölge Sürdürülebilirlik Müdürü Julia Bakutis'e** söz veren Dilek Bil, HM'in döngüsel ekonomi konusunda hem farkındalık yaratma hem de uygulama anlamında öncülerden olduğunu belirterek sözlerine başladı. Birçok kurum ile iş birliği yaparak bu konuya ilk eğilen firmalardan biri olarak bu konuda çok yol alındığını, çok sayıda çalışma yapıldığını belirtti ve Bakutis'e şu soruyu yöneltti: "Oldukça yoğun olan bu çalışmalara karşın, Pulse of Fashion Raporuna bakıldığında, rakamlar iyiye gidiyor ama, azalarak artan bir ivme seyrediyor. Bunu neye bağlıyorsunuz ve genel olarak neler söylemek istersiniz?" Söz alan Bakutis, HM olarak 2018 yılında tüm ürünler içinde %60 oranında sürdürülebilir materyalden oluşan ürünler sunduklarını belirterek sözlerine başladı. Bakutis: "Elbette bu bir süreç ve bu süreçte ilerlerken bazı zorluklar var. Bunlardan ilki tasarım konusudur. Döngüsel tasarım; farklı düşünme, farklı ölçümlemeler, farklı bir bilgi birikimi ve bunlara haiz tasarımcı gerektiren bir konu. Dolayısıyla döngüsel ürün için yeni bir düşünme şekli ve inovasyon gereksinimi var ve bu zaman alan bir süreç." dedi. Bir diğer önemli konunun ham madde ve süreç yönetimi olduğunu belirten Bakutis bu noktada üreticiyi sınırlayan teknik ve finansal konular olabildiğini belirtti. Bunların da elbette yönetilebileceğini ancak aynı şekilde zaman alan süreçler olduğuna söyledi.



3D TEKNOLOJİ OTURUMU



Oturumun moderatörü **Mentoro Platformu Kurucu Ortağı ve Platform Yöneticisi Başak Tulga Önen**, 3D teknolojisinin sektöre neler kattığı sorusuyla başladığı sözlerine şöyle devam etti: 3D en başta toplam ve birim maliyete direkt etki ederek doğrudan bir tasarruf sağlıyor. Tasarımda daha az kağıt kullanarak, numune üretimini azaltarak, daha az maliyetli iletişime imkan vererek, şirket içindeki işbirliğini ve hızlı geri bildirim artırarak öne çıkıyor. Tasarımları müşterilerimize çok daha hızlı sunabiliyoruz. Revize taleplerini daha hızlı alıyoruz, dijital defileler sunabiliyoruz.”



Ardından sözü **Assyt Uluslararası Satış ve Moda Direktörü Thomas Baur** aldı ve:

“Bugünün teknolojisiyle, artık ürün geliştirme süreci boyunca dijital tasarımda %100 kontrol şansına sahibiz. Bugün artık gerçek ürünün fotoğrafı ile dijital olarak üretilen ürün görselini birbirinden ayırmak oldukça zor. Bu bir teknoloji yolculuğu ve sorulması gereken soru bu trende olup olmamak değil, bu yolculuğa şimdi mi başlamalı yoksa sonra mı? Ve bizler size bu treni kaçırmamanızı şiddetle tavsiye ediyoruz. Ürünün tasarım aşamasında siparişe dönüşme süreci oldukça yoğun, meşakkatli ve aylarca süren bir süreçken, dijital olarak bu süreç; ürünün tasarımı, bir sanal numune üzerinde karar kılma, gerçek numune aşamasını azaltma ve 3D olarak ürün geliştirme aşamaları şeklinde 4 ana kısım ile tamamlanabiliyor.” şeklinde konuştu.

Ardından söz alan **CLO Türkiye Koordinatörü Kerem Kadiroğlu**, geçtiğimiz yıllardan itibaren başlayarak bu yıl da dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik konularının çok revaçta olduğunu altını çizdi ve 3D teknolojisini bu iki önemli konuya da direkt olarak hizmet ettiğini dile getirdi. LC Waikiki ile olan işbirliklerinin gerçek bir başarı öyküsü olduğunu vurgulayan Kadiroğlu, bu hikayenin detaylarını paylaşması için sözü Candan Gülmez Kaya’ya bıraktı.





LC Waikiki Tasarım Müdürü Candan Gülmez Kaya sözlerine, moda dünyasında hız ve değişimin çok önemli olduğunu vurgulayarak başladı. Uzun süredir 3D teknolojisini süreçlerine dahil etmek istediklerini ve yaklaşık bir buçuk yıl önce CLO yazılımının Türkiye distribütörü Masterkey ile tanıştıklarını belirtti. CLO'yu seçmelerindeki en büyük sebebin yazılımın kullanıcı dostu olması ve sürekli kendini yenilemesi olduğunu belirten Kaya sözlerine şöyle devam etti: “Bu teknolojiye duyulan ihtiyacın iki ana boyutu var. İlki biz LC Waikiki olarak çok sayıda fiziksel numuneye ihtiyaç duyuyoruz, ve bu çok fazla olan model sayısının her biri için numune süreçleri artık çok zorlayıcı bir noktaya ulaştı. Tasarıma alternatifli ürün sunma kolaylığı ve dijital teknolojiden faydalanarak hızlanma avantajı ve üretimde sürdürülebilirlik hassasiyetimiz bizi bu teknolojiye hızla yönlendirdi. İkinci boyutu CLO ile ilgili olan taraftır. CLO, kullanıcı dostu olmasının yanında gelişen ve geliştiren bir yapıya sahip. Danışmanlarının bilinirliğinin olması, bizim için çok önemliydi. 7-24 destek alabiliyoruz ve bunun yanında kullanıcı deneyimi adına da güçlü bir benchmark'a sahip. Ayrıca üniversite işbirliklerinin olması

bizim için çok önemli çünkü biz şirketimizde kurumsal akademi kısmında da üniversitelerle çok değerli işbirlikleri içindeyiz.”

Son olarak söz alan **Blok Moda'nın sahibi Ergin Aydın** şunları söyledi:

“Blok Moda olarak 24 yıldır Avrupa'nın önde gelen markalarına ihracat yapan bir firmayız. Beş yıl kadar önce artık bu kadar numune üretmememiz ve efektif tasarımlar yapmamız gerektiğini düşünerek 3D'ye ilk adımı attık. İki yıl önce sunum metodlarında zorlandığımızı görerek Prosoft ile bir ortaklık kurduk ve bu sayede VR Showroom'lar geliştirdik. Bu teknolojiyle artık farklı lokasyonlardaki müşterilerle aynı anda aynı sanal showroom'a girmenin ve modelleri birlikte tartışma imkanımız var.” 3D teknolojisiyle yaptıkları tasarrufu da hesapladıklarını belirten Aydın, yıllık 1200 model yaparken bunun %50'sini dijitalle taşıdıklarını ve bu 600 adet üzerinden yaptıkları hesaba göre; 24000 metre kumaş, 9000 EUR değerinde enerji ve 2400 ton su tasarrufu sağladıklarını da sözlerine ekledi.



DIJİTAL DÖNÜŞÜM VE TEKNOLOJİ OTURUMU



Dijital dönüşümü “Firmaların değer zinciri adımlarında dijital teknolojileri kullanarak birim maliyetlerini düşürmesi veya müşterilerine daha fazla fayda sunarak birim fiyatlarını artırması” şeklinde tanımlayarak sözlerine başlayan **moderatör Başak Tulga Önen**, “Bunu yapmanın nesnelerin interneti, veri analitiği, bulut bilişim, eklemeli üretim veya yapay zeka gibi bir çok yolu var, bu panelde de bu teknolojileri ve sektördeki uygulamalarını konuşacağız.” dedi.



Ardından sözü ilk panelist olan **Polytropon Automation Systems Genel Müdürü Anastasia Koutso'ya** verdi:

Sözlerine “Size bugün yapay zeka ve makine öğrenmesi teknolojisinin maliyet düşürme ve zamandan kazanma konularında nasıl yardımcı olacağı konusunda örnekler vereceğim.” diyerek başlayan Koutso, yapay zeka ve makine öğrenmesi teknolojilerinin çok yüksek büyüklükteki verileri analiz etme, modelleri tanıma ve anlamlı veriyi ayırt edip çıkarabilme yetileri sayesinde karar verme sürecinde verilen kararın doğruluğunu artırma ve karar verme hızını olumlu yönde etkilemekte olduğunu belirtti.

Ardından söz alan **Centric Software CEO'su Chris Grove**, tüm dünyada üç yüz kırkın üzerinde, hem markalar hem de alım ofisleri olarak onlarca önde gelen müşterileri ve bunların tüm dünyadan farklı bölgelerde tedarikçileri olduğuna dikkat çekti ve bu zincirin her bir halkasının bir dijital dönüşüm içinde olduğunu belirtti. Sözlerine “Bu bir yolculuk ve bu yolculuğum süreç içinde katedilmesi gereken adımları var. Bu bir değişim yönetimi sürecidir ve her bir organizasyon bu değişim sürecini yönetme becerisini tanımlamak ve geliştirmek durumunda.” diyerek devam eden Groves, PLM sisteminin tasarım ve ham madde temininde itibaren üretim ve dağıtımın tüm aşamalarını kapsadığını ve verimlilik noktasında büyük bir fark yarattığını belirtti.





Chris Groves'tan sonra **Tor-Mec CEO'su Thomas Ambrosi** söz aldı. Ambrosi: "Bu oturumda, datadan ve öneminden bahsettik, biliyoruz ki data, geleceğin anahtarıdır. Bizler müşterilerimiz için çevreyi, ortamı ve şartları anlamamanın önem ve gerekliliğini farkettilik ve her türlü dikim makinesine uyumlanabilen bir modül geliştirdik ve bu sayede yeni ve detaylı bilgiler elde edebilmeyi başardık. Makineden gelen bilgiyi, operatörden gelen bilgi ve byunların birleştirilerek anlamlı bir data haline getiriyoruz." dedi.

Son olarak söz alan **Intelligence Türkiye Satış Müdürü Sibel Mersin**, dijitalleşme dendiğinde sadece tedarik ve üretim değil; ERP, CRM, satın alma ve tedarik zinciri uygulamaları, iş analitiği ve insan kaynakları çözümleri gibi bir çok alanın da dijitalleşme sürecinin kapsamına girmesi gerektiğine değindi ve şöyle devam etti: "Tekstil sektörü ülkemiz için çok önemli, çünkü lokomotif sektör ve dolayısıyla bizim için de çok önemli. Dolayısıyla biz de bu alanda uzun yıllardır çalışmalar yapıyoruz. Kendi uygulamamızda, iplik ve kumaş üreticileri, konfeksiyon üreticileri, hazır giyim perakendecileri ve teknik tekstil üreticileri olarak dört başlıkta kategorize ettiğimiz bu sektörde her başlık altında faaliyet gösteren bir çok firmaya hizmet sağlıyoruz."



FUAYE ALANI



KONFERANSTAN KARELER



Re-Made SERGİSİ

by Deniz Sağdıç



B2B PLATFORMU

3 Ekim 2019 tarihinde T.C. Ticaret Bakanlığı'nın destekleri ile düzenlenen B2B ikili iş görüşmeleri platformunda ihracatın yanı sıra iç pazar ve istihdama büyük destek veren 53 alım ofisi ile 100 üretici arasında yaklaşık 1500 B2B ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi. Görüşmelerin iç pazara 150 milyon dolar, ihracata ise 250 milyon dolar katkı sağlaması bekleniyor.

B2B platformuna Almanya, İngiltere, İspanya, ABD, İtalya, Hollanda, İskandinav ve Ortadoğu ülkelerini temsilen katılan marka temsilcileri ve alım ofisleri, Türkiye'den aylık 75 milyon adet ve yıllık toplam 5 milyar \$ alım yapan firmalardan oluşuyor.

Son 5 yıldır yükseliş trendinde olan ABD'ye hazır giyim ihracatımız neticesinde ABD markalarının bu yıl özel ilgi gösterdiği B2B ikili iş görüşmelerinde markalar 600 milyon doları bulan Türkiye'den ihracatlarını 1 milyar dolara çıkarmaya hazırlanmaktadır. Üreticiler de aynı şekilde ABD markaları adına alım yapan firmalara randevu alımlarında yoğun ilgi göstermiştir.

Online sistemde üreticilerin kendi randevularını oluşturduğu B2B platformunda görüşmeler yoğun şekilde tam gün sürmüş ve bazı markalar için ilave görüşmeler de gerçekleştirilmiştir.



ALIM OFİSLERİ

- | | | |
|-------------------------------|----------------|--|
| ■ ABİTEKS | ■ HERMES OTTO | ■ SONGUR |
| ■ ANNA LAUDEL | ■ H&M | ■ SPRING |
| ■ ANT DIŞ TİCARET | ■ KLINGEL | ■ SUPERDRY |
| ■ ASMARA | ■ LCWAIKIKI | ■ TEKSPERT |
| ■ AVON | ■ LEFTIES | ■ TUREKS |
| ■ BEAUMANOIR | ■ LI FUNG | ■ ULTIMO |
| ■ BERSHKA | ■ MAVİ | ■ VARNER |
| ■ BESTSELLER | ■ MIGROS | ■ ZARA TRAFALUC |
| ■ BIS TEXTILES | ■ MİNO TEKSTİL | ■ ZXY |
| ■ BİZ TEMSİLCİLİK | ■ NEW LOOK | ■ FASHION AND DESIGN CENTRE-AZERBAYCAN |
| ■ CARREFOUR | ■ NEWTIMES | ■ GANJA NAZIRIN-AZERBAYCAN |
| ■ COMAB | ■ NOVATEKS | ■ MY TOUCH COUTURE-BAHREYN |
| ■ CONNOR | ■ OMNIBRAND | ■ AMIGO-FİLİSTİN |
| ■ DEFACTO | ■ PERSEUS | ■ ELISSA STYLE-FİLİSTİN |
| ■ EL CORTE INGLES | ■ PULL & BEAR | ■ JUST 4 YOU-FİLİSTİN |
| ■ FRENCH CONNECTION | ■ RSR TEKSTİL | ■ MOUSA HOROUB-FİLİSTİN |
| ■ GAIA | ■ S.OLIVER | ■ G V MANITIS-YUNANİSTAN |
| ■ FASHION BUYING SERVICES LTD | ■ SHOP DIRECT | |

B2B ALANI



SAYILARLA 12. İSTANBUL MODA KONFERANSI

1500

Katılımcı

53

Alım Ofisi

1500

B2B Görüşmesi

7

Panel
Oturumu

37

Konuşmacı

20

Yabancı
Konuşmacı

40

Sponsor &
Destekçi
Kuruluş

NE DEDİLER?

Bu başarılı konferansın düzenlenmesinde emeği geçen başta Hadi Bey ve sizleri, tüm TGSD ailesini, diğer paydaşları tebrik ederiz, Elinize sağlık. Bizim de bir katkımız oldu ise, bundan büyük memnuniyet duyuyoruz, Seneye devamı dileği ve selam, sevgilerimizle,

Güçlü Karavelioğlu / Genel Müdür / YKK

Please bring our sincere gratitude to your President, Mr. Hadı Karasu for inviting LS&Co to the 12th Istanbul Fashion Conference. I hope our contribution supported to advance the Sustainability agenda in the Turkish Textile Industry. Best,

Manuel Baigorri / Senior Director, Sustainability Levi Strauss & Co

Novateks olarak Sayın Başkan Hadi Karasu Bey ve değerli ekibine teşekkür ediyoruz, bir sonraki yıl da etkinlikte olmayı amaçladığımızı belirtmek isterim.

Saygılarımla,

Şerife Boz / Yönetim Kurulu Üyesi / Novateks

Satın alım Ofisi Firmama, göstermiş olduğunuz teveccüh ile davet etmeniz nedeni ile teşekkürlerimi sunarım. Çok verimli bir B2B Toplantısı geçti. Yabancı müşterilerim ile toplantı sırasında görüştüğümüz 2 Firmaya sonrasında ziyaret yaptık ve 'İlkinden: İspanya ve Meksika'ya sunmak üzere koleksiyon hazırladık, diğerinden bir grup siparişler için fiyat çalışması yaptırıyoruz. Bu 2 ziyaret ettiğimiz firma; imalat potansiyel güçleri olan, adet olarak iç piyasadaki mağaza gruplarına ürün yapan fakat son zamanlardaki ekonomik şartlar nedeni ile ihracat yapmak isteyen, bunun için de onlara ihracatı öğreterek, kendilerine ihracat yaptıracak, güveneceği kaynak bulmak isteyen imalatçılar. Satın alım ofisi olarak, ekibimle bu tur imalatçılar için her türlü teknik desteği vereceğiz.

Tekrar ilginiz için teşekkür ederim, Bende 19 yıllık bir Satın Alım Ofisi olarak, Konferans sırasında görüşülen imalatçılar ile her türlü olası siparişler için, temasta olarak, elimizden gelen maksimum işbirliğini yapacağız.

Saygılarımla

Merih Ergin / Ant Dış Ticaret

NE DEDİLER?

Sizlerle birlikte bu platformda olmak benim için çok keyifliydi.

Sevgiler

Candan Gülmez Kaya / Tasarım Müdürü / Design Manager / LCW

Bu yıl gerçekleşen 12.Moda Konferansının organize edilmesinde emeği geçen herkesi canı gönülden tebrik etmek istiyorum.

Bu yılki organizasyonun içerik, B2B programları, davetli/katılımcı profilleri anlamında çok başarılı olduğu kanaatindeyim. Özellikle, konfeksiyondaki en önemli kalem olan kumaş tedarikçilerinin de konferansa dahil edilmiş olması bizim açımızdan memnuniyet verici olmuştur.

B2B düzenlemelerinin çok daha profesyonelce yapılmış olması görüşmelerin verimli geçmesini sağlamıştır, bu yıl toplamda 45 üretici ile görüşme yaptığımızı bildirmek isterim. (Listemize kayıt yaptıramamış ancak bizimle görüşmek isteyen her üreticiyi de kabul etmeye gayret gösterdik.)

Görüşme listemizden bazı firmalarla iletişimde olduğumuzu ve firma ziyaretleri gerçekleştirdiğimizi de bilmenizi isterim.

Bu anlamda TGSD Yönetim Kurulu Üyelerini ve TGSD Başkanını da ayrıca tebrik etmek isterim. Çok daha başarılı nice konferanslar diliyorum.

Teşekkürler

Eda Togan / Superdry

Çok teşekkür ederiz bu başarılı organizasyonları yaptığınız için.

Saygılarımla,

Banu Yumrutaşlı / Newtimes group

Thanks to Mr Hadi and all TGSD team members for an efficient and effective organization.

The event was a huge success.

Congratulations..

Halide Alagoz, Ralph Lauren / EVP, Chief Supply Chain and Sustainability Officer

NE DEDİLER?

Sektörümüz adına yaptığınız bu kadar önemli ve bir o kadar da başarılı etkinliğin bir parçası olmaktan büyük onur duydum. Başta Hadi Başkanımıza ve tüm yönetim kurulu üyelerine çok teşekkür ediyorum saygılar.

İsmail Kutlu / Gizia

Please give my congratulations for the great success to the president and to all who was there for the organization of the event. Please consider me as speaker also for future events.

Thanks for your commitment.

Best regards

Thomas Ambrosi / Tor-Mec Ambrossi Group

Bu güzel organizasyon ve değerli emekleriniz için TGSD yönetimine ve ekibine çok teşekkür ediyoruz. İyi neticeler alınacağı inancımız ile...

Teşekkürler, iyi çalışmalar

Fahri Şahin / Tandem

Organizasyon ve desteğiniz için Başak Tekstil olarak teşekkür ederiz, elinize, aklınıza sağlık. İyi çalışmalar,

Orhun Başaran

Business Development & Marketing / Basak Tekstil San. ve Tic. Ltd. Sti.

Bu güzel organizasyon için biz de Mogul Tekstil olarak başta Hadi Bey'e ve değerli mesai arkadaşlarına ayrı ayrı teşekkür ederiz. Eskişehir Teknik Üniversitesi öğretim görevlisi ve öğrencileri için verdiğiniz destek için da ayrıca teşekkür ederiz.

Umarız tüm katılımcılar nezdinde verimli sonuçları olan bir organizasyon olur.

Tekrar görüşmek dileğiyle.

İyi çalışmalar

Fatih Budak / Mogul Tekstil

Teşekkür ederiz. Umarım bir sene sonra yine katılırız.

Saygılar

Fatih Aslaner / RSR

NE DEDİLER?

Bu zirvede bana yer verdiğiniz için Hadi Bey başta olmak üzere tüm TGSD ekibine teşekkür ederim. İyi çalışmalar diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Başak Önen / Mentoro Platformu / Platform Yöneticisi

Teşekkür ederiz bize bu imkanı sağladığınız için. Geri dönüşler almaya başladık.

Sonuçları size bildireceğiz.

Çok Teşekkürler.

Pınar Uslu / Marketing / Development Merchandiser

Grup Helin Tekstil İth. İhr. San.ve Tic. Ltd. Şti.

Bu verimli 2 gün için TGSD'ye teşekkür ederiz. Gelecek sene tekrar buluşmak üzere!

Best Regards

Özlem Levent / Ülke Müdürü - French Connection Türkiye Liaison Office

Çok teşekkürler. Bir sonraki konferansta görüşmek üzere,saygılar,selamlar,

Suat Küçüker / Permess

Her zamanki gibi çok güzel bir oluşum B2B .

Başarılarınızın devamını dilerim.

Hasan Songur / Managing Director / Songur

Kurumum adına sizlere çok teşekkür ediyorum. Her sene olduğu gibi bizi de nezaket göstererek davet ettiğiniz ve bu denli profesyonel organizasyonlara imza attığınız için TGSD ailesine teşekkür ederiz

Saygılarımızla

Cenk Yerlikaya / Varner

NE DEDİLER?

Bu imkan için teşekkür ederiz.
Saygılar

Sinan Ilgaz / Gaia-sourcing

Sizin vasıtanızla tüm TGSD yönetimine böyle bir organizasyonu düzenlediği için teşekkür ederiz.
İyi çalışmalar
B.regards

Mehmet Tokatlı / Comab SRL

Çok teşekkür ederiz .
Çok güzel sunumlar izledik, değerli misafirlerinizle tanışma fırsatımız oldu, sektör ile buluşmalarımız oldu. Elinize yüreğinize sağlık. Gelecek organizasyonlarınızın da aynı şekilde çok başarılı ve aydınlatıcı geçmesini yürekten dilerim .
İyi çalışmalar, Selamlar

Deniz Dikmen / Vice President / LF Sourcing PBS Agency

Çok teşekkür ediyoruz böyle bir toplantıya davet edildiğimiz için. B2B toplantısı çok verimli geçti çok teşekkür ederiz.
Böyle toplantılara her zaman katılmak isteriz.
Başarılarınızın devamını diliyoruz
Saygılarımla

Nuran Varoglu / Country Manager | Asmara International Ltd., Representative Office in Turkey

2 - 3 Ekim tarihlerinde gerçekleşen 12.İstanbul Moda Konferansı ve B2B görüşmeleri amacı doğrultusunda çok verimli geçmiş olup, şahsınızda emeği geçen herkese teşekkür ederiz.
İyi çalışmalar,

Biz Temsilcilik

NE DEDİLER?

It was my pleasure. Many thanks for the invitation and lively discussion.
Best,

Julia Bakutis / H&M

Hadi bey'e, TGSD'ye ve emeği geçen herkese teşekkür ediyoruz. Genel olarak deęerlendirirsek görüşmelerin verimli geçtięini söyleyebiliriz. Tabii bunu önümüzdeki gnler ve grřmelerin sonuçları daha net olarak gsterecek.

İyi alışmalar

Nilay Topcu / General Manager / S.Oliver

Dear Mr. Karasu,

On Behalf of EURATEX we wish to congratulate the Turkish Clothing Manufacturers' Association on the very successful EURATEX Convention and Istanbul Fashion Conference and extend a heard - felt thank you for your warm hospitality. It was a pleasure to be able to participate in the event, impeccably organized in a wonderful setting. The Conference was certainly an important opportunity to hear from international experts and exchange views on the priorities for the sector, such as trade, sustainability and new technologies . We believe that on this occasion we have further strengthened the positive relationship between our associations. Consolidating the partnership between the EU and Turkey is of crucial importance for EURATEX and we look forward to our future collaboration.

Sincerely,

Alberto Paccanelli / President

BILLBOARD



istanbulmodakonferansi.com

EURATEX İSTANBUL KONGRESİ & 12. İSTANBUL MODA KONGRESİ

BU SENE İŞBİRLİĞİ MODA!

**BETTER
TOGETHER**

2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**





2-3 Ekim
**Çırağan Palace
Kempinski**

ÜST GEÇİT


 EURATEX İSTANBUL KONGRESİ & 12. İSTANBUL MODA KONGRESİ **BU SENE İŞBİRLİĞİ MODA!** 2-3 Ekim Cırağan Palace Kempinski  

ELEKTRİK DİREĞİ

EURATEX İSTANBUL KONGRESİ &
12. İSTANBUL MODA KONGRESİ

**BU SENE
İŞBİRLİĞİ MODA!**

**BETTER
TOGETHER**

**Çırağan Palace
Kempinski**

İSTANBUL
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

KONFERANS SPONSORLARIMIZ

EURATEX İSTANBUL CONVENTION
EURATEX İSTANBUL KONGRESİ
 3 - 5 EKİM / OCTOBER 2019
 ÜNİVERSAL PALACE KONGRESİ

12. İSTANBUL MODA KONFERANSI
12. İSTANBUL FASHION CONFERENCE
 3 - 5 EKİM / OCTOBER 2019
 ÜNİVERSAL PALACE KONGRESİ

BETTER TOGETHER

RESMİ KURULUŞLAR

ANA SPONSOR

OTURUM SPONSORLARI

YAKA KORDONETİ SPONSORU

B2B ALAN SPONSORU

ÜRÜN SPONSORLARI

FUAYE SPONSORLARI

B2B SERGİ KATILIM SPONSORLARI

DESTEK VERENLER

B2B SPONSORLARIMIZ

EURATEX İSTANBUL CONVENTION
EURATEX İSTANBUL KONGRESİ
1-2 EKİM / OCTOBER 2019
ÇARŞAN PALACE KONGRESİ

12. İSTANBUL MODA KONFERANSI
12. İSTANBUL FASHION CONFERENCE
2-3 EKİM / OCTOBER 2019
ÇARŞAN PALACE KONGRESİ

BETTER TOGETHER

EURATEX
EUREKA
ITMIB
TGSD
Türkiye Tekstil İşletmenleri Derneği


TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TEKSTİL BAKANLIĞI
Katkıdan İle

B2B İKİLİ İŞ GÖRÜŞMELERİ PLATFORMU SPONSORLARI
B2B BUSINESS MEETING PLATFORM SPONSORS

3'LÜ KAPSÜL

 
 

2'Lİ KAPSÜL

  
  
  
  

1'Lİ KAPSÜL

  
 

EURATEX İSTANBUL CONVENTION

EURATEX İSTANBUL KONGRESİ

1 - 2 EKİM / OCTOBER 2019
ÇIRAĞAN PALACE KEMPINSKI



12. İSTANBUL MODA KONFERANSI

12. İSTANBUL FASHION CONFERENCE

2 - 3 EKİM / OCTOBER 2019
ÇIRAĞAN PALACE KEMPINSKI

BETTER TOGETHER

